



Dá para criar uma fábrica de inovação?

Minha avó era cheia de frases marcantes. Ainda semana passada, durante uma palestra, me veio uma à lembrança “A gente não pára de inovar porque envelhece, a gente envelhece porque pára de inovar”. Ela veio para o Brasil na época da guerra. No começo a inovação e a criatividade eram questão de sobrevivência, depois virou parte do arsenal do dia-a-dia para cuidar de uma família numerosa. Será que é possível uma empresa criar uma linha de produção de idéias e soluções inovadoras?

Meu sócio, Marcelo, é uma das pessoas mais brilhantes que já conheci. Um de seus hobbies é colecionar idéias inovadoras e criativas – sendo ele mesmo um grande “inventor” e gerador de soluções brilhantes. Tomo a liberdade de contar 3 histórias dele.

Marcelo foi visitar uma indústria que tinha um problema em sua linha de montagem de pasta de dentes. De tempos em tempos uma caixinha passava pela linha de produção sem o tubo de pasta de dentes dentro. Depois de várias reclamações das farmácias e dos consumidores, os donos da empresa resolveram investir em um sofisticado sistema de pesagem para identificar quando a caixinha estava vazia, um sistema de alerta para parar a linha de produção e um robo para tirar a caixinha vazia da esteira. O problema parou e os clientes estavam satisfeitos. Depois de 6 meses os donos da indústria descobriram que o sistema, que havia custado milhões de dólares, estava inativo. Os funcionários não aguentavam os alertas e as paradas na linha de produção, resolveram fazer uma “vaquinha” e comprar um ventilador que foi colocado ao lado da esteira. O “vento” soprava para longe a caixinha que estivesse vazia. Problema resolvido por menos de cinquenta reais.

Diz o dito popular que os americanos perceberam no primeiro vôo espacial que a caneta esferográfica não funcionava sem gravidade. Então, investiram milhões de dólares em uma caneta super hiper sofisticada, capaz de escrever em baixo da água, sem gravidade, ou em qualquer outra situação adversa. Os russos fizeram mais barato, deram um lápis para cada um dos astronautas.

Temos um cliente que vende livros em “vending machines”. Localizado em aeroportos ou rodoviárias, você coloca R\$10.00 na máquina, escolhe o livro e ele cai “como uma lata de coca-cola”. O cliente resolveu que queria cobrar R\$ 9.99 (como tudo nos Estados Unidos). O fornecedor do equipamento queria uma verdadeira fortuna para adaptar a máquina para dar troco em moedas – seria inviável. Depois de alguns dias veio a solução. Ele grudou uma moeda de R\$ 0.01 com fita adesiva na capa de cada um dos livros.

Existem inúmeras teorias, palestras e livros sobre inovação e criatividade. Todas que vi até agora citam o Google, Bill Gates e outros “astros” que ficaram milionários com grandes “sacadas”. Dificilmente falam dos Josés, das Marias e de tantas outras pessoas que têm idéias inovadoras dia após dia. Eu mesmo acho que não havia percebido isto até assistir a uma brilhante palestra do Clemente Nóbrega onde ele provoca os participantes a pensarem sobre como promover e incentivar a atitude inovadora das pessoas e das empresas. Foi aí que me lembrei da frase da minha avó e de que poucas vezes nos damos ao luxo de ter idéias inovadoras. Normalmente só temos idéias quando estamos com um grande problema nos atormentando por dias ou meses. Passado este “momento-relâmpago” inovador voltamos ao turbilhão do dia-a-dia e passamos a ser executores e apagadores de incêndio. Ficamos tão atolados nas picuinhas e nos incêndios que deixamos de olhar para as oportunidades maiores, deixamos de pensar em inovações. Em pouco tempo estamos evitando as inovações porque estamos muito atolados de trabalho e inovações “dão trabalho”. Paramos de inovar, envelhecemos e morremos.

Quanto tempo você dedica à inovação? Quanto tempo você gasta em picuinhas e incêndios? Será que é possível criar uma empresa propícia à inovação? Uma empresa onde os processos e tecnologia possam colaborar e dar mais tempo para as pessoas pensarem em inovações. Será que dando tempo para as pessoas, elas irão pensar em inovações ou arrumarão mais picuinhas para se atolarem de trabalho inútil? Será que queremos ficar jovens ou envelhecer?

(*) Dagoberto Hajjar (dagoberto.hajjar@growbiz.com.br) trabalhou 10 anos no Citibank em diversas funções de tecnologia e de negócios, 2 anos no Banco ABN-AMRO, e, 9 anos na Microsoft exercendo, entre outros, as atividades de Diretor de Internet, Diretor de Marketing, e Diretor de Estratégia. Atualmente é Diretor da GrowBiz – empresa de planejamento e ações para empresas que querem crescer.