

Por Bruna Chieco



Se abrir para a inovação requer envolvimento das pessoas, das lideranças e da cultura de uma organização. Para isso, muitas vezes um diagnóstico de cultura se faz necessário, podendo, assim, desbloquear caminhos para que essa inovação ocorra. O tema foi debatido na Talk “Como Uma Cultura de Inovação Viabiliza Sua Estratégia de Longo Prazo” do 3º Encontro Nacional de Gestão de Pessoas.

Em um momento de busca de inovação no segmento de Previdência Complementar Fechada, é preciso pensar em mudança de paradigmas, tendo que envolver pessoas para que isso aconteça nas entidades. “Como implantar isso sem mexer na cultura geral da empresa?”, disse Claudia Cristina Cardoso de Lima, Comitê de Gestão de Pessoas da Abrapp, moderadora do painel.

Renato Santos, Consultor sênior da Walking the Talk, ajudou a responder esse questionamento e introduziu o conceito de inovação não apenas como o ato de fazer coisas novas, mas também fazer as mesmas coisas de forma diferente.

“Quando a gente fala de inovação e olha pro longo prazo, estamos criando futuros”. Segundo ele, um dos primeiros pilares da inovação é ter a capacidade de criar a visão de futuro que a gente deseja.

“Inovação não é só tecnológica”, disse, reiterando que é preciso também transformar processos, modelos de gestão e comportamentos, de forma a impactar todo o ecossistema de atuação.

O ser humano, portanto, precisa estar no centro da inovação. “Se tudo que a gente olha como repetitivo será feito por inteligência artificial, precisamos engajar as pessoas em um movimento de mudança”.

Cultura organizacional - Cultura são padrões de comportamentos encorajados, desencorajados e tolerados por pessoas e sistemas ao longo do tempo, definiu o especialista.

Ele reiterou, portanto, que é preciso observar o que a liderança das empresas encorajam para entender como é a cultura de uma organização.

Assim, é possível ter um olhar sobre qual o melhor caminho para chegar na estratégia traçada. “Precisamos entender os comportamentos e o jeito de ser da organização, para ver como isso está alinhado à estratégia”, disse Santos.

Para isso, a liderança precisa entender o impacto que ela tem sobre os comportamentos de uma organização. Além disso, os sistemas de planejamentos, orçamentos, revisão de desempenho e recompensa, métricas e estrutura da empresa também falam muito sobre a cultura organizacional.

A priorização dos investimentos é outro ponto que mostra o que a organização valoriza. Como os orçamentos são alocados, como se usa o tempo são pontos que precisam ser observados.

Santos disse ainda que a transformação cultural de uma empresa precisa ser conduzida sob os aspectos de ter, fazer e ser. “Precisamos ressignificar crenças e mentalidades para propiciar uma sustentabilidade aos novos comportamentos”.

Ele citou ainda os arquétipos culturais a serem trabalhados em uma organização, normalmente focados em superação, foco do cliente, um só time, inovação, propósito maior e orientação a pessoas, pensando sempre na estratégia da empresa e observando o que precisa ser desenvolvido dentro de seu planejamento, tangibilizando o processo de transformação cultural.

“É sempre importante começar pela alta liderança”, reiterou. “Se os líderes não estiverem engajados e começarem esse processo, ele não ganha sustentação”.

Santos destacou, então, a necessidade de olhar quais são os bloqueadores da cultura de inovação, entre eles:

- Resistências à mudança
- Falta de liderança comprometida
- Medo do fracasso
- Falta de tempo
- Individualismo
- Falta de incentivos
- Hierarquia rígida
- Cultura do status quo
- Falta de diversidade
- Falta de uma visão clara e alinhada

“Esses elementos precisam ser trabalhados quando precisamos mudar culturas”, reforçou o especialista. Junto a isso, é importante ter uma abertura para feedback, aprendizagem, experimentação e testes.

Preparar as pessoas, portanto, é essencial para uma transformação digital. “É preciso mapear as pessoas mais abertas à mudança para começar a propagar”.

O 3º Encontro Nacional de Gestão de Pessoas é uma realização da Abrapp com o apoio institucional da UniAbrapp, Sindapp, ICSS e Conecta. Patrocínio Ouro: LG Lugar de Gente – Sistemas Humanos e Walking The Talk. Patrocínio Bronze: Arual Turismo.

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 15.09.2023.