

INOVAÇÃO E FUTURO

NÃO HÁ FUTURO SEM INOVAÇÃO E RENOVAÇÃO CONSTANTE

Arménio Miranda

Frulact

O que vão ouvir, é o que alguém, que nunca leu um livro de Gestão ou outros de teorias de organização industrial, mas apenas formou as suas próprias ideias e métodos na experiência, análise, dedução e ensaio.

Alguém que aos 23 anos lhe mostraram como se fazia iogurte. Que ao ver pôr copos com leite inoculado numa estufa e passado duas horas viu esse leite num coágulo, com uma superfície lisa e brilhante como a porcelana.

Uma grande interrogação se gravou indelevelmente na cabeça. A partir daí, nunca mais sossegou e ou se acomodou, porque saber a causa das coisas foi a sua paixão. Com média labor superior a 12h00 e que hoje, com 67 anos diz que nunca trabalhou muito, mas sempre se divertiu imenso.

Por isso, o que vou dizer sobre INOVAÇÃO pode não se enquadrar na retórica filosófica de políticos e outros que a apresentam em eventos e ou escrevem, mas cujas consequências práticas e objectivas, nada acrescenta.

Contudo, garanto-vos que só digo o que penso e nisto sou honesto com o Auditório. Se é politicamente incorrecto, lamento mas não me preocupa. Preocupa-me é se vos faço perder este tempo da mesma forma que a filosofia de inovação em Portugal me cansou e me aborrece, porque sem consequências objectivas e úteis para a Agro - Indústria, mas apenas servindo-se dela para alimentar..ilusões.

Para falar de INOVAÇÃO permitam-me uma constatação pessoal e um desabafo: - "Estamos encharcados de Ciência, mas temos um déficit assustador de Sabedoria".

A Sabedoria é o que interessa às Empresas. A Ciência sem utilização com sabedoria, ganha pó e não se auto - financia.

A INOVAÇÃO foi e será o motor e causa primeira da evolução.

Contudo, sofreu um revés na sua diversidade, as exigências da vida moderna a que chamam evolução civilizacional e a informática (Inovação Maravilhosa, mas cuja utilização nem sempre é da melhor forma), blindaram a mente de toda uma geração, esvaíram-se princípios e valores básicos para a evolução constante da Sabedoria e do relacionamento humano, porque são, enquanto crianças, empurradas para a televisão, que como sabemos não hesita em se prostituir para aumentar audiências.

As crianças são muito mais formadas pela televisão e ou por jogos de guerra no computador que pela família.

Crescem a falar, pensar e discutir com o computador. Onde está a sua auto - avaliação, o perder e o ganhar com humanos e a necessidade de se afirmar com uma personalidade própria; baseada em valores éticos e de respeito colectivo? A perdoar e ser perdoado. Serem contrariados e apoiados num discurso e relação humana e não só com máquinas e pelas máquinas.

As Universidades têm um enorme papel a desempenhar na minimização deste problema, ensinando os seus alunos a pensar, deduzir, participar, agir, a aceitarem a contradição como elemento essencial na evolução da Sabedoria. Enfim a serem muito mais que robôs humanos a decorar textos e formulas para debitemos nos exames.

Ensina-los a questionarem-se: - O que é que eu faço com aquilo que aprendi ?.
Que valor acrescento no meu trabalho para merecer o que me pagam ?.

Senão aceitamos a crítica, nem fazemos críticas, estamos comodamente satisfeitos no conformismo e inércia intelectual. Só aqueles que estão em análise e dedução constante entre a teoria, a lógica e a observação prática, podem evoluir e acrescentar.

É importante mudar alguns hábitos e atitudes, para que a Inovação útil às empresas se faça, suportada e apoiada pela ciência.

Na relação das Universidades com as Empresas, salvo algumas raras mas felizes excepções, é queixa comum que as empresas não as procuram e por isso não sabem, não evoluem.

A minha ideia é que há nisto uma subalternização de valores, pois no meu entendimento são duas partes de um todo, que quando separados, pouco vale.

As empresas também não terão pachorra para ouvirem uma lição do a b c, quando até são capazes de escrever poemas.

A minha opinião é que as Universidades devem descer às Empresas, com a sua preciosa mala de ferramentas "A Ciência" e integrar sem complexos outros interlocutores com outra mala de ferramentas "O Saber", e assim, introduzindo o empirismo no intelecto científico, se transforma a utopia no realizável e se dá a criatividade original e necessária à distinção das empresas.

Quando as partes discutirem entre si, como se realiza o know how, o seu objectivo e futuro, estaremos a caminhar para a Inovação Sustentada. Aquela que cria valor, moderniza e rentabiliza as empresas.

A velocidade com que se verificam as mudanças comportamentais e dos mercados, obriga-nos a todos a incentivar a Formação e Inovação, apoiada na simbiose Ciência e Sabedoria. Descobrimo, Inovando, modernizando, acrescentando valor.

Aprendemos uns com os outros a sermos solidários, ensinarmos os outros para que os outros nos ensinem a nós.

Os nossos conhecimentos só são válidos para uma empresa, se forem contemporâneos no tempo do nosso tempo, preparados e aptos para o tempo futuro.

As empresas não terão futuro, a partir do momento que não souberem e forem capazes de mais do que aquilo que lhes é exigido, pelos Clientes. Por isso, temos que estar à frente do tempo.

Como: - com a mente disponível, descomplexada e sem dogmas, capazes de, numa visão de futuro, ouvir, captar, filtrar. Depois, com análise, dedução e ensaio, caminhar para os objectivos da INOVAÇÃO.

- Optimistas com humildade;
- Irreverentes com Educação;
- Utópicos com responsabilidade;
- Cultivar as dúvidas sem as elevar ao cepticismo;
- Jogar com as hipóteses e elevá-las ao nível dos factos;
- Saber a causa das coisas e organizá-las para que a causa /efeito resulte no cumprimento dos objectivos.

Quem não desejar, em vez de detestar ser questionado e não se questionar a si próprio, não aprende, não ensina, cristaliza e os seus conhecimentos profissionais caducam.

É ainda preciso termos consciência que nas empresas, saber não vale nada se não formos capazes de demonstrar, todos os dias, a nós próprios e aos outros, que entendemos aquilo que sabemos e aplicamos da melhor forma, em todos os nossos desafios profissionais, e em conformidade com directrizes e objectivos colectivos da Empresa.

As pessoas não valem por aquilo que sabem, valem por aquilo que fazem.

Investigação, Ciência, Tecnologia, Aplicação Industrial - É isto que move o Mundo em direcção àquilo a que chamamos progresso. Mas atenção - só apenas o é, quando em plena "Simbiose" de aporte de sinergias para que resulte em valor acrescentado.

São os "meta bolitos" desta Simbiose que se aplicam na Vida e nos fazem evoluir.

Se a tudo aplicarmos uma boa dose de Ciência Empírica, então seremos diferentes, originais, inovadores.

Mas, meus Caros Amigos e Colegas - alguma coisa nos pode inspirar mais que a Agro - Indústria, para sermos criativos, inovadores, líricos e utópicos com responsabilidade, irreverentes com educação?... Penso que não, pois inspiramo-nos na própria Matéria-Prima, no meio onde a colhemos. Vemos uma árvore dar uma flor, a flor dar um fruto, o fruto dá uma semente, a semente uma árvore, em ciclos de renovação constante.

As Empresas também têm que viver ciclos de renovação constantes. Estarem à frente do tempo, no tempo do seu tempo.

Como? - INOVANDO.

INOVAR PARA QUÊ? - Para atrair o Consumidor, rentabilizar a Empresa, criar uma imagem de Excelência.

Estar atento às necessidades dos Consumidores e satisfazê-los. Surpreende-os com INOVAÇÃO.

Hoje, a Obesidade, a Diabetes ou a Anorexia são temas e preocupações actuais e recentes.

Estamos a falar de Alimentação. Os Lacticínios, os Frutos e os Cereais (permitam-me introduzir também os frutos e cereais porque são os meus últimos amores), são Alimentos nobres por Excelência. INOVAÇÃO, é torná-los apetecíveis e atractivos a estes Consumidores, com problemas alimentares, estudando e elaborando produtos, que os alimentem bem e satisfaçam o seu apetite com prazer, sem contribuir para o seu problema.

Este, é já um exemplo de como as Empresas devem estar atentas às necessidades dos Consumidores, e formar a tal equipa multi- profissional, Nutricionista, Ciência, Tecnologia, Indústria, Marketing

Com que objectivo? - Criar produtos Inovadores, que satisfaçam estes Consumidores e rentabilizem a Empresa, para como sempre, a Empresa liberte meios para pagar toda a cadeia que a levou até ao produto que vende.

Na Agro - Indústria, as Empresas precisam de mais do que filosofia científica. Precisam sobretudo de execução prática e objectiva, de produtos e processos com Qualidade e preços competitivos.

Se estes processos e produtos forem inovadores - Excelente. As Empresas revelam-se e os mercados procuram-nos.

As boas inovações são aquelas que impressionam o Consumidor e o levam a procurar o produto. Aquelas que criam hábitos alimentares e consequentemente mercados.

O primeiro vendedor, nos dias de hoje, é o produto. A figura de vendedor, tal como a figura do patrão, já caducou. Hoje, será mais relações Técnico /Comerciais - o Patrão é o Cliente.

O meu apelo é para as instituições Públicas e Políticas - para que deixem de filosofar e investir em inovação sem consequências de interesse público, que dela nunca se extrai nada e nunca se paga.

Que vejam a Agro - Indústria, como a Actividade que provoca mais estabilidade Social e Política e direccionem a ela todos os recursos possíveis de lhes dispensarem, para as tornar prósperas.

Finalmente, são as empresas que escoam e acrescentam valor aos produtos agrícolas, que alimentam toda a cadeia de produção, o bem-estar da vida rural e dos Consumidores em geral.

Gostaria para terminar, que a minha visão pessoal, sobre os princípios e bases que podem potenciar e sustentar a INOVAÇÃO, tenha deixado a ideia de que, dando o máximo de importância á ciência, não devemos menosprezar, autenticas bibliotecas vivas que vagueiam por esses campos e fábricas com conhecimentos, valores e sabedoria, indispensáveis a verdadeira inovação objectiva da Agro-Industria.

Arménio Miranda
Maia, 29/01/2007