

CRIANDO “ESPAÇO” NOS MERCADOS em transformação

Design Strategy, Design Innovation e Design Project são os meios que muitas empresas utilizam para modelar seus produtos/serviços considerando tecnologias emergentes e as perspectivas do usuário – *user centered ideas* é o modo como elas têm incorporado novidades, validam usabilidade, testam viabilidade e escalabilidade dos seus produtos/serviços. E naturalmente inserem a cocriação em várias etapas do seu ciclo de desenvolvimento, objetivando a oxigenação de seus processos, da estrutura organizacional, e obter inspirações para modelagem dos seus produtos/serviços, ou seja, inovar.

A colaboração entre negócios-universidades também tem se mostrado uma fonte de transpor a escassez dos recursos corporativos, particularmente para aqueles que criam sua startup, mas também clusters de segmentos industriais ou serviços que exigem alto nível de especialização do conhecimento.

Novos perfis de consumidores, tecnologias emergentes, novos modelos de relação de trabalho, novas formas de consumo etc. derrubam dogmas e criam novos “espaços” no mercado, implantando uma nova cultura que transforma toda uma sociedade. E notoriamente geram uma nova dinâmica de mercado.

Mas o motor central ainda são as ideias, que levam aos projetos ou startups, que ao completarem seu ciclo de validação de escala tornam-se corporações e por conseguinte buscam por novas ideias e o ciclo entra em loop, interrompido temporariamente quando há um ato disruptivo, e então novos players entram e a relação de poder se adapta e volta ao ciclo natural da transformação.

Em que isso impacta a gestão de projetos? Talvez o mais evidente seja a necessidade de acoplar design management às suas etapas de gestão da iniciativa. Não basta somente avaliar o contexto, mas também é necessário

adequá-lo ao uso de tecnologias emergentes, aos novos modelos de relação de trabalho, ao time-to-market de cada negócio e também a uma visão orientada ao usuário. São análises inevitáveis para qualquer iniciativa atual.

E visando a contribuir com essa perspectiva de análise, esta edição aborda diversos assuntos que orbitam a temática e estão diretamente relacionados aos projetos, entre eles: a) o UNPC *innovativeness model* – *usefulness, newness, profitability* e (*proof of*) *concept*, um conjunto completo de indicadores de ideação que foi testado e validado por um período de mais de 4 anos dentro dos maiores clusters de inovação da Europa, o Silver Valley; b) o modelo bimodal do Gardner Group, diretrizes que consistem em se manter um conjunto de projetos de base, chamados de Modo 1, que possibilitam a manutenção dos sistemas e infraestruturas existentes, e projetos de inovação, chamados de Modo 2,



que apoiam inovações disruptivas; c) a tecnologia *blockchain* e seu impacto na cocriação e na inovação aberta, além da nova perspectiva de segurança na rede que leva a uma nova onda de serviços na internet; d) uma interpretação do design strategy aplicada aos negócios inovadores, que nos remete ao modo de pensar desses empreendedores: obliquidade e exaptação, mentalidade global e desobediência responsável; e) novas perspectivas para lidar com incertezas usando vulnerabilidade como ponto de análise, aplicando o *design project risks*, que explora, entre outras coisas, as cinco estratégias básicas para lidar com vulnerabilidades do projeto: mitigação, evasão, transferência, aceitação e contingência; f) projeto a preço fixo: uma gestão rigorosa focada em prazo; e) como medir o desempenho de um PMO usando o *Competing Values Framework*, e muito mais.

Novos “espaços”, uma possibilidade efervescente nos mercados em transformação!



Zózimo

Editor-chefe
da Revista Mundo PM

PROJECT DESIGN PDM MANAGEMENT

Editor e Diretor-Executivo
Osmar Zózimo de Souza Jr.
zozimo@mundopm.com.br

Conselho Editorial

Américo Pinto
Antônio C. A. Maximiano
Bernard Yannou
Daniel Leroy
Darci Santos do Prado
Darli Rodrigues Vieira
Eduardo Linhares Qualharini
Heitor Coutinho
Marly Monteiro de Carvalho
Campbell Dinsmore
Ricardo Viana Vargas
Roberto Sbragia
Sérgio E. Gouvêa da Costa
Roque Rabechini Jr.

Conselho de Revisão

André Barcaui
Farhad Abdollahyan
Hélio Rodrigues Costa
J. Angelo Valle
João Alberto Vianna Tavares
João Carlos Boyadjian
José B. de Souza Filho
Lélio Varella
Magno Lima
Margareth Carneiro
Mário Henrique Trentim
Mauro Sotille
Peter Berndt de S. Mello
Roberto Pons
Raphael Albergarias
Sílvia A. C. Wille

Colaboradores desta Edição

Alam Braga
Alexandre Bekhradi
Américo Pinto
André Ribeiro Coutinho
Antonio Cesar Amaru
Maximiano
Benjamin Zimmer
Bernard Yannou
Carlos Roberto Campos
Daniella Castelucci de Medeiros
Eric Seulliet
Fábio Dóro Roncoleta
Farhad Abdollahyan
François Cluzel
Franck Marle
Hélio Rodrigues Costa
Jean-Claude Bocquet
Ludovic-Alexandre Vidal
Paulo André
Romain Farel
Projeto Gráfico e Diagramação
Blu Design e Comunicação
Revisão Editorial
Texto Finito
Artigos
Redação Mundo PM
artigos@mundopm.com.br

Contato Comercial

Telefone: (41) 3029-9397
Fax: 3029-9353
R. Fernando Simas, 705/72
Bigorrrilho - CEP 80.430-190
Curitiba-PR
comercial@mundopm.com.br
assinaturas@mundopm.com.br
publicidade@mundopm.com.br

Blog da Revista

blog.mundopm.com.br

Facebook da Revista

facebook.com/mundopm

ISSN: 1807-8095

A revista Mundo PM

é uma publicação

bimestral da Editora Mundo

Distribuição

Distribuição Nacional pela

Dinap – Distribuidora Nacional

de Publicações Ltda

O conteúdo dos artigos é de

responsabilidade dos autores.

Softwares distribuídos via

CD-ROM e encartes com a

revista são de propriedade

e responsabilidade de seus

fabricantes, assim como

suporte e os direitos autorais.

Erratas

www.mundopm.com.br/erratas

MundoPM é impressa pela:



www.maxigrafica.com.br