

< INOVAÇÃO! >



Como fomentar um caminho
de **transformação positiva**

A inovação é fundamental para o sucesso das empresas

Em um mundo dinâmico, onde mudanças são constantes e o consumidor, com base na sua experiência, dita as regras nos negócios. Para inovar com sucesso, é necessário adotar abordagens consistentes e assertivas, e é exatamente sobre isso que falaremos neste ebook.

Embora muitas empresas adotem modelos tradicionais que incluem iniciativas de P&D, essas ações isoladas não garantem resultados sem uma estratégia clara. É fundamental entender o verdadeiro significado de inovação para criar um ciclo virtuoso onde a inovação se torne uma parte vital da evolução contínua da empresa.

De acordo com o relatório "O Futuro da Gestão da Inovação" da consultoria Inventia 2024, que analisou entrevistas com 19 executivos e mais de 250 respondentes, foram identificados quatro principais objetivos da inovação:

- > **75% Crescimento;**
- > **65% Eficiência;**
- > **65% Diversificação;**
- > **63% Ampliação do mix.**

A inovação, em sua essência, é a transformação de ideias em resultados. De acordo com o relatório da McKinsey & Company 2020, empresas que investem em inovação podem experimentar um crescimento de receita até 25% maior em comparação com aquelas que não investem. A pesquisa revela que organizações líderes em inovação são 4,5 vezes mais propensas a ter um desempenho financeiro superior.

O Grupo Deal acredita que, além disso, inovar é estar preparado para mudanças. Cada empresa interpreta este conceito de forma única, e essa falta de compreensão pode gerar distorções, afastando-as do verdadeiro potencial da inovação.

Inovar é manter um olhar atento ao contexto empresarial e ao comportamento de clientes e colaboradores, pois é a partir desses fatores que direcionamos os nossos esforços para a inovação.

Matriz de Inovação

Inovação empresarial é a chave para o crescimento e a sustentabilidade a longo prazo de qualquer organização. A inovação não se limita apenas ao desenvolvimento de novos produtos ou serviços, mas abrange a melhoria de processos, a adoção de novas tecnologias e a criação de novas formas de gerar valor para os clientes, além de impulsionar o desenvolvimento de uma nova mentalidade.

Por inovação se tratar de um tema que ainda pode ser intangível para muitos, utilizamos de ferramentas que podem facilitar a identificação de uma inovação assim que nos depararmos com alguma por aí, e para isso recorreremos como por exemplo à matriz de inovação.

A Matriz de Inovação e melhoria, criada pela Innoscience é uma ferramenta estratégica que ajuda a avaliar e categorizar as iniciativas de inovação, assim qualquer empresa pode classificar suas soluções, serviços ou produtos de forma clara. Ela oferece uma estrutura para que empresas entendam como está a configuração do seu portfólio de forma contínua.

Com essa matriz, as empresas podem identificar oportunidades de crescimento, alocar recursos de forma mais eficiente e alinhar suas estratégias de inovação com seus objetivos de negócios.

Grau de
Novidade



Ao compreender e aplicar a Matriz de Inovação, é possível maximizar o potencial inovador e garantir um futuro promissor para os negócios.

Mas lembrando que:

A definição do eixo de resultados varia de acordo com cada empresa, como por exemplo o citado na criação do modelo:

- > **Baixo resultado:** até 50 mil reais;
- > **Médio resultado:** até 500mil reais;
- > **Alto Resultado:** acima de 500 mil reais.

Adapte a sua realidade e garanta que a gestão de inovação em sua empresa seja moldada por resultados factíveis.

Outro ponto muito importante da inovação é transformá-la em um ciclo contínuo por meio:

- > **Clareza dos desafios:** identificação precisa dos problemas e oportunidades do negócio e mercado;
- > **Modelo de governança e processos:** estrutura organizada para guiar a inovação;
- > **Lideranças preparadas:** líderes capacitados para promover mudanças;

- > **Direcionamento estratégico:** alinhamento das iniciativas de inovação com a estratégia da empresa;
- > **Colaboração e construção conjunta:** trabalho em equipe e participação coletiva;
- > **Estímulos assertivos:** incentivos direcionados para fomentar a criatividade;
- > **Financiamento e patrocínio:** recursos e apoio financeiro para sustentar as inovações;
- > **Pessoas engajadas:** colaboradores motivados, que são o principal catalisador para identificar oportunidades a partir de diversas perspectivas.

Colocar as pessoas no centro é o fator essencial da inovação pois: Inovação é feito por pessoas, para pessoas e com pessoas. No entanto, pouco se fala sobre isso.



**Indivíduos e interações
mais que processos e
ferramentas** ””

A frase destacada foi retirada do Manifesto Ágil, e enfatiza que a verdadeira inovação não vem apenas de processos, mas sim de priorizar as relações e a colaboração. Este é o fundamento para criar um ambiente favorável à inovação.

Apesar disso, ainda há muita confusão sobre o que realmente é inovação. Por este motivo nos deparamos com diversos mitos e verdades:

4 mitos sobre inovação	X	4 verdades sobre inovação
É só sobre novas tecnologias: inovação também envolve melhorias em processos e modelos de negócios, além da esfera comportamental.		Exige uma cultura de risco calculado: é preciso estar disposto a experimentar e aprender com erros.
Acontece de forma mágica: é o resultado de trabalho estruturado e planejamento.		É um processo contínuo: requer avaliação e adaptação constantes.
É responsabilidade apenas de P&D (ou de uma pessoa): deve envolver todos os níveis da empresa.		Deve estar alinhada com a estratégia de negócios: deve contribuir para os objetivos da empresa.
É sempre uma grande mudança radical: pode ser também melhorias incrementais.		É colaborativa: envolve a troca de ideias entre diferentes áreas e parceiros.

A inovação é um esforço coletivo, não uma habilidade exclusiva de um gênio isolado ou de um pequeno grupo seletivo. Qualquer pessoa pode — e deve — aprender a inovar. Com prática e experiência, todos têm a capacidade de aprimorar suas habilidades inovadoras e resgatar sua capacidade criativa para resoluções de problemas.

A transição para uma cultura de inovação é um processo gradual e deve ser conduzida de forma estruturada. Para iniciar essa transformação, é fundamental seguir alguns passos que promovam mudanças a partir das pessoas. Para isso, podemos nos apoiar no consagrado modelo de gestão de mudanças ADKAR.

Awareness | Consciência

Tornar as pessoas conscientes de que a mudança é boa e necessária

Desire | Desejo

Manter vivo o desejo de querer mudar

● **Knowledge | Conhecimento**

Saber o que fazer para mudar

● **Ability | Habilidade**

Colocar o conhecimento em prática

● **Reinforcement | Reforço**

Reforçar continuamente a mudança, até que atinja o estado natural

Desenvolvido por Prosci, o **ADKAR** é um processo em que cada etapa foca em aspectos específicos do processo de mudança, desde a criação de uma compreensão clara da necessidade de mudança até a manutenção das novas práticas no longo prazo. Ao aplicar o modelo ADKAR, as empresas podem aumentar a probabilidade de sucesso nas iniciativas de mudança, minimizando resistências e melhorando a aceitação e a adaptação entre os colaboradores.

Veja o que acontece quando algum desses pilares não é considerado:

ADKAR Consciência _____ Confusão

ADKAR Desejo _____ Resistência

ADKAR Conhecimento _____ Medo

ADKAR Habilidade _____ Frustração

ADKAR Reforço _____ Regresso

A cultura de inovação possui
3 pilares essenciais:

01 Estratégia

02 Cultura

03 Processos

É preciso construir e fomentar iniciativas em cada um destes pilares, mas, antes de colocar a mão na massa, é necessário preparar o terreno e se fazer algumas perguntas importantes.

01. Estratégia

- > Existe um direcionamento claro para onde a empresa irá nos próximos anos?
- > Existe clareza de quais resultados precisamos atingir para chegar lá?
- > Existe alinhamento das iniciativas com os objetivos estratégicos?
- > O quanto de esforços estão sendo direcionados para inovação?
- > Quais e quantas iniciativas são necessárias desenvolver de acordo com a realidade atual do negócio?
- > Quais são as incapacidades do negócio?
- > Como podemos gerar novas capacidades organizacionais?
- > Se temos uma estratégia clara, ela está difundida dentro da organização?
- > A estratégia tem o pilar cultural bem sustentado?

- > Com qual frequência o modelo de negócio é visitado?
- > A estratégia está avançando em ciclos curtos e valiosos de evolução?
- > A capacidade de adaptação da organização corresponde ao tempo de mudanças.

02. Cultura

- > A cultura existente é propícia à inovação?
- > Mecanismos de disseminação de novos comportamentos estão sendo criados?
- > Existe canais/estímulos que podem propiciar um ambiente criativo e dar voz a todos?
- > Os líderes estão sendo preparados para lidar com o comportamento dos inovadores?
- > Existe construção conjunta de soluções?
- > Os resultados são compartilhados?
- > Com quais parceiros possuo conexão e posso conceber boas práticas?
- > Os problemas são discutidos de forma transparente e com foco na resolução?
- > As necessidades dos clientes são prioridade e são temas recorrentes das discussões?

- > O modelo de gestão atual é confiável e conseguimos impulsioná-lo?

03. Processos

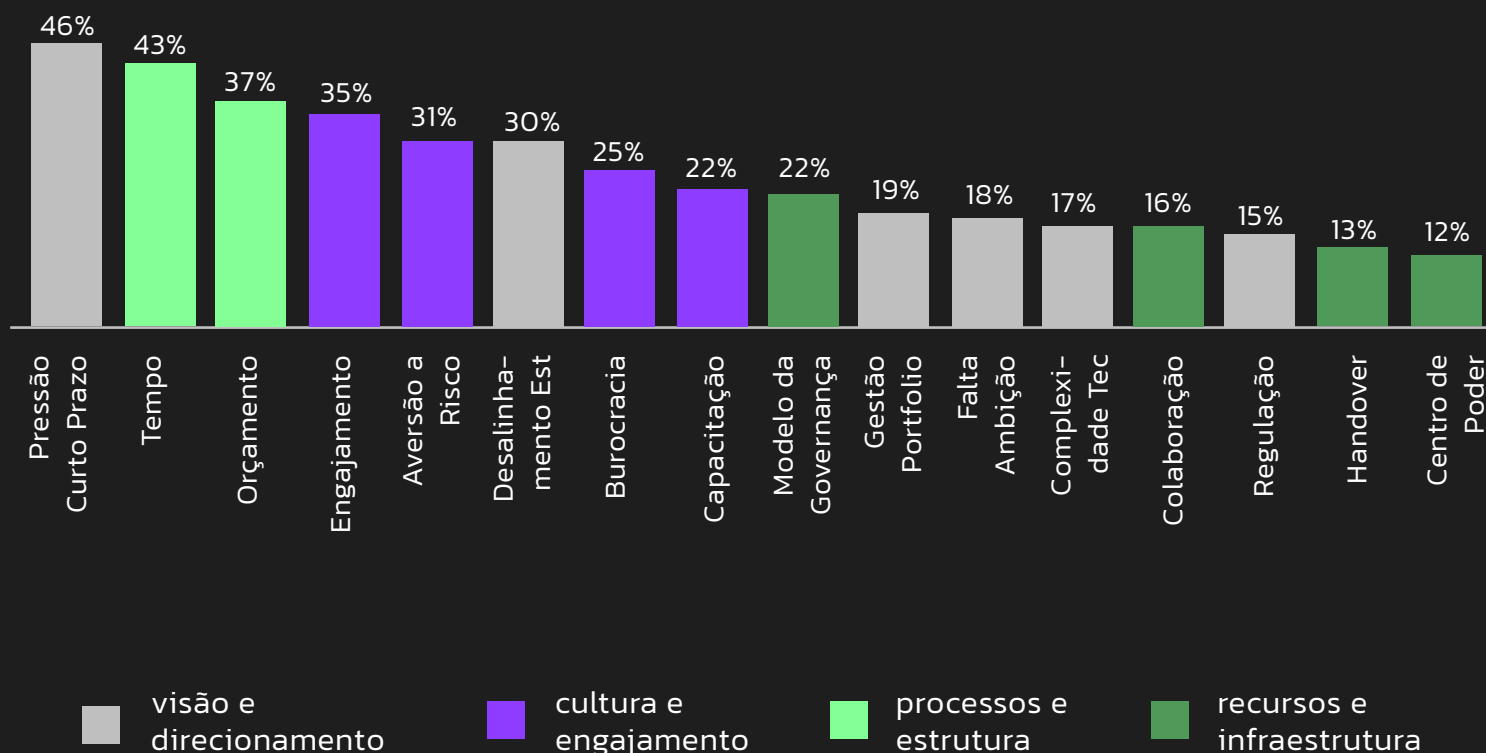
- > Existe uma esteira de inovação que aborda as fases essenciais de ideação, seleção, validação e lançamento?
- > Há algum ambiente/programa que incentiva que colaboradores solucionem problemas ou apoiem desafios do negócio?
- > Há políticas que direcionarem a organização no sentido da inovação?
- > Existe algum canal de ideias e sugestões?
- > Como é feita a medição dos resultados dos esforços?
- > Qual é o nível de maturidade em inovação da empresa?
- > Quais são as ferramentas necessárias e de mercado que podem auxiliar/impulsionar a inovação?
- > Os feedbacks dos clientes são discutidos sistematicamente?
- > Algum método é utilizado para a resolução de problemas? Quais?

A inovação é um pilar fundamental para o crescimento e a sustentabilidade das empresas em um mercado cada vez mais dinâmico e competitivo. Ela não só permite que as organizações se adaptem às mudanças e aproveitem novas oportunidades, mas também é crucial para se destacar e liderar em seu setor. Implementar soluções inovadoras pode significar o desenvolvimento de novos produtos, a otimização de processos ou a criação de modelos de negócios mais eficientes.

No entanto, fomentar um ambiente de inovação não é tarefa fácil. Líderes enfrentam diversos desafios ao tentar criar uma cultura que valorize e incentive a inovação. Segundo a INVENTTA 2023, há 16 desafios para inovar identificados, sendo pressão por resultados de curto prazo é o principal desafio encontrado pelas empresas para inovar. Seguido por tempo de dedicação a inovação e orçamento.

A pressão por resultados de curto prazo é o desafio mais predominante nas organizações (46%), seguido por tempo de dedicação a inovação (43%) e orçamento (37%).

Os desafios relacionados a “Processos” são menos frequentes nas organizações. Os desafios relacionados a cultura também foram citados como muito relevantes, representando 4 dos top 8 desafios.



De acordo com a McKinsey & Company e o Deloitte Insights, que analisaram as tendências e prioridades de inovação em empresas globais.

As principais prioridades das empresas em relação à inovação incluem:

- 1. Melhoria da experiência do cliente:** aperfeiçoar produtos e serviços para oferecer mais valor e personalização;
- 2. Eficiência operacional:** otimizar processos e reduzir custos através da automação e tecnologia;
- 3. Desenvolvimento de novos produtos e serviços:** lançar ofertas que atendam às novas necessidades do mercado;
- 4. Transformação digital:** integrar tecnologias digitais para aumentar agilidade e competitividade;
- 5. Aumento da competitividade:** diferenciar-se da concorrência para manter liderança no mercado;
- 6. Cultura de inovação:** criar um ambiente que valorize e promova a criatividade e experimentação;
- 7. Sustentabilidade e responsabilidade social:** implementar práticas sustentáveis e socialmente responsáveis.

Segundo o mapa de inovação da Inventa:

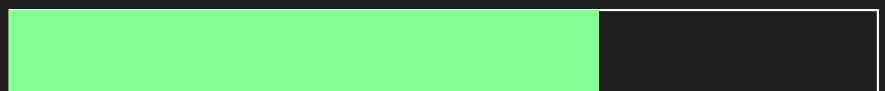
88%



dos colaboradores são incentivados a terem liberdade para inovar e propor novas ideias.

Mas apenas 23,5% percebem os meios e ferramentas para que isso aconteça

72%



das empresas não possuem processos estruturados para acompanhar as mudanças do mercado

Apenas 13% conseguem acompanhar mudanças externas e influenciar sua estratégia a partir disso

Para dar o primeiro passo em direção a inovação precisamos trabalhar o pilar pessoas. Mas como?

De acordo com a ADKAR, o primeiro passo é trazer a consciência. Podemos fazer isso de diversas formas:

> Comunicando a inovação;

> Capacitações;

> Eventos;

> Geração de pequenas experimentações;

> Gerar o estímulo a novas ideias.

Tudo isso, sem deixar de lado o principal quando falamos de empresas: compreender as necessidades dos clientes.

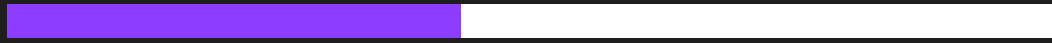
As principais iniciativas de inovação são:

Transformação digital



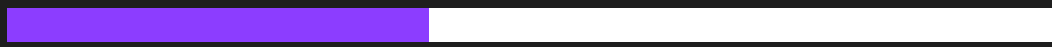
47,2%

Criação de squads



44%

Joint venture



39,2%

Laboratório de inovação



31,2%

Progr. de intraempreendedorismo



31,2%

Programas de inovação aberta



29,6%

A principal iniciativa listada como um dos principais estímulos de inovação continua sendo a transformação digital. Ela possibilita a adoção de novos processos, otimizações e reduções de custos, bem como ganhos de eficiência operacional.

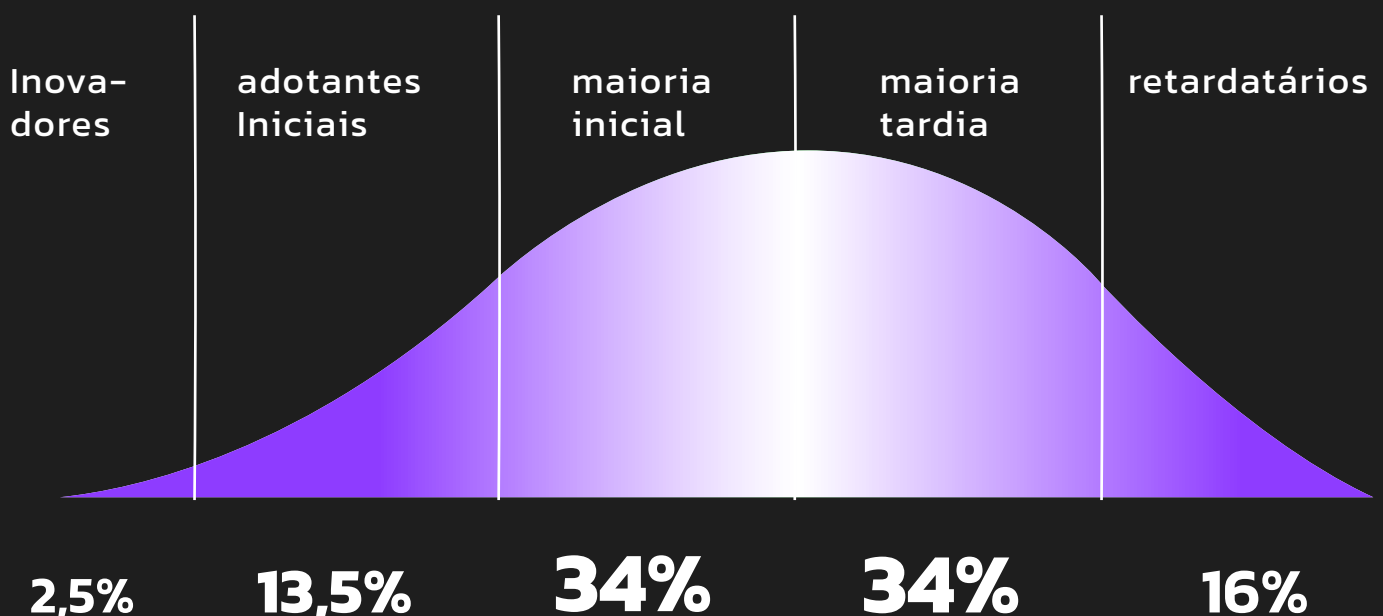
A transformação digital pode ser entendida como uma jornada que, segundo a AAA Inovação 2022, está relacionada a 5 etapas:

- 01** Análise profunda para entender como e por que os clientes tomam decisões;
- 02** Organização processos e recursos ágeis, flexíveis e colaborativos que seguem a estratégia;
- 03** Análise de dados análises de clientes utilizáveis e relevantes vinculadas a objetivos e estratégias;
- 04** Estratégia de inovação: foco no valor futuro, um impulso alimentado pela experimentação;
- 05** Processos reinventados e jornadas do cliente por meio de automação e processos ágeis;
- 06** Tecnologia da informação oferece suporte para funções.

No entanto, sabemos que para qualquer mudança ou evolução temos uma curva de aprendizado a ser considerada como demonstraremos a seguir:

Curva de Adoção Tecnológica

A curva de adoção da inovação, também conhecida como lei da difusão da inovação, é um modelo que explica como a inovação se propaga, agrupando o público em grupos.



Inovadores: pequeno percentual das pessoas que estão dispostas a adotar inovações e se interessam por qualquer avanço;

Adotantes iniciais: grupo semelhante aos inovadores, que também percebem o potencial das inovações. Diferem por não serem quem gera as novas ideias;

Maioria inicial: aceitam novidades com um certo nível de inconveniência, como um preço mais alto, por exemplo;

Maioria tardia: grupo com as pessoas que se sentem um pouco menos confortáveis com novas ideias, mas as aceitam assim que estejam mais bem estabelecidas;

Retardatários: são as pessoas que abraçam as novidades simplesmente porque elas já estão estabelecidas e são praticamente obrigadas a aderir.

/ Como criar uma área de inovação e o que esperar dela! >

Criar uma área de inovação depende de, principalmente, de um elo bem estabelecido entre estratégia, cultura e processos. Abaixo, demonstramos um caminho que pode servir de exemplo para quem deseja compreender os passos para a evolução contínua.

Estratégia do negócio:

1. Sintetize a realidade atual
2. Projete o futuro desejado

Benchmarking:

1. Entenda os modelos de gestão da inovação do mercado no qual a sua empresa está posicionada
2. Estructure processos que sirvam de estímulos de inovação & Liderança

Sensibilizar lideranças:

1. Construa iniciativas com o envolvimento de lideranças
2. Desdobre qualquer iniciativa por meio de lideranças

Estratégia de inovação:

1. Desenhe iniciativas conectadas com a estratégia do negócio
2. Modele objetivos de inovação

Dedicar pessoas:

1. Tenha um líder de inovação aderente ao primeiro status da curva de adoção tecnológica
2. Forme pessoas

Horizontes de Inovação

Quando falamos de inovação, podemos desenhar futuros possíveis, desejáveis e prováveis por meio da ferramenta desenvolvida pela McKinsey & Company chamada de “Horizontes da inovação” em que observamos 3 níveis: H1, H2 e H3.

H1

Explora o core business do negócio, aprimorando o que já funciona;

H2

Explora os mercados adjacentes ao core business;

H3

Promove a experimentação, a partir de um modelo mais arriscado de inovação.

Mercados consumidores

Novas demandas/
Mercados emergentes

Exploração em novos mercados

H3
Transformacional

Demandas existentes/
Mercado ainda não endereçados

Crescimento adjacente

H2
Adjacente

Demandas existentes /
Mercados já servidos

H1
Core

Próxima geração de produtos para os mercados core

Exploração com novas soluções

Produtos e ativos

Capabilities existentes e em uso

Capabilities existentes e ainda não utilizados

Novos capabilities

Explicitando um pouco mais sobre o modelo, é ideal que organizações observem e mapeiem as iniciativas e portfólio que sejam aderentes ao seu futuro.

Neste exemplo, compartilhamos de informações relevantes que permitirão que empresas realizem uma análise imediata de seu cenário.

Empresas que não são de tecnologia, normalmente possuem 80% de suas iniciativas, produtos, serviços, negócios no horizonte 1, enquanto empresas de tecnologia já possuem 45% neste nível, aplicando o mesmo entendimento ao horizonte 2, ou seja a exigência por transformação e renovação se aplica ainda mais forte dos setores de tecnologia.

Mercados consumidores

Novas demandas/
Mercados emergentes

Exploração em novos mercados

05%

H3
Transformacional
Novos negócios

Demandas existentes/
Mercado ainda não endereçados

Crescimento adjacente

H2
Adjacente
40% | 18%

Demandas existentes /
Mercados já servidos

H1
Core
45% | 80%

Próxima geração de produtos para os mercados core

Exploração com novas soluções

Produtos e ativos

Capabilities existentes e em uso

Capabilities existentes e ainda não utilizados

Novos capabilities

Ecosistema de Inovação

Até aqui, falamos de uma perspectiva de inovação que permeia pela organização e parte de dentro para fora, mas sabemos que uma empresa verdadeiramente inovadora erradia inovação por todos os ambientes de conectando a diversos ambientes e proporcionando que novas soluções, empresas e modelos de atuação sejam criados, chamamos esse espaço de ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO como demonstrado nos tópicos abaixo, mas isso é assunto para outro momento.

Empresa

Empresa

Empresa

Empresa

Inovadora

Inovadora

Inovadora

Inovadora

- Universidades
- Governo
- Competidores
- Fundos de investimentos
- Aceleradoras
- Startups
- Centro de P&D
- Consumidores

Checklist de como garantir a segurança de uma área de inovação

- 01** Liderança engajada com a área de inovação
- 02** Estratégia de inovação alinhada à estratégia da empresa
- 03** Time de inovação diverso e multidisciplinar
- 04** Time de inovação com as capacidades necessárias para o seu objetivo
- 05** Portfólio de inovação diversificado com ações de curto, médio e longo prazo
- 06** Estratégia de inovação viável com o orçamento e recursos disponíveis da empresa

Como inovar no
próprio modelo
de inovação!>

Cultura de Inovação

Ter uma cultura focada em inovação promove a criatividade, a geração de ideias, valoriza colaboradores, otimiza recursos e melhora resultados. Empresas com essa cultura incentivam a experimentação, promovem a colaboração e reconhecem criatividade de seus colaboradores.

Pensamento de Design

O pensamento de design é uma abordagem em que se visa entender as necessidades e desejos dos usuários e criar soluções que as atendam de forma eficaz. Para inovar em seu próprio modelo de inovação, empresas podem adotar o pensamento de design em suas atividades de inovação. Isso envolve trabalhar em estreita colaboração com os clientes para entender seus problemas e desenvolver soluções que os atendam de forma inovadora.

Colaboração aberta

A colaboração aberta envolve trabalhar com parceiros externos, como startups, universidades e outros especialistas, para trazer novas ideias e tecnologias para a empresa. Isso pode incluir a criação de programas de aceleração, a organização de hackathons ou o estabelecimento de parcerias estratégicas. A colaboração aberta permite que empresas tenham acesso a novas ideias e tecnologias de maneira mais rápida e eficiente do que se tentassem desenvolver tudo internamente.

Agile innovation

A abordagem Agile é uma metodologia de desenvolvimento de software que enfatiza a colaboração, a flexibilidade e a entrega de soluções valiosas. Adotar o "Ágil" envolve trabalhar em equipes multifuncionais, iterar rapidamente as soluções, incorporar o feedback dos clientes ao longo do processo e, conseqüentemente, aumentar a velocidade e a eficácia em processos de inovação.

Digitalização

A digitalização fornece novas ferramentas e tecnologias para empresas inovarem em seus próprios modelos de inovação. Isso inclui o uso de ferramentas de análise de dados para entender o comportamento de clientes, de plataformas que promovam a colaboração interna e externa e de tecnologias emergentes, como inteligência artificial e Internet das Coisas (IoT), para criar soluções inovadoras. É importante lembrar que a inovação é um processo contínuo e dinâmico, e que as empresas precisam estar dispostas a experimentar, correr riscos e buscar novas formas de melhorar seus modelos de inovação para continuar a crescer e prosperar no futuro.

Qual o nível de maturidade de inovação da sua empresa?

Potencializar uma organização diz respeito à capacidade de impulsionar transformações positivas por meio de inovações, sejam elas a níveis incrementais ou disruptivos. Com o objetivo de tracionar iniciativas, partimos do entendimento do nível de maturidade no qual estamos inseridos, para que possamos elaborar uma estratégia consistente que garanta ciclos exponenciais de evolução, em consonância com nosso portfólio end-to-end.

Com base na necessidade de se reinventar e estarmos preparados para mudanças, colocamos à disposição de nossos parceiros e clientes um processo de diagnóstico de inovação, para compreendermos o negócio em 3 pilares e 9 fatores essenciais, são eles:

Pilar 1 > Cultura

1. Liderança engajada
2. Cultura & Engajamento
3. Pessoas & Conhecimento

Pilar 2 > Estratégia

1. Protagonismo estratégico
2. Conexões inovadoras
3. Fontes de financiamento

Pilar 3 > Processos

1. Gestão da inovação
2. Inovação tecnológica
3. Estrutura & Pensamento sistêmico

Como a Deal trabalha esses pilares internamente e em seus parceiros

O Grupo Deal disponibiliza um ambiente completo para potencializar a inovação em sua empresa através de uma gama de serviços voltados para a estruturação da gestão da inovação nos mais diversos segmentos. Além disso, também oferece todo o ambiente necessário para que os seus objetivos estratégicos sejam atendidos de forma plena.

Conheça um pouco mais a seguir:



Um motor de inovação ao seu alcance

A inovação e a sustentabilidade são elementos essenciais para atingir competitividade de mercado, principalmente no que tange ao aumento de produtividade, redução de custos e aprimoramentos tecnológicos. Para tornar a sua empresa uma referência em Inovação, buscamos a consolidação de iniciativas que potencializarão estes elementos.

Começamos pelo NID Lab, um laboratório de inovação que integra a diretoria técnica e que tem como missão fazer da inovação um desejo diário de todos que se conectam de alguma forma com a Deal, sejam eles: colaboradores, clientes, parceiros ou fornecedores.

Buscamos potencializar a inovação por meio de nossas pessoas e tecnologias e fazemos isso por meio de iniciativas que impulsionam transformações positivas por meio de uma evolução sustentável.

Estratégia de Inovação

Construímos a estratégia de inovação da empresa, com decomposição de objetivos, iniciativas, indicadores e direcionamento de processos do negócio, além de promover o alinhamento das iniciativas à estratégia do negócio.

Estruturação de Processos

Modelamos fluxos de gestão da inovação que sejam aderentes aos desafios atuais do negócio do cliente e, também, com projeção de futuro. Bem como direcionamos esforços para inovação aberta.

Inovação Aberta

De maneira ágil, estruturada e colaborativa, conceituamos e tangibilizamos uma ideia em um curto espaço de tempo, com foco na produtividade de equipes para uma dinâmica de transformação e inovação digital.

Disseminação de Conhecimento e Cultura

Ajudamos negócios a caminharem de forma constante, buscando crescimento com eficiência e promovendo melhorias nos processos, sempre baseados em análise de

dados e sem deixar de lado a jornada do usuário. A Deal faz isso hoje através do programa Embaixadores, em que consegue reforçar a cultura de inovação e transformar o dia a dia do negócio.

Assessment de Inovação

Nesta abordagem, são convidados a participar profissionais C-level, e nível tático com amplo conhecimento do negócio para garantir a conformidade nas análises. Serão identificados pontos críticos e oportunidades de desenvolvimento que, por sua vez, serão pontuados por profissionais de expertise em cada fator.

O processo será conduzido por especialistas do Núcleo de Inovação da Deal e representantes do NIDLab (Laboratório de Inovação da Deal) que disponibilizarão um toolkit para possibilitar ações imediatas perante os itens observados.

O processo de Assessment seguirá o seguinte fluxo:

01. Planejamento

Reuniões iniciais para alinhamento dos objetivos estratégico, definição do grupo de trabalho envolvido e criação de agenda de entrevistas;

02. Entrevistas

Entrevistas com atores estratégicos e táticos para levantamento de dados e informações por meio de formulário eletrônico com 60 asserções;

03. Compilação de dados

Tabulação de dados; análises sensoriais quantitativas e qualitativas.

04. Consolidação

Relatório completo de todos os pontos observados dimensionado por fator de atuação com participação de especialistas por fator;

05. Apresentação

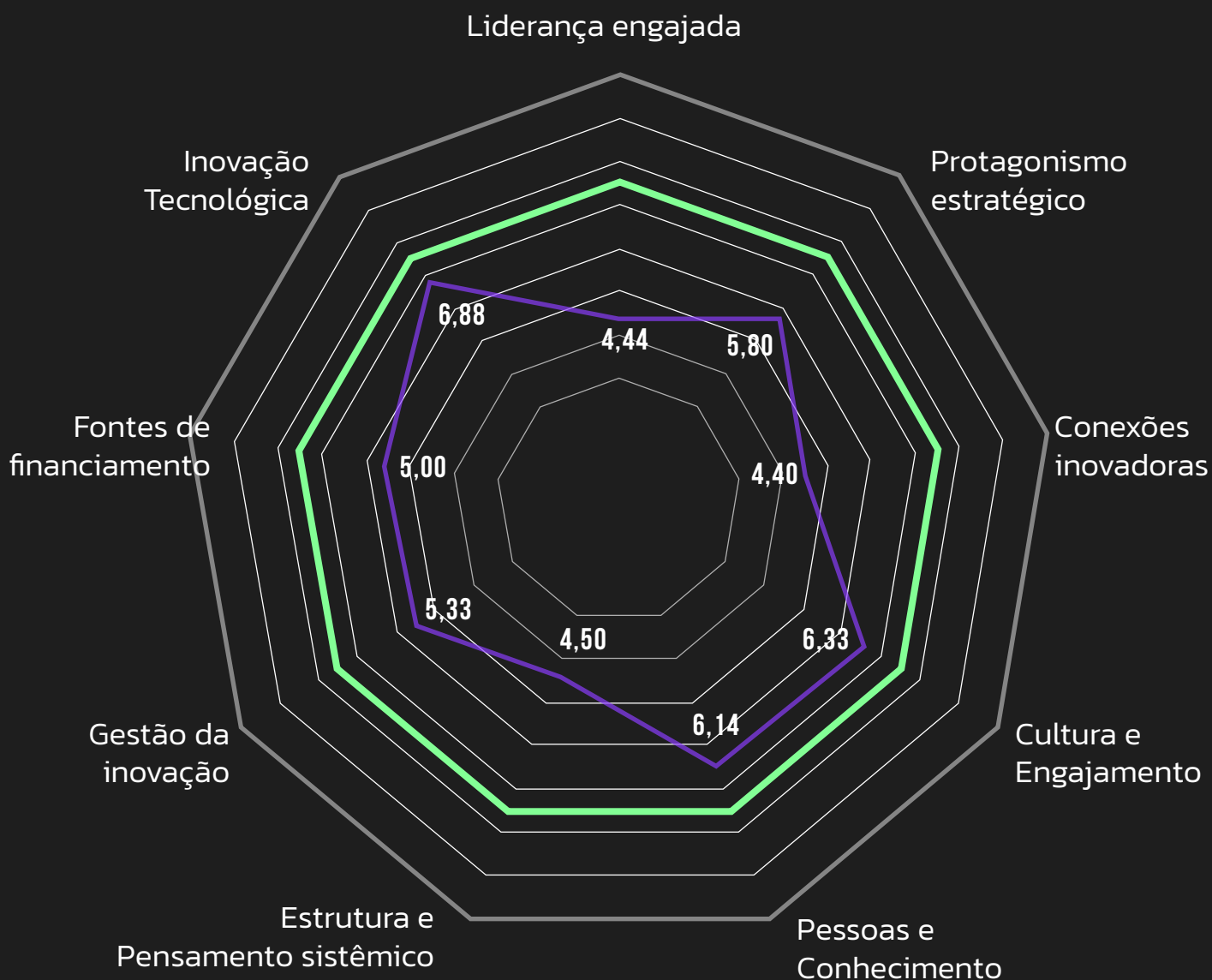
Apresentação do material elaborado, roadmap, recomendações e disponibilização de ferramentas viáveis de acordo com o contexto da organização. Por

meio de análise sensorial, medimos o nível de maturidade de inovação da sua empresa e consolidamos em um roadmap estratégico com orientações técnicas em cada Fator avaliado.

Alguns exemplos:

Assessment de inovação Deal

Visão 1

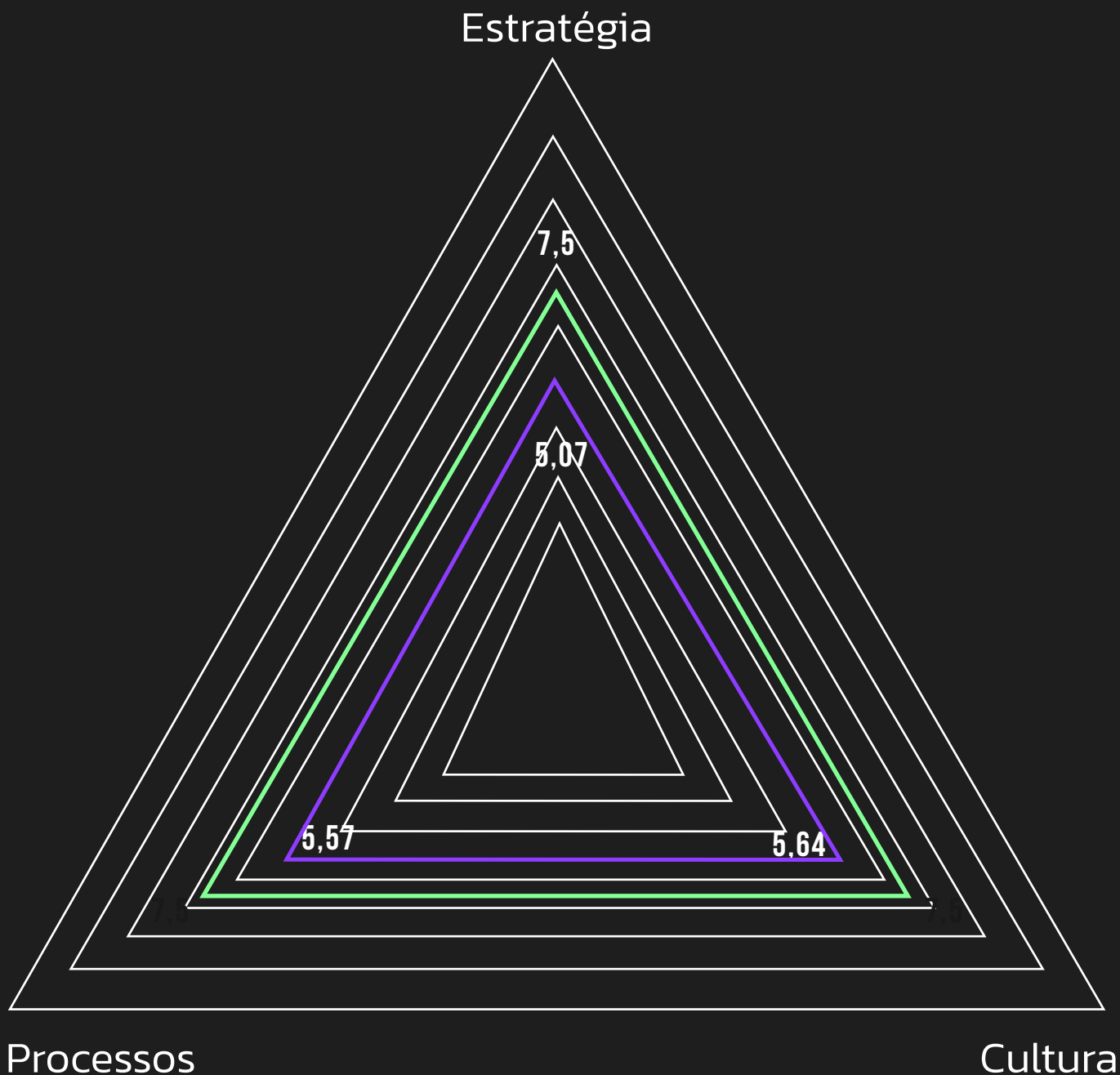


Assessment de inovação Deal

Visão 2

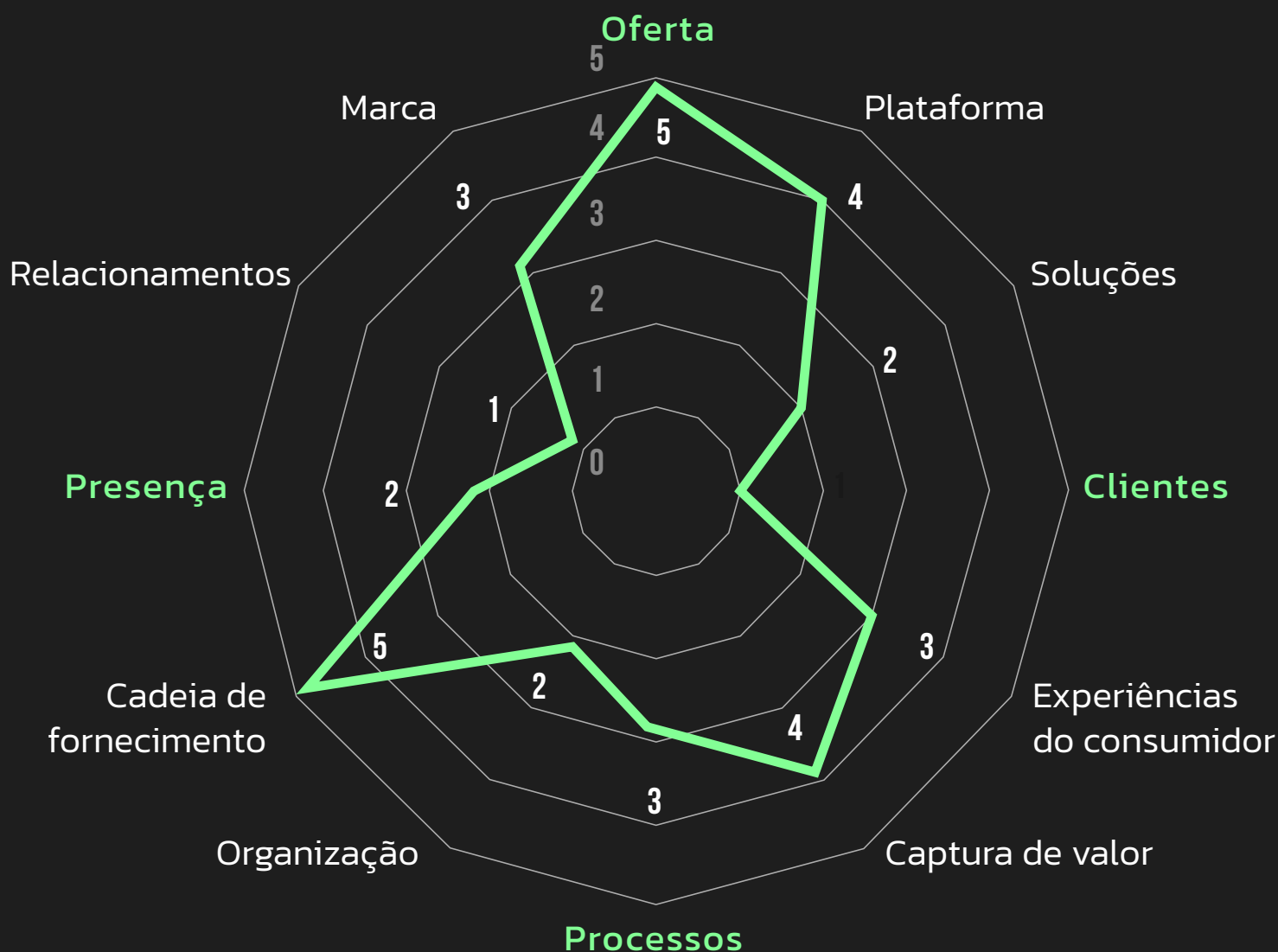


Aperfeiçoamento e visão estratégica de futuro



Radar de inovação

Com base no radar de inovação dos autores Sawhney, Wolcott e Arroniz (2006, p.77), analisamos cada fator e conseguimos por meio de nosso portfólio de serviços oferecer o desenvolvimento de soluções tecnológicas sustentáveis.



1 a 2

Correspondem ao processo de inovação em estágio incipiente

3 a 4

Representam um processo de inovação intermediário, em que a empresa já realizou inovação em determinada dimensão, mas de forma esporádica

5

Significa que a atividade inovadora naquele critério alcançou seu grau máximo de amadurecimento na empresa, pois é realizada com regularidade

Benefícios do diagnóstico e construção do roadmap de inovação

Receitas: potencializa as oportunidades de diversificação de receitas e desenvolvimento de produtos/serviços, além de redução de custos significativos;

Captação: possibilita ampliação do conhecimento sobre possibilidades de captação de recurso externos para inovação;

Pessoas: identifica potencial de sustentação da cultura de inovação, em consonância com o desenvolvimento de lideranças;

Iniciativas: amplia as condições da criação de projetos, programas e processos de gestão da inovação;

Visão: possibilita visão analítica sobre o contexto de inovação;

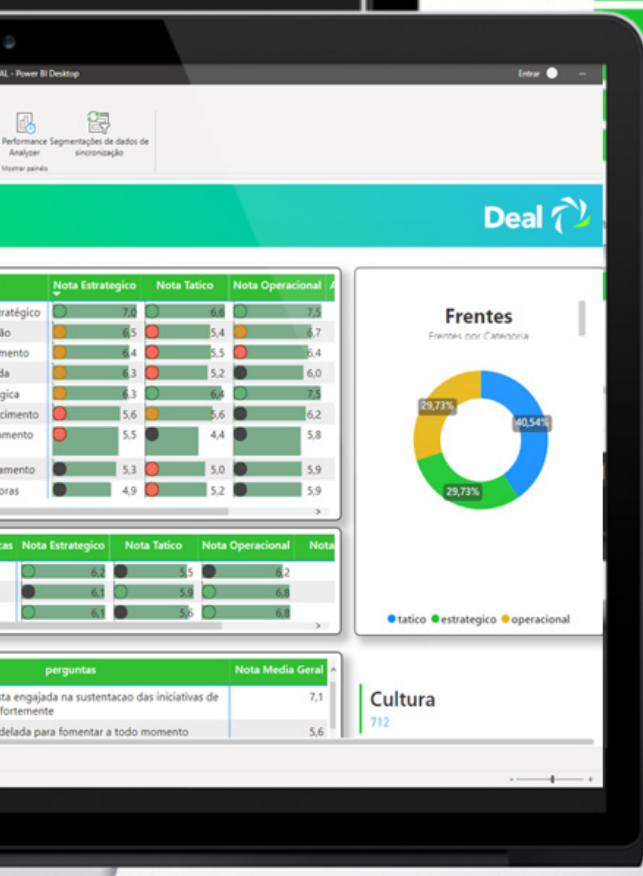
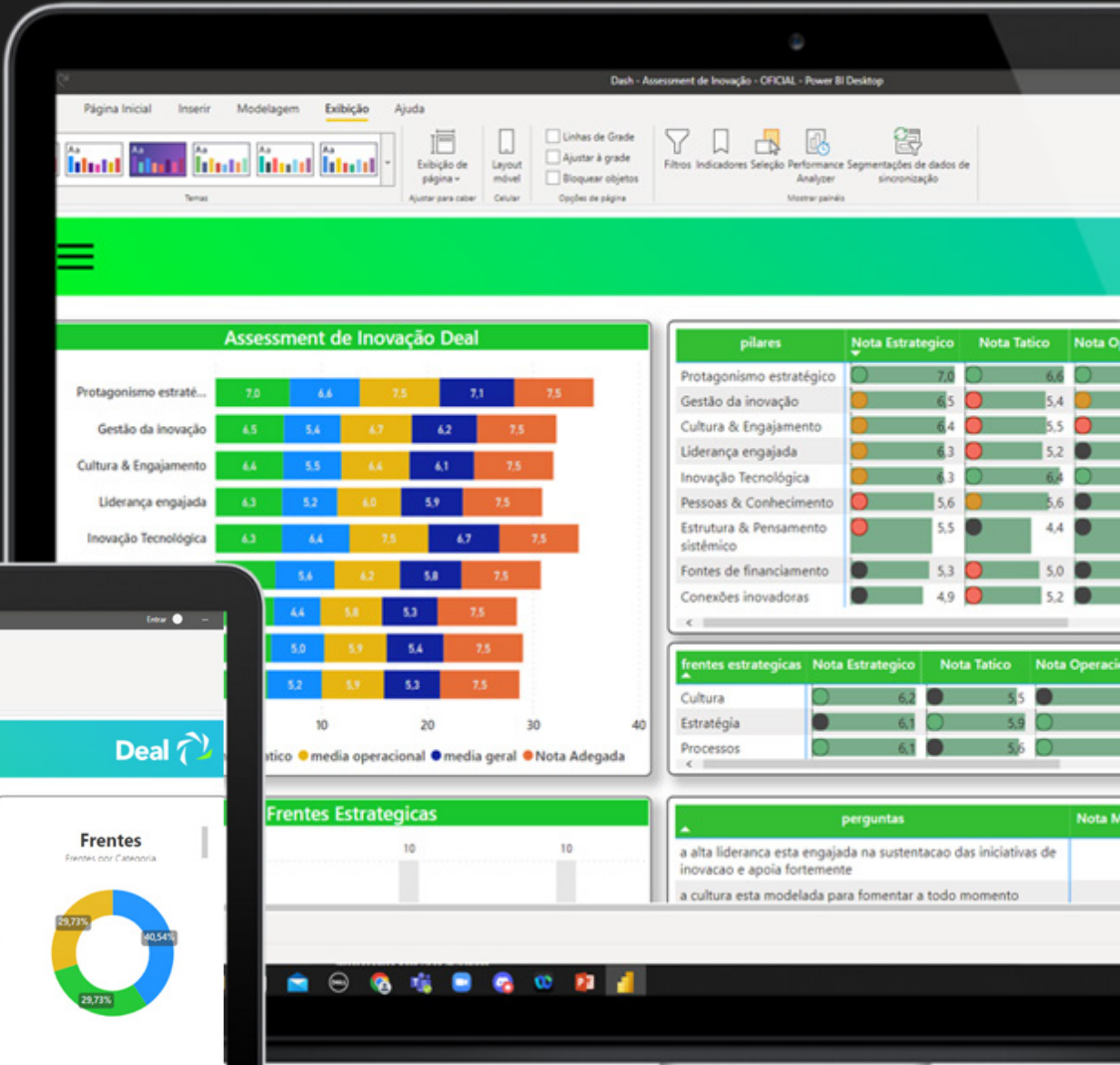
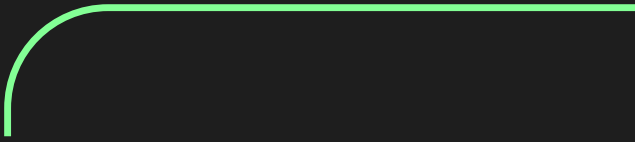
Caminhos: viabilizar caminhos para estruturação de uma estratégia de inovação e evoluções em frentes do negócio;

Vantagem: mantém a empresa com margens positivas de competitividade de mercado;

Imagem: potencializa conexões por meio de um melhor posicionamento de imagem;

Mudanças: posiciona a empresa para se adaptar rapidamente a mudanças com um olhar sensível para o mercado

Relatório consolidado: tem como objetivo entregar a visão analítica a respeito de todas as asserções levantadas na entrevista. A análise e o relatório terão o foco no diagnóstico macro do levantamento feito até o momento, da situação real, indicando o nível de maturidade de inovação do ambiente, Gaps a serem preenchidos, riscos e recursos necessários para suportar a estratégia das iniciativas.



Hackatons e Bootcamps

Estruturamos desafios tecnológicos e inovadores das áreas de negócios e técnica para impulsionar o lançamento de soluções. Formamos equipes que canalizam esforços e constroem modelos baseados nas melhores práticas de hackathons.

Um exemplo disso é o **Bootcamp Coding The Future Deal** que, com uma das grades mais completas de API Rest com Spring Boot e conteúdo inédito e atualizado da mais nova versão do Angular 17+, a iniciativa preparará 10 mil jovens para se tornarem o profissional que as empresas ao redor do mundo procuram.

Meetups

Disponibilizamos aos nossos clientes a disseminação de conhecimento por meio de especialistas convidados que fazem do nosso palco um verdadeiro ambiente inovador. Como o encontro que estamos promovendo chamado AI Session. **Clique aqui para ver como foi.**



Inovar significa valorizar as pessoas. O processo de inovação é fundamentalmente baseado no giro do conhecimento tácito, do conhecimento que está na cabeça das pessoas. Incentivar a socialização do conhecimento dentro da empresa significa valorizar o ser humano e qualificá-lo para contribuir com sua criatividade, sua iniciativa e seus resultados. Empresas que consideram as pessoas como custo acabam se tornando incapazes de inovar.

Inovar significa mudar. Estruturas organizacionais mecánísticas, rígidas e resistentes à mudança não são compatíveis com a inovação. A empresa inovadora tem uma estrutura orgânica, flexível e com poucos níveis hierárquicos. A inovação se origina do caos organizado. Uma cultura inovadora só se cria modificando atitudes, crenças e valores arraigados.

Inovar tem que levar a resultados. Inovar não significa inventar. Uma empresa que simplesmente gera novos conhecimentos, mas não os incorpora a produtos morre de inanição.

O segredo não é ser inovativo, é ser inovador. Como se observa, ser inovador não é tarefa fácil. Inovar demanda constância, teimosia, resiliência, persistência. A estrada da inovação é cheia de percalços, de abismos, de becos sem saída. A trajetória é difícil, tempo e recursos são necessários e os resultados nem sempre são imediatos. Inovar significa aprender com os próprios erros, tentar novas soluções, e nunca desistir.



Livro "Gestão da Inovação na Prática", edição
Português por Maximiliano Selistre Carlomagno
(Autor), Felipe Ost Scherer (Autor)

/ Conclusão! >

Inovação é crucial para o sucesso das empresas em um ambiente dinâmico e competitivo. Embora muitas empresas ainda utilizem modelos tradicionais de P&D, o verdadeiro sucesso vem de uma estratégia clara e uma cultura que valorize a inovação.

Segundo pesquisas, em 2028 inovar não será mais uma opção, mas uma necessidade vital em um ambiente de negócios altamente competitivo e em constante evolução. As organizações estão cada vez mais sintonizadas com as tendências e sinais de mudança, e as lideranças reconhecem o papel crucial da inovação, tornando-a uma prioridade estratégica. A inovação tornou-se a principal alavanca para a geração de valor e crescimento com rentabilidade.

Empresas que investiram em inovação há anos estão agora colhendo os frutos dessa evolução. Embora a inovação esteja mais integrada às agendas corporativas e haja um uso crescente de tecnologias como automação e inteligência artificial, muitas organizações ainda enfrentam desafios significativos. A necessidade de áreas dedicadas à inovação persiste, e é surpreendente que algumas empresas ainda lutem para obter o orçamento necessário para suas ambições estratégicas.

A Deal está preparada para apoiar empresas nessa jornada, oferecendo ferramentas, estratégias e suporte para transformar desafios em oportunidades de crescimento, ajudando-as a navegar por um cenário de negócios onde a inovação é a chave para o sucesso.

Sobre o Grupo Deal

Somos um grupo de tecnologia preparados para atender todas as necessidades do mercado, da estratégia até a implementação técnica, por meio de soluções personalizadas feitas para alavancar a eficiência e os resultados dos negócios. As empresas do grupo trazem conhecimento aprofundado em cada fase do processo, garantindo uma entrega excepcional de ponta a ponta.

O grupo está em 3 continentes, tem mais de 500 clientes e 600 Dealmakers espalhados ao redor do mundo.



Sobre a Deal

A Deal está há 20 anos no mercado e é uma consultoria de serviços de tecnologia e parceira estratégica para empresas em qualquer estágio de maturidade digital, sejam aquelas que estão iniciando

sua jornada ou as que já nasceram digitalizadas. Com projetos sob medida e equipes de especialistas multidisciplinares, cocriamos soluções criativas e inteligentes em torno dos desafios e das necessidades específicas de cada cliente, entregando resultados concretos com o potencial de reinventar negócios – da estratégia à implementação técnica.

Quer ajuda para inovar?

> FALE COM A GENTE <