

INNOVATION LAB

AS A SERVICE

POR QUE IMPLEMENTAR

POR MARCUS TACCOLA
CEO INFOGO DO BRASIL

| 20
| 24

 by InfoGo

MODELO

INNOVATION LAB AS A SERVICE



O QUE SÃO INNOVATION LABS:

Grandes empresas criaram, nos últimos anos, laboratórios de inovação (“Innovation Labs”), visando criar e testar modelos que possam trazer melhorias à operação, tais como:

- Aumento da eficiência de processos
- Diminuição de custos
- Geração de novas receitas



O objetivo dos LABS é nobre e faz todo o sentido num mundo que muda constantemente, embora a grande mídia exagere no alarde em torno da velocidade de mudança.

IMPLEMENTANDO UMA CULTURA DE INOVAÇÃO

O que deve ser buscado, ao montar um LAB, não é aplicar toda e qualquer tecnologia da “moda”, mas sim buscar melhorias em processos pontuais, na grande maioria das vezes, “não-core” (não ligados ao negócio principal), pois, ao médio/longo prazos, provocam:

- **Implantação de uma CULTURA de inovação (baseada em pequenos sucessos)**
- **Envolvimento dos “stakeholders” (partes interessadas) no processos de inovação, afinal, são eles que estão no dia a dia do negócio**

Assim, deve-se começar pequeno, buscando melhorias que tragam, principalmente, ganhos de tempo em processos internos, o que resulta, diretamente, em redução de custos, considerando que mão de obra é o principal custo da grande maioria das empresas; e não estou falando em demissão, mas em melhor aproveitamento do tempo de cada colaborador.

IMPLEMENTANDO UMA CULTURA DE INOVAÇÃO

O sucesso de uma melhoria provoca um sentimento de pertencimento aos colaboradores envolvidos, o que resulta em maior comprometimento e busca constante de eficiência.



Se isso for corretamente divulgado e expandido para as várias áreas da empresa, estabelece-se uma Cultura de Inovação. A partir daí, pode-se almejar objetivos maiores, pois o processo estará implementado.

O único porém, é: equipes de inovação compostas unicamente por colaboradores internos ocasionam perdas no processo de inovação, pois os colaboradores:

- Estão muito ligados ao dia a dia do negócio, não devendo ser os executores da inovação, mas sim os idealistas dela
- Não possuem benchmark de mercado, por mais que tenham trabalhado em outras companhias, devido ao fato do mercado ser muito dinâmico.

IMPLEMENTANDO UMA CULTURA DE INOVAÇÃO

Por isso, muitos gestores pensam que dar “ferramentas no code” aos colaboradores é suficiente para se implementar processos inovadores. O efeito é o contrário:

- Pessoas especialistas em áreas de negócio não entendem, na maioria dos casos, de todos os requisitos para se criar sistemas inovadores robustos, que realmente impactem o negócio
- Quando se fala em processos integrados, este cenário piora, podendo ser necessário abandonar a inovação
- A empresa fica dependente do funcionário que criou o processo, assim como fica de quem cria determinadas planilhas



O mesmo acontece com equipes de programadores, que podem até desenvolver softwares interessantes, mas não é incomum que tais softwares deixem de evoluir com o tempo por falta de manutenção, ou mesmo a equipe fique cada vez maior e mais cara

Aliado a isso tudo, a velocidade de produção de MVP por equipes de programadores é um ponto importantíssimo a ser considerado.

Assim sendo, é primordial que se considere a terceirização da gestão do LAB de inovação, e mesmo sua execução, mas com participação ativa de colaboradores-chave.

TERCEIRIZANDO O PROCESSO (AS A SERVICE)

Ao terceirizar o processo do LAB de inovação, deve-se buscar um parceiro com profissionais de múltiplas disciplinas, desde entendimento de processos, “userexperience” (UX), benchmark de mercado e até performance e conhecimento de dashboards (essenciais ao processo de inovação).



Isto porque, uma vez produzidos MVPs de processos inovadores, muitas vezes será necessário que o sistema entre em produção com pouquíssimos ajustes. E não são poucos os pontos de atrito que podem “matar” o projeto, como:

- Necessidade de integrações (APIs) com legados
- Interoperabilidade de processos, assim como ocorre em ERP's
- Dashboards certos para cada modelo desenvolvido, o que permite avaliar e corrigir rotas
- Necessidade de melhoria constante e, muitas vezes, “pivotagem” (mudança de direção) do processo.

No quesito da pivotagem, fica claro que não se deve construir processos inovadores por programação (linhas de código), pois isto cria uma dependência de programadores, o que é desastroso para empresas cujo o core não é ser fábrica de software.

CUIDADO COM OS APLICATIVOS "DE MERCADO"

E como ficam as dezenas de aplicativos de mercado que a empresa vai contratando para sanar problemas? Não é um caminho? É justamente isso que a grande maioria das empresas faz: lançam desafios em seus labs de inovação para startups resolverem.

O resultado são dezenas de aplicativos em nuvens diversas, coexistindo com outras empresas no mesmo banco de dados e, o que é pior, tendo que se adaptar ao software contratado, quando deveria ser o oposto.

Toda empresa possui particularidades em sua operação e não faz sentido "abrir mão" de recursos por conta de economia.



Recomendo, fortemente, que o LAB de inovação substitua tais aplicativos "de mercado" por soluções "perfect-fit" (encaixadas) ao negócio da empresa. O ganho de eficiência e a economia de custos, a depender da quantidade de usuários, é brutal. Mais uma vez, não se faz isso por programação.

Alguns cuidados adicionais precisam ser tomados, pois a mídia exagera no timing de inovação de certas tecnologias, como a IA, onde vendem cursos rápidos do tipo "mude sua empresa com IA ou morra". Não é bem assim. Sua empresa não vai fechar se não adotar a última tecnologia e, acredite, é melhor não fazer nada do que implementá-la da forma incorreta.

RESULTADOS ESPERADOS

Com relação aos resultados da criação de um LAB de inovação AS A SERVICE, a metodologia se paga nos primeiros meses, com efeito positivo em toda a organização.



Conceitos inovadores, como: Gamificação, Inteligência Artificial, Universidade Corporativa, processos otimizados, entre muitos, serão ofertados e implementados sob medida, evoluindo de acordo com a evolução cultural da empresa, mudando a mentalidade de todos os envolvidos.

LABs de inovação são fantásticos para qualquer tamanho de empresa, o que pode ser o diferencial para a sobrevivência no longo prazo.



Marcus Taccola é CEO da InfoGo do Brasil Startup com grande experiência na montagem de LAB de INOVAÇÃO AS A SERVICE para empresas de todos os portes, com equipe multidisciplinar com foco na inovação contínua

INNOVATION  **LAB**
AS A SERVICE


INFOGO