

Criando ambiente para a inovação

Peter Skarzynski / Rowan Gibson

Um dos grandes mitos da inovação é aquele que afirma que idéias inovadoras são produzidas por indivíduos intuitivos ou por pequenos grupos de criação, que trabalham em completo isolamento. A verdade é que, independentemente de grandes nomes como Thomas Edison ou Steve Jobs, a maior parte dos criadores de inovações desenvolveu suas idéias através de uma rica e diversa interação com comunidades de pessoas. A cultura das pequenas novas empresas do “ mãos à obra ” fornece um fértil campo para a inovação. Já os líderes de grandes corporações precisam determinar o ambiente apropriado para o processo inovador se manifestar. Seguem aqui quatro maneiras para lançar fagulhas e conexões para isso ocorrer: 1 - Reformule a estrutura organizacional

Por décadas, a estrutura organizacional das empresas tem forçado a inovação a existir dentro de um silo isolado (e.g. área de P&D) onde ela não é capaz de envolver nem “ infectar ” o resto da corporação. Tornar a inovação uma competência corporativa demanda novas estruturas que ativamente encorajem a interação além das fronteiras formais existentes e que distribua a responsabilidade e o expertise por toda a empresa. Algumas perguntas que os líderes devem fazer a si próprios, dentro desse contexto, listamos a seguir:

- Possuímos uma infra-estrutura para a inovação, que difunda a responsabilidade através de cada nível hierárquico e envolva todos os indivíduos da empresa ou nossa estrutura organizacional continua a tratar a inovação como algo de responsabilidade exclusiva de departamentos ou grupos específicos?
- Que ações minha empresa tomou no ano passado para encorajar grupos, anteriormente isolados, a trocar idéias e competências?
- O que estamos fazendo para facilitar a comunicação direta, face a face, na organização, em vez de utilizarmos a tradicional comunicação que segue o fluxo hierárquico? 2 – Crie um ambiente receptivo a idéias

Em muitas empresas, novas idéias são produzidas em pequena escala por causa da repressão imposta pelo clima organizacional, que desencoraja mudanças e exige conformidade com os padrões. Corporações que realmente almejam a inovação têm de criar uma cultura onde qualquer um pode manifestar uma idéia e, caso ela seja interessante, obter acesso rápido e fácil ao capital financeiro e humano para levá-la adiante. As perguntas a serem feitas nesse item são:

- Os gestores realmente acreditam, de maneira profunda, que empregados “ comuns ” podem ser uma fonte extraordinária de inovações?
- Minha empresa está construindo uma “ democracia da inovação ”, onde as idéias realmente podem vir de qualquer indivíduo, tanto de dentro como de fora da organização?
- O que temos feito para comunicar – tanto em palavras como oficialmente – que é esperado que todos na empresa inovem?
- Se uma pessoa ou grupo trazer uma idéia, quão fácil ou difícil é obter acesso ao investimento necessário para concretizá-la e ao suporte da alta gestão?
- O que temos feito nos últimos 12 meses para aproveitar a imaginação, o know-how e os recursos de pessoas de fora da empresa? 3 – Utilize a web para guiar a imaginação

Normalmente, a infra-estrutura corporativa de TI acaba sendo um campo extremamente estéril que não faz nada a não ser propagar o conhecimento simples e explícito. As empresas precisam aprender a utilizar a tecnologia da informação como um sistema operacional global para a inovação, estimulando assim milhares de pessoas da organização e outras milhares fora dela – em um diálogo global, ininterrupto e focado no tema. Perguntas a serem feitas nesse cenário:

- Minha empresa criou algum fórum de discussão de idéias focado em inovação, para ser utilizado por toda corporação?
- Utilizamos nossa infra-estrutura de TI para distribuir a responsabilidade da geração de novas idéias pela organização e além dos portões dela?

- Nossa intranet inspira as pessoas a alongar suas reflexões e mostra como iniciar um projeto inovador?

- Podemos descrever nossa intranet como um mercado eletrônico de idéias, capital e talento?

- Nossos colaboradores estão conectados com a rica comunidade de experts internos e externos, que podem rapidamente ajudá-los a vencer os desafios da inovação?

- Fazemos uso adequado das oportunidades que a web oferece para testar novas idéias no mercado e avaliar feedbacks feitos diretamente pelos clientes?

- Fazemos uso de nossa infra-estrutura de TI para ajudar a libertar ou reascender oportunidades de projetos que parecem fazer sentido? 4 – Aloque mais tempo para encontros

Empresas que desejam disseminar a inovação devem criar oportunidades para que os empregados interajam, de maneira intensa, com pessoas que trabalham fora das suas unidades, com diferentes tipos de produtos e, idealmente, em outras empresas. Avalie as maneiras de juntar grupos diferentes para trocar idéias face a face, compartilhar percepções e, assim, gerar idéias conjuntamente em um ambiente experimental. A seguir, listamos algumas perguntas a se fazer nesse contexto:

- Nos últimos 12 meses, todos os funcionários do meu departamento tiveram oportunidade de participar de algum processo organizado de inovação?

- Com que freqüência minha empresa/departamento/unidade de negócios organiza eventos “face a face” para compartilhamento de conhecimento e concepção de idéias

- Quando foi a última vez que convidamos centenas ou mesmo milhares de colaboradores para participar, ao vivo, de conversas sobre inovação ou estratégias futuras, tanto on-line quanto presencialmente?



PÓS-GRADUAÇÃO

Inovação e Empreendedorismo

[CLIQUE AQUI PARA MAIS INFORMAÇÕES](#)