

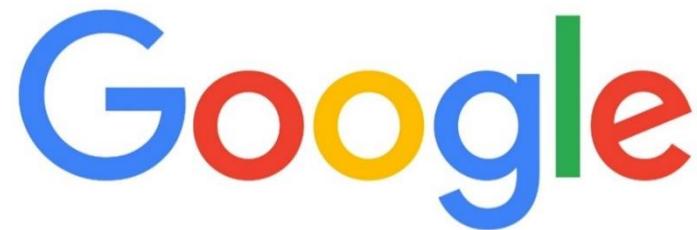


SENAI

INSTITUTO SENAI DE INOVAÇÃO

O DESIGN COMO FERRAMENTA PARA INOVAÇÃO,
PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

O QUE É DESIGN?

**DESIGN**

4.860.000.000 resultados

DEUS

146.000.000 resultados

PRODUTOS SEM GRAÇA



PRODUTOS ATRAENTES



O QUE É DESIGN?

“Mudar uma situação **existente**
para a **escolhida/preferida**.”

Marcos Batista

**1980**

PRODUTOS

DESIGN

1990

QUALIDADE

INTERNET

2000

MARCAS

DESIGN THINKING

2010 ...

INOVAÇÃO

**ATRIBUTOS
RACIONAIS****BENEFÍCIOS
FUNCIONAIS**CARRO QUEBRA
MENOS**BENEFÍCIOS
EMOCIONAIS**TRANQUILIDADE
PARA VIAJAR**VALORES
EMOCIONAIS**SEGURANÇA
PARA SUA FAMÍLIA**PRODUTOS +
MARCAS +
SERVIÇOS +****EXPERIÊNCIAS**

O QUE É EXPERIÊNCIA?

EXPECTATIVA – PERCEPÇÃO = EXPERIÊNCIA



PORQUE INOVAR?

- Crescer
- Aumentar a lucratividade
- Enfrentar a concorrência
- Pioneirismo
- Ser inovador
- Marca desejada



A cada ano os estudos de mercado colocam
30.000 novos produtos
a venda...

90% fracassam

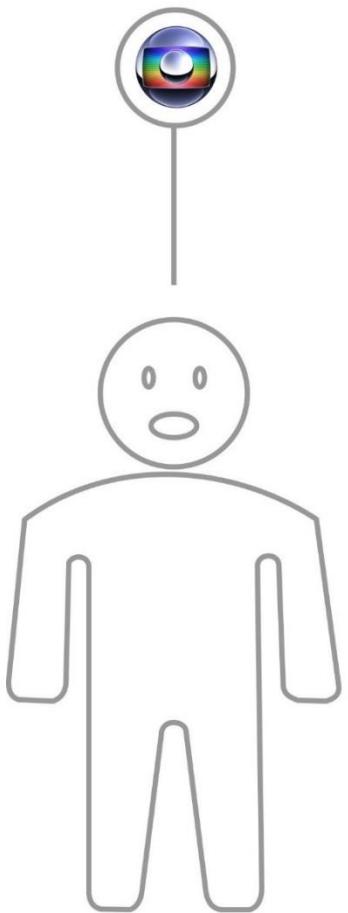
Harvard Business Review



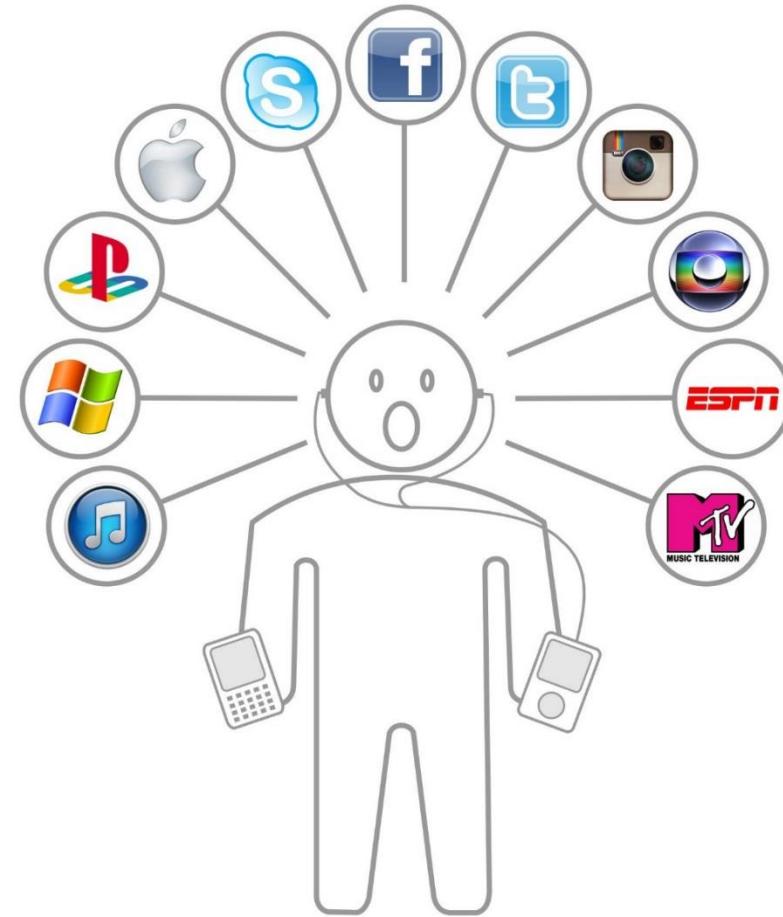
estamos expostos a
3000 mensagens publicitárias
todos os dias

Como diferenciar ?

Justin Kurby & Paul Marsden, Oxford



o que vc fazia quando
chegava da escola



o que o seu filho faz
quando chega da escola

INOVAÇÃO = introduzir novos valores

Não é necessariamente **sinônimo** de **novidade** ou de **tecnologia** ...



PRODUTO E SERVIÇO

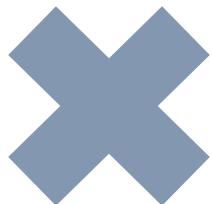


PROCESSO



MODELO DE NEGÓCIO

INVENÇÃO



INOVAÇÃO



Nem toda invenção se transforma em **inovação** !

“A perfeição não é alcançada quando não há mais nada a ser incluído, mas sim quando não há mais nada a ser retirado.”

Antoine de Saint-Exupéry





NÃO INVENTA NADA!?

1984 – Primeiro Macintosh, ele não foi o primeiro computador com mouse a ser lançado mas foi o primeiro que muita gente viu na vida.

1998 - iMac ... Plástico transparente e colorido ?

iPod – antes dele ... o que era mp3, mesmo existindo diversos tocadores de mp3 no mercado

iPhone – cel. mp3 internet e câmera, funções parecidas existem aos montes nas lojas, mas...



DESIGN THINKING

ENTWICKLUNG
AUF HOCH
AUF TERMIN

PENSAMENTO ANALÍTICO

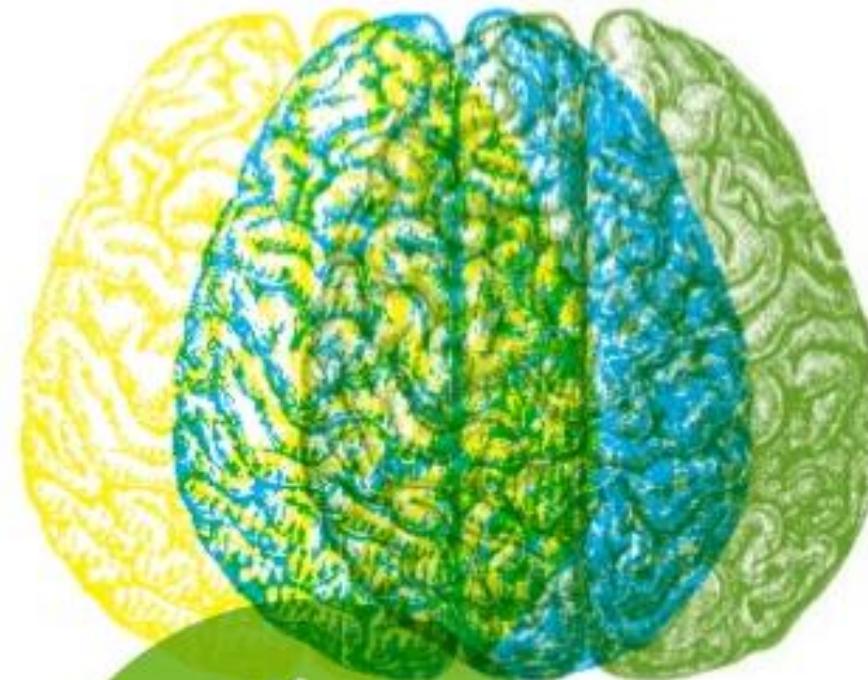
LÓGICAS INDUTIVA DEDUTIVA

lógicas construídas sobre o conhecimento do passado para tirar conclusões do futuro.



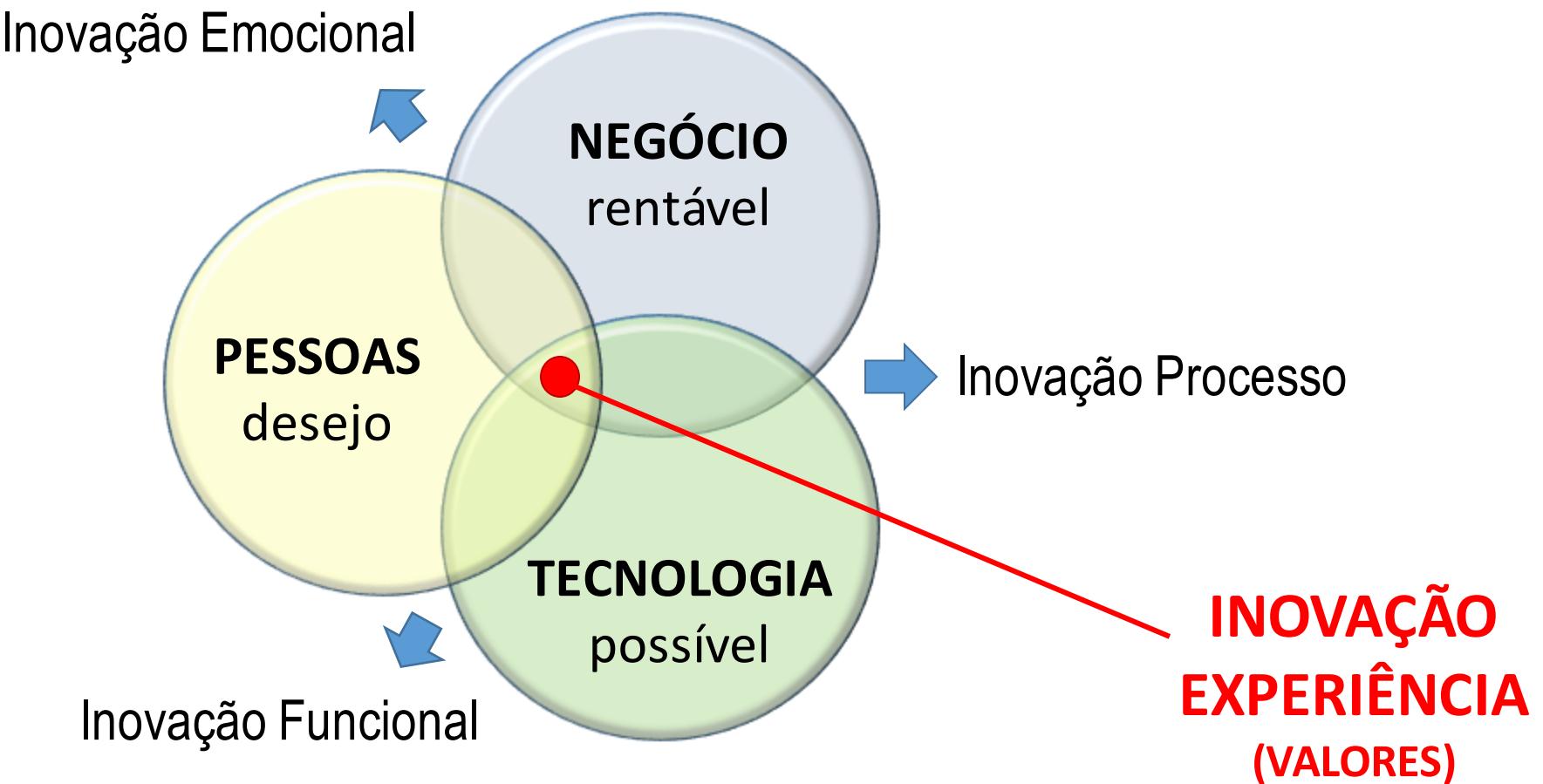
PENSAMENTO ABDUTIVO

orientado à inovação,
não tem a ver com
PROVA mas com
**CRIAÇÃO E
VALIDAÇÃO DE
HIPÓTESES**



**SÓ O
PENSAMENTO
ABDUTIVO
LEVA À
INOVAÇÃO.**

CHARLES PEARCE - SEMIOTICISTA



incerteza

clareza / foco

**PESQUISA**

Pesquisa direcionada – design
Pesquisa tecnológica

CONCEITO/PROTÓTIPO

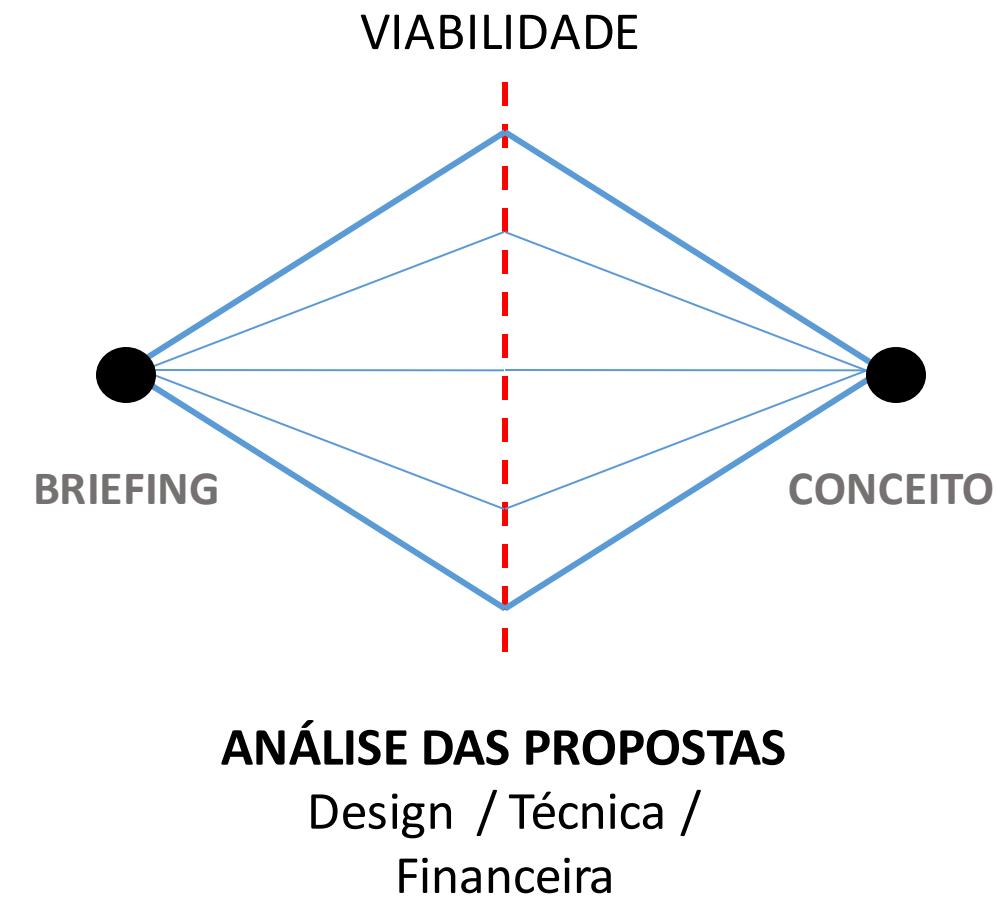
Design centrado no usuário

DESIGN

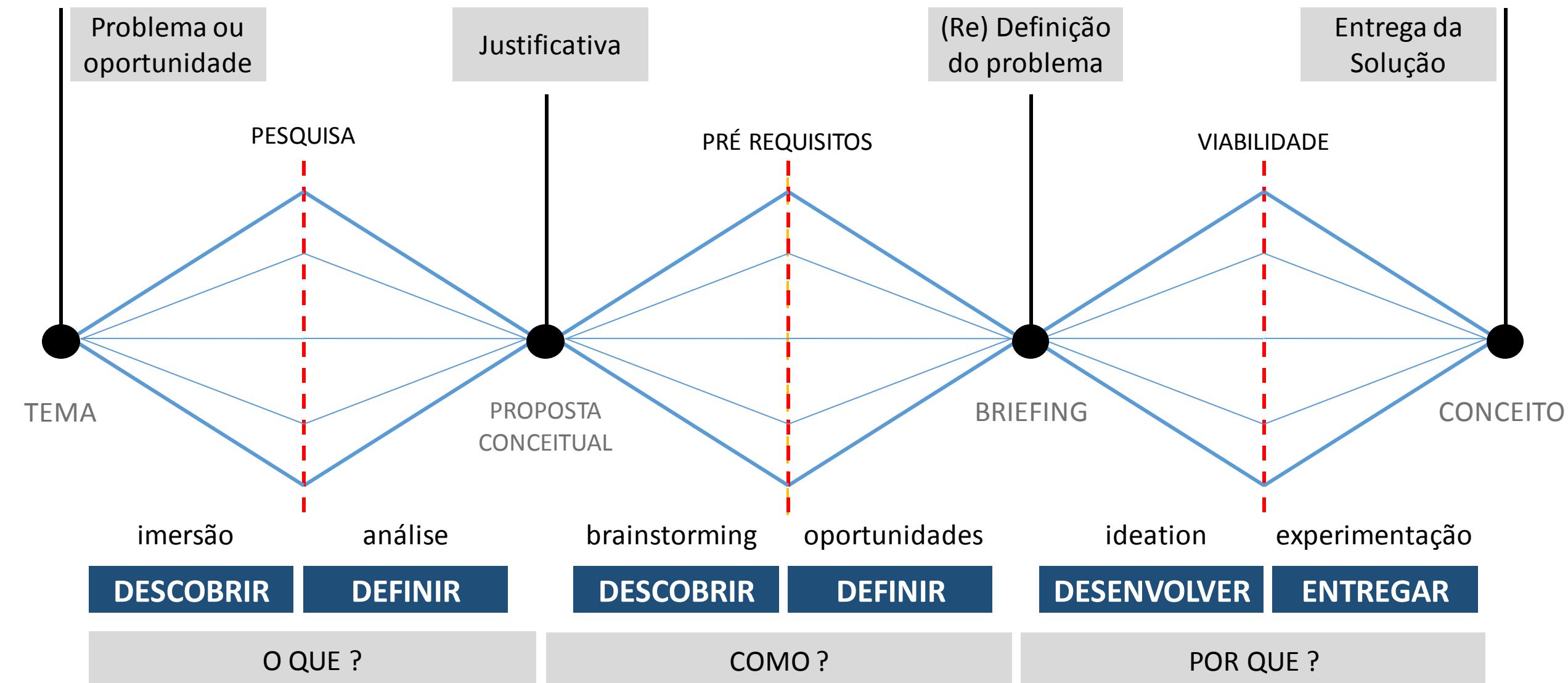
Desenvolvimento do produto
Interface de design, design visual

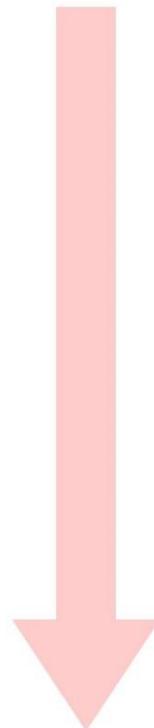
Marketing

- Pesquisa de Focus Group
- Perfil do consumidor
- Valores da marca
- Atributos
- Análise da situação (swot)
- Mercado / concorrência
- Recursos



PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO - ATUAL



SUPERFÍCIE**O QUE AS PESSOAS**

DIZEM
PENSAM

FAZEM
USAM

SABEM
SENTEM
SONHAM

TÉCNICAS

ENTREVISTAS

OBSERVAÇÕES

SESSÃO
GENERATIVA

EXPLÍCITO

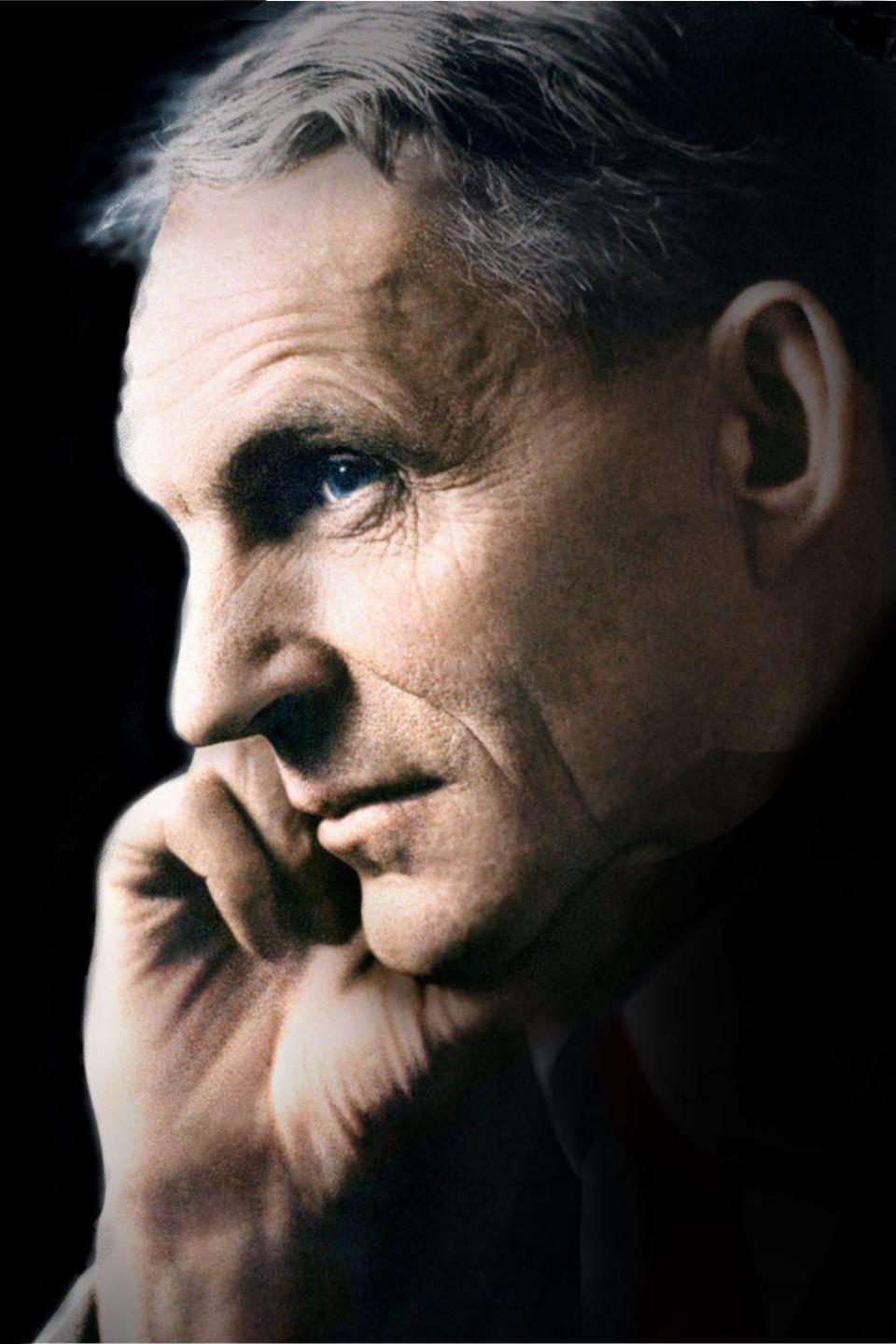
OBSERVÁVEL

TÁCITO

LATENTE

CONHECIMENTO**PROFOUNDIDADE**

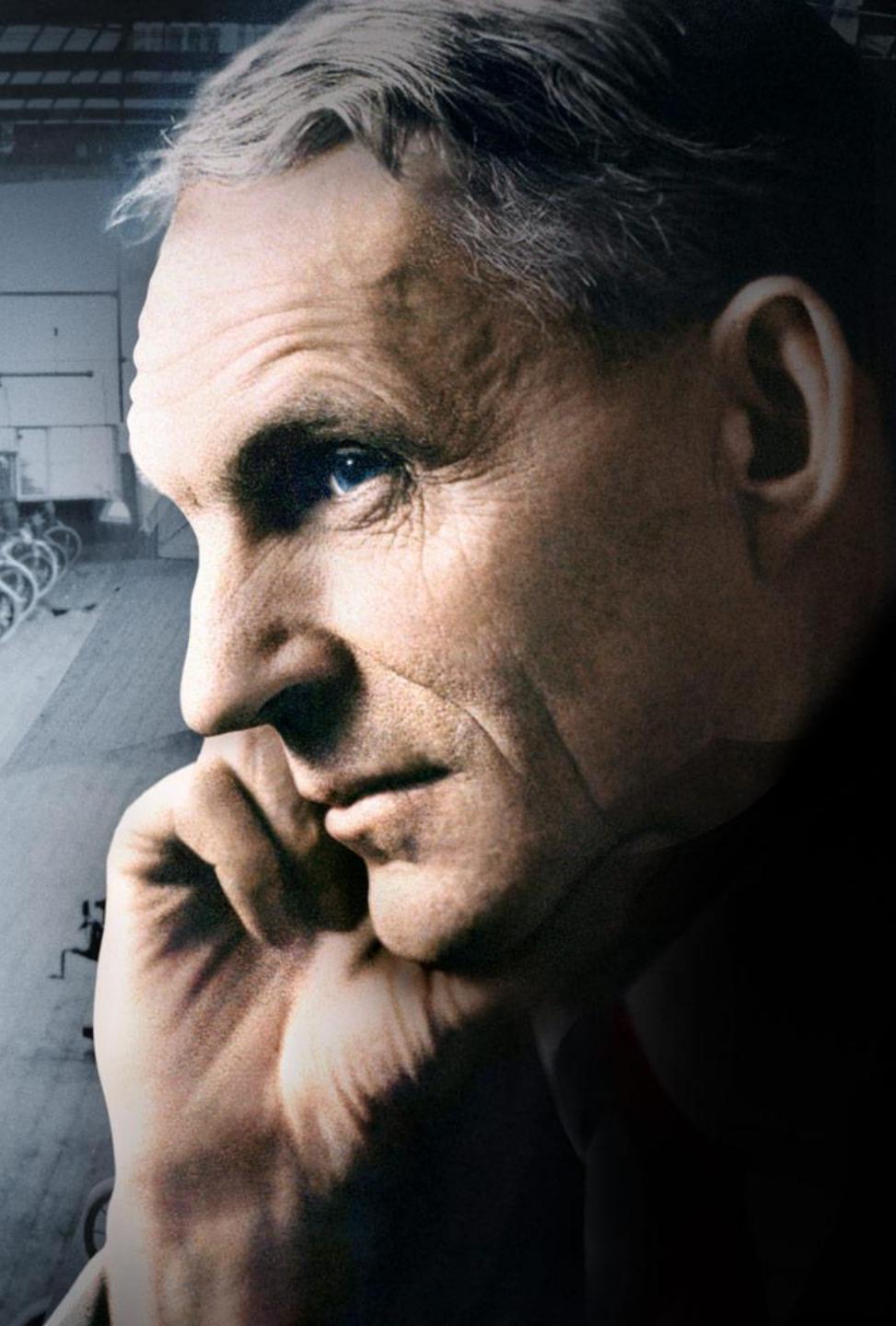
“Se eu tivesse perguntado às pessoas o que elas queriam, teriam dito cavalos mais rápidos.”





“Se eu tivesse perguntado as pessoas o que elas queriam, teriam dito : Cavalos mais rápidos.”

Henry Ford



IDÉIA NÃO NASCE EM LABORATÓRIO

DA

OBSERVAÇÃO





ÍNDIOS AYOREO – BOLÍVIA/PARAGUAI



CHAIRLESS - VITRA

VOCÊ PENSA DESIGN?

Ser eficiente ou inovador?

Olhar para o consumidor/cliente ou usuário?

Analizar problemas ou necessidades?

Criar para as pessoas ou com as pessoas?

Entregar valor tangível ou intangível?

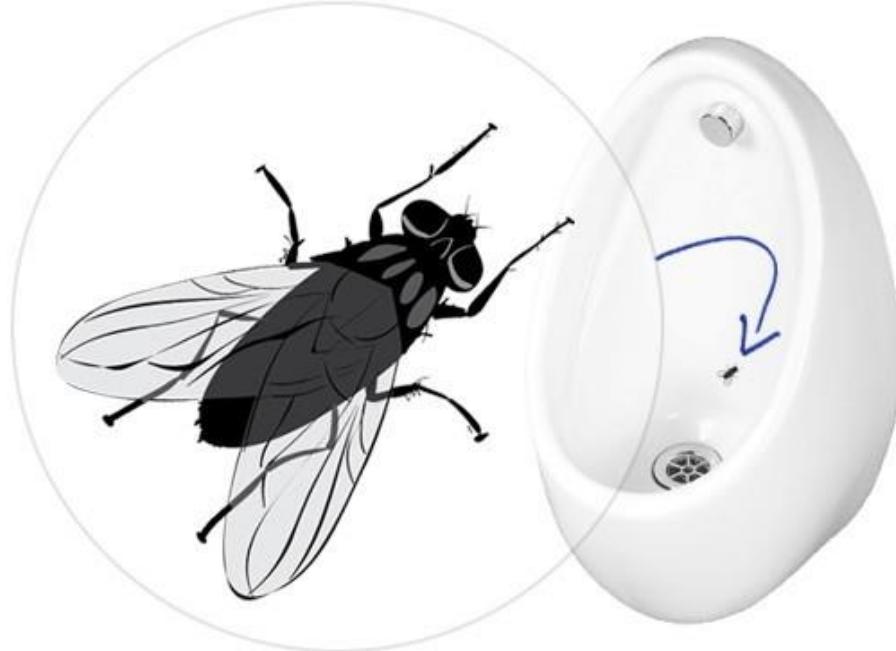
Refletir !



FOCO NAS FUNÇÕES

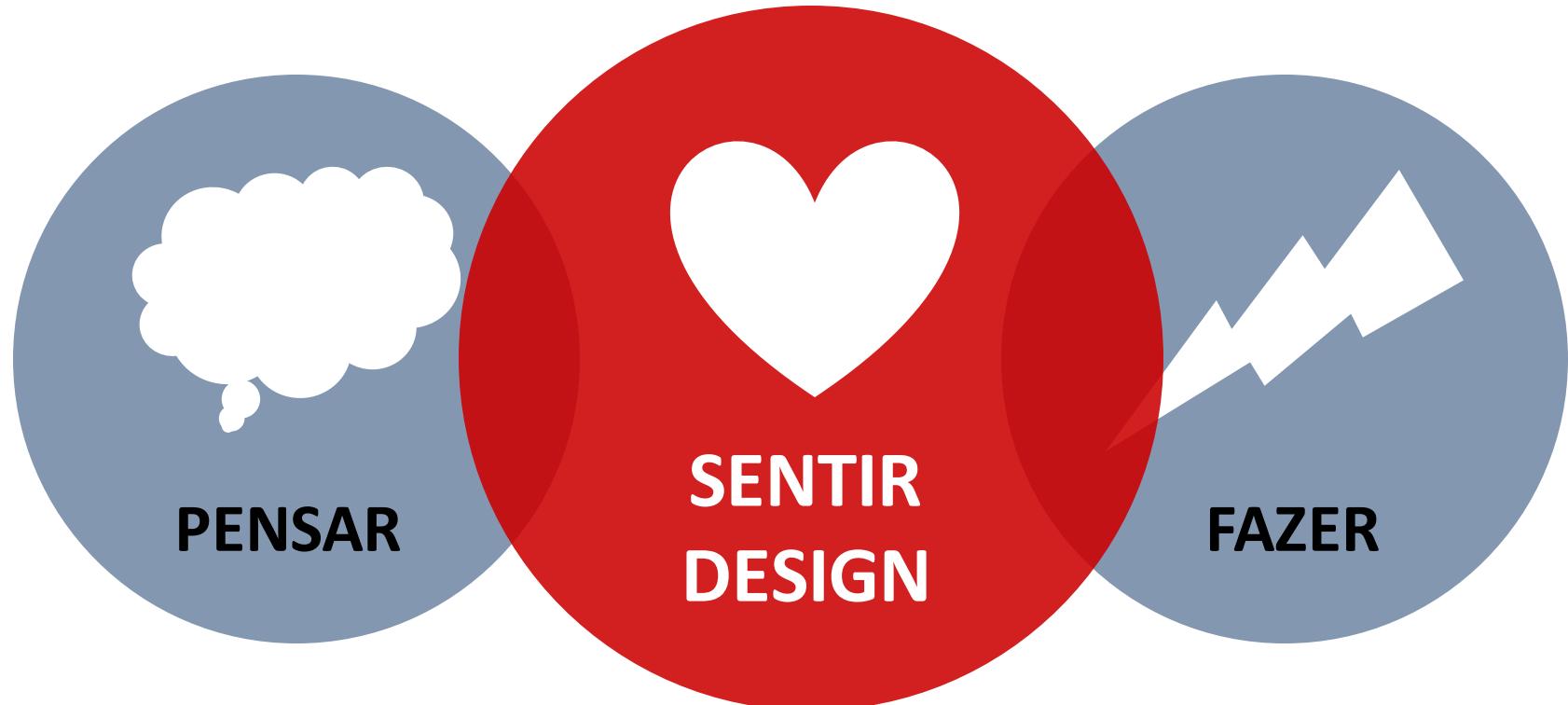


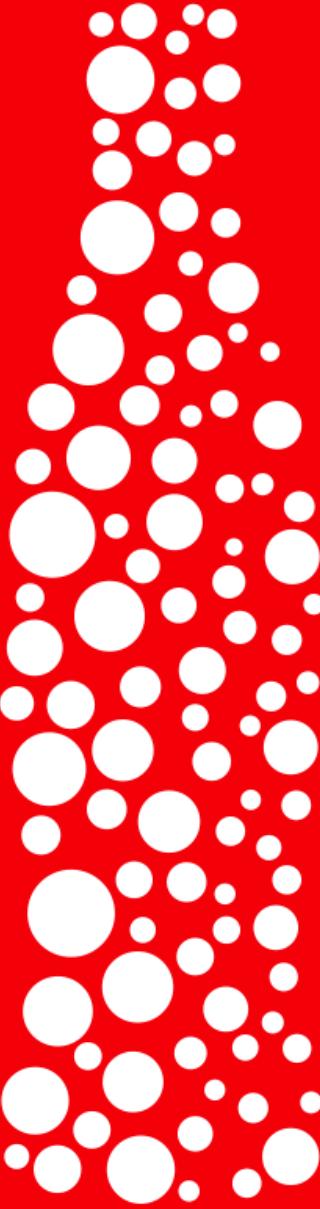
FOCO NO USUÁRIO



85% de banheiros mais limpos







SENAI





“Não existem estilos definidos, o que existe são diferentes lógicas, novas maneiras de se pensar e abordagens diferenciadas que resultam em produtos inovadores.”

Philippe Starck



**TECNOLOGIA INDUSTRIAL
TRANSFORMAÇÃO NACIONAL
RECONHECIMENTO MUNDIAL**



Kaiowá
TECNOLOGIA NACIONAL

LINHA DE PRODUTOS PARA LABORATÓRIO

Mercado Nacional



Mercado Internacional



LINHA DE PRODUTOS PARA LABORATÓRIO

Mercado Nacional



Mercado Internacional



LINHA DE PRODUTOS PARA LABORATÓRIO

Desenvolver equipamentos com diferenciais competitivos, buscando atender a demanda do mercado por produtos de automação sofisticada e design inteligente.

- Layout dos produtos com foco no usuário;
- Sobressalentes encontrados no mercado nacional;
- Custo de manutenção competitivo;
- Custo de fabricação competitivo;



DESAFIOS

- Escassez de crédito;
- Design e engenharia;
- Identidade (marca);
- Engenharia de hardware (eletrônica);
- Engenharia de software;
- Parcerias - desenvolvimento protótipo;



NOVA MARCA



Kaiowá
TECNOLOGIA NACIONAL



Kaiowá
TECNOLOGIA NACIONAL

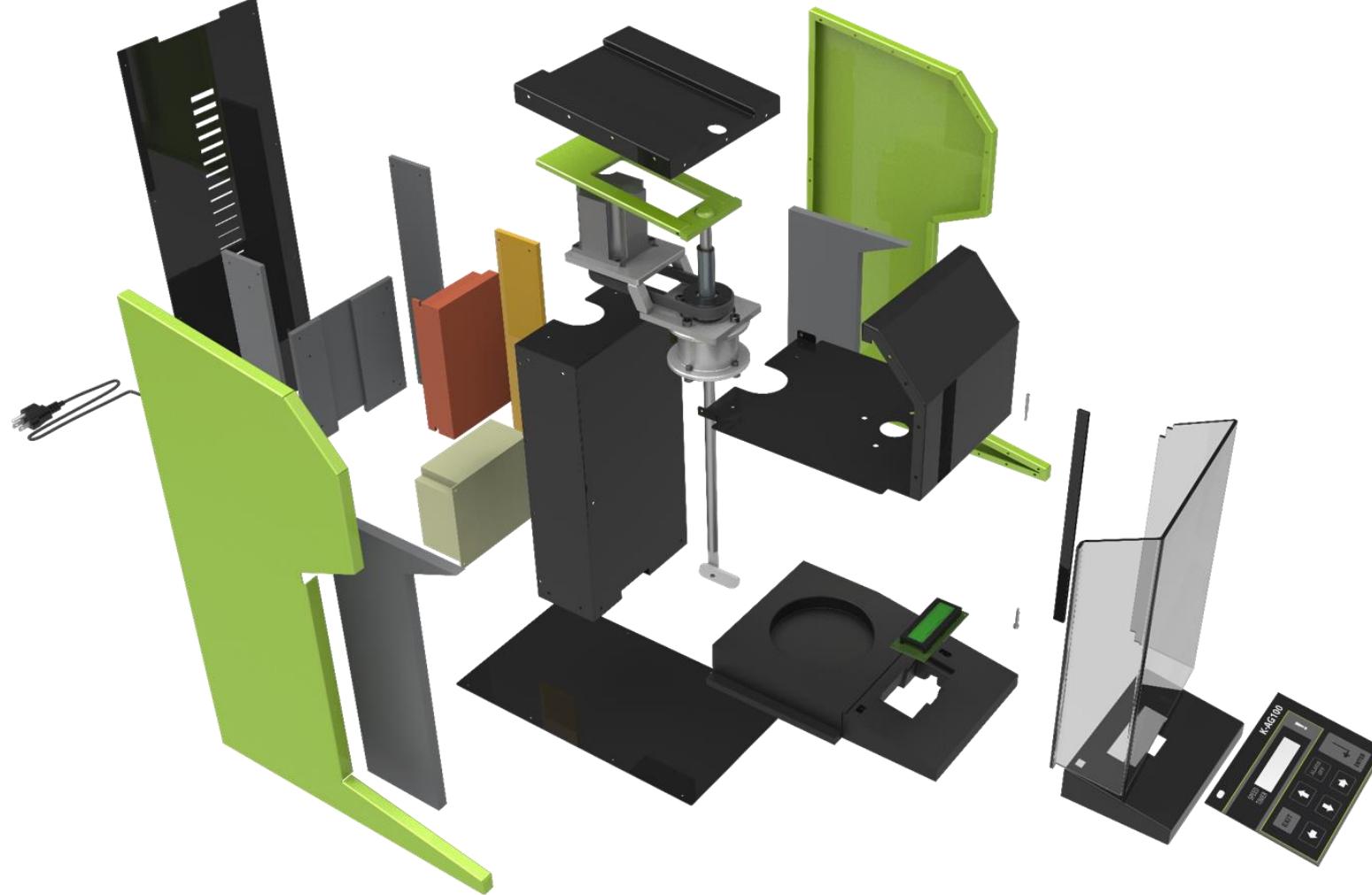
TECNOLOGIA PROPRIETÁRIA



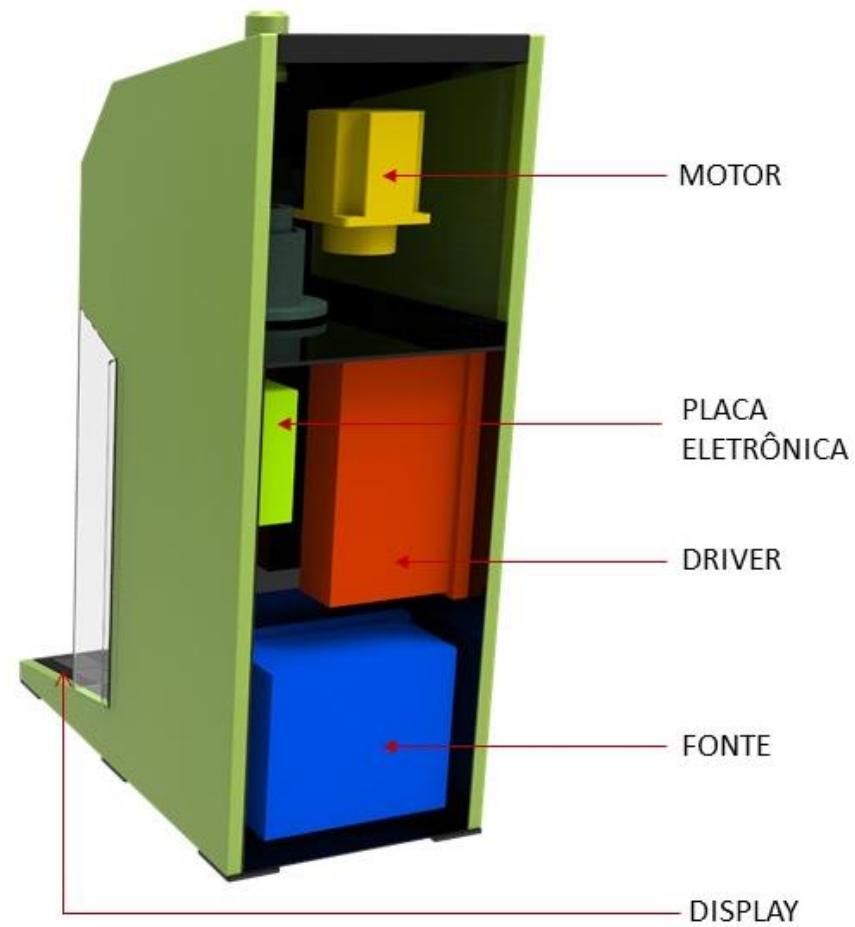
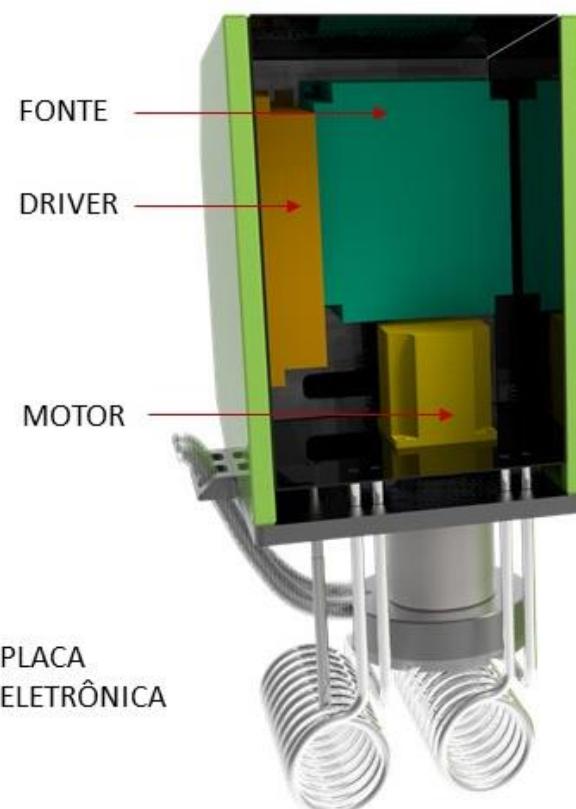
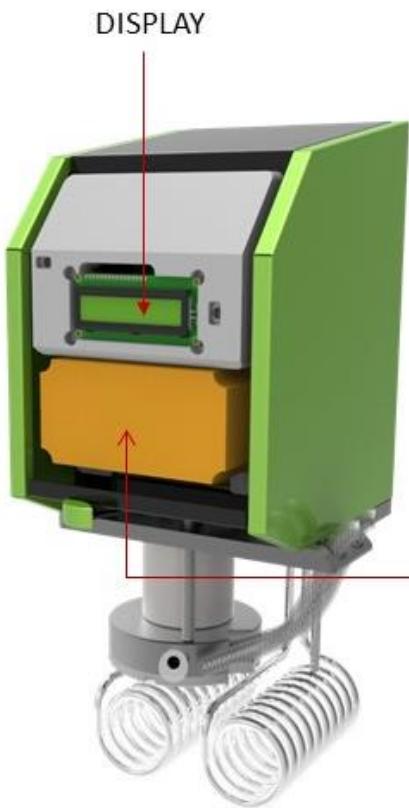
TECNOLOGIA PROPRIETÁRIA



TECNOLOGIA PROPRIETÁRIA



TECNOLOGIA PROPRIETÁRIA





Kaiowá
TECNOLOGIA NACIONAL



Muito Obrigado!

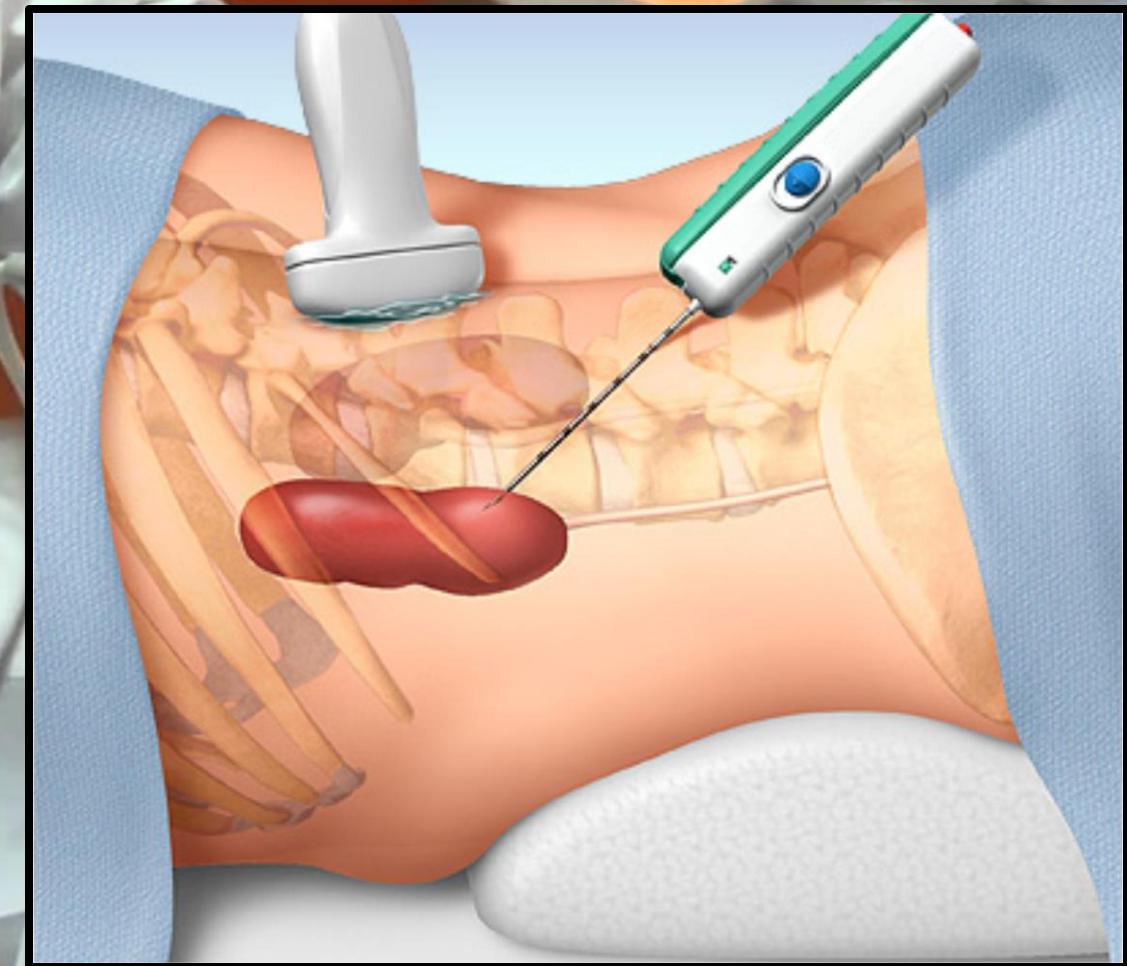
José Ap. Pimenta Jr.

Kaiowá do Brasil Indústria e Comércio
Rua Holanda, 56, Jd Sta Maria, Sumaré - SP
(19) 97414-5671

www.kaiowadobrasil.com.br

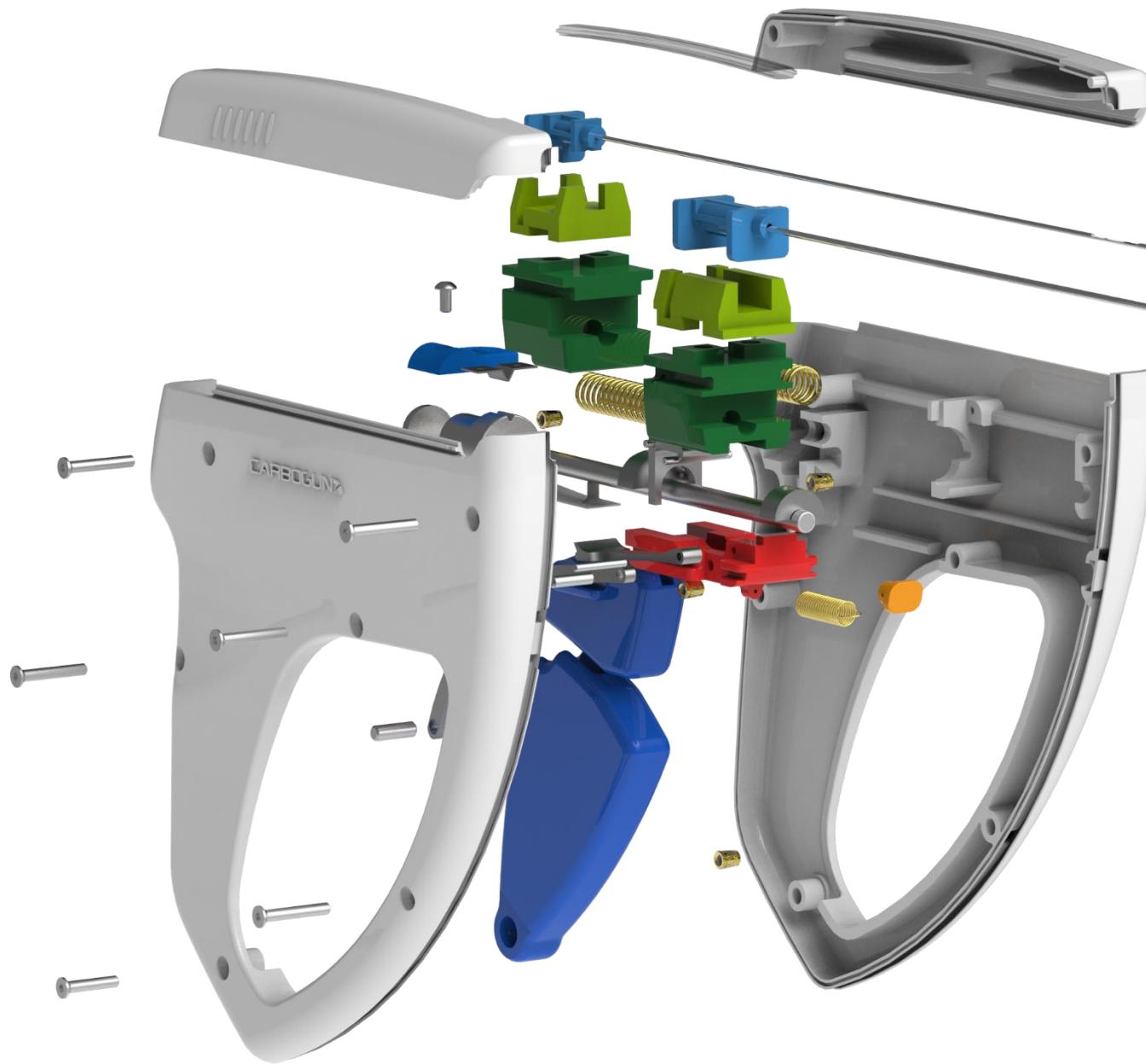


PROJETO CARBOGUN





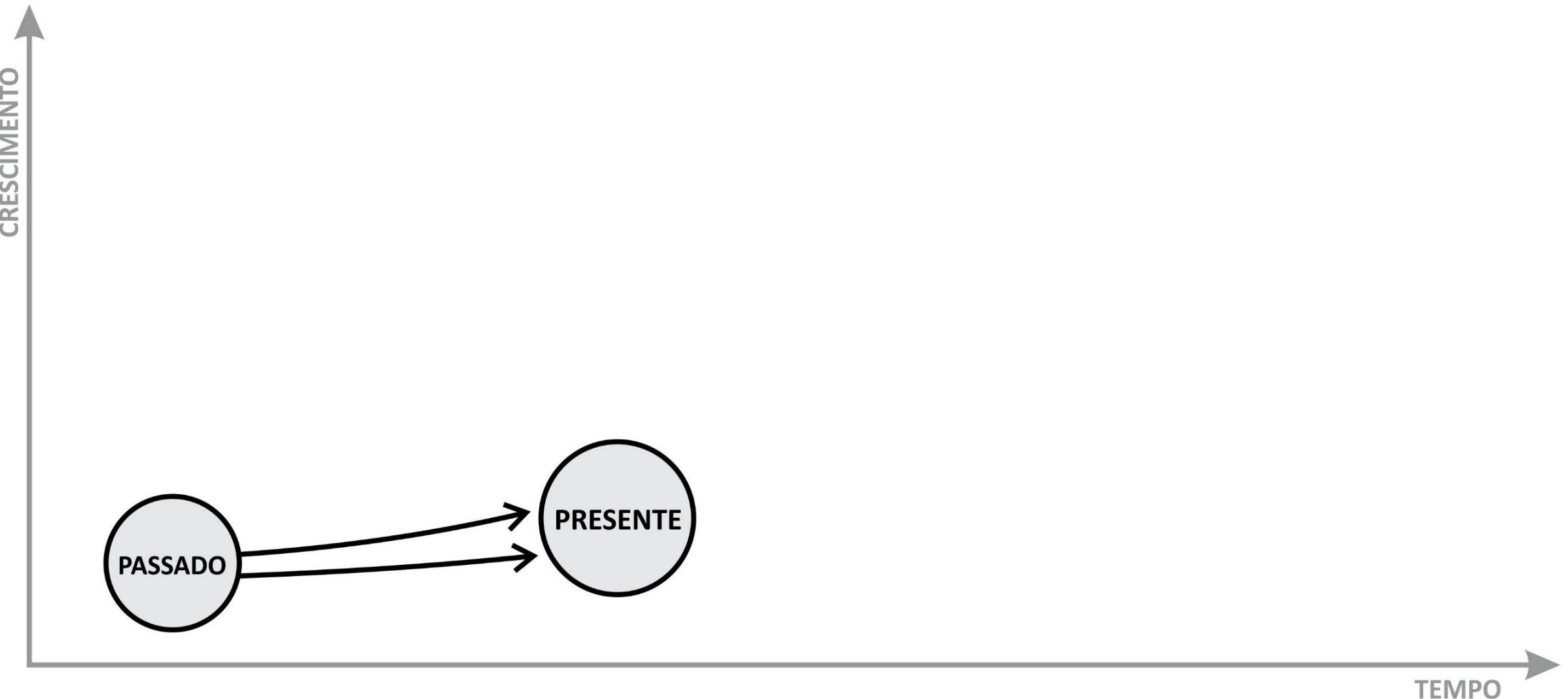
- Flexibilidade
- Ergonomia
- Facilidade de uso
- Design

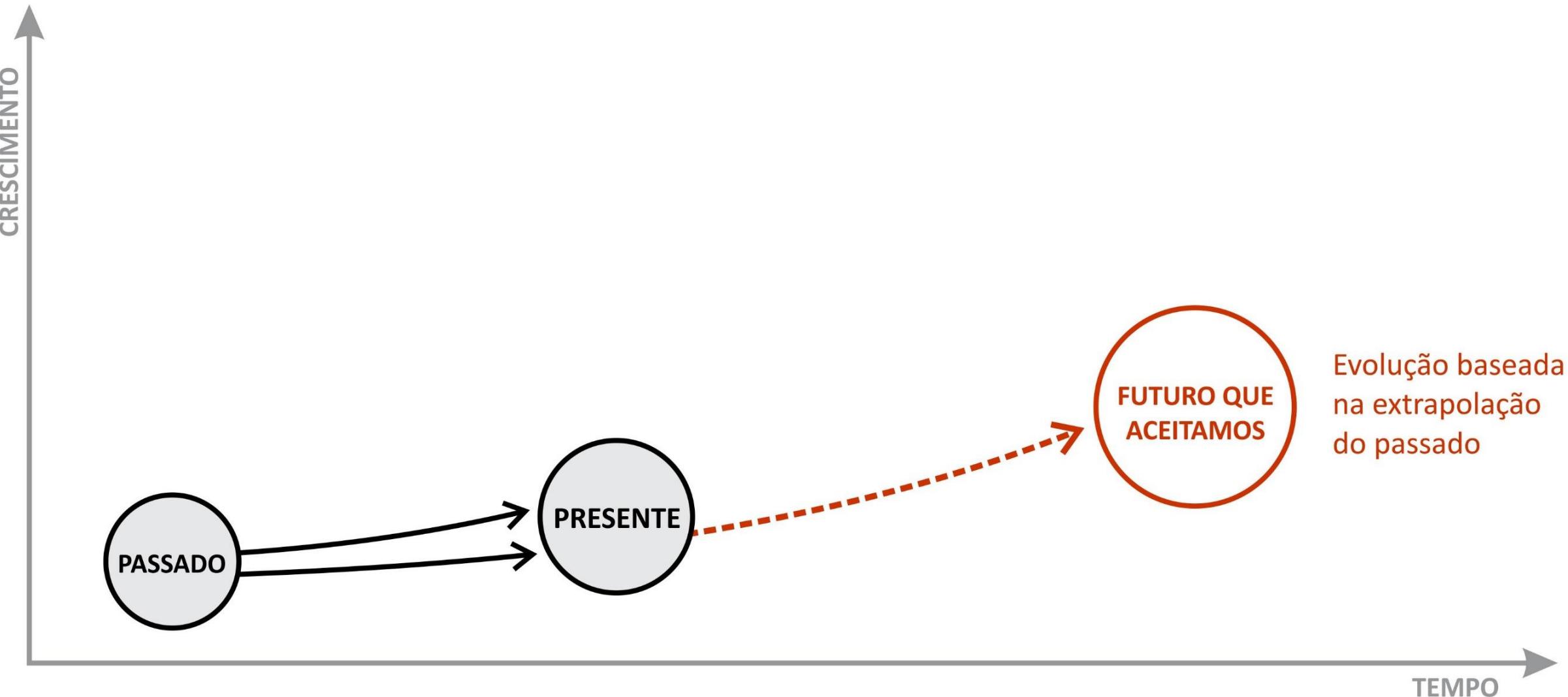


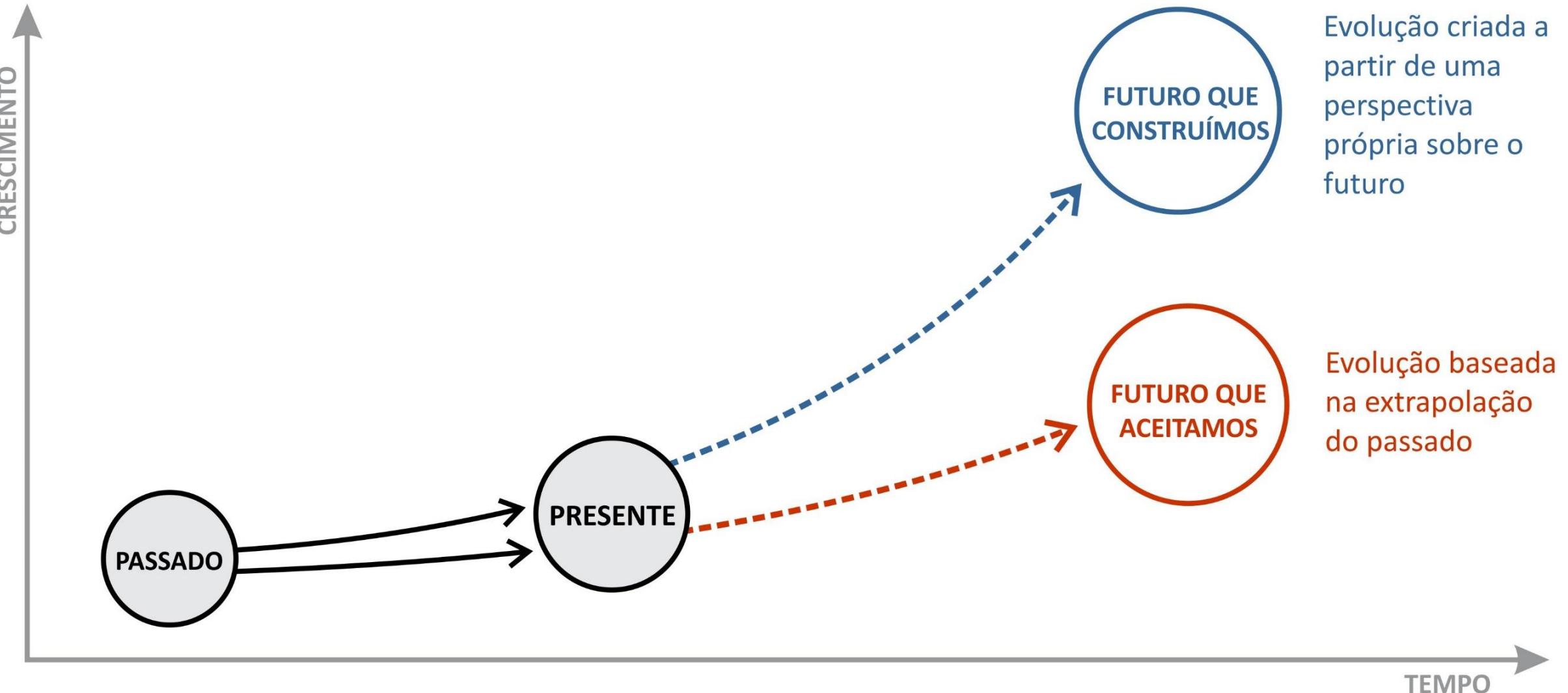
SENAI

PROJETO CARBOGUN



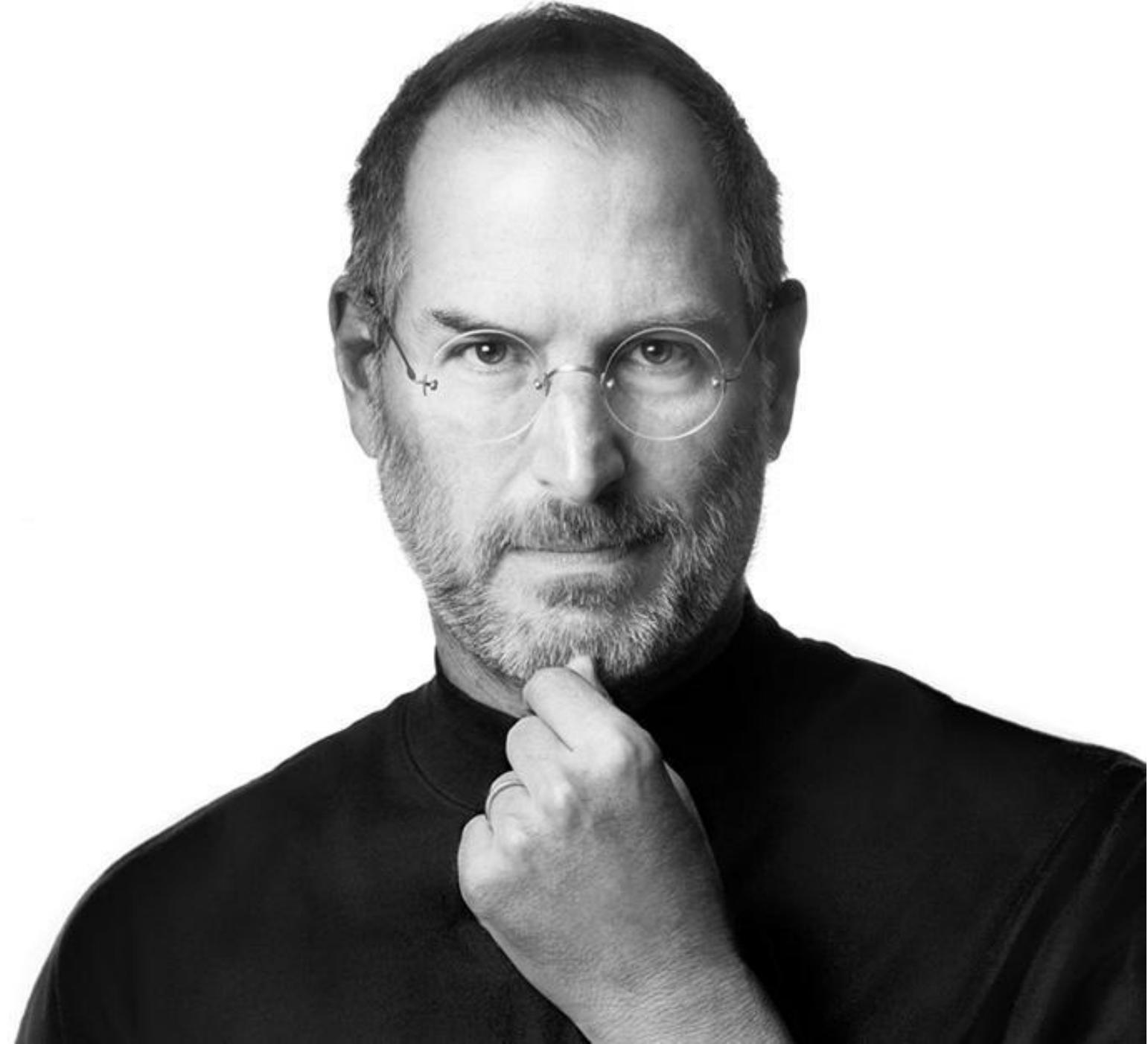






“Cada sonho que você deixa
pra trás, é um pedaço do seu
futuro que deixa de existir.

Steve Jobs







FAÇA O SEU FUTURO !
OBRIGADO.



LEONARDO CAPELAS ROMEU

LEAD INDUSTRIAL DESIGNER

ISI – INSTITUTO SENAI DE INOVAÇÃO SP

leonardo.romeu@sp.senai.br

Tel. (11) 5642-3431