

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 28 de outubro de 2019 às 10h18
Seleção de Notícias

Revista Propaganda e Marketing | BR

Propriedade Intelectual

Tecnologia e inovação para os negócios 3

OPINIÃO | MARCELLO MIGUEL

OPINIÃO



Tecnologia e inovação para os negócios

MARCELLO MIGUEL

Na era da transformação digital, atrair a atenção das pessoas pode ser o maior desafio de uma empresa. Pesquisas indicam que uma marca tem menos de 10 segundos para capturar um novo cliente. Portanto, para ter sucesso nesse tempo irrisório, é preciso oferecer algo inovador e diferenciado, uma vez que conquistar clientes exige que as companhias posicionem a inovação como um componente estratégico de seus negócios. Mais do que pensar em produtos e serviços disruptivos, os líderes devem encarar a inovação como um processo cultural, com ações que ajudem suas operações a crescerem continuamente. Inovar não é apenas ter novas ideias, mas também aprender a fazer as coisas de uma maneira mais ágil, assertiva e sustentável. A inovação deve ser proposta, portanto, de dentro para fora, como um aspecto estrutural das companhias.

Esse pensamento tem levado empresas a adotarem novos processos de trabalho voltados à integração e o desenvolvimento de ideias. Por conta disso, os avanços estão indo além e motivam cada vez mais companhias a adotarem escritórios no formato open space, aproximando equipes e profissionais para que possam agir de forma colaborativa e, assim, criar melhores serviços, processos e produtos para o mercado. O objetivo é estimular a comunicação, a interação e a troca de experiências para formular as inovações que gerarão valor à organização e aos consumidores. Nesse cenário, outra ação importante é a utilização de novos modelos de operação, como a Metodologia Ágil, ou Agile, que vem ganhando espaço nas corporações por propor um método que entrega resultados mais assertivos, com a facilidade de corrigir

erros rapidamente. A tecnologia cresce em todas as áreas, exercendo um papel fundamental para ajudar na solução de problemas de negócio, no aumento de produtividade, na gestão de vendas, na segurança digital e em uma infinidade de atividades cruciais para o bom funcionamento das operações. Porém, se compararmos o estágio de informatização das empresas brasileiras com companhias internacionais, notamos que ainda há muito a ser feito.

Esse gap fica ainda mais evidente quando comparamos o Brasil, cuja malha industrial carece de investimentos e de atualização para conseguir competitividade conforme parâmetros internacionais. Segundo o Global Innovation Index, índice de inovação global desenvolvido pela Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI), somos a 66ª economia mais inovadora do mundo, atrás de países latino-americanos como Chile e Costa Rica, o que é muito preocupante. Esse contexto é confirmado por recente pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI), que indica que um em cada três empresários reconhece que a indústria

**“TECNOLOGIA
CRESCER
EM TODAS
AS ÁREAS,
EXERCENDO
UM PAPEL
FUNDAMENTAL”**

brasileira precisará dar um salto de inovação nos próximos cinco anos para garantir sua sustentabilidade. A facilidade proporcionada por sistemas de TI e por soluções seguras de armazenamento de dados em nuvem, por exemplo, tem sido crucial para a formação de ecossistemas globais de negócios e as empresas podem usar essas soluções para também aprimorar seus processos internamente. Em uma era marcada pela rápida transformação, a saída é buscar formas inovadoras de uso da tecnologia para otimizar os negócios e atender os clientes com mais agilidade e assertividade. Essa é uma jornada irreversível e inadiável, independentemente do departamento que você atua na empresa.

Marcello Miguel é diretor-executivo de marketing e negócios da Embratel
marcello.miguel@embratel.com.br



Índice remissivo de assuntos

Propriedade Intelectual
3