



ABRH-NACIONAL

Associação Brasileira de Recursos Humanos

PRESIDENTE: RALPH ARCANJO CHELOTTI - VICE-PRESIDENTE: CLEISSON NUNES BARBOSA

Nº 1073 - ANO 22 - QUINTA-FEIRA, 21 DE MAIO DE 2009

CONARH 2009

A criatividade a serviço das empresas e dos colaboradores

A influência da criatividade nos negócios não é novidade no mundo corporativo. Há mais de dez anos, Jerry Hirshberg, fundador do centro de design da Nissan, já havia chamado a atenção para isso no livro *The Creative Priority: Putting innovation to work in your business*. Ainda assim, muitas empresas continuam engatinhando nesse quesito. Para orientá-las, o especialista em criatividade, inovação e estratégias Paulo Benetti estará no CONARH 2009 – 35º Congresso Nacional sobre Gestão de Pessoas, que a ABRH-Nacional realizará de 18 a 21 de agosto, no Transamerica Expo Center, em São Paulo (SP). Confira um pouco do que ele levará aos congressistas durante a palestra *Criatividade – A hora de soluções não convencionais*.

JORNAL DA ABRH – Em situações de crise, as organizações precisam de mais criatividade, mas, em geral, é quando fecham as portas para novas experiências, tentando se proteger. Criar é efetivamente arriscar?

PAULO BENETTI – Sim, mas existem poucos dirigentes com capacidade de liderança e interessados em correr riscos. A crise gera medo e este gera a ansiedade, que é a mãe dos bloqueios. É triste ver empresas com mil, 2 mil, 10 mil colaboradores não usarem todos esses cérebros a seu favor. Quando uma crise irrompe, uns poucos concentram o poder de decisão e os demais atuam como meros expectadores. Essa situação leva as pessoas a procurarem a última zona de conforto em que se encontravam. Por isso, dizemos que elas vão para a mesmice.

ABRH – Como é possível correr risco e, ao mesmo tempo, se proteger?

PB – O risco é inerente aos processos de criação e inovação e pode envolver aspectos financeiros. Mas, em geral, os valores envolvidos não são altos, visto que existe uma grande quantidade de novas soluções que podem ser aproveitadas a um baixo custo. Ainda, o custo de implementação de uma nova ideia é mensurável e, com isso, a empresa pode decidir se quer ou não levá-la adiante. Por isso, acredito que implementar processos de criação e inovação é, antes de tudo, uma decisão política: onde há criação e inovação há mudanças e muitos dos que estão à frente das empresas não estão interessados em mudanças.

ABRH – O potencial de criatividade é decisivo na perenidade de uma empresa?

PB – Pesquisas recentes realizadas pela consultoria McKinsey, pela American Management Association e por Richard Florida para a União Europeia mostram que a criatividade é o tema mais importante dos próximos anos. Não foi por mera liberalidade que a UE decidiu que 2009 seria o ano da Criatividade na Europa.

O potencial criativo e inovador é que vai dizer se a empresa permanece ou não. Creio que os campos da engenharia genética, robótica e farmacêutico e soluções para resgatar o meio ambiente vão dominar os mercados. Envolvidos nisso, vários produtos e serviços novos na área digital serão oferecidos. A indústria criativa também dará grande contribuição. A partir disso, teremos muitas atividades novas, com empresas novas.

ABRH – Até que ponto os governos podem ajudar?

PB – Podem ajudar muito criando políticas mais agressivas para criatividade e inovação.

No Brasil, fizeram uma lei sobre inovação e esqueceram que para inovar é necessária a criatividade. Empresas inovadoras não estão mais preocupadas com a gestão da inovação; estão buscando ambientes criativos, novas formas de fazer seu pessoal criar. Por isso continuam inovadoras. Algum tempo atrás, trabalhei para uma empresa na China e vi como estão interessados em criatividade. Vale destacar que a China hoje tem mais engenheiros e pesquisadores do que os EUA. Também trabalhei na Irlanda, uma cultura totalmente diferente, mais conservadora, mas também muito interessada em buscar caminhos para a criatividade de seu pessoal. É importante lembrar que esses dois países, há uns vinte anos, estavam atrás do Brasil no cenário econômico internacional.

ABRH – É possível articular os potenciais humanos da criatividade com as necessidades das organizações?

PB – É fundamental que isso ocorra tanto para o crescimento das empresas, como para a realização pessoal de seus colaboradores. Queira ou não, cada cérebro é criativo e as empresas têm de saber imediatamente como aproveitar isso. E não é montando caixas de sugestões, mas sim implantando uma estratégia clara de aproveitamento do manancial de ideias. As possibilidades são imensas para reduzir custos, aumentar vendas, criar novos produtos e serviços, melhorar processos, alterar o modelo de negócio, enfim, em todas as atividades, é possível melhorar. Mas, para isso, há que se trabalhar muito bem o ambiente e, então, preparar as equipes para produzirem o melhor.

ABRH – O que é preciso para se ter um modelo de gestão que contemple a criatividade na estratégia do negócio?

PB – Em 1961, Mel Rhodes escreveu o seu clássico trabalho *An Analysis of Creativity*, mostrando que a implementação da criatividade obedece a quatro dimensões: Ambiente, Pessoal, Processo e Produto (Resultado). Em 1986, eu era superintendente geral de uma grande empresa e decidimos implantar um programa de criatividade. Após um ano e meio de trabalho, vimos que não tínhamos resultados. Mais tarde, estudando nos EUA e na Europa, constatei que havíamos nos esquecido de duas dimensões: Ambiente e Resultado. Na realidade, havíamos deixado para depois. Ora, isso não existe. Agora, como consultor internacional, vejo que as empresas que obtêm os melhores resultados administram em harmonia as quatro dimensões. Não é difícil estimular e captar muitas ideias em uma empresa nem gerenciar os processos de inovação. O que importa são os detalhes que existem no entorno, que, muitas vezes, são relegados. É aí que os programas não dão certo. Por isso, acredito que criatividade e inovação vão além do modelo de gestão. É uma questão de valores da organização. E, se isso não corre pelas veias de todos, sempre haverá dificuldades.

ABRH – Nas empresas criativas, qual é a tendência?

PB – Acredito que, em um futuro muito próximo, empresas criativas aproveitarão os cérebros de outras empresas para produzir novas ideias para elas. Elas não precisarão contratar aqueles cérebros; simplesmente irão incentivá-los a produzir ideias novas para as suas atividades e os compensarão por isso. Ou seja, o que hoje chamamos *Open Innovation* terá uma dimensão ampliada.

CONCURSO PARA RHs CRIATIVOS

Por falar em criatividade, o tema central do CONARH 2009, *Da Realidade que Temos para o Futuro que Queremos – Oportunidades e Tendências*, inspirou a ABRH-Nacional no lançamento do concurso A Hora da Retomada: Banco de Soluções Práticas.

Aberto exclusivamente aos congressistas do CONARH 2009, o concurso objetiva destacar a contribuição de Recursos Humanos, especialmente em períodos críticos, na sobrevivência e retomada do crescimento das organizações. E, também, construir um banco

de soluções que será disponibilizado para consultas aos interessados.

Os três primeiros colocados serão contemplados com uma inscrição gratuita para apresentar seu trabalho na Sala de Inovação, realizada durante o CONARH, e com a divulgação de suas ideias nesta página, na revista *Melhor – Gestão de Pessoas*, no site e blog da ABRH-Nacional.

Informações e regulamento:
www.conarh.com.br

PRÊMIO SER HUMANO

Vencedores serão anunciados no dia 3

No dia do Administrador de Pessoal, 3 de junho, no espaço de eventos HSBC Brasil, na capital paulista, será palco da cerimônia de entrega do Prêmio Ser Humano Oswaldo Checchia 2009, criado pela ABRH-Nacional para incentivar, reconhecer e destacar as iniciativas voltadas à valorização das pessoas dentro e fora

das organizações.

Os vencedores desta 15ª edição, que conta com o patrocínio do Grupo ThyssenKrupp Bilstein Brasil e da Light, serão conhecidos somente durante a premiação, que deverá reunir os autores de todos os trabalhos classificados (veja a relação abaixo).

OS CLASSIFICADOS

GESTÃO DE PESSOAS

Categoria Empresa

A crença na diversidade como uma estratégia de negócio – Light Sesa

AGCO do Brasil: O desafio da inclusão de deficientes físicos e mentais na indústria – AGCO

Atitude para crescer: Como realizar mudanças com transparência e criatividade – Grupo SBF

Coaching para resultados – Um projeto inovador no varejo – Lojas Colombo

CPFL Management – CPFL Energia

Info-inclusão: Fator chave de emancipação profissional e competitividade organizacional – Sabesp

Humanismo: A Mapfre valoriza esta prática – Mapfre Seguros

Juntos pela saúde – Hospital Alemão Oswaldo Cruz

Light: Mais valor quem constrói é a nossa gente – Light Sesa

Marketing vocal e a imagem do atendimento telefônico – Sabesp

Pessoas servindo pessoas – O alimento como fonte de motivação e valorização do trabalho – Hospital de Clínicas de Porto Alegre

Potencializando o negócio através do desenvolvimento de pessoas – Auxiliadora Predial

Programa de Acolhida – Um roteiro de viagem para o novo colaborador do Sistema Fiegs – Sistema Fiegs/Ciergs

Programa de Formação de Recursos Humanos Angolanos no Brasil – Siano & Rego Consultoria

Programa Humanizarte – Fundação Benjamin Guimarães/Hospital da Baleia

Programa Qualidade de Vida no Trabalho – Fundação de Proteção Especial - RS

Projeto Colaborador Atleta: Performance esportiva movida pela paixão – Grupo SBF

Projeto POA IV – Um exemplo de gestão de mudanças – Souza Cruz

Qualidade total nas relações humanas – Nossa Serviço Temporário e Gestão de Pessoas

Quem é Aché pensa além da caixa – Aché Laboratórios
Responsabilidade social interna e gestão da empresa – Cepac

Seleção Interna – Viabilização da ascensão profissional em empresa de administração pública – Cemig

Tecnologia voltada à educação – Banco Bradesco

Treinamento técnico: Mais que vendedores, especialistas no esporte – Grupo SBF

Categoria Profissional

Alavancando performance empresarial através da realização do potencial empreendedor dos gestores – Alexandre de Araújo Castro

Construindo a gestão pela cidadania: Redes internas, contexto e resultados no trabalho socioassistencial – Luiza Maria Barros (coordenadora) e equipe: Laura Barros, Bianca Botelho, Alcione Dias e Camila Soares

Do jeito que se espera! – Márcia Regina de Souza Salibian

Gestão do conhecimento e inovação alterando as bases de competição: O produto Visa Vale – Débora Cristina Dado

Gestão sustentável através do desenvolvimento das pessoas – Leda Regis

Maestros de gente – Rogério Glaser Prado

Mentoring: Passando a tocha do conhecimento – Lúcia Helena Montanheiro Meili

Metanóia – Planeta sustentável – Ana Lúcia Galvão Gomes

Motivação como instrumento para gestão de pessoas em uma empresa rural – Alcides Ferri

Organização Planetarium – José Tadeu Seguin

Programa Criar: A sugestão como construção do sentido e valorização do ser humano – Luiz Fernando Pontes

Reconhecimento de competências – Motivação para o autodesenvolvimento – Clarisse Droval

Sistema de Monitoramento Estratégico – Sérgio Leme Beniamino e João Francisco Toledo

Terapias orientais: Uma contribuição para a gestão de pessoas – Alessandra Agarez e Luiz Mercanti

Categoria Acadêmica

A competência na globalização: O setor de gestão de pessoas e a realidade da atividade de trabalho – Rosiléia Aparecida Borim Capozzi

A gestão por competências e a certificação profissional – Clarisse Droval

Avaliação de resultados da gestão de pessoas: Percepção e práticas dos profissionais de Recursos Humanos – Patrícia Morilha Muritiba, Ana Cristina Limongi-França e Sérgio Nunes Muritiba

Estilos de liderança praticados nas organizações – Vera Lúcia da Conceição Neto

Os lucros vêm das pessoas – Como engajar os empregados – Sonia Carvalho

Projeto Garoto Vivo – Eliana Evangelista dos Reis

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Categoria Empresa

A tecnologia a serviço da inclusão social – Banco Bradesco
Instituto Nextel – Nextel Telecomunicações

Programa Reciclar Banrisul – Consciência que gera sustentabilidade – Banrisul

Programa Voluntários Souza Cruz – Souza Cruz

Projeto Dando Asas – MWM International

Projeto Japiim – Alubar

Categoria Organizações do Terceiro Setor

Gestão Voluntariado – Instituto do Câncer Infantil do Rio Grande do Sul

Pesquisa, caminho para a cura do câncer infanto-juvenil – Instituto do Câncer Infantil do Rio Grande do Sul

Projeto Visão de Futuro – Rotary Clube de Mauá

Tecnologia empresarial social: Valorizando pessoas – Apae Salvador

Transporte de crianças e adolescentes carentes com câncer: Dignidade e qualidade de vida durante o tratamento – AHPAS - Associação Helena Piccardi de Andrade Silva



ABRH-NACIONAL
Associação Brasileira de Recursos Humanos

Publicação da ABRH-Nacional – Associação Brasileira de Recursos Humanos
Rua General Jardim, 770 - 7º andar - cj 7D - CEP 01223-010 - São Paulo - SP
Tel. (11) 3124-8850 - Fax: (11) 3124-8867 - E-mail: abrnh@abrnacional.org.br
Site: www.abrnacional.org.br - Editora: Thais Gebrim (Mtb 13.743)