



FACULDADE ANTONIO MENEGHETTI

ARTUR LORENTZ

A INTUIÇÃO NOS PROCESSOS DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA:

qual a relação?

RECANTO MAESTRO

Julho de 2013

A intuição nos processos de inovação tecnológica: qual a relação?

Artur Lorentz

Trabalho de Conclusão de Curso, como projeto para um Livro, apresentado como requisito parcial para avaliação final do curso MBA Identidade Empresarial, Faculdade Antonio Meneghetti – AMF. Orientadora: Profa. Doutoranda Soraia Schutel.

Sumário

APRESENTAÇÃO.....	3
1 INTRODUÇÃO.....	4
INTRODUÇÃO.....	5
ABORDAGEM.....	7
2 LIDERANÇA.....	9
LIDERANÇA.....	10
EMPREENDEDORISMO	16
4 INOVAÇÃO	20
INOVAÇÃO.....	21
CARACTERÍSTICAS DO EMPRESÁRIO INOVADOR.....	27
6 DE ONDE VÊM AS IDEIAS?.....	30
DE ONDE VÊM AS IDEIAS?.....	31
A INTUIÇÃO	37
A INTUIÇÃO E A INOVAÇÃO: Pelos Empresários.....	47
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
REFERENCIAS	70

APRESENTAÇÃO

A convivência nos últimos cinco anos com empresas de base tecnológica, no Rio Grande do Sul, me permitiu conhecer empresários extremamente válidos, competentes e realizados. E que acabaram contribuindo para a criação de uma nova economia em nosso estado; baseada principalmente na inovação tecnológica. Passa por estes o desafio de tornar o Rio Grande do Sul uma referência nacional e internacional.

Ao buscar uma temática para meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), do *MBA Business Intuition – Identidade Empresarial*, da Antonio Meneghetti Faculdade (AMF), me desafiei a trabalhar para compreender com maior profundidade como vivem e trabalham estes empresários, e, principalmente, estudar o funcionamento da intuição nos processos de inovação tecnológica. Alicercei este estudo nos conceitos da Ontopsicologia, e na metodologia FOIL - Formação Ontopsicológica Interdisciplinar Liderística.

Ou seja, tinha então diante de mim um desafio de grande complexidade e responsabilidade: no momento em que tanto se fala em inovação como palavra chave para a melhora da competitividade das empresas e das nações, buscar não somente expandir e compreender o conceito do que é inovação, mas, ainda mais, tentar demonstrar a importância da intuição para a tomada de decisão dos empresários.

Para tanto, entrevistei 14 (quatorze) empresários gaúchos, alguns jovens, outros mais maduros, mas todos eles administradores de empresas de base tecnológica, referências em seus segmentos. Produzi um questionário com 10 (dez) perguntas, e os entrevistei pessoalmente, um a um, gravando seus depoimentos. Foi um grande privilégio para mim, e muito enriquecedor, pois percebi que acabava de ter em mãos algo grandioso: os depoimentos de empresários referência em nosso estado, que relatavam como faziam inovação nas suas empresas. Não estava lendo um livro sobre a teoria da inovação; estava diante de mim um pouco da história da inovação tecnológica gaúcha.

O objetivo desta obra é fazer uma análise da compreensão dos empreendedores do setor de tecnologia a cerca da relação da intuição com a inovação, utilizando como background teórico a Ontopsicologia.

Artur Lorentz

1 INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO

Certamente uma das palavras mais pronunciadas atualmente no mundo dos negócios, é a palavra INOVAÇÃO. Tornou-se símbolo de riqueza, desenvolvimento, modernidade, tecnologia, entre outros adjetivos que se poderia mencionar.

Estamos em um mundo não somente globalizado, mas também absolutamente conectado; em nenhum outro momento da história foram registrados tantos progressos tecnológicos. A inovação tecnológica deu uma nova lógica para as relações entre empresas, universidades e governos; surgiu o conceito de tríplice hélice, que integra ações entre empresas, universidades e governos. Enfim, a criação começou a ter um papel e uma valorização nunca antes vista. Mas, quem é este ser humano que cria tantas coisas novas e modernas, nunca antes imaginadas? Quem é este inovador? Como ele faz para criar estes produtos?

Diante do interesse em estudar de maneira mais profunda o Homem empreendedor, a partir do conhecimento da Ciência Ontopsicológica¹, inserindo-o numa nova cultura humanista, surge a grande questão a ser respondida: no momento em que praticamente todo o progresso advém da tecnologia, como se comporta e que importância tem este Homem? Será que ele se conhece? Como devemos coligar tecnologia e ser humano?

E assim, do mesmo modo, como a palavra inovação é muito utilizada, a palavra INTUIÇÃO também desperta muita curiosidade e desconhecimento. Diversos autores tentam definir e procuram explicar o que é e como funciona a intuição. Como surge? Qual sua importância e nos negócios?

Diante de tal cenário, o presente trabalho se propôs a estudar o comportamento de empresários que dirigem empresas inovadoras; ou seja, pessoas que coordenam ou lideram iniciativas que resultam em produtos/processos inovadores. Que características comuns possuem estas

¹ Ontopsicologia: do grego *οντος* - genitivo do particípio presente do verbo *ser*, *λόγος* (estudo), *ψυχη* (alma), significa "estudo dos comportamentos psíquicos em primeira causalidade, incluída a compreensão do ser", (psicologia do ser). Este conceito, que nasce entre ontologia e prática resolutiva, da saúde ao business realizado segundo o core business, da pesquisa científica à economia, foi colocado em método aplicado e repetível pelo Acadêmico Professor Antonio Meneghetti. Após 40 anos de aplicação em diversas partes do mundo, sempre centrou o resultado desejado. Maiores informações em: www.ontopsicologia.org.br

peças? Qual o papel do líder? Qual a importância do ambiente em suas criações? E, principalmente, qual a importância da intuição nestes processos?

Assim, o objetivo geral desta pesquisa, consistiu em desenvolver um estudo que verificasse a relação da intuição nos processos de inovação. E para auxiliar a responder o objetivo geral, nos valem de objetivos específicos que consistiram em a) identificar como os empresários desenvolvem os processos de inovação na empresa e quais são as suas dificuldades e desafios; b) entender qual é a visão dos empresários sobre os processos de inovação, suas características e fatores promotores das inovações tecnológicas; c) estudar as relações entre inovação tecnológica e intuição conforme as experiências dos pesquisados e confrontar à luz da visão Ontopsicológica.

A partir dos depoimentos dos empresários gaúchos reconhecidamente inovadores, percebeu-se que, apesar deste trabalho ter como foco a verificação da intuição na inovação tecnológica, é inegável que acima de tudo, estes empresários são grandes líderes (nos seus negócios e nos seus segmentos) e extremamente empreendedores. Assim, procurou-se a compreensão sobre as principais características destes, ou seja, o que os mesmos têm em comum. Cabe ainda ressaltar que estes empresários não conhecem os fundamentos da Ciência Ontopsicológica. E, a partir de suas respostas e conceitos, aliados ao conhecimento da Ontopsicologia, e metodologia FOIL², criamos esta ferramenta, com a finalidade de desenvolver e ampliar a relação entre intuição e inovação, possibilitando aos empreendedores a compreensão técnica e racional sobre estes fatos.

Para atingir seu escopo, este Projeto para um Livro está organizado em capítulos, objetivando-se definir com mais profundidade os conceitos de liderança, empreendedorismo, inovação, além das características destes empresários, e de onde buscam as ideias para a criação e o desenvolvimento de seus produtos. Consolidados estes conceitos, a partir de então, trabalhou-se o aprofundamento do tema da intuição e sua verificação nos processos de inovação tecnológica.

² A metodologia FOIL® é hoje a alternativa mais eficiente para o correto entendimento das dinâmicas empresariais pela sua capacidade de: 1) Compreender a globalidade da personalidade organizacional, que é formada pela unidade de ação de seu corpo societário; 2) Identificar as diversas dinâmicas interpessoais que beneficiam e reforçam o core business da empresa ou que impedem o fluxo de crescimento empresarial. Partindo do líder da empresa, a metodologia FOIL® é a vanguarda na definição do correto posicionamento da liderança no seu impacto com os diversos públicos da organização. O que faz a ser competitiva é que, através da sua metodologia baseada na Ciência Ontopsicológica, o tempo de diagnóstico é brevíssimo e preciso, consentindo projetar, rapidamente, uma resposta adequada ao crescimento da empresa e dos seus líderes.

ABORDAGEM

A base deste trabalho consiste na formulação de uma relação de 10 (dez) perguntas, apresentadas para 14 (quatorze) empresários que dirigem empresas que reconhecidamente desenvolvem produtos e inovações tecnológicas, a maioria delas destaques nacionais, e todos eles também são os fundadores dessas empresas. Assim, procurou-se buscar a compreensão sobre pessoas destacadas e referências em seus segmentos. Os empresários entrevistados foram,

- *Aderbal Lima*, 56 anos, Diretor Executivo da empresa NOVUS, formação Engenharia Elétrica, Porto Alegre, RS.
- *Eduardo Kunst*, 46 anos, Diretor do Grupo ARTECOLA, formação Técnico em Química, Administração de Empresas, Tecnólogo em Calçados, Pós-Graduação em Marketing, Novo Hamburgo, RS.
- *Estevão Leuck*, 38 anos, Diretor da empresa LEUK Inteligência Hidropneumática, estudante de Engenharia da Produção, Porto Alegre, RS.
- *Giovani Geremia*, 28 anos, Diretor da empresa INSTOR Projetos e Robótica, engenheiro mecânico, mestre em ciência e tecnologia dos materiais, Porto Alegre, RS.
- *José Luiz Bozzetto*, Diretor da empresa BCM Automação, formação Engenharia Eletrônica, Canoas, RS.
- *Luiz Francisco Gerbase*, Diretor-Presidente da ALTUS Sistemas de Automação, formação Engenharia Eletrônica, São Leopoldo, RS.
- *Marcelo Vaccari*, 41 anos, Diretor da empresa AURORA Imagens, formado em Comunicação (Publicidade e Propaganda), Porto Alegre, RS.
- *Moacir Locatelli*, 61 anos, Diretor da empresa FRATELLI, Santa Rosa, RS.
- *Oldemar Pantikoff Brahm*, Diretor da empresa DIGISTAR, formação Engenharia Eletrônica, São Leopoldo, RS.
- *Regis Haubert*, 49 anos, Diretor da empresa EXATRON, formação Eletrotécnico, Administração de Empresas, MBA em Marketing, Porto Alegre, RS.
- *Ricardo Felizzola*, Diretor-Presidente da HT Microm, formação Engenharia Eletrônica, São Leopoldo, RS.

- *Rodrigo Krug*, 28 anos, Diretor da empresa CLIEVER, estudante de Sistemas de Automação, Porto Alegre, RS.
- *Tironi Paz Ortiz*, Diretor-Presidente da IMPLY Tecnologia Eletrônica, formação Administração de Empresas, Pós-Graduação em Marketing , Santa Cruz do Sul, RS.
- *Zenon Leite*, Diretor da empresa URANO, formação Engenharia Eletrônica, Canoas, RS.

A estes empresários perguntou-se:

01 – Como o senhor desenvolve a inovação na sua empresa?

02 – A partir de sua experiência, consideras que a inovação na sua empresa depende de que fatores?

03 – Em seu entendimento, como podes definir a inovação? Como você define inovação?

04 – Quais as maiores dificuldades para implementar processos e produtos inovadores?

05 – Que características deve ter uma pessoa inovadora? Qual seu estilo de vida?

06 – Que relevância tem a intuição para a inovação tecnológica? O que é a intuição?

07 – De que forma o líder deve estimular o processo de inovação entre seus colaboradores?

08 – De onde vêm as idéias para o desenvolvimento e aperfeiçoamento tecnológico?

09 – A seu ver, inovação é sinônimo de criatividade?

10 – Para ser inovador é necessário ser empreendedor?

2 LIDERANÇA

LIDERANÇA

Primeiro, e acima de todos os demais conceitos, percebe-se como característica dos empresários entrevistados, sua enorme capacidade de liderança. Thomas J. Watson, ex-diretor da IBM, afirmou, “Nada é mais conclusivo para provar a capacidade de liderança de um homem que as ações empreendidas, dia após dia, para liderar a si mesmo”. Logo, percebe-se que a jornada da liderança começa pelo lado de dentro, por isso o líder tem, em primeiro lugar, o grande desafio de liderar a si mesmo por meio do autoconhecimento e da autoliderança, conquistando o equilíbrio em sua vida pessoal e profissional. É preciso que o líder faça-o a si mesmo.

Mas o que é líder, liderança?

No dicionário Houaiss (2009) define-se líder como “pessoa cujas ações e palavras exercem influência sobre o pensamento e comportamento de outras.” O termo *líder* deriva, provavelmente, do viking “*leading*”, que significa “dirigir a rota”. Usava-se esse termo para identificar o capitão da embarcação, aquele que, tendo um lugar a alcançar, sabia identificar os ventos a favor e evitar aqueles contrários ao escopo (MENEGETTI, 2008). Assim, compreende-se por líder “aquele que sabe servir, sabe fazer funcionar a harmonia das relações entre os operadores do contexto empresarial ou outro, para que haja a máxima produção específica ou resultado integral” (MENEGETTI, 2005, p. 8). Ainda, para este autor,

o verdadeiro líder é o momento providencial do espírito no mundo, como mão de auxílio para muitos. Ele é o homem que, por meio do próprio egoísmo, realiza também o interesse público. Um grande líder, quando desenvolve os seus negócios, desloca bens, interesses, propicia trabalho a centenas de pessoas, estimula a sociedade, revitaliza-a, impõe uma dialética que dá impulso de progresso(MENEGETTI, 2008).

Para dirigir uma empresa, para coordenar um grupo de colaboradores na busca da produção dos melhores produtos, com alta qualidade, e acima de tudo, com lucratividade, é necessário antes de tudo ser um líder, verdadeiro e autêntico. “[...] é um estimulador de progresso. Ele oferece os meios, a riqueza, propicia acréscimo a todos. Depois, é um problema interior, individual, como usá-los” (MENEGETTI, 2008).

O empresário Ricardo Felizzola cita uma definição do consultor Vicente Falconi

a principal função de um líder é a obtenção das metas com o time fazendo as coisas certas, de acordo com os valores acordados por todos na Companhia. Gerar inovação é um meio de obter resultados diferenciados. Estimular o processo de inovação significa investir na melhoria do ambiente na empresa para que ela ocorra estimulando a geração de conhecimento, a ampliação de capital humano e os ambientes de pesquisa (ALTUS, 2012).

Corroborando o depoimento do empresário Moacir Antonio Locatelli, ao afirmar que *“A liderança é fazer com que as pessoas caminhem juntas no processo.”*

E assim, “o líder é um estimulador de inteligência e de dialética, que impõe uma aceleração à existência, por isso, substancialmente, é um estimulador de super-homens. É um homem que compreendeu que ou domina ou é dominado. É uma capacidade e uma escolha”(MENEGETTI, 2008). James C. Hunter, autor do livro *O Monge e o Executivo*, obra sobre liderança empresarial, define liderança como “a habilidade de influenciar pessoas para trabalharem entusiasticamente visando atingir aos objetivos identificados como sendo para o bem comum”.

A partir dos conceitos apresentados percebe-se a profundidade e importância do papel do líder, ao comandar pessoas e organizações. E voltando aos nossos entrevistados, todos, sem nenhuma exceção, possuem alta capacidade de liderança, não somente sobre seus sócios e colaboradores, mas também em suas participações em ações fora da empresa; são todos também lideranças de seus segmentos profissionais, onde auxiliam, colaboram para o crescimento de muitas outras empresas, a maioria para eles desconhecida. Participam ativamente de entidades de classe, normalmente dirigindo-as. Certamente são pessoas fundamentais para o desenvolvimento de uma nação.

Nas entrevistas também se evidenciaram as características empreendedoras dos empresários; sempre aparecem as palavras risco, desafio, coragem, fé, entre outras. Ou seja, são líderes e empreendedores. Como afirma Estevão Leuck, empresário, empresa LEUCK Inteligência Hidropneumática, ao ser perguntado sobre se para ser inovador é necessário ser empreendedor: *“Isso aí realmente está ligado, porque quem*

faz uma inovação quer botar um diferencial no mercado, e a inovação, tem que ser empreendedor, porque tem que apostar muito, tem que te dedicar muito, e é um resultado que não salta aos olhos nos primeiros meses, então eu acredito sim, que todo inovador antes de tudo é um empreendedor.”

No entanto, esta liderança e este empreendedorismo não são ações isoladas, pois ficou claro também nos depoimentos, que são necessários processos e métodos para se alcançar os objetivos da empresa. Ou seja, ao dirigente maior da empresa cabe a liderança, mostrar o caminho, comandar, definir diretrizes e metodologias, escolher as pessoas, entre outras ações.

Novamente encontram-se subsídios em Antonio Meneghetti (2008), sobre o líder:

É o centro operativo de diversas relações e funções. Substancialmente, é um hierarca de funções: constrói estas funções, controla-as, desenvolve-as, dirige-as sempre com referência a um escopo definido. Centro operativo não significa que é um indivíduo que se coloca sobre os outros e comanda; esta é uma projeção infantil. O líder é alguém que constrói a função, repara-a quando necessário e a aperfeiçoa, portanto, é um artesão. É alguém que sabe fazer a relação com vantagem, com ganho. É um vetor proporcional de diversos pontos-força. É uma pessoa que, estabelecido um escopo, busca e cria os meios e as pessoas funcionais ao escopo. Todas as relações que dependem dele são somente instrumentos causais ou causais instrumentais; ele é a mente de tudo o que acontece em referência ao seu contexto. É a mente operadora de funções a um escopo. Centro operativo também significa que o líder é o estrategista econômico dos meios para alcançar o escopo.

Em relação aos empresários entrevistados, como poderá ser observado no capítulo 8 A INTUIÇÃO E A INOVAÇÃO: pelos empresários, em suas falas, percebe-se principalmente naqueles mais experientes e bem sucedidos, que seu sucesso depende muito dos processos e métodos do sistema produtivo de suas empresas. Ou seja, são pessoas com enorme capacidade de liderança, extremamente intuitivas, mas que basicamente conseguem ter uma organização produtiva e administrativa que permita produzir produtos com alta tecnologia, para disputarem mercados de alta competição, alguns inclusive com padrões internacionais. Seus processos produtivos com metodologia disseminada e absorvida pelo corpo funcional, além dos investimentos cada vez maiores em P&D (pesquisa e desenvolvimento), completam a base do sucesso destas empresas.

No entanto, há muitos executivos ou diretores de empresas, que no primeiro problema em que as coisas não funcionam ou não ocorre segundo a sua vontade, atribuem à esfera social a responsabilidade e posteriormente, responsabilizam os colaboradores, a família e os afetos para, em último lugar, se responsabilizarem. Entretanto, essa ótica não é real. Um problema nunca será advindo de fora sem a permissão íntima de quem lidera aquele âmbito. Quando determinada situação não satisfatória estiver se apresentando diante do líder, significa que em alguma das esferas ele permitiu que a mesma a influenciasse, alterando os resultados. Portanto, culpar a esfera social ou dos colaboradores sem analisar categoricamente e isoladamente a esfera individual antes das demais é um erro, que no fundo de si mesmo, o líder já sabe.

Algumas empresas buscam auxílio em consultorias especializadas, em empresas conceituadas como àquela dirigida pelo consultor Vicente Falconi. Também deve-se destacar o importante papel do PGQP (Programa Gaúcho da Qualidade e Produtividade), organização destacada no Rio Grande do Sul, comandada pelo empresário Jorge Gerdau Johannpeter, e que alcançou destaque internacional por inserir entre um grande número de empresas gaúchas uma política da qualidade baseada em métodos e processos bem definidos.

No entanto, percebe-se que é fundamental a pessoa, o líder, pois por meio de sua realização o líder é capaz de levar contribuições a muitos no contexto social. Por isso, os líderes possuem uma ética intrínseca “pelo fato de que possuem mais, são condicionados a dar mais, com inteligência e responsabilidade.” (MENEGETTI, 2008, p. 38).

A partir da experiência do autor deste trabalho, tanto no campo empresarial privado quanto no setor público, o mesmo buscou nas contribuições de Meneghetti a compreensão do que é o líder. Para tanto buscou-se indicações práticas, em sua obra *Psicologia do Líder* (2008), para que o líder possa formar uma capacidade econômica superior.

1 – Um grande *businessman* jamais deve enganar e fazer ações desonestas que diminuiriam a sua imagem. Ele deve ter uma dignidade moral transcendente, na arte do comércio, porque também o dinheiro tem seu aspecto sacro. Um grande homem não pode enganar, por natureza e estilo de inteligência.(...)

2 – O *businessman* deve ser sabedor de tantas coisas que somente ele conhece e ninguém mais deve saber (a menos que tenha um

sócio, porque os verdadeiros sócios devem dizer tudo um ao outro)(...).

3 – O líder deve ter maior atenção aos estúpidos que aos desonestos e ladrões. O estúpido é tal no fazer coisas boas, mas às vezes é genial em destruir coisas perfeitas (...).

4 – Deve-se cultivar a própria personalidade, o próprio modo de falar, o próprio modo de vestir (...).

5 – A primeira tática – quando se deseja realizar um negócio que interessa – não é agradar ao outro, mas compreender quais os seus interesses e as suas necessidades(...).

6 – Jamais colocar sexo nos negócios: não funciona para o ganho (...).

7- Quanto custa um personagem no plano econômico? Quem tem o máximo preço é a pessoa, não o objeto. Com presentes e gratuidade não há crescimento (...).

8 – O líder deve ser uma pessoa refinada no comer, no vestir, na vida privada, na música. Move-se em todos os negócios com uma forma de inteligência transcendente superior e possui um estilo ao milagre (...).

9 – O verdadeiro *manager*, num primeiro momento deve saber servir. (...) Não é importante ter a melhor mercadoria, mas ter garbo e refinamento ao servir o cliente: deve-se honrar a pessoa que vem comprar (...).

10 - A máxima do líder é realizar o resultado mais gratificante para si mesmo através do útil aos outros dos quais se serve e através dos quais age. (...). (MENEGETTI, 2008, p.65-68).

Certamente muitos empresários, sobretudo aqueles mais maduros e bem sucedidos, seguem, mesmo que intuitivamente, as recomendações acima. No entanto, a grande maioria acaba pecando em detalhes que colocam seus negócios em risco. A todos, esta é uma grande oportunidade de conhecimento e revisão de ações, comportamentos e atitudes.

Os segmentos de atividades em que estão presentes a maioria das inovações tecnológicas, é formada muitas vezes por jovens empreendedores, emergentes, que estão começando suas vidas profissionais; a estes, as recomendações acima servem como caminho para o sucesso, podendo evitar uma série de armadilhas. É fundamental a compreensão de seu papel de líder e protagonista, tanto nas ações pessoais, como naquelas em que comanda seus negócios.

3EMPREENDEDORISMO

EMPREENDEDORISMO

Na estruturação deste trabalho, e partindo das entrevistas realizadas, percebeu-se a força da capacidade empreendedora dos entrevistados. Neste sentido, é fundamental estudar os principais conceitos de empreendedorismo, e relacioná-los à prática dos mesmos.

*Alguns homens veem as coisas como são,
e perguntam:
"Por quê?"
Eu sonho com as coisas que nunca existiram e pergunto:
Por que não?
(Bernard Shaw)*

Bernard Shaw traduz com força e elegância poética a essência do espírito empreendedor, enquanto a precisão acadêmica do estudioso Louis Fillion define o empreendedor como “a pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. Tendo curiosidade e iniciativa ou descobrindo e transformando oportunidades em produtos ou negócios inovadores, a máxima de Bernard M. Baruch³ é perfeitamente aplicável ao empreendedor quando afirma “milhões viram a maçã cair, mas só Newton perguntou por quê.”

Desta maneira, o conceito mais aceito de "Empreendedorismo" foi popularizado pelo economista Joseph Schumpeter em 1945, como sendo uma peça central à sua teoria da *Destruição Criativa*. Segundo Schumpeter “o empreendedor é alguém versátil, que possui as habilidades técnicas para saber produzir, e capitalistas ao reunir recursos financeiros, organiza as operações internas e realiza as vendas de sua empresa”. De fato, Schumpeter chegou a escrever que a medida para uma sociedade ser considerada capitalista é saber se ela confia seu processo econômico ao homem de negócios privados.

Mais tarde, em 1967 com Kenneth E. Knight e em 1970 com Peter Drucker, foi introduzido o conceito de risco, uma pessoa empreendedora precisa arriscar em algum negócio. E em 1985 Gifford Pinchot introduziu o conceito de Intra-empreendedor, uma pessoa empreendedora mas dentro de uma organização.

³Conselheiro Presidencial de W. Wilson a D. Eisenhower

Uma das definições mais aceitas hoje em dia é dada pelo estudioso de empreendedorismo, Robert D. Hisrich (2009), em seu livro *Empreendedorismo*. Segundo ele,

empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal. A satisfação econômica é resultado de um objetivo alcançado (um novo produto ou empresa, por exemplo) e não um fim em si mesma.

Neste trabalho, ao buscar a relação entre inovação e intuição, percebeu-se que os empresários entrevistados são líderes e empreendedores, antes de qualquer outra definição. Ao serem questionados se a pessoa inovadora precisa ser empreendedora, deixaram claro que somente existe a inovação tecnológica, se existir a ação empreendedora. É necessário aqui fazer a ressalva de que em uma empresa, em uma equipe, existem pessoas com diferentes perfis, exercendo diferentes papéis. Ou seja, não necessariamente uma pessoa inovadora necessita ser empreendedor (ou o contrário); mas, para que um produto inovador tenha sucesso é necessária a ação empreendedora, da inserção e conquista do mercado. Pode-se ser um gênio inovador, mas seu sucesso depende da ação empreendedora; se não for a dele, deverá ser resultado de sua equipe ou empresa. Aliás, em muitas das afirmações, fica claro que a inovação é uma invenção, melhoria, entre outros, de produto, *em que houve uma ação específica para acontecer*. Esta ação específica, é a de empreender algo em direção ao mercado, para obter resultados. A inovação somente existe se houver resultados, aceitação no mercado e objetivos alcançados. Mas, como ser empreender e inovar ao mesmo tempo?

Para o entrevistado, Aderbal Lima, diretor-executivo da NOVUS, *“... não existe inovação se tu não transformares a tua idéia num produto rentável e de sucesso no mercado. Como para tudo isso acontecer tem que ser empreendedor também, eu acho que a definição de inovação responde tudo isso. Mesmo que não constitua uma empresa. Você pode ser altamente empreendedor sem constituir uma empresa, mas o espírito empreendedor tem que estar por trás. Ou apenas ter uma grande idéia inovadora, viabilizá-la na prática sem produzi-la em quantidade, registra o produto, faz suas faturas e vive das patentes”*.

Já para Ricardo Felizzola, Diretor-Presidente da HT Microm,

“O empreendedor é o indivíduo que está sempre presente no fenômeno da inovação assim como o fermento no bolo de tamanho certo. Se ser inovador é fazer acontecer a inovação, o empreendedor com sucesso é obrigatoriamente um inovador.”

Verifica-se, portanto, as relações entre os fatores do trabalho com as necessidades de desenvolvimento do potencial humano, e com as aspirações individuais. É na realização da tarefa que o indivíduo poderá encontrar a forma e os meios de desenvolver sua criatividade, de assumir a responsabilidade de ser independente e livre. É na tarefa, portanto que o indivíduo é empreendedor. O líder que baseia sua liderança em uma capacidade de transparência à si mesmo, e, pratica a metódica ontopsicológica em sua vida, é capaz de evidenciar na prática os sete pontos do empreendedor, referidos por Meneghetti (2008, p.69-75)

- 1) *Potencial natural que varia por especificação e intensidade.* O líder já nasce com um diferencial de sucesso; sua percepção para com os atributos da natureza e sua sintonia com estes recursos lhe permite especificar e desenvolver este dom, onde este líder se inventa de modo diverso, ganhando e realizando sucesso(...).
- 2) *Evolução técnica racional em iso com o potencial natural.* Em qualquer atividade, não se pode permitir amadorismo; o grande líder deve buscar a qualificação, a técnica, o aperfeiçoamento de sua função a um extremo, para que então seu potencial de natureza manifeste-se com excelência (...).
- 3) *A ambição.* É o vetor intencional, a vontade pura, a coragem de pagar o preço por aquilo que se deseja. Realizar esta ambição não se trata de egoísmo, mas ao realizar esta ambição com sucesso, ganha o líder e também aqueles que não são capazes, mas usufruem desta congruência enérgica de sucesso (...).
- 4) *Amor pelo próprio trabalho.* Amar o produto da realização da sua atividade. O líder que ama o que produz, que produz com prazer seu escopo, é capaz de transmitir sua semântica de sucesso, distribuindo valores subjetivos e tornando aqueles que o compram partícipes do seu fascínio e sucesso(...).
- 5) *Conhecimento superior e específico sobre seu setor.* Após determinada época, deve-se ser *expert* no seu setor de atuação. Renovar a si mesmo constantemente para ser o melhor naquilo que realiza (...).
- 6) *Transcendência solitária ao utilitarismo funcional.* Ser capaz de pagar o preço de seguir seu escopo, não importando nada além da certeza daquilo que se está fazendo. O em torno, seja o social, profissional, afetivo, nada deve estar acima, a mente do líder deve ser livre (...).

- 7) *Racionalidade sobre a intuição.* Ser capaz de ver onde se encontra a escolha ótima. Organizar racionalmente a intuição, vigiar a exatidão da inteligência, leva ao sucesso(...).

Certamente os pontos abordados acima servem como indicações práticas aos empresários. Muitas obras têm tratado do tema do empreendedorismo; no entanto, nesta obra procurou-se trazer a ótica e os conceitos da Ontopsicologia sobre o tema. E percebe-se sua praticidade e exatidão. É uma contribuição para todos aqueles que buscam a máxima realização pessoal e profissional, através do business.

4 INOVAÇÃO

INOVAÇÃO

Provavelmente nenhuma palavra tem sido tão pronunciada atualmente no mundo dos negócios quanto a palavra inovação; muitos afirmam, inclusive, que ocorre uma banalização do termo. Ficou tão comum seu uso, que ultrapassou a área econômica e hoje é utilizada nas áreas social, cultural, política, etc. Virou referência de modernidade, novidade, tecnologia.

Mas, afinal, o que vem a ser inovação? E inovação tecnológica? Como os empresários fazem para inovar em suas empresas? Como desenvolvem produtos inovadores?

Para responder a estas perguntas, buscamos alguns conceitos e definições reconhecidas no mundo empresarial,

*“**Inovar** é um processo de alavancar a criatividade, para gerar valor de novas maneiras, através de novos produtos, serviços e negócios”*
Jonasch&Sommerlatte : *TheInnovation Premium*;

*“**Inovação** é um processo estratégico, de reinvenção contínua do próprio negócio, e da criação de novos conceitos de negócios”. (Hamel: Liderando a Revolução).*

Para o Movimento Brasil Competitivo – MBC, em seu Manual de Inovação *“**Inovação tecnológica** é o resultado da aplicação de conhecimentos obtidos através da pesquisa científica aplicada a produtos ou processos de produção, com novas funcionalidades e efetivos ganhos de qualidade ou produtividade, resultando em maior competitividade”*.

Ainda sobre Inovação, muito pertinentes são as considerações a partir da Cartilha – Gestão da Inovação, editada em 2010 pelo SEBRAE e Confederação Nacional da Indústria (CNI). Esta Cartilha informa que a inovação é o motor da competição. E destaca que esta inovação depende de vários fatores, entre eles recursos humanos qualificados, políticas de estímulo, adequado ambiente econômico e regulatório, interação com Universidades e Institutos de Pesquisa. Mas o que torna a inovação fundamental é a exigência da competição. Ou seja, para aquelas empresas que buscam o crescimento e a consolidação de mercados, inovar é fundamental.

Refere também que as inovações criadas pelo homem fazem parte da história da humanidade, pois refletem a ação do gênio criativo e inovador do

ser humano, na busca constante em satisfazer suas necessidades físicas, lógicas e emocionais. Como as constantes mudanças são características dos nossos tempos, e as empresas estão cada vez mais expostas à concorrência, inovar é a forma mais eficaz de manter-se competitivo.

Para orientar e padronizar conceitos e metodologias utilizadas pelos pesquisadores da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico) é editado em 1990 o Manual de Oslo, traduzido para o português em 2005, pelo FINEP.

Segundo o Manual de Oslo,

Inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas.

Fica evidenciada na definição acima, a abrangência do termo inovação. Mas também fica evidente que é um processo de melhora e aperfeiçoamento. E, portanto, dependente sempre da ação humana, mesmo que muitas vezes partindo de simples ideias.

A partir da análise dos conceitos emitidos pelos empresários entrevistados para este trabalho, pode-se depreender que, para estes, inovação é algo concreto, muito concreto; ou seja, só é inovação aquilo que é aceito pelo mercado, que gera valor; caso contrário, fica numa simples invenção. Seguem alguns relatos:

Eduardo Kunst	Tironi Ortiz	Zenon Leite
<ul style="list-style-type: none"> <i>• inovação é criar coisas diferentes daquilo que existe, mas criar coisas que realmente agreguem resultados... ela tem de mudar a vida das pessoas e das empresas, dos negócios...</i> 	<ul style="list-style-type: none"> <i>• inovação é você criar um produto com alta tecnologia e que seja diferenciado dos que já estão no mercado. Esse é o diferencial.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> <i>• inovação é você conseguir fazer uma coisa que o seu concorrente não conseguiu, mas que tenha efeito prático e seja factível e, obviamente, que tenha capacidade ou preço para ser produzido. É você fazer alguma coisa que o mercado não tenha ainda naquele momento e que ele possa ser absorvido pelo mercado no seu tempo.</i>

A partir dos depoimentos dos entrevistados, fica evidenciada a importância que a inovação tem em suas empresas. É fator decisivo de sobrevivência, e garantia de competitividade. Mas como estes empresários desenvolvem a inovação em suas empresas? Quais suas dificuldades e desafios?

Destaca-se abaixo dez pontos relevantes, extraídos das entrevistas, ressaltando o entendimento, a visão, destes empresários sobre os processos de inovação, de como a caracterizam e de que forma está alicerçada em fatores promotores para as inovações tecnológicas.

- 1) Atender necessidades dos clientes; ou então, criar necessidades para serem atendidas (exemplo APPLE);
- 2) Conhecimento de seu negócio e do mercado de atuação;
- 3) Capacidade de liderar uma equipe voltada à inovação;
- 4) A importância da relação das empresas com o ambiente acadêmico e educacional que possa auxiliar e promover a inovação;
- 5) Além da capacidade de liderança, o empresário que gera inovação deve se basear numa exímia capacidade de gestão (processos); A participação em feiras e missões internacionais;
- 6) Participação em Feiras e Missões Internacionais;
- 7) Contatos formais com empresas de outros países para fazer parceria e busca de tecnologias;
- 8) Desenvolvimento de laboratórios de P&D;
- 9) Acesso à internet como possibilidade de busca cada vez maior de informações, sendo um dos grandes avanços que permitiram uma aceleração das inovações
- 10) Busca contínua de fazer bem feito, com qualidade, e, no que diz respeito à cultura gaúcha, pode-se dizer que a busca pela inovação está relacionada ao culto ao belo, certamente também fruto da influência da colonização européia.

Da mesma forma, a partir dos depoimentos dos empresários, pode-se constatar algumas dificuldades para implementar a inovação:

- 1) Carência de mão-de-obra qualificada;
- 2) Dificuldade de financiamento para investimentos em inovação;
- 3) Ambiente tributário muito ruim no Brasil;

Para retratar um pouco da história da Inovação no Rio Grande do Sul, é recomendável a leitura do livro *Dos grãos aos chips - a história da tecnologia e da inovação no Rio Grande do Sul* de Patricia Knebel, Editora EdiPUCRS.

Nesta obra, Cesar Cavalheiro Leite, CEO do Grupo Processor, comenta: "É uma história viva, repleta de personagens desbravadores, abnegados, inovadores que não mediram e não medem esforços para viabilizarem seus sonhos e convicções de forma a protagonizarem seus segmentos de atuação".

Uma das mais importantes empresas inovadoras do Rio Grande do Sul e do

"Olhando de forma atenta para o Rio Grande do Sul, mais especificamente para os primórdios do surgimento da tecnologia local, veremos que quase tudo de que precisamos está no DNA das empresas e universidades gaúchas: ímpeto empreendedor, profissionais altamente qualificados e capacidade de inovar e de criar negócios bem gestados e sustentáveis ao longo do tempo".
(Patrícia Knebel)

país, a ALTUS Sistemas de Automação S.A. tem sua história de 30 anos relatada no livro **Altus: Inovação, Liderança e Método**. Os fundadores e principais sócios, Ricardo Felizzola e Luiz Gerbase, foram dois dos empresários entrevistados para este trabalho, e certamente representam muito bem as iniciativas inovadoras em nosso estado.

Ao prefaciar este livro, o consultor Vicente Falconidiz: "*O que faz a diferença nas empresas é a atuação focada em três frentes estruturantes: liderança, conhecimento técnico e método (gestão)*". Esta afirmação coincide com os conceitos de Antonio Meneghetti no capítulo anterior, em que retrata as características do líder empreendedor.

Também no mesmo livro, no capítulo denominado Inovando no Mercado de Automação, destaca-se que, embora o conceito de inovação seja algo não muito bem entendido e o termo seja muitas vezes banalizado, aplicado mais para objetivos de marketing do que uma visão efetiva das companhias, ao analisar o perfil de companhias gaúchas como a Altus percebe-se um verdadeiro sentido para esse tema. A empresa concorre com gigantes da indústria internacional e consegue fornecer um nível de sofisticação e diferenciação dos seus produtos como poucos.

O Professor Flávio Rech Wagner, diretor do Parque Científico e Tecnológico da UFRGS, comenta,

"A Altus foi capaz de abrir o seu caminho e hoje é destaque em mercados além das fronteiras do Brasil, automatizando grandes plantas industriais e hidrelétricas. E tudo isso com tecnologia realmente desenvolvida aqui, o que é fantástico".

Ainda sobre a empresa, relata Ricardo Felizzola,

"A Altus possui um ambiente de inovação fervilhando, porque sempre investiu no capital humano e soube buscar os melhores profissionais para formar as suas equipes. A empresa conhece profundamente o que faz e soube ao longo desses 30 anos explorar de forma inteligente os marcos legais, desde a reserva de mercado até os incentivos fiscais e parcerias com instituições como Finep e BNDES. Além disso, os seus fundadores estão próximos das associações, interagindo com seus pares, sejam parceiros, clientes ou até concorrentes. E isso sem falar no espírito empreendedor. "Todos esses ativos que a Altus possui hoje são fundamentos de um ambiente inovador",

Esta afirmação, coincide com o pensamento de Meneghetti (2008), quando o mesmo conceitua que o "empreendedor deve se adequar e saber utilizar o sistemismo legal a seu favor". Ou seja, o empreendedor deve lutar para alterar legislações que julga prejudiciais à sua organização, e deve-se fazer via participação em entidades empresarias; no entanto, é fundamental saber usar a seu favor a própria legislação, pois sempre existem ali "brechas" que podem alavancar ações de ganho. Para tanto, é fundamental que o empresário conheça profundamente seu negócio e o sistema legal que o cerca, tendo a seu lado uma equipe competente de pessoas com conhecimentos técnicos para lhe orientar.

*5 CARACTERÍSTICAS
DO EMPRESÁRIO
INOVADOR*

CARACTERÍSTICAS DO EMPRESÁRIO INOVADOR

Uma das perguntas submetida aos empresários buscava informações para estabelecer uma característica desse empresário inovador. Como é esse empresário? Como é seu estilo de vida?

Evidentemente não se tem uma resposta padronizada, ou seja, cada um possui **características** próprias, de sua própria personalidade. No entanto, foi possível elencar características comuns à maioria dos empresários, conforme elencado ao lado.

O líder também precisa saber construir uma cultura superior para nutrir o seu universo interior e assim encontrar a sua felicidade. Encontrar a arte de viver, saber construir-se também em suas horas vagas pois aprender o segredo de gerir o seu tempo livre para desenvolver-se em modo criativo. E pensando neste tempo livre perguntamos:

E fora do ambiente de trabalho?

Cada um tem um hobby (esportes, muitas vezes radicais; coleções; música; arte; leitura: contato com a natureza, entre outros). Neste caso pode-se perceber que geralmente são ações solitárias, ou seja, se pratica sozinho, para si; e o culto ao belo, ao estético, e o culto à natureza.

Nestes ambientes busca-se a energia e a paz necessárias para o grande salto da ação em busca de inovações tecnológicas que consolidam estas empresas.

Segundo Meneghetti (2008, p. 56),

na vida é importante ter momentos de Em Si naturístico. Vocês nunca viram as gaivotas quando estão sobre as ondas? Estão ali fazendo o quê? Fazendo-se embalar pela água! Não estão ali para pescar, mas

Características do empresário inovador

- *Paixão pelo que se faz;*
- *Coragem para empreender e correr riscos;*
- *Obstinação e persistência;*
- *Culto ao belo, ao fazer bem feito;*
- *Observador;*
- *Curiosidade, inquietude;*
- *Viagens em busca de conhecimento técnico e de novas culturas;*
- *Saber "exercer uma certa solidão"*

para fazer-se embalar nos braços do vento⁴. É importante entrar, de tempos em tempos, em uma percepção de pensamento no qual se goza a vida, a pele, a água, o paladar, o instinto, gozam-se os pés, as mãos, goza-se a corrida sem ter nada em mente, sem ter um programa, uma memória, sem ter Eu lógico⁵. A fantasia do jogo pelo jogo: tomar e comer, pensar, tocar, depois um outro pensamento, a quintessência. Sentir-se sem cabeça, sem cérebro, viver com a pele que sopra como veludo sobre as coisas que estão em volta. Pode ser fumar um charuto, caso se esteja no lugar certo; uma fantasia distante que penetra com os olhos dentro do céu.

Também o mesmo autor, no livro Projeto Homem (2011, p. 249) fala da atitude à estética. "Por atitude estética entendo o modo como exercitar o prazer. A vida, se não tem como escopo o prazer, não tem sentido. Todas as circunstâncias, as responsabilidades, as angústias, os riscos, seriam imotivados sem a tensão ao prazer."

Portanto, encontrando um modo inteligente de gerir o seu tempo livre o líder refina a si mesmo, pois o tempo livre pode ser um elemento de grande perigo ao líder; se ele o usa de modo errado, pode destruir a si mesmo, com perdas significativas a si e ao seu negócio. É fundamental realizar escolhas que são úteis e funcionais a si mesmo.

Para finalizar, traz-se um belo exemplo da característica do empresário inovador em relação a seu estilo de vida. O empresário Moacir Locatelli, que tem a música entre seus hobbies (toca violão e órgão), e usualmente toca na Igreja, diz o seguinte:

"...agora no domingo de Páscoa me convidaram para participar da celebração. Aí eu propus uma celebração que começasse as 4h da manhã. Nós fizemos uma celebração a partir das 4h! Fizemos a Alvorada da Ressurreição. Muitas pessoas disseram: - o que tu queres as quatro da manhã? Não vai ter ninguém!! mas quando eu cheguei, as 03h50m, tinha mais da metade da igreja cheia de pessoas. - Vai estar tu, o padre e eu!! uma pessoa disse pra mim. - Mas está bom, começamos assim, eu disse. Quando passou uma hora, a igreja ficou lotada. A missa ficou lotada às 6h, a Missa da

⁴Em Si naturístico: "o total do Em Si organísmico no holístico ambiental; é o feixe dos instintos positivos, finalizados exclusivamente a uma forma de narcisismo e de agradabilidade no fato de existir". Ou seja, A relação simbiótica é necessária para o crescimento sustentável, pois sabe-se que, nessa relação, os pólos (ser humano e ambiente) se interagem e se co-atuam. "O ambiente nos causa e nós causamos o ambiente. Por conseqüência, é necessário entrar nesta visão para tornar-se responsáveis competentes e para obter uma interatividade nativa" (MENEGETTI, 2005, p. 21).

⁵De acordo com o dicionário de Ontopsicologia (2012), Eu lógico-histórico ou Eu responsável agente, é a capacidade de mediar o real externo segundo a exigência individual do íntimo. É o estado de consciência de fato alcançado pelo indivíduo: a) no arco da sua existência; b) após cada escolha.

Ressurreição. Acho que as pessoas têm muitas dimensões; a dimensão da maternidade, de ganhar algum dinheiro, de ter uma satisfação, de ter prazer e de ter uma participação social, uma participação religiosa. Eu acho que a pessoa não é só. E aí parece que você tem umas idéias interessantes às vezes até durante as celebrações. Penso assim: quem sabe vou fazer isso?? Resolvo coisas minhas..."

Este depoimento mostra como o empresário pode buscar forças e energia para seus negócios. Muitas vezes, é fora do ambiente de trabalho que o mesmo encontra soluções. Portanto, é fundamental este equilíbrio na forma de viver e trabalhar. Saber administrar o tempo, o ambiente, a companhia das pessoas, a convivência social e familiar, é um atributo decisivo para seu sucesso.

*6 DE ONDE VÊM AS
IDEIAS?*

DE ONDE VÊM AS IDEIAS?

Para uma melhor compreensão sobre o surgimento das ideias, de onde se originam, ou ainda, sabendo-se que as inovações surgem a partir de ideias, perguntou-se aos empresários de onde elas vêm como estes empresários buscam as ideias para desenvolver seus produtos. Abaixo destaca-se algumas respostas:

1 - Nas necessidades dos seus clientes, que desenvolvem as mesmas geralmente a partir de produtos seus já existentes, e que necessitavam aperfeiçoamento;

2 - A consulta na internet, via sites especializados sobre os segmentos de atividades das empresas, ficando caracterizada a importância da globalização, ou seja, o mundo ficou plano e as informações muito mais acessíveis;

3 - Grupo de pessoas da empresa, treinadas e estimuladas para desenvolvimentos de projetos inovadores, a partir da pesquisa. Laboratórios de P&D;

4 - A partir de viagens internacionais em Feiras e Missões empresariais, nos contatos com outras culturas e empresas;

5 - A partir do conhecimento do mercado de atuação da empresa. Conhecendo profundamente o mercado, fica mais fácil de entender e até antecipar tendências.

Para enriquecer este trabalho e atingir os objetivos propostos, buscou-se na teoria uma maior compreensão sobre a origem das ideias.

Neste sentido, Jostein Gaarder em *O Mundo de Sofia* (1995) faz referência ao filósofo Platão. Este acreditava numa realidade autônoma por trás do *mundo dos sentidos*. A esta realidade ele deu o nome de ***mundo das ideias***. Nele estão as "imagens padrão", as imagens primordiais, eternas e imutáveis, que encontramos na natureza. Esta concepção é a chamada "*Teoria das Ideias de Platão*." Assim, para Platão a realidade se dividia em duas partes. A primeira parte é o *mundo dos sentidos*, do qual não podemos ter senão um conhecimento aproximado ou imperfeito, já que para tanto fazemos uso de nossos cinco (aproximados e imperfeitos) sentidos. Neste mundo dos

sentidos, tudo "flui" e, conseqüentemente, nada é perene. Nada é no *mundo dos sentidos*; nele, as coisas simplesmente surgem e desaparecem. A outra parte é o *mundo das ideias*, do qual podemos chegar a ter um conhecimento seguro, se para tanto fizermos uso de nossa razão. Este mundo das ideias não pode, portanto, ser conhecido através dos sentidos. Em compensação, as *ideias* (ou *formas*) são eternas e imutáveis.

Aristóteles achava que todas as nossas ideias e pensamentos tinham entrado em nossa consciência através do que víamos e ouvíamos. Mas nós também temos uma razão inata. Temos uma capacidade inata de ordenar em diferentes **grupos** e **classes** todas as nossas impressões sensoriais. É assim que surgem conceitos como os de *pedra, planta, animal e homem*. Para ele a razão era precisamente a característica mais importante do homem. Só que nossa razão permanece totalmente "vazia" enquanto não percebemos nada. Uma pessoa, portanto, não possui *ideias* inatas.

Dando um salto no tempo, e buscando uma relação com o tema da inovação tecnológica, o livro do escritor americano Steven Johnson, que especializou-se em temas ligados a ciência e tecnologia, conforme seu novo livro: *Where the Good Ideas Come From - De Onde Vêm as Boas Ideias*. Para este autor, "as grandes inovações criadas pela humanidade não resultam de prodigiosos talentos individuais ou de mentes superiores isoladas. As maiores invenções, ao contrário do que costumamos pensar, precisam de ambientes propícios onde possam florescer". Johnson mostra as características fundamentais, ou padrões fundamentais, dos processos de inovação desenvolvidos pelo homem e pela natureza: as descobertas preparadas por outras descobertas; as redes em que informações se chocam constantemente; as intuições lentamente construídas; as intuições acidentais; o aprendizado a partir dos erros; as invenções de uma área que encontram aplicação em outra; os processos generalizados de sedimentação do saber.

Desta maneira, ele relata, em nossa vida, se formos tentar explicar o mistério da origem das idéias, teremos de começar nos livrando deste equívoco comum: uma idéia não é algo único. Uma boa idéia é uma rede. Para tornar nossa mente mais inovadora, temos de inseri-la em ambientes que compartilhem daquele mesmo tipo característico de rede; Certos ambientes

acentuam a capacidade natural do cérebro de estabelecer novos elos de associação

Conforme Johnson, as intuições lentamente construídas, que se transformaram em inovações importantes ao longo de intervalos de tempo muito mais longos. Elas começam como uma sensação vaga, difícil de descrever, de que há uma solução interessante para um problema, que ainda não foi proposta, e persistem nas sombras da mente, por vezes durante décadas, reunindo novas conexões e ganhando força. E então, um dia, se transforma em algo mais substancial; por vezes despertadas por um novo acúmulo de informações, ou por outra intuição que perdura numa outra mente, ou por uma associação interna que finalmente completa o pensamento.

Ainda segundo o autor, as invenções de uma área que encontram aplicação em outra, podemos relatar que a genialidade de Gutenberg, não esteve em conceber uma tecnologia inteiramente nova a partir do zero (a prensa, que permitiu imprimir papéis, entre 1440 e 1448) mas em tomar emprestada uma tecnologia madura de um campo inteiramente diferente e usá-la para resolver um problema de outra natureza. Mas está claro que ele não tinha nenhuma experiência anterior com a prensagem de uvas. A revolução radical que operou se baseou antes na onipresença da prensa de parafuso na cultura de fabricação de vinho na Renânia e em sua própria capacidade de ir além de seu campo específico de conhecimento e inventar novos usos para uma tecnologia mais antiga. Se desenvolve um traço otimizado para um uso específico, mas depois ele é apropriado para uma função completamente diferente.

Constata-se que, desde Platão até os dias de hoje, são inúmeras as teorias sobre a origem das ideias. As afirmações dos empresários também demonstram uma grande variedade de fontes das ideias. No entanto, o fato concreto é que as ideias partem das pessoas, dos indivíduos, dos seres humanos, e, neste âmbito, a Ciência Ontopsicológica pode trazer suas contribuições.

O problema crítico do conhecimento foi tema de estudo desta corrente de pensamento que investigou se o homem é capaz de conhecer o real. Em sua práxis, a escola ontopsicológica realizou três descobertas acerca da realidade homem, sobre as quais funda toda a teoria e prática, sendo essas: 1)

Em Si ôntico (projeto base de natureza que constitui o ser humano); 2) Campo Semântico (transdutor de informação. Transmite uma informação, um código, uma imagem que, quando chega, estrutura em emoção qualquer coisa vivente, comportando uma variante emotiva orgânica); 3) Monitor de Deflexão (engenho psicodélico deformador das projeções do real na imagem) (MENEGETTI, 2012).

A partir dessas descobertas verifica que para o homem conhecer a si mesmo e o real deve reportar a lógica do Eua lógica do Em si ôntico por meio do processo de autenticação. É o em si ôntico a fonte da intuição e para conhecê-lo é necessário compreender sua linguagem. É o resgate da informação ôntica e sua atuação que tornam possível o desenvolvimento integral do homem. O nexu ontológico é possível por meio da autenticação do homem, da exatidão do pesquisador, e é nisso que reside a contribuição substancial da metodologia ontopsicológica.

Se as idéias e pensamentos estiverem baseadas na lógica da vida, ou do Em Si ôntico, esta idéia é vencedora pois faz nexu com o real. Porém se esta ideia ou convicção estiver baseada em uma lógica não vital, que não faz parte da realidade do indivíduo (baseada em estereótipos sociais, complexos, memes, monitor de deflexão), resultará em uma ação não vencedora de modo integral à identidade do indivíduo. E por não conhecer a si mesmo e a informação do próprio projeto de natureza o homem é inconsciente às próprias necessidades vitais e experimenta a falência existencial (angústia, depressão etc). Qual a possibilidade de resolução desta problemática? Trazer à consciência a informação ôntica do indivíduo, possível por meio dos instrumentos de intervenção da escola ontopsicológica (tais como consultoria de autenticação, consultoria empresarial, residence, entre outros) e dos instrumentos diagnósticos (tais como interpretação dos sonhos, campo semântico entre outros)⁶.

A descoberta do campo semântico possibilita uma nova compreensão acerca do ser humano por ser a comunicação base que a vida usa entre suas individuações (MENEGETTI, 2012). O fato é que esta comunicação é

⁶ Ver Manual de Ontopsicologia, MENEGETTI, Antonio. **Manual de Ontopsicologia**. 4 ed. rev. Recanto Maestro: OntopsicologicaEditrice, 2010.

inconsciente ao homem, sendo necessário um processo de autenticação e práxis existencial para resgatar este conhecimento. Por meio do campo semântico tem-se a informação da realidade por como ela é. O fato de desconhecê-la não quer dizer que não aja. Quantas vezes um indivíduo age, escolhe em base a informações alheias, executando vontades e idéias de outrem, e acredita ser a própria vontade? Compreender aquilo que é próprio do indivíduo faz com que se tenha domínio da própria vida além de saber o que fazer a cada instante, conforme a própria ordem de natureza, que é única e irrepetível.

Portanto, percebe-se as contribuições da escola ontopsicológica acerca da realidade homem e da intuição, corroborando com a fala do empresários que comentaram a origem de ideias a partir da intuição, mas não souberam explicar como nasce ou se define esta intuição. Este assunto será abordado no próximo capítulo.

7 INTUIÇÃO

A INTUIÇÃO

Certamente o maior interesse deste estudo é entender como funciona a intuição nos processos de desenvolvimento tecnológico. Que relevância tem a intuição nas ações e decisões dos empresários?

É unânime em todas as entrevistas, ao serem questionados sobre a intuição, os empresários reconheceram sua importância, mas não sabiam explicar seu funcionamento.

Que relevância tem a intuição para a inovação tecnológica? O que é intuição?

- Para Ricardo Felizzola

"A intuição é típica habilidade humana e destaca-se como fator de aumento de percepção. Como a inovação é um fenômeno que ocorre no mercado, perceber tendências é algo que pode explicar o sucesso de alguns indivíduos

empreendedores que se destacam pelo sucesso neste processo. Intuir significa perceber de forma antecipada um fenômeno que ainda não ocorreu";

- Para Eduardo Kunst

"A intuição para mim funciona, ela é bastante aplicável. Eu não sei muito bem explicar exatamente de onde vem isso, mas na verdade tem a ver com esta característica de estar vivenciando muitas experiências diferentes, estar em ambientes muito diferentes, e olhando coisas extremamente diferentes. Então, eu estou olhando aí os nossos negócios, são em ramos extremamente diversificados e produtos muito variados. Então, eu não sei o quanto isto é exatamente a intuição ou é combinação de uma série de experiências vividas, e um exercício mental de estar pensando em como fazer as coisas diferentes a partir de todas essas experiências

- Para Tironi Ortiz

"Para mim a nossa intuição funciona muito forte. Assim, por exemplo...e principalmente ter objetivos. Você ter o feeling do negócio, dentro da intuição,

em que negócio eu vou ir. E principalmente você não perder oportunidades. Eu já colocaria a intuição é não perder oportunidades”.

- Para Zenon Leite

"A intuição está muito ligada ao dia-a-dia do negócio. Mas que esses grandes insights assim que existem, e são naqueles momentos da tua vida, normalmente, em que você está fora, que você até está trabalhando mentalmente, está com a empresa na cabeça e daqui a pouco surge "puf, puf". Por exemplo, eu tenho uma intuição muito ruim que a indústria brasileira no nosso modelo vai desaparecer. Então eu já, há dez anos, eu já penso e já comecei a trabalhar outras coisas. Eu tenho certeza disso, certeza. Antes eu tinha intuição, pelo cenário, e hoje eu tenho convicção. Hoje não é mais intuição, é uma convicção de uma intuição que eu tive há dez anos atrás. E isso, nos negócios, isso faz parte do próprio dia-a-dia dos negócios.”.

- Para Moacir Loccatelli

"É enxergar e ver, porque às vezes você vê e não enxerga, e às vezes você enxerga e não vê. Às vezes uma tempestade pode ser um desastre, mas às vezes pode ser o início de uma grande solução. Às vezes o sol pode ser abrasador, mas pode ser uma excelente solução. Então, o enxergar além da materialidade”.

Como evidenciado, os empresários reconhecem na intuição uma importante ferramenta para suas vidas, e para suas decisões. No entanto, carecem de uma maior explicação sobre os aspectos técnicos e científicos da mesma. Neste sentido, buscou-se alicerçar este conhecimento a partir de algumas definições sobre intuição, e confrontá-las com os conceitos definidos pela Ontopsicologia e da metodologia FOIL.

Desta maneira, no dicionário Houais(2009), a intuição consiste em:

Intuição/s.f.1 faculdade de perceber, discernir ou pressentir coisas, independente de raciocínio ou de análise. 2 FIL Forma de conhecimento direta, clara e imediata, capaz de investigar objetos pertencentes ao âmbito intelectual, a uma dimensão metafísica ou à realidade concreta. SIN/VAR. faro, instinto, palpite, perspicácia, pressentimento, suspeita, tino.

Bechara (2003) **Intuição** (in.tu.i.ção) sf. 1 Conhecimento claro, direto, espontâneo da verdade, sem recorrer ao raciocínio. 2 Premonição, presságio. [Do lat. Ecles. Intuitio, onis.]

A partir do desenvolvimento da Ciência Ontopsicológica, Antonio Meneghetti (2012) definiu **Intuição** do latim *intusactionis = o dentro ou íntimo da ação*. Saber o íntimo da ação. Ver o fazer. *Conhecer os modos ou estruturas interiores de um projeto de ação ou evento. Colher as coordenadas de uma gestalt. Saber antes dos efeitos. Formalização do Eu a priori em relação a.* Posição de ótima funcionalidade por parte do Em Si Ôntico⁷ em relação a um projeto ou evento.

No livro “Reinventando a si mesmo”, o empresário brasileiro Luiz Calainho dedica um capítulo ao tema da Intuição. Nesta obra autobiográfica, Calainho (empresário controlador da empresa L21, organização promotora de eventos culturais) descreve inúmeras ações empreendedoras. Segundo ele: “Minha atração pelo risco, porém, não é insana. Aí entra a chamada visão esférica. Pesquisa, entendo, analiso todos os ângulos, intuo e vou” avisa Calainho. E resume a sua fórmula: “A essência do sucesso daquele que empreende está relacionada à paixão que tem pela própria idéia. Costumo dizer que não acredito somente nas idéias, tenho certeza delas”.

No livro *Atos do Congresso Business Intuition* (2004, p. 19), Antonio Meneghetti afirma

A intuição é certamente a obra-prima, a iluminação, a performance da inteligência humana em situação histórica. O homem é um ser inteligente - mais que animal, material, terrestre - e pode ter percepções universais, transcendentais, artísticas, etc. Porém, quando opera no concreto de uma pequena história, em uma relação entre outros interesses históricos, é preciso verificar se a sua alma fornece-lhe a direção e, nesse caso, qual é, e como se identifica, como se isola de impressões, semânticas, emoções, experiências,

⁷O **Em Si ôntico** é a mais importante e fundamental das 3 descobertas da Ontopsicologia. Em Si ôntico é o projeto base de natureza que constitui o ser humano. O homem produz autorealização, quando sua ação é conforme, ou isto, ao próprio Em Si ôntico. Sempre se soube que cada um de nós tem uma alma. Esta alma, porém, como é feita? O que é? Quais exigências tem? Quais modos estruturais tem por lei universal? Qual é a especificidade das suas exigências e do seu comportamento? Quais regras possui? "Alma" é um termo entendido segundo a originária etimologia, portanto desatrelado do significado religioso. No sentido laico, 'alma' é uma presença, uma causa que suscita precisos efeitos. Do grego *ánemos*, significa "vento, hálito, ar".

Os primeiros filósofos e pesquisadores da civilização humana – aproximadamente há cinco mil anos – chamaram este princípio de alma, para descrever um conceito inefável, não possível de ser verbalizado. A Ontopsicologia descobriu os critérios e os comportamentos da alma humana, individualizou as exigências desta essência espiritual encarnada. A alma é um princípio vital, sem o qual não podemos viver; princípio que a Ontopsicologia definiu Em Si ôntico. Para conhecer a história da pesquisa que levou o cientista Antonio Meneghetti à descoberta e descrição do Em Si ôntico, bem como a extensa bibliografia por ele utilizada, é fundamental consultar o livro “O Em Si do Homem”

etc." [...] "Money is mind": o dinheiro é inteligência, o business é inteligência. Mas o que é inteligência - da qual o dinheiro é uma consequência, um efeito - que se encontra em certos homens, banqueiros, empresários, políticos, etc? Qual é a mente que realiza o evento, o projeto? Quando se usam os conhecimentos da Ontopsicologia - por exemplo em uma intervenção de economia - o verdadeiro expert em Ontopsicologia resolve o problema de uma fábrica, de um partido, de uma empresa -pequena ou grande - no máximo em uma semana: observam-se apenas algumas passagens, das quais dependem tudo, e que, entretanto, são passagens remotas, elementares. "Elementares" no sentido que são os primeiros moventes ou variantes causais da efetualidade. A efetualidade - leis, bancos, herança, situações, conflitos, etc. - é sucessiva: o que conta é a impostação ou programação ao escopo.

Esse *feeling* favorece a intuição ao líder, que acontece mais forte e freqüentemente quando ele está no trabalho, na ação. Também este empreendedor e inovador ao acompanhar o trabalho que os colaboradores realizam, percebe tendências, capacitações específicas que cada ser possui e estimula também esse dom, seja ele natural ou aprendido, mas que é da pessoa, e direciona esse dom para determinada área de trabalho. "O líder dá os meios para a pessoa executar e encontrar o seu projeto" (MENEGETTI, 2008).

Ainda segundo Antonio Meneghetti (2008, p. 91),

O Líder se distingue de todos os outros pela posse natural da intuição. Esta consente operar a escolha ótima na conjuntura de diversos problemas ou diversas soluções. A intuição dá imagens, impressões, concepções, elaborados sistêmicos, experiências, campo semântico, etc.; não é fácil, mas também não é impossível.

Neste sentido, ao aprofundar estes conceitos a partir da Ontopsicologia e da metodologia FOIL, e, se fará de instrumental um texto da empresária, psicóloga com especialização em economia e consultora internacional Pamela Bernabei (2007)⁸, quando escreve sobre intuição e racionalidade, se refere:

1- No business, para permanecer competitivos no mercado, obter um sucesso duradouro, decidir um investimento ou uma diversificação de produto, um dos instrumentos que se considera importante é a intuição. No entanto, é desmedida a quantidade de livros, cursos, seminários que prometem ensinar o "desenvolvimento intuitivo" e até mesmo os que a difamam como desviante das atividades empresariais. A posição da FOIL é "existe uma inteligência, todos a

⁸ Sugerimos a leitura na íntegra do capítulo Intuição e Racionalidade de Pamela Bernabei. Extraído do livro Atos do Congresso Business Intuition (2004).

Referência: BERNABEI, Pamela. **Intuição e Racionalidade** IN: Atos do Congresso Business Intuition 2004. São Paulo: FOIL, 2007.

temos, alguns mais: procuremos compreendê-la, pois essa inteligência será um constante recurso em todas as problemáticas humanas, no nosso país, na nossa cidade, na nossa vida privada, na nossa empresa, etc."

Para compreender esta inteligência é necessário conhecer o primeiro e fundamental mover-se do homem, ou seja, como a atividade psíquica e, sobretudo, qual é a radicalidade dessa atividade psíquica, para compreender em que direção está movendo-se - e em que direção, por natureza, deveria mover-se - e quais efeitos está formalizando. Os estudiosos ou os "consultores intuitivos" sabem como a atividade psíquica se move ou se formaliza? Muitos conhecem apenas a parte consciente, mas o que a atividade psíquica formaliza no inconsciente e, aquilo se formaliza, como condiciona a parte consciente? Portanto, não se pode falar de intuição se não se conhece como se move a atividade psíquica e tudo o que lhe é conexo.

2- Muitos definem a intuição como pensamento imprevisto ou emoção flash, outros um sentimento instintivo, ou um desejo a ser compreendido, ou uma vontade imprevista de fazer algo. Outros ainda consideram que seja uma avaliação subjetiva instintiva, para alguns a focalização da mente no próprio coração, uma sensação acelerada de vida, uma impressão e uma imagem imprevistas. Ou seja, os autores que falam de intuição, discorrem e analisam os efeitos. A componente emocional que colhemos conscientemente, ainda que não saibam de onde se origina, não pode fazer parte da intuição. Esta é muito anterior, é ataraxia, imperturbabilidade.

3- Parece claro, portanto, que o voluntarismo, as sensações, as emoções colhidas pela nossa consciência já sejam um efeito póstumo da intuição que já podem ter sido desviados ou alterados por outras estruturas inconscientes que agem antes da tomada de consciência por parte do Eu lógico histórico.⁹ Então, a FOIL coloca-se em uma ótica completamente diversa de todos aqueles que falam de intuição.

⁹É a estrutura mediatrix entre o real introverso e o real extroverso, e vice-versa. É o ponto onde ocorre a tomada de consciência, de responsabilidade, de voluntarismo, de racionalidade. O Eu não deve ser entendido apenas como forma consciente, porque na zona do eu há também os mecanismos de defesa e vastas zonas do inconsciente. O Eu lógico-histórico é a capacidade de mediar o real externo segundo a exigência individual do íntimo. É a função de concretizar o real segundo a exigência introversa ou extroversa. Em suma, o Em Si faz a discriminação de ser ou não ser; o Eu a priori dá o ótimo e o Eu lógico-histórico dá o fato último existencial. Fonte: Dicionário de Ontopsicologia.

Com relação a todas as correntes de pensamento, a ótica da FOIL desloca-se decididamente, uma vez que o objetivo não é compreender como funciona a intuição, mas aquele de ir à raiz do problema, afirmando que não faz sentido falar de formar, colher ou exercitar a intuição: faz sentido formar (ou melhor, recuperar) o "instrumento" por meio do qual a intuição se explicita e realiza. Tornando sadio e exato o instrumento, nos coligamos à intuição ou, muito mais simplesmente, "automaticamente" a intuição se dá. Portanto, a formação da FOIL mira em tornar o Eu lógico histórico consciência transparente para que simplesmente "leia" a intuição e, enquanto não se dá uma consciência transparente, a intuição permanece apenas uma hipótese, porque do inconsciente, como já vimos, são emanados diversos e contraditórios sinais que nada têm a ver com a intuição.

4- A síntese dos pontos precedentes, é que, para fruir a intuição e distingui-la de tudo o que é emoção, voluntarismo, complexo, etc., é preciso colher como a atividade psíquica está movendo-se. Para fazer isso, devemos tornar o Eu lógico-histórico transparente a todos os estereótipos, complexos, etc., para que reflita como ela está movendo-se. É necessário saber quais são os impulsos que em nível inconsciente são prioritários naquele momento no indivíduo, quais são as causas e as suas interferências. E, enfim, é necessário ter um código de leitura reversível para interpretar as imagens que o inconsciente dá e consentir a autenticação. Se se possuem todas essas respostas, podemos falar de autenticação do indivíduo e da conseqüente compreensão e realização da sua intuição. Através da consultoria de autenticação, o indivíduo pode fazer esta mudança de mente. A esse ponto, se não se possui o conhecimento das três descobertas (Em Si ôntico, monitor de deflexão e campo semântico) da metodologia ontopsicológica e o código de interpretação dos sonhos segundo esta metodologia, é impossível conhecer e compreender como a atividade psíquica está movendo-se; conseqüentemente é impossível fazer metanóia (mudar a mente) com o fim de restabelecer a conexão do Eu lógico histórico com as pulsões do Em Si ôntico.

5- E então, bem vinda a racionalidade. Mesmo que tenham lido alguns livros ou feito algumas entrevistas, se não estudaram a Ontopsicologia segundo o método científico, não a estudar em primeira pessoa, com toda a seriedade que comporta uma ciência racional, e se não se valerem de sedes e

estruturas ontopsicológicas certificadas e supervisionadas, usem apenas a racionalidade. Farão menos danos a si mesmos e à Ontopsicologia, sobretudo.

Conforme se pode depreender do texto acima, tem-se, a partir do conhecimento da Ontopsicologia, uma importante ferramenta de gestão de vida. A intuição, tão importante para quem é líder e empreendedor, é ainda mais importante para quem trabalha com inovação tecnológica, onde as idéias e a criatividade precisam aflorar com mais intensidade e rapidez. Mas, para poder compreender o processo de intuição, é necessário antes se conhecer, se autenticar.¹⁰

Certamente o maior desafio para os empresários é ter este auto-conhecimento, investir em estudar-se, compreender-se. Neste caso, a grande novidade é a importância da compreensão do funcionamento do inconsciente, onde se poderá ter, além da base para seu auto-conhecimento, a base para a diferenciação e o ganho existencial e econômico; afinal, para sermos melhores, para atendermos melhor nossos mercados, para , enfim, ganharmos mais dinheiro, precisamos ser melhores que nossos concorrentes.

Este trabalho foi propositalmente realizado a partir de entrevistas com 14 empresários, que atuam em empresas inovadoras, e que não conhecem a Ontopsicologia. Suas respostas possibilitaram ter uma compreensão de como funciona uma mente inovadora; no entanto, se tivessem sido entrevistados outros empresários, nem tanto inovadores, com certeza muitas das características aqui percebidas, também aflorariam.

Então, a inovação acaba sendo muito mais treino e método do que qualquer outra coisa; mas a importância da intuição, que também é fundamental para todo e qualquer empresário, é decisiva para quem é inovador, e trabalha com produtos que precisam ser constantemente reinventados.

¹⁰ Autenticação é do Grego $\alpha\upsilon\tau\acute{o}\varsigma \ \acute{\epsilon}\nu \ \tau\acute{\iota}\theta\eta\mu\iota \ \acute{\alpha}\gamma\omega$ = eu me ponho igual à ação que sou. Uma coisa ou um contexto é autêntico quando se demonstra por como o ser se presencia (em antecipação a qualquer configurado racional ou lógico). Psicoterapia de autenticação

A psicoterapia e o residence de autenticação são os instrumentos que a Ontopsicologia usa para uma reorganização precisa da racionalidade do sujeito e para impostar a eficiência do Eu histórico-psicológico no realizar a genialidade da própria existência, em qualquer aspecto.

Para incrementar com um exemplo elucidativo, faz-se referência a artigo de Cristina Cecconi, em "Intuição: entre a loucura e a história", no livro Atos do Congresso Business Intuition (2004, p. 174). Nesta passagem autora relata e interpreta um testemunho colhido do empresário e político italiano Sílvio Berlusconi,

(...) Primogênito de três irmãos, desde garoto lhe era reconhecida pelos colegas e professores uma grande capacidade de carisma e de liderança, tenacidade nos estudos, extrema diversificação de interesses, a atitude a colocar-se objetivos ambiciosos e a aplicar-se ao máximo para atingi-los. Até hoje teoriza e pratica um 'estilo de vida' no qual a dimensão estética e os espaços privadíssimos para cultivá-la (através da música, da arte, da jardinagem, da decoração entre outras coisas) são preservados com o maior zelo. Até hoje teoriza e pratica um 'estilo de vida' dentro do qual o 'grupo', o 'time', os colaboradores e os amigos, são importantíssimos: mas as decisões importantes são tomadas em absoluta solidão.

(...) Do seu testemunho, colhido com extrema síntese nas passagens que relataremos a seguir a propósito da intuição, emergem algumas convicções muito bem radicadas, todas confrontadas pela experiência pessoal:

Primeiro: da intuição pode-se confiar, porque é exatamente dela que parte a escolha vencedora;

Segundo: a inspiração da intuição nasce do profundo do irracional, ou daquilo que outros chamam de inconsciente;

Terceiro: a razão, assim como convencionalmente é entendida e exercitada, pode ser nesse sentido até mesmo desviante.

(...) Foram exatamente os projetos pelos quais mais instintivamente me apaixonei, contra a opinião de todos, mesmo contra os estimados amigos, os projetos pelos quais tive que dar atenção ao coração, mais que à fria razão, aqueles que depois tiveram os maiores e mais decisivos sucessos", afirma Berlusconi.

Ainda, de acordo com a análise de Cecconi, (2004, p. 174) um projeto que envolve 'instintivamente' e que 'apaixona', superando a 'fria razão', é um projeto que depois - na vida de um Berlusconi- é atuado em campo com uma fria e racionalíssima estratégia dos meios funcionais ao escopo: para construir prédios e bairros inteiros, criar do zero e missoras de televisão, comprar casas editoriais, fundar um partido político do nada.

Desta maneira, ao buscar responder qual a relação entre a intuição nos processos de inovação tecnológica, pode-se afirmar que, de acordo com o conhecimento ontopsiológico é necessário favorecer, identificar e atuar a intuição de liderança. A intuição é direta emanção do Em Si ôntico e,

enquanto exclusiva deste, é infalível. É a projeção formal de um ponto que consente a máxima função mediadora de um ou mais contextos a um sujeito (MENEGETTI, 2008). Estabelecido um contexto de ações e reações em relação a um ator interno ou externo, a intuição dá o único ponto para mediar o todo em vantagem do ator. Portanto, é tornar consciente, levar as estruturas conscientes ao projeto primário, a informação primária que é originada no Em Si ôntico. Nisso, obtém-se a realização. A demonstração objetiva da Ontopsicologia está na práxis ou resultados: sanidade funcional e realização (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ONTOPSICOLOGIA, 2013).

A Ontopsicologia pode ser de auxílio ao líder, para que este compreenda o que é a intuição, e distinguir a intuição de outras informações que não fazem parte de seu projeto de vida, especialmente por meio da interpretação dos sonhos¹¹. Portanto, é uma técnica extremamente econômica ao gestor, porque auxilia a compreender o que é necessário fazer aqui e agora, conforme a própria identidade.

¹¹ O sonho é o mundo da nossa realidade, em sua maior parte, interior e inconsciente. Para a disciplina ontopsicológica, o sonho é um indicador e informador infalíveis sobre o sujeito e o seu modo de administrar-se. Essas informações são um válido parâmetro a mais para a consultoria em diversos campos: existência, economia e relações. Fonte: MENEGETTI, Antonio. **Prontuário Onírico**. 6.ed.. Recanto Maestro-RS: Ontopsicologica Ed.,2012

*8 A INTUIÇÃO E A
INOVAÇÃO: pelos
empresários*

A INTUIÇÃO E A INOVAÇÃO: Pelos Empresários

Segue uma apresentação resumida de cada empresário entrevistado a respeito do tema, extraído das entrevistas:

01– ADERBAL LIMA, 56 anos, Engenheiro Eletrônico, Diretor-Executivo da empresa NOVUS, (fabricante de instrumentos eletrônicos para controle, aquisição, registro e supervisão de dados, com padrão internacional, atuando principalmente no segmento de automação industrial), Porto Alegre, RS.

- **Inovação:** “Inovação, para mim, é pegar algo que não está funcionando bem e melhorar. Seja produto, seja serviço, seja maneira de fazer algo, e, se possível melhorar como isso funciona, ou faz, ou como se presta um serviço, sem perder a poesia”.

- **Características de uma pessoa inovadora/estilo de vida:**“...Observador, muito observador. Tem que prestar atenção em como ocorrem as coisas, como é realizada uma tarefa, uma função, como funciona um produto, e sempre pensar que é possível melhorar isso”.“...Eu tenho vários hobbies, por exemplo, na área de enologia, eu adoro vinhos, curto muito, e em quase todas as viagens que faço para o exterior estou sempre inserindo visitas em lugares importantes. Eu coleciono saca-rolhas antigos, eu tenho uma coleção de uns 150 saca-rolhas exóticos. Aquilo que dá muito prazer, eu mantenho lá no meu subsolo o meu cantinho dos vinhos com os saca-rolhas pendurados. Eu adoro bicicletas, adoro duas rodas, eu adoro andar de bicicleta e pedalo com muito prazer ... Faço isso com frequência. Isso é uma forma também de manter o corpo em dia, em queimo as minhas calorias, legal, eu jogo tênis, tenho um jogo hoje às sete horas, no mínimo duas vezes por semana, quando não estou viajando... Adoro natação... Esquio quase que profissionalmente, não ganho dinheiro com isso, mas esquio forte, esquio na neve. Mais recentemente eu comecei a realizar um sonho de adolescência que é pilotar. Eu tenho pilotado aviões, estou aprendendo, talvez quarta-feira eu faça o meu vôo de cheque-Anac, aí eu conluo a minha carteira para poder pilotar em qualquer lugar do Brasil”.

- **Intuição:**“Esta é uma palavra que me marca muito, há muitos anos. Intuição, pelo menos pra mim, na minha vida profissional e particular também. Eu volto a repetir: a psicologia do ser humano, entender a psicologia do ser humano. Para mim, é totalmente intuitivo. Nunca li nada a respeito, eu acho isso fundamental para compreender um funcionário, uma equipe, um departamento, um grupo maior de funcionários, e a intuição, para mim, nesta área, vale muito”.

02 – EDUARDO RENATO KUNST, 46 anos, Técnico em Química, Administrador de Empresas, Tecnólogo em Calçados, Pós-Graduação em Marketing. Presidente do Grupo ARTECOLA (Artecola Química, abrangendo as áreas de adesivos e laminados; Plásticos MVC, atividades de concentração em plásticos de engenharia; e Arteflex, negócios de Equipamentos de Proteção Individual-EPI), Campo Bom, RS.

- **Inovação:** “O conceito que nós trabalhamos é você criar coisas diferentes daquilo que existe, mas criar coisas que realmente agreguem resultados. De que resultados a gente está falando? Não é só o econômico-financeiro; logicamente este é uma vertente muito importante, mas ela tem mudar a vida das pessoas e das empresas, dos negócios. Se ela não fizer uma alteração, e uma alteração para melhor, logicamente, ela não está sendo uma inovação”.

- **Características de uma pessoa inovadora/estilo de vida:** Se você tiver todas as pessoas com perfil muito parecido já é um problema, por mais que este perfil seja inovador. Então, assim, como empresa a gente busca ter um time que tenha valores similares, que tenha linhas de pensamento, motivações similares, mas comportamentos diferentes. Um grupo mais heterogêneo dá mais trabalho para administrar, mas por outro lado ele realmente agrega muito mais. Por outro lado, quem normalmente puxa o processo e traz as idéias são aqueles que gostam de experimentar. “...Então, eu acho que esta é uma característica que não pode faltar nessa equipe: pessoas que queiram provar o diferente, que queiram testar algo diferente. Porque as vezes você está testando o diferente e você descobre uma solução diferente da que esperava, e as vezes você descobre uma coisa que não é nem para aquele tema, mas que ela vai ser aplicada numa outra necessidade futura.

“O meu grande hobby, o que eu mais gosto de fazer é “fora de estrada”, eu gosto de realmente experimentar caminhos que eu nunca passei. Caminhoneta, minha origem era moto, fiz 11 anos de enduro, competia de enduro; mas o que mais me atraía, logicamente a parte de competição também sempre me atraiu muito, é que no enduro você compete consigo mesmo em primeiro lugar, né, com a sua capacidade.

- **Intuição:** “A intuição para mim funciona, ela é bastante aplicável. Eu não sei muito bem explicar exatamente de onde vem isso, né, mas na verdade tem a ver com esta característica de estar vivenciando muitas experiências diferentes, estar em ambientes muito diferentes, e olhando coisas extremamente diferentes. Então, eu estou olhando aí os nossos negócios, são em ramos extremamente diversificados e produtos muitos variados. Então, eu não sei o quanto isto é exatamente a intuição ou é combinação de uma série de experiências vividas, e um exercício mental de estar pensando em como fazer as coisas diferentes a partir de todas essas experiências”.

03 – ESTEVÃO LEUCK, 38 anos, Formação ensino médio, estudante de Engenharia da Produção. Diretor da empresa LEUCK Inteligência Hidropneumática Ltda (aplicações hidráulicas, pneumáticas e instrumentação, em vários segmentos como indústria química, petroquímica, papel e celulose, siderurgia, mineração e indústria automobilística), Porto Alegre, RS.

- **Inovação:**“ Inovação para mim são dois pilares bem simples: é algo que não existe e aquilo que o mercado aceita. Porque não adianta você fazer uma ferramenta diferente , mas que o mercado não quer comprar, então não é inovação. Então assim: inovação é aquilo que não tem similar ou se tem similar é inferior, e aquilo que o mercado aceita e paga um bom preço para ter esta inovação”.

- **Características de uma pessoa inovadora/estilo de vida**“Eu penso , nestes anos de inovação que eu tenho visto as pessoas inovadoras e eu também, minha característica inovadora é ser curioso, saber o que que está carente, o que está faltando, qual é a dificuldade, o que pode ser feito aqui no Brasil”. “... uma pessoa inovadora é um pouco de artista, uma pessoa curiosa, e ter um pouco de ambição, porque quem faz um projeto de inovação espera um resultado financeiro diferente, porque é uma aposta, inovação não deixa de ser uma aposta , isso aí requer muito, acreditar, a pessoa tem que ter muita persistência e acreditar no que ela está fazendo”

- **Intuição:** “Olha, eu tenho um insight um pouco retardado, porque assim, a minha idéia vem depois que eu tenho a necessidade, ou seja, existe uma carência, atrás daquela carência eu começo a pensar, e aí sim, aí vem a boa idéia, eu acho que dessa forma dá para fazer e aí são ensaios de teste e aquela coisa toda, mas a intuição para a pessoa inovadora é muito importante, porque a inovação não é uma coisa tão exata, é uma coisa que realmente a gente tem que pensar certas vezes assim, e ter assim, justamente um insight né, eu acho que desta forma vai dar certo, e a partir dali começar a botar, materializar a idéia.”

04 – GIOVANI GEREMIA, 28 anos, Engenheiro Mecânico , Mestre em Ciência e Tecnologia dos Materiais, Diretor da empresa INSTOR Projetos e Robótica Ltda (Desenvolvimento de Projetos e Soluções Robóticas para segmento industrial em geral, especialmente óleo e gás, mineração e segurança), Porto Alegre, RS.

- **Inovação:** “... A inovação para nós basicamente é uma invenção que tem solução pro mercado, que vai para o mercado e gera retorno. Então, para mim a definição principal da inovação é esta. Claro, a inovação pode ser de produto, que é o que a gente mais trabalha, pode ser de processo, pode ser de gestão, tem diversos tipos de inovação que tu pode abordar. Mas em geral, para mim inovação tem que ser uma coisa nova, alguma coisa que te facilite, te agilize, processos, produtos , mas que te dê uma resposta financeira , que te dê um ganho.”

- **Características de uma pessoa inovadora/estilo de vida:**”Basicamente, a mistura inovador com empresário se torna um workaholick. Ele está 100% do dia , inclusive na hora que ele está dormindo ele está trabalhando, está inovando”.”... É meio que workaholick, a coisa tem que acontecer ao natural, né. Mas a pessoa inovadora, e o inventor também, eles têm que ser um meio indignados; dá para fazer melhor,? Por exemplo: a pessoa vai fazer sempre o mesmo caminho para ir para casa; não, vamos tentar um outro caminho, a pessoa é um pouquinho hiperativa. É sempre procurar uma solução, um jeito melhor de fazer as coisas. Isso eu acho que está no sangue do inovador; todos os meus amigos inovadores eles são um pouquinho hiperativos.”

- **Intuição:**”Para mim é fundamental. Para a inovação a pessoa tem que ter uma intuição, claro tem que ter um conhecimento técnico, isto é importante; não tem como você inovar sem conhecer; o conhecimento técnico da base acadêmica ou não, a base de experiência de vida.... Mas tem que ter um feeling, ele tem que saber quando a coisa acontece, porque a coisa acontece, como ela pode acontecer melhor. Então, isto é até uma coisa boa, porque ele não dorme direito, vai deitar para dormir e a cabeça fica trabalhando, não consegue desligar.”

05 – JOSÉ LUIS BOZZETTO, 57 anos, Formação em Engenharia Eletrônica Diretor da BCM Automação Ltda (Projetos de Automação e Desenvolvimento de Sistemas), Diretor da FIERGS, Porto Alegre, RS.

- **Inovação:** “A inovação não é um objetivo; ela é um meio. Na verdade, o que nós desenvolvemos são coisas que os clientes precisam, querem, ou vão precisar. O que nós procuramos é atender o mercado imediato e o mercado futuro. E isto exige pensar, e as vezes, até criar produtos inovadores; ele é muito mais fruto da ansiedade de fazer coisas que são necessárias, do que efetivamente a busca da inovação específica”.

“... a vontade de empreender, a energia, a energia empreendedora é um dos elementos mais raros e fundamentais para o enriquecimento duma sociedade”.

“...E a inovação é fruto desta energia”.

- **Características de uma pessoa inovadora/estilo de vida:**“É uma pessoa que quer fazer coisas, uma pessoa que quer fazer, que gosta do que faz e quer fazer bem feito. Os italianos tem um termo para isso que é uma coisa muito interessante de entender, aquela criatividade do norte da Itália, que é “el gusto pelo bello”; quem gosta de fazer bem feito, inova, seja italiano, alemão, português, índio, não interessa”....a vontade de fazer o bem feito, associada ao meio, para mim são as essências da inovação. E aí vão despontar as pessoas mais inquietas...”.

- **Intuição:**“Intuição na verdade é o nome que se dá para uma forma de lógica que não se consegue equacionar bem. Quer dizer, acho que hoje já se saiu daquela idéia do pensamento racional sequencial como sendo o único. Hoje a inteligência de um jogador de futebol que pega a bola e tem aquela visão micro-segundos, e dá o passe, o drible, e consegue, isto é uma grande inteligência, do pintor, do poeta. Essa intuição na verdade é o resultado de uma série de sensações, que são processadas no cérebro da pessoa, que não é só cérebro, é físico, é tudo, e que geram o que eles chamam de visão.” “.... Eu acho que a intuição existe, sem sombra de dúvida, e ela é bem explicável nas sensações humanas. É explicável, mas não equacionada.”

06 – LUIZ FRANCISCO GERBASE, 59 anos, Formação Engenheiro Eletricista-Eletrônica, Mestrado em Ciência da Computação, Diretor-Presidente da empresa ALTUS Sistemas de Automação S.A(fabricante de equipamentos e componentes eletrônicos com ênfase em automação industrial), Sócio do Grupo PARIT (ALTUS S.A, TEIKON S.A. HT Micron S.A.), também Presidente da Associação P&D Brasil, São Leopoldo, RS.

- **Inovação:** “ Para mim, inovação é transformar o conhecimento em valor. E a gente usa este conhecimento, embute ele num produto ou serviço, que tem um sucesso comercial significativo. Só assim a inovação vai existir”.

- **Características de uma pessoa inovadora/estilo de vida:**“.... a pessoa tem que ser muito boa, reunir habilidades inventivas com realizadoras. Porque não adianta ser inventor e não chegar lá, e nem ser realizador sem ter uma boa idéia. Então, a inventividade ou criatividade associada a competência e realização é que te dá o fator inovação”.

- **Intuição:**“Esta é uma bela pergunta. O que é intuição? Parece que o Akyo Morita, fundador da SONY, no tempo que ele escreveu seu livro a palavra inovação não existia dessa maneira. Ele dizia o seguinte: não adianta fazer pesquisa de mercado e se olhar pelo retrovisor, tem que olhar para a frente. Então, eu acho que a intuição tem a ver com isso, o fato de intuir o que o que o mercado vai comprar, ou vai querer de diferente. E se tu não tiver intuição tu vai simplesmente copiar. Então, intuição, eu acho que é um conjunto de percepções, de mercado e de possibilidades de fazer aquilo, que tu articula, tu junta e dá a faísca”.

07- MARCELO VACCARI, 41 anos, Formação em Comunicação, Publicidade e Propaganda, Diretor da empresa Aurora Imagens(Produtora especialista em Imagens Aéreas de Baixa Altitude) , Sede Tecnopuc-Viamão, RS.

- **Inovação:** “ Inovação é você conseguir fazer a mesma coisa, mais rápido ou mais barato, assim, eu acho que criar algo novo, hoje, claro que é inovação, mas é cada vez mais difícil né, um serviço novo. Então eu acho que inovação hoje está em aperfeiçoamento, acho que é você conseguir modificar um produto, um processo, e conseguir entregar para o cliente algo mais eficiente, mais barato”.

- **Características de uma pessoa inovadora/estilo de vida:**”... O que eu acho que o inovador tem que ter é coragem, porque no meu caso eu tive que deixar o porto seguro e arriscar tudo que eu tenho e o que eu não tenho pra fazer o negócio andar, né? Eu sempre tive uma vida paralela, aquela vida esportiva, desde quando eu comecei, virei empreendedor, não tive mais tempo pra isso, assim, hoje eu trabalho muito mais do que trabalhava antes, mas o que me alimenta é a expectativa do negócio dar certo, é uma briga interna muito grande, eu não sou de desistir assim, sabe, eu fico me cobrando demais, então eu acho que , esse negócio já está me levando três anos, está começando a melhorar, então agora é pior, porque agora você acredita que o negócio dá certo, você quer ir mais, então.”

- **Intuição:** “A intuição é muito importante. Eu acho que a intuição te faz também acreditar; se você não acredita o negócio não vai pra frente. Eu sempre fui ligado à intuição assim, sabe, eu tenho um negócio.....umas sacadas...a qualquer momento, conversando, lendo, sonhando..., e tem aquele negócio, e aí se aquela intuição não deu certo por qualquer motivo, aí sim você vai querer provar o contrário, que ela tinha que ter dado certo, então você vai indo, indo, até conseguir fazer o negócio que você acha que era aquilo lá, sabe. Então para mim tudo começa com a intuição, e eu vou sempre atrás disso”.

08 - MOACIR ANTÔNIO LOCATELLI, 61 anos, Formação em Ciências Sociais, Pós-Graduação e Mestrado em Antropologia. Diretor da Metalúrgica Fratelli (Indústria Metalúrgica e Soluções para Energia solar e eólica), em Santa Rosa.

- **Inovação:**“É uma melhoria muito significativa. Porque melhorias pequenas podem ser aglutinadas e ser uma grande melhoria. Mas normalmente uma inovação não é uma pequena melhoria, é uma nova fórmula de ver o mundo, uma nova concepção do produto. Por exemplo, um aero-gerador de eixo vertical pode funcionar bem? Pode. Mas um aero-gerador de eixo horizontal pode funcionar bem? Pode. Então, são duas concepções diferentes. Um celular, pra que ter câmera, pra que ter câmera de vídeo, pra que ter gravador? Mas são melhorias muito significativas. Inovação é uma grande melhoria, uma nova fórmula de se utilizar aquilo que existe.

- **Características de uma pessoa inovadora/estilo de vida:**“É abrir o olho. Não significa abrir o olho, mas significa enxergar uma oportunidade onde talvez poucos consigam enxergar. Acho que pode existir o maluquinho, pode existir o pardal, mas podem existir pessoas normais que tenham uma vida mais ou menos normal e que possam ser pessoas que enxergam um pouquinho além do que normalmente as pessoas enxergam. Então eu acho que uma boa definição seria: ter uns bons óculos para enxergar além do que é o normal. E caminhar nessa direção para encontrar uma boa alternativa para isso. Porque dependendo dos óculos que a gente usa, a gente enxerga escuro, a gente enxerga menos, ou a gente enxerga muito mais.”

“Mas eu acho que todas as pessoas deveriam saber algumas coisas. Por exemplo: várias línguas. “Ah, mas eu sei um pouquinho de...”. Muito pouco. Tem que saber bem. Acho que deveria saber tocar alguns instrumentos. Porque, você imagina, um sábado à tarde, um domingo à tarde, um dia, uma noite qualquer, você tocar pra você. Eu gosto de fazer isso. Eu gosto de tocar as minhas músicas. Às vezes não são as músicas que as pessoas gostam, mas são as que eu gosto. E gosto de tocar para as outras pessoas. Me sinto bem com isso, compartilho isso também... Também me faz muito bem.”

- **Intuição:** "... É enxergar e ver, porque às vezes você vê e não enxerga, e às vezes você enxerga e não vê. Às vezes uma tempestade pode ser um desastre, mas às vezes pode ser o início de uma grande solução. Às vezes o Sol pode ser abrasador, mas pode ser uma excelente solução. Então, o enxergar além da materialidade... Acho que a metafísica tem uma parte importante nas pessoas. "...A intuição não é premonição, mas é assim, perceber um pouquinho antes daquilo acontecer. Perceber pra ajudar a acontecer. Talvez esse encaminhamento faz com que as pessoas sejam mais e melhores pra elas".

09 – OLDEMAR PLANTIKOW BRAHM, 60 anos, Engenheiro Elétrico, especialização eletroeletrônica. Presidente da Digistar Comunicações S/A (Telecomunicações e TI, especializada em equipamentos convergentes-voz, dados, vídeo e mobilidade), São Leopoldo, RS.

- **Inovação:** "Como nós somos fornecedores de soluções, de equipamentos, não importa, eu tenho que atender todos os dias com isso aí. Não importa o produto. Tem que ser o de última tecnologia, que atenda todas as necessidades do mercado, qualidade, preço e tem um quarto também: tempo. Tempo, vamos dizer assim, que a pessoa espera receber. E acontece que eu não estou sozinho. Qualquer setor hoje tem, eu não me lembro assim, de ter um setor que está sozinho, que tu não tenhas concorrente. Então onde é que eu vou usar a inovação? Eu tenho que fazer isso, essa solução, ela tem que ser sempre melhor que a dos outros. Tem que ser sempre melhor. Ou no preço, ou na inovação... Ao invés de usar uma tecla eu uso o touch screen, não importa. Eu tenho que fazer diferente. Fazer diferente para ser melhor".

- **Características de uma pessoa inovadora/estilo de vida:**Eu acho que a primeira coisa é que a pessoa não pode ser acomodada. Ela tem que saber que não pode parar de mudar. É proibido não mudar. É, basicamente é isso. Ele tem que sentir... Ele tem que ter um receio de que se ele não mudar ele não vai estar no alto amanhã. Ele tem que ter, vamos dizer assim, alguém empurrando pro trás. Ele tem que ter essa iniciativa por trás e de certa forma saber que atrás vem chumbo grosso. Porque senão às vezes as pessoas não se motivam e não alcançam resultados".

- **Intuição:**"Isso é uma coisa difícil de medir, mas tem. Mas eu acho que essa intuição pode ser para o lado ruim ou para o lado bom. Mas como a pessoa já tem uma bagagem boa, geralmente dá uns cliques.Por exemplo, no meu caso, que já tenho 60 anos e sou empresário há mais de 20 anos. E a gente não é que nem o filho do Gerdau que foi preparado. A gente é empresário feito a facão. Então a gente já errou mais. A gente acerta e erra. Então eu acho que essas coisas, o que já deu certo e o que deu errado, e olhando as tendências do que está ocorrendo, isso, nesses cliques, te ajuda bastante".

10 – REGIS HAUBERT, 49 anos, Eletrotécnico, Formado em Administração de Empresas, MBA em Marketing. Diretor da EXATRON Indústria Eletrônica Ltda (automação predial e material elétrico de instalação), Diretor Regional da ABINEE Porto Alegre, RS.

- **Inovação:** “Inovação é fazer algo diferente atendendo muitas vezes, ou superando as expectativas que o consumidor tem, de uma forma diferente, que não é usual.”

- **Características de uma pessoa inovadora/estilo de vida:**” Fazer atividades físicas, para manter o corpo e a mente sadia; depois leitura, gosto de ler de tudo, não me foco só em questões que são da minha área; hoje corro e estou me voltando para corrida de aventura, a corrida no asfalto já não tem mais tanta graça, e a corrida de aventura te propicia fazer parte da paisagem, e dentro de um contexto que tu não tem até então, é legal, e é um desafio maior também, gosto de jogar padle, de atividades na água também.”

“...E, sem dúvida, isso aí me dá uma energia muito maior para vir trabalhar, abre a cabeça e tira certos pesos para te liberar a criar, a inovar e a pensar de uma forma diferente”.

- **Intuição:** “Sabe que isto aí é meio estranho, porque quando a gente diz: como é que tu chegou nisto? Foi a intuição; e a intuição tem um peso meio pejorativo para a grande maioria das pessoas. Não, tudo tem que ser científico, tudo tem que ter processos, e seguir regras, e planejar, e pesa muito assim; eu bato o olho em determinados projetos, e eu começo a enxergar os diferenciais que este projeto tem que ter no mercado para ter um diferencial competitivo, para que ele tenha um pouco mais de valor agregado e que o consumidor enxergue isto, que isto é a grande sacada que tem...”. “Não tem um momento exato que isto acontece, mas como tu acaba te policiando e evoluindo dentro deste processo, ele acontece com mais frequência. As vezes estou tomando banho estou pensando em alguma coisa surge, anoto ou gravo no telefone e trago para a empresa no outro dia, ou já passo hoje um e-mail para mim mesmo, para lembrar. Ocorre seguido, principalmente quando tem alguma coisa que é que se tem um grau de dificuldade e não se está resolvendo também; nesse momento a cabeça não para...”.

11 –RICARDO FELLIZZOLA, 58 anos, formação Engenharia Eletrônica Diretor-Presidente da empresa HT MICRON (fornecimento de soluções locais em back-ens de semicondutores para a indústria eletro-eletrônica). Também sócio do Grupo PARIT (ALTUS S.A., TEIKON S.A e HT Micron), Vice-Presidente da FIERGS, Coordenador do Conselho de Inovação Tecnológica (CITEC), e Presidente do Conselho Consultivo do PGQP (Programa Gaúcho da Qualidade e Produtividade), São Leopoldo, RS.

- **Inovação:** “Trata-se de um fenômeno de mercado gerado por empresas diferenciadas em termos de competitividade, altamente compensador em termos de geração de riqueza, que se baseia em algo novo que rapidamente torna-se absolutamente necessário”.

- **Características de uma pessoa inovadora/estilo de vida:** “ A pessoa inovadora seria uma agente de inovação. Seria alguém altamente estimulado pela conjuntura atual do mundo conectado, muito bem educado, especialista em alguns assuntos, amante da tecnologia e da gestão. Um hobby deste tipo de pessoa seria algo difícil de definir, mas há grande probabilidade de ser algum esporte competitivo”.

- **Intuição:**” A intuição é típica habilidade humana e destaca-se como fator de aumento de percepção. Como a inovação é um fenômeno que ocorre no mercado, perceber tendências é algo que pode explicar o sucesso de alguns indivíduos empreendedores que se destacam pelo sucesso neste processo. Intuir significa perceber de forma antecipada um fenômeno que ainda não ocorreu”.

12 –RODRIGO KRUG, 26 anos, estudante em engenharia de controle e automação. Proprietário da empresa Cliever Tecnologia (pioneira no projeto e fabricação de impressoras 3D. Também desenvolve soluções sob demanda para o mercado de automação e projetos), incubada na Tecnopuc, Porto Alegre.

- **Inovação:** “Seguindo uma definição de um Professor, ele disse que inovação é tudo aquilo que gera nota fiscal. Mas a inovação é uma forma diferente de enxergar soluções. A hora que você começa a pensar fora do quadrado, pensar diferente do que as outras pessoas pensam, eu acho que aí você está praticando uma inovação”.

- **Características de uma pessoa inovadora/estilo de vida:**“Tens que ser desafiador. Tens que te provocar com desafios que surgem no teu dia a dia. Acho que a inovação surge de uma provocação, de uma vontade de fazer diferente, de uma vontade de criar uma coisa nova que ainda não existe. Então eu acho que o empreendedor ou o empresário tem que ter essa característica de estar sempre atento, de estar com as “antenas” plugadas ao que está acontecendo, e tentar, não se apegar a mesmice. Eu acho que a gente vê bastante isso. O inovador é alguém audacioso.”

“Eu pratico esporte. Eu pratico um esporte que não é comum, inclusive. Eu sou piloto de motonáutica. É uma coisa competitiva, é uma coisa que poucos fazem, que envolve muita adrenalina, muito risco e é uma coisa que a gente tem que trabalhar em vários pontos. Porque só o motor não ganha, só um barco rápido não ganha.”

- **Intuição:** “A intuição acho que está presente 24h no nosso dia a dia. A gente vê uma coisa, a gente acredita naquilo e mira pra ter o sucesso que a gente está pensando. Oitenta por cento das idéias que surgem no dia são besteira, loucura, são uma viagem, são o brainstorm como a gente chama. São coisas que dificilmente vão se tornar realidade. Só que, no final dessas oitenta, tu consegues juntar, compilar essas idéias e atingir um objetivo final. Eu acho que isso está presente no meu dia com certeza. Principalmente o próprio fato de começar a empresa de impressão 3D foi uma intuição. A tecnologia era conhecida, mas deu aquele (estalo com os dedos): “Está na hora de a gente

fazer isso aqui no Brasil". E isso está sendo assim com várias outras coisas que a gente está desenvolvendo e inovando nessa área".

13 – TIRONI PAZ ORTIZ, 42 anos, administrador de empresas, Pós-Graduação em Marketing, Diretor-presidente da IMPLY Tecnologia Eletrônica (produtos e serviços nas áreas de Entretenimento e Informação), Santa Cruz do Sul, RS.

- **Inovação:** “Para mim, é se diferenciar dos produtos existentes no mercado. Isso para mim é inovação: você criar um produto com alta tecnologia e que seja diferenciado dos que já estão no mercado. Esse é o diferencial”.

- **Características de uma pessoa inovadora/estilo de vida:** “Eu acredito que uma pessoa inovadora tem que estar constantemente pensando em novos produtos, pensando em incrementar novas tecnologias nos produtos que já fazem parte do seu portfólio, e, principalmente, pensando no que o mercado espera do novo produto. Isso é inovação, principalmente tentar adivinhar o que o mercado quer”.

O principal gás é a gente fazer aquilo que gosta. Paixão. Me realizo com a empresa, com tudo o que eu faço. Eu sempre comento com o meu time também que a gente tem que fazer acima de tudo, acordar da cama motivado. Certamente que tu vais encontrar problemas na tua vida, no teu dia-a-dia, mas tu tens que estar motivado e saber que tu és capaz de resolver aqueles problemas. Para mim, basicamente, os hobbies que eu tenho é caminhada, ir na academia eventualmente quando a agenda permite... Uma janta com os clientes, para mim é um hobby, essa troca de idéias...

“...Mas as viagens, eu estou constantemente em viagem de negócios, , essa possibilidade de interagir com novas culturas me agrada muito...”.

- **Intuição:** "Para mim a nossa intuição funciona muito forte. Assim, por exemplo...e principalmente ter objetivos. Você ter o feeling do negócio, dentro da intuição, em que negócio eu vou ir. E principalmente você não perder oportunidades. Eu já colocaria a intuição é não perder oportunidades.

“Para mim fluem bastante quando eu estou viajando. Tanto a nível nacional como internacional. Eu estou dentro do avião e estou refletindo. Eu estou numa viagem vindo para cá e estou sozinho no carro, é o momento em que eu coloco essa reflexão. Quer dizer, bom, pra que lado vamos, que rumo é o certo, o que tem de novas oportunidades... basicamente isso”.

14 - ZENON LEITE NETO, 58 anos, Engenheiro Eletrônico, Diretor do Grupo URANO (fabricante de balanças eletrônicas, impressoras fiscais e equipamentos para automação comercial), também Diretor da FIERGS, Canoas, RS.

-Inovação: “Inovação, eu acho que é qualquer idéia que possa ser transformada em produto ou solução, eu digo produto mas pode ser software, pode ser uma aplicação... Que você tenha uma aplicação prática daquilo e que realmente não tenha concorrente daquele produto. Inovação é você conseguir fazer uma coisa que o seu concorrente não conseguiu, mas que tenha efeito prático e seja factível e, obviamente, que tenha, vamos dizer assim, capacidade ou preço para ser produzido. Porque, como eu disse, daqui a pouco você descola tanto da realidade que não adianta. Você vai investir um monte de dinheiro e você não vai ter retorno, porque isso tudo tem que ter um equilíbrio. Então eu acho que inovação é isso aí: é você fazer alguma coisa que o mercado não tenha ainda naquele momento e que ele possa ser absorvido pelo mercado no seu tempo. Não adianta você fazer uma coisa muito inovadora num tempo que não pode ser absorvida”.

- Características de uma pessoa inovadora/estilo de vida:“Eu acho que talvez uma palavra que define isso é que tem que ser obstinado, na hora em tu faz as coisas, etc. Eu acho que tem talvez várias, mas eu acho que tens que ser meio obstinado pelo que você faz. Tem que ser muito persistente, muito otimista, quer dizer, um realista com viés de otimista. Porque se você também não for, assim, você não vai, você vai ter que ser um idealista para algumas coisas que você tem que fazer, mesmo por ideal, porque muitas vezes você diz assim “puxa, o risco é enorme”, não, mas no teu ideal, então você vai, você se quebra, você tem que ter uma capacidade correr risco muito grande, de administrar o risco. “Alguns hobbies que eu tive na minha vida e que curto e gostaria muito de retomar, um é a música. Eu toquei muito, fui profissional, minha primeira carteira profissional foi de músico. Tocava guitarra. Fui apaixonado, também, muitos e muitos anos, apaixonado e um pouco obstinado na aviação. Eu acabei fazendo o meu brevê. Sou piloto privado. Então é uma coisa que eu gostaria muito de voltar a fazer isso, porque eu avião, voar, fazer isso, é um hobby. E um outro hobby que eu tenho, que eu gosto muito é a

natureza. Se tu fosses lá em casa tu ias ver quase uma fazenda dentro do nosso pátio, com árvores centenárias, eu mesmo faço a minha horta, tenho as minhas verduras que eu colho ali. Eu gosto disso e só não faço mais porque eu não tenho tempo. Tenho um pomar grande... Eu gosto disso, eu gosto do verde”.

-Intuição: “Eu acho que sou intuitivo sim. Tem que ser intuitivo porque eu acho que o intuitivo é o que me liga ao risco. É o que te faz ter menos chance de errar. A intuição. Tu não sabes se vai dar certo ou não vai, mas tu tens a intuição. Ela tem que ser maximizada. Você conseguir acertar a maior quantidade de coisas possível e muitas delas são intuitivas mesmo. A intuição é um negócio “eu vou por aqui, que vai dar certo”. Então acho que está vinculado à intuição com certeza.”

.....

Os depoimentos acima permitem compreender melhor como os empresários entrevistados percebem o tema da inovação em seus negócios, bem como os mesmos relacionam isto com aspectos comportamentais. Sabe-se que este tipo de entrevista, abordagem, não é usual para os mesmos. Ou seja, normalmente, os aspectos da inovação são tratados na academia somente considerando-se aspectos formais e racionais envolvidos no dia-a-dia dos negócios.

O objetivo deste trabalho foi justamente trazer à luz uma nova forma de compreender a inovação, relacionando-a a aspectos inerentes à personalidade dos empresários.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou compreender como os empresários fazem a inovação de seus produtos e serviços. Além disto, buscou-se verificar a relação que se pode fazer entre intuição e inovação. Para tanto, alicerçou-se o presente estudo nos fundamentos da Ontopsicologia, visto que esta Ciência tem-se dedicado à compreensão do ser humano.

Intuição é uma palavra muito utilizada pelas pessoas, principalmente quando se referem a algo que acontece “num instante”, “num flash”, “que vem de súbito”, “que vem de dentro”. Mas o que de fato é esta intuição? E como ela se reflete nos processos de inovação tecnológica?

Durante as entrevistas, os empresários externaram empiricamente a relação de intuição com a inovação e é nisto que a Ontopsicologia atua, ou seja, como ferramenta para distinguir a influência de outras idéias.

Inicialmente é necessário dizer que é fundamental o auto conhecimento; ou seja, a pessoa precisa se conhecer para poder de fato se realizar e realizar outras pessoas de suas relações. E, principalmente, estar agindo de acordo com seu projeto de natureza, projeto de como a natureza escreve o homem. A Ciência Ontopsicológica tem objetivo triplo: 1- indicar como o homem é de fato: resultado histórico; 2- como deveria ser: projeto segundo a natureza; 3- como se pode fazer para torná-lo autêntico: conforme ao projeto de natureza (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ONTOPSICOLOGIA, 2013).

É importante destacar que todo o conhecimento e a ação humana que são transmitidos nos mais diversos estudos baseiam-se, sempre, naquilo que é refletido por nossa consciência. Mas, e o nosso inconsciente? Como funciona? Que relevância tem para nós?

A Ontopsicologia nos traz esta informação: somos permanente atividade psíquica, em todos os momentos e circunstâncias, inclusive quando dormimos. E, além de nossa consciência, devemos compreender como funciona nosso inconsciente.

O intuito deste trabalho não foi o de aprofundar o estudo da Ontopsicologia, mas sim, utilizar seus principais conceitos para alicerçar a compreensão de como se faz inovação na atividade empresarial, e procurou-se trazer estes conceitos para um patamar de mais fácil compreensão para

aqueles que não estão familiarizados. Pois, quanto mais nos conhecermos, quanto mais agirmos de acordo com nossa natureza, mais naturalmente saberemos captar as informações intuitivas e utilizá-las em nossas vidas e negócios. Não se pode esperar que a intuição surja como um milagre, mas é sim, resultado natural de nossa atitude perante a vida. Devemos estar sempre prontos para perceber os sinais de nossa intuição.

Percebeu-se nos depoimentos dos empresários entrevistados, que todos eles, em maior ou menor grau, reconhecem que agem muitas vezes pela intuição, mas não entendem exatamente este funcionamento. Neste trabalho buscou-se trazer a tona um novo conhecimento, a de que podemos sim, compreender melhor este funcionamento, de onde vem, e principalmente, porque vem.

Para tanto, é fundamental trabalhar-se o homem em sua integridade, o homem completo, minimizando interferências internas desviantes, como por exemplo, complexos e estereótipos, e externas, que prejudiquem seu caminho natural, permitindo que ações derivadas de sua intuição não sejam precisas. Afinal, conforme esclarece Bernabei (2007) “A Foil afirma: primeiro autenticamos o homem; depois, o seu agir segundo a intuição é consequência direta dessa autenticação.” Assim, não precisaríamos mais falar da intuição, por ela já ser parte da nossa norma de ação. Portanto, sempre se fala da intuição como “algo que ocasionalmente se dá, para a FOIL, ao contrário, normalmente - e sobretudo “constantemente”- se dá. Imaginem as aplicações em economia, praticamente o risco econômico tende a zero” (BERNABEI, 2007).

Constatou-se que o sucesso dos empresários e de seus negócios depende também essencialmente de uma organização competente, não sendo possível se limitar apenas a ações intuitivas, é preciso também o conhecimento técnico. Ou seja, mesmo que alguém tenha uma enorme capacidade criativa, se não souber administrar seu negócio, suas relações internas e externas, não terá a garantia do sucesso. Mas também esta capacidade de gestão deriva de seu conhecimento e controle; deve-se dominar todos os aspectos presentes nos negócios, a começar por si mesmo. Conforme afirma Antonio Meneghetti, ***“A intuição sem técnica não serve. Primeiro você precisa saber bem, saber a técnica, depois vem a intuição, o carisma, a transcendência”***.

Ao finalizar este trabalho, deixa-se como legado do mesmo, a agregação nas práticas diárias, de um novo conhecimento: o da Ciência Ontopsicológica, que poderá servir de base para a administração moderna, em um mundo cada vez mais globalizado e competitivo, e em que as decisões são cada vez mais rápidas. Neste caso, o desenvolvimento da liderança, através de um novo humanismo, certamente fará a diferença no mundo dos negócios. E a intuição é sim fundamental na geração de idéias, na criação de produtos inovadores, e, principalmente, na capacidade de gestão dos negócios.

REFERENCIAS

ALTUS: inovação, liderança e método. PatriciaKnebel (coord.). Porto Alegre: Altus, 2012.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ONTOPSICOLOGIA (ABO). **O que é Ontopsicologia?**. (website mantido pela ABO para ensino a distância). Disponível em: <<http://www.ontopsicologia.net.br/pt-br/ontopsicologia/>>. Acesso em: 20 jun. 2013.

ATOS DO CONGRESSO BUSINESS INTUITION 2004. São Paulo: FOIL, 2007.

BECHARA, Evanildo. **Moderna gramática portuguesa**. 37. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro (RJ): Lucerna, 2003. 671p.

BERNABEI, Pamela. Intuição e Racionalidade IN: **Atos do Congresso Business Intuition 2004**. São Paulo: FOIL, 2007.

CALAINHO, Luiz. **Reiventando a Si Mesmo**: uma provocação autobiográfica. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2013.

CECCONI, Cristina. Intuição: entre a loucura e a história. IN: **Atos do Congresso Business Intuition 2004**. São Paulo: FOIL, 2007.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7. ed Porto Alegre, RS: Bookman, 2009.

HOUAISS, Antonio; VILLAR, Mauro de Salles; FRANCO, Francisco Manoel de Mello. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**: [com nova ortografia da língua portuguesa]. 1.ed. Rio de Janeiro (RJ): Objetiva, 2009.

LOGOS, **Enciclopédia luso-brasileira de filosofia**. Lisboa: Verbo, 1999.

GAARDER, Jostein. **O mundo de Sofia**: romance da história da filosofia. São Paulo (SP): Companhia das Letras, 1995.

JOHNSON, Steven. **De Onde Vêm As Boas Ideias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

KNEBEL, Patricia. **Dos Grãos aos Chips**: a história da tecnologia e da inovação no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2010.

MENEGHETTI, Antonio. **O Em Si do Homem**. 5 ed. Recanto Maestro: Ontopsicologica Ed, 2004.

MENEGHETTI, A. **Cucina Viva**. Roma: PsicologicaEditrice, 2005.

MENEGHETTI, Antonio. **A Psicologia do Líder**. 4.ed. Recanto Maestro: OntopsicologicaEditrice, 2008.

MENEGHETTI, Antonio. **Manual de Ontopsicologia**. 4 ed. rev. Recanto Maestro: OntopsicologicaEditrice, 2010.

MENEGHETTI, Antonio. **Projeto Homem**. 3 ed. Recanto Maestro: OntopsicologicaEditrice, 2011.

MENEGHETTI, Antonio. **Dicionário de Ontopsicologia**. 2 ed. rev. Recanto Maestro: OntopsicologicaEditrice, 2012.

ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OECD). **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3.ed.FINEP, Brasília - DF, 2005.Disponível em: http://www.finep.gov.br/imprensa/sala_imprensa/oslo2.pdf. Acesso em: 05 maio 2013.