

## Resumo

O choque de inovação tem de passar por alterar as metodologias utilizadas nesta área e orientá-las para a obtenção de resultados. Medir, avaliar e garantir têm de passar a estar associados á inovação e, definitivamente, é necessário abolir o preconceito de que a inovação não é controlável. A introdução do modelo de Oslo e a definição de normas na inovação poderão ser a alavanca para essa mudança que tem de passar pela definição de métricas sobre as quais um determinado produto/serviço/processo é avaliado.

Em Portugal a maioria das empresas ainda não recolheram os benefícios da inovação e ainda estão à procura de soluções para enfrentar esta ameaça. Este facto está muito ligado às características das empresas, que se apresentam maioritariamente como pequenas empresas, muito enraizadas nos métodos tradicionais e muitas delas ainda com uma gestão familiar.

A inovação é algo que tem de ser procurado pelas empresas. Infelizmente, ainda existe algum preconceito em relação aos benefícios da inovação, uma vez que tem sido muito difícil medir e avaliar o sucesso ou insucesso das iniciativas de inovação. Com a introdução do modelo de Oslo e com a definição de normas específicas relativas à inovação poderá haver uma transformação destes preconceitos, abrindo portas à certificação em inovação

Quando inquiridas, as empresas afirmam que a inovação é uma prioridade, no entanto, não se observam resultados eficazes. Este facto cria um ciclo que obriga os gestores, sobretudo em empresas com pouca capacidade de investimento, a recuarem no processo de inovação, pois não poderão continuar a realizar esforços, que além de não conseguirem avaliar, não lhes produzem resultados significativos.

Só há uma explicação para que a inovação não resulte em sucesso e em criação de valor, ao contrário do indicado por todas as tendências mundiais. Esse fracasso deve-se ao método utilizado para inovar que se baseia no facto de que a inovação não é previsível.

Assim como a garantia de qualidade deixou de ser imprevisível no momento em que se adoptaram técnicas e metodologias Six-Sigma, a inovação pode ser controlada e consistente se forem aplicadas as metodologias correctas.

O primeiro erro ao implementar um processo de inovação é criar e depois testar, ou seja,

*“Innovation is the process of devising a solution that addresses unmet customer needs.”*

Anthony W. Ulwick  
CEO of Strategyn, Inc.

estamos a dar palpites sobre aquilo que achamos que temos de alterar e depois vamos avaliar se estamos correctos. Com este método podemos passar uma vida inteira sem conseguirmos obter um único resultado positivo.

Para se conseguir uma consistência no processo de inovação é necessário primeiro definir quais os objectivos que um determinado produto/serviço/processo tem, do ponto de vista do utilizador. Seguintemente, devemos identificar quais as métricas sobre quais esses objectivos são avaliados. Se efectuarmos uma primeira avaliação das soluções existentes que endereçam esses objectivos poderemos verificar de que forma é que é necessário evoluir para ir ao encontro das necessidades e expectativas dos utilizadores. Neste momento, estamos preparados para inovar com taxas de sucesso a rondar os 90%, comparativamente com as taxas inferiores a 40% conseguidas actualmente.

Só quando as empresas e os gestores conseguirem avaliar e assegurar o sucesso do investimento em inovação é que Portugal se poderá afirmar como um país inovador e competitivo com o resto do mundo. Nesse momento, julgo que podemos criar um "Choque de Inovação".