

041

**O PBB (NEGÓCIO BASEADO EM PRODUTO) E A INOVAÇÃO BREAKTHROUGH COMO VETORES DO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO.** *Diego Vinicius Souza de Souza, Angela de Moura Ferreira Danilevicz (orient.)* (Escola de Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS).

O panorama mundial indica um processo sistêmico de mudanças contínuas. Esse horizonte de novidades ocorre em um cenário globalizado e cada vez mais associado a fatores humanos e sociais. As empresas buscam utilizar-se do desenvolvimento de produto como fator determinante para o atendimento das dinâmicas necessidades dos clientes, promovendo inovações contínuas em seus produtos e serviços. Nesta atmosfera em que a palavra de ordem é integração, os elementos que compõem o ambiente externo da empresa também devem ser constantemente monitorados, dentre eles, os clientes, a concorrência e as oportunidades de negócio, pois a demanda pela adoção de evoluções tecnológicas pode tornar-se imperativa no processo de desenvolvimento de produto/serviços. O negócio baseado em produto (PBB) tem como objetivo criar um ambiente propício para a inovação, encarando esta inovação como um negócio. Já a inovação radical, breakthrough, tem seu foco na quebra com paradigmas atuais de produtos/serviços, muitas vezes sendo apontada como usuária de tecnologia de ponta. A integração entre os diversos setores da empresa é fator preponderante no processo de desenvolvimento de produto. O presente trabalho visa analisar o processo de desenvolvimento de produto e sua introdução no mercado, analisando a possibilidade de adoção do modelo conceitual do PBB na geração de inovação breakthrough, tendo como pano de fundo o cenário do mercado, a integração da empresa com o seu mercado e suas inter-relações.