



Reflexões sobre a inovação



Fica claro que a tecnologia e inovação estão cada vez mais acessíveis para negócios de qualquer tamanho.

Lembrando que inovação é criar algo (ou fazer um novo uso de algo já criado) que nos permita entregar mais valor para alguém. Em suma, fazer mais ou melhor,

preferencialmente consumindo menos recursos.

Isso reforça também a percepção de que a inovação é produto não apenas das organizações, mas principalmente da visão, empenho e vontade dos indivíduos.

Acredito que a inovação não se dá apenas em temas com exposição ao mundo externo, como a criação de um novo produto ou serviço, mas também na transformação de um processo ou competência interna da organização.

A inovação também não se dá apenas com a criação de novas tecnologias. Muitas vezes a inovação é o simples uso novo e criativo de alguma tecnologia já existente, ou mesmo a partir de iniciativas sem relação direta com aspectos “tecnológicos” em si.

Por isso qualquer pessoa na organização pode ser um agente da inovação. Todos independente do cargo, papel, formação, ou background técnico pode ter aquele “estalo mágico” de uma ideia inovadora.

Para quem já leu o livro “De onde vêm as boas ideias”, muitas vezes as ideias não nascem prontas, mas sim em partes, a partir de pessoas diferentes, em momentos diferentes.

Daí a importância da comunicação, integração e “colisão de ideias” para que essas partes sejam agregadas!

Obviamente que as organizações ajudam muito, com os recursos, estrutura e estratégia.

Mas seguimos vivendo em um mundo feito por e para pessoas, e são elas quem fazem a mágica acontecer!

Nesse sentido, aquilo que permite à uma organização se diferenciar e escalar a sua capacidade de inovar é:

1. Fomentar que as pessoas interajam e compartilhem suas ideias. Não basta que as pessoas tenham ideias, é preciso que elas se sintam à vontade e incentivadas a expô-las.
2. Criar mecanismos de maturação das ideias. Elas não nascem prontas, precisam ser lapidadas e agregadas com outras ideias para aí sim terem utilidade prática.
3. Prover os mecanismos de funding para a implementação. Toda inovação só concretiza o seu destino quando é colocada em prática e deixa o mundo das ideias para entrar no mundo da realidade.
4. Divulgar, premiar, replicar e escalar. Os cases de sucesso precisam ser celebrados e recompensados. As pessoas precisam ser reconhecidas e

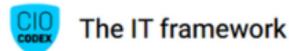
todos devem sentir que possuem os canais abertos para serem agentes da inovação.

5. Estudar, aprender e evoluir. Certamente não haverá apenas sucessos, por isso é preciso avaliar cada case, inclusive os de fracasso, que precisam ser estudados e servir como aprendizado (sem “punição”, afinal é preciso criar um ambiente seguro para a experimentação), criando um ciclo virtuoso de inovação.



Arthur De Santis

Arthur De Santis é um executivo com mais de 20 anos de atuação na indústria de serviços financeiros, com destaque para bancos, processadoras de cartões, adquirentes e seguradoras, formando e liderando equipes e iniciativas ao longo de toda a cadeia de valor de Tecnologia da Informação.



O conteúdo apresentado neste website, incluindo o framework, é protegido por direitos autorais e é de propriedade exclusiva do CIO Codex. Isso inclui, mas não se limita a, textos, gráficos, marcas, logotipos, imagens, vídeos e demais materiais disponíveis no site. Qualquer reprodução, distribuição, ou utilização não autorizada desse conteúdo é estritamente proibida e sujeita às penalidades previstas na legislação aplicável