Por Paulo Henrique Arantes

A palavra “inovação” frequenta diuturnamente os ambientes corporativos, norteando decisões e influenciando as relações de trabalho. O termo, contudo, não pode ser banalizado – há que ser tratado como um movimento organizado a partir do conhecimento e com objetivos definidos. Assim ficou claro na palestra “Inovar para permanecer: a nova agenda das EFPC na era da transformação responsável”, proferida na manhã de 21 de outubro, primeiro dia do 47º Congresso Brasileiro da Previdência Privada (CBPP), no Transamerica Expo Center, em São Paulo.

A palestra técnica foi moderada por Elayne Cachen, Secretária-Executiva do Comitê de Inovação e Tecnologia da Abrapp. A explanação coube a Ariane Lessa (foto acima), Coordenadora do mesmo órgão e gerente-executiva da OABPrev do Rio Grande do Sul.

“Não existe inovação sem gestão do conhecimento”, assinalou Cachen ao abrir a sessão, destacando que, sem estratégia, não se inova de verdade. “Estratégia é o dever de casa da organização. O segundo passo é a liderança. Depois, vem um trabalho muito forte sobre cultura e pessoas”, resumiu.

Ariane abriu sua exposição anunciando o lançamento do Manual de Inovação da Previdência Complementar, que acontecerá no ambiente do 47º CBPP, no dia 22, às 19h15. A obra é fruto de um trabalho de três anos do Comitê de Inovação e Tecnologia da Abrapp.

“O que nos trouxe até aqui não é o que nos guiará daqui para frente. Inovar para permanecer é sobre coragem. É sobre honrar o futuro das pessoas que confiam em nós”, provocou a palestrante. A “destruição criativa”, conceito proposto por Joseph Schumpeter, foi invocada por Ariane para ilustrar sua fala. A ideia do economista austríaco, de 1942, refere-se ao processo contínuo de inovação no capitalismo, em que novas tecnologias, produtos e modelos de negócios surgem e destroem constantemente velhas estruturas obsoletas.

Joseph Schumpeter foi um economista revolucionário que rompeu com as teorias econômicas tradicionais de sua época ao colocar a inovação e a figura do empreendedor no centro do desenvolvimento econômico.

“Cada vez que surge uma nova onda, tudo se reorganiza. Mas inovar não é simples: de cada 3 mil ideias, uma é bem sucedida”, observou a expositora. Nesta terceira década do século XXI, o que não faltam são “novas ondas”, as quais vêm de várias esferas a exigir criatividade. Fatos e tendências moldam o futuro e exigem iniciativas inéditas, como a longevidade ativa, a crise da saúde mental, as mudanças climáticas, a inteligência artificial, a redução do Estado provedor e muitos mais.

Para definir um mundo em permanente mutação, Ariane Lessa recorreu ao filósofo grego Heráclito, que afirmou: “A mudança é a única constante”. Portanto, disse a gestora, “permanecer não é resistir ao tempo. É atravessar o tempo transformando-se”. Além disso, para que essa transformação ininterrupta resulte positiva, é preciso identificar campos específicos para que não se caia no generalismo: as inovações no âmbito corporativo podem ser organizacionais, de produtos, de processos ou da área de marketing e comunicação.

Na lide corporativa diária em busca de inovação, ressaltou a palestrante, a questão cultural e a gestão de pessoas ocupam papeis fundamentais. Tornam-se imprescindíveis a colaboração entre as diferentes áreas e o apoio das lideranças, num processo de aprendizagem contínua e tolerância ao chamado “erro controlado” – este não constitui desleixo, incompetência ou negligência, mas decorre do resultado de se tentar algo novo em um território desconhecido, em que o custo do impacto negativo é previamente limitado para não prejudicar a sustentabilidade da empresa ou

instituição.

Como disse Ariane na conclusão de sua exposição, processos de inovação costumam ser prejudicados pelo medo de errar, por excesso de burocracia, pelo foco exclusivo no curto prazo e pela famigerada postura do “sempre fizemos assim”. O agente inovador, de outra parte, deve ser antes de tudo um curioso dotado de pensamento crítico e criatividade, uma pessoa proativa e de visão sistêmica que haja como multiplicador.

“Nós não desenhamos futuros estáticos. A inovação deve nos encontrar em movimento”, finalizou.

O 47º CBPP é uma realização da Abrapp, UniAbrapp, Sindapp, ICSS e Conecta. Patrocinador Diamante: ASA, Evertec, Itajubá Investimentos AI e XP Banco de Atacado. Patrocinador Ouro: Aditus, Aon, Azimut, BB Asset, BNP Paribas Asset Management, Bradesco Asset, Galapagos Capital, Itaú Asset Management, MAG Seguros, Principal Asset Management, Safra, Santander Asset Management e SulAmérica Investimentos. Patrocínio Prata: Anbima, CAIXA Asset, Cavezzale Advogados Associados, Consepro, IIA Brasil, Investira, Leto Capital, Maraey, Mirador, Oceana Investimentos, Porto Asset, PRP Soluções, RJI Investimentos, Sabesprev, Vila Velha Corretora de Seguros, Vinci Compass e Wedan. Patrocínio Bronze: FRAM Capital, Icatu Vanguarda, Investo, IP Capital Partners, MAF Consultoria, Mapfre, Polo Capital, REV Corretora de Seguros e Sparta. Parceiros de Mídia: Broadcast, CNN Brasil e Gazeta Mercantil. Apoio Promocional: ABDE, Abipem, ABRH, ABRH-ES, Abvcap, Ancep, Apimec, ASCPrev, CFC, CRA-SP, Febraban, Fiap, Fipecafi, FPE, IBA, IBGC, IBPE, Ibracon, Servir Brasil, Previpar, Tchê Previdência e Unidas.

Fonte: Abrapp em Foco, em 21.10.2026.