**Prezados alunos,**

**Solicito que escolham um produto qualquer e por meio das orientações sobre a Metodologia Scamper, abaixo descritas, busquem de forma criativa, apontar algumas ideias. Oriento que utilizem no mínimo três das sete alterações possíveis e propostas pela metodologia.**

**Peço que encaminhem a atividade, ao e-mail** [analuciaborges@iftm.edu.br](mailto:analuciaborges@iftm.edu.br) **até o final desta aula.**

**Esta atividade poderá ser desenvolvida em dupla.**

**Votos de sucesso!**

**Ana Lúcia Borges – Prof. Gestão**

**METODOLOGIA SCAMPER**

É um método desenvolvido por Bob Eberlee para melhorar a criatividade e no desenvolvimento de ideias criativas. O método **SCAMPER**foi elaborado pelo autor em meados do século 20, publicado em seu livro de mesmo nome. Basicamente é uma lista de verificação de perguntas onde novas ideias são criadas.

Este método é muito utilizado para repensar o problema ou criar uma nova oportunidade de negócio, podemos também utilizar este método para modificar um projeto de um produto, serviço ou processo. Segundo o autor, o método SCAMPER é muito utilizado principalmente para melhorar um processo de produto, no desenvolvimento de um serviço novo ou existente, seja ele próprio ou concorrente.

O método é muito útil para abrir a mente para novas maneiras de se concentrar no problema, com isso mudar toda a nossa capacidade criativa.  
O método **SCAMPER** baseia-se em um acrônimo de sete tipos de perguntas que são formuladas para o desenvolvimento de uma ideia, neste caso as perguntas são formuladas para estimular respostas conforme a equipe analisa este pensamento criativo.

**Segundo o autor os sete acrônimos são:**  
1 – **S**ubstituir  
2 – **C**ombinar  
3 – **A**daptar  
4 – **M**inimizar, tornar maior, modificar  
5 – **P**ensar em outros usos  
6 – **E**liminar  
7 – **R**everter, rearranjar.

Onde:

1 – Substituir – é o processo com a intenção de determinar o que é que pode ser utilizado como substituto daquele pensamento. Esta questão a equipe precisa analisar no sentido que deverão ser colocadas algumas questões, de modo a averiguar que produto ou serviço pode ser substituto de um produto ou serviços já existente. A ideia consiste na substituição.  
2 – Combinar – este é o processo que investiga como é que a ideia pode ser combinada com outro fato para gerar algo novo, pois ao combinar objetos e ideias, podemos desenvolver novos produtos ou serviços.

3 – Adaptar – este é o processo que consiste em saber como se pode adaptar uma ideia existente ou a ideia de outra pessoa. Neste sentido, é importante questionar “que outra ideia isto sugere?” ou “o que posso copiar para adaptar à minha ideia?”.

4 – Minimizar – este é processo que foca na hipótese da ideia poder ser modificada, minimizada ou maximizada. Assim, a partir de uma ideia já existente, tenta-se atribuir-lhe uma nova utilização, efetuando uma modificação a qualquer nível (forma, dimensão, peso, tempo, frequência, velocidade, entre outros). A questão a ser colocada nesta fase é “de que forma o produto ou serviço pode ser modificado, aumentado e/ou reduzindo?”

5 – Pensar em outros usos – este é o processo que nesta etapa pretende-se encontrar utilizações alternativas para ideias existentes, isto é, “a ideia pode ser utilizada em outros mercados?” De qual forma? Por vezes é necessário reutilizar o produto, dando-lhe outra utilidade completamente diferente.

6 – Eliminar – este é o processo da eliminação, redução ou adição de novos ingredientes, componentes, partes de produção ou serviços, de modo a alterar uma ideia. Pensamento na eliminação de várias partes ou características do produto ou serviço, de forma a solucionar alguns problemas.

7 – Reverter – este é o processo que consiste em reverter o produto ou o serviço de modo a criar uma outra ideia. A inversão da sequência em que as tarefas estão a ser executadas ou a conversão do espaço na possibilidade de criação de um novo conceito ou a chamada de exploração de novas possibilidades no tempo e no espaço.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

HAL GREGERSEN, Jeff Oyer & CHRISTENSEN, Clayton M., DNA do Inovador – Dominando as 5 habilidades dos Inovadores de Ruptura, HSM Editora, 2011.