

# EDITORIAL

## O NOVO PÚBLICO DA RAE

Para o ano de 1998, foram estabelecidas novas metas para a RAE com o objetivo de acompanhar e subsidiar as mudanças que deverão ocorrer na EAESP. Em primeiro lugar, projetamos um salto no número de assinantes, o que implicará um exame da estratégia de divulgação. Em segundo lugar, ainda que não menos importante, os custos serão o objeto de nova avaliação e de monitoramento. Finalmente, embora a longo prazo, será reexaminado todo o composto do produto. Nessa lógica, a RAE buscará ser um agente de "fidelização" do leitor que tenha algum vínculo com a EAESP e/ou com o projeto de nossa Escola de modo a começarmos a esboçar o que deverá ser o futuro da FGV/SP. Nessa direção, nossos assinantes serão convidados a responder uma pesquisa que visa a aprimorar nosso conhecimento sobre as preferências de nossos leitores. Algumas iniciativas já tomadas em 1997 deverão ser expandidas (veiculação de anúncios) e outras incorporadas de forma definitiva (internacionalização da Revista). Para esta edição 2/98 reservamos alguns artigos que foram selecionados entre os melhores enviados. O artigo do Prof. José Ernesto Lima Gonçalves permite aprofundar um tema que é sempre atual em vista das constantes mudanças. Ainda na seção Organização, Recursos Humanos e Planejamento, publicamos o artigo de Eunice M. L. Soriano de Alencar que examina as condições que favorecem a criatividade nas organizações. Para a seção Administração Mercadológica, escolhemos um artigo bastante objetivo, de autoria de Rubens C. Santos e Virgínia M.F. de Castro, sobre desenvolvimento de embalagens. Em Finanças, o tema em destaque é a influência das opções reais na avaliação dos contratos de *leasing*. Dando continuidade ao artigo anterior, Alberto Luiz Albertin e Rosa Maria Moura aprofundam a discussão sobre comércio eletrônico, enfatizando os aspectos relativos à privacidade e à segurança das informações. Finalmente, a área de Administração Hospitalar apresenta o artigo sobre análise do custo/eficácia das intervenções em organizações de saúde. A RAE Light publica artigos de John Kasarda sobre logística e de Maria Ester de Freitas sobre a família no contexto do mundo do trabalho.

**Roberto Venosa**  
Editor e Diretor

# RAE

VOLUME 38  
NÚMERO 2  
ABR./JUN. 1998

## Organização, Recursos Humanos e Planejamento

### A necessidade de reinventar as empresas

José Ernesto Lima Gonçalves

Para algumas empresas a adaptação aos novos tempos é inevitável, uma questão de vida e morte. Para outras, a adaptação é uma recomendação, uma medida de segurança. As empresas contemporâneas estão precisando mudar em função de pressões externas e internas inéditas tanto na variedade quanto na intensidade e alguns eventos estão sinalizando a chegada da nova empresa. Novas premissas, adequadas a novos fatores, devem orientar o projeto das empresas destinadas a sobreviver e prosperar nos novos tempos.

*To some companies, adapting to new times is inevitable, a life or death decision. To others it is recommended as a precaution. Contemporary companies have to change because of external and internal pressures that are novel both in intensity and variety and we have seen signs of the arrival of the new enterprise. New premises, more adequate to these new factors, shall guide the design of companies that are to survive and row in these new times.*

# 06

### Promovendo um ambiente favorável à criatividade nas organizações

Eunice M. L. Soriano de Alencar

Após destacar que a criatividade não deve ser vista apenas como um fenômeno de natureza intrapsíquica, uma vez que muitos são os fatores ambientais que influenciam e mobilizam o potencial criativo, são abordados, neste artigo, distintos aspectos relativos a três eixos centrais: as características pessoais que se relacionam à criatividade, dando ênfase tanto a atributos pessoais favoráveis como a outros, desfavoráveis; alguns fatores do contexto social que afetam a produção criativa, como valores, tradições e sistemas de incentivo e punições; e as características de um ambiente de trabalho que se constituem ora como estímulos, ora como obstáculos à criatividade.

*Creativity is not an intrapsychic phenomenon. It is strongly influenced and mobilized by environmental factors. This article analyses three different groups of factors which affect creativity. The first one is the personal attributes which favour or inhibit creativity. The second is some characteristics of the social context, such as values, traditions, incentive and punishment system, which influence the creative behaviour. A third group of factors refers to the characteristics of the work environment which affect creativity. Both the stimulant factors and the inhibiting factors are described.*

# 18