# Introdução

Nesta aula, discutiremos a importância de investir em Design Thinking para resolver problemas complexos centrados no usuário. Também começaremos a entender como o processo de inovação é caracterizado por fases: Busca, Seleção e Implementação. Além disso, é importante saber fazer a avaliação do ciclo de vida e a gestão do portfólio.

Como você já deve imaginar, uma das fases mais importantes é a do desenvolvimento dos produtos, sem falar, claro, na necessidade de selecionar as melhores oportunidades, pois só assim teremos bons produtos.

Ao final desta aula, você terá adquirido conhecimentos sobre a seleção de boas ideias, as fases de um processo de inovação e o Design Thinking.

# Design Thinking: solução de problemas complexos centrados no usuário

O presente tem sido um grande desafio nos mais diversos sentidos da vida humana, pois tudo está mais complexo e mais competitivo, inclusive na corrida para apresentar soluções para as pessoas e empresas. Empresários, empreendedores e gestores, em geral, têm dado o seu melhor na busca por inovações. Para isso, às vezes, é preciso abandonar os métodos tradicionais e investir na novidade. Mudar um método não muda apenas a estrutura da organização, mas também toda a mentalidade da equipe. É nesse sentido que surge o Design Thinking.

O Design Thinking é ideal para quem quer lidar com problemas complexos, pois divide esse problema em fases e projeta ideias para resolvê-lo. O Design Thinking serve para otimizar processos e obter resultados satisfatórios. A maior diferença é focar a análise na pessoa e em suas necessidades. Assim, o Design Thinking lida com questões, como empatia, colaboração e experimentação.

Uma das principais inovações desse novo método é perceber o quanto pode ser transformador investir na análise do ser humano. Portanto, desenvolver o olhar empático é um requisito. É através da empatia que você pode entender o mercado consumidor, seus desejos, problemas e dores. Isso é possível por meio de pesquisa de mercado, com perguntas, questionários e entrevistas. Nesta fase, é necessário ouvir atentamente e recolher os dados necessários para compreender melhor o público, de forma a perceber quais são os maiores problemas que enfrentam e descobrir quais seriam as possíveis soluções.

Sabendo quais são os principais problemas, é hora de conceber soluções. É nesse momento que se aplicam as técnicas de inovação para se ter um quadro geral de ideias; em seguida, é feito um filtro dessas ideias e selecionam-se apenas aquelas com maior probabilidade de serem aplicadas nesse momento. Com as ideias em mãos, é hora de aplica-las, na fase de experimentação, quando os protótipos são construídos e aplicados. Então, são observados os principais problemas encontrados ao longo do caminho, para que tudo seja revisto e melhorado para a versão final, que é a implementação, a aplicação, de fato, do o que foi construído e refinado.

Esse método é inovador porque também foca na experiência do usuário, é menos quantificado e mais direcionado à discussão, inclusive com base em pesquisas de mercado. Com esse método, há mais oportunidade de discutir diferentes realidades e ideias, inclusive informações que sequer haviam sido imaginadas. Problemas e soluções são baseados em pesquisas de campo, sendo mais fiéis à realidade. Depois de entender bem aos problemas, com base em pesquisas, é possível chegar a soluções mais personalizadas e de acordo com a realidade do público. Essa metodologia está mais próxima do usuário e pode contar com a colaboração do público, um grande diferencial.

# Desenvolvimento de produtos. Seleção - Selecionando as melhores oportunidades

O mercado altamente competitivo exige mais inovação, mas empreendedores e empresários precisam investir nela corretamente para evitar prejuízos. Esquematicamente, é importante prestar atenção em todas as etapas do processo de inovação, que são busca, seleção e implementação.

A busca é o momento em que a análise de mercado ocorre, a fim de mensurar a realidade local com as possibilidades de atuação, ou seja, nesse processo de análise é necessário levar em consideração fatores externos e fatores internos da organização. A escolha é a fase em que a decisão é tomada, momento em que a empresa e os fatores empresariais são colocados na “escala” para que as ideias certas sejam levadas a sério e implementadas. Por fim, a implementação é a prática de uma ideia selecionada, é uma fase em que a ideia é colocada em prática, ou seja, é implementado o projeto. Muitas lições são aprendidas em todas essas fases e é importante que a organização valorize essas ideias e as utilize em projetos futuros.

As empresas têm uma vida, uma trajetória, que podemos analisar como ciclos, de “nascimentos” a “mortes” (ciclo de vida). O início de uma empresa está na sua estruturação inicial, que pode ser a fase de adequação das instalações, contratação e divulgação da abertura da empresa; após essa introdução, temos a segunda fase, o crescimento, quando a empresa obtém seus primeiros lucros, uma fase dura cerca de quatro anos. A terceira fase dessa vida é a maturidade, quando a empresa começa a ser mais reconhecida no mercado, a ponto de se firmar como uma autoridade; essa fase dura mais de duas décadas. E uma última fase, semelhante à morte, é o declínio, quando a empresa enfrenta uma grande dificuldade e, se reagir, pode reconquistar seu espaço no mercado; do contrário, pode falir.

Uma empresa lida com vários projetos, formando um portfólio, e lidar com esses muitos projetos requer uma gestão especializada. Portanto, com a gestão de portfólio, é possível lidar com vários projetos, de forma assimilada. Mais do que lidar com vários projetos, com essa gestão é possível assimilar esses diferentes projetos com os objetivos da empresa, além de gerenciar melhor os recursos. O gerente de projetos monitora os diversos projetos e verifica se sua aplicabilidade está sendo oportuna para a empresa ou não; caso contrário, ele precisa lidar com isso imediatamente, corrigindo esse erro. A gestão de projetos de portfólio permite uma melhor gestão de projetos, recursos e objetivos, de forma a alcançar os melhores resultados.

Tudo o que vimos até agora mostra quão complexa é a administração e gestão de empresas e novas ideias. Por isso, o profissional da área deve estar sempre atento às novidades do mercado, bem como à aplicabilidade dessas mais diversas estratégias, sendo um grande diferencial do profissional a experiência e o acompanhamento de casos na área.

# Estratégias Incrementais. Estratégias racionais. Métricas de inovação. Tecnologia exponencial

O mercado pede inovação o tempo todo, por isso, desenvolver novos produtos tem sido uma das necessidades mais crescentes. Esse processo pode ser entendido em várias etapas, desde o momento da ideia, até o cálculo do custo do projeto. A ideia de que é preciso ter um projeto muito inovador é um dos impasses mais notórios do senso comum. Aliás, não é bem assim que as coisas funcionam. Muitas grandes ideias não precisam ser estritamente novas, elas podem ser reajustes de experiências passadas. Mas, para que a ideia seja realmente boa, primeiro ela precisa ser validada. O processo de validação é essencial, pois ele revela se você está fazendo um bom investimento ou não.

Antes de colocar a mão na massa, você precisa se dedicar à fase de planejamento. Uma vez que você tenha uma ideia mais sólida do que deseja, é hora de entrar em contato com os profissionais necessários para dar os primeiros passos e, nesses momentos, é fundamental um bom esboço detalhado, com explicações dos recursos utilizados e suas aplicações. Não é mais recomendado fazer todo o investimento no produto antes de fazer alguns testes com protótipos. Nessa fase de testes dos modelos de produtos, é possível refinar a ideia, otimizando sua funcionalidade e preparando-a melhor para o mercado.

É difícil criar um novo produto sem parcerias comerciais. Para isso, é necessário mapear todos os atores sociais importantes para as negociações, principalmente após testar os protótipos. Isso serve para buscar todas as parcerias necessárias, não apenas para fabricação, mas para transporte, distribuição e todas as demais necessidades de produção e entrega ao mercado.

Após todas essas etapas, chegou o último ponto e, talvez, um dos mais importantes para a criação de um produto: o custeio. Nesse momento, são analisados ​​todos os recursos, assim como a possibilidade de utilizá-los. Nessa hora também se tem uma ideia mais concreta de quanto precisará cobrar pela venda do produto.

Aliada à ideia de criar novos produtos, existe também a ideia de saber selecionar boas ideias, o que não foge ao padrão: avaliar, verificar recursos e viabilidade. Existem várias empresas, com casos que funcionaram e casos que falharam, pois sabemos que não existe uma fórmula mágica. Para ser mais assertivo na escolha de ideias também é necessário ter um olhar mais aguçado para a compreensão da realidade local, pois determinadas estratégias e ideias deram certo em um local que possui uma cultura totalmente diferente da cultura que a sua organização necessita. Por isso, é necessário lidar também com a ideia de adaptabilidade.

# Videoaula: Da invenção a inovação: criando novos produtos e serviços

Meu vídeo não funciona

Sabemos que o processo de inovação é uma das coisas mais cobradas das empresas atualmente, não é mesmo? Você sabia que, conhecendo algumas técnicas, você pode se comportar organizacionalmente como as grandes empresas do nosso tempo? É disso que trata a aula de hoje. Além de apresentar algumas das técnicas mais populares da área, também falaremos sobre processo inovador, criação de produtos e seleção de ideias. Vamos lá? Aperte o play!

# **Saiba mais**

Você sabia que o Design Thinking pode ser utilizado para seleção de novos profissionais nas empresas? Veja o artigo [**Design Thinking no RH: como o método pode ajudar no R&S**](https://rhpravoce.com.br/canal/design-thinking-no-rh-como-o-metodo-pode-ajudar-no-rs/) que mostra como essa técnica também tem se mostrado eficaz no recrutamento. Ter essa noção é importante para destacar o poder de adaptabilidade das diversas técnicas que estamos estudando e quanto elas podem ser aproveitadas organizacionalmente.

# **Referências**

ARAÚJO, R; VITOR, J. Aplicação da gestão de portfólio de projetos em uma empresa de engenharia consultiva. Revista Inovação, Projetos e Tecnologias. v. 5, p. 45-64, 2017. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/320026716_Aplicacao_da_Gestao_de_Portfolio_de_Projetos_em_uma_Empresa_de_Engenharia_Consultiva>> Acesso em 25 ago. 2022.

BAKSTER, M. Projeto de Produto: guia prático para o design de novos produtos. 2. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.

BOSCHI, M. T. Design thinking como abordagem para gerar inovação - Uma reflexão.

Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade Anhembi, Morumbi, São Paulo, 2012. Disponível em:  [https://www.academia.edu/6055173/O\_Design\_Thinking\_como\_abordagem\_pa ra\_gerar\_Inova%C3%A7%C3%A3o\_-\_Uma\_Reflex%C3%A3o](https://www.academia.edu/6055173/O_Design_Thinking_como_abordagem_pa) Acesso em: 25 ago. 2022.

MARCHIORI PACHECO, L; GOMES, E.  Modelos de gestão da inovação em uma perspectiva comparada: contribuição para aplicação em pequenas e médias empresas. Revista da Micro e Pequena Empresa (FACAMP). v. 10, p. 63-79, 2016.  Disponível em:  <https://www.researchgate.net/publication/315756151_Modelos_de_gestao_da_inovacao_em_uma_perspectiva_comparada_contribuicao_para_aplicacao_em_pequenas_e_medias_empresas>> Acesso em: 25 ago. 2022.

OLIVEIRA, R. B. Análise do Gerenciamento de Resíduos Sólidos Orgânicos pela Metodologia Avaliação do  Ciclo de Vida: Estudo de Caso sobre Restaurantes no Distrito Federal. 2019, 107p. Monografia (Bacharelado) – Departamento de Engenharia Civil e Ambiental, Universidade de Brasília, 2019.