

## Criatividade nos Negócios

Caro leitor, iniciamos o artigo dessa semana com uma frase de Michael Porter, um dos pensadores mais influentes do mundo em gestão e competitividade.

“Não devemos pensar na competição para sermos os melhores. Temos de pensar em como sermos especiais, diferenciados. O maior erro que você pode cometer é concorrer com o mesmo produto que o seu concorrente”.

Michael Porter

A frase acima, retrata bem o momento em que vivemos, onde ter diferenciais é fundamental para a sobrevivência da organização. Mas como encontrarmos esses diferenciais, se tudo hoje virou “commodities”? A resposta a essa pergunta é fácil: sendo criativos.

As organizações quando orientadas através de técnicas de criatividade e inovação podem desenvolver excelentes diferenciais em:

- Produtos e serviços: desenvolvimento e comercialização de produtos ou serviços novos, fundamentados em novas tecnologias e vinculados à satisfação de necessidades dos clientes.
- Processos: desenvolvimento de novos meios de fabricação de produtos ou de novas formas de relacionamento para a prestação de serviços.
- Negócios: desenvolvimento de novos negócios que forneçam uma vantagem competitiva sustentável.
- Gestão: desenvolvimento de novas estruturas de poder e liderança.

Mas, como fazer isso? Simples mudando a forma de pensar!

Existem basicamente dois tipos de criatividade, a de manutenção e a de ruptura. Vejamos como pensam essas empresas, quando diante de um “problema”.

Quando procura descobrir o “culpado” e o que deve ser feito para corrigir o mesmo o mais rápido possível, estamos nos referindo ao pensamento típico da maioria das empresas, ou seja, as que utilizam os esforços criativos na manutenção do estabelecido.

Mas, se enxergarmos o “problema” como uma oportunidade de crescimento, descobrindo as causas e o que fazer para que os problemas não ocorram

novamente, estamos utilizando esforços criativos para a ruptura e conseqüente inovação.

Diante de tantas divergências sobre o que tornará uma organização bem sucedida, hoje e num futuro próximo, defendo um tipo de organização que aprende rapidamente a interpretar o mercado e a produzir coletivamente inovações em vários elos da cadeia de valor, no ramo em que atua.

Empresas como Apple, Google, Dell, Cirque de Soleil, Microsoft e outras são líderes em seus segmentos por que tiveram a coragem de pensar de forma diferente. O futuro pertence às organizações que puderem criar e manter seus mercados através da criatividade, pois como já dizia Albert Einstein :

“Não há maior sinal de loucura do que fazer a mesma coisa repetidamente e esperar a cada vez um resultado diferente”.

Floriano Ferreira Junior consultor em gestão, professor universitário e autor dos livros: “A Arte de fazer Bons Negócios”, e “A Essência do Tempo”.

Texto publicado no Jornal da Zona Leste edição 928 (*São Paulo – SP – Brasil*)