

# INOVAR PARA CONSTRUIR UM PROPÓSITO QUE ENCANTA.

por MARCOS BATISTA

**INOVAR  
PARA CONSTRUIR  
UM PROPÓSITO  
QUE ENCANTA.**



by | marcosbatista

## INOVAR PARA CONSTRUIR VALOR E PROPÓSITO QUE ENCANTA.

**Me dê um único motivo, se você ou seu negócio desaparecesse hoje, que falta você faria ao mundo?**

Se você não estiver com a resposta na ponta da língua, está na hora de repensar seu propósito, porque essa será a grande chave da sobrevivência no século 21.

Já estamos vivendo um novo mundo, aquele que aprendemos e crescemos está falido, porém ainda muitos de nós estamos presos aos caprichos e preferências do passado e quando estamos na coexistência desses dois mundos gera desconforto, medo e incertezas. Hoje, temos bilhões de pessoas conectadas no planeta e o digital já é realidade.

Organizações e instituições já falam de inovação, as empresas debatem a indústria 4.0 e as tecnologias exponenciais, futuristas e pesquisadores de tendências estudam cenários possíveis e prováveis e os empreendedores/profissionais tentam descobrir como e por onde dar início à sua própria reinvenção. O conhecimento tradicional se tornou obsoleto, que já é o maior medo das gerações passadas, a resistência vem sendo vencida pela necessidade de aprendizagem diária e os novos assuntos ocupam cada vez mais espaço na mídia e encontros de negócios.

O que está acontecendo com nosso mundo, com os negócios, com o mercado e com as profissões? Que país queremos no futuro próximo e que mundo desejamos a partir de agora?

### **FUTURO EXPONENCIAL, IMPREVISÍVEL, VOLÁTIL E COMPLEXO: 2020 COMEÇA**

Consumidores e organizações estão em busca de valores e propósito que encante. O mundo dos negócios está mudando com uma velocidade incrível, existe um novo momento do consumidor, ele está mais atento a proposta da organização em relação ao seu papel no mercado ou sociedade. Organizações devem atuar de forma mais ampla, e além do impacto positivo econômico, proporcionar impactos culturais, sociais, ambientais e dar significado ao que se produz.



Negócios movidos por esse objetivo maior alcançam um desempenho muito superior aqueles que se preocupam apenas com o lucro dos acionistas, e ainda atraem os melhores talentos e o respeito das pessoas.

Atualmente empresas buscam por um propósito que atenda as demandas da sociedade de maneira mais ampla, justifica a razão de existência de uma empresa.

Para construir um negócio que encanta, não devemos apenas pensar na visão, missão e valor, é necessário ter propósito e essência.

***Com a priorização de negócios sustentáveis a partir de impactos positivos econômicos, sociais, ambientais e culturais, expressar um propósito não basta, é preciso transformá-los em ações concretas.***

## Entender que seu negócio será conhecido pelo tamanho:

- das diferenças que faz na vida das pessoas;
- dos problemas que resolve;
- das transformações que provoca;
- dos valores que entrega;
- das experiências que proporciona.
- das esperanças que recuperam

Podemos dizer que esse é o novo briefing para a empresa que procura por um propósito que encante, a cultura de uma empresa deve ir além das inovações por soluções e começarem a praticar mais inovações por significados.

Inovar em significado - **“Na maioria das vezes não temos que melhorar como as coisas são e sim mudar a razão pela qual precisamos dessas coisas.”**

A necessidade de inovar é urgente e vencer a resistência para isso é vital para a empresa, mas antes de ter inovação a empresa precisa ser inovação. Trabalhar e inserir uma cultura de inovação passa pela mudança do mindset dos empresários.

É preciso estar com a cabeça aberta, se interessar pelo novo e passar a duvidar das suas preferências e métodos utilizados. Engajar os colaboradores pelo propósito da empresa. Inovar significa colocar ideias novas em ação, podemos inovar em soluções tecnológicas, em produtos e serviços, processos, modelo de negócio e mercado, mas também em significados.

Na maioria das vezes é preciso desafiar a lógica dominante de fazer as coisas certas e melhores para proporcionar mais significados para as pessoas, a razão pela qual elas necessitam daquela coisa. Quase sempre tecnologia e uma boa estrutura são investimentos caros, mas criatividade é barata e para todos.

**A DICA É:** estabeleça conexões entre os departamentos que pensam e os que fazem.



O design pode ser o elo entre a inteligência e planejamento com a operação e execução, colocando o usuário no centro do desafio, e por meio da empatia levar em conta fatores humanos, nossos desejos e nossa imperfeição, conecta-os com mais afeto. Essa cultura do design mescla de forma fluida as intenções dos nossos CEO's com o conhecimento e a experiência dos funcionários e usuários.

A partir desse alinhamento as evidências sobre os problemas e oportunidades ficam mais visíveis, e assim conseguimos administrar melhor a cultura organizacional existente em torno do nosso propósito e das nossas promessas afetivas e de utilidades, e por meio da autenticidade desse processo atrairemos nossos colaboradores para mais perto dos nossos valores e causa.

Talvez muitas organizações ainda permanecem perdidas e não colocam propósito na utilização dessas ferramentas, e não tenham entendido que o principal é criar uma cultura de inovação corporativa antes da sua estratégia.

Suas metas devem ser estabelecidas por meio de crenças e valores, e suas estratégias desenhadas por colaboração e muito claras para que engajem todos os seus stakeholders. Se a empresa não tiver um propósito único e claro, ela não será inovadora. Estratégias de como "ser o melhor", não oferecem um caminho para a inovação da mesma forma que o propósito de **"FAÇA O SEU MELHOR"**, mas faça com muito amor!

***"Talvez o grande desafio para a construção de uma reputação, não seja realizar algo extraordinário, mas sim, algo ordinário extraordinariamente bem!"***

**SUA MARCA PERFORMANDO COM PROPÓSITO..** Colocar o propósito e as pessoas no centro da sua estratégia, será assim que uma empresa bem sucedida ressignificará seu negócio.

Como já vimos, é sabido que o novo consumidor está mais conectado e atento às propostas das organizações em relação ao seu papel no mercado ou na sociedade. Organizações precisam acompanhar a tendência indicada pelo comportamento do consumidor e as nuances da nova economia.

É preciso atuar de maneira mais ampla, porque aquilo que antes era reduzido a gerar empregos ou impulsionar a economia hoje é bem mais complexa, há uma exigência maior de que suas empresas tenham reputação e contribuam por meio do seu propósito e essência.

Sendo assim, o processo de inovar para que possamos construir um negócio que encante, sua empresa precisa se conectar as pessoas levando o propósito com uma comunicação precisa, relevante e percebida pelas pessoas, falar menos dos produtos e serviços, e passar a falar das emoções e mudanças que proporcionam na vida dos clientes, para que isso aconteça na sua essência só o conhecimento e engajamento transformará seus colaboradores, e eles serão o fio condutor desse propósito para que aconteça a tangibilização e valorização do seu produto, serviço ou marca.





INOVAÇÃO



DESIGN



BRANDING



Ressignifique sua marca, produtos e serviços, esse é o momento! Entre em contato.



Baixe nossos e-books dos projetos executados e artigos, estão disponíveis no site.



Consulte e contrate também nossos serviços online: Mentorias e treinamentos.



Acompanhe e participe dos nossos grupos de discussão, no whatsapp, instagram e linkedin.



PROJETOS | TREINAMENTOS | MENTORIAS



# CRIA [TÉGIA]

inovação | design | branding



[criategia.com.br](http://criategia.com.br)



[felipe@ffdesignstudio.com.br](mailto:felipe@ffdesignstudio.com.br)  
[marcos@marcosbatista.com.br](mailto:marcos@marcosbatista.com.br)



55 11 98303-0605 (Felipe)  
55 11 98434-9717 (Marcos)

## MARCOS BATISTA

Designer, professor e um mensageiro da inovação, que busca incessantemente a mudança na mentalidade de pessoas e organizações. Especialista convidado do programa INOVA360 na Record News, colunista da Revista Empreenda e mentor de diversas startups. Eleito e homenageado personalidade líder em inovação do prêmio ABC da comunicação 2019. É graduado em Design com pós-graduação em Economia Criativa e Cidades Criativas pela FGV e Engenharia de Produto na USJT, com mais de 30 anos de experiência no desenvolvimento de produtos e serviços, ganhador de diversos prêmios de design. Atuou como gestor em design para a América Latina na Bosch and Siemens Home Appliances. Idealizador de cursos de MBA e professor da be.academy, IMT e IEL.



[studiomarcosbatista](https://www.instagram.com/studiomarcosbatista)

PRÊMIOS

