

Inovação, um poder à solta

Setembro 2013

Destaques

A inovação está ganhando destaque entre os temas que mais preocupam os líderes das empresas, pois eles reconhecem a sua importância vital na sustentação do crescimento.

A transformação do cenário de negócios reflete-se na natureza evolutiva da inovação. Produtos ainda são a prioridade número 1, mas os modelos de negócios e a experiência dos clientes estão logo atrás.

A importância de se colocar a inovação no centro da gestão estratégica e envolver a linha de frente do negócio reflete-se no fato de que os CEOs consideram liderança e cultura certas os ingredientes mais importantes para o sucesso.

Uma pesquisa realizada pela PwC com 246 CEOs aponta para a evolução do papel e da natureza da inovação nas empresas modernas.

Em comparação a um estudo semelhante realizado em 2009, o que se vê agora é que os CEOs consideram uma responsabilidade pessoal orientar e inspirar a inovação, à medida que ela se torna um elemento cada vez mais vital de sobrevivência e sucesso do negócio.

As empresas bem-sucedidas reconhecem que a inovação constitui um processo-chave, que reúne equipes de primeira linha, clientes e uma gama de diferentes parceiros de fora da organização.

A forma como as empresas inovam também está se transformando. No passado, elas se contentavam com melhorias nos produtos.

Atualmente, estão em busca de avanços significativos em seus modelos de negócios e nas soluções que oferecem aos clientes.

Quase todos os CEOs que participaram da pesquisa reconhecem o valor da inovação para as suas empresas, sendo que a maioria a vê como prioridade ou um foco primário.

Isso difere do que foi apurado no estudo de 2009, quando o principal objetivo informado era aprimorar a eficácia operacional, já que as empresas tentavam sobreviver à súbita perda de receitas provocada pela crise financeira.

O problema é que talvez o resto da organização não esteja seguindo o CEO. Entre os “anticorpos” que inibem a inovação está uma cultura que a encara como um processo separado das operações principais da empresa e que é lenta na comercialização de novas ideias.

Instantâneo

Cinco questões fundamentais para uma empresa se tornar verdadeiramente inovadora e aproveitar todo o valor de seus investimentos

1

A maneira como você inova (colaboração, delegação de poder aos funcionários, envolvimento do cliente, horizontes de tempo, etc.) reflete a sua visão e o seu apetite por inovação?

2

Com que eficácia você expõe a sua visão e o seu apetite por inovação para funcionários, investidores e parceiros de negócios?

3

Seus funcionários encaram a criação, a promoção e a execução de novas ideias como uma parte crucial da descrição do seu trabalho?

4

Os processos de tomada de decisão e mobilização organizacional são rápidos o suficiente para levar as inovações ao mercado antes dos concorrentes?

5

Com que eficiência você mede e acompanha o retorno dos investimentos e a capacidade de atender a novas expectativas dos clientes?

Cresce o apetite pela inovação

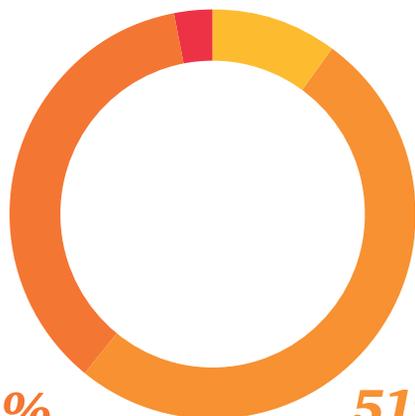
Qual das seguintes afirmações melhor descreve o apetite de sua empresa pela inovação?

3%

Inovação não é uma prioridade para nós nos mercados em que operamos.

10%

Inovação é nosso foco principal. Somos criativos e com frequência propomos novas ideias e abordagens.



36%

Valorizamos a inovação. Reconhecemos novas ideias e abordagens e as adotamos rapidamente.

51%

Inovação é uma das nossas prioridades. Somos bons em gerar novas ideias e abordagens.

O que é mais importante para o sucesso da sua empresa: a eficácia operacional ou a inovação?

2%

A eficácia operacional é muito mais importante para o sucesso da minha empresa.

3%

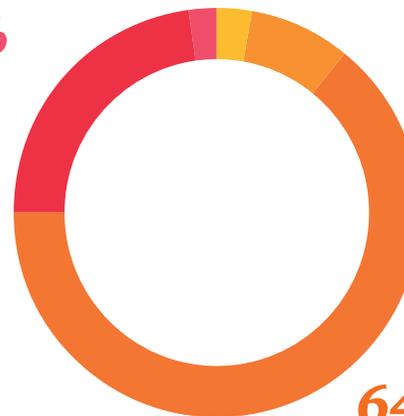
A inovação é muito mais importante para o sucesso da minha empresa.

8%

A inovação é mais importante para o sucesso da minha empresa.

23%

A eficácia operacional é mais importante para o sucesso da minha empresa.



64%

Inovação e eficácia operacional são igualmente importantes para o sucesso da minha empresa.

Base: Todos os respondentes (246)
Fonte: Global CEO Pulse Survey on Innovation

Os CEOs na liderança do processo

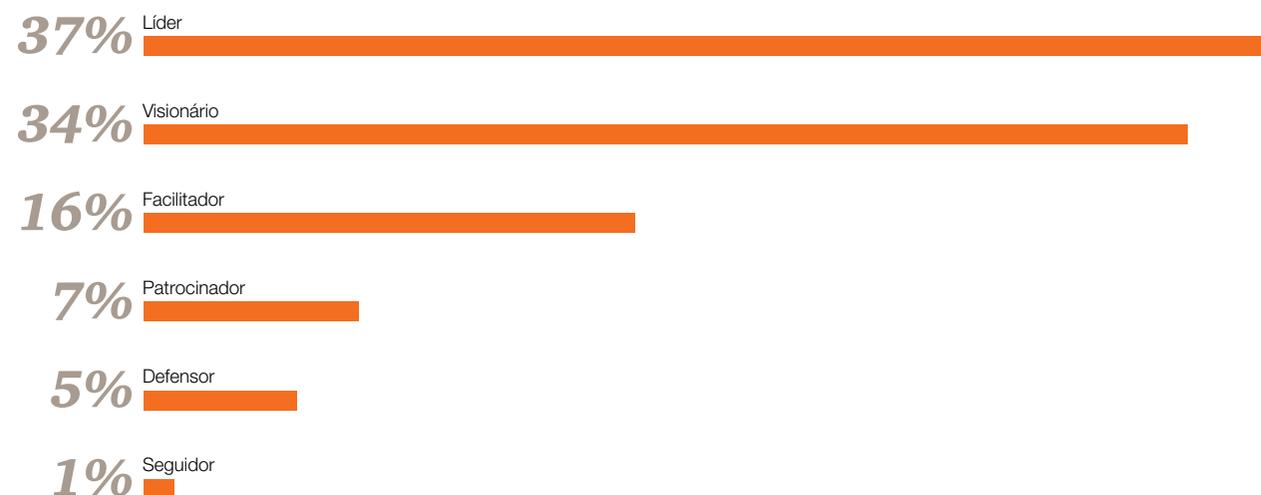
A importância estratégica da inovação pode ser detectada pelo fato de que os CEOs se veem no papel de líderes e visionários em vez de delegar a responsabilidade aos subordinados.

A maior relevância da inovação na agenda dos CEOs reflete um ambiente de negócios em constante mudança.

Crescer tornou-se um processo excepcionalmente difícil; optar por simplesmente melhorar um pouco o que se está fazendo talvez não seja suficiente para sustentar uma expansão.

O clima competitivo também se transformou: a internet, as mídias sociais e os novos dispositivos digitais revolucionaram a forma como os consumidores compram produtos e serviços, e o que esperam deles.

Qual das seguintes opções você acredita ser o seu principal papel na condução da inovação na sua empresa?



Base: Todos os respondentes (246)
Fonte: Global CEO Pulse Survey on Innovation

A inovação se torna mais radical

O foco da inovação está se tornando mais radical à medida que os CEOs buscam fontes inteiramente novas de receita, e não apenas melhores produtos.

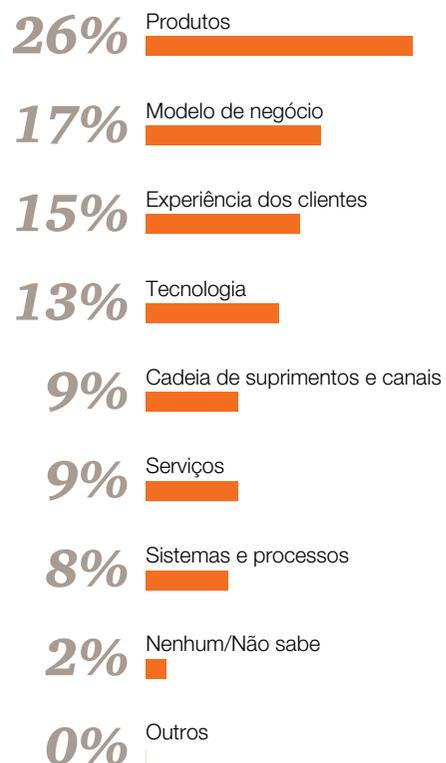
No passado, as unidades de pesquisa e desenvolvimento concentravam-se no aumento da gama de produtos, mas hoje muitos CEOs querem ir além, transformando o que vendem e como vendem.

O que origina esses novos modelos de negócios é uma mudança de foco – dos produtos para as soluções. O produto é, claramente, uma parte importante da solução, mas não é tudo.

Por sua vez, o papel da tecnologia vai além da criação de produtos novos e melhores, passando à captação de informações mais precisas sobre o que os clientes querem e o que se pode fazer para atender a suas necessidades.

Em qual das seguintes áreas a sua empresa pretende inovar nos próximos três anos?

Primeira opção



Três menções principais



Base: Todos os respondentes (246)
Fonte: Global CEO Pulse Survey on Innovation

Os ingredientes-chave da inovação

Assim como mudam as expectativas dos CEOs sobre a inovação, também se modificam a forma de gerá-la e a cultura que envolve o processo.

Os CEOs consideram liderança e cultura certas os ingredientes mais importantes para o sucesso. Áreas relacionadas à cultura – como capacidade de criar, disposição para colaborar e preparo para desafiar as normas aceitas – também estão no topo da lista.

Muitas empresas esperam que suas equipes dediquem pelo menos algum tempo para desenvolver e apoiar novas ideias, em vez de simplesmente confiar em um punhado de profissionais brilhantes.

A importância da colaboração pode ser percebida no número de empresas que agora trabalham com clientes ou outras companhias na criação conjunta de novos produtos e soluções.

Quais são os ingredientes mais importantes para o sucesso da inovação em uma empresa?

Primeira opção



Três menções principais



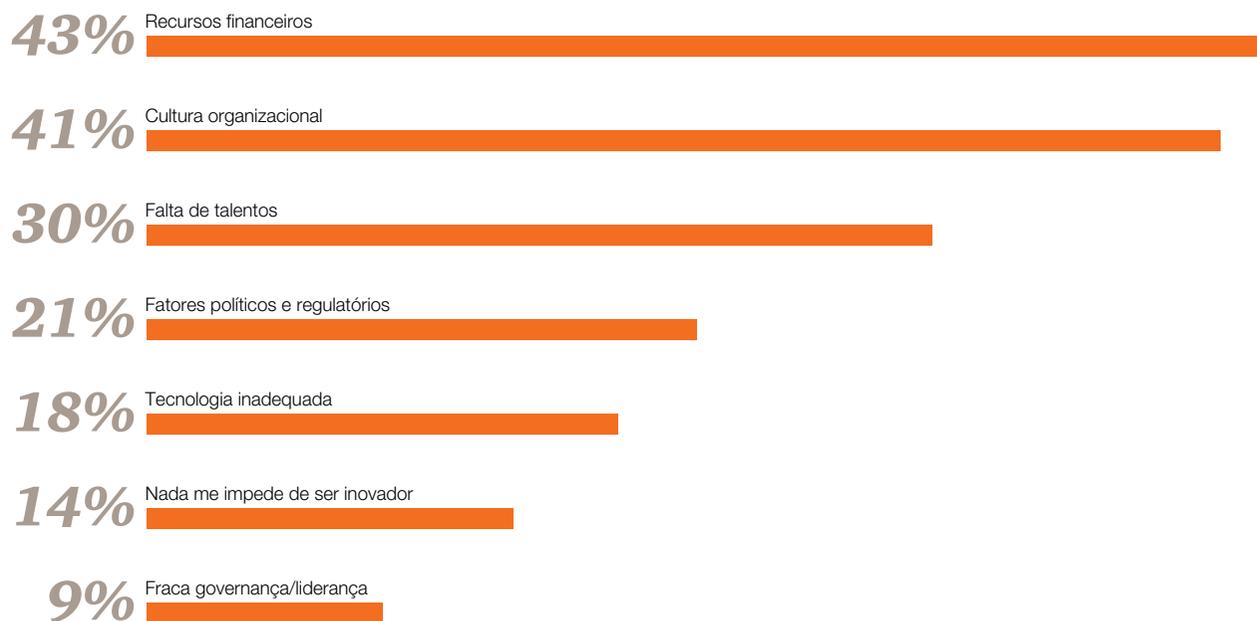
Como superar as barreiras à inovação

A pesquisa destaca uma série de barreiras à inovação. A pressão sobre recursos financeiros escassos encabeça a lista de entraves, embora, curiosamente, o financiamento em si não seja visto como um ingrediente-chave para a inovação. Tal informação sugere que o dinheiro sozinho não pode comprar o sucesso, mas, ainda assim, ele precisa ser gerido de forma inteligente. Isso é verdade, especialmente, no momento em que o foco está mudando de uma inovação mais gradual para outra mais radical.

Os CEOs também encaram a cultura como um dos maiores entraves à inovação. Essa barreira pode ser superada com a eliminação de processos decisórios burocráticos que retardam a comercialização de inovações.

Também é importante incorporar a inovação à descrição do trabalho de todos e criar oportunidades de colaboração que vão além dos tradicionais limites funcionais e organizacionais. Manter-se atualizado com o perfil de risco/recompensa da inovação inclui dar às pessoas mais tempo para criar e fomentar oportunidades. Envolve, também, estar preparado para tolerar riscos e fracassos.

Qual das seguintes barreiras o impede de ser mais inovador?



Base: Todos os respondentes (246)
Fonte: *Global CEO Pulse Survey on Innovation*

Para obter mais informações sobre inovação,
entre em contato com:

Federico Servideo

Sócio

PwC Brasil

Tel: +55 11 3674 3577

federico.a.servideo@br.pwc.com

Anderson Ramires

Sócio

PwC Brasil

Tel: +55 21 3232 6138

anderson.ramires@br.pwc.com

Compartilhe conosco o que você acha da
série 10Minutos e quais temas gostaria
de conhecer melhor.

Acesse: www.pwc.com.br/10minutosopiniao

Leitura relacionada:

Inovação, um poder à solta

.....
Siga-nos [Twitter@PwCBrasil](https://twitter.com/PwCBrasil)

facebook.com/PwCBrasil

