

Auxílio à Definição do Posicionamento Mercadológico e Estruturação da Cadeia de Valor dos Projetos do Programa de Incentivo à Inovação – PII/ UFOP

LETICIA DE OLIVEIRA LOPES (Autor), JUNE MARQUES FERNANDES (Co-Orientador), LUCIANA PAULA REIS (DEENP) (Orientador), EZEQUIEL JUNIOR BARRETO (Co-Autor), IZABELLA MELQUIADES CARREGAL (Co-Autor)

Instituição de Ensino - Universidade Federal de Ouro Preto

Palavras Chaves:

Posicionamento mercadológico, cadeia de valor, modelo de negócios.

Resumo:

Os projetos tecnológicos desenvolvidos no ambiente acadêmico requerem a definição de seus modelos de negócios a partir da definição do posicionamento mercadológico e da estrutura da cadeia de valor. Para tanto, foi realizada uma intervenção, durante o Programa de Incentivo a Inovação/UFOP, em dez projetos tecnológicos, onde foi aplicado o modelo de auxílio à decisão quanto ao posicionamento mercadológico e estrutura da cadeia de valor baseado em Reis (2013). O objetivo foi avaliar a aplicabilidade do modelo para o contexto desses projetos, identificando as adequações necessárias diante das particularidades. Para condução do estudo, foi explorada a pesquisa-ação, entrevistas com os pesquisadores e suas transcrições com o intuito de validar o modelo. Para os projetos, permitiu a definição de estratégias de inserção no mercado, definição do segmento de cliente além de melhor entendimento dos processos produtivos. Em projetos destinados a transferência de tecnologias para empresas já estabelecidas, observa-se que o modelo contribuiu para a identificação de potenciais clientes, bem como o mapeamento de critérios avaliativos para a valoração da tecnologia e para a transferência para novas empresas de base tecnológica contribuiu com a definição de estratégias importantes para a estruturação e posterior consolidação do negócio.

Publicado em:

- Evento: Encontro de Saberes 2016
- Área: CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
- Subárea: Administração