

# ARTIGO: Como ficará o desenvolvimento da Indústria 4.0 daqui para frente pela perspectiva da Inovação - Luis Rasquilha e Antonio Grandini

## Inovar é preciso...é preciso Inovar!

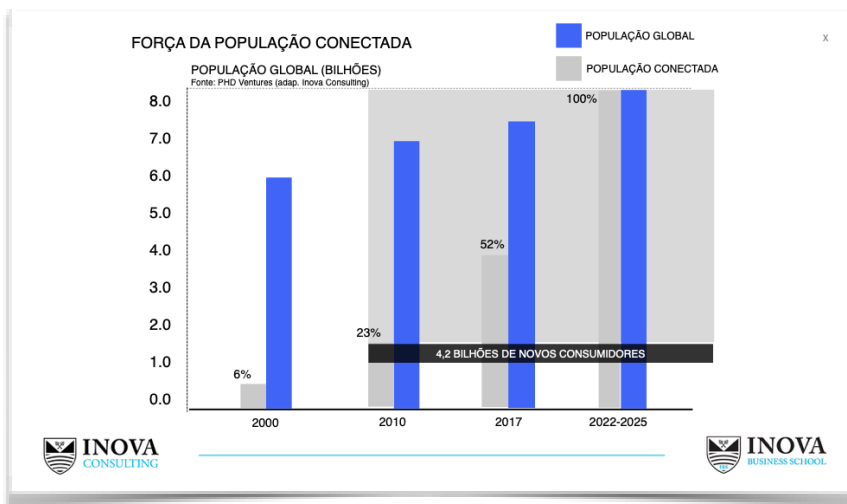
Estávamos em claro processo de desenvolvimento, na última onda de Inovação, onde a transformação digital já estava consolidada, devidamente conhecida e aplicada dentro da realidade de todos. Verdade que ainda dependendo da região, do negócio, da classe social, encontramos diferenças significativas no seu avanço, mas podemos afirmar que praticamente não há mais ninguém fora desta realidade. A Indústria 4.0, de acordo com o que já discutimos, tem o mesmo perfil que encontramos na transformação digital, onde sua aplicação, desenvolvimento e condição para implantação determinam aqueles que estarão mais avançados no processo.

Importante reforçar o papel protagonista que a Indústria 4.0 exerce dentro da realidade do mundo MUVUCA, onde surfamos na onda da atual era tecnológica:

- ela nos serve de ferramenta para entregar a demanda criada pela realidade que a transformação digital nos trouxe,
- ela é a forma pela qual iremos entregar os produtos cada vez mais personalizados;
- ela é a forma de nos ajudar na dinâmica, cada vez mais rápida, de entrada no mercado de produtos mais complexos e inovadores;
- ela é a forma de garantir que a gestão passe a ser feita em real-time e que as ações deixem de ser corretivas e passem a ser preditivas, transformando milhares de bytes em dados, e esses em informação;
- ela é a forma de construir e implementar um processo de tomada de decisão mais inteligente.

Como aprendemos também na live sobre Operações Seguras, a tecnologia não é tudo. A prevalência do fator humano em todo o processo passa a ter uma relevância e peso muito maior àquela que éramos acostumados a ter no passado, estamos falando sobretudo de Cultura e de Mindset.

Importante lembrar o que foi dito anteriormente, que tudo começa com a demanda. Demanda que é gerada pelas pessoas, que cada vez mais estão conectadas - Atualmente cerca de 60% da população do planeta está conectada (fonte PHD Ventures), o que gera uma avalanche de dados e transações.



A cada doze horas estamos dobrando o conhecimento humano! Dados que geram ações e que aceleram negócios.

Já estávamos fadados a seguir o caminho da rota da I40, quando todos fomos surpreendidos pelo COVID-19. Sem dúvida, como exploramos na outra live, a mãe de todas as crises, e com ela, o fato de que diferentemente das outras, nesta, a única certeza que temos é que seu fim se dará só quando tivermos uma vacina; pelas projeções a vacina chegará lá pelo segundo semestre de 2021.

E até lá? Bom, até lá, a condição é de nos sustentarmos, aos nossos negócios, ao nosso caixa, mas não adianta achar que basta sair do isolamento social e apertamos o botão de ligar para sairmos fazendo tudo como fazíamos até fevereiro de 2020 - simplesmente não vamos!

Todas as crises deixam heranças, e o reforço deve ser sempre no que elas deixam de positivo. O que for negativo deve ser enfrentado, resolvido e tirado da frente.

A digitalização está aí e cada vez mais nos convencemos de que quem não se reinventar ficará fora do seu mercado. E neste sentido, quando vemos nossa realidade e onde devemos chegar, compreendemos que este caminho não dá para ser percorrido da forma tradicional. Devemos fazer diferente, nos adaptar, desaprender e se desapegar dos credos e experiências que tínhamos e que nos trouxeram até Março de 2020. E entender que aquele mundo ficou para trás, e por ser ele MUVUCA, o próximo solavanco estará já aí na frente. Não sabemos quando, mas sabemos que está próximo, e está chegando. E esta será nossa nova rotina.

Na minha opinião, este é o lado positivo que a Pandemia nos deixa: o despertar!

Eis que surge a provável resposta: Inovação - temos que inovar, buscar soluções novas, ágeis, flexíveis, simples, robustas porém ajustáveis, que possam trazer a condição de entregar o valor necessário à excelência da experimentação do nosso consumidor, assim como atender ao valor demandado pelo nosso negócio.

## Inovação

Quando falamos em Inovação logo nos vem à cabeça aquilo que já aconteceu ou que vimos acontecer. Desde o lançamento do Iphone em 2007, que foi um marco na transformação digital, começamos a sentir fortemente como as coisas começaram a evoluir, e neste sentido, simplesmente porque estamos mais conectados, temos mais informação, damos mais visibilidade aos fatos, e eles começam a criar seu próprio caminho dentro de uma comunidade em que está ansiosa, sedenta pelo novo. Mas, e o que está por vir?

Neste sentido temos que entender que de uma perspectiva simplista, as inovações não aparecem, não surgem do nada. Pelo contrário, elas são fruto de muitos anos de pesquisa, investimento de recursos humanos e financeiros, muita frustração, tentativa e erro, pivotagem e prototipagem. Mas o que intriga é: neste caso, em que fonte os inovadores bebem para poder ter estas idéias brilhantes? Diríamos que em duas, 1) na melhor possível, que é o Mercado, e não é à toa que a transformação digital nos trouxe de fato ao customer/consumer centricity. Esta fonte não tem erro. Falar com seu consumidor é entender o mercado e o que ele precisa, quais são as dores a serem curadas e desta forma, pensar nas soluções. É o ecossistema de inovação que funciona, inovação aberta, metodologias ágeis e todo o arsenal que temos para tirar as ideias do papel. Mas antes disso há a segunda fonte, 2) a fonte das Tendências e Cenários; os relatórios que podem-nos dar uma visão muito clara de onde nosso Mercado está e para onde caminha e para onde nosso Consumidor estará olhando.

Desta forma, conseguimos adiantar um pouco o futuro, e tornar as Tendências realidade, trazendo soluções para ideias possíveis, antecipando demandas e necessidades. E quando testamos e oferecemos ao nosso consumidor, a nossa proposta, recebemos dele o feedback necessário para decidirmos para onde caminhar.

Agora, e quando as Tendências são antecipadas por necessidade? Quantas empresas, setores da economia ou organizações imaginavam que se tornariam 100% on-line, implantariam e-commerce ou home-office em 2020? Pouquíssimas! Talvez porque olhavam apenas para o seu negócio e não viam um pouco mais à frente o cenário se desenhando de uma possível pandemia. A realidade do COVID-19 se mostrou marcante na mudança de hábitos e na forma como os negócios são conduzidos. Mas a pergunta que fica é: quem pode dar a melhor resposta? Aqueles que já tinham identificado este caminho em suas estratégias e de alguma forma já o perseguiam em suas ações planejamento, ou aqueles que ignoravam o fato de que mais cedo ou tarde algo aconteceria?

Sabemos a resposta. Então o que fica claro é a trilha que você persegue: quem perseguiu a trilha das tendências e as antecipou, largou melhor, mesmo nesta crise.

Mas como já dissemos, nesta crise não haverá solução trivial que nos tire dela. Não adianta gerarmos inovações incrementais, nem pontuais ou permanentes. Elas não nos tirarão do atoleiro. As inovações disruptivas sim.

Lembrando que as incrementais pontuais são aquelas que nos fazem mudar de patamar em um momento específico até que se gere outra, crescendo degrau a degrau; e as incrementais permanentes, são aquelas que constantemente geram valor e criam uma condição diferente ao negócio, mas, continuamente, na forma de rampa.

E as disruptivas? Elas mudam o negócio. Em média 20% da inovação do mundo é disruptiva. Mas, infelizmente, este valor não é suficiente para nos tirar de onde estamos, temos que melhorar e evoluir muito em nossos processos de geração de valor através de Inovação, e claro, que estejam integralmente alinhados com o propósito e a estratégia de seu negócio, caso contrário o valor agregado será igual a zero.

A I40 não é mais inovação. Neste caso, podemos ver claramente quais são as futuras tecnologias que estão no pipeline para que se tornem realidade e sejam aplicadas na solução das dores de nossos Clientes. Mas uma coisa é certa, onde estamos hoje e a forma como estamos caminhando para o futuro tem muita relação com a forma como aplicamos os novos conceitos de gestão e os integramos no dia-a-dia de nossas operações e, principalmente, como nossas pessoas, colaboradores e clientes, enxergam valor nas entregas que elas trazem.

Então fica o aprendizado de que a I40 deverá nos ajudar na travessia desta jornada difícil que temos pela frente e que ainda vamos enfrentar. Ela nos instrumentalizará para isso sendo um meio para chegarmos onde precisamos chegar; mas caso não seja aplicada/usada, nos levará a um fim provavelmente indesejável.