Liedtka - 2014 - Innovative ways companies are using design thinking

Bruna Sparenberg Ribeiro de Araujo, 24/08/2020:

1. Autores (um registro por autor)
	1. Nome do autor (link research gate): Jeanne Liedtka (fonte: <https://www.researchgate.net/profile/Jeanne_Liedtka>)
	2. Instituição (link web site): Darden School at the University of Virginia (<https://www.darden.virginia.edu/>)
	3. Tipo: Professor at the Darden School at the University of Virginia
	4. Idade: 65 anos (Fonte: <https://en.wikipedia.org/wiki/Jeanne_Liedtka>)
	5. Temas comuns de pesquisa: Design Thinking, Strategic Planning, Strategic Thinking
	6. Anos pesquisando no tema do artigo: --
	7. Índice-h: 40 (Fonte: <https://scholar.google.com/citations?user=6hvv-b0AAAAJ&hl=en>)
	8. Colegas da mesma instituição: --
	9. Quantidade de artigos já publicados: 67 (Fonte: <https://www.researchgate.net/profile/Jeanne_Liedtka>)
	10. Outros artigos significativos (mais citados) sobre outros temas: Freeman, R. Edward, and Jeanne Liedtka. "Corporate social responsibility: A critical approach." Business horizons 34.4 (1991): 92-99.
	11. Outros artigos significativos (mais citados) neste tema: Liedtka, Jeanne, and Tim Ogilvie. "Designing for Growth: A Tool Kit For Managers.” (2011)
	12. Co-autores recorrentes: para criarmos uma rede de relacionamento e descobrir os cluster de co-autores que colaboram: --
2. Reescrever o abstract subdividindo nos seguintes tópicos: contextualização, gap/lacuna/ problemas que o artigo quer resolver, objetivo, metodologia utilizada, resultados, contribuições (para academia e para a prática) e conclusão. Pode copiar do artigo na língua original. O importante aqui é você identificar os tópicos listados (ou ver se o autor não colocou algum deles) .

NADA. A autora não incluiu um resumo sobre o artigo, há uma introdução, onde é apresentado uma contextualização da situação do design thinking (perguntas a serem respondidas no processo do design thinking) e o que eles observaram em diversas empresas: “Those conversations led us to conclude that the process of ‘‘innovation’’ in many large organizations could fairly be described as a battlefield in which R&D, marketing and business development functions seemed to wrestling for control and often work at cross-purposes with each other. And proponents of ‘‘design thinking’’ seemed to be frequently caught in the crossfire.” Porém, não é um resumo do artigo, apenas uma contextualização do tema.

1. Palavras-chaves que o autor indicou e se elas foram citadas no abstract:

NADA. Não há indicação de palavras chaves.

1. Introdução e/ou revisão bibliográfica introdutória, afirmações / constatações (tipo) versus citações (essa lista pode ser longa, por isso coloquei em forma de tabela). Copiar trechos significativos somente. Serve para perceber o que existia no estado da arte antes do artigo ser escrito, para conhecer qual gap/lacuna/ problemas que o artigo quer resolver, e a justificativa. Compare com o que está no resumo e observe o que o autor destacou no resumo.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Afirmação / Constatação (copie do artigo) | Tipo (\*1) | Referência (\*2) |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

(\*1) Tipos de afirmação / constatação: contexto, lacunas, problemas, justificativa para realização do artigo / pesquisa (às vezes confunde-se com lacunas / problemas)

(\*2) Inserir somente autor(es) e ano. A referência completa encontra-se no próprio artigo

NADA. Não foi apresentado o estado da arte no artigo.

1. Casos citados e principais características dos casos (quando existirem)

Os casos citados no artigo se referem ao estudo das 10 organizações que aplicaram o processo de design thinking não apenas como um processo de inovação mas também como uma ferramenta de solução de problemas.

Os casos citados são: Suncorp, SAP, Toyota, 3M, IBM, Le Club Innovation Banque Finance Assurance, MeYouHealth, Intuit, The Good Kitchen and The City of Dublin.

1. Questão da pesquisa, Foco (escopo) e Objetivos (geral primário e secundários)

O foco do artigo era mostrar a maneira inovadora que algumas empresas têm utilizado as ferramentas de design thinking para solucionar outros problemas, das mais diversas áreas, e não somente como uma ferramenta de inovação.

1. Hipóteses que ele deseja provar com este artigo (muitas vezes as hipóteses resultam de conjecturas que o autor realiza a partir do que é apresentado na introdução)

A hipótese que a autora deseja provar no artigo é como a utilização do design thinking pode ser uma maneira de “mudar o jogo”. Algo que revoluciona o mercado, não por causa de inovações de produto e serviço, mas sim, em razão das inovações dentro das organizações que por consequências altera a empresa, alterando o valor que ela entrega.

1. Qual o diferencial deste artigo com relação a outros? (segundo o autor, caso ele tenha citado). Avaliar uma por uma, caso o autor tenha feito isso. Pode montar uma tabela se for o caso. Veja que ainda estamos na introdução do artigo, que é o ponto crucial para que atraia o leitor (e o revisor quando ele já gostou do resumo e leu a introdução).

A autora citou alguns outros livros ao longo do artigo.

Designing for Growth: A Design Thinking Tool Kit for Managers -> o foco do livro é apresentar para as organizações ferramentas que podem ser utilizados no mundo corporativo para a aplicação do processo de design thinking. Difere do artigo atual, que mostra o depois dessa implementação.

Solving Problems with Design Thinking: Ten Stories of What Works -> Nesse livro, é apresentado no detalhe 10 histórias de sucesso na aplicação do design thinking. No presente artigo, a autora traz uma breve descrição dos benefícios que essas empresas tiveram na aplicação do design thinking (não relata o processo de aplicação).

1. Metodologia (na turma SEP5848 2020 não precisa detalhar, só escreva o título da metodologia, caso o autor tenha mencionado)
	1. Descrição Geral: Nome do(s) método(s); se é qualitativo, quantitativo ou combinação de ambos
	2. No caso de artigos de revisão bibliográfica
		1. Período de análise das referências (publicações desde que ano)
		2. Tamanho da amostra analisada
		3. Quantidade de referências citadas
		4. Foram realizadas observações complementares?
		5. Fontes da revisão (casos, periódicos específicos, e quais bases de dados). Quais as justificativas para escolher essas fontes.
		6. Estratégia para construção da string de busca
		7. String de busca
		8. Filtros
		9. Técnica / método de análise utilizada
		10. Metodologia para definição de pesquisas futuras (se fizer parte da análise da literatura)
	3. Passos para realização da pesquisa e referências (fontes) utilizadas para definir a metodologia de pesquisa

NADA. Não foi apresentado nenhuma metodologia utilizada no artigo.

1. Resultados
	1. No caso de artigos de revisão bibliográfica (na turma SEP5848 2020 não precisa detalhar)

NADA.

* 1. Principais resultados “achados” (*findings*)- serve para todos os tipos de artigos

Como resultado apresentado no artigo é a conclusão de que a aplicação do design thinking, não serve apenas para processos de inovação, mas sim como uma abordagem para solução de diversos tipos e níveis de problemas. Sendo que a mudança na forma de comunicação, foi o que sofreu maior impacto em razão da aplicação do design thinking nas organizações.

* 1. Discussão dos resultados: Tópico muito importante, pois normalmente o autor compara com resultados de outros trabalhos. É o tópico do artigo do qual tiramos mais informações que caracterizam este artigo.

NADA

* 1. Outros tópicos que não foram tratados aqui (caso existam)
	2. Proposições de pesquisas futuras: Em muitos artigos estão localizadas após as conclusões.

NADA.

* 1. Contribuições para academia e prática: Muitas vezes o autor destaca as contribuições depois de apresentar todos os resultados ou mesmo depois das conclusões. Porém, alguns escrevem no início para “vender melhor” o artigo.

A contribuição da autora para a prática está nos casos que a mesma apresenta, que pode ser utilizado como benchmarking para outras empresas.

1. Conclusões (as vezes o autor chama de comentários finais, pois não consegue concluir)
	1. Conclusões (quando existirem)

A conclusão apresentada no artigo, é a de que a utilização do design thinking, pode ser determinante para a mudança de patamar das empresas.

As empresas citadas no artigo utilizaram das ferramentas do design thinking para revolucionar os processos internos da empresa, gerando uma mudança no mindset das pessoas e na forma de comunicação delas. Tanto as que são responsáveis pela execução das atividades como as que tem o controle dos recursos da empresa.

* 1. Trabalhos futuros (que o autor se propõe, diferente das proposições futuras)

NADA

* 1. Limitações

NADA

1. SUA ANÁLISE – assuma agora a perspectiva de um “revisor” do artigo.
	1. Pontos fortes

Conhecimento da realidade, e casos práticos enriqueceram a narrativa da autora.

* 1. Pontos fracos

Falta de clareza dos objetivos da autora no início do artigo atrapalha ao leitor entender qual é o principal tópico que vai ser tratado ao longo do texto.

* 1. Sugestões para melhoria do artigo

Durante a introdução deve detalhar melhor qual é o tema a ser tratado no artigo. Além disso, sugiro introduzir melhor e referenciar as imagens conforme a evolução do artigo. As imagens citadas na página 1, só foram aparecer na página 2 e 3 junto a um texto que não havia relação/ligação com a imagem. A sensação para o leitor é que elas ficaram “jogadas”.

1. Figuras ou tabelas importantes (caso você queira copiar e citar nos tópicos anteriores)

