



PROF. RICARDO DE BRAGA E QUEIROZ

www.professor-ricardoqueiroz.com.br

ARTIGO SOBRE CRIATIVIDADE MBA EXECUTIVO GESTÃO EMPRESARIAL / MBA MASTER EM PESSOAS

CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO NAS EMPRESAS

A **Criatividade** e a **Inovação** traduzem-se na exploração bem-sucedida de novas ideias, essenciais para sustentar a competitividade e a geração de riquezas. Um país, uma empresa ou qualquer outra organização que almeje manter-se à frente de seus competidores, precisará de sistemas inovadores e criativos. A Inovação bem-sucedida requer bom gerenciamento, finanças apropriadas, perícias e, acima de tudo, **um clima organizacional estimulante, que possibilite criar vantagens**; e não se trata apenas de inovações científicas ou criação de demandas inteiramente novas, com foco total nos clientes e consumidores potenciais, mas em tudo:

como executar os serviços

como vender

como posicionar o produto no mercado, etc.

A Inovação pode ser a diferença entre a sobrevivência e a morte.

Atualmente, as organizações incapazes de se redescobrirem e/ou de se reinventarem continuamente (em termos de novos bens/serviços), a partir da adoção de uma consciência inovadora, irão provavelmente desaparecer. Em face das organizações empresariais terem o desafio de enfrentar, nos dias de hoje, um dos ambientes mais hostis e competitivos jamais vistos, resalto que as atitudes, os valores e as percepções devem mudar para poder se adaptarem a nova ordem econômica mundial. Essas mudanças devem ocorrer dentro de um clima organizacional favorável ao aprendizado, com contatos amigáveis, descontraídos, e com os quais as informações possam circular sem restrição, onde as ideias não devem ser “sufocadas”, sobretudo em seu nascedouro.

ESSÊNCIA DA CRIATIVIDADE

A Criatividade e a Inovação são, atualmente, os elementos básicos da cultura organizacional que mais ganharam relevância na nossa era (Era da Informação), mais precisamente a partir de 1991. Permitiram às empresas e países não só uma nova dimensão de desempenho, mas também *“enxergar o presente pelo olhar do futuro”*.

A cultura organizacional sofreu forte impacto do mundo exterior e passou a privilegiar a mudança e a inovação, voltadas para o futuro e para o destino das organizações. As mudanças passaram a ser rápidas e velozes, sem a continuidade com o passado, trazendo um contexto ambiental de turbulências e imprevisibilidades. Neste contexto surgiu a Gestão de Pessoas como um imperativo macro estratégico. As pessoas passaram a ser vistas como seres inteligentes e proativos, capazes de desenvolver responsabilidades, iniciativas, criatividade, dotadas de habilidades e de conhecimentos, que ajudam a administrar os demais recursos organizacionais inertes e sem vida própria; essa é a nova concepção do mundo globalizado. A “massa cinzenta” humana é a riqueza do hoje e do amanhã. É a “moeda” do presente e do futuro; um autêntico capital intelectual e o recurso mais importante de uma organização. Devemos encará-lo como o maior responsável pela eliminação dos processos entrópicos, decorrente da subsistência de antigos paradigmas organizacionais que precisam ser rapidamente “descongelados” e substituídos inteiramente por uma visão mais dinâmica e voltada para a aprendizagem, para a mudança e para o futuro. Esse “descongelamento” tem início com o estímulo à motivação dos funcionários/colaboradores, e a participação de todos que compõem a organização no processo de modernização, gerando um clima de absoluta confiança e de otimismo; é nesse clima que se desenvolve, naturalmente, a **Criatividade**, que irá contribuir para a geração de novas ideias, conduzindo a organização na aplicação prática dessas novas ideias, ocorrendo, por consequência, a **Inovação**, responsável direta pelo surgimento de novos produtos, serviços e tecnologias. Por conseguinte, percebe-se que a Criatividade está sempre por trás de todo o processo de Inovação, corporificando o pensamento estratégico de todas as pessoas que compõem a organização. Cada pessoa é o centro gerador de desenvolvimento de si mesma e da coletividade a que pertence. Para tanto, é necessário que haja ambientes propícios a esse desenvolvimento e que todos os direitos sejam respeitados e garantidos.

EMPRESA CRIATIVA, INOVADORA E HUMANA

Sabemos que o êxito de uma empresa depende da força de sua cultura e da clareza de seus objetivos, os quais quando empregados de forma combinada, convertem-se em forças poderosas de renovação em todos os níveis da empresa, e não simplesmente de uns poucos. Isso concorre para maximizar os lucros e aumentar a produtividade; assegura a sua sustentabilidade, a sua competitividade e a satisfação de todos que integram a organização; estabelece “consciência inovadora”, cuja principal tática é identificar as necessidades e os problemas do mercado (principalmente em tempos de crise) e transformá-los em produtos/serviços, que efetivamente representem soluções para o consumidor, principalmente os consumidores mais exigentes.

Como podemos identificar quando uma empresa não é criativa e nem inovadora?

Quando houver comportamento ou clima organizacional disfuncional que atue “**contra o despertar da criatividade humana**”. Essas organizações têm estilo gerencial contraproducente, conservador, temeroso e burocratizado, e são despidas de quaisquer regras, programas ou estruturas de Criatividade. As empresas Criativas e Inovadoras, ao contrário, são aquelas que reconhecem que sua pujança depende da Criatividade, da performance e da excelência dos homens que a compõem. Nesse sentido, introduzem programas e estruturas de Criatividade, sensibilização, empowerment, benchmarking, brainstorming, downsizing, endomarketing, housekeeping, mentoring, reengenharia, workshop, equipes autogeridas, etc, com o fito de guindar a Inovação, à condição de protagonista do crescimento; assumem naturalmente “altos” e “baixos” (vicissitudes) decorrentes dos processos de Inovação; procuram eliminar atitudes gerenciais contraproducentes que bloqueiam a criatividade humana.

Os programas de Criatividade visam, portanto, tornar as pessoas e as empresas mais criativas. Ao nível do indivíduo, esses programas fazem com que os participantes da organização tenham “mentes mais abertas” para assimilação de novos conceitos e ideias, além de lhes proporcionar mais originalidade, satisfação no trabalho, independência e maior comprometimento com a organização. Ao nível da organização, verifica-se ampla abertura dos canais de comunicação interna e externamente; sistemas de sugestões e emprego de técnicas grupais; maior utilização de equipes; aceitação de erros; normas para assumir riscos; cultura descontraída, pouco rígida e com liberdade para discutir ideias; atribuições de responsabilidades periféricas; sistemas de recompensas e/ou remuneração diferenciados, objetivando estimular a Inovação de maneira contínua e permanente. A implementação dessas práticas é fundamental para promover a Criatividade e a Inovação organizacional em sua plenitude.

A mais importante das políticas de uma empresa que quer inovar é investir e apostar em seu pessoal. Hoje, o ponto crucial não é criar, simplesmente, uma cultura de conhecimento, mas uma cultura de aprendizado que vai gerar conhecimento. Não se trata apenas de a empresa desenvolver sua principal riqueza (a inteligência). No mundo do trabalho de hoje o aprendizado é uma das “moedas de remuneração dos bons profissionais”. A essência do novo contrato nas empresas – além do pagamento de salário – é uma troca: iniciativa por oportunidades. A empresa oferece a oportunidade e os meios educacionais para o funcionário obter o sucesso pessoal; em contrapartida, o funcionário promete iniciativa na criação de valor para os clientes e fornecedores potenciais e,

consequentemente, lucros à empresa. Atualmente há empresas que buscam, junto aos concorrentes, novas ideias e práticas que funcionem, independentemente de suas origens, de modo que possam repeti-las e adaptá-las às suas próprias culturas, tendo em vista o mercado global, cada vez mais concorrido, e a crescente necessidade de destaque neste mesmo mercado. Todavia, essa é uma postura que não se revela suficientemente adequada para viabilizar o aumento da competitividade e/ou garantir a sobrevivência da empresa. É importante e necessário desenvolver “bolsões” de criatividade na cultura organizacional, de modo a evitar a “letargia”, antecipar-se às tendências e perseverar na elevação/nivelamento da competitividade da empresa, aos padrões organizacionais de classe mundial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A adoção de uma consciência inovadora contribui, decisivamente, para o descobrimento de ideias que o mercado reclama. É uma postura modernizante que, emblematicamente, denota que *“os olhos e a mente das pessoas devem ficar voltados para o mundo”*, procurando sempre identificar e conhecer experiências de sucesso. Criar, inovar e desenvolver conceitos e modelos de modernização é uma questão de sobrevivência, básica para o aprimoramento da gestão e da obtenção do oxigênio necessário à continuidade do negócio. A Inovação é o resultado da Criatividade empregada na condução e gerenciamento de todos os seus processos. Agindo e trabalhando assim, as empresas acumulam vantagens competitivas, reduzindo as possibilidades de ocorrência de insucessos.

Por fim, é preciso esclarecer o “receituário” de que *“em uma empresa criativa, a Criatividade está tão entranhada na maneira de ser e agir, que se torna a maneira padrão de conduzir os negócios”*. Uma empresa só é verdadeiramente criativa quando sua criatividade se torna a maneira diária de fazer as coisas. Um meio viável de se conseguir isso passa por um processo de *“destruição criativa”*, que vem a ser um grande e importante impulso que aciona e mantém em marcha o motor capitalista. É exatamente esse processo que nos conduz à criação de novos fatos, que troca o obsoleto pelo recente, e esse por outro mais inovador. É, no fundo, pelo que se observa, o fomento do novo que parece dar sangue, vida ao processo de *“destruição criativa”* (é o que vem acontecendo, por exemplo, com a indústria de fabricação de celulares, com aparelhos cada vez mais sofisticados). Igualmente, a administração eficiente e eficaz da motivação humana deve ser um compromisso irremovível a ser perseguido pelas empresas, como forma de abrir espaço para a Criatividade e a Inovação, e melhorar a qualidade de vida e a autoestima das pessoas. Nessa ambiência as pessoas irão se sentir mais

compromissadas com a empresa, que as incentivam no sentido de dar sua contribuição pessoal para o sucesso de todos. Assim, as pessoas estarão mais motivadas, sentindo-se mais necessárias e mais partes integrantes da organização, passando a desenvolver maior lealdade e preocupação com a organização e com seus clientes e fornecedores, seus produtos/serviços; os problemas da empresa passam a ser seus problemas pessoais, os objetivos da empresa transformam-se em seus objetivos pessoais; tornam-se íntimos contribuintes da maior produtividade e da qualidade à empresa. A motivação é aqui encarada como um meio de trabalho, um estilo de liderança e de vida, uma filosofia permanente de abalizar o pensamento estratégico na Gestão de Pessoas, pois o elemento humano é um agente de transformação necessário à sobrevivência das empresas. São as pessoas que fazem a diferença e saber como gerenciar pessoas é um grande desafio; muito mais que isso é saber como gerenciar a motivação das pessoas.

<http://www.administradores.com.br/home/alessiv/blog/>