

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

Casa Pellas je konglomeráciou automobilového priemyslu so sídlom v Nikarague. Poskytuje svojim klientom širokú škálu služieb. Jej aktivity sú prevažne organizované okolo jej predajnej a servisnej siete Toyota.

V roku 2000 manažment vytvoril nový základ pre inovačný proces spoločnosti. Spoločnosť už bola oboznámená s Kaizen, metódou založenú na japonskej pracovnej kultúre, ktorá podporuje neustály vývoj. Vedenie spoločnosti sa zameralo na inovačný prielom namiesto postupného postupu.

Spoločnosť chápala silu inovácie na vytvorenie hodnoty. Jej plne funkčná firemná kultúra, založená na metóde Kaizen, motivovala zamestnancov, aby prispievali k zlepšeniu podnikových procesov svojimi nápadi.

Pred prechodom boli procesy spísané na papier. Získané nápady boli spracované prostredníctvom pracovných hárkov a neexistovala žiadna metóda, ktorá by objektívne analyzovala postavenie a význam takýchto myšlienok v podnikovej štruktúre.

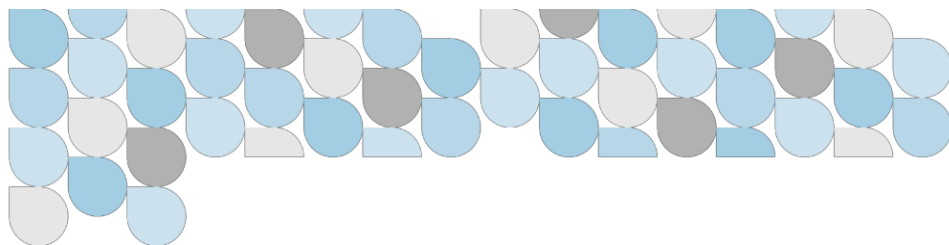
V tom čase mala spoločnosť Casa Pellas klienta s názvom HYPE, ktorý sa podieľal na vývoji softvéru. Casa Pellas sa rozhodla vytvoriť inovačnú platformu, v ktorej by každý zamestnanec mohol zdieľať svoje nápady a návrhy. Príbuzné aktivity vývoja softvéru boli vykonávané spoločnosťou HYPE.

Prvá fáza vývoja bola implementovaná malým tímom, ktorého členovia mali praktické skúsenosti s inováciami. Následne boli organizované školenia pre skupiny zamestnancov s cieľom zvýšiť povedomie o dôležitosti inovácií a podporiť ich v hľadaní nových riešení. Do roku 2010 nový systém využilo 1000 zamestnancov.

Prevádzka platformy je v podstate rozdelená na dve časti. Na jednej strane má ciele/kontrolované funkcie, ktoré sú zamerané na riešenie niektorých problémov. Na druhej strane sa ktokoľvek môže slobodne podeliť o svoje nápady. Všetky nápady zamestnancov sú vítané. Vedenie tiež vyvinulo motivujúci systém s výhodami (napríklad poukážky do supermarketov), aby motivoval zamestnancov k tomu, aby rozvíjali a zdieľali svoje inovatívne nápady. Myšlienky sú hodnotené a zaradené príslušnými manažérmi. Vybrané nápady ďalej hodnotí oddelenie inovácií. Taktiež bolo zriadené oddelenie výskumu a vývoja na vyhodnotenie nápadov prijatých od inovačného oddelenia, ktoré je tiež zapojené do prípravy rozhodnutí.

---

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



Po zavedení programu sa počet nápadov začal rapídne zvyšovať. Zo softvérovej podpory a vývoja systému benefitovala spoločnosť viacerými spôsobmi. Pred predstavením platformy iba 18% zamestnancov predložilo svoje nápady a dokonca aj tie súviseli len s malými inováciami. Počet návrhov predložených do konca septembra 2011 presiahol 2000 a polovica z nich bola odvtedy implementovaná. Zo všetkých predložených návrhov sa šesť zaoberalo radikálnymi inovačnými zmenami a tri z nich nakoniec priniesli príjmy viac ako 1 milión dolárov.

Podniková štruktúra prešla pozitívnymi zmenami. Zamestnanci sa stali otvorenejšími a chcú sa zúčastňovať na vylepšení procesov. To zase poskytuje spoločnosti trvalo udržateľný rozvoj/proces zlepšovania, príležitosť pre strategický rast a ďalšie výhody, ktoré prinášajú prospech klientom.

