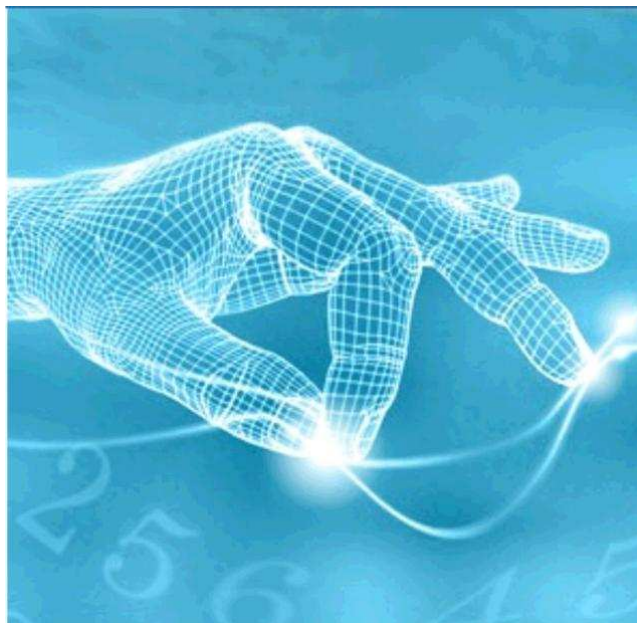


Inovação – Estar um passo à frente faz a diferença

por Daniel Domeneghetti em QualidadeBrasil.com.br



Inovação ou o ato de inovar é o tipo de ação onde não há um perímetro, um campo específico para que ocorra. O “simples” fato de fazer algo acontecer de uma forma ainda não realizada, sem entrar em julgamento de méritos, constitui-se em uma inovação.

Comumente associa-se inovação à tecnologia. É fato que nos últimos anos, de forma mais acentuada, temos vivenciado grandes mudanças em nossos hábitos pessoais e profissionais decorrentes dos avanços e inovações viabilizadas, em grande parte, pela tecnologia. Porém, inovação, além de ocorrer sem limites ou campos de atuação pré-definidos, também pode ocorrer em momentos distintos, como em etapas iniciais, intermediárias e/ou finais da concepção de um produto, serviço, processo ou qualquer outra forma inovadora de se fazer ou produzir algo de forma diferente dos padrões vigentes.

A busca pela inovação é característica nata do ser humano que sempre procurou formas para se diferenciar e superar seus competidores pela conquista e preservação de seu espaço. Porém, apesar da busca pela inovação ser uma condição instintivamente nata, o exercício, a prática estruturada e direcionada para a criação da inovação devem ser incentivados e suportados por um ambiente propício e com recursos (humanos e financeiros) estrategicamente alocados para a maturação de um processo constante de fomento a ideias, concepções, combinações, formulações, análises, práticas, métodos e mensurações dos resultados eventualmente alcançados.

Via de regra, toda e qualquer ação deve ter como objetivo trazer algum tipo de benefício tangível ou intangível a alguém por ela impactado. No caso de empresas, em função das características e particularidades das variáveis que afetam direta ou indiretamente os resultados do negócio, inovações relevantes em determinados campos produzirão resultados mais ou menos expressivos. Por exemplo: em mercados em que a competição é pautada em custos, inovações em processos e ferramentas que aumentem a produtividade em níveis superiores devem causar um impacto significativo nos resultados da empresa, ao passo que uma empresa que se encontra em um mercado de nicho e de alta diferenciação/personalização, inovações relacionadas ao design, comunicação e processos produtivos mais flexíveis e adaptáveis tenderão a surtir maior efeito...

Apesar da aparente incongruência entre um processo criativo e a racionalidade de um planejamento estratégico, é imprescindível, para que se possa extrair o máximo de resultados dos investimentos realizados em inovação, a co-existência de ambos no processo tanto criativo, como objetivo da inovação.

A diversidade de opiniões com o incentivo e suporte à colaboração e à interação de pessoas com experiência e visões diferentes sobre assuntos comuns produzem o substrato ideal para a articulação de elementos que se completam e coadunam para formar algo novo, inovador.

A atribuição da qualificação de inovador a um produto, serviço ou processo é um dos principais diferenciadores competitivos que se pode conquistar, pois representa a capacidade de antecipação de uma necessidade ou desejo de um determinado público ou mesmo de algum imperativo competitivo de negócio. Tal antecipação coloca seu beneficiário à frente de seus concorrentes ou até mesmo, ainda que momentaneamente, com exclusividade de atuação em mercados específicos criados ou liderados por seu produto ou serviço inovador.

Estar à frente do mercado, inovar, ditar tendências e “criar” o consumo, o uso, o padrão futuro de determinada categoria, indústria ou comportamento geralmente tem um custo alto, mas, invariavelmente, acarreta resultados muito superiores e sustentáveis em relação aos chamados seguidores. Sem dúvida alguma, um dos melhores adjetivos que produtos, serviços, modelos de negócio – ou mesmo marcas e a própria organização – podem receber é o de inovador. Sua empresa é?