

# III SEMANA DO CONHECIMENTO

Universidade e comunidade  
em transformação

**3 A 7** DE OUTUBRO  
DE 2016

Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

Resumo

Relato de Caso

**A influência da inovação e criatividade como estratégia competitiva na empresa**

**AUTOR PRINCIPAL:** José Lucas Tiepo

**CO-AUTORES:** Matheus Otávio Mulinari, Caroline Balensiefer Vicenzi

**ORIENTADOR:** Teofane Foresti

**UNIVERSIDADE:** Universidade de Passo Fundo

## INTRODUÇÃO:

A busca pela inovação é uma característica das empresas competitivas e que estão a frente do mercado. Inovar é buscar aperfeiçoar produtos, serviços ou processos de forma contínua, buscando além do retorno lucrativo, uma mudança no paradigma de negócios e na forma como organizações são conduzidas, através da visão empreendedorista. Inovar significa permanecer viva em um mundo fluído, que apresentam mudanças sociais, culturais, políticas e comportamentais, para isto a empresa precisa estar preparada para se reinventar a cada nova onda de mercado, caso contrário muitas deixa de existir. A inovação é um processo que requer conhecimento, planejamento e que para isto oferece diversas ferramentas para quem deseja inovar. O objetivo deste artigo é refletir sobre a importância da revisão de métodos, técnicas e ferramentas para inovação e criatividade, revisando a literatura sobre criatividade e inovação.

## DESENVOLVIMENTO:

Quanto à classificação desta pesquisa, do ponto de vista dos objetivos, se caracteriza como exploratória, pois constitui primeiramente um levantamento bibliográfico proporcionando maior familiaridade com um tema, e descritiva, pois apresenta os procedimentos seguidos. Utiliza-se como procedimento técnico a pesquisa bibliográfica, uma vez que o portfólio bibliográfico se constitui de materiais (artigos) já publicados. As empresas vivem hoje uma era de mudanças aceleradas. Entretanto, a maioria das estruturas organizacionais e práticas administrativas não foi criada para atender a esse ritmo de mudança em voga, visto que a estrutura organizacional e os modelos de gestão estão mudando. Neste sentido, as organizações estão mudando em todas as direções. Após o confronto com a realidade, muitas organizações têm

alterado profundamente a forma de se ver e a forma de trabalhar (DRU e LEMBERG, 1997). As organizações que possuem um diferencial levam vantagem no mercado. Um dos grandes desafios das organizações modernas é propiciar espaços onde a aprendizagem se beneficia da criatividade e vice-versa. A importância do pensamento criativo é destacada por Kao (1997) “esta é a era da criatividade porque é a era do conhecimento. E em uma era que privilegia o conhecimento, a criatividade agrega valor ao conhecimento e o torna progressivamente mais útil”. Criatividade é, antes de tudo, fazer algo incomum e que seja útil. Segundo Silva et al.(2002), a criatividade é uma importante característica das pessoas, que as torna capazes de buscar soluções para problemas que são desafiadores. Já Inovação está sempre ligado à inserção, implementação ou desenvolvimento de uma ideia, produto ou serviço, com o propósito de utilidade, em diferentes tipos de ambientes organizacionais, ou na sociedade como um todo. Para Gronhaut & Kaufman (1988) a inovação é entendida como fazer algo novo ou renovar algo, o que pode, muitas vezes, confundir com o conceito de criatividade. A principal dificuldade ao se tentar distinguir criatividade de inovação refere-se à própria concepção do que é a criatividade. Entretanto, deve ser lembrado de que a criatividade envolve a realização de algo diferente e significativo, e que, portanto, a inovação deve ser vista como um subconjunto ou decorrência da criatividade. Assim sendo, a inovação precisa da criatividade para acontecer, não sendo possível gerar algo novo e útil para a sociedade sem que exista um processo criativo anterior (KIRTON, 2006). Em anexo estão duas tabelas de ferramentas e métodos de inovação e criatividade. As técnicas e ferramentas de criatividade fornecem métodos que nos ajudam a examinar um problema ou oportunidade sob diferentes perspectivas, a escapar dos bloqueios mentais, a expandir a nossa imaginação e combinar ideias de maneiras que normalmente não nos ocorreriam. Já as ferramentas de inovação nos ajudam a desenvolver a cultura de inovação dentro da organização.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Considera-se que este estudo contribui para evidenciar a importância dada pelas pesquisas para os métodos, técnicas e ferramentas para inovação e criatividade. Dos artigos e trabalhos considerados para fins de estudo sobre a temática inovação e criatividade, os mesmos foram analisados e grande parte mostram a importância da adoção de uma estratégia competitiva baseada na inovação, fazendo com que a empresa venha a competir, e se manter vivo no mercado.

### REFERÊNCIAS:

- DRU, J. M., LEMBERG, R. Disrupt your business. Journal of Business Strategy, [S. l.] v. 18, n. 3, p. 24-30, maio/jun. 1997.
- DA SILVA, H. ; BET,C.N.; ULBRICHT,V.R. A influência da criatividade no design grafico. in: XIV CIIG Santander, espanã - 5 - 7 junio de 2002.

GRONHAUG, K.; KAUFMAN, G. Innovation: a cross- disciplinary perspective. Oslo, Norwegian: Norwegian University Press, 1988;  
 KIRTON, M. J. Adaptation-Innovation: In the context of diversity and change. London, UK: Routledge, 2006.  
 KAO, John. Jamming. Rio de Janeiro: Campus. 1997.

**NÚMERO DA APROVAÇÃO CEP OU CEUA (para trabalhos de pesquisa):** Número da aprovação.

**ANEXOS:**

Mapa Mental:	É um diagrama usado para representar palavras, ideias, tarefas ou outros itens ligados a um conceito central e dispostos radialmente em volta deste conceito. Eles são organizados em grupos, ramificações ou áreas.
Método Delphi	É uma técnica de trabalho em grupo usado para obter a opinião de pessoas selecionadas sobre o determinado assunto mediante uma série de consultas (rodadas)..
O Desafio Criativo e a Provocação	São duas técnicas que têm o propósito de estimular nossa mente a escapar dos modelos de pensamento estabelecidos e se abrir a novas possibilidades em todas as direções de pensamento.
Scamper	É uma lista de perguntas estimuladoras da criatividade, baseada na noção de que muitas coisas novas resultam de modificações ou combinações de coisas já existentes.
Nove janelas	É uma ferramenta visual que permite analisar a situação sob diferentes perspectivas, especialmente em pensar sobre o problema a resolver em termos de Tempo e Escala

Fonte: Organizado pelos autores a partir dos dados disponíveis no site criatividade aplicada (2007)

Tabela 2 – Ferramentas de criatividade

Brainstorming	Metodologia de geração de ideias em torno de novos produtos, serviços, campanhas publicitárias, etc.
Método (Brainwritng): 6-3-5	O foco dessa metodologia é gerar 108 ideias escritas em meia hora. É a "versão silenciosa" do Brainstorming.
Business Model Canvas:	Consiste em um mapa dividido em 9 blocos que definirão, de maneira rápida e prática, o modelo de negócios de uma organização nascente ou já existente.
Modelo A-F de Philip	Modelo proposto pelo estudioso Philip Kotler baseado em seus anos

Kotler:	de experiência visitando mais de vinte empresas consideradas como as mais inovadoras.
Design Thinking	Metodologia baseada em ação criativa. É um processo interativo, que exige experimentação e cujo foco principal volta-se para o consumidor.
Estratégia do Oceano Azul:	Os autores estudaram 150 ganhadores e perdedores em 30 indústrias diferentes e viram que explicações tradicionais não explicavam o método dos ganhadores.
Benchmarking:	É o processo sistemático e ininterrupto de avaliação dos produtos, serviços e processos gerenciais das organizações que são reconhecidas tendo as melhores práticas.
Cinco Forças de Porter:	Procura identificar os fatores que interferem na competitividade das empresas e, a partir dessa análise.
Análise SWOT:	Técnica que permite identificar os principais elementos para a adequada gestão da empresa, mostrando pontos prioritários de atuação.
Inovação Aberta (Open Innovation):	Metodologia nas organizações visando necessidades e know how para o público externo, na intenção de criar uma rede de co-criação e gerar inovações.

Fonte: Organizado pelos autores a partir dos dados disponíveis na revista EXAME (2015)

Tabela 4 – Ferramentas de inovação