

Só restou a inovação

Inovação, o tema da vez nas empresas, tão debatido, mas não tão bem compreendido por todos, é o tema do artigo de Sergio Roberto Cochela.

Durante as últimas décadas, as empresas trabalharam fortemente na melhoria dos processos organizacionais, reduziram custos, passaram a ser mais eficientes, produzir com mais qualidade, entregar mais rápido, atender melhor seus clientes, ser mais lucrativa. Enfim, tudo isso é fundamental para permanecer no mercado, mas não é suficiente para garantir o futuro.

Num mundo cada mais conectado, com alta concorrência, com ciclos de vida de produto cada vez mais curtos, o que vai fazer a diferença é a inovação. A inovação vai garantir a perenidade e a sustentabilidade da empresa, e determinar se o negócio vai existir e ser competitivo daqui a cinco ou 10 anos.

E para que isso aconteça, a empresa deve estar preparada. Tomo a liberdade de dar algumas sugestões de como orientar a empresa à inovação e com o que ela deve se preocupar para que isso aconteça:

Estoque de conhecimento - para haver inovação é preciso conhecimento. Ninguém inova em um assunto que não domina, se isso é essencial a empresa em primeiro lugar precisa

conhecer o estoque de conhecimento que ela tem. Não estou falando só de formação, mas de experiência; projetos que ela participou, áreas que ela já trabalhou, assuntos que ela domina, assuntos que ela tem interesse e está se desenvolvendo. Isso é fundamental. O maior ativo que a empresa tem são as pessoas certas, no lugar certo, motivadas, capacitadas e que façam diferença.

O maior ativo que a empresa tem são as pessoas certas, no lugar certo, motivadas, capacitadas e que façam diferença.

A maioria das grandes empresas tem uma área de pesquisa e desenvolvimento, ou pelo menos algumas pessoas focadas nisso. Agora, é difícil entender que uma empresa com mil colaboradores possa resumir a inovação a 10 ou 20 pessoas. Isso é menos de 2%. Sei o quanto é difícil envolver todos na inovação, até porque muitos não querem, mas é imperativo a empresa ter um espaço para que os talentos e os profissionais que fazem

diferença possam contribuir para a inovação. A cada ano que passa os profissionais estão mais preparados e capacitados. A empresa não usar isso é um desperdício.

É preciso elevar a capacidade de gerar inovação, isto é, as empresas precisam ter competência em gestão da inovação. Como inovar pressupõe muita pesquisa, muitas análises, pilotos, protótipos etc, ela acaba se tornando subjetiva e difícil de mensurar. Então, a empresa precisa buscar as melhores práticas e os melhores profissionais para fazer uma inovação de forma profissional, com processos e métricas. Não podemos esquecer que a inovação é disciplina.

A geração Y esta chegando nas empresas, como lidar com ela? A chamada geração Y, definição dada aos nascidos a partir de 1978, está assumindo cargos estratégicos nas organizações. Os jovens têm ânsia de aprender, não gostam de hierarquia e adoram trabalhar em equipe. No entanto, são individualistas na hora de atingir metas e, principalmente, têm pressa de subir degraus na companhia e consolidar a carreira. As empresas não estão preparadas para esse choque de cultura, a geração Y é altamente

SERGIO ROBERTO COCHELA,

Não tenho dúvida que a inovação é que faz a diferença. E, se inovação é feita por gente, então gente deve ser o nosso foco sempre.



conectada, antenada com tudo que é novo e uma excelente fonte de inovação. Mas o desafio será potencializar essa menina, utilizar conceitos de Web 2.0 é fundamental e trabalhar a cabeça da gestão da empresa é questão de sobrevivência.

Inovação aberta, será que vale a pena? Na Braskem, 25% dos pesquisadores são colaboradores externos, na Procter e Gamble 50% dos produtos desenvolvidos tem colaboração externa, na Natura, de 100 projetos em curso, 50 são feitos em rede. As empresas estão indo além dos muros para envolver colaboradores externos, isso reduz custo e o *time-to-market* de novos produtos.

Inovação aberta, será que vale a pena? Na Braskem, 25% dos pesquisadores são colaboradores externos

Foco na execução - o brasileiro é muito criativo e pouco executor, muita iniciativa e pouca acabativa. O que distingue as empresas e profissionais de sucesso é o alto poder de execução. Temos que ter ideias, ter iniciativas, ter insights, mas temos que entregar novos produtos e serviços mais rápido no

mercado. Quem é empreendedor sabe que quando achamos que estamos inovando, ao pesquisar o mercado externo, sabemos que o que descobrimos não é tão inovador assim. Hoje, está difícil ser inovador, por isso a velocidade tem que aumentar, inovação é 2% inspiração e 98% transpiração.

Não tenho dúvida que a inovação é que faz a diferença. E, se inovação é feita por gente, então gente deve ser o nosso foco sempre. Devemos

nos cercar das melhores pessoas, com isso a probabilidade de sucesso irá aumentar substancialmente. ■

SERGIO ROBERTO COCHELA,

CEO da Nous Software, formado em Administração de Empresas pela Univille e MBA em gestão de negócios pela Fundação Dom Cabral, e-mail: sergio.cochela@noussoftware.com