

UNISUL - Universidade do Sul de Santa Catarina

Disciplina: Criatividade e Inovação

Estudo de caso

O termo inovação está na agenda de um número crescente de organizações preocupadas em colocar em prática iniciativas que permitam gerar importantes diferenciais competitivos para a sua própria sobrevivência em um ambiente globalmente competitivo. Não se trata apenas de mais um modismo ou jargão cunhado nas escolas de administração e que eventualmente possa servir de tábua de salvação para uma ou outra empresa, mas a base de sustentação de muitas organizações que já provaram ser possível obter novos clientes de forma mais barata e mais eficiente, simplificar produtos, serviços ou processos e reverter benefícios em favor da organização.

A inovação, naturalmente, acontece pela ação de pessoas que imbuídas de criatividade e apoiadas em um ambiente favorável, mecanismos de estímulo e um verdadeiro desbloqueio de modelos mentais, passam a desenvolver novos produtos, serviços e processos.

A proposta deste estudo de caso é:

Identificar uma organização pública, privada ou do terceiro setor que tenha promovido ou esteja promovendo a inovação e a criatividade no desenvolvimento de produtos e/ou serviços e/ou processos.

Mais do que isso, o estudo deve revelar como essa inovação foi ou vêm sendo construída e quais os benefícios e o sucesso alcançado.

- a. Toda informação apresentada deverá ser referenciada com fonte de pesquisa, lembrando que a internet pode ser considerada como ferramenta de pesquisa, porém, as informações deverão ser confrontadas e validadas com fontes seguras.
- b. As *perguntas norteadoras* abaixo listadas, como o próprio nome diz, servem de guia para a pesquisa e sugerem um aprofundamento mínimo sobre a pesquisa a ser realizada. O entendimento do professor dessa disciplina é de que, graduandos, cursando as últimas fases do curso, são alunos com discernimento sobre os seus compromissos acadêmicos e o estudo de caso ora proposto, muito mais do que meio para obtenção de uma nota, é um momento para colocar em prática os conhecimentos teóricos e efetivamente construir o conhecimento necessário para a vida profissional.
- c. Informações adicionais às perguntas norteadoras não só podem como devem ser apresentadas, pois, naturalmente demonstram o comprometimento do aluno com a pesquisa e o aprofundamento no desenvolvimento da atividade, contribuindo com a avaliação e a nota.
- d. As informações apresentadas deverão ser realistas, consistentes e à luz da pesquisa.
- e. O estudo de caso deverá ser encaminhado em arquivo anexo (.doc) por e-mail (ilhermann@gmail.com), indicando no assunto: C&I – Estudo de caso, até 22/09/2010.
- f. O estudo de caso deverá ser apresentado em sala de aula em 22/09/2010 e o arquivo da apresentação, encaminhado em arquivo anexo (.ppt) por e-mail (ilhermann@gmail.com), indicando no assunto: C&I – Estudo de caso, na mesma data.
- g. Plágio é a inclusão, em um trabalho próprio, de frases ou idéias de outra pessoa, sem que se dê crédito ao autor original. Caso seja identificado a ocorrência de plágio, a nota dos integrantes do grupo será zero "0".

Perguntas norteadoras

1. Em relação a empresa escolhida e a inovação pesquisada, quais os pontos positivos identificados? Justifique.
2. Em relação a empresa escolhida e a inovação pesquisada, quais os pontos negativos identificados? Justifique.
3. Como foi financiado o desenvolvimento do modelo de inovação (serviço, produto, processo, modelo adotado pela empresa) pesquisado?
4. Quais os atributos identificados na pesquisa? Justifique.
5. Considerando a pesquisa efetuada (serviço, produto, processo, modelo adotado pela empresa) o que seria necessário fazer para que outras empresas invistam mais em atividades ligadas à inovação?
6. Até que ponto pode ser identificado a participação (responsabilidade) do setor público, privado e/ou universidades no desenvolvimento da inovação pesquisado? Justifique.
7. Considerando o modelo de inovação (serviço, produto, processo, modelo adotado pela empresa) pesquisado, até que ponto houve contribuição com aspectos sociais, econômicos e financeiros?
8. Na perspectiva do consumidor (cliente/público alvo – pessoa física/jurídica/sociedade) qual/quais os valores que foram agregados e que podem ser observados? Justifique.
9. Como as ferramentas para incentivo à criatividade auxiliaram no processo de inovação da empresa pesquisada? Justifique seu ponto de vista com exemplos.
10. A inovação pesquisada gerou direito autoral? (marca, patente). Qual o impacto observado junto a empresa pesquisada e demais entes (físicos/jurídicos) envolvidos?