



GUIA ESSENCIAL

GESTÃO DA  
**INOVAÇÃO**  
PARA PEQUENAS  
EMPRESAS



**GUIA ESSENCIAL**

**GESTÃO DA  
INOVAÇÃO  
PARA PEQUENAS  
EMPRESAS**

Copyright © 20233  
Todos os direitos reservados

Todo o conteúdo parcial ou integral deste e-book não pode ser divulgado para uso público ou privado sem atribuição dos devidos créditos ao autor.

# ÍNDICE

■ Introdução.....	4
■ Inovação: o que é e quais são os tipos?.....	6
■ 1 - Inovação de Produtos e Serviços .....	8
■ 2 - Inovação em Marketing .....	9
■ 3 - Inovação organizacional .....	11
■ 4 - Inovação de Processos .....	13
■ Por que a inovação é importante para pequenas empresas? .....	15
■ Como implementar uma cultura de inovação em sua empresa? .....	19
■ Gestão da Inovação: como funciona e quais são seus benefícios? .....	26
■ O que é Inovação Radical? .....	33
■ O que é Inovação Incremental? .....	35
■ 3 Mitos sobre a Inovação .....	36
■ Principais ferramentas para a inovação .....	38
■ Como medir a Inovação: os principais indicadores .....	44
■ Políticas de inovação no Brasil .....	46
■ Encontre sua forma de inovar! .....	47



## ■ Introdução

---

**C**om o **crecente desenvolvimento da tecnologia nos contextos atuais**, podemos perceber o quanto está mudando o mercado. Novas ferramentas, equipamentos, dispositivos e softwares são constantemente criados e inovados para facilitar tanto a rotina das empresas quanto a vida dos consumidores. **Porém, o ponto mais importante disso é a inovação.**

Uma vez que o foco de uma marca atuante no mercado é gerar competitividade, **é importante investir em processos e em uma cultura de inovação dentro da organização**, a fim de que novos processos possam ser gerados, e dessa forma, impactem positivamente a oferta perante a concorrência.

Inovar, nos dias atuais, não é nem mais um requisito, mas sim uma obrigação para empresas que desejam se destacar.

Por esse motivo, **neste e-book iremos abordar o conceito aprofundado de inovação, bem como seus processos**, como criá-lo, estimulá-lo e desenvolvê-lo em sua empresa.

Além disso, **daremos dicas de ferramentas para conduzir a inovação em seu negócio**, e dessa forma, gerar ainda mais valor.

Continue lendo e tire todas as suas dúvidas sobre o assunto!





## ■ Inovação: o que é e quais são os tipos?

**A**ntes de tudo, **podemos dizer que a inovação nada mais é do que o processo de fazer algo novo** — seja um produto, um serviço, um processo ou até mesmo uma ideia. Ou podemos dizer que ela também está relacionada ao ato de fazer algo que já é conhecido, porém de maneira completamente diferente (disruptiva).

Por esse motivo, o processo de inovação caminha junto com a **criatividade** e **coragem** para que, unidos, possam oferecer um caminho que ninguém havia pensado em trilhar antes.

No entanto, **precisamos levar em consideração que a questão do sucesso na inovação é bastante subjetiva.**



**Vamos a um exemplo prático:** imagine que exista um tipo de atividade tradicional advinda de uma marca extremamente tradicional no mercado que oferece soluções para diversas pessoas, mas que só existe esse tipo de serviço para esse tipo de demanda na atualidade.

Esse modelo é bastante comum em negócios que trabalham com telefonia, e até mesmo com provedores de internet.

Depois de algum tempo, **alguém pode descobrir outra maneira de resolver essas demandas**, e a forma em que o serviço é prestado. Nesse ponto, podemos perceber o surgimento da inovação.

Logo, para concluir, **entendemos que ela basicamente significa melhorar algo**, seja buscando uma ideia nova, melhorando metodologias, processos, e maneiras de realizar alguma atividade específica.

Seja em um novo produto ofertado, um novo jeito de prestar serviços, uma maneira diferente de contatar clientes em um call center, um novo treinamento para funcionários ou até mesmo uma nova estratégia para elaborar excelentes promoções para clientes e consumidores: tudo que está apto a ser inovado, acaba sendo melhorado ainda mais.

**Existem alguns tipos de inovação que são essenciais para uma pequena empresa . São eles:**



1

# Inovação de Produtos e Serviços

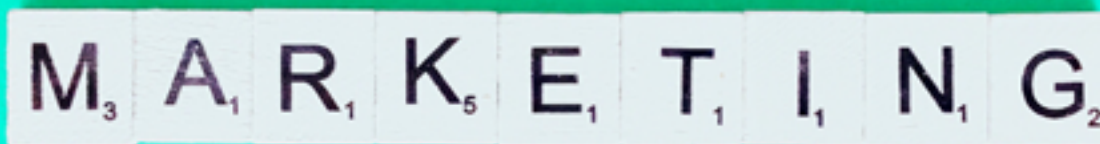
Sabemos que **melhorar os produtos e serviços** que um negócio oferece ao mercado é de suma importância para fazer com que o seu sucesso seja alcançado de maneira eficiente e estratégica diante da concorrência.

Por isso, **é importante ter um produto que, além de oferecer inovação, também ofereça praticidade e uma vida útil mais longa.**

Para exemplificarmos ainda melhor esse tipo de inovação, podemos lembrar do seu conceito aplicado em equipamentos, tais como notebooks, computadores e telefones. **Eles não podem ser desenvolvidos unicamente no propósito de oferecer conforto e garantir que tenham ferramentas e aplicações modernas, entre outros.**

**A ideia por trás da inovação de produtos e serviços** é que tais ofertas tenham total capacidade de sofrerem mudanças contínuas em relação aos sistemas e softwares que eles utilizam, para que assim, continuem gerando valor à demanda.





## 2 Inovação em Marketing

**E**ntender que **a forma de comercializar um serviço ou produto de sua empresa é uma novidade**, também pode ser considerado como um tipo de inovação. Ter foco no crescimento de suas conversões é crucial para que o negócio obtenha sucesso.

Desse modo, **é daí que surge a inovação em marketing**, ou seja, a importância de saber e entender como de fato se posicionar para se destacar dos concorrentes.

No mundo que estamos vivendo, **considera-se que praticamente tudo já foi inventado — ou falta bem pouco para isso acontecer**. Assim, não resta muito a não ser avançar com as ideias que vão surgindo e de ferramentas modernas.

No entanto, também precisamos levar em consideração os métodos tradicionais. Sendo assim, para que possamos ter ainda mais sucesso na inovação em marketing, **nem sempre é necessário ir para o digital e tecnológico.**

Em alguns momentos, **a busca por soluções mais simples pode acabar se tornando o grande diferencial.** Vamos a um exemplo: digamos que em um dado momento, seja necessário (e estratégico) atualizar a imagem que foi servida como assinatura de uma marca.



É o caso, **por exemplo, de uma marca de suco que decidiu mudar a sua marca para o seu logotipo anterior.** O resultado disso foi excelente. O público dessa empresa conseguiu se identificar ainda mais com o seu estilo retrô e o marketing acabou sendo um verdadeiro sucesso, especialmente na parte de conversões.



### 3

## Inovação organizacional

**C**aso você não saiba, **transformar a sua equipe em verdadeiros promotores da marca**, ou seja, aliados da sua empresa, também é considerado um tipo de inovação. Atualmente, já não é mais segredo que os negócios que performam ainda melhor tendem a ser aquelas cujas atividades e exercícios internos costumam ser realizados de maneira eficiente e eficaz.

Logo, **se acrescentarmos a esse movimento a possibilidade de buscar fraquezas e melhorá-las cada vez mais**, estamos falando de uma estrutura ainda mais consolidada e, portanto, mais produtiva.

De forma prática, **a inovação do tipo organizacional permeia em três princípios**, que são:

- 1. Fazer com que o potencial criativo seja desbloqueado**, fazendo com que todos possam gerar opiniões, e dessa forma, ter a capacidade de contribuir de forma estratégica com excelentes ideias.
- 2. Oferecer qualidade e valor** aos processos para que laços sejam fortalecidos, e assim, seja estimulada uma identificação com a equipe.
- 3. Gerar e compartilhar dados e informações**, sempre no intuito de ensinar uma equipe a saber. Esse processo estimula o campo das ideias mentais, beneficiando o setor, e conseqüentemente, a empresa.





## 4 Inovação de Processos

**T**endemos a enxergar o fracasso como uma questão extremamente negativa, já que o mercado nos exige tanto. Porém, o fracasso também nos permite obter novas ideias! **Atualmente, existem diversas marcas de sucesso que surgiram através de vários erros cometidos.**

Logo, ideias que são mal sucedidas, e que com o tempo, passaram a ser valiosas, também podem ser consideradas como um tipo de inovação.

Sem contar que através desse processo, **conseguimos criar ofertas ainda melhores do que o projeto original.**

Quando nos depararmos com uma ideia que não funciona, é interessante realizar a seguinte pergunta: **como é possível transformar esse resultado em algo benéfico e valioso para minha empresa?**



Em resumo, **diante dos 4 tipos essenciais de inovação abordados neste tópico**, precisamos levar em consideração os seguintes pontos:

- Melhorar cada vez mais a nossa oferta.
- Melhorar a maneira como o produto é utilizado, mediante as demandas atuais do mercado.
- Inspirar em marcas antigas de sucesso que tiveram um histórico de inovação eficiente.





# ■ Por que a inovação é importante para pequenas empresas?

---

**E**ntendendo o conceito da inovação para o mercado, não fica difícil entender **as principais vantagens e benefícios da inovação para pequenas empresas**. Vamos conferir abaixo quais são elas:

## 1. Garante sobrevivência para o negócio

Em suma, sabemos que pequenas empresas não possuem um índice de lucratividade igual ao dos grandes players no mercado — que já estão muito bem consolidados e já possuem autoridade de marca em seu setor de atuação.





Na maioria das vezes, as pequenas empresas ainda passam por instabilidades por causa do manuseio dos processos administrativos internos, **ou seja, elas ainda precisam de mais tato.**

No entanto, **para garantir que elas continuem gerando valor ao mercado, é extremamente necessária a adoção da inovação nos processos internos.** Assim, novos jeitos de resolver problemas, criar soluções, otimizar atividades e garantir uma oferta de mais valor aos clientes finais são gerados.

Conforme dito no início deste conteúdo, o mercado está em constante movimento por causa do crescimento da tecnologia e da modernidade. **Uma pequena empresa que possui um pensamento inovador,** entende a importância de acompanhar essas tendências e implementá-las — quando faz sentido para o seu negócio.

## 2. Oferece mais valor à imagem da empresa e ao seu produto

Serviços e produtos que passam por constantes inovações tendem a ser cada vez mais competitivos e bem vistos no mercado. **Afinal de contas, os consumidores não buscam ofertas tradicionais e obsoletas.**

Com o mar de informação que recebemos diariamente com a ajuda da internet, os clientes estão ficando cada vez mais educados no mercado, exigindo por processos e serviços cada vez melhores. **Quando priorizamos isso, destacamos a nossa marca e geramos valor à imagem da empresa, passando a ser cada vez mais competitiva.**

## 3. Motiva os colaboradores da sua empresa

**Sabemos que o que faz a “roda girar” em uma empresa são os colaboradores, correto?** Por isso, a inovação traz consigo a oportunidade de os funcionários terem mais independência em seus postos de serviços. Afinal, não tem como inovar se não existe liberdade de expressão em um ambiente corporativo.

Portanto, um dos grandes benefícios que podemos perceber com a implementação da inovação na cultura de uma empresa, é de um ambiente mais tranquilo, favorável, seguro e cheio de possibilidades. E o fato de os colaboradores terem a oportunidade de **serem proativos e escutados** acerca de um processo que pode ser mudado, otimizado ou retirado, já é um motivo eficiente para **torná-los mais engajados.**

### 4. Oferece relações de longo prazo

Nos contextos atuais, existe uma parcela de produtos que, quando chegam ao mercado para serem ofertados, **tendem a não durar por muito tempo.**

Logo, **a inovação aberta entra na produção de novos serviços e produtos que oferecem maior capacidade de oferecer bem estar e satisfação aos consumidores.**

O resultado disso, sem dúvida, é um excelente volume de receitas, e além disso, a plena certeza de que o relacionamento entre empresa e cliente durará por bastante tempo, uma vez que estes sabem que podem contar com uma marca que está a todo instante buscando entregar o melhor para eles.

### 5. Gera competitividade

Por fim, chegamos a um ponto específico e bastante falado ao longo desses tópicos. **Quando investimos em inovação, e percebemos essas características anteriores visíveis em uma empresa,** não resta muita coisa para se chegar a um ponto competitivo.

Afinal de contas, a cultura interna já está integrada ao espírito de inovação, os clientes, parceiros, fornecedores e acionistas estão satisfeitos e **existe uma preocupação constante de inovar cada vez mais.**



## ■ Como implementar uma cultura de inovação em sua empresa?

---

**M**uito mais do que saber a teoria, é partir para a prática, não é mesmo? Sabendo toda a importância da inovação para um negócio, **vamos conferir em seguida as principais etapas para implementar uma cultura de inovação em uma empresa:**

### 1. Busque cultivar lideranças inovadoras

Em geral, **para que consigamos de maneira efetiva incrementar a inovação em um negócio**, precisamos investir em lideranças que possam estimular e trazer ainda mais autonomia aos colaboradores, de forma que os incentivem a inovar.

De maneira prática, sabemos que o dia a dia laboral dentro de uma corporação pode ser estressante, e muitas vezes desestimulante para incorporar esse tipo de posicionamento.



No entanto, **é papel de empreendedores e superiores imediatos promover um espaço para a troca**, onde todos os empregados sintam-se plenamente livres para expor suas ideias a respeito de atividades, processos, equipamentos, normas, diretrizes, e todo o contexto envolvente ao negócio.

**A cultura de inovação** fomenta o colaborador a entender o cenário atual e promover novas soluções para problemas que antes eram simplesmente despercebidos nos processos internos, ou até mesmo em atividades corriqueiras e antigas.

Portanto, **gestores que tendem a estimular um espírito de inovação dentro de suas equipes**, estão agregando inúmeros benefícios não somente para o negócio, mas como também para o colaborador de sua equipe, que por conta de sua liberdade de se expressar e da vontade de querer inovar, sempre estará **se desafiando e entregando o melhor**.

## 2. Mostre que a inovação é um processo que precisa acontecer com todos

É bastante comum percebermos colaboradores que dizem não ter capacidade de ser criativos e inovadores, e dessa forma, preferem somente entregar aquilo que lhe é proposto a fazer.

No entanto, **é preciso lembrar aos colaboradores que todos possuem grande potencial de inovar**, sobretudo nas áreas onde estão alocados.

Afinal, eles entendem como funcionam os processos daquele departamento.

O problema desse bloqueio ou da falta desse incentivo é que existem negócios atuando no mercado de maneira verticalizada, ou seja, **“eu mando e você obedece”**.





Essa ação é um grande desestímulo à inovação, fazendo com que muitas vezes o próprio colaborador perca a autoconfiança para gerar novas ideias.

Por esse motivo, ao invés de simplesmente forçar sua equipe continuamente a submeterem-se a processos e atividades que são engessados e obsoletos, **busque incentivá-los a descobrir outras formas de realizar suas atividades e escute o que eles têm a dizer.**

### 3. Valorize a diversidade

Primeiro de tudo, **sabemos que as novas ideias não surgem em um lugar onde todos os colaboradores pensam da mesma maneira.**

Por esse motivo, ter funcionários na equipe com **experiência, histórico, qualificação, vivência e visão de mundo extremamente diferentes uns dos outros** pode acabar fortalecendo ainda mais o poder da inovação na empresa, gerando resultados valorosos.





Por esse motivo, se preocupe com os processos de seleção, avaliando **perfis distintos, de origens diferentes**. Uma ideia seria reduzir um pouco as restrições que são colocadas como pré-requisito para se encaixar nas vagas, por exemplo.

O ideal, nesse momento, é abrir o processo seletivo para candidatos que possuem conhecimentos diferentes e **que possivelmente tendem a oferecer muito valor à empresa**.

## 4. Treine seus colaboradores

Sabemos muito bem que a inovação não acontece sem aprendizado! Logo, a questão da inovação é um trabalho que todos devem ter, e a corporação precisa oferecer maneiras para que os colaboradores consigam desencadear novas habilidades e competências.

Além disso, **é crucial que eles tenham contato constante com o mercado**, a fim de obterem novas ideias a respeito de processos que podem ser eficientemente melhorados.

Sem contar que a capacitação profissional consegue tirar o próprio colaborador de sua zona de conforto, fazendo com que o **pensamento crítico** seja estimulado e deixando-o sempre em contato com novas ferramentas, tecnologias e aplicações.

Atualmente, **existem inúmeros treinamentos e cursos práticos disponíveis na internet**, podendo serem estudados de maneira online e que, sobretudo, não comprometam a vida pessoal e profissional dos colaboradores.

### 5. Atente-se às mudanças e tendências de mercado

Por mais que seja tentador associarmos sempre **a inovação com a tecnologia, esse é um erro gravíssimo**. Isso porque não faz o menor sentido empregar ou inovar tecnologia com potencial disruptivo, se ela não estiver relacionada a um tipo de mudança social.



**Steve Jobs e Henry Ford**, por exemplo, eram excelentes inovadores, mas somente com a tecnologia, não teriam mudado o mundo! Suas melhores **“apostas”** foram por realizarem a criação de inovações que seriam tendências de mercado, bem como as **respectivas necessidades dos consumidores**.

Todos esses elementos ajudaram **Steve Jobs e Henry Ford** a obterem uma que basicamente realizou transformações profundas no mercado, e até hoje somos impactados por essas mudanças.

### 6. Defina seus objetivos e analise o progresso

Assim como qualquer projeto que damos vida, a integração de uma cultura de inovação precisa ter **objetivos muito bem explicitados, e o mais importante, resultados a serem esperados.**

Sendo assim, de maneira mais prática, busque encontrar métricas que possam **mensurar ações e realize essa medição ao longo do tempo,** a fim de entender melhor o caminho e ter mais tato sobre aquilo que deve retirar, melhorar, desenvolver, otimizar, etc.

Aqui, **é o momento ideal de você definir as áreas da sua empresa que necessitam de inovação:** pode ser o setor de desenvolvimento de produtos, prestação de serviços, marketing, vendas, departamento pessoal, logística, atendimento ao público, entre outros setores.

Com isso, o empreendedor já consegue ter uma medição ainda melhor a respeito de **ideias inovadoras** que a marca criou, além de saber qual delas de fato aconteceram e qual foi o esperado disso tudo.





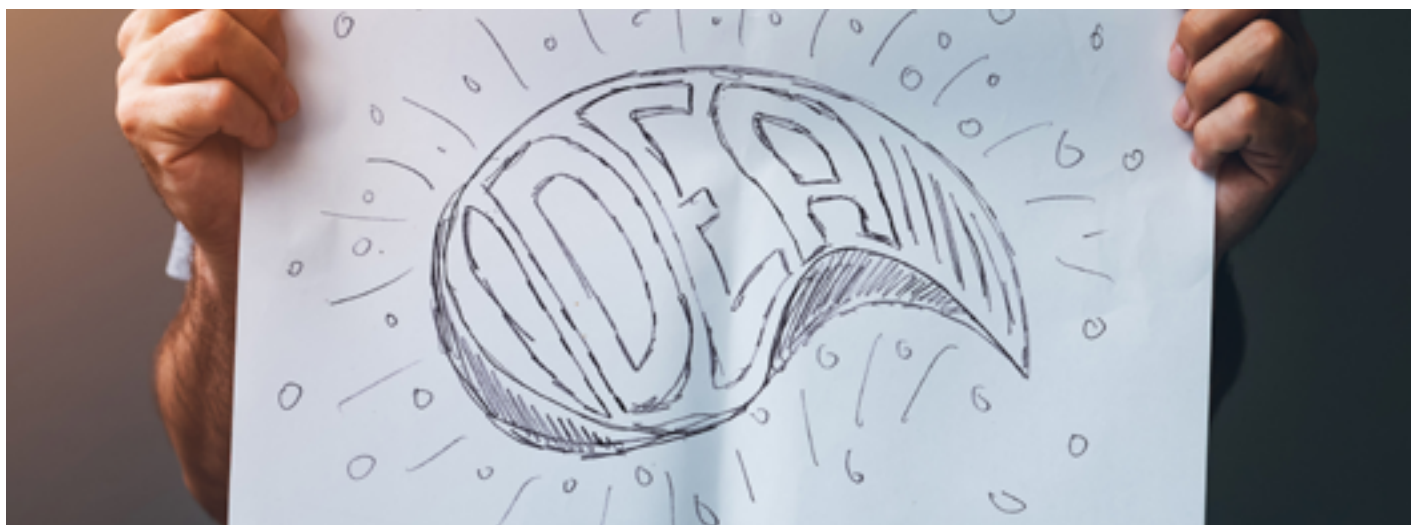
## ■ Gestão da Inovação: como funciona e quais são seus benefícios?

---

**A**ntes de tudo, devemos entender que a **gestão da inovação** possui obrigações claras e importantes em um negócio: **busca oferecer todo o suporte necessário aos processos de desenvolvimento de ideias**, porém dentro do universo da inovação.

De maneira prática, **esse tipo de trabalho costuma ser conduzido em etapas específicas**, e a cada uma delas a empresa deve oferecer o suporte no qual o colaborador envolvido na questão precisa.

Quando surge uma proposta nova— **pode ser uma ferramenta ou um método de trabalho** — ela advém depois da detecção de uma novidade ou até mesmo de uma percepção fundamentada em pesquisas! **Se olharmos de forma macro, podemos presumir que é exatamente assim que uma ideia surge.**



No entanto, para que ela seja devidamente concretizada, as outras etapas seguintes precisam ser conduzidas de maneira uniforme. Sendo assim, **a gestão da inovação acaba sendo indispensável** para qualquer negócio que queira gerar lucro e competitividade.

Nesse tipo de gestão, **o colaborador tem total apoio e suporte da corporação para o desenvolvimento de suas ideias**, oferecendo todos os incentivos e recursos necessários para que esse trabalho possa ser colocado em prática.

**Na etapa de desenvolvimento** — que tende a ser mais longa — o resultado precisa ser aplicado.



Isso porque esse final é **fundamental** para que a gestão consiga entender qual tipo de suporte precisa oferecer, para que assim, a nova proposta seja devidamente aplicada.

Logo, para que os resultados desse trabalho de inovação possam ser eficientes, a própria empresa tende a oferecer os meios necessários para ajudar o colaborador na finalização da proposta e em sua implementação no dia a dia laboral.

Em resumo, podemos encontrar algumas **vantagens e benefícios** com a implementação da gestão da inovação em uma empresa. **Veja abaixo algumas delas:**





## 1. Fomenta a criatividade

A partir do momento em que percebemos que a **cultura organizacional está inteiramente disposta e aberta para os processos de inovação**, podemos observar uma tendência em que o ambiente de trabalho seja cada vez menos engessado, e cada vez mais flexível.

No entanto, isso não significa que a empresa agora encontra-se **“desleixada”**. Muito pelo contrário: **estamos tirando processos engessados e um ambiente hierarquizado que não favorece produção alguma.**

**As empresas atuais trabalham com horizontalidade**, ou seja, o colaborador não é menos importante que o gestor, que é menos importante que o empreendedor e por aí vai.



Em um local de trabalho mais tranquilo e com menos índices de pressão — **porém com as mesmas responsabilidades** — observamos uma tendência onde todos os envolvidos trabalham de maneira harmoniosa, confortável, com bastante foco e tranquilidade para pensar na condução dos processos.

### **Tudo isso leva à inovação!**

Quando estamos submetidos a um ambiente de trabalho tranquilo e, sobretudo, tendo uma base de cultura de apoio, tanto colaboradores quanto gestores conseguem pensar melhor em soluções, processos, produtos e serviços mais eficientes.

## **2. Aumenta a competitividade do negócio**

Nos contextos atuais, **a inovação acaba se tornando um elemento praticamente decisivo para qualquer marca que deseja disputar com outras empresas no mercado.** Seja para serviços ou produtos, existe uma necessidade cada vez mais latente de trazer algo incrivelmente novo para os consumidores.

Assim, **grande parte dessa possibilidade e dessa busca está relacionada à tecnologia**, bem como ao que ela tende a proporcionar.

Em outras palavras, quando um negócio possui uma excelente gestão de inovação, podemos presumir que ela está totalmente pronta para seguir em frente e fazer muito sucesso — **seja a curto, médio ou a longo prazo.** Uma hora ou outra, esse sucesso é reconhecido.



Portanto, qualquer tipo de proposta — **desde que seja interessante e validada pelas pessoas** — é capaz de gerar grande competitividade. Basta imaginarmos isso! Uma atividade inovadora, por exemplo, pode gerar ainda mais produção interna, fazendo com que os erros sejam reduzidos drasticamente.

Agora, **se tratando de um novo produto**, ela tende a gerar muito mais vendas, e além disso, promover o buzz marketing entre o público.

**Nos dois exemplos abordados**, podemos perceber que o resultado é uma posição mais competitiva de mercado, tanto por questões que foram trabalhadas internamente quanto externamente.

### 3. Aumenta a produtividade

Por fim, chegamos a um ponto crítico muito importante: **a produtividade**. De forma geral, sabemos que para uma corporação obter excelentes resultados, o trabalho interno deve ser incansável e constante.

Por esse motivo, **se os colaboradores entenderem que suas ideias possuem valor** e além de tudo, podem beneficiar eles próprios, o caminho mais comum que podemos imaginar é que a motivação seja gerada.

**Também podemos observar um fator interessante que a gestão da inovação proporciona**, que é a possibilidade de aplicar o resultado obtido dos estudos e também do desenvolvimento na própria empresa.

**Quando tais ideias advêm de ferramentas**, sistemas e processos internos, de maneira automática, isso tende a significar maior produtividade e agilidade.

Portanto, um negócio tem de tudo para sair na frente quando percebe a importância de se capacitar e buscar a estruturação de uma nova linha organizacional **com o apoio do papel da inovação**.





## ■ O que é Inovação Radical?

---

**A**ntes de tudo, podemos definir que a Inovação Radical nada mais é do que o desenvolvimento de um serviço ou um produto completamente novo no mercado! **No entanto, quando se fala em inovação radical**, tendemos a pensar que se trata de um termo recente. Mas ele foi criado no ano de 1939, pelo economista Joseph Schumpeter.

De maneira prática, **a inovação radical busca explorar novos processos para o mercado**, impactando não somente o ambiente interno dos negócios, mas como também o segmento em que a marca se encontra.

Logo, podemos entender que **empresas inovadoras estão sempre buscando investir em inovação que ofereça custo e risco**, pois assim é possível melhorar ainda mais o core business.

Se tratando especificamente da Inovação Radical, **ela está direcionada no desenvolvimento de serviços e produtos que tendem a causar um grande impacto no mercado** (quase disruptivo). Em geral, são ações que nunca foram realizadas por nenhuma outra marca antes.

Com isso, ela abre caminhos para um novo tipo de mercado, fazendo com que negócios encontrem segmentos diferentes para atuar. **Foi basicamente o que Henry Ford e Steve Jobs fizeram:** usaram a inovação radical para abrir caminhos e incentivar a ramificação de novos mercados.

Diferentemente dos outros tipos de inovação, a radical possui características distintas e peculiares, como por exemplo:

- Oferece um alto impacto no seu mercado de atuação.
- Demanda um alto investimento para ser usada.
- Seu tempo de implementação costuma ser mais longo.
- Promove uma grande capacidade de reinvenção e renovação por parte da empresa.
- Torna os nichos da empresa mais passíveis de serem expandidos.



## ■ O que é Inovação Incremental?

**E**m suma, a **inovação incremental** é um termo que acabou adentrando aos modelos de inovação no ano de 1939, também pelo economista Joseph Schumpeter. De forma geral, esse tipo de inovação está relacionado em melhorias de um produto ou serviço que já existe no mercado atual.

Em outras palavras, através da **inovação incremental**, a empresa usa seus produtos e serviços que já existem e os otimiza, **a fim de gerar valor e qualidade para o mercado**. Exemplos desse tipo de inovação são as atualizações de telefone, como os famosos iPhones que são desenvolvidos a cada ano.

Além disso, **podemos observar uma vantagem na inovação incremental, que o seu custo barato e fácil**. Afinal, não estamos produzindo algo relativamente do zero, mas sim fazendo pequenas melhorias ao longo do tempo, a fim de acompanhar demandas mercadológicas.





## ■ 3 Mitos sobre a Inovação

---

### 1. Criatividade e inovação são a mesma coisa

**Ser criativo é bastante diferente de saber inovar.** Caso sua empresa seja criativa, ou possua uma equipe que tenha muito talento para a criação, já temos um bom indicador para uma possível inovação.

Ou seja, **a criação é o elemento que não produz a ação.**

**Ela é simplesmente criada!** No entanto, quando essa criação é desenvolvida e sendo tida como um grande sucesso, podemos considerá-la como uma inovação.



## 2. Inovar é lançar novos produtos

No ambiente corporativo, **a inovação é muito mais do que simplesmente lançar um novo produto!** Como vimos, ela é também uma ideia que gera impulsionamento para excelentes mudanças em uma escala bem maior — não somente em aspectos empresariais. Ela consegue quebrar paradigmas e mudar pensamentos.

## 3. Inovação só acontece em startups

**Nem sempre!** Conforme vimos ao longo desse conteúdo, é completamente possível ser uma empresa inovadora com sua estrutura já em andamento.

Um exemplo a citar disso são as empresas Cielo, Amil e Bradesco, que, de acordo com a Revista Forbes, **foram eleitas as empresas mais inovadoras do Brasil.**





## ■ Principais ferramentas para a inovação

---

### 1. Benchmarking

Em tradução livre, o termo **benchmarking** significa algo como “**ponto de referência**”. De maneira prática, estamos falando de um processo de pesquisa que gira em torno de negócios de mesmo segmento, a fim de analisar como seus serviços, produtos e processos estão desempenhando com relação aos concorrentes.

Essa tarefa é mais de monitoramento, e **consiste basicamente em análise, avaliação, interpretação e a respectiva mensuração dos resultados obtidos.**

## 2. Brainstorming

Caso você não saiba, o processo de **brainstorming** consiste na reunião de pessoas com o objetivo de gerar ideias para um determinado produto, serviço, contexto, processo ou quaisquer demandas existentes na corporação.

Com base nesse “**aglomerado de informações e sugestões**” que são coletadas pelo responsável, retiram-se as ideias ruins e permanecem as boas para serem trabalhadas e testadas para uma possível implementação.

## 3. Scamper

**Sendo considerado um método desenvolvido por Bob Eberlee**, no século XX, o **Scamper** é uma ferramenta que é bastante demandada para potencializar a qualidade de um serviço, produto ou processo já existente em um negócio.

Na prática, ele possui uma sequência exata que deve ser seguida: substituir, combinar, adaptar, modificar, procurar (outros usos), eliminar e rearrumar. Logo, **cada palavra ressalta uma etapa que deve ser realizada, buscando inovar mais rapidamente algo que já é existente.**

## 4. Workshop de Design

De modo geral, **o design é uma excelente área para gerar inovação.** Afinal de contas, estamos falando de arte, ou seja, de peças gráficas que são criadas. Com base nessa criação, vários **insights** podem ser gerados para estimular a inovação, especialmente para a composição de produtos.

### 5. Diagrama de Venn

Também conhecido como **diagrama de Venn-Euler**, ele é basicamente uma maneira de representar, de forma gráfica, algum tipo de conjunto! Para isso que seja realizado da maneira correta, utilizamos uma linha fechada que não tenha nenhuma auto intersecção, e depois disso, é apresentado os elementos do conjunto bem no interior dessa linha.

Ou seja, **a proposta desse diagrama é facilitar o entendimento de operações básicas**, como por exemplo: relação/inclusão, pertinência, interseção e união, conjunto e diferença e complementar.



### 6. Mapa da Empatia

Para trazer a inovação sob o **olhar e feedback dos consumidores**, podemos perceber a eficiência do mapa da empatia. Em linhas gerais, trata-se de uma ferramenta constituída a partir de dados de clientes, e também de suas expectativas.

De forma prática, **a ferramenta funciona basicamente de forma semelhante ao processo de persona, no marketing digital.**

Porém, o mapa de empatia, no aspecto na inovação, visa trazer necessidades e anseios para ajudar o empreendedor a entender ainda melhor o que as pessoas estão esperando de produtos e serviços similares ao que sua empresa oferece.

**A proposta é centrar no pensamento do consumidor,** e não no da empresa. Ao fazermos isso, tendemos a produzir ofertas mais tentadoras e que realmente fazem a diferença na vida de uma pessoa.





### 7. Análise SWOT

**Também conhecida como FOFA**, a ferramenta busca realizar um planejamento estratégico na gestão de projetos da sua empresa. Logo, ela é bastante utilizada para analisar cenários e fazer com que a tomada de decisão não seja baseada em achismos, mas sim em dados.

Sob a luz da inovação, **a análise SWOT é crucial para analisar fundamentos** que estejam de acordo com o esperado (e passíveis de serem provados), para que assim, surjam possibilidades de desenvolver e melhorar serviços, produtos, processos, entre outros demandados.

**Os fatores que compõem a sigla SWOT são:**

- **Forças (Strengths)**
- **Fraquezas (Weaknesses)**
- **Oportunidades (Opportunities)**
- **Ameaças (Threats)**





## 8. Business Model Canvas

O **Business Model Canvas**, ou simplesmente conhecido como **Canvas**, nada mais é do que um conceito que tende a ajudar o empreendedor a definir os detalhes principais e primordiais para a sua empresa — **especialmente um negócio em que esteja prestes a fundar**.

De forma geral, **o Canvas amplifica a visão do empreendedor acerca do seu negócio**, desde os seus principais objetivos até o segmento em que a marca está atuando ou estará prestes a atuar.

Portanto, o **Canvas** serve para mostrar ao empreendedor se o seu negócio é viável em termos mercadológicos, e quais formas ele poderá fazer para organizá-lo de maneira eficiente. Sob o olhar da inovação, **o canvas ajuda a ter insights melhores sobre atividades internas que podem ser melhoradas** — com relação à concorrência.

## 9. Hubs de Inovação no Brasil

E por fim, **temos os hubs de inovação**. Caso você não saiba, ele é basicamente um espaço de conexão totalmente voltado para a inovação. A ideia é fazer com que pessoas interajam com diferentes tipos de agentes **para que o surgimento de ideias seja mais rápido e estratégico**.

Além disso, é um ambiente onde é possível fazer **networking e testar tecnologias**. No Brasil, podemos citar alguns Hubs de inovação, como é o caso do Bradesco, BTG Pactual, Unilever, Natura e Itaú Unibanco.



## ■ Como medir a Inovação: os principais indicadores

**P**ara medir o processo de inovação de uma empresa, é necessário dispor de algumas **ferramentas e estratégias** para avaliar a sua condução nos processos internos. Vamos conferir alguns indicadores importantes:

### 1. Redução de custos

Se a empresa possui uma cultura de **otimização de processos**, significa que ela sempre está em uma busca constante por melhorias. Um dos resultados disso é a redução de custos.

Afinal, **deixamos de utilizar equipamentos e atividades obsoletas** e que não agregam mais valor às tendências atuais.

## 2. ROI — Retorno Sobre Investimento

Se tratando de **ROI**, não temos muito segredo! Esse indicador mostra o quanto a empresa está investindo em inovação.

Logo, o mínimo que tendemos a esperar em um projeto, é que ele consiga trazer um excelente retorno, **a fim de cobrir o investimento.**

## 3. Quantidade de projetos em andamento

Nesse processo, **serão contabilizadas as ideias que realmente viraram um projeto**, e estão seguindo em andamento dentro da corporação.

Através desse medidor, **é possível entender a intensidade da inovação dentro da empresa** — seja ela a curto, médio ou a longo prazo.

## 4. Taxa de Sucesso

Caso o objetivo principal do seu foco em inovação seja para realizar o lançamento de um serviço ou produto, por exemplo, **pode ser crucial utilizar esse indicador para medir a recepção do público em relação à nova oferta.**

Se a taxa de sucesso for baixa, por exemplo, significa que o público não achou satisfatório o novo produto ou serviço.

Logo, **é necessário rever as estratégias e otimizá-las, se for o caso.**

## ■ Políticas de inovação no Brasil

**D**e maneira geral, **atualmente existem algumas secretarias e até ministérios que criaram laboratórios de inovação pública**. Esses laboratórios são basicamente espaços que são voltados para experimentação, fazendo com que empresas possam gerar soluções para determinados problemas.

**Estamos falando de um tipo de inovação aberta**, adotando conceitos não tradicionais, além de tentativas e erros com apoio de equipes multidisciplinares.

Além disso, **essas esferas buscam ajudar empresas a gerar pontos de vista a partir da experiência do usuário** — que pode ser o cliente ou um processo interno.

Os principais instrumentos que ajudam na consolidação de políticas de incentivo à inovação no Brasil **são os incentivos fiscais e financeiros**, além de outros que podem estar categorizados em linhas de financiamento que são reembolsáveis e não-reembolsáveis.





## ■ Encontre sua forma de inovar!

---

**S** em dúvidas, **a inovação para pequenas empresas é crucial para gerar competitividade no mercado**, e muito mais do que isso, gerar valor para os clientes. Afinal de contas, o propósito de inovar é desenvolver e trazer novos benefícios para os consumidores.

Com esse e-book,  **você tem todos os meios, conceitos e ferramentas necessárias** para implementar os processos inovadores em sua empresa e, assim, conquistar excelentes resultados. **Tenha um bom trabalho!**



[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br) 0800 570 0800

