



Cultura maker nas empresas

30º Dossiê

Lab de Tendências - Casa Firjan

06/10/2020

O **Lab de Tendências da Casa Firjan** pensa cenários futuros de transformação que irão impactar as empresas e os profissionais.

Como forma de **pensarmos juntos sobre futuros possíveis** a partir das mudanças do cenário atual, estamos produzindo dossiês com conteúdos pertinentes a esse contexto.

O objetivo do material é **compartilhar boas práticas e oportunidades de ação** em prol da manutenção do ecossistema empresarial e sua relação positiva com a sociedade.

Cultura maker nas empresas



A partir das discussões sobre o potencial da cultura maker nas empresas fomentadas pelo Aquário Casa Firjan – série de palestras e debates semanais – ocorrido no dia 06/10/2020, vamos analisar como é possível implementar inovação, colaboração e criatividade para a solução de problemas de forma mais eficiente.



Cultura maker nas empresas

Contexto



Ideias centrais

Um mundo cada vez mais dinâmico exige criatividade, raciocínio rápido e, muitas vezes, ações não convencionais. [Segundo Dale Dougherty](#), criador da revista Make, primeira publicação especializada do movimento maker, é justamente isso que proporciona a cultura maker. Com os avanços da tecnologia, produzir se tornou mais fácil, permitindo maior acesso a equipamentos complexos como impressoras 3D, máquinas de corte a laser e kits de robótica.



Benefícios para as empresas

As empresas precisam se adaptar para atender às necessidades do novo consumidor que busca um retorno mais rápido e um produto customizado. Dentro desse contexto, a cultura maker vem se mostrando assertiva, fazendo as empresas buscarem seu lado mais criativo para solução de problemas. Os projetos precisam sair do papel no início do processo para identificar como serão recebidos pelos clientes e com isso é possível fazer ajustes mais eficientes.



Cultura maker nas empresas

Pilares da cultura maker nas empresas

1

Ênfase no processo

Permitir que os projetos saiam do papel e se tornem mais palpáveis. Promovendo testes práticos das ideias e entendendo como elas funcionarão.

2

Colaboração

Compartilhar protótipos do produto com o consumidor, permite construir uma rede de colaboração e oferece um potencial maior de engajamento com a empresa.

3

Cultura do erro

Compreender que o aprendizado e a experimentação demandam espaço para o erro. Essa abertura traz segurança e incentiva a criatividade no espaço de trabalho.

4

Criar comunidade

Criar uma comunidade onde é possível realizar uma troca entre a empresa e os consumidores e clientes. A conversa e o entendimento permite a troca de conhecimentos e novos aprendizados.



Cultura maker nas empresas

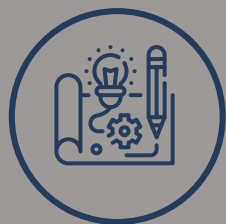
Pontos iniciais para desenvolver uma cultura maker

- 1 Promover encontros semanais na empresa para conversar sobre temáticas ligadas à inovação;
- 2 Buscar situações que permitam que a equipe experimente pequenos riscos calculados;
- 3 Realizar testes de projetos e produtos a partir do mínimo viável para coloca-los em prática;
- 4 Oferecer estruturas mais flexíveis na empresa, permitindo maior colaboração entre os diversos funcionários;
- 5 Entender que consumidores e clientes são parte do processo de inovação da empresa;
- 6 Desenvolver uma cultura empresarial focada na solução de problemas e na qual os funcionários tenham poder de ação;
- 7 Criar um laboratório de inovação na empresa, que ofereça ferramentas para potencializar a experimentação.



Cultura maker nas empresas

Boas práticas



Materializar

o produto por meio de protótipos nas primeiras etapas do projeto, a fim de melhorar os resultados.



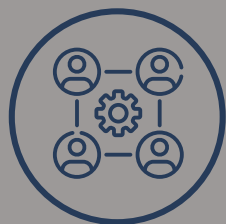
Dialogar

com clientes e consumidores para entregar soluções adequadas às suas necessidades.



Reduzir

burocracias da empresa, para agilizar processos internos.



Divulgar

projetos que estão estagnados para que redes colaborativas tragam novas soluções.



Estimular

que todos os funcionários tenham possibilidade de propor inovações.



Adequar

os projetos da empresa a uma lógica sustentável e com maior customização.



Cultura maker nas empresas

Questionamentos

A empresa entende que é possível inovar mesmo sem possuir recursos específicos para isso?

Maquinários ou grandes investimentos financeiros não são a única maneira de inovar, a cultura maker pode ser iniciada na empresa em pequenas ações cotidianas.



É importante testar os projetos com os consumidores ainda no processo inicial de criação. Sendo possível fazer mudanças que ofereçam maior adequação do produto final às demandas do mercado.

Quando a empresa deve apresentar o produto ao consumidor?

A empresa valoriza a colaboração como parte central do processo criativo?

Empatia e abertura para o diálogo devem permear todos os níveis da empresa, estimulando processos seguros de troca entre os funcionários e potencializando a inovação.





Cultura maker nas empresas

Desafios

Papel do consumidor



É importante que a empresa entenda que o consumidor não possui o papel apenas de usuário de seu produto ou serviço, mas é também parte de sua elaboração, já que o que é produzido deve atender às suas necessidades. Por isso os canais de pesquisa da empresa devem estar sempre abertos a processos colaborativos.

Liderança adaptativa



Para que as empresas se encaixem em um contexto de mudanças velozes, a reinvenção precisa ser constante. É necessário repensar práticas engessadas, trazendo estímulos para que outros caminhos possam ser experimentados, adaptando-se às novas demandas e valores.



Cultura maker nas empresas

Oportunidades



Economia de recursos

Com um mercado cada vez mais dinâmico, o custo e o tempo de desenvolvimento dos produtos são fatores que impactam diretamente na sobrevivência dos negócios. A cultura maker oferece propostas de fabricação mais ágeis e de baixo custo devido aos processos constantes de experimentação, que permitem agir a partir do mínimo viável para a execução de um projeto.



Engajamento

A implantação dos valores da cultura maker nas empresas estimula que os funcionários se tornem mais envolvidas nos processos criativos, além da identificação e proposição de soluções dos problemas. A empresa adquire clareza de que todos fazem parte do processo de inovação, independente do cargo que ocupem. Isso favorece processos espontâneos de colaboração e melhora o resultado final do produto.



Cultura maker nas empresas

Referência

YouTube – Canal Firjan

[O potencial da Cultura Maker nas empresas | Aquário Casa Firjan](#)

Participantes do debate

[Edgar Andrade | CEO do Fab Lab Recife e palestrante do Movimento Maker](#)

[Carolina Portugal | Head de comunidade da Wikifactory](#)

[Heloisa Neves | Fundadora do We Fab e colaboradora do Centro de Inovação da FGV](#)

[Julia Sotera | Diretora de marketing para as Américas, na Tetra Pak](#)

Mediação: [Felipe Laranja | Líder Técnico do Fab Lab da Casa Firjan](#)



Cultura maker nas empresas

Quer saber mais?

Referências citadas no debate:

ARMSTRONG, Kate (et al.) Design, remix, share, repeat: how distributed design is changing the way makers and designers approach collaboration, tools and the market. Institute for Advanced Architecture of Catalonia: 2019.

[ARROYO, Agustín. Wikifactory. 2020.](#)

[Canal Maker – YouTube.](#)

[Fab lab Recife. Canal YouTube.](#)

[GOULD, Dan. How to think like a maker: values your company should be adopting. Wired, 2015.](#)

RIFKIN, Jeremy. Sociedade com custo marginal zero. M. Books: 2015.

[We Fab. 2020.](#)

[Wikifactory – site.](#)

[Saiba lá – site.](#)

