

## Casa Pellas<sup>1</sup>

Casa Pellas este un conglomerat din industria de automobile, cu centrul situat în Nicaragua. Acesta oferă o gamă largă de servicii clienților săi. Activitățile sale sunt, în mare parte, organizate în jurul dealer-ului Toyota și al rețelei de ateliere de reparații.

În 2000, managementul acesteia a creat o nouă bază pentru procesul de inovare al companiei. Compania a fost deja familiarizată cu Kaizen, o metodă de înrădăcinare în cultura japoneză de muncă, care promovează dezvoltarea continuă. Managementul vizează o descoperire de inovare în loc de un proces pas cu pas.

Compania a recunoscut puterea de inovare pentru a crea valoare. Cultura corporativă pe deplin funcțională, având la bază Kaizen, a motivat angajații să contribuie la îmbunătățirea proceselor de afaceri cu propriile lor idei.

Înainte de tranziție, procesele au fost pe un suport de hârtie. Ideile primite au fost prelucrate prin intermediul unor fișe de lucru și nu a existat nicio metodă disponibilă pentru a analiza în mod obiectiv poziția și semnificația acestor idei în structura corporativă.

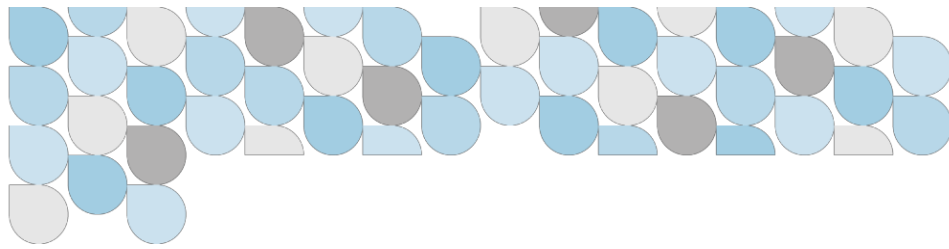
În acele zile, Casa Pellas a avut un client numit HYPE care a fost implicat în dezvoltarea de software. Casa Pellas a decis să creeze o platformă de inovare în cadrul căreia fiecare angajat să poată să-și împărtășească ideile și sugestiile sale. Activitățile de dezvoltare de software aferente au fost efectuate de către HYPE.

Prima fază de dezvoltare a fost pusă în aplicare de o mică echipă ai cărei membri au avut o experiență practică în domeniul inovării. Apoi a fost organizat un training pentru grupurile de angajați, pentru a crește gradul de conștientizare cu privire la importanța inovării și pentru a promova căutarea de noi soluții. Până în 2010, noul sistem a fost folosit de 1000 de angajați.

Funcționarea platformei este, în esență, împărțită în două părți. Pe de o parte, aceasta a vizat/controlat funcții, urmărind întotdeauna rezolvarea unor probleme. Pe de altă parte, oricine este liber să-și împărtășească ideile în cadrul acestei platforme. Toate ideile angajaților sunt binevenite. Managementul a dezvoltat, de asemenea, un sistem de motivare, cu avantaje (de exemplu, tichete de supermarket-uri) pentru a motiva angajații să dezvolte și să împărtășească propriile lor idei inovatoare care sunt evaluate și ierarhizate de către manageri locali. Ideile selectate sunt evaluate, în continuare, de către Departamentul de Inovare. Pentru a evalua ideile primite de la Departamentul de Inovare, a înființat un departament de cercetare dezvoltare, implicat în pregătirea deciziilor.

---

<sup>1</sup> Casa Pellas Case Study. Available at: <http://i.hypeinnovation.com/case-study-casa-pellas>



Odată ce programul a fost introdus, numărul de idei au început să crească în mod dramatic. Suportul de software și dezvoltarea sistemului de evaluare au adus beneficii companiei în mai multe moduri. Înainte de a introduce platforma, doar 18% dintre angajați își prezentau ideile care erau legate doar de inovații la scară mică.

Numărul de idei depuse înainte de sfârșitul lunii septembrie în 2011 a depășit 2000 și jumătate din ele au fost efectiv puse în aplicare de atunci. Din toate ideile prezentate, șase au abordat schimbări radicale inovatoare și trei din aceste, în cele din urmă, au adus venituri de mai mult de 1 milion de dolari.

Structura corporativă a suferit schimbări pozitive. Angajații au devenit mai deschiși și sunt dornici de a participa la procesele îmbunătățite. Toate acestea asigură companiei un proces de dezvoltare/îmbunătățire durabilă, posibilitatea de creștere strategică și alte avantaje care aduc beneficii clienților.

