



Alexander Osterwalder diz que inovação é ferramenta competitiva para os negócios.

Nossa Web - O que é inovar? Inovação exige alto investimento financeiro?

Alexander Osterwalder - Há diferentes tipos de inovações: tecnológicas, processuais, de produto e de modelos de negócio. Primeiramente, deve-se decidir em que se quer inovar. Nossa equipe auxilia a inovação em modelos de negócio. Essa é a inovação estratégica que irá auxiliar empresas a sobreviver durante a próxima década. Aquelas que não inovarem em seu modelo de negócio irão desaparecer porque vários desses modelos estão desaparecendo. Vemos isso acontecer cada vez em mais setores. Começou nas indústrias digitais, como música, livros e filmes. Entretanto, as atuais indústrias tradicionais também são afetadas por esse fenômeno, como a indústria farmacêutica ou bancária.

Quanto custa a inovação? Depende. Você pode fazer inovações incrementais no modelo de negócios, o que é relativamente barato. Você também pode fazer inovações disruptivas no modelo de negócios, que também são baratas no início, porque é possível prototipar ideias e testá-las para provar sua efetividade antes de realizar um investimento maior. É um mito que a inovação tem que ser cara. No entanto, de modo a não desperdiçar dinheiro, é preciso testar suas ideias antes de construí-las. Dessa forma você minimiza o risco de desperdiçar dinheiro.

Nossa Web - Como estimular a inovação em pequenos negócios que geralmente lidam com muitas restrições orçamentárias?

Osterwalder - Com a inovação, o problema raramente é dinheiro, mas sim a mentalidade. Para estimular inovações, as pessoas precisam, primeiramente, conhecer e entender as ferramentas que podem ajudá-las a inovar. Nós ajudamos pessoas a inovarem em modelos de negócio, simplesmente por meio da oferta de melhores ferramentas e processos para que isso seja feito.

Pense em um cirurgião. Um cirurgião utiliza várias ferramentas para realizar uma cirurgia e um inovador deve fazer o mesmo para inovar em sua empresa. Cirurgiões são treinados por muitos anos antes de realizarem uma cirurgia real. Você deve fazer o mesmo enquanto inovador de negócios.

Outro aspecto importante é dar espaço mental para as pessoas brincarem com novas ideias e as testarem. Isso não precisa ser caro. Isso não existe em grandes empresas, tampouco em pequenas empresas. Empresas estão focadas na execução, não na experimentação. Eu acredito que pequenas, médias e grandes empresas podem e devem pensar sobre inovações em seus modelos de negócio. O motivo pelo qual elas não estão fazendo isso suficientemente raramente é dinheiro, mas sim a falta de mentalidade.

Nossa Web - Quais os maiores obstáculos para a inovação em uma empresa? A mudança na cultura da organização seria um dos principais obstáculos?

Osterwalder - O maior problema é que as empresas são muito focadas na execução. Por que isso é um problema? É preciso ser focado em execução para administrar uma empresa, mas quando se trata de inovação, você precisa de uma mentalidade mais voltada a experimentação. Isso não existe na maioria das empresas de hoje. E por que isso não existe? Porque nós não temos essa "dualidade cultural" ainda, onde exista uma cultura focada na execução de um modelo de negócio já conhecido e uma segunda cultura que busca experimentar novas ideias, que permite falhar, mas que aprende e repete o processo rapidamente. Não se trata de uma ou outra, mas uma e outra. Essa é a parte difícil. Você quer criar ambas as culturas e elas precisam conviver em harmonia, não uma contra a outra. Hoje em dia, a cultura da inovação é geralmente oposta à da execução. Os executores precisam conviver em harmonia com os inovadores.

Nossa Web - O povo brasileiro é muito conhecido por sua criatividade, o que se espelha na música e nas festas populares, por exemplo. Como essa criatividade pode ser melhor canalizada para a inovação empresarial?

Osterwalder - Eu acho que tudo é uma questão de ferramentas e processos. Há o mito de que criatividade é tudo o que se precisa para criar coisas grandiosas. Criatividade é o ponto de partida, mas depois você precisa utilizar ferramentas e processos de uma inovação no modelo de negócios para canalizar essa criatividade na produção de modelos de negócios bem-sucedidos. O modelo de negócios canvas e a proposta de valor canvas, o desenvolvimento de clientes e a lean start-up, são as ferramentas disponíveis para testar ideias. A parte mais difícil não é surgir com novas ideias. Elas são fáceis de gerar e são baratas. O mais difícil é buscar o modelo de negócio correto e a proposta de valor exata. Isso significa que nós precisamos ser bons ao projetar e testar modelos de negócios para reduzir o risco de falha e aumentar as chances de sucesso.

Nossa Web - Quais as maiores oportunidades de inovação associadas ao encadeamento produtivo, em que grandes e pequenas empresas se unem para aumentar o valor de uma cadeia de produção?

Osterwalder - Se você está no b2b, se sua empresa está vendendo para outra, o essencial é você entender o modelo de negócio do seu cliente. Supondo que você seja um fornecedor de uma grande empresa, a primeira coisa que você precisa fazer é mapear o modelo de negócio do seu cliente para entender como ele funciona. Você pode até fazer isso em um workshop em conjunto com o seu cliente. Porque você somente saberá como ajudá-lo e a criar valor, se entender seu modelo de negócio. Comece tentando entender o seu modelo de negócio e depois pense como o seu próprio modelo de negócio pode gerar valor para o seu cliente, de modo a criar redes de modelos de negócios que criarão conjuntamente valor para o consumidor final.

Fonte: Intranet Sebre/NA 20/05/2014