

Os 10 pilares da inovação e da criatividade para a sua empresa

Introdução

A inovação e a criatividade, quando extraídas dos recursos humanos de forma correta e geridas com assertividade, são os maiores bens subjetivos que uma organização pode possuir. Não são encontradas outras ferramentas de gestão capazes de superar tais impulsos e suas possíveis consequências positivas nos resultados.

Trabalhar no campo das novas ideias, traduzindo e transformando, muitas vezes partindo de uma forma ainda bruta, de maneira criteriosa, pode ser uma maneira de explorar meios altamente competitivos, ou melhor ainda, a possibilidade de fazer uma empresa “pisar onde nenhuma outra pisou”.

Por consistir em um resultado que pode ser gerado por meio do impulso humano de pensar, somado ao entusiasmo pela ideia concebida, que alguns chamam de insight positivo, a inovação, tanto quanto a criatividade, quando se complementam e são aprimoradas com outras práticas necessárias, podem mudar empresas, organizações, países e pessoas, fazendo com que se tornem altamente eficazes e na maioria das vezes à frente de seus pares ou competidores.

Não basta somente inovar e criar, ainda é preciso algo mais!

É altamente necessário considerar que, mesmo com a inovação e a criatividade fluindo fartamente, de forma instantânea ou sendo estimuladas por meio de técnicas, não será o bastante para que a “receita” produza um resultado capaz de ultrapassar a normalidade. É preciso que vários outros fatores sejam observados, estudados e, estrategicamente, aplicados para a geração de diferenciais que possam fazer com que a empresa alcance patamares mais elevados, principalmente em termos de pioneirismo corporativo.

Todos nós conhecemos a história de Walter Elias Disney e sobre seu pioneirismo no ramo de animações. Walt Disney era um inovador por natureza e a criatividade pulsava em seu ser. No início de sua trajetória, mesmo com tanto talento, faltou o algo mais, porém, após ter aprendido que inovação e criatividade somente não bastariam para o êxito, ele descobriu, ainda que com os erros, sobre o “algo mais” que trataremos neste artigo, e o final da história já sabemos: um dos maiores conglomerados de entretenimento do mundo.

O mesmo não aconteceu com os irmãos Richard e Maurice McDonald, que também foram extremamente inovadores e criativos, mas que sucumbiram pela falta da observação de algumas questões inerentes a uma gestão eficaz e tiveram de amargar ver o próprio nome ser retirado da fachada de sua lanchonete e, em seguida, ser sinônimo de “inovação, criatividade e sucesso” em fast food sem eles.

Neste ebook você descobrirá que para fazer uma gestão eficaz da inovação e da criatividade na sua empresa é essencial saber tudo sobre 10 pilares imprescindíveis. São eles:

- 1. Estímulo**
- 2. Comunicação clara**
- 3. Organização do tempo**
- 4. Controle das tarefas**
- 5. Monitoramento dos resultados**
- 6. Reconhecimento do esforço**
- 7. Propósito**
- 8. Colaboração**
- 9. Gestão de perfis**
- 10. Avanço**

Saiba agora como aproveitar ao máximo a inovação e a criatividade!

Estímulo



Inovação e criatividade, ainda que não sejam habilidades tão evidentes em determinados perfis profissionais, são muito valorizadas na maioria das empresas e por motivos sobre os quais já discorremos anteriormente. O fato é que colaboradores com ideias inovadoras e criativas que, de alguma forma, fazem a “roda girar” nas organizações, por meio de suas iniciativas, destacam-se mais no ambiente corporativo.

Porém, eles não são a maioria. Então o que fazer para aumentar a força criativa e inovadora de uma empresa, indiferente de segmento de atuação ou tamanho? É preciso estimular os recursos humanos existentes para que se abram e compartilhem insights, tentando, testando, ousando e fazendo do ambiente organizacional um lugar propício à prática de brainstormings frequentes.

Ao contrário do que muitos gestores podem pensar, ser inovador e criativo não é possuir um “dom” específico, tais qualidades podem e devem ser incentivadas. Para estimular tais traços tão importantes as organizações precisam derrubar alguns paradigmas e prestar mais a atenção em alguns fatores simples, mas extremamente necessários.

Ambiente favorável

A troca de conceitos, assim como o desenvolvimento de ideias de forma individual ou em conjunto, por meio da promoção de ações de comunicação que estimulem e provoquem mudanças, devem estar presentes no ambiente de trabalho, mas sempre buscando a evolução constante do negócio com inovações criativas que venham a gerar resultados concretos.

Abandono da zona de conforto

Provocar necessárias saídas da zona de conforto, por meio de ações como: mudança de demanda habitual, de local, de tarefas, horários e outros aspectos com que os colaboradores não estão acostumados podem ser estimulantes para que a criatividade “aflore”.

Liberdade para pensar

Um fluxo de boas ideias, mesmo que não pareçam coerentes no início, quando lapidadas podem contribuir para a organização. As pessoas precisam sentir-se à vontade para pensar e expressar sem medo, em momentos oportunos, os seus pensamentos.

Além dos fatores indicados, é preciso que o gestor fique ligado nos erros (eles ensinam), no seu papel de real incentivador do “novo” (ele pode estimular ou tolher) e também em dar feedbacks, pois como veremos a seguir: a comunicação é extremamente importante!

Comunicação clara



A comunicação clara, vertical ou horizontal em uma empresa é um dos 10 pilares de extrema importância para que a inovação e a criatividade prosperem e possam focar no que realmente interessa para o negócio.

A seriedade com que a comunicação deve ser tratada em uma organização, seja ela do ramo ou tamanho que for, é indicada em uma pesquisa do PMI (Project Management Institute Brasil), afirmando que 76% entre 300 empresas de grande porte definiram que a comunicação no ambiente corporativo é o principal motivo para que variadas atividades propostas pela gestão venham a fracassar.

Não basta estimular os recursos humanos para que sejam criativos e inovadores - com a utilização de diversas técnicas - se, ao mesmo tempo, eles não souberem com “exatidão” onde devem focar seus esforços. Ou seja, a comunicação deve transmitir mensagens transparentes objetivando aprimorar rotinas com melhorias contínuas tendo sempre como norteador o negócio da empresa.

As pessoas, em geral são extremamente relacionáveis e, assim sendo, a comunicação tende sempre a se tornar a base em todas as atividades que venham a ser desenvolvidas. Portanto, para que se atinja o desejado em termos de inovação e criatividade, visando que a organização apresente reais diferenciais em seu segmento, é necessário ao gestor comunicar bem, de acordo com as dicas que seguem:

- Utilizar o canal de comunicação mais adequado disponível;
- Passar feedbacks sempre que necessários;
- Ouvir os colaboradores com real interesse;
- Conhecer o verdadeiro potencial de sua força de trabalho;
- Sempre utilizar discursos coerentes com momento e pauta;
- Ser direto e assertivo, mas com equilíbrio.

É possível concluir que a comunicação clara é uma ferramenta vital para qualquer empresa que busque aplicar uma gestão focada em sucesso por meio de inovação e da criatividade, mas como veremos adiante, o fator tempo também é de relevante importância.

Organização do tempo



Essa é uma prática que visa planejar o tempo produtivo, ou seja, para a execução das tarefas organizacionais, visando a diminuição de tempo contraproducente e o aumento da eficiência enquanto na realização das atividades.

Desempenhar os trabalhos de forma mais tranquila, organizada, proveitosa e inteligente, além de aumentar a produtividade dos colaboradores, também irá proporcionar momentos com mais foco e concentração e ao mesmo tempo mais leves, sem “atropelos”, permitindo que os pensamentos criativos tenham espaço, buscando maneiras de inovar ou melhorar os próprios processos em que se está inserido e até outros.

Além disso, a criação de momentos, pelos quais os profissionais possam opinar sobre situações específicas, relacionadas a procedimentos que devem ser ajustados, como por exemplo: um aumento de demanda, um “afunilamento” na produção, maior eficácia em processos de logística, estratégias de marketing, busca por novos mercados, entre outros, pode ser uma conquista a ser obtida por consequência de uma melhor administração do tempo.

Um modo interessante de melhoria na organização pode ser a mensuração do tempo utilizado para cada tipo de atividade desenvolvida na empresa e a verificação por mecanismos de testes e amostragens sobre a possibilidade de melhoria, ou redução com a manutenção da qualidade e majoração dos resultados.

Como sabemos, para alcançar e superar as metas propostas é preciso planejar o tempo utilizado.

Controle das tarefas



O que queremos são equipes criativas e inovadoras, com a capacidade de mudar situações por meio de ideias e novos conceitos. Porém ao mesmo tempo em que se deve estimular o desenvolvimento de perfis mais ousados, dinâmicos e habilidosos, o gestor não deve descuidar do controle das tarefas, pois não será nada eficaz uma equipe inovadora e criativa ao extremo, se a base está enfraquecida, ou seja, mesmo as tarefas rotineiras e operacionais devem ser feitas, e da melhor forma possível.

Algumas práticas simples podem apoiar no controle das tarefas, e de maneira que não venham atrapalhar o fluxo criativo dos colaboradores.

Definição e planejamento das atividades

Definir, planejar e delegar atividades é semelhante a indicar quem faz, o que faz, quando faz, por quanto tempo faz e o que se espera como resultado da atividade proposta. Como vimos em tópico anterior: a comunicação clara é de extrema relevância, portanto, ao fazer o controle das tarefas é necessário comunicar detalhadamente ao colaborador, que deverá ter liberdade para ser criativo contanto que apresente o resultado esperado.

Escolha de líderes para projetos

Delegar é uma importante maneira de entregar um certo “aval” para um colaborador ser inovador e criativo na condução de trabalhos e de equipes. Mas é fundamental que fique claro o grau de responsabilidade que o mesmo terá, bem como os resultados esperados. O fluxo de trabalho e os prazos estabelecidos devem ser transparentes, até mesmo para um feedback posterior, que pode ser positivo ou focando algo a melhorar.

Planejar e controlar tarefas, delegando atividades com graus de responsabilidade para os colaboradores que se destacam com mais iniciativa é importante para estimular novas possibilidades, mas mesmo assim é preciso monitorar os resultados, como indicado no próximo item.

Monitoramento dos resultados



Mesmo que se estimule os colaboradores a inovarem e serem criativos por meio da comunicação clara e objetiva, organizando as atividades e proporcionando momentos para brainstormings, além de controlar e delegar tarefas, ainda assim é necessário monitorar os resultados. Não podemos esquecer dos cases do início, com Walt Disney e os irmãos McDonald.

A mensuração dos resultados obtidos por períodos ou projetos, pode ser feita de modo simples ou mesmo com ferramentas de gestão utilizadas com este fim, mas o fato é que jamais os números devem ser deixados de lado, sob pena de amargar prejuízos ou até comprometer de forma fatal a saúde de uma empresa.

O monitoramento não deve se fazer presente apenas nos resultados após consolidados, mas como percebemos no item anterior, ele precisa estar presente ainda no controle das tarefas, acompanhando e avaliando a estratégia utilizada, a fim de corrigir rumos ainda durante os processos, se necessário.

O fato de estar lidando com fatores importantíssimos e imprescindíveis para o avanço de uma organização, porém subjetivos, que são a inovação e a criatividade, não quer dizer que o monitoramento dos resultados seja um excesso de controle que deva barrar as ideias, mas sim, a oportunidade de ajustar sempre o foco. Segundo Kaplan e Norton, criadores do BSC (Balanced Scorecard), importante ferramenta de gestão e monitoramento de resultados: “O que não é medido não pode ser gerenciado.”

Reconhecimento do esforço



Poucas práticas podem ser tão eficazes para gerir e impulsionar pensamentos e ações inovadoras e criativas entre os recursos humanos de uma organização. Entre elas, o reconhecimento do esforço feito para o atingimento de um resultado proposto e alcançado.

Conforme a Teoria das Necessidades Humanas, de Abraham Maslow, nós, seres humanos temos uma grande necessidade de sabermos, que de alguma forma, estamos fazendo a diferença para alguém ou para um grupo. Mas quais as melhores maneiras para reconhecer o esforço de um membro ou da equipe?

Por meio de elogio

Mesmo que venha a soar como um clichê, para uma grande parcela da população um elogio pode valer mais do que uma compensação financeira proporcional. O elogio tem o poder de “revitalizar” um profissional e entregar a confiança necessária para ousar ser criativo e inovador.

Avaliando o desempenho

Ao receber uma avaliação de desempenho franca, mas com a orientação necessária para corrigir erros ou indicar claramente o que foi positivo, o colaborador saberá o que o líder espera dele, obtendo assim, uma maior segurança para suas ações profissionais.

Maior autoridade ou uma promoção

Dar uma maior autoridade a um colaborador serve para expandir sua capacidade de decisão, passando para o mesmo uma mensagem de satisfação com o seu desempenho. De forma semelhante acontece quando ele é promovido por meritocracia. Ambas as maneiras influenciam o sentimento de “pertencer” e ser importante para uma organização, ao mesmo tempo que reforçam o viés inovador e criativo.

O reconhecimento financeiro, para alguns perfis pode ser o melhor caminho, mas é preciso ter cautela para que não seja gerado um ciclo vicioso. Até aqui tudo bem! Mas em termos de inovação e criatividade, o pilar chamado propósito deve estar sempre em pauta.

Propósito



Os seres humanos necessitam de uma causa para dar sentido a sua vida. Com as empresas não é diferente! Sem um propósito, tudo o que foi visto até aqui fica vago, perdido em meio à excelentes práticas, mas que, sem um claro propósito tendem a “não dar em nada” muito relevante.

Engajar as pessoas no propósito da organização, comprometendo e não somente envolvendo, tem a capacidade de criar “cúmplices” de extrema importância para o negócio. O colaborador precisa saber com exatidão por que e para que está trabalhando.

Se, quando ao pensar em propósito, a palavra lucro vem imediatamente e somente ela à mente, então conceitos devem ser reformulados. Propósito também não é o mesmo que missão, visão ou valores. Propósito é algo que tem o poder de dar um motivo tangível para nortear decisões!

Mas o que o nosso 7º pilar, chamado propósito, tem a ver com inovação e criatividade? Muita coisa. Se utilizarmos como exemplo o propósito de um determinado grupo empresarial, definido como: “gente servindo gente” que, por sinal, é também seu slogan, podemos ter uma ideia mais clara. Vale ressaltar que todas as estratégias são baseadas neste mote. A questão por lá é tão forte, que se um colaborador for questionado sobre o que o faz sair de casa todo o dia, ele deverá dizer que é servir as pessoas.

Concluindo o tópico podemos reforçar salientando que propósito é um motivo para algo que se possa ter orgulho, é acreditar que o trabalho realizado impacta alguém em algum lugar.

Colaboração



Para que sejam criativas e inovadoras, as empresas e seus gestores devem estimular as ações coletivas, em equipe, para a obtenção de resultados. Os insights inovadores podem surgir como solução para velhos problemas por meio da liberdade estimulada na colaboração conjunta, principalmente com o envolvimento das lideranças.

As ideias que, de fato trazem inovação e impulsionam a criatividade, na maioria das vezes são frutos de amadurecimento de diversas perspectivas compartilhadas, que se multiplicam em prol da solução comum. Uma máxima relacionada aos recursos humanos indica que: “Pessoas são o melhor recurso disponível, aproveite as que estão ao seu lado, estando ao lado delas!”. Isto é colaboração, outro pilar e combustível para criar o novo.

Gestão de perfis



Antigamente, no mundo corporativo acreditava-se que uma gestão de pessoas justa deveria tratar todos do mesmo jeito. Nada é tão prejudicial, contraproducente e com um alto poder de barrar a criatividade e a abertura para as inovações em uma empresa!

As pessoas são uma mistura de características positivas e negativas, que inclusive, em alguns casos podem inverter sua importância, ou seja, o que pode ser uma característica boa para uma determinada função, para outra pode ser um desastre. Quer um exemplo simples?

Um profissional de vendas, com perfil socialmente orientado, extrovertido e com grande inteligência interpessoal, mas que não é adaptável a ambientes com rotinas rígidas ou detalhes. Por outro lado, um profissional financeiro, tão importante quanto, porém, concentrado, sem problemas com necessárias rotinas, tecnicamente orientado e detalhista quando necessário.

Devemos subentender que estão nas funções corretas, mas se trocados de lugar, a tendência é de que haja sofrimento, descontentamento e logicamente um “entreve” para a criatividade e, neste caso concreto, a inovação seria um perigo.

Além de fazer a gestão correta dos perfis, no relacionado às funções desempenhadas, o gestor deve lidar com os colaboradores de diferentes maneiras, pois ele provavelmente terá em sua equipe multidisciplinar profissionais: reativos, proativos, tecnicamente orientados, socialmente orientados, mais emotivos, mais racionais, equilibrados, ousados, extrovertidos, introvertidos e outros tantos.

Avanço



Consistindo no último pilar da inovação e da criatividade para a sua empresa, porém, não menos importante, o avanço pode ser a meta pró. Tudo o que vimos no artigo até aqui converge para esta necessidade.

Lembrando do velho Ciclo PDCA: uma organização, seus projetos e planejamentos estratégicos devem passar por planejamento, ação, checagem e ajuste, e tudo continuamente, buscando sempre avançar.

A razão da importância dos demais pilares da inovação e da criatividade é avançar, alcançar um novo patamar, mudar de nível, sempre buscando o novo, soluções eficazes, novas e criativas para questões que podem ser recorrentes. Quando uma empresa perde a capacidade de buscar o crescimento, conquistando mais território, ela passa a estar em uma linha muito tênue, que divide a sobrevivência e o sucesso com a estagnação e o fracasso.

Podemos concluir que, mesmo que não sejam dons naturais, a inovação e a criatividade podem ser impulsionadas e geridas por meio de formas práticas, tornando-se habilidades inerentes aos recursos humanos de uma organização que consiga proporcionar um ambiente propício para tal.

