UNIVERSIDADE FEEVALE

DIEGO PINHEIRO DA SILVA

DESENVOLVIMENTO DA ANÁLISE PARA UM SISTEMA DE GESTÃO DE IDEIAS

Anteprojeto de Trabalho de Conclusão

Novo Hamburgo

2015

DIEGO PINHEIRO DA SILVA

DESENVOLVIMENTO DA ANÁLISE PARA UM SISTEMA DE GESTÃO DE IDEIAS

Anteprojeto de Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito parcial

à obtenção do grau de Bacharel em

Sistemas de Informação pela

Universidade Feevale.

Orientador: Profa. Dra. Marta Rosecler Bez

Co-orientador: Profa. Dra. [Vânia Gisele Bessi](https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CB0QFjAAahUKEwiyoZipmYvIAhUGG5AKHSs3CJw&url=http%3A%2F%2Fwww.imed.edu.br%2FEnsino%2Fadministracao%2Fgraduacao%2FCorpo-Docente%2Fvania-gisele-bessi&usg=AFQjCNFKDOIJHMvhsh92NSm2udS4jnsoYg&sig2=27vCXkljpnQobd51Z6MUBA)

Novo Hamburgo

2015

RESUMO

Diante da realidade do mercado competitivo, a informação e o conhecimento tornaram-se [essenciais](https://www.google.com.br/search?es_sm=93&q=essenciais&spell=1&sa=X&ved=0CBoQvwUoAGoVChMIiqnq_8jUxwIVg5iACh22EwyS) para a sobrevivência de uma organização. A gestão de ideias se tornou um recurso estratégico importante para uma organização se destacar e possuir vantagem competitiva. O desafio, no entanto, é a dificuldade do gerenciamento de ideias, pois sem este, muitas vezes existe a perda de uma oportunidade de melhoria ou inovação. A gestão de ideias permite capturar e gerenciar as sugestões apresentadas pelos colaboradores, proporcionando a inovação dentro da organização. Desta forma, este trabalho se propõe a analisar algumas ferramentas existentes no mercado e propor a análise para um futuro desenvolvimento de uma ferramenta que auxilie na gestão de ideias em empresas.

Palavras-chave: Gestão de ideias. Inovação. Ferramenta empresarial.

SUMÁRIO

MOTIVAÇÃO ...........................................................................................................................5

OBJETIVOS ..............................................................................................................................8

METODOLOGIA ......................................................................................................................9

CRONOGRAMA .....................................................................................................................11

BIBLIOGRAFIA ....................................................................................................................12

 MOTIVAÇÃO

 Na atualidade, o conhecimento é uma grande vantagem competitiva dentro das empresas (NONAKA; TAKEUCHI, 2009). Muito tem-se falado sobre a importância da gestão do conhecimento dentro de uma organização, as empresas continuam buscando um modo de documentar e compartilhar o conhecimento adquirido. A gestão do conhecimento é um conjunto que visa trabalhar a cultura e a comunicação organizacional, de modo que possa converter o conhecimento tácito em explícito, difundindo em novos conhecimentos (CHOO, 2006).

 Além do conhecimento, uma importante parte do sistema inovador dentro das organizações é gerado através da gestão de ideias. Uma ideia pode ser definida como uma forma de contextualizar um objeto da mente, ela pode ser um conceito ou pensamento que quando se transforma em algo concreto, pode gerar uma invenção (BARBIERI, 2009). É importante o incentivo e a participação dos colaboradores das organizações dentro da gestão de ideias. Uma ideia pode ser captada através de opiniões, conhecimento, ponto de vista ou qualquer modo de apresentar a concepção de algo (BARBIERI; ÁLVARES; CAJAZEIRA, 2009).

 O modo de retenção das ideias nas empresas varia desde uma caixa de sugestões até um sistema de gestão, mas que, em geral, não existe um controle capaz de adequar, aproveitar e realizar o *feedback* das ideias (ROCHA, 2009). Experiências revelam que os colaboradores deixam de contribuir na geração de ideias por conta da rotina de trabalho, do não recebimento de *feedbacks* ou por desconhecerem os objetivos das organizações em que trabalham (RODRIGUES; SILVA, 2008).

 Tanto a gestão do conhecimento como a gestão de ideias são fundamentais dentro de uma organização que visa se destacar no mercado. É importante que as empresas consigam fundir o conhecimento gerado junto as ideias e atividades produtivas, e para que isso ocorra, o compartilhamento de conhecimento se torna essencial para que o objetivo seja alcançado. Uma empresa inovadora se baseia na capacidade de integrar novos conhecimentos com o conhecimento existente e compartilhá-lo na organização (BELLAVISTA; SANZ, 2009).

 O problema encontrado é a limitação de acesso ao conhecimento e informações. O conhecimento tácito adquirido nas práticas de pesquisa, desenvolvimento e produção não são facilmente transferíveis, e acabam sendo fixados em pessoas, organizações e locais específicos. Somente as empresas que conseguem reter esse conhecimento possuem a capacidade de inovar (LEMOS, 1999). Focando nesse problema, as empresas devem estar centradas em um modo de gerenciar o conhecimento afim de beneficiar a produção e utilização de todos os recursos (NONAKA; TOYAMA; KONNO, 2002).

 O processo de inovação de uma organização depende, em geral, que alguém proponha uma ideia sobre um produto ou um serviço para capitalizar essa oportunidade e assim gerar um diferencial competitivo, partindo de uma grande quantidade de ideias que, depois de criadas, avaliadas, selecionadas e aperfeiçoadas, se transformam em poucas a fim de serem comercializadas e gerar valor (ROCHA, 2009). Pode-se afirmar também que uma ideia está associada a solução inicial para um determinado problema existente (BOEDDRICH, 2004).

 A gestão de ideias deve captar sugestões de todos os colaboradores da organização, independentemente de sua área de atuação, pois deve contemplar as distintas visões existentes dentro do ambiente da empresa. Se bem gerenciado e com a participação de todos, o sistema pode promover melhorias e, sobretudo, um sistemático processo de inovação (BARBIERI, 2009).

 Para que a gestão de ideias ocorra de forma produtiva nas organizações, torna-se necessário o uso de uma ferramenta que seja capaz de incentivar a geração e a retenção das sugestões, de forma que possa coletar, selecionar e avaliar as ideias propostas pelos colaboradores (POSKELA et al., 2008).

 A chegada da Web 2.0 revolucionou as ferramentas de um modo que a utilização da rede se tornou mais eficiente para a produção e a disseminação das informações. O compartilhamento da informação com rapidez e alta escala acrescentou para as organizações uma vantagem competitiva, facilitando a distribuição de inteligência coletiva (O’REILLY, 2007). Algumas ferramentas seguiram esse processo de plataforma *online*, como o Ideias 10, que foi estruturada para receber, avaliar e dar um *feedback* para cada ideia postada, com funcionalidades de compartilhamento que permitem a interação entre os participantes, sugerindo também recompensas às melhores ideias (KHALIL, 2013).

 Existem também alguns modelos, como mapas e diagramas de estrutura do conhecimento, que têm sido implementados por diversas ferramentas, algumas incluindo repositórios de conhecimento, sistemas de apoio a decisão baseados em casos, softwares de workgroup como suporte a redes de competência, softwares de modelagem de processos ou até mesmo sistemas especialistas e redes neurais (CARVALHO; FERREIRA, 2000).

 Um sistema de coleta de ideias tem uma estrutura básica. À medida que os funcionários pensam ou encontram soluções para os problemas de trabalho, eles escrevem e apresentam suas sugestões. A implementação dessas ideias pode tornar o trabalho mais fácil, seguro e eficiente, reduzem os erros e os custos, melhoram o atendimento e tornam mais satisfeitos os clientes (ROHMANN, 2000). A empresa deve dar suporte à inserção de ideias. Esse suporte poderá ser uma ferramenta, acessível a todos, em que serão depositadas as propostas (VAN DIJK; VAN DEN ENDE, 2002).

 Um aspecto fundamental durante a gestão de ideias é a utilização de ferramentas para apoiar e monitorar todo o processo. Ou seja, não basta unicamente criar ações para gerar ideias, torna-se necessário realizar o acompanhamento destas. Tal acompanhamento, desde a geração, captação, avaliação e seleção de ideias são, muitas vezes, não realizados, resultando no não aproveitamento de muitas ideias que acabam sendo abandonadas ou perdidas durante o processo (BARCZAK et al., 2009). Neste sentido, o monitoramento das ideias deve estar presente durante o processo, uma vez que as ideias podem estar sempre surgindo (HÜSIG; KOHN, 2009).

OBJETIVOS

**Objetivo geral**

 O objetivo geral deste trabalho é desenvolver a análise para um sistema de gestão de ideias.

**Objetivos específicos**

* Estudar sobre a gestão de ideias.
* Verificar como é realizada a recepção, análise, *feedback* e armazenamento de novas ideias nas empresas.
* Analisar as ferramentas de gestão de ideias existentes no mercado ou em projetos acadêmicos.
* Propor uma ferramenta a ser desenvolvida para a gestão de ideias nas empresas.

METODOLOGIA

 A Figura 1 apresenta um resumo da metodologia que seguirá este trabalho, caracterizando os atributos pertinentes a esta pesquisa em vermelho.



**Figura 1 - Classificação da pesquisa (adaptado de BEZ, 2011)**

 Caracteriza-se o trabalho como de natureza aplicada, pois visa a análise e a proposta do desenvolvimento de uma ferramenta que pode solucionar problemas concretos encontrados nas organizações quando se trata de gestão de ideias.

A forma de abordagem será qualitativa, pois através da análise de especialistas buscar-se-á uma ampla compreensão de como a gestão de ideias se manifesta nas atividades, procedimentos e interações diárias das organizações. Além disso, a medida em que a análise ocorrer, deverá ser validada junto a especialistas da área.

Os objetivos deste trabalho podem caracteriza-lo como uma pesquisa do tipo exploratória, pois foca no estudo de determinada área de ação, suas premissas e necessidades para que, a partir disso, possa ser desenvolvida a análise de uma ferramenta que seja capaz de auxiliar na gestão de ideias.

Quanto aos procedimentos técnicos, considera-se o trabalho como bibliográfico e experimental. O procedimento bibliográfico será realizado através de pesquisas em trabalhos acadêmicos, artigos, publicações e manuais referente a gestão de ideias, formas de captura, gerenciamento, *feedback* e armazenamento de ideias, bem como engenharia de software. O levantamento bibliográfico servirá como base para a definição da proposta de ferramenta que possa auxiliar no processo de obter, armazenar, tratar, comunicar e disponibilizar as novas ideias na organização.

Caracteriza-se como experimental, sendo realizada a análise e proposto o desenvolvimento de uma ferramenta que visa solucionar um problema prático específico, observando como a tecnologia facilita o gerenciamento de ideias e o suporte que prestará para a gestão de ideias como gerador de inovação organizacional.

# CRONOGRAMA

Trabalho de Conclusão I

|  |  |
| --- | --- |
| Etapa  | Meses |
| Ago | Set | Out | Nov |
| Escrita do anteprojeto. |  |  |  |  |
| Revisão do anteprojeto. |  |  |  |  |
| Entrega do anteprojeto. |  |  |  |  |
| Estudo de gestão do conhecimento e gestão de ideias. |  |  |  |  |
| Análise de ferramentas de gestão de ideias no mercado ou em projetos academicos. |  |  |  |  |
| Redação do TCC I |  |  |  |  |
| Revisão do TCC I. |  |  |  |  |
| Entrega do TCC I. |  |  |  |  |

Trabalho de Conclusão II

|  |  |
| --- | --- |
| Etapa  | Meses |
| Mar | Abr | Mai | Jun |
| Selecionar características nas ferramentas analisadas. |  |  |  |  |
| Desenvolver a análise do sistema |  |  |  |  |
| Definição dos requisitos funcionais e não-funcionais. |  |  |  |  |
| Desenvolvimento dos diagramas. |  |  |  |  |
| Projeto de interface. |  |  |  |  |
| Redação do TCC II. |  |  |  |  |
| Revisão do TCC II. |  |  |  |  |
| Entrega do TCC II. |  |  |  |  |

BIBLIOGRAFIA

BARBIERI, J. C.; SIMANTOB, M. A. (Org.). **Organizações inovadoras do setor financeiro**. São Paulo: Saraiva, 2009.

BARBIERI, José Carlos; ÁLVARES, Antonio Carlos Teixeira; CAJAZEIRA, Emanuel Reis. **Gestão de ideias para inovação contínua.** Porto Alegre: Bookman, 2009.

BARCZAK, G. et al. **Trends and drivers of success in NPD practices: results of the 2003 PDMA best practices study.** Journal of Product Innovation Management, 26, 3-23.

BELLAVISTA, J.; SANZ, L. Science and technology parks: habitats of innovation: introduction to special section. **Science and public policy**, v. 36, n. 7, p. 499-510, ago. 2009.

POSKELA, J. et al. **Measurement of the innovation front end: viewpoint of process, social environment and physical environment.** PICMET 2008 Proceedings. Anais... p.1112-1120, 2008. Portland: IEEE.

BOEDRICH, H. **Ideas in the workplace: a new approach towards organizing the fuzzy front end of the innovation process.** Creativith and Innovation Management, v. 13, n. 4, p. 274-285, 2004.

CARVALHO, Rodrigo Baroni de; FERREIRA, Marta Araújo Tavares. **Tecnologia da informação aplicada à gestão do conhecimento.** In: Encontro nacionasal de pesquisa de ciência da informação, 4., 2000, Brasília. Anais... Brasília: UNB, 2000.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões.** 2ª ed. São Paulo: SENAC, 2006.

HÜSIG, S.; KOHN, S. **Computer aided innovation: state of the art from a new product development perspective.** Computers in Industry, v. 60, n. 8, p. 551-562, 2009.

KHALIL, RENATO. **Ferramenta gratuita de gestão de ideias online soma mais de quatro mil usuários**, disponível em <[www.simi.org.br/media/get/file/item\_biblioteca\_artigo/5584](http://www.simi.org.br/media/get/file/item_biblioteca_artigo/5584)>, Conteúdo empresarial, 2013.

LEMOS, C. **Inovação na era do conhecimento**. In. LASTRES, Helena M.M. *et al.* (org.) Informação e Globalização na Era do Conhecimento. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Gestão do conhecimento.** Porto Alegre: Bookman, 2009.

NONAKA, I.; TOYAMA, R.; KONNO, N. SECI, *ba* and leadership: a unified model of dynamic knowledge creation. In: LITTLE, S.; QUINTAS, P.; RAY, T. (Eds.). **Managing knowledge an essential reader**. London: Sage Publications, 2002.

O’REILLY, T. **What is web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software.** Communications & Strategies, 2007.

ROCHA, Lygia Carvalho. **Criatividade e inovação: como adaptar-se às mudanças.** Rio de Janeiro, Editora LTC, 2009.

RODRIGUES, L. D. do M.; SILVA, R. L. da. **Mas afinal, como influenciar a criatividade nas organizações?** Caderno de pesquisa em administração, São Paulo, v.1, n.7, 2º trim., 2008.

ROHMANN, Chris. **A world of ideas: a dictionary of important theories, concepts, beliefs, and thinkers**.Yellow Springs: Editora Elsevier, 2000.

VAN DIJK, C.; VAN DEN ENDE, J. (2002). **Suggestion systems: transferring employee creativity into practicable ideas.** R&D Management, 32(5), 387–395.