



O que permanece e o que muda para a inovação?

6

Humberto Pereira | Presidente da ANPEI.

Heloisa Menezes | Pesquisadora da Fundação Dom Cabral, foi Diretora do Sebrae e da CNI

A atual crise mundial, de tamanho e efeitos extremos, posiciona a inovação no centro das possíveis soluções, tanto para os problemas imediatos de saúde quanto para a sustentabilidade das empresas. As incertezas são matéria-prima e produto para a inovação. Há muito em comum entre o momento atual e o processo de inovar – os dois são complexos, com resultados incertos e dependentes de múltiplos fatores. Sobretudo em países como o Brasil, com gargalos que exigem um esforço redobrado.

Ao romper profundamente com o status quo, a crise abreviou o futuro e abriu uma janela para uma nova normalidade. Guardadas as devidas proporções, algo semelhante às inovações radicais. Um futuro que já vinha se desenhando, com os efeitos das tecnologias exponenciais sobre os negócios, o consumidor e as formas de conviver, trabalhar e inovar. Um futuro marcado por incertezas, transformações cada vez mais rápidas, ruptura de negócios e mudanças culturais.

A crise atual impõe desafios à própria atividade de inovar. Prioridades, ritmo, estratégias e formas de gerir a inovação também exigem uma revisão. Afinal, o que permanece e o que muda na inovação em tempos de crise?

Pesquisa realizada pela ANPEI e FDC, na primeira semana de abril, com executivos de empresas inovadoras, revela que a maioria das organizações teve suas atividades de PD&I impactadas negativamente com a crise: equipes de pesquisa e parceiros em isolamento social, laboratórios e *hubs* de inovação com operação interrompida ou reduzida, imprevisibilidade, adiamento ou cancelamento de projetos para proteção do caixa e congelamento de compromissos com investimentos futuros.

No entanto, há um relativo otimismo sobre o futuro de médio e longo prazo. Os executivos consultados focam nas oportunidades que a crise pode gerar para as atividades de pesquisa, na perspectiva de que sejam restabelecidas ou, até mesmo, ampliadas. Eles acreditam que, mesmo que seja impactado negativamente, o P&D das empresas se restabelecerá até o final de 2021.

No curto prazo, as empresas identificam necessidades e oportunidades de inovação e investimento em novos produtos ou na adaptação dos já existentes, contribuindo assim, direta ou indiretamente, para o combate ao Coronavírus. A área de inovação está gerando valor, apoiando a urgência de soluções imediatistas, focadas na geração de caixa, eficiência produtiva, redução de custos, novas relações com o consumidor e modelos de distribuição on-line, além da preservação da saúde dos trabalhadores. A inovação de processos e modelos de negócios ganha força e a capacidade de adaptação permanente da empresa será um diferencial no jogo de sobrevivência e competição.

A pesquisa da ANPEI e FDC também gera dúvidas sobre a inclusão dos setores de PD&I na agenda do reposicionamento estratégico dos negócios. Esse delicado equilíbrio entre presente e futuro deve distinguir as empresas que retomarão o caminho da prosperidade daquelas que desaparecerão, durante ou ao final da crise.

É fundamental que, desde já e no pós-crise, as equipes de inovação desempenhem um papel estratégico nas organizações, não apenas por sua capacidade de geração de novos produtos e processos, mas também por apoiarem toda a empresa com novas formas de olhar o negócio, ter um *mindset* inovador e redefinir os negócios. Isso deverá ocorrer em parceria com um ecossistema que englobe parceiros de negócios e da inovação, clientes e fornecedores. O futuro da área de inovação nas empresas também passa por sua própria reestruturação, para garantir mais agilidade e aproximação com as necessidades do cliente, em busca de novos produtos e mercados, o que implicará uma cultura de evolução organizacional permanente.

Momentos agudos, como o que vivemos, impulsionam a inovação, demandando uma alta capacidade de respostas rápidas que, por sua vez, exigem relaxamento na rigidez do tecido das relações entre as instituições. A crise atual vai exigir que as empresas inovem cada vez mais e rapidamente. Inovar na forma de inovar.

Se antes o temor era de ruptura pelos negócios digitais, o Coronavírus tornou real esta preocupação, acelerando a transformação digital nas empresas além do esperado por CEOs ou CTOs. O isolamento social demonstrou que não só é possível, mas também imperativo, o uso de tecnologias que resolvam problemas tradicionais, integrando-as a qualquer área do negócio. Tecnologias que conectem pessoas, meios produtivos, fornecedores e negócios, e que entreguem ao cliente – onde ele estiver –, bens (e-commerce) e serviços (telemedicina, plataformas de ensino, eventos de trabalho e lazer). Tecnologias que armazenem, compartilhem e possibilitem a coedição de documentos, em segurança, com análise de dados e melhor conhecimento dos clientes, para uma tomada de decisões mais acertada.

As empresas que já investiam muito na transformação e no *mindset* digital estão, hoje, em melhores condições de adaptar os seus negócios, produtos e serviços, com vantagens na gestão de suas equipes de inovação. Inovar não é somente ser criativo. Cada vez mais, o processo de inovação requer o acesso e a análise de informações sobre seus produtos e clientes, projeções do futuro, adaptações na operação e nos modelos de negócios a partir da necessidade do cliente, além de visão estratégica e um modelo operacional para mudar rápido e inovar sempre.

O isolamento social nos remeteu ao futuro, sem aviso prévio. Estamos aprendendo novos modelos de trabalho, longe dos laboratórios e dos ambientes tradicionais das empresas – como realizar pesquisas e integrar diferentes parceiros, remotamente. Descobrimos, em muitos casos, que é possível e, às vezes, até melhor. Não sabemos o que virá após o isolamento, mas certamente será bem diferente do que vivíamos antes. Esse novo contexto nos leva a refletir que se tivéssemos acelerado algumas tecnologias, estaríamos mais preparados para enfrentar a crise. Um exemplo é o baixo ritmo de implantação e disseminação da Indústria 4.0 e da internet das coisas. Por outro lado, estamos experimentando a força da colaboração em um nível de espontaneidade que só uma crise pode gerar. Um aprendizado que devemos proteger no futuro, com todo carinho.

Temos inúmeras oportunidades no setor de saúde, para indução da P&D, de novos negócios e relacionamentos com o cliente: na telemedicina, no e-SUS, no desenvolvimento de testes de detecção do vírus, mais simples e baratos, usando *Analytics* e inteligência artificial, e acompanhando dados dos pacientes, como em inovadores testes de tosse. Além disso, teremos a introdução de realidade virtual na capacitação das equipes e no relacionamento com fornecedores. Diversas mudanças, na sociedade e no setor, exigirão das áreas de inovação mais agilidade e orientação para o negócio.

Pelas mesmas razões, o ecossistema também deverá se transformar. Se por um lado, observamos a velocidade da reação da sociedade à ameaça, a força da cooperação entre os diversos e a importância da CT&I na orquestração e produção de soluções, por outro, aparecem as lacunas de uma política de CT&I eficaz e duradoura. Assim como o setor privado, o setor público também deve agir imediatamente. Promover a inclusão da CT&I na estratégia nacional de retomada e medidas tempestivas de estímulo ao empreendimento inovador, eliminar gargalos burocráticos emergencialmente, na área de saúde e de financiamento, e outros estímulos, ainda que com efeito futuro. A crise demonstrou que a inovação eficaz, renovada e duradoura é fundamental para a construção coletiva do nosso futuro. Precisamos ter luz no caminho a seguir.

São muitos os cenários desenhados para a saída da crise – fragmentação das cadeias globais de suprimento, recrudescimento nas barreiras de comércio internacional, assimetria entre setores na retomada, ambiente remoto de trabalho, etc. Para qualquer deles, ou outros que venham a se configurar, um Brasil mais produtivo e inovador é um remédio indispensável. Esperamos que o setor público apresente compreensão e ação à altura do que o momento exige.