

PIBIC-EM

Determinantes da Habilidade em Desenvolvimento de Novos Produtos.

Autores: Luiz Claudio Scur da Silva, Mateus Panizzon



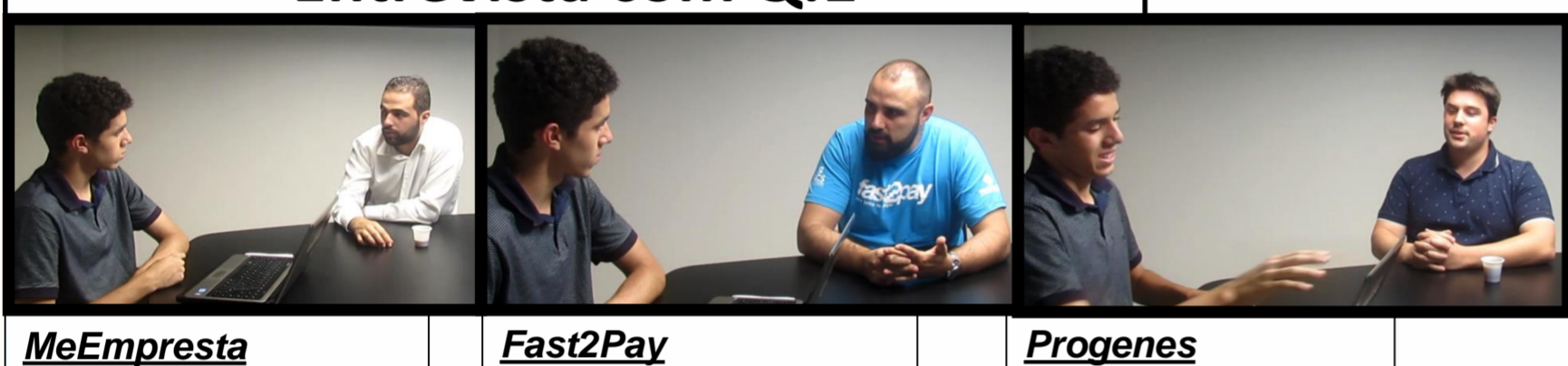
Introdução / Objetivo

Um produto inovador surge principalmente de um problema, uma ideia, um investimento e de um grupo curioso e empreendedor de pessoas que saiba aplicar a solução da maneira correta. Isso se deriva também do nível de criatividade que essas pessoas e empresa trazem. Essa criatividade, se aprofundada promove um leque de possíveis oportunidades e situações que tornem aquele pensamento inicial algo inovador para o ambiente de mercado. Desenvolver um pensamento de inovação é trabalhar com o desenvolvimento de comportamentos como a inquietude, a abertura para novas ideias, o diferencial na solução de problemas e a tolerância ao estresse, os quais, compreender o perfil de curiosidade, que é base para a criatividade e inovação. Sendo assim a análise destes comportamentos relacionados à curiosidade, criatividade e inovação foram analisadas em diferentes tipos de startups para identificação de como essas relações se desenvolvem em um ambiente de mercado.

Experimental

O projeto iniciou com uma leitura de matérias sobre o tema (Curiosidade, Inovação, Startups) abordado no estudo, para compreender os conceitos. Na sequência foi discutido com o orientador sobre a abordagem do estudo, e optou-se por efetuar um estudo qualitativo com startups instaladas no TecnoUCS. A partir da discussão de um modelo de análise e do instrumento de coleta de dados, buscou-se analisar nas startups dimensões relacionadas à curiosidade, criatividade, inovação e ambiente de mercado. Com um pré-teste em uma startup, foi possível identificar possibilidades de melhorias e adequações no modelo e categorias de análise, bem como no novo instrumento de pesquisa. O instrumento de pesquisa veio a ser um questionário que busca entender inicialmente suas histórias, compreendendo seu surgimento e motivos para isso, como a economia infligiu e inflige atualmente, a realização de tarefas administrativas e identificar o nível de quatro tipos de comportamento sendo eles a inquietude, a abertura para novas ideias, o diferencial na solução de problemas e a tolerância ao estresse, essas características auxiliam na definição do nível de geração de criatividade das startups. Foi realizada a montagem de um mapa conceitual que auxiliou o entendimento das relações entre os conceitos do estudo. Realizada a coleta de dados foi desenvolvida uma comparação entre as Startups para entender os padrões entre relações.

Entrevista com Q.1



Entrevistas com Q.2

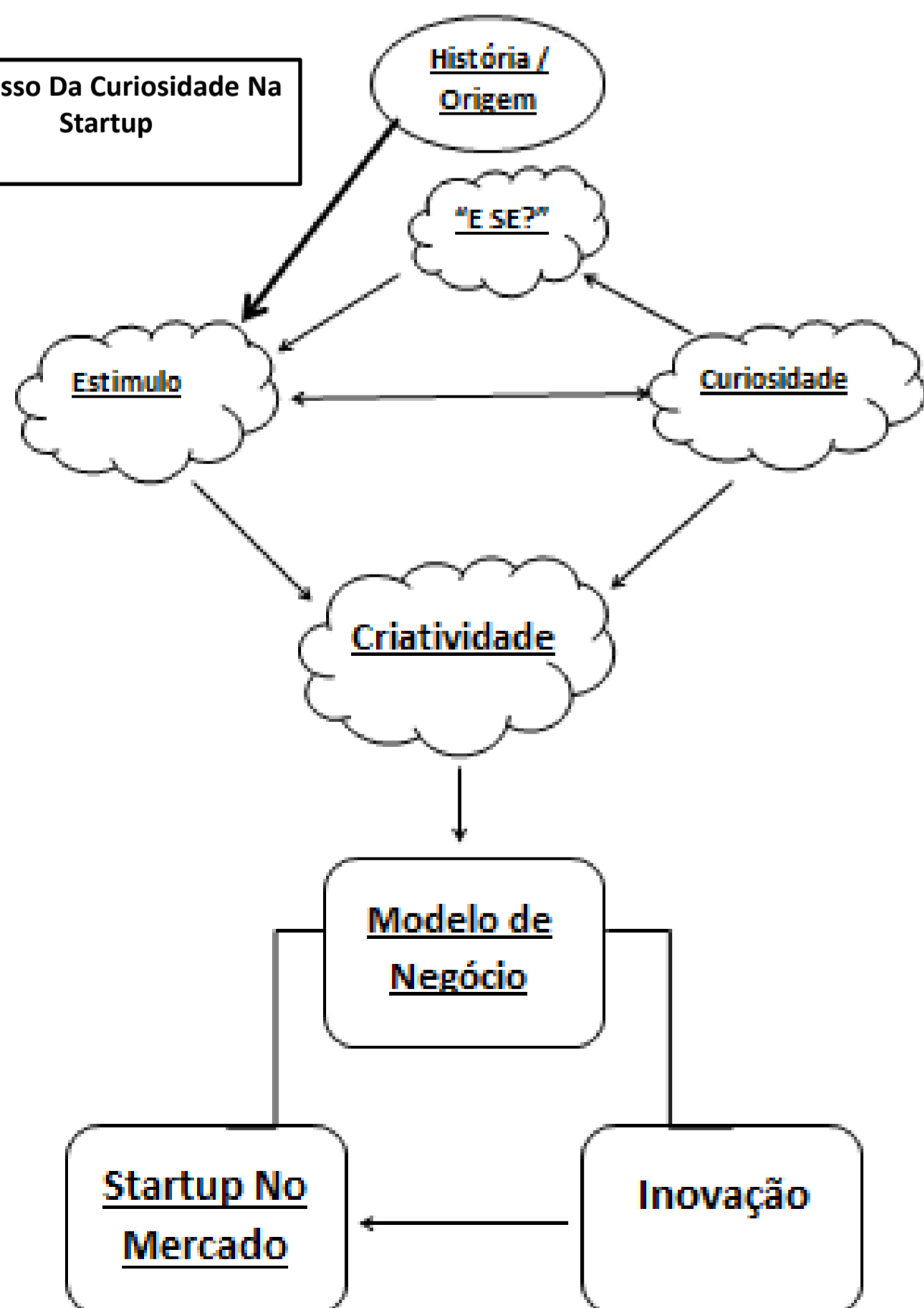


Resultados e Conclusões

A pesquisa consistiu em dois momentos de coleta, no primeiro, foi realizado com a empresa Progenes, Fast2Pay e MeEmpresta, onde foi possível compreender limitações no instrumento de coleta de dados. A partir da aprendizagem e melhoria, o instrumento e modelo foram readequados para a segunda fase.

No segundo momento, foi realizada nova coleta com as startups (Progenes, Fast2Pay e MeEmpresta, Gomining) foram identificados padrões positivos entre curiosidade, criatividade e inovação, mas com distinções relacionadas ao contexto das empresas. Por exemplo, a Fast2Pay nasceu da necessidade do mercado, enquanto a Progenes nasceu a partir de pesquisas, o que ajuda a explicar diferenças na dimensão criatividade. Nesse momento o fato de serem produtos de variedades distintas e pelo fato das startups se encontrarem em mercados diferentes explicaria essa distinção percebida. Após um período de análise das entrevistas foi percebido no mapa conceitual que ambas startups possuíam uma história variada, ou seja, essa história poderia estar trazendo a distinção no processo de desenvolvimento de produto percebido nos testes, sendo assim surge o conceito a ser analisado junto do instrumento sendo ele a história que traria um estímulo aquela startup. o resultado previsto com isso foi positivo ao que se buscava, foi visto que ambas startups no momento de sua origem se encontravam em ambientes diferentes de mercado, porém cada uma de acordo com a influencia que vivia no momento teve uma posição diferente para iniciar seus processos de sua curiosidade, trazendo a criatividade para seus produtos esse estímulo foi denominado de "E si?". Conclui-se que, Startups que investem e administram de forma equilibrada os fatores de inquietude, tolerância ao estresse, abertura a novas ideias e Diferencial na resolução de ideias, além de proporcionar um ambiente de trabalho estável para o grupo gera um influenciador de curiosidade muito superior a outras empresas, mas o real influenciador que traz todos esses fatores a tona é o fator Estimulo. O estímulo é o fator que pode ser expresso pelo termo "E si?", onde ao buscar a resolução de um problema percebido pelo sujeito ele se estimula a soluçona-lo. Seguindo esse questionamento é possível trazer a criatividade desejada para sua empresa. Todas as empresas apresentaram um fator "E si?" diferente e ambas por conta disso estão em situações diferentes, já que é uma variável com o ambiente que o influenciado se encontra, podendo trazer processos diferentes mas que podem ser lidados de formas semelhantes para alcançar seu resultado final

Processo Da Curiosidade Na Startup



Referências Bibliográficas

State of Curiosity Report. Be Curious, 2016
<https://referenciabibliografica.net/a/pt-br/ref/abnt/?example=article-or-section-of-periodical-1>

Ventura, Antonio. CPBR6 - O passo-a-passo de uma Startup, 2013
<https://www.youtube.com/watch?v=4HJczjLr2Uc&t=137s>