

EDITORA MANUAL

LIVRO: ADMINISTRAÇÃO EM FOCO – TENDÊNCIAS E PRÁTICAS DE PESQUISA

ISBN: 978-65-00-76916-6 DOI: 10.29327/5328918

ORGANIZADORES: Me. Afonso Henrique Souza de Assis; Me. Mirabel Silva dos Santos

CAPÍTULO 9

INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE: O FUTURO DAS ORGANIZAÇÕES

Luis Fernando Gonçalves Rabelo

RESUMO

Este paper objetiva analisar artigos e livros sobre o tema A necessidade de inovação dentro das organizações para a vantagem competitiva e perenidade do negócio, buscaremos evidenciar que para as organizações para se manterem competitivas e perenes, necessita desenvolver uma cultura organizacional que estimule a inovação em todas as áreas da empresa. Ao longo dos estudos, com base em 3 artigos, obtidos através de pesquisas no google acadêmico, constatou-se que a inovação pode ser dividida em tecnológica e não tecnológica, sendo ambas cruciais para incremento da competitividade das organizações. Diante desses estudos, o paper pode também contribuir em evidenciar que a inovação deve ser contínua nas organizações. Pudemos ainda verificar que a literatura corrobora com o ditador popular brasileiro que diz “quem chega primeiro bebe água limpa!”, são vários os cases de empresas que inovaram em seus produtos, serviços, modelos de negócios, processos, sendo estas inovações tecnológicas ou não tecnológicas, e com isso se tornaram referências de mercado. Na contramão dos cases de sucesso, tivemos casos emblemáticos de empresas que não deram a devida atenção à inovação e acabaram fracassando.

Palavras-chave: Negócios . Inovação . Organizações . Necessidade. Competitividade

ABSTRACT

This paper aims to analyze articles and books on the theme The need for innovation within organizations for competitive advantage and business continuity, we will seek to evidence that for organizations to remain competitive and perennial, need to develop an organizational culture that stimulates innovation in all areas of the company. Throughout the studies, based on 3 articles, obtained through google scholar searches, it was found that innovation can be divided

into technological and non-technological, both of which are crucial for increasing the competitiveness of organizations. Given these studies, the paper can also contribute to evidence that innovation should be continuous in organizations. Given these studies, the paper can also contribute to evidence that innovation should be continuous in organizations. We could also verify that the literature corroborates with the Brazilian popular dictator who says "who arrives first drinks clean water!", there are several cases of companies that innovated in their products, services, business models, processes, whether these innovations were technological or non-technological, and with this became market references. Contrary to the success cases, we had emblematic cases of companies that did not give due attention to innovation and ended up failing.

Keywords: Business . Innovation . Organizations . Need . Competitiveness

INTRODUÇÃO

A inovação se tornou tema de extrema relevância em todos os setores da economia, nas organizações, também nos mais variados campos acadêmicos. Para Santos (2020) a inovação para competitividade das empresas, se tornou relevante após os trabalhos de Schumpeter (1949), importante pensador e economista austríaco. Segundo Santos (2020, p.3), “para Schumpeter (1982) a inovação foi inicialmente classificada como uma ‘destruição criativa’ que pode ser entendida também como o melhoramento de produtos existentes, nos processos de fabricação, nos processos organizacionais e em outros fatores para criação de novas oportunidades.”

É notório que quando falamos em inovação, vêm em nossas mentes a palavra tecnologia, sendo que frequentemente associamos inovação como sendo alguma invenção e ou evolução tecnológica, entretanto a inovação é muito mais ampla que isso. Han e Gao (2018) argumentam que a inovação pode ser dividida em inovação tecnológica e não tecnológica. Dessa forma, como visto no trabalho de muitos outros autores, a inovação pode acontecer, em vários campos como: administrativas, de processos, serviços, organizacional e outras.

Han e Gao (2018, p881) mostram que, “A inovação constitui uma fonte crucial de vantagem competitiva substancial, independentemente de seus vários tipos (Schumpeter, 1934).” Han e Gao (2018) trazem que, a inovação em produtos e serviços impulsionam o

desempenho das empresas, tanto no que diz respeito à produtividade, como nos aspectos da competitividade e rentabilidade.

Para Barbosa et al. (2021) a adoção de diferentes tipos de inovação ajuda a impulsionar o desenvolvimento das capacidades organizacionais, conseqüentemente, melhora os resultados da organização. Fica claro que para as organizações terem sucesso ou continuarem a ter sucesso, é crucial que se invista em inovação nos produtos, serviços e processos.

Pensando nisso, o presente paper tem como objetivo a revisão sistemática de livros e artigos que tratam sobre Inovação como vantagem competitiva para as organizações, evidenciando que a inovação é essencial para a perenidade das organizações. Buscando ainda trazer contribuições no que diz respeito a importância de se desenvolver nas organizações uma mentalidade voltada para a inovação a fim de criar-se uma cultura verdadeiramente voltada para essa finalidade.

A NECESSIDADE DE INOVAÇÃO DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES PARA A VANTAGEM COMPETITIVA E PERENIDADE DO NEGÓCIO.

A NECESSIDADE DE INOVAR

Para Santos (2010) A inovação está diretamente relacionada com a capacidade competitiva da organização, o que causou uma necessidade constante de inovar para as empresas dos mais variados setores, sendo que a pandemia de Covid 19, forçou as empresas a acelerar a inovação, uma vez que tratou-se de um evento mundial e mudou completamente a maneira como o mundo se relaciona com a tecnologia, os produtos, serviços, interações humanas e também na relações de trabalho. Esse cenário em especial, mostrou que as empresas devem intensificar os investimentos em inovação e o acultamento da importância de inovar sempre, de modo que se mantenha sempre com produtos e serviços atualizados e também

tenham colaboradores que possam identificar oportunidades de melhorias nos produtos e processos.

Santos (2020) afirma que, para se identificar e aproveitar as oportunidades, as empresas devem implementar um conjunto de práticas contínuas e integradas, empreendendo um grande esforço organizacional para identificar e explorar as oportunidades.

Santos (2020, p3) esclarece que “Essas oportunidades demandam um conjunto de atividades inovadoras que faça a junção da criatividade organizacional, criação e entrega de produtos/serviços/processos, gestão de recursos, estratégias para clientes, a fim de possibilitar práticas coordenadas de criação de uma ideia, avaliação, aceitação, adoção, difusão e comercialização (ALSAATY, 2011).”

Barbosa et al. (2021) afirma que as organizações para serem competitivas devem ser capazes de lidar com complexidade e a velocidade das mudanças que o mercado exige. Sendo assim, as organizações com maior capacidade de inovação, serão capazes de dar respostas mais rápidas e conseguirão explorar mais rapidamente as oportunidades do mercado. Entretanto, eles enfatizam que a inovação somente, não garante o sucesso empresarial e que isso depende de uma série de fatores, como o setor de atuação, cultura organizacional, idade da organização e o tipo de inovação proposto.

Outro ponto importante apontado por Barbosa et al. (2021) é que a natureza singular de cada tipo de inovação contribui para a vantagem competitiva da empresa, afim ainda que, diversos estudos empíricos apontaram a influência dos diversos tipos de inovação para o sucesso e perenidade das organizações.

Quanto às inovações tecnológicas, alguns trabalhos mostram como as inovações de produto e de processo melhoraram o desempenho organizacional (Baer & Frese, 2003; Han, Kim, & Shrivastava, 1998; Knott, 2001; Yang, 2010). Quanto às inovações não tecnológicas, embora exista uma menor quantidade de estudos, também foi constatado que as inovações organizacionais representam vantagem competitiva para as empresas que as aplicam (Armbruster, Bikfalvi, Kinkel, & Lay 2008; Camisón & Villar-López, 2012; Evangelista & Vezzani, 2010; Gunday, Ulusoy, Kilic, & Alpkan, 2011; Nowacki & Bachnik, 2016; Zhou et al., 2019). (Barbosa et al., 2021, p.128).

COMPETITIVIDADE

Para Santos (2020) a inovação se tornou ferramenta crucial para competitividade das organizações. Neste contexto, faz-se necessário compreender os conceitos de competitividade e as possíveis estratégias e capacidades organizacionais, dessa forma, Santos (2020) cita a teoria Resource Base View – RBV, que se baseia na caracterização e estratégia para o uso dos fatores de vantagem competitiva e no uso da capacidade de absorção tecnológica.

Santos (2020) cita também o conceito de Valor, Raridade, Imitabilidade e Capacidade organizacional de explorar seus recursos -VRIO, sendo que neste conceito todos os recursos são analisados quanto a sua capacidade de gerar vantagens competitivas.

Han & Gao (2018) destacam que a inovação estratégica se trata do desenvolvimento de mudanças que sejam inovadoras e não meramente triviais nos modelos de negócio e também das estratégias competitivas disruptivas para quebrar as regras atuais do mercado.

Citam ainda que “a inovação estratégica é uma maneira agressiva de reformular e influenciar o mercado e o ambiente setorial. As empresas que realizam inovações estratégicas não apenas se enquadram melhor em suas situações concorrenciais, como também redefinem e reformam incansavelmente seus ambientes externos, melhorando assim sua competitividade (Teece, 2010). (Han & Gao (2018, p882)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este paper teve como objetivo verificar na literatura entre livros e artigos a necessidade de inovação dentro das organizações para vantagem competitiva e perenidade dos negócios. As análises foram realizadas em 3 artigos científicos que possuem relação com o tema analisado.

Ao longo do trabalho, pudemos verificar que a literatura corrobora com o ditador popular brasileiro que diz “quem chega primeiro bebe água limpa!”, são vários os cases de empresas que inovaram em seus produtos, serviços, modelos de negócios, processos, sendo estas inovações tecnológicas ou não tecnológicas, e com isso se tornaram referências de mercado. Na contramão dos cases de sucesso, tivemos cases emblemáticos de empresas que não deram a devida atenção à inovação e acabaram fracassando.

Pudemos ainda constatar que a inovação pode acontecer em todas as áreas das organizações, dessa forma para que as empresas sejam perenes e possam continuar competindo em mercados cada vez mais competitivos e ágeis, é necessário que a organização estimule e incentive a inovação em todas as áreas da organização.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Santos, R. T. S. (2020). A Inovação como Vantagem Competitiva das Empresas. Disponível em 22 agosto, 2020, de <https://trilhasdahistoria.ufms.br/index.php/disclo/article/view/10887>. Acessado em 21 de abril de 2023.

Han, C. & Gao, S. (2018). Um Modelo de Mediação Múltipla em Cadeia que Vincula as Inovações Estratégica, de Gestão e Tecnológica à Competitividade de Empresas. Disponível em 17 maio, 2019, de <https://www.scielo.br/j/rbgn/a/MSQwPjNPTLQ7bcbB8PmWCKk/abstract/?lang=pt>. Acessado em 21 de abril de 2023.

Barbosa, J. G. P. & Junior, J. L. A. F. & Bouzada, M. A. C. & Oliveira, M. A. A. (2021). A Influência da Inovação Tecnológica e Organizacional no Crescimento de Empresas Brasileiras. Disponível em agosto, 2020, de <https://sou.ucs.br/revistas/index.php/RBGI/article/view/369/201>. Acessado em 21 de abril de 2023.