



# Jornada da Criatividade na Empresa



*A força do empreendedor brasileiro*



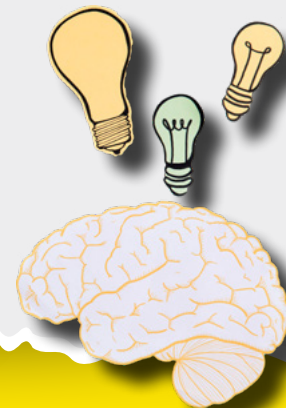


# >>> Sumário

1 APRESENTAÇÃO.....	3
2 BLOQUEIOS PARA A CRIATIVIDADE NA EMPRESA.....	4
3 MEU TIME MAIS CRIATIVO.....	6
2.1 Dicas para desenvolver um ambiente e um time criativo .....	7
2.2 Usando a criatividade para impulsionar a inovação.....	9
3 #FICADICA.....	11



# 1 APRESENTAÇÃO



O comportamento dos consumidores vem mudando de forma acelerada, e para acompanhar esse movimento, as empresas precisam inovar em seus produtos, processos e até mesmo em seu modelo de negócios. Existem algumas maneiras de impulsionar a inovação dentro das organizações, sendo a criatividade da própria equipe uma das mais importantes.

Então, criatividade e inovação são as mesmas coisas?

Embora os conceitos sejam muito próximos, de maneira simplificada, podemos definir que *Criatividade* é a criação das ideias e *Inovação* consiste na aplicação prática da criatividade.

Retomando o entendimento:

*Criatividade* é:

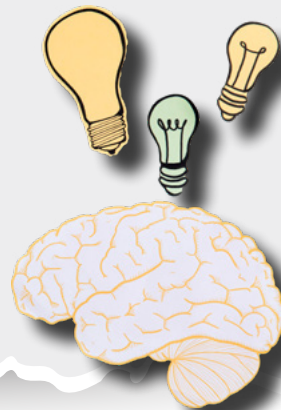
- A capacidade de ter ideias;
- Pensar em soluções para problemas;
- Inventar algo que possa suprir uma necessidade existente;
- Criar uma nova demanda.

Criatividade é uma ferramenta muito poderosa no mundo corporativo. É preciso desenvolvê-la e utilizá-la de maneira estratégica para alavancar resultados. Embora seja uma característica intrínseca ao ser humano, ao longo de nossas vidas essa habilidade pode diminuir, naturalmente.

Por isso, o e-book [Destrave sua Criatividade](#), apresentado nessa jornada, retrata alguns fatores que bloqueiam a criatividade, traz dicas e ferramentas para impulsionar o processo criativo nas pessoas e nas empresas, proporcionando mais oportunidades de melhoria e, conseqüentemente, maior vantagem competitiva.



## 2 BLOQUEIOS PARA A CRIATIVIDADE NA EMPRESA



Antes de iniciar o processo criativo dentro de uma empresa, é importante avaliar alguns elementos do contexto organizacional que podem inibir a criatividade no ambiente de trabalho. Existem algumas barreiras que impactam negativamente na geração de ideias e soluções.

Vamos conhecê-las?

- **Cultura da organização:** frases como “**Fazemos assim desde sempre e tem dado certo**” ou “**Não se mexe em time que está ganhando**” podem ser indicativos de uma empresa pouco aberta a novas ideias. Seja por resistência à mudança ou até pelo medo do fracasso, as organizações cuja cultura não valoriza a criatividade podem perder excelentes oportunidades. Além disso, é comum nas empresas não existir um processo sistematizado para estimular e valorizar ideias com potencial inovador, então os colaboradores não encontram espaço para apresentá-las.
- **Estrutura organizacional:** uma empresa muito verticalizada, onde as iniciativas surgem sempre “**de cima para baixo**” pode estar bloqueando a criatividade do seu time e deixando de obter bons resultados que poderiam vir da base operacional, por exemplo. Outro fator relacionado à estrutura organizacional que pode ser considerado uma barreira ao fenômeno criativo seria a forte departamentalização dentro da empresa: cada departamento pensando e agindo como unidades isoladas, sem priorizar o propósito da organização em busca do melhor resultado coletivo.
- **Características do líder:** empresas cujo perfil do líder é mais intransigente e autoritário, que se mostra pouco aberto a ouvir sua equipe, não reconhece ou valoriza o trabalho desempenhado, podem retrair e desestimular a criatividade.
- **Falta de equipamentos e recursos:** em determinadas situações, as ideias não conseguem ser materializadas pela falta de equipamentos ou dos recursos necessários. Isso pode acontecer em função de restrições orçamentárias ou estar diretamente relacionada a outros elementos citados anteriormente, como a cultura organizacional, por exemplo. Por isso é importante



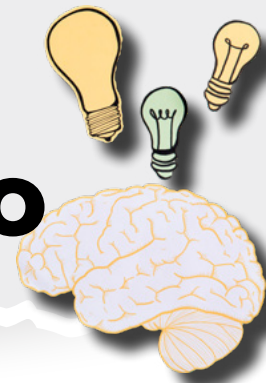
realizar essa avaliação antes de aplicar as ferramentas de impulsionamento do processo criativo.

- **Características da tarefa:** o volume de tarefas durante a jornada de trabalho ou o tipo de atividade desempenhada pode bloquear a criatividade do colaborador. Quanto mais mecânico for o trabalho e menos autonomia essa pessoa tiver, maiores podem ser as dificuldades para a geração de ideias.

A partir da análise desses elementos, é possível entender melhor a maturidade da empresa no que diz respeito à gestão da criatividade e podem ser planejadas ações que visem **impulsionar o processo criativo** de forma estratégica. E como isso é possível? Veremos a seguir.



# 3 MEU TIME MAIS CRIATIVO



Já sabemos que a criatividade no contexto organizacional pode ser uma forte aliada para alavancar resultados e aumentar a competitividade das empresas. Também entendemos quais são os elementos que podem bloquear ou inibir o processo criativo de uma equipe. Agora, veremos como impulsionar essa habilidade de forma que os colaboradores possam contribuir com novas ideias, gerando potenciais inovações para a empresa.

Todas as pessoas são criativas, mas algumas apresentam grande facilidade de adaptação e conseguem solucionar problemas utilizando alternativas não habituais. Essas características podem ser um grande diferencial no ambiente corporativo. À medida que exercitamos essa habilidade, conseguimos lidar com situações complexas analisando-as por diferentes perspectivas em busca de novas respostas.

De acordo com a pesquisa “*Future of jobs report*”, divulgada pelo Fórum Econômico Mundial em outubro de 2020, pensamento analítico, inovação e criatividade estão entre as cinco principais competências dos profissionais para 2025. Esses dados confirmam a importância de desenvolver sistematicamente a criatividade organizacional nas empresas. Para propiciar que você se autoavale, inserimos as habilidades na tabela abaixo e colocamos uma das colunas com um espaço para você colocar sua pontuação, considerando 0 para inexistência da competência e 10 para competência plenamente desenvolvida. Vamos ao teste?

Habilidades	Sua pontuação de 0 a 10
1. Pensamento analítico e inovação;	
2. Aprendizagem ativa e estratégias de aprendizagem;	
3. Resolução de problemas complexos;	
4. Pensamento e análise crítica;	
5. Criatividade, originalidade e iniciativa;	
6. Liderança e influência social;	
7. Uso, monitoramento e controle de tecnologia;	
8. Projeto e programação de tecnologia;	
9. Resiliência, tolerância ao estresse e flexibilidade;	
10. Raciocínio, resolução de problemas e ideação.	
<b>Seu total &gt;&gt;</b>	



Notadamente, as empresas que conseguem utilizar a criatividade como uma ferramenta de gestão tendem a aumentar sua produtividade e identificar elementos que contribuem para impulsionar esse processo. Você pode entender suas pontuações da seguinte maneira:

- 80 a 100 = sempre oxigene suas habilidades para não ficar obsoleto;
- 60 a 79 = busque desenvolver as habilidades menos elevadas;
- 00 e 59 = ainda há muito chão pela frente. O primeiro passo é começar.

### 3.1 Dicas para desenvolver um ambiente e um time criativo

O conjunto formado por equipe, cultura, concorrentes e clientes diferencia cada organização. Por isso, tornar o processo criativo dentro de uma empresa algo sistematizado é desafiador. A partir deste momento, listaremos algumas **boas práticas** que podem auxiliar empresas a fomentar um ambiente criativo:

- **Envolva toda a equipe:** primeiramente, deve haver a participação das pessoas em todos os níveis hierárquicos, desde a operação até a direção da empresa. Os líderes desempenham um papel fundamental, pois devem ser capazes de motivar suas equipes, demonstrando interesse pelas ideias apresentadas e, também, buscando desenvolver sua própria habilidade criativa. Líderes que encorajam sua equipe a compartilhar ideias de soluções costumam estar abertos às mudanças e fomentam o processo criativo intencionalmente. Naturalmente, eles envolvem a participação de todos no processo de tomada de decisão, dão autonomia para que os colaboradores possam implementar melhorias em suas atividades e que compartilhem resultados com o time. Como você avalia o seu perfil de liderança?
- **Tenha um posicionamento orientado para o mercado:** nos últimos anos, percebe-se uma mudança no planejamento estratégico das organizações, sendo cada vez mais prioritária a análise do macroambiente. Se alguns anos atrás, as empresas focavam apenas em seus processos internos para definir sua estratégia, com a globalização e, especialmente, com o novo perfil de consumo, é essencial que as organizações estejam atentas a potenciais ameaças e oportunidades que podem vir a impactar os seus negócios. Sem esse posicionamento orientado para o mercado, a empresa não conseguirá inovar e estará sempre correndo atrás de seus concorrentes.
- **Troque ideias:** possibilitar um diálogo aberto, saber ouvir atentamente e considerar todas as ideias propostas pela equipe poderá contribuir positivamente para tomada de decisões com maior potencial de inovação. Devemos lembrar que estamos nos referindo a um processo colaborativo e o bom trabalho em equipe é essencial para o êxito dessa prática.

- **Busque conhecimento técnico:** inicialmente, pode ser necessário o suporte de algum profissional externo à organização para introduzir as ferramentas de criatividade, mas é importante subsidiar a formação da equipe para que todos entendam tanto as técnicas quanto o seu papel no processo criativo da empresa e como os resultados obtidos podem impulsionar o negócio.
- **Tenha mais agilidade nos processos:** a competitividade do mercado e a exigência dos consumidores estão fazendo com que as empresas precisem estar cada dia mais ágeis. Sistematizando o fluxo desde a geração de ideias até a implantação da solução, é possível entregar inovação com muito mais assertividade e rapidez. Isso também exige flexibilidade e adaptabilidade tanto da organização quanto da equipe.
- **Gerencie os recursos:** a organização precisa disponibilizar, dentro do possível, os recursos necessários para a materialização das boas ideias. Enquanto isso, os colaboradores precisam ser empoderados e ter autonomia para pensar em soluções que possam melhorar o seu fazer diário. Podem ser criados grupos de trabalho com esse objetivo: **Como podemos melhorar nossos resultados usando a criatividade?**
- **Monitore os resultados:** para impulsionar a criatividade dentro da empresa, é preciso reconhecer as ideias de soluções, as sugestões de melhoria e novas oportunidades identificadas pelos colaboradores. Mesmo se tratando de um recurso intangível, o retorno de uma boa gestão da criatividade dentro da organização pode ser mensurável e concreto. Deve-se reconhecer todo bom trabalho que for realizado, mas cuidado para não limitar o processo criativo a uma **troca por recompensas**.
- **Permita o insucesso:** já aconteceu de você ter uma grande ideia para o seu negócio e depois que colocou em prática percebeu que o resultado não foi exatamente como esperava? Como você reagiu? Nem toda ideia vem a ser inovação, como vimos anteriormente. Por isso é importante estar preparado para o fracasso e não deixar que uma experiência malsucedida venha a se tornar uma barreira para o processo criativo organizacional. É natural que fiquemos decepcionados com o insucesso de uma ideia nossa ou do nosso time, mas a forma como reagimos nessas circunstâncias vai fazer toda diferença entre tornar isso um bloqueio à criatividade ou em aprendizado que pode nos inspirar a pensar em outras soluções.
- **Acompanhe o progresso:** compartilhar o que está acontecendo para o time irá mantê-lo engajado e, principalmente, fortalecerá o sentimento de pertencimento destes trabalhadores. Esses são fatores fundamentais para o sucesso da gestão da criatividade organizacional em longo prazo.





## 3.2 Usando a criatividade para impulsionar a inovação

Pensando historicamente, a criatividade ganhou ênfase no contexto corporativo a partir do século XX. Até então, estava muito mais relacionada com criações artísticas. O fato é que com a crescente competitividade, característica do livre mercado, as empresas precisam buscar diferenciação.

Mas como saber no que e como inovar? A melhor fonte de informação são os próprios consumidores, afinal de contas você está no mercado para satisfazer as necessidades deles. Ouça-os atentamente e mapeie todos os problemas e as oportunidades, pois serão a base para o desenvolvimento de soluções inovadoras, as quais podem ser resultado do processo criativo interno da sua empresa.

Sistematizando a **gestão da criatividade** e utilizando as ferramentas adequadas, é possível estimular a geração de ideias e soluções que podem vir a se tornar inovações em processos, produtos, *marketing*, vendas e até no modelo de negócios da empresa. Assim, trazemos agora quatro maneiras de como atrair seus clientes e fazer com que eles continuem consumindo:

- **Inovações de processos:** podem ser implementadas oriundas de ideias para melhoria do fluxo, reduzindo desperdícios, custos operacionais e, inclusive, riscos à saúde do trabalhador. Também podem surgir soluções que aumentem a produtividade do negócio, fazendo com que haja acréscimo no faturamento. Se você automatizou alguma atividade, modificou a produção ou mesmo a forma de entregar seu produto/serviço aos seus clientes, sua empresa implementou inovação em processos.
- **Inovações de produtos:** a gestão da criatividade tanto pode provocar o surgimento de novos itens a serem incluídos no *mix* da empresa, quanto pode trazer melhorias para aqueles que já compõem seu portfólio. **Você já observou a frequência com que os aplicativos do seu *smartphone* passam por atualizações?** Empresas de tecnologia são bons exemplos de gestão da criatividade orientada para a inovação. Ser recorrente no lançamento de produtos é algo que fará seus clientes continuarem consumindo. Novos modelos, cores, sabores, tamanhos ou embalagens são alguns exemplos de como trazer inovação para o seu negócio.
- **Marketing e vendas:** são áreas da empresa que costumam andar lado a lado. Utilizando as ferramentas de criatividade, podem ser desenvolvidas novas técnicas que possibilitem maior visibilidade da empresa no mercado, mais facilidade para o cliente adquirir o seu produto ou serviço, maior escalabilidade do negócio, além de poder proporcionar ao consumidor uma percepção de valor diferenciada. Para dar mais visibilidade à sua empresa, crie o perfil comercial que irá permitir a utilização de ferramentas exclusivas em algumas redes sociais, além de fornecer métricas importantes. Planeje o conteúdo que irá utilizar para divulgar o seu negócio. **Lembre-se que é preciso atrair a atenção do seu público!** Execute aquilo que foi planejado,

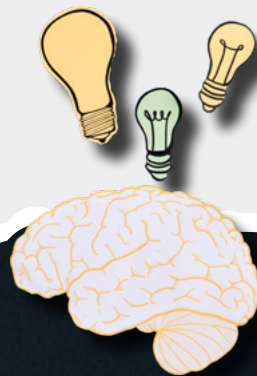
sempre acompanhando os resultados. Que tal pesquisar sobre os eventos de lançamento dos produtos da *Apple*?

- **Inovação do modelo de negócio:** observando os últimos anos, percebe-se uma forte tendência das organizações inovando em seu modelo de negócio. Especialmente em decorrência da pandemia do novo Coronavírus, muitas empresas precisaram migrar, pelo menos parcialmente, do físico para o digital e enxergaram nessa transição grandes oportunidades. Mas é preciso permanecer inovando para se manter firme nesse mercado que consegue ser ainda mais competitivo. Utilizar a gestão da criatividade com esse propósito poderá trazer muitos benefícios.

Diante do que foi exposto, fica evidente a importância do fenômeno criativo no processo de inovação das organizações. Embora a empresa tenha outras fontes de informações para identificar oportunidades, o recurso humano disponível é um capital demasiadamente valioso para não ser aproveitado da maneira adequada. Por isso, é fundamental utilizar a criatividade como ferramenta de gestão para impulsionar a inovação nas organizações. Preferencialmente, de forma sistematizada.



# 4 #FICADICA



Se você quer saber mais sobre como explorar a gestão da criatividade na sua empresa para inovar em processos, produtos, *marketing*, vendas ou modelo de negócios, o e-book **Criative-se! Box de Ferramentas** traz o passo a passo proposto pelo Duplo Diamante para sistematizar o fenômeno de criação de ideias e soluções, além de 10 ferramentas úteis para operacionalizar cada etapa dessa metodologia. Agora é hora de praticar!



# 4 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIGLIO, Z.; BRAGOTTO, D.; WECHSLER, S. M. **Da criatividade à inovação**. Campinas: Papirus, 2009.

UNIVERSIDADE DO ALGARVE. **Manual de criatividade empresarial**. Faro: Litográfis, 2010.

WORLD ECONOMIC FORUM. **Future of jobs report**. Geneva, 2020. Disponível em: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_of\\_Jobs\\_2020.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf). Acesso em: 12 out. 2021





© 2021. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE.

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

**informações e contato:**

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

Unidade de Soluções e Relacionamento

<http://www.sebrae.com.br>

**Presidente do Conselho  
Deliberativo Estadual**

Marcelo Fernandes de Queiroz

**Diretor-Superintendente**

José Ferreira de Melo Neto

**Diretor-Técnico**

João Hélio da Costa Cunha Cavalcanti Júnior

**Diretor de Operações**

Marcelo Saldanha Toscano

**Unidade de Soluções e Relacionamento**

Tathiana Amorim Garcia Udre Varela

**Gestora Estadual**

Grasielly Alves de Lima

**Unidade de Negócio,  
Inovação e Tecnologia**

Jéssica Priscila Silva de Sena

**Consultores Conteudistas**

Gileno Sena Medeiros

Guilherme Alves de Santana

**Consultora Educacional**

Regina Lúcia Alves Costa

**Projeto Gráfico e Diagramação**

Eduardo Barbalho

**Revisão Ortográfica**

Kedma Araújo

**Catlogação na fonte**

Eliane do Amaral Soares – Bibliotecária SEBRAE/RN

E-book: Título. – Natal : SEBRAE/RN,

2021.



*A força do empreendedor brasileiro*

