A woman with dark, curly hair and black-rimmed glasses is smiling broadly. She is wearing an orange V-neck shirt and blue jeans with a black belt. She is holding a spiral-bound notebook in her left hand. A large, semi-transparent orange shape with a diagonal line pattern is overlaid on the left side of the image, partially covering her face and the notebook.

INOVAR SEMPRE

Como sair da mesmice
com a geração de ideias

Inovar sempre: como sair da mesmice com a geração de ideias

Falar de **inovação** virou quase um clichê nessa era em que tudo muda de forma muito rápida. Os avanços tecnológicos e o crescimento do empreendedorismo propiciaram – e ainda propiciam – inovações extraordinárias.

A inovação pode ocorrer do mais simples incremento até a aparentemente complexa mudança radical. Aquilo que parecia tão inovador na semana passada, já passou e, na semana seguinte, algo novo surgirá.



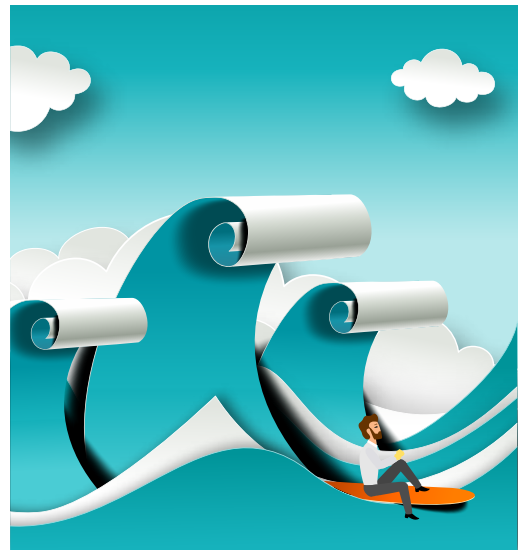
Essas inovações são como uma enorme onda. Você as vivencia no seu dia a dia, querendo ou não!

Estamos inseridos nesse ambiente de competição cada vez mais acirrada e é preciso enfrentar o **desafio da mudança** para saber lidar com essa permanente instabilidade. Isso significa que você, empreendedor, possui **duas opções** quando se trata da inovação:



Na crista da onda

Entrar na onda de permanecer inovando, crescendo e competindo no mercado.



Deixo a vida me levar

Resistir à onda e insistir em permanecer na mesmice, sem inovar, acreditando na falsa crença de que essa onda vai passar.

Se você ficar com a segunda opção, sentimos informar... poderá ser inevitável ser encoberto por essa enorme onda e, mesmo que sobreviva, outra virá, dia após dia.

Estar na crista da onda parece desafiador, mas com o tempo pode ser mais seguro, não acha?

Você quer ser encoberto ou quer surfar no topo dessa onda? Se você quer estar no topo, este conteúdo é vai ajudar você a dar as primeiras braçadas na onda da inovação.

O que é inovação?

O que é **inovação** para você?

Primeiramente, é importante deixar claro que inovação **não** é simplesmente criar algo novo. Afinal, sabemos que o mundo está repleto de inventores que não necessariamente obtiveram sucesso com suas ideias.

Ao inovar, é fundamental que isso traga **resultados claros para seu negócio**, de modo que a inovação seja uma **transformação de novas ideias em resultados**.



Atenção aqui!

Já não basta garantir sua posição atual no mercado. É preciso gerar resultados que possam ser refletidos em:

- reduções significativas de custos;
- altos ganhos de eficiência;
- criação de novos mercados;
- elaboração de um método de produção novo e melhor; e
- aumento da receita.



Geração de ideias

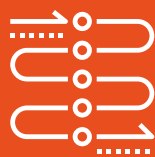
Para quem quer sair da mesmice e inovar, **gerar novas ideias** é um elemento essencial! É na ideia que se desperta o início do processo de construção de algo novo.

O processo de inovação passa pelo que podemos chamar de “destruição criativa”, anteriormente defendida por Schumpeter (1984), pela qual você tem que abandonar padrões antigos para estabelecer novos.

Então, podemos dizer que inovação exige coragem e desapego do que já existe.

O trajeto

De acordo com a pesquisadora de Harvard, Shelley Carson (2011), o **processo de geração de ideias** pode ocorrer de forma deliberada ou espontânea:



Trajeto deliberado

O processo de construção da ideia é deliberado e consciente, seguindo um passo a passo. Sua maior vantagem é ter transparência e controle sobre como a ideia está surgindo e sobre para onde ela está indo.



Trajeto espontâneo

Não há uma ordem lógica no processo de construção da ideia. Quando menos se espera, ocorre o famoso *insight*. Sua maior vantagem é o fato de propiciar o surgimento de ideias mais novas e abundantes.



Na prática!

Os dois trajetos são igualmente necessários, já que podem ser aplicados em diferentes situações na geração de ideias.

O **trajeto espontâneo** é mais utilizado nos momentos não previstos, enquanto o **deliberado** ocorre naqueles momentos em que há clareza sobre um problema a ser revolido ou quando já existem muitas ideias geradas. Cada um de nós possui características que favorecem mais a utilização de um ou de outro.

Por isso, na prática é essencial que haja tanto um processo organizado de geração de ideias, quanto um incentivo permanente para a geração de forma espontânea.



Quer saber mais?

De acordo com a neurociência, você pode estimular ideias mais criativas recorrendo a três simples artifícios: tomar café, ouvir música clássica e fazer um exercício físico moderado por aproximadamente 30 minutos.



Experimente essas ações simples e pontuais para ajudar seu cérebro a trabalhar melhor e ser ainda mais criativo!

Envolvendo as pessoas

As **pessoas** possuem um papel fundamental quando pensamos em inovação. É muito comum que algumas empresas restrinjam o processo de geração de ideias a determinadas pessoas ou setores específicos. Ao fazerem isso, no entanto, podem estar perdendo a oportunidade de obter as melhores e mais inovadoras ideias.

É por meio da colaboração de diferentes competências e modos de pensar que propiciamos a geração de ideias inovadoras. Afinal, todos somos criativos, de alguma maneira.



Fique ligado!

Criatividade não é um dom.
Ela pode ser desenvolvida por
qualquer um que desejar.

Uma das coisas que mais impede
alguém de ser criativo é essa falsa
crença de que a criatividade é
apenas para quem
possui o dom.

Agora que você já sabe que
todos podem – e devem – se
envolver no processo de geração
de ideias, é importante estabelecer
algumas ações de incentivo e
comprometimento para que esse
processo seja um sucesso.



Para estabelecer relações de **comprometimento** e **colaboração**, atente-se para estes nove pontos:

- 1 Alinhamento de estratégias** | É difícil contribuir com aquilo que não se conhece. Por isso, mantenha as pessoas alinhadas com a estratégia da empresa – elas devem saber onde a empresa está e aonde deseja chegar.
- 2 Comunicação interna positiva** | Invista em uma comunicação interna mais clara e positiva, que estimule a empatia e a colaboração. A Comunicação Interna Positiva, ou CIP, já está sendo introduzida em muitas empresas, justamente com o objetivo de estimular ambientes mais saudáveis, criativos e colaborativos.
- 3 Conexões** | Incentive as conexões entre diferentes setores e perfis para obter uma diversidade maior de ideias.
- 4 Horizontalização na gestão** | Quando se trata de incentivar a participação, retire o foco das hierarquias tradicionais. As participações devem ter um peso igual, criando um clima justo, que motive a participação de todos.
- 5 Liderança** | Mobilize seus líderes a apoiarem iniciativas inovadoras de suas equipes. As lideranças precisam ser o exemplo, incentivando e apoiando as iniciativas inovadoras de suas equipes.
- 6 Sistema de recompensas** | Crie gratificações que estimulem a participação. Elas podem ser baseadas na qualidade e aplicabilidade das ideias geradas.
- 7 Roteiro** | Estructure um roteiro e um cronograma de realização de reuniões e demais ações para gerar ideias. Por mais que algumas ideias acabem surgindo de iniciativas espontâneas, é necessário que haja organização e disciplina.
- 8 Abertura** | O risco é inerente a todo processo de inovação. Por isso, afaste o medo de errar. Não há certo ou errado, bom ou ruim, deveria ou não deveria. Até porque é errando que se acerta. As pessoas devem estar à vontade para cometer erros.
- 9 Cultura de inovação** | Capacite para estimular a inovação entre os colaboradores. Se você deseja uma nova postura, precisa estimular um novo comportamento.

A etapa de geração de ideias é, portanto, um momento de se permitir conectar diferentes ideias e pessoas, sem tanta preocupação sobre como elas funcionarão. Uma ideia vai levando a outra, emergindo das diversas conexões e associações incomuns.



Na prática!

Não deixe a criatividade simplesmente fluir livremente. Você precisa direcionar quais os **caminhos** e as **estratégias** que as pessoas devem seguir.

Crie direcionadores, para que as pessoas na organização utilizem sua criatividade de forma inteligente.

Você pode fazer isso estabelecendo quais são as temáticas que deseja desenvolver. Elenque as áreas e os principais problemas a serem resolvidos.



Atenção aqui!

O papel dos líderes é fundamental nesse processo de estímulo à participação de colaboradores.

O líder deverá estar alinhado com as estratégias e se posicionar como um incentivador de iniciativas inovadoras.

Investindo na ideia certa

Agora que você já passou pelo processo de estimular e gerar ideias inovadoras, entramos em outro ponto crucial para avançar o processo de inovação na empresa: o da **decisão**.

Já temos um grande número de ideias, como saber em qual delas investir?

É muito comum nos depararmos com empresas e pessoas que geram ideias a cada momento. A questão é que não dá pra investir em tudo. Isso requer tempo, alocação de equipes, recursos financeiros...

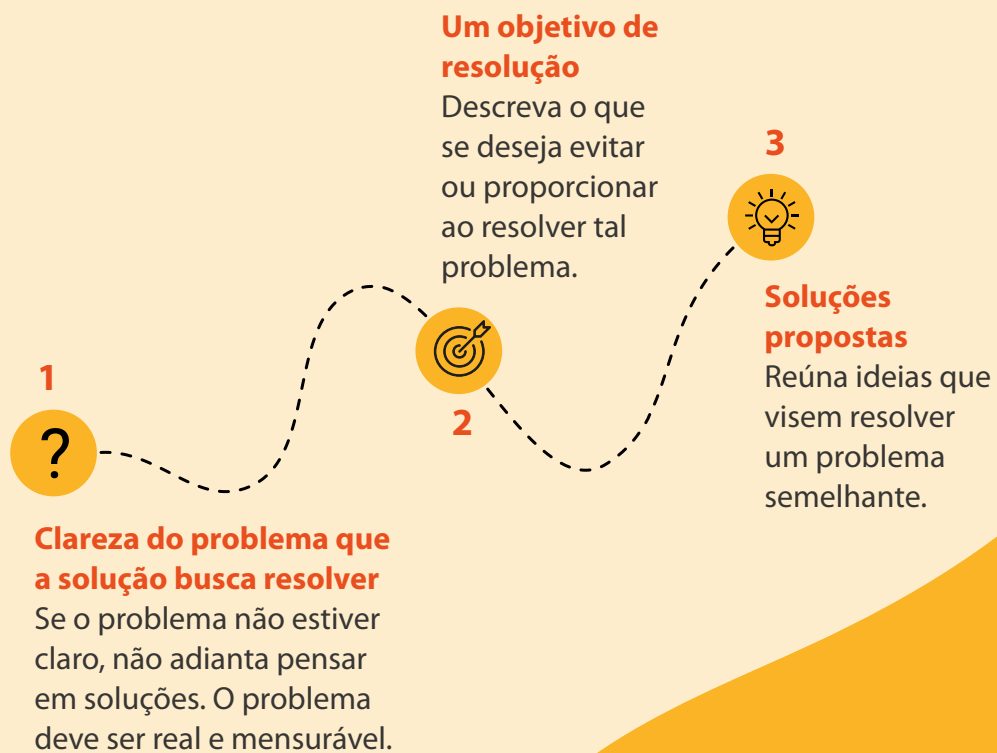
O objetivo aqui é evitar correr o **risco** de investir em algo que aparentemente é fantástico, mas que pode não ser aceito pelo mercado.



Avaliação das ideias

Depois de gerar uma ideia, você percebe que precisa realizar uma análise mais profunda e completa para se distanciar do campo da suposição e se aproximar do campo da certeza, do realístico e do prático.

Tenha em mente que gerar muitas ideias não tem grande utilidade se você não consegue **diferenciar as boas das ruins**. Confira os passos que podem ajudar você a fazer essa avaliação de ideias:



Já separou algumas boas ideias? Então, agora aqui vão algumas sugestões de perguntas a responder para ajudar a escolher a melhor solução, avaliando seus prós e contras:

1	É algo inédito e original?			SIM	NÃO
2	Já existe algo no mercado nacional ou global?			SIM	NÃO
3	Sua implantação impacta positivamente ou negativamente as áreas:	Clientes?		SIM	NÃO
		Financeira?		SIM	NÃO
		Clima organizacional?		SIM	NÃO
		Normas?		SIM	NÃO
4	Melhora o desempenho de produtos já estabelecidos no mercado?			SIM	NÃO
5	Possui atributos que potenciais clientes valorizam?			SIM	NÃO
6	Quanto custará?	R\$	Isso é viável?	SIM	NÃO

Lembre-se de que essas perguntas são apenas alguns exemplos. Você pode adaptá-las conforme sua realidade de negócio, produto e mercado.

“Não adianta investir tempo tentando ser criativo em algo que desconhece. A única maneira de saber o que constitui uma boa ideia é verificar se algo já foi feito naquele campo. Não reinvente a roda.” (CARSON, 2011).

Categorizando ideias

Depois de se aprofundar e analisar cada passo do processo de avaliação de ideias, você agora precisa, de fato, **tomar uma decisão!**

Para isso, você pode utilizar o **funil de ideias**. Nesse momento, você selecionará as ideias e as colocará em compartimentos categorizados por:



“A diferença entre ser criativamente produtivo ou não produtivo depende da sua capacidade de jogar fora as ideias ruins.” (CARSON, 2011).

Ao tomar essas decisões, tenha clareza também de que é importante avaliar cada ideia com respeito, verificando partes individuais que possam ser aproveitadas antes de descartá-las. Considere o ponto de vista do público-alvo, busque diferentes opiniões e mantenha o desapego.



Conclusão

Você aprendeu aqui sobre a importância de **se manter inovando** em um mercado cada vez mais inovador e competitivo.

Agora, já entende o quanto é importante o **papel das pessoas** quando se trata da **geração de novas ideias**, que se deve estabelecer relações de comprometimento e colaboração para preparar as lideranças e engajar colaboradores, dentro de um ambiente de comunicação sadia, positiva e voltada para a colaboração.

Com a determinação de quais ideias seguirão adiante, você entrará na implementação, que é o momento no qual tudo que foi planejado anteriormente é colocado em prática. Muitas empresas investem muito tempo nas fases anteriores e se descuidam justamente nessa etapa.

Aliás, evite nomear um “dono” do projeto. Embora pareça óbvio que quem estruturou a ideia deva gerir o projeto, você perceberá que algumas pessoas podem ser, de fato, muito criativas, mas pouco efetivas na implementação de um projeto.

Agora é com você para seguir adiante, sair da mesmice, mergulhar no campo das ideias e inovar.

Referências

CARLOMAGNO, M. S.; SCHERER, F. O. **Práticas dos inovadores**: tudo o que você precisa saber para começar a inovar. São Paulo: Atlas, 2012.

CARSON, S. **Seu cérebro criativo**. Trad.: Bruno Casotti. Rio de Janeiro: BestSeller, 2011.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.



SEBRAE

The logo for SEBRAE is centered on a vibrant orange background. It features the word "SEBRAE" in a bold, white, italicized sans-serif font. The letters are flanked by two sets of three horizontal white bars, one above and one below the text, creating a stylized, symmetrical emblem. The background is composed of several overlapping organic shapes in shades of orange and yellow, some with diagonal line patterns, adding a dynamic and modern feel to the design.