

INVESTIGAÇÃO



Investigação da Nova SBE publicada no Wall Street Journal

Há quem fuja das últimas versões das novas tecnologias. Chamam-se 'later adopters' e foram objecto de um estudo da Nova SBE.

Destaria receber uma notificação de 'email' ou de um 'post' no facebook quando estou a passar uma tarde de sol com as minhas filhas no Jardim da Estrela". O desabafo é de Manuela Carona. Com 44 anos ainda não sente qualquer necessidade de ter a última versão do 'Iphone' e não abandona o seu velho Nokia que serve para fazer chamadas e pouco mais. Sente que as últimas novidade tecnológicos são uma 'intrusão' no seu dia a dia. Confessa que há muito tempo que abandonou o seu 'tablet' no fundo de uma gaveta por não sentir qualquer necessidade de o usar. Manuela Carona é um exemplo português de um "Later Adopter", uma tipologia de consumidor que é o objecto de estudo de uma investigação da Nova SBE que acaba de ser publicada no Wall Street Journal (WSJ).

"Dustin Schinn ainda não tem a certeza se

quer comprar um iphone. Um dia deu dinheiro a um amigo para que lhe chamasse um Uber porque ainda não tinha descarregado a aplicação deste serviço. Este habitante de Washington DC de 27 anos, é considerado um 'later adopter'. Este é o parágrafo de arranque do texto "Forget early adopters: These People are Happy to be late", publicada no WSJ sobre uma investigação desenvolvida por Luís Filipe Lages e Sara Jahanmir.

Mas afinal o que é um 'later adopter'. É uma pessoa "que compra um produto ou serviço depois de mais de metade da população o fazer" escreve-se no artigo publicado recentemente. Muitas vezes só utilizam uma nova tecnologia meses ou, mesmo, anos depois de todos a experimentarem.

"O que separa os 'late adopters' dos 'early adopters' é que percebiam os produtos e serviços através de diferentes lentes", diz ao jornal norte-americano Sara Jahanmir, investigadora da Nova SBE. Enquanto os 'early adopters' têm uma reacção emocional" ao lançamento de um novo produto ou tecnologia.

De acordo com a investigação publicada nas revistas 'Journal of Engineering and Technology Management' e 'Journal Of Business Research'

“**Os 'later adopters' que não correm a comprar a última versão de uma tecnologia são um objecto importante para as empresas.**”

os 'later adopters' são cada vez mais relevantes para as empresas e para a indústria de consumo. Hoje "esse tipo de consumidores é facilmente detectável em todas as classes sociais, sendo cada vez mais valorizado pelas empresas que começaram a perceber importância do seu cepticismo e espírito crítico para a Investigação e Desenvolvimento", escreve-se numa nota desta escola de economia.

Para Luís Filipe Lages esta investigação prova que "passa a existir evidência empírica de que as empresas podem inovar e criar valor ao estudar, através dos 'late adopters', as limitações dos seus produtos e serviços". O que permitirá ajudar a "criar uma nova geração de produtos e serviços alinhados com as futuras necessidades do mercado", sublinha.

Para ajudar as empresas a maximizar a qualidade informação que podem recolher a partir da análise ao comportamento e necessidade destes 'Later adopters' estes investigadores desenvolveram o 'Lag - User Method'. Uma metodologia de sete passos para ajudar as empresas a analisar a informação recolhida para, depois, apontar possíveis obstáculos ou novos caminhos para a divulgação adopção ou criação de valor no processo de inovação. ■ **Madalena Queirós**



**Investigação
da Nova SBE
publicada no Wall
Street Journal
P.5**