

DESENVOLVENDO CULTURAS

*Erika Pereira: Administradora e Consultora. Especialista em Gestão de Pessoas e Planejamento Estratégico.

A paranóia da sobrevivência tem assolado o mundo dos negócios.

Para se ter vantagem competitiva, não podemos nos limitar ao conceito de certo e errado - devemos nos aventurar pelo terreno do imprevisível, onde as questões abertas assumem importância vital à saúde organizacional - aí entra a mudança cultural tão necessária, onde é relevante trabalhar em parceria com os clientes internos (gestores e colaboradores) e externos (clientes, fornecedores e sociedade em geral).

Além de reduzir custos, é importante focar a atenção na inovação de produtos, nas relações interpessoais, no conhecimento do mercado em que atua e no investimento em novas tecnologias. Haveremos de buscar antes de tudo a produção de resultados, o que se dá através da implementação das citadas medidas, de forma simultânea e interdisciplinar.

Dessa maneira, é imprescindível o alinhamento do pensamento dos gestores preocupados no controle e previsibilidade dos processos gerenciais àqueles considerados inovadores, que estão sempre na frente, antevendo futuros exitosos para a organização. Em meio a tudo isso, se faz necessária uma nova cultura que acolha a diversidade, valorize e prepare o terreno para um amanhã bem sucedido.

A análise das fontes de novas oportunidades rege o princípio da inovação, tanto conceitual quanto perceptiva. A sua eficácia deve ser simples e concentrada - dirigir-se a uma aplicação específica, clara e bem elaborada. Podemos afirmar sem sombra de dúvida que, a inovação bem sucedida objetiva fixar padrões, determinar a direção de uma nova tecnologia, criando um negócio que esteja à frente dos demais, requer conhecimento, engenhosidade e concentração, que devem ser aliados à diligência, persistência e compromisso.

Fazer a diferença é a palavra de ordem.

Primeiramente, é importante criar espaço para que as pessoas percebam que estão fazendo a diferença, o que assegurará o sucesso da empresa, tornando-a inovadora e líder.

As empresas que não sabem ou não querem mudar, correm o risco de se colocarem à margem das oportunidades mais lucrativas e competitivas.

Segundo Drucker :

"Inovar é uma tarefa fácil. Consiste em questionar o status quo de tudo. Encarar mudanças como normais e saudáveis. Procurar as mudanças de comportamento, desenvolver produtos para atender novas demandas e explorá-los comercialmente.

Inovar é uma política que não se limita a realizar pesquisas industriais e de mercado, mas inclui observar e analisar tudo o que nos rodeia, para depois refletir de que forma pode ser melhorado."