

Radar da inovação

Uma ferramenta holística de mensuração

Ricardo Ruiz Freire

1 Análise da ferramenta

O radar da inovação é uma abordagem prática e robusta para a mensuração da inovação empresarial, desenvolvida pelos pesquisadores da *Kellogg School of Management*. Com base nos hábitos de inovação de empresas como Boeing, Microsoft e DuPont, Mohanbir Sawhney, diretor do Centro de Pesquisa em Tecnologia e Inovação da *Kellogg School of Management*, em colaboração com os colegas Robert C. Wolcott e Inigo Arroniz, apresentam uma ferramenta para a gestão da inovação descrita pela primeira vez na edição de primavera de 2006 do *MIT Sloan Management Review*, e posteriormente revista na mesma publicação em 2008 e 2013, com ajustes e melhoras propostas pelos autores Chen and Sawhney 2008. A ferramenta possui teste e documentação estatística em 40 empresas dos Estados Unidos da América.

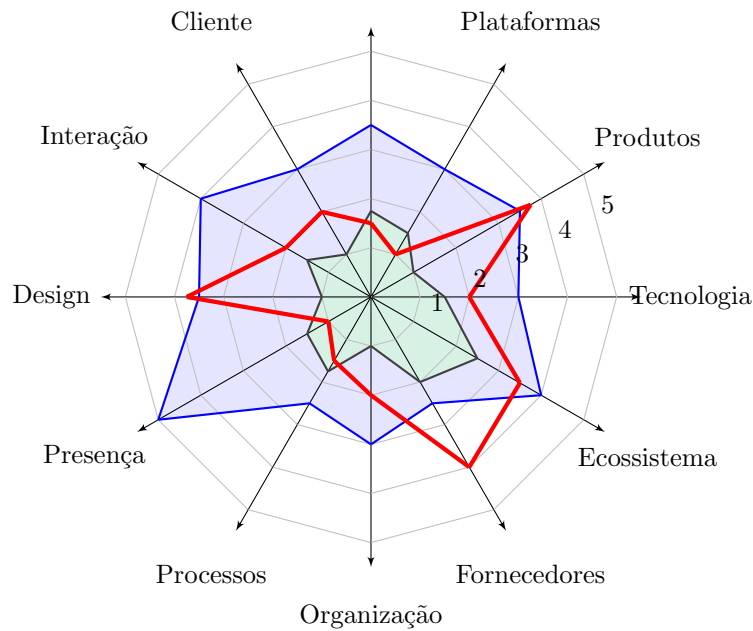
Aborda uma visão holística da inovação e apoia com evidência empírica o fato de que as empresas que adotam uma perspectiva de modelo de negócios inovador superam as empresas que focam mais estreitamente apenas na inovação de produtos ou processos Gamal, Salah, and Elrayyes 2011.

O radar apresenta uma topologia que serve como âncora dos indicadores:

- Ofertas que a organização cria - O QUÊ;
- Clientes a que serve - QUEM;
- Processos que se utiliza - COMO;
- Pontos de presença usados para apresentar seus produtos/serviços para o mercado desejado - ONDE.

Espalhadas por esses quatro principais marcos, as organizações podem inovar em seus negócios sob um escopo mais amplo do que apenas o produto ou a inovação tecnológica: uma empresa pode inovar em 12 dimensões diferentes, derivadas do que os autores chamam de tricotomia de estratégias de inovação: estratégia de inovação

Figure 1: Radar da Inovação: disposição de 3 organizações



que fornece o valor *funcional*; (b) estratégia de inovação que crie valor *emocional*; e (c) estratégia de inovação que oferece valor *econômico* Chen and Sawhney 2008. A dimensão *funcional* compreende indicadores de tecnologia, produtos, plataformas e soluções inovadoras. A dimensão *emocional* compreende o cliente, a interação com este cliente, o design dos produtos ou serviços e a presença das inovações com a consumidor. Já a dimensão *econômica* compreende os processos, a organização da gestão, a cadeia de fornecedores e o ecossistema inovador da organização. As questões são respondidas em uma escala de 0 a 5, e o resultado expresso em gráficos Kiviat como os da figura 1, conforme sugerido pelo Diamante da Inovação.

Mais do que apontar um ranking competitivo em busca da inovação, o radar permite que as organizações possam compreender as diferentes áreas em que inovam, e como podem ampliar ações inovadoras nas diferentes dimensões de atuação. Ainda mais, como argumenta Gamal, Salah, and Elrayyes 2011, o Radar da Inovação ajuda a amplificar a inovação nas empresas e mostrar que "a inovação é sobre a criação de novos valores, não a criação de novos produtos".