

Lucre com

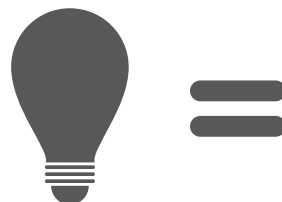
Empresas tornam-se competitivas quando criativas: inovar em serviços prestados e para enfrentar os desafios estratégicos e operacionais é sinônimo de revitalização constante na busca pela qualidade, pois a volatilidade e complexidade que caracterizam os negócios no século XXI demandam inovação. A criatividade passou a ser uma das maiores competências não apenas do indivíduo, mas, também, das organizações.

Recentemente, a IBM, uma das empresas mais inovadoras do mundo, realizou uma pesquisa com 1.500 CEOs em 60 países. A pesquisa trata de um assunto interessante: A criatividade como a mais importante qualidade de uma liderança.

Ideias criativas pouco adiantam se não soubermos transformá-las em ação, ou seja, ações concretas em relação aos serviços prestados pela instituição para atender de forma mais eficaz às demandas. Nesse contexto, comprometemos as boas ideias se não soubermos identificar corretamente nossas demandas. Para Artur Vilas Boas, presidente do Núcleo de Empreendedorismo da USP (NEU), “a escuta é quase tudo. A inovação vem da escuta, de estar aberto para ouvir demandas”. Esse é um processo que precisa ser estimulado nas instituições, para que estas possam atender aos seus usuários e criar fidelização. Empatia e boa postura de escuta fazem toda a diferença em qualquer ambiente.

Vilas Boas apresenta ainda um novo e importante conceito do que seja inovação: “É a criação de algo novo,

que gera valor e que explora a fronteira do conhecimento, geralmente como fruto de pesquisa, de algum aprimoramento técnico-teórico”. Isso demonstra que inovar está profundamente ligado a pesquisar. Soluções inovadoras e mais inteligentes não surgem ao acaso: são fruto de estudo sistemático em prol da criação de soluções originais. Portanto, é imprescindível que as empresas possuam programas de formação executiva capaz de fomentar ideias, clima e ambientes de inovação. Gestores devem desenvolver a habilidade de aplicar novas ideias de forma sis-



Maria Carmen
Mestre em Gestão da Inovação e diretora da Pro Innovare Assessoria e Consultoria em Gestão da Inovação

a inovação

temática, que alcance resultados efetivos, entre os quais aumento de receita, satisfação do usuário dos serviços, fortalecimento da marca ou outras ações inovativas de impacto. As novas ideias a serem desenvolvidas pela instituição necessitam de alinhamento estratégico com o posicionamento e identidade da instituição, ou pode servir para reposicioná-la e criar outra identidade com revisão da estratégia. Mas é importante que essas ideias atendam de fato às expectativas da empresa e do cliente e que haja maneiras concretas de serem testadas.



Para colocar boas ideias em prática, com êxito, é necessário seguir alguns princípios, pois apenas momentos de capacitação gerencial não respondem de forma eficaz, tendo em vista que o que não é colocado em prática geralmente se transforma em mera informação que se perde com o passar do tempo. A motivação para inovar se dilui diante da rotina do dia a dia. Portanto, é preciso trabalhar a geração de ideias fundamentadas em abordagens extraídas de diversos domínios, incluindo programas de capacitação, pesquisa do consumidor, design do modelo de negócios e das estratégias emergentes. Ações que auxiliem os gestores a desenvolver uma compreensão e um profundo olhar sobre os problemas são a base do processo. Após a compreensão do problema, vem a busca por soluções originais passíveis de execução e, finalmente, o desenvolvimento de um plano capaz de transformar ideias em ações.

O fator mais concreto de inovação para qualquer instituição é a manutenção de setores de PD&I (Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação), que é um dos indicadores internacionais utilizados para comparação de países e setores em seus esforços para a geração de novos conhecimentos que subsidiam o avanço da ciência e da tecnologia, gerando desenvolvimento. Essa ausência de cultura de inovação dentro das empresas faz com que estas não cresçam e o País não se desenvolva de acordo com o potencial que possui. Infelizmente, é um setor quase inexistente nas pequenas e médias empresas pelo fato de ser uma função empresarial relativamente nova, mas de grande importância pelo seu impacto nos resultados. ■

www.proinnovare.com.br