Transforma-te num "INpreendedor"!

Hugo Gonçalves
Chief Innovation Officer | Executive Coach | Trainer
pt.linkedin.com/in/hgoncalves
hugogoncalves@powercoaching.pt

"É estupidez pedir aos deuses aquilo que se pode conseguir sozinho" (Epicuro)

A palavra **INpreendedor** não existe. Mesmo que existisse, estaria mal escrita, segundo os nossos convénios de estrutura e regras gramaticais. Mas pensemos neste exemplo como um caso de inovação: o que é que é mais importante, para já? Comunicar de forma adequada um conceito e depois refinar a sua terminologia ou valorizar à partida a regra, a estrutura, mesmo que isso iniba ou faça cair a ideia-chave? Estamos pois perante o dilema de muitas organizações que pretendem ser inovadoras e empreendedoras de forma pro-ativa. **O que escolher? O caos ou o controlo?**

A resposta não é nada inovadora: **ambas!**

O conceito de Inovar e Empreender é apresentado em MBA, seminários e *workshops* como sendo uma pequena semente, que vai sendo cuidada, protegida e alimentada por todos os decisores, influenciadores e executantes. O importante é que a semente evolua para se transformar numa planta, numa árvore e que desta possam nascer os melhores frutos. Não se sabe muito bem que frutos vamos obter e qual o seu valor de mercado. O que se torna importante não é o objetivo, mas sim o caminho. **Serendipismo!**

Mas a realidade é que a Inovação e Empreendedorismo Organizacional se assemelha a uma corrida de automóveis, onde em cada curva ou obstáculo os choques e despistes são frequentes, onde o que interessa é obter resultados sem experienciar ou falhar, onde os objetivos individuais ultrapassam tudo o resto e onde não existe um propósito maior. Para que exista um verdadeiro empreendedorismo organizacional, a empresa precisa de "viver" simultaneamente em duas realidades distintas: **A realidade da busca e a realidade da exe**cução:

- **Na realidade da busca,** a organização reflete sobre o seu propósito e de que forma este está alinhado com o que a sociedade espera e deseja dela (resolver problemas, proporcionar experiências, fazer poupar tempo, etc.).
- Quando existe o *"fit"* entre a organização e os seus clientes, utilizadores e beneficiários, a organização avança para a **fase de execução.** Pensa como pode otimizar recursos e competências no sentido de materializar o *fit* atrás referido. Como pode obter um lucro com propósito.

Estamos a falar de realidades, abordagens e palavras-chave distintas. **Estamos a falar de organizações ambidextras.** Como pode então uma organização fomentar esse ambiente adequado para a inovação?

Comecemos pelos **Recursos**. Hoje em dia as coisas não estão fáceis, e não existe muita disponibilidade ou flexibilidade para alocar os devidos recursos financeiros ao desenvolvimento ou exploração de uma nova abordagem de negócio ou produto/serviço. Mas pior que não ter novas ideias, é ter várias e não as conseguir desenvolver ou explorar. Uma possibilidade é fazer uma análise aprofundada das ideias e avaliar quais as que obtém as melhores probabilidades de sucesso global, através da validação segundo 2 critérios (por exemplo facilidade de implementação vs. impacto|ganhos previstos). Esta triagem permite que a organização foque os seus recursos nas abordagens que mais facilmente vão originar valor e novas oportunidades de negócio;

Quanto ao **Ambiente Organizacional,** a diversidade de personalidades é fundamental. Numa equipa, é sempre preciso alguém que agite as águas, alguém que faça o papel de advogado do diabo, alguém que motive, alguém que nos apresente as pessoas certas, alguém que pesquise, alguém que nos faça questionar. Tudo isto requer personalidades diferentes. **Crie uma equipa de pensadores, não de seguidores!**

Formalizar a Inovação numa empresa pode ser feito com pequenas decisões e abordagens que passam mensagens muito importantes. Desde criar um budget dedicado à Inovação (independentemente do valor), "oferecer" parte do tempo semanal do trabalho para que os colaboradores possam dedicar-se à exploração de novas abordagens ou definir um sistema de reconhecimento que permita recompensar o facto de a pessoa dedicar os seus talentos, interesses e personalidade a encontrar algo que beneficia a organização como um todo são algumas abordagens que proporcionam ótimos resultados.

Comunicar também é fundamental. Tornar visível o sentido de urgência, apresentar tendências e desafios futuros para todas as áreas de negócio; refinar novas ideias com várias pessoas (vários *feedbacks*) são importantes ferramentas de validação de novas ideias e abordagens.

A Inovação e Empreendedorismo Organizacional têm pouco a ver com investimento e muito a ver com Atitude. Quando a Apple lançou o primeiro computador Mac, o seu *budget* alocado à Inovação era cerca de 100X menor do que o da IBM. Os resultados são os que se conhecem.

Imagina a tua empresa como um navio. É sempre mais seguro se esse navio estiver atracado num porto ou baía, protegido das intempéries. Mas os navios não foram feitos para estarem parados, e os grandes navegadores só ficaram conhecidos porque quiseram enfrentar as maiores tempestades, sem saber exactamente que tesouros iriam encontrar após a bonança. O que podes fazer para que os "corsários" da tua organização te entreguem **tesouros ainda mais valiosos?**