

INOVAÇÃO

INCORPORAR IDEIAS INOVADORAS É UM DESAFIO PARA EMPRESAS

POR LARISSA MORAIS

A dificuldade de implementar mudanças é um problema cultural nas empresas, **que se prendem a metas e não pensam no longo prazo, diz especialista.**

Boa parte das empresas brasileiras reconhece a importância da inovação para a longevidade de seus negócios. A má notícia é que, embora esteja na pauta, a inovação ainda não foi incorporada de modo mais profundo nessas companhias. Esse é o diagnóstico de dois especialistas em inovação, com formações e experiências bastante distintas: Luis Rasquilha, CEO da Inova Consulting e da Inova Business School e professor da Fundação Instituto de Administração – FIA, e Mariano Laplane, presidente do Centro de Gestão e Estudos Estratégicos – CGEE e professor do Instituto de Economia da **Unicamp**.

Laplane, que é cientista social, vê muitos obstáculos a serem ultrapassados, até que a inovação ganhe um espaço mais estratégico. “De modo geral, há uma inércia muito grande no mundo dos negócios. Apostar no desconhecido envolve riscos, inclusive financeiros, e isso paralisa muitos empresários. Por outro lado, vivemos num mundo

de mudanças contínuas. Ficar na zona de conforto costuma ser a pior alternativa”, diz.

RECEIO DE OUSAR

Uma pesquisa realizada no ano passado pela Confederação Nacional da Indústria – CNI, mostra que os próprios empresários admitem que a inovação no País deixa a desejar. De 100 empresários ouvidos, de pequenas e grandes companhias, 54 classificaram como baixo o grau de inovação da indústria nacional. Outros 35 responderam “nem alto nem baixo” e só 3% disseram achar o padrão alto.

“Se você não implementar mudanças necessárias, outro o fará. A Blockbuster achou que podia manter seu negócio como estava e a Netflix virou o mercado do avesso”, exemplifica Rasquilha. “Empreendedores que desafiam verdades estabelecidas mudam as regras do mercado. É o caso de empresas como UBER e Airbnb. É preciso olhar para a realidade com outra lente, e essa lente é a da inovação”, acrescenta.



Arquivo Unicamp

“ Há uma inércia muito grande no mundo dos negócios. Apostar no desconhecido envolve riscos, inclusive financeiros, e isso paralisa muitos empresários.

Mariano Laplane

O consultor, que é também colunista da rádio CBN, aponta a dificuldade de implementar mudanças como um problema cultural nas empresas. Para Rasquilha, a maioria fica no campo operacional, preocupada com metas e resultados trimestrais, e não consegue pensar no longo prazo.

ESPÍRITO CRIATIVO

Mariano Laplane considera recomendável que o empresário busque permanentemente informações sobre concorrentes, fornecedores e clientes. E que mantenha vivo o espírito criativo. Já Luis

Rasquilha aposta na tomada de decisão ancorada em pesquisas e análise de tendências. Ele acredita que essa associação minimiza riscos e amplia as chances de êxito em novos negócios.

Laplane defende também o diálogo aberto com funcionários como um meio precioso para a detectar a necessidade de mudanças: “Deixar as ideias deles na caixinha de sugestões não adianta. Mas criar um canal para, de fato, ouvir e analisar sugestões sobre melhorias é muito importante. Às vezes, as empresas pagam consultores para ouvir o que seus funcionários já sabem há muito tempo. Não que os consultores não sejam importantes, mas eles poderiam ser chamados como um passo seguinte à escuta interna”, sugere.

Luis Rasquilha concorda. Para ele, se motivados adequadamente, os funcionários podem trazer ideias preciosas para melhorar produtos e processos. Um erro recorrente que observa, como consultor, é a empresa criar um departamento de Inovação e achar que ele será capaz de cuidar sozinho do assunto. “O departamento de Inovação deve ser o gerenciador, o incentivador de um ambiente criativo, não pode se isolar. Seu papel é motivar pessoas de todas as áreas a ficarem atentas às oportunidades. Todo mundo pode ser criativo!”

ALIADA DA SOCIEDADE

Do ponto de vista econômico, a inovação está associada a novos e melhores negócios e, portanto, a mais clientes e rentabilidade. Mas isso não é tudo. Do ponto de vista humano e social, a inovação é também cada



Arquivo Pessoa

“Empreendedores que desafiam verdades estabelecidas mudam as regras do mercado. É preciso olhar para a realidade com outra lente, e essa lente é a da inovação.”

Luis Rasquilha

vez mais uma aliada para tornar a sociedade um lugar melhor e mais sustentável. Quem chama a atenção para esse aspecto é Mariano Laplane.

“A inovação tem tudo a ver com a nossa espécie. Somos seres criativos, e dar vazão a essa criatividade foi o que nos trouxe até aqui”, avalia. Otimista, ele acrescenta que, nas últimas décadas, esse valor passou a ser associado a uma preocupação cada vez maior com a sustentabilidade social e ambiental.

Tanto Laplane como Rasquilha concordam que inovação não precisa necessariamente envolver tecnologia.

“Uma mudança de *design*, por exemplo, pode tornar um produto inovador. Ele pode ficar mais atraente ou ter um uso mais confortável”, destaca Laplane, acrescentando que, para inovar, é mais importante ter boas ideias do que recursos financeiros.

E como saber se um produto é inovador ou apenas novo? Laplane recorre a Schumpeter, um economista que viveu na primeira metade do século XX, para responder à questão. “A resposta só era possível descobrir com o tempo, se o produto abrisse um novo mercado e produzisse novos negócios. Na prática, uma invenção só vira inovação se for aceita como tal.”

FÓRUM DE DEBATES

“O futuro é agora – a inovação a favor do desempenho” foi o tema escolhido para a 10ª edição do Insurance Service Meeting, realizado nos dias 4 e 5 de novembro. Promovido pela CNseg, o evento aconteceu em Campinas/SP, com a participação de cerca de 400 representantes do mercado segurador e 39 expositores da área da Tecnologia da Informação – TI. O objetivo foi trocar experiências e debater desafios e tendências das empresas do setor perante os avanços tecnológicos. O evento é considerado o maior do mercado de seguros brasileiro para a área de tecnologia.