



Curso

## Lucratividade: como transformar ideias criativas em ideias lucrativas

**Lucrar** com a **Criatividade** é o sonho de milhões de pessoas, quanto a isto não temos dúvidas, mas o grande desafio está justamente em fazer a **ponte** que nos permitirá viver do lado onde estão os empreendedores criativos que foram bem sucedidos. Vale lembrar que somos criativos quando articulamos as ações antes dos outros (sejam nossos aliados ou concorrentes) e nos dedicamos a construir as realidades que façam emergir e vincular as soluções com as demandas existentes, de forma disruptiva, ou até propostas a desafios futuros que visualizamos e antecipamos. Logo, após correremos o risco e conseguir ajustar a nossa oferta e posicionamento de forma sintonizada com as demandas cotidianas de nossa época, alinhadas com as respostas sempre antecipadas através de nossa intuição ou impostas pela necessidade coletiva, contribuiremos para gerar benefícios emocionais e materiais para as pessoas que dividem conosco o nosso tempo. A somatória de todos estes esforços pode ser chamada de Economia Criativa.

**Economia criativa** segundo o autor inglês [John Howkins](#) no livro “The Creative Economy”, publicado em [2001](#), são atividades na quais resultam em indivíduos exercitando a sua imaginação e explorando seu valor econômico. Pode ser definida como processos que envolvam criação, produção e distribuição de produtos e serviços, usando o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos. (fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Economia\\_criativa](http://pt.wikipedia.org/wiki/Economia_criativa) )

Pessoas, sejam elas conhecidas ou não, as ajudaremos com as nossas respostas antecipadas em todas as referências de satisfação e emoções humanas, relacionadas com a alegria, com as finanças, com a prosperidade e com a saúde. É uma forma também de nos tornarmos mais humanos, na medida em que criamos, ao captar a resposta e nos arriscar a novos caminhos desconhecidos e ‘as novas realidades. Observe que as respostas estão ao seu redor, especialmente nos momentos mais difíceis, nos desafios financeiros e nas crises. Mas que se manifestam também, de maneira latente, nos momentos mais serenos, de alegria e êxtase.



Quem ainda duvida que criatividade dá dinheiro, pois sem ela não é possível realizar a **inovação**, que é o processo através do qual ideias são traduzidas em produtos, serviços e modelos de negócios., já o “**design**” é a criatividade aplicada a um fim específico, como na Arte, por exemplo. É possível usar os princípios da economia criativa para abrir um negócio. Veja a história de um grupo de amigos que tinha apenas R\$ 700 no bolso e mesmo assim decidiram montar um escritório de design. Hoje a empresa possui clientes como Nike, Havaianas e Itaú e alcançaram um faturamento de R\$ 1,5 milhão em 2011.

Todavia, nem tudo é um **Oceano Azul**, pois somente duas em cada dez inovações são bem sucedidas. Tal desempenho se deve à dificuldade de prever seu sucesso. Sob esse ângulo, o processo tende a ser bastante arriscado e tende a ser custoso. Cada empresa lida com a questão segundo a ótica de sucessos alcançados no passado, mas deve buscar o desempenho favorável no presente.

Por outro lado, nem sempre inovar supõe investimento pesado. No campo das ideias, a criatividade pode ser estimulada a gerar constantemente novos espaços de mercado, distanciando-se da competição predatória, chamado de **Oceano Vermelho** da disputa por preço simplesmente. O maior desafio é entender e antecipar as necessidades de clientes ou consumidores, habilidade que é também um processo criativo.

A criatividade floresce em ambiente aberto e não regulado para o fluxo de ideias. Segundo Richard Florida, autor de “The Rise of the Creative Class”, cidades ou estados caracterizados pela diversidade, onde prosperam atividades educacionais e culturais, sem restrições a qualquer minoria, atraem educadores, cientistas, artistas e outros profissionais relacionados à Economia Criativa.

(fontes: <http://www.sebrae.com.br/setor/economia-criativa> ;  
[http://pt.wikipedia.org/wiki/A\\_Estrat%C3%A9gia\\_do\\_Oceano\\_Azul](http://pt.wikipedia.org/wiki/A_Estrat%C3%A9gia_do_Oceano_Azul) ;  
[www.grupotreinar.com.br](https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CFEQFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.teses.usp.br%2Fteses%2Fdisponiveis%2F18%2F18140%2Fde-26112010-144241%2Fpublico%2FMarianaRodriguesAlmeida.pdf&ei=n-tmUuqhBcjFigLKy4DwDg&usq=AFQjCNFh4gZaFiCk1a9_B1G3YJ-ALhbp9g&sig2=9TDCplnaMcdNj0dOcDupFg&bvm=bv.55123115,d.cGE )</a></p></div><div data-bbox=)



## **Objetivos**

Ajudar os participantes a perceber ideias criativas que eles ou elas geram e identificar o potencial dessas ideias se transformarem em ideias lucrativas.

## **Público alvo**

Microempreendedores, estudantes recém-formados, donos de empresas adolescentes (com 12 ou 15 anos), desenvolvedores de novos projetos; professores; engenheiros; arquitetos.

Os participantes do curso devem se considerar pessoas criativas e pressionadas, de alguma maneira, a gerar ganhos para si mesmos, para sua equipe ou organização. Dessa maneira, interagirão com o consultor/professor na busca de enfoques inovadores, que possam ser utilizados ou testados no seu dia a dia profissional. Devem ser profissionais que conheçam razoavelmente a sua própria cadeia produtiva e que saibam avaliar, desde o primeiro contato, se a ideia pode vir ou não surpreender seu nicho de mercado.

Tento ou não essas qualidades, quem participar do treinamento aprenderá a analisar os cenários sob a ótica criativa que traz nela mesma o potencial de gerar ganhos. Aprenderá a identificar ideias que mesmo bem apresentadas estão fora das possibilidades do momento (sejam por dificuldade de serem colocadas para funcionar) por problemas de capital, de talento ou de tecnologia.

## **Benefícios**

Os participantes do curso devem se considerar pessoas criativas e pressionadas, de alguma maneira, a gerar ganhos para si mesmos, para sua equipe ou organização. Dessa maneira, interagirão com o consultor/professor na busca de enfoques inovadores, que possam ser utilizados ou testados no seu dia a dia profissional. Devem ser profissionais que conheçam razoavelmente a sua própria cadeia produtiva e que saibam avaliar, desde o primeiro contato, se a ideia pode vir ou não surpreender seu nicho de mercado.

Tento ou não essas qualidades, quem participar do treinamento aprenderá a analisar os cenários sob a ótica criativa que traz nela mesma o potencial de gerar ganhos. Aprenderá a identificar ideias que mesmo bem apresentadas estão fora das possibilidades do momento (sejam por dificuldade de serem colocadas para funcionar) por problemas de capital, de talento ou de tecnologia.



## **Metodologia de ensino**

Ação educacional com forte conteúdo prático com experimentação das técnicas em exercícios e em casos reais.

## **Pré requisitos**

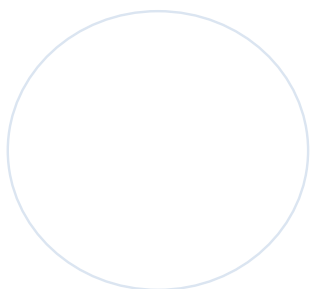
Não há.

## **Material Didático**

- Apostila contendo os slides;
- Estudos de caso;
- Uso de flip-chart.

## **Conteúdo Programático**

- Histórico de algumas ideias criativas otimizadas com lucro, nos últimos 15 anos (30 minutos);
- O que é uma ideia criativa e como apreende-la (45 minutos);
- Como saber que está diante de uma ideia criativa (45 minutos);
- Intervalo criativo (10 minutos)
- Como saber que a ideia criativa pode se tornar lucrativa (45 minutos);
- Exercícios de percepção e simulação de viabilidade de uma ideia criativa (60 minutos)
- Encerramento (5 minutos)



---

---

*Material desenvolvido para o  
treinamento em parceria com o  
GrupoTreinar. É proibida a  
cópia deste conteúdo, no todo ou  
em parte, sem autorização prévia.*

---

---