

# Novas perspectivas de Empreendedorismo e Inovação



Uma visão baseada  
nos movimentos mundiais



## Enor J. Tonolli Jr.

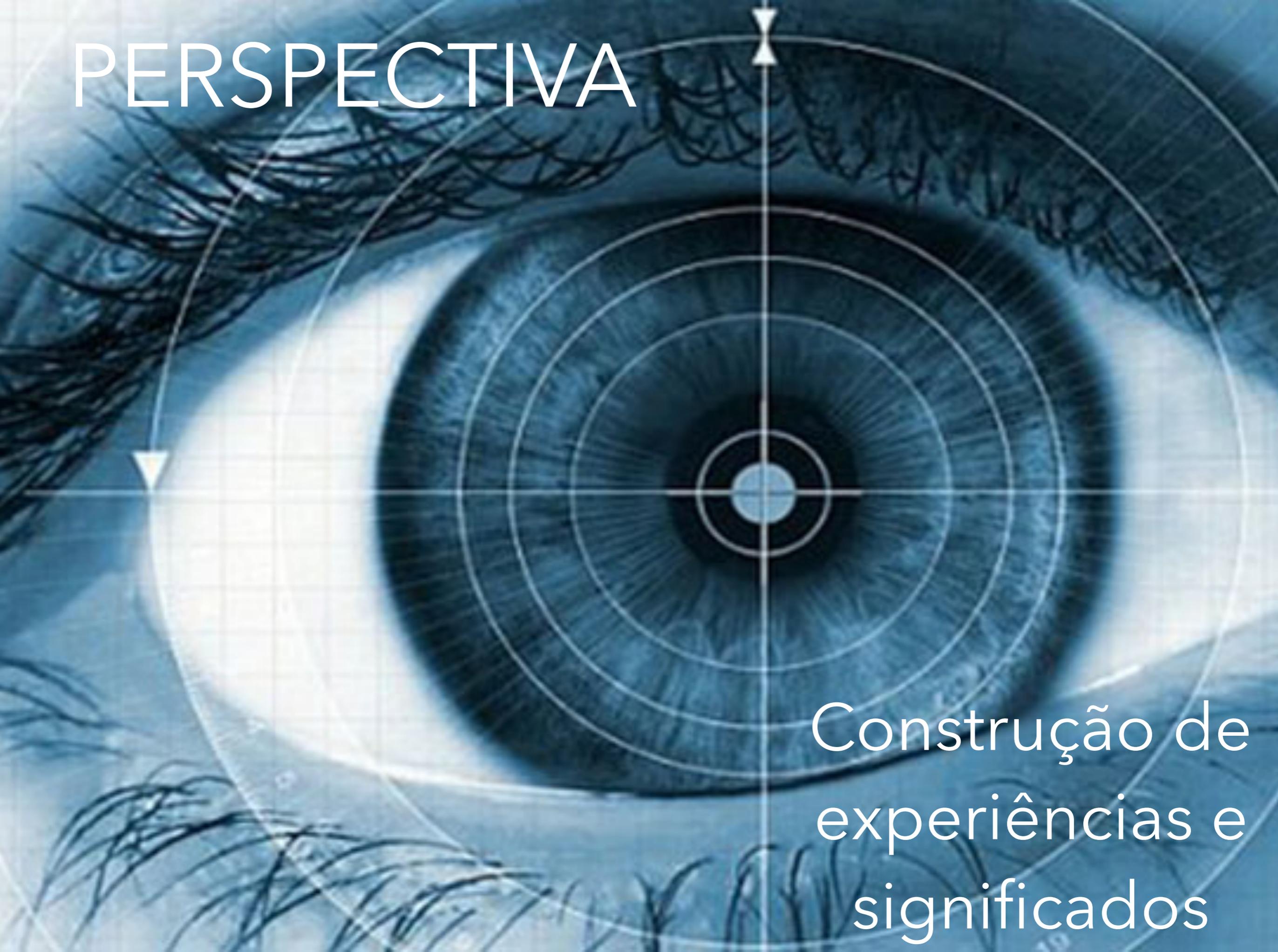
Coordenador Executivo do Parque de Ciência, Tecnologia e Inovação – TecnoUCS, coordenador do programa de geração de startups – StartUCS e professor nas áreas de engenharia e empreendedorismo. Formado em engenharia mecânica (PUC-RS), especialista em desenho industrial (PUC-RS), mestre em engenharia de produção (UFSC) e doutor em administração (ênfase em sistemas de informação e apoio a decisão) (UFRGS). Atuei na indústria por 18 anos em áreas de projetos, processos e produção e, como professor, atuo na UCS desde 1994.



# PERSPECTIVA



# PERSPECTIVA



Construção de  
experiências e  
significados

# teste

---

teste

---

**CHALEIRA**

# teste

---

## CHALEIRA







BECOME GREAT AT  
MAKING PRODUCTS  
PEOPLE WILL BUY

SECOND  
EDITION



when  
coffee  
& kale  
compete

ALAN KLEMENT

*"The End of Power will change the way you read the news, the way you think about politics, and the way you look at the world."* —BILL CLINTON

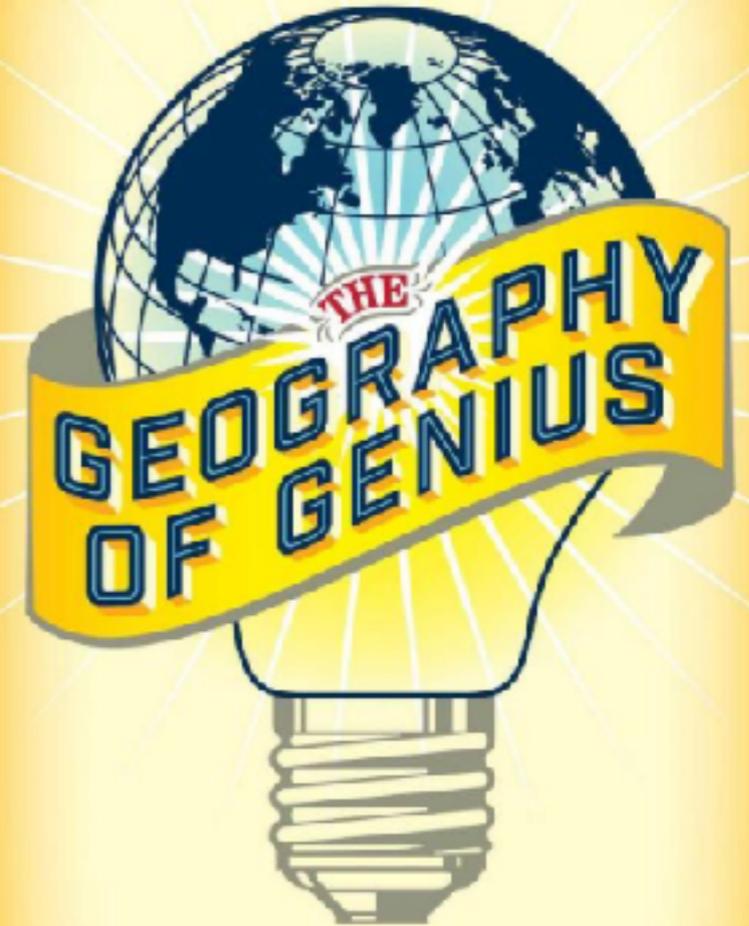
# THE END OF POWER

FROM BOARDROOMS  
TO BATTLEFIELDS  
AND CHURCHES  
TO STATES,  
WHY BEING  
IN CHARGE  
ISN'T WHAT IT  
USED TO BE

MOISÉS NAÍM

Copyrighted Material

*A Search for the World's Most Creative Places,  
from Ancient Athens to Silicon Valley*

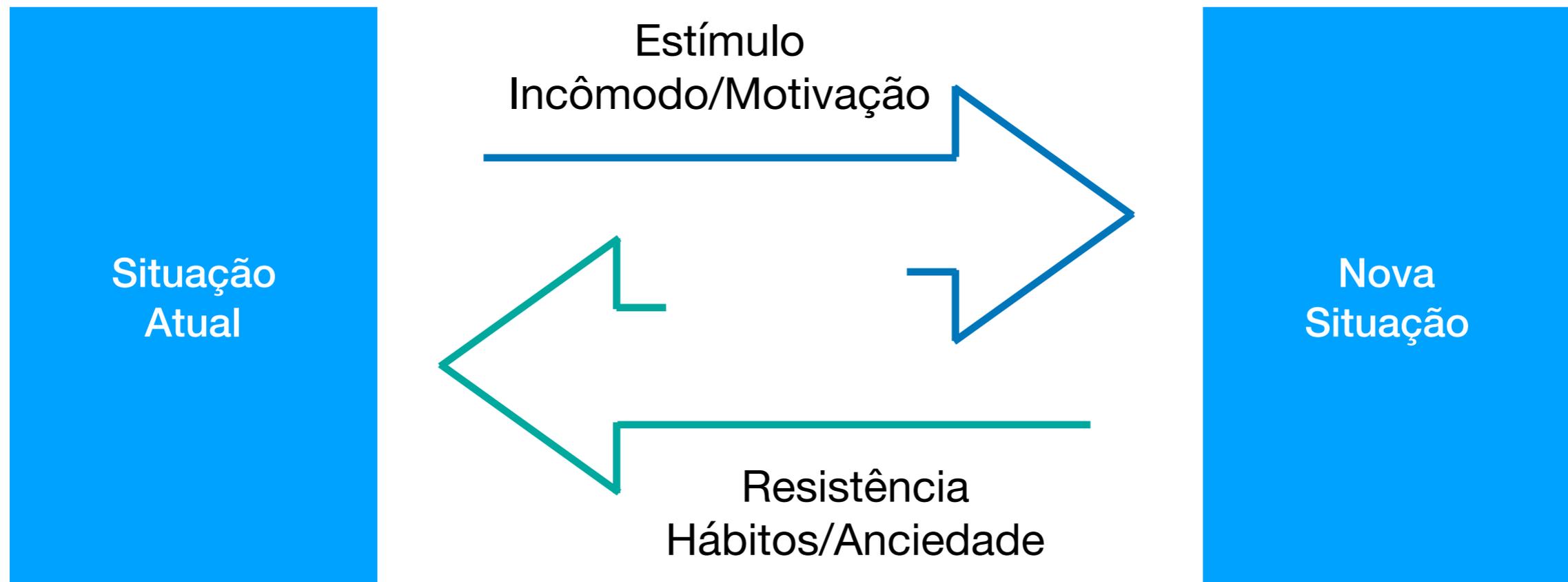


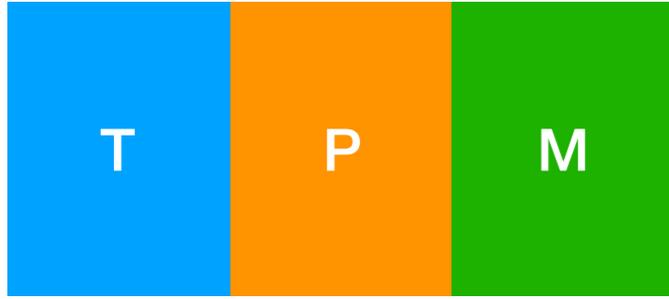
**ERIC WEINER**

BESTSELLING AUTHOR OF *THE GEOGRAPHY OF BLISS*

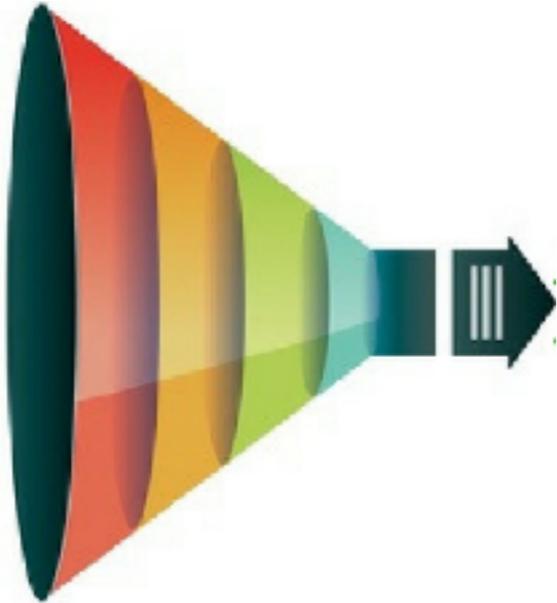


## Teoria do Progresso JTBD - Job to Be Done





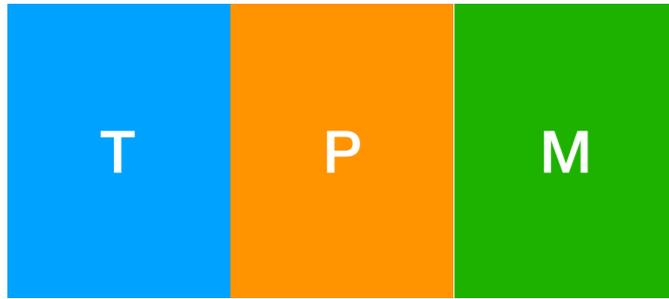
**Tecnologia,  
Produto,  
Mercado**



**Funil de Ideias**

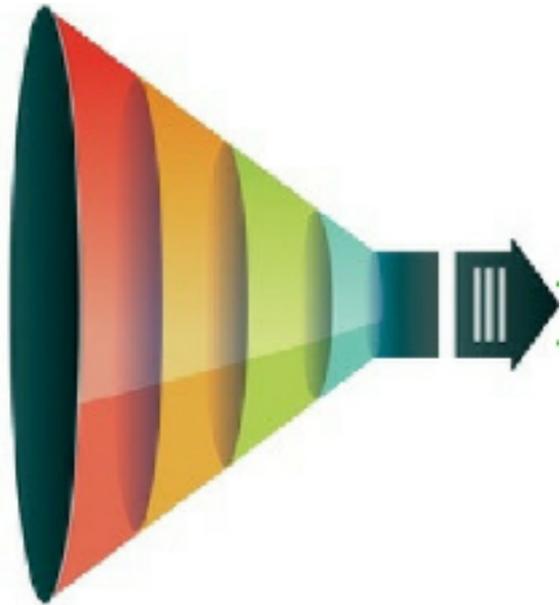


**Personas**



**Tecnologia,  
Produto,  
Mercado**

**Tragédia  
Prevista no  
Mercado**



**Funil de Ideias**

**Funil da Discórdia**



**Personas**

**Não saímos do prédio e  
a nossa visão fica reduzida.  
Correlação x Causalidade**



## Teoria do Progresso JTBD - Job to Be Done

Os clientes não querem seu produto ou serviço ou que ele faz.

Os clientes os colocam em sua vida para PROGREDIR.



## Teoria do Progresso JTBD - Job to Be Done

Os clientes não querem seu produto ou serviço ou que ele faz.

Os clientes os colocam em sua vida para PROGREDIR.

**JOB TO BE DONE:** Descobrir o progresso que o cliente quer!  
É o progresso buscado em uma determinada circunstância.

**Canvas de Progresso do Cliente**  
**Teoria do Progresso**  
**JTBD - Job to Be Done**

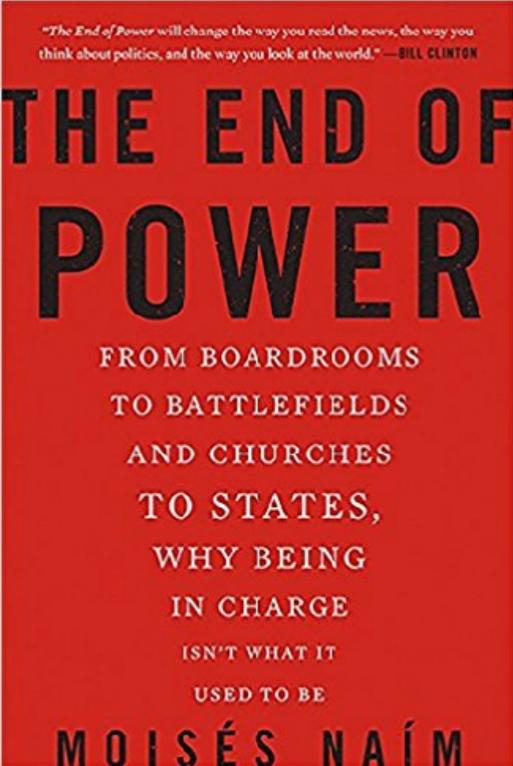
<p><b>Dores</b></p> 	<p><b>Motivações</b></p> 	<p><b>Job</b></p> 	<p><b>História do Job</b></p>   Quando _____ Eu quero _____ De modo que _____
<p><b>Hábitos</b></p> 	<p><b>Ansiedades</b></p> 	<p><b>Crítérios de Sucesso</b></p> 	

## Cultura do desempenho



## Cultura da inovação





## Porque o poder está perdendo força? A Revolução do Mais, da Mobilidade e da Mentalidade

### Revolução do **MAIS**: sobrepujando as barreiras do poder.

Se caracteriza pelo aumento e abundância em tudo: no número de países, no tamanho das populações, em padrão de vida, índices de alfabetização, melhoria na saúde e na qualidade de produtos.

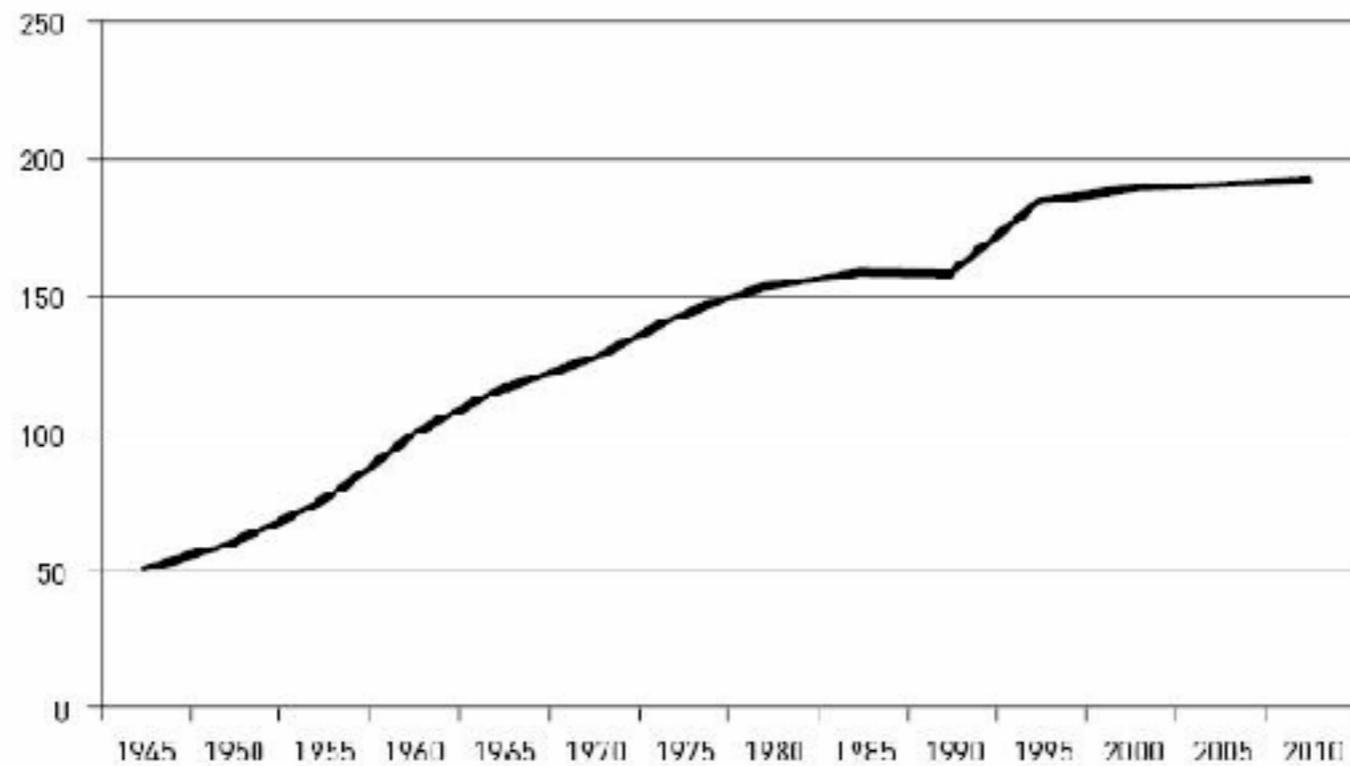
### Revolução da **MOBILIDADE**: o fim da audiência cativa.

Temos mais de tudo e, além disso, esse “mais” (gente, produtos, tecnologia, dinheiro) se movimenta com uma intensidade inédita e com um custo menor.

### Revolução da **MENTALIDADE**: não dar mais nada como certo.

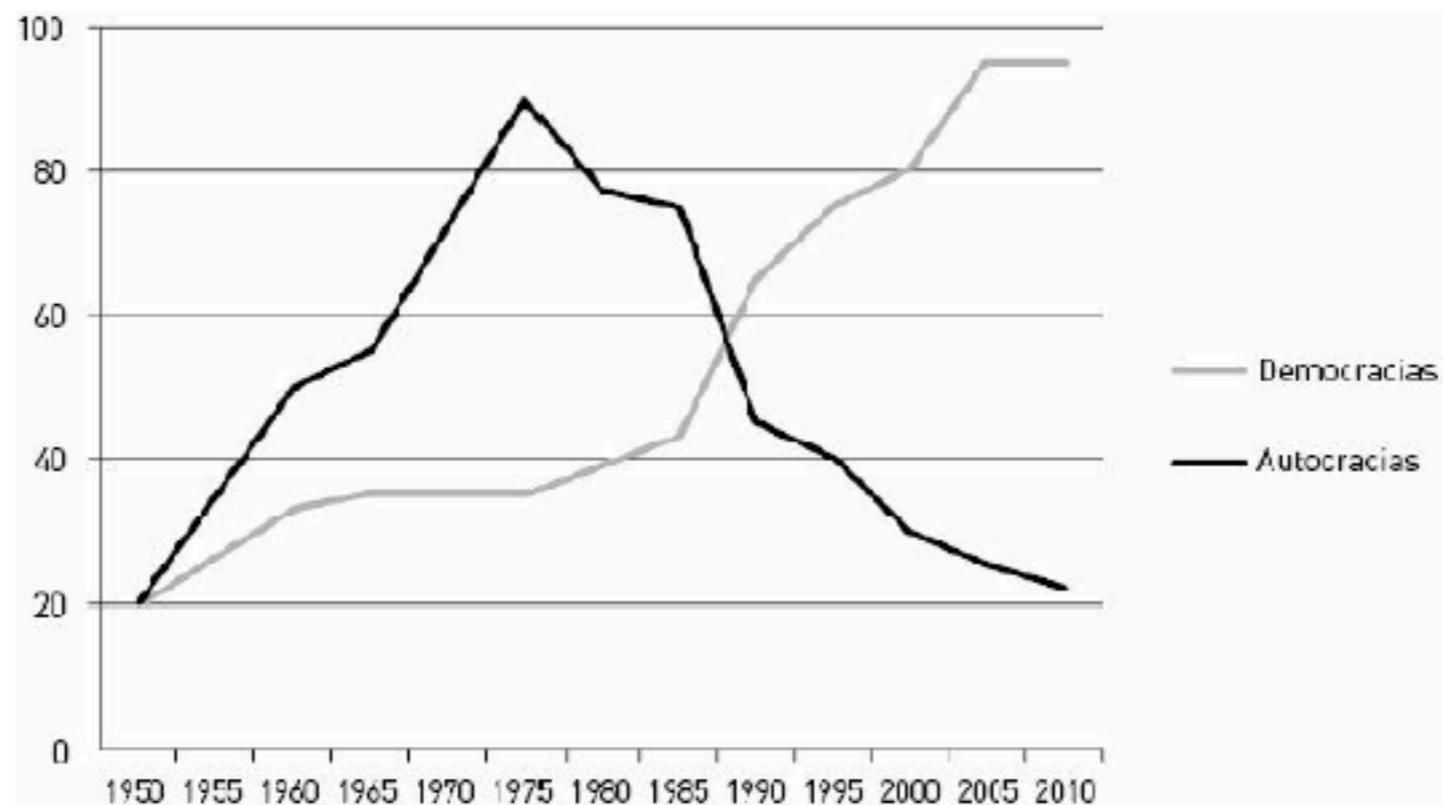
Reflete as grandes mudanças nos modos de pensar, nas expectativas e nas aspirações, que vêm acompanhando essas transformações.

Figura 5.1 O número de nações soberanas quadruplicou desde 1945

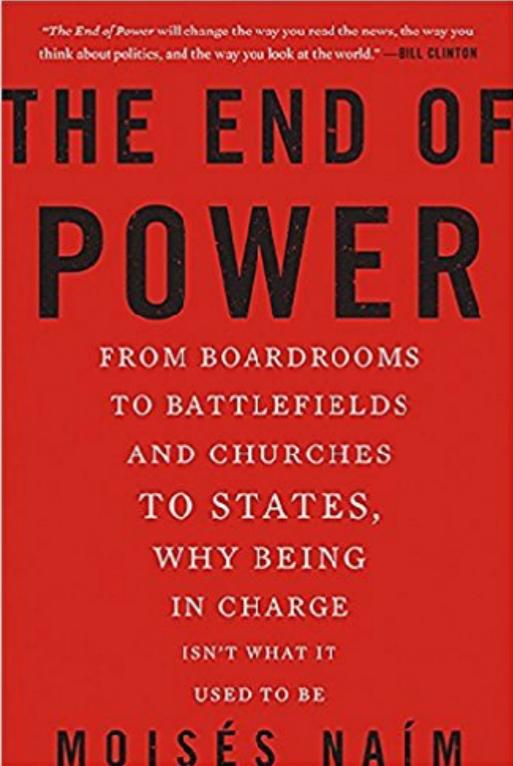


Fonte: Growth in United Nations Membership, 1945-Present. Disponível em: [www.un.org/en/members/growth.shtml](http://www.un.org/en/members/growth.shtml)

Figura 5.2 A proliferação de democracias e o declínio das autocracias: 1950-2011



Fonte: Monty G. Marshall; Keith Jagers; Ted Robert Gurr. Polity IV Project. *Political regime characteristics and transitions, 1800-2010*. Disponível em: [www.systemicpeace.org/polity/polity4.htm](http://www.systemicpeace.org/polity/polity4.htm)

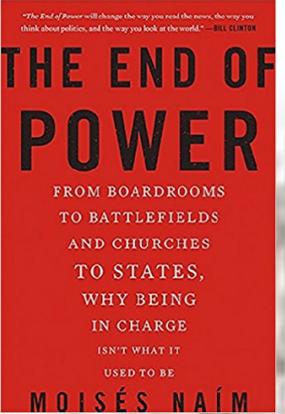


São os micropoderes: atores pequenos, desconhecidos ou até então insignificantes, quem encontraram modos de minar, encurralar ou frustrar as megapotências, ...

O fato de lhes faltar escala, coordenação, recursos ou um prestígio prévio leva a crer que não deveriam nem poder participar, ou pelo menos que só poderiam fazê-lo por pouco tempo, antes de terminarem esmagados ou absorvidos por algum dos rivais dominantes.

Mas não é assim. Na realidade, em muitos casos está acontecendo o oposto.

Os micropoderes estão negando aos atores estabelecidos muitas opções que eles antes davam como certas. Às vezes, os micropoderes chegam até a ganhar a concorrência com atores estabelecidos há muito tempo.



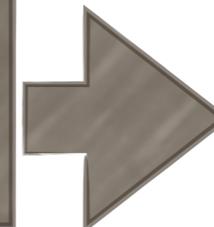
# Guerras Assimétricas

Um estudo da Universidade de Harvard sobre guerras entre forças assimétricas:

Início do Conflito

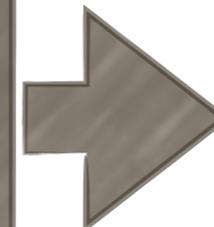
Lado Fraco Atingiu seus Objetivos

1800 - 1849



12%

1950 - 1998



55%

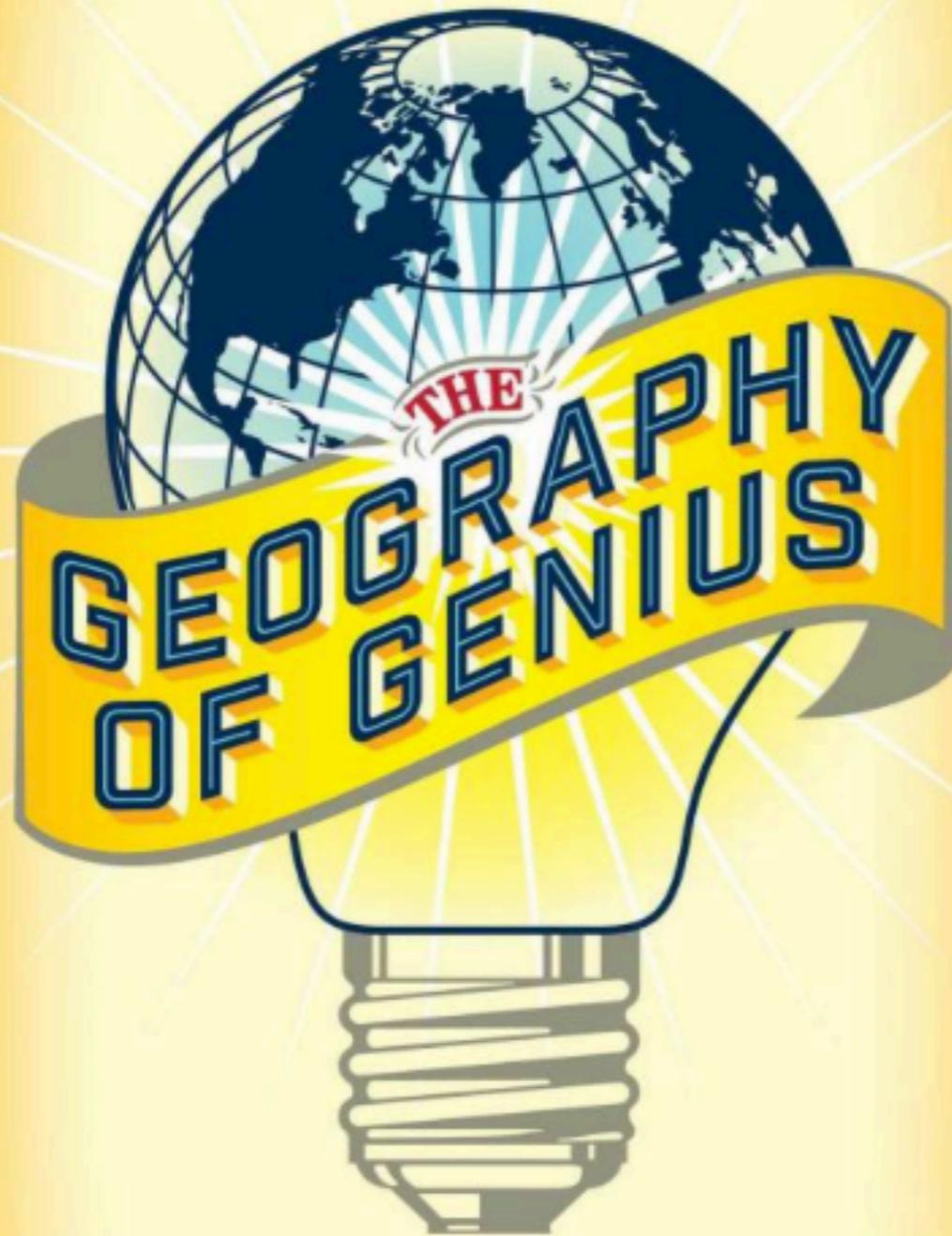
% de vezes que o lado mais fraco alcançou seus objetivos

**“One important factor behind this shift is the increasing ability of the weaker party to inflict casualties on its opponent at lower cost to itself”**

“The End of Power” by Moisés Naím

Copyrighted Material

*A Search for the World's Most Creative Places,  
from Ancient Athens to Silicon Valley*



Após investigações profundas de cidades como a Atenas antiga durante sua Era de Ouro, Florença durante o Renascimento e o atual Vale do Silício, Weiner descobre que o sucesso destes lugares retorna a um simples princípio filosófico de Platão: “O que é homenageado em um país, será cultivado lá.”

Em outras palavras, o que cada local valorizou foi o que recebeu em termos de investimento, atenção, talentos e recompensas.

“Honrando e valorizando as coisas certas, podemos alcançar a grandeza.”

BECOME GREAT AT  
MAKING PRODUCTS  
PEOPLE WILL BUY

SECOND  
EDITION



when  
coffee  
& kale  
compete

ALAN KLEMENT

*"The End of Power will change the way you read the news, the way you think about politics, and the way you look at the world."* —BILL CLINTON

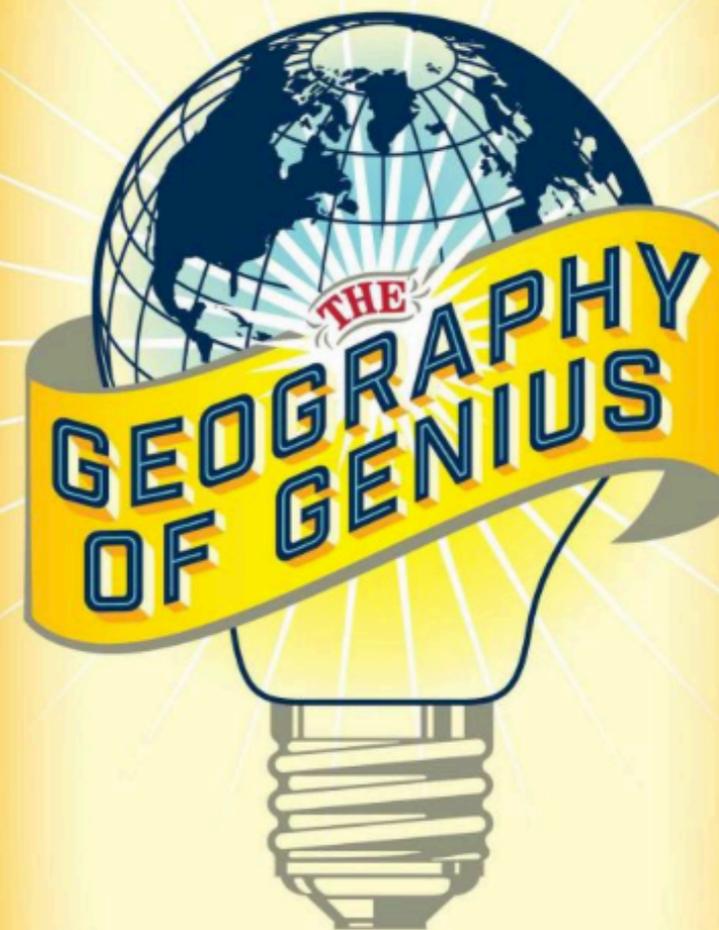
# THE END OF POWER

FROM BOARDROOMS  
TO BATTLEFIELDS  
AND CHURCHES  
TO STATES,  
WHY BEING  
IN CHARGE  
ISN'T WHAT IT  
USED TO BE

MOISÉS NAÍM

Copyrighted Material

*A Search for the World's Most Creative Places,  
from Ancient Athens to Silicon Valley*



**ERIC WEINER**

BESTSELLING AUTHOR OF THE GEOGRAPHY OF BLISS

“

*A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu, mas pensar aquilo que ninguém ainda pensou sobre o que todo o mundo vê.*

*Schopenhauer*

”





Novos olhares,  
novos horizontes

**Obrigado!**

Prof. Dr. Enor Tonolli Jr