EDITORA MANUAL
LIVRO: ADMINISTRAÇÃO EM FOCO – VOLUME 2
ISBN: 978-65-981790-9-0 DOI: 10.29327/5396137
ORGANIZADOR: Me. Afonso Henrique Souza de Assis

CAPÍTULO 1

CAMINHOS INOVADORES: RUMO À VANTAGEM COMPETITIVA E PERENIDADE NOS NEGÓCIOS

Júlio César Leite Da Silva

RESUMO

O presente estudo tem por objetivo abordar a relevância da inovação organizacional indo de encontro com a vantagem competitiva e perenidade do negócio. Mediante a isso, foram levantados assuntos como os variados de inovação, com a aplicabilidade de um pensamento inovador empresarial e a concepção cultural inovadora, através de artifícios e habilidades fundamentais. A metodologia empregada na investigação desse estudo trata-se de uma inspeção bibliográfica, fazendo o levantamento de fontes fidedignas e atuais no decorrer do assunto. Mediante as abordagens evidenciadas, tornou-se mais substancial devido a inovação, sendo essencial para o êxito organizacional em uma esfera de negócios mais acirrado e inconstante. As organizações que constituem em inovações possuem maior aptidão de adequação e, portanto, maior expectativa de permanência e crescimento perante numa esfera mercadológica mais acirrada e competitiva. Portanto, conclui-se que as organizações que exploram as inovações devem manter atenção nas constantes demandas do mundo corporativo e nas carências dos clientes, depositando recursos em liderança, capacitação e meios que motivam a inovação. o método inovar deve ser contante e tratado através de uma estratégia principal para o êxito e a perenidade do negócio.

Palavras-chave: Cultura Inovadora. Vantagem Competitiva. Mentalidade Inovadora. Inovação.

ABSTRACT

The present study aims to address the relevance of organizational innovation in order to meet the competitive advantage and perpetuity of the business. Through this, subjects such as the various aspects of innovation, the applicability of innovative business thinking and the conception of an innovative culture were raised, through artifices and fundamental skills. The methodology used in the investigation of this study is a bibliographical inspection, making the survey of reliable and current sources in the course of the subject. Through the evidenced approaches, it became more substantial that innovation is essential for organizational success in a more fickle and fickle business sphere. Organizations that constitute innovations have a greater aptitude for adequacy and, therefore, a greater expectation of permanence and growth in a fiercer and more competitive market. Therefore, it is concluded that organizations that explore innovations must always be aware of the constant demands of the market and the needs of customers, depositing resources in leadership, training and means that encourage innovation. Innovation is a constant method and must be addressed through a main strategy for the success and continuity of the business.

Keywords: Innovative Culture. Competitive advantage. Innovation mindset. Innovation.

INTRODUÇÃO

A inovação no âmbito organizacional é de suma importância na evolução do sucesso, no que tange á vantagem competitiva e perenidade do negócio. O desprovimento de inovação empresarial está evidenciado nas empresas e, sobretudo numa esfera de transformações sucessivas vivenciadas em constante concorrência. A inovação nas organizações exercem uma atividade para o crescimento econômico e na competitividade das empresas.

Uma das maneiras de ocasionar o impulso da inovação numa empresa é através do incentivo á criatividade e ao pensamento crítico. Isso demonstra que é fundamental propiciar um excelente clima organizacional na qual estimule a investigação e a criação de novas idéias, ainda que tais ideias sejam menos convencionais e arriscadas. Apesar disso, é necessário reconhecer os profissionais que nela atuam de fato que os mesmos demonstrem resultados inovadores e que possibilitam estimular a dividisão de suas ideias com os demais membros da equipe.

Nesse sentido, o presente estudo pretende dialogar sobre a relevância da inovação organizacional e suas vertentes que são averiguadas para alcançar uma vantagem competitiva organizacional. Com isso, serão também tratados assuntos como a instalação de uma mentalidade inovadora nas empresas e os principais recursos e as práticas que podemos

criar sob essa cultura.

A metodologia utilizada para a realização desse estudo se dá através de uma revisão bibliográfica e uma pesquisa qualitativa na qual expõem uma análise conceitual de ideias, perante a pesquisas bibliográficas por intermédio de livros, artigos cientifios e autores consagrados que possam dar mais ênfase a construção dessa proposta de estudo e o manuseio de demais materiais utilizados pertinentes.

Contudo, inovar se baseia no investimento em tecnologias e pesquisas. Isso requera alocação de fundos financeiros e de pessoas no avanço da criação inovadora assim como produtos, serviços e processos, as organizações necessitam estarem direcionadas para as tendências, costumes e as principais novidades que o mercado proporciona. Além disso, há a possibilidade da organização fazer investimentos em parcerias junto a universidades e centros de pesquisas no desenvolvimento de novos projetos que possam viabilizar melhorias para ambos

Nessa perspectiva, o comprometimento em inovar, a empresa deve manter nos mais diversos níveis, é fundamental a obtenção de uma equiparação de valores e objetivos para que a empresa possa instalar uma cultura inovadora e integralizada equiparada com a organização. Os membrosda equipe devem compreender a amplititude inovadora, no sucesso organizacional e no envolvimento de trocas de idéias partindo de novas e soluções criativas, gantindo assim uma vantagem competitiva e a sustententabilidade da perenidade do negócio.

DIFUNDINDO AS VERTENTES DE INOVAÇÃO EMPRESARIAL PARA ESTABELECER UMA VANTAGEM COMPETITIVA EM RELAÇÃO A CONCORRÊNCIA.

As empresas devem se adaptar e aprimorarem seus produtos e processos através da tecnologia e inovação tornando-os mais competitivos e eficientes, podem também descobrirem novas oportunidades de negócios através de seus componentes críticos e inovadores. Para Drucker (1993, p.140) “a tecnologia está mudando rapidamente a natureza da produção e do trabalho, e as empresas precisam se adaptar constantemente para acompanhar essas mudanças”.

Para Kato (2019), a inovação se torna um componente chave para gerar uma vantagem competitiva nas organizações, a inovação tecnológica pode fornecer melhorias

siginificativas. A chave para alcançar uma vantagem competitiva nos negócios é através da inovação constante. A inovação tecnológica refere-se ao desenvolvimento e aplicação de novas tecnologias que oferecem novas formas de resolver problemas ou realizar tarefas.

Segundo Slack, Brandon-Jones, Johnston (2017, p.122), "as empresas podem criar antagem competitiva ao melhorar seus processos, reduzindo seus custos e aumentando a qualidade e a eficiência de seus produtos". Esta faceta da inovação tem sido alimentada pela crescente procura de soluções tecnológicas avançadas que possiblitam melhorar a produtividade, a eficiência e um melhor bem-estar de vida das pessoas. A tecnologia por si não garante rentabilidade nas organizações. Muitas empresas investem em altas tecnologias porém, são muitos menos rentáveis devido ás estruturas desfavoráveis.

Segundo Westerman et., al.,(2014), afirmaram que:

> “À medida que a inovação tecnológica acelera e se expande em novos domínios, a mudança será inevitável e fundamental. As organizações devem se preparar para um mundo em que a tecnologia é a norma e onde a mudança é constante. Aquelas que abraçam a mudança e investem em tecnologias emergentes serão capazes de prosperar em um ambiente em rápida evolução. As que resistem à mudança e se apegam às práticas do passado serão relegadas à irrelevância. A inovação tecnológica é a chave para o sucesso no mundo de hoje, e as organizações que são capazes de inovar rapidamente e efetivamente serão as líderes do futuro”.(p.2).

Essa transformação digital na sociedade moderna deve-se em grande parte a inovação tecnológica, que pode atuar em vários campos, incluindo a robótica, a inteligência artificial, a realidade virtual e a biotecnologia. Enfatiza-se que esta inovação se trata de um componente crucial desta transformação. A tecnologia inovadora não é exclusiva das grandes corporações, pois as pequenas empresas e os empreendedores individuais também contribuem no desenvolvimento de criações de inovação que atendem ás necessidades do mercado.

Hitt et., al. (2002), alegam que “[...] as inovações são cruciais, pois elas diferenciam seus produtos e serviços dos concorrentes, criando um valor adicional ou novo para os clientes”. (p. 523). As empresas podem aplicar uma estratégia inovadora e de processos para otimizar seus processos atuais, resultando em maior eficiência e redução de custos operacionais. As inovações de processos podem resultar transformações significativas bem como a exploração inovadora para gerar e distribuir valor ao cliente.

Conforme Avis (2019), a inovação em processo é essencial para que as empresas possam se manter competitivas em um mercado em constante mudança. Segundo a autora, é crucial que as organizações reconheçam e aprimorem as oportunidades inovadoras em procedimentos, e é essencial investir em ferramentas e técnicas no auxílio da consecução dos objetivos. Isto se dá na obtenção de vantagens competitivas, melhorando os custos, qualidades de serviços ou produtos e aumento de eficiência.

Segundo Araújo & Campos (2019, p.23), "a inovação é um processo contínuo e dinâmico que deve ser incorporado à cultura organizacional". Para alcançar essas vantagens, uma organização deve possuir uma cultura inovadora que estimule a criação e o pensamento crítico entre seus colaboradores. Isso levará a melhoria continua e a capacitação de adaptação rápida ás mudanças do mercado. Além disso, as empresas devem estar abertas à criação de inovação da modelagem de negócios, além de estarem conscientes das transformações mercadológicas que as obrigam a ajustar as suas estratégias para satisfazer as dificuldades dos consumidores.

Segundo Osterwalder e Pigneur (2011, p. 14), “o modelo de negócios é a forma que a empresa cria, entrega e captura valor”. A inovação trata-se de um método continuo que exige esforço e investimento dedicados em estudos de pesquisas e desenvolvimento dessas pesquisas realizadas, além de acompanhar a inovação, as tecnologias emergentes e tendências de mercado.

Como afirma Prahalad e Hamel (1995, p.81), "a chave para a vantagem competitiva duradoura é a capacidade de inovar continuamente e criar novas oportunidades de negócios". Em suma, o segredo para obter vantagem competitiva nos negócios é a inovação. Uma empresa tem por objetivo descobrir novas concepções de negócios. Para que se possa alcançar esse resultado, as empresas devem investir em tecnologia de ponta, agilizar as operações internacionais e adaptar aos modelos de negócios. Quando se trata de inovação, denota-se que não se trata de um evento único, mas um processo continuo. No entanto, há potencial para gerar vantagens competitivas e o estabelecimento de novos mercados.

INSTALANDO UMA MENTALIDADE DE INOVAÇÃO

Segundo Cortella (2018, p.196), que destaca que "a inovação não se trata apenas uma questão de tecnologia, mas também de comportamento e cultura". No que cerca o mundo

empresarial altamente competitivo de hoje, inovar possui um fator crítico no que tange ao êxito organizacional. No mundo corporativo, as organizações afim de fomentar uma cultura inovadora, devem incentivar a inovação, a experimentação e a obtenção de resultados significativos inovadores. Isto exige sair da comodidade e correr riscos com novas ideias, o que deve ser uma mentalidade de inovação em constante mudança em diversos departamentos da empresa.

Ainda segundo o autor, a integração inovadora na cultura organizacional é um método pelo qual uma empresa estabelece uma atmosfera de inovação, motivando o seu pessoal a envolver-se no pensamento criativo e na procura continuamente de elucidações inovadoras. Esse processo envolve uma criação inovadora através de uma esfera de trabalho que valoriza a experimentação, o aprendizado contínuo e a coparticipação entre os colaboradores.

Conforme Silva (2018), quando a inovação é incorporada a cultura organizacional, ela se torna um valor compartilhado e uma prática cotidiana dentro da empresa.S ilva ainda aifirma que criação inovadora jamais pode ser vista como um evento único, mas sim como intrínseco. Silva sugere que as empresas promovam a curiosidade, a experimentação e a disposição para aceitarerros, criando um ambiente favorável para a criação de uma inovação. É fundamental o empenho da liderança no incentivo para reconhecer as ideias inovadoras da sua equipe.

Como Kotter (2012, p.8) afirmou, "o caminho mais eficaz para prever o futuro é criá-lo você mesmo". A inovação é bastante relevante na formação de novas perspectivas para moldar o futuro é enfatizada nesta declaração. As empresas que desejam manter-se atualizadas e manter a sua vantagem competitiva devem esforçar-se constantemente para descobrir idéias novas e soluções. Cada uma visão distinta e uma experiência de vida diversificada, o que pode potencializar a dinâmica de inovação empresarial.

Para Siqueira (2019, p. 142). “os líderes devem ser os primeiros a incentivar a criatividade e a inovação, dando o exemplo e estimulando as equipes a pensar fora da caixa". Para que essa inovação prospere, é necessária uma mudança nas atitudes e práticas dos colaboradores. Isto requer um forte compromisso da liderança para fornecer as ferramentas e recursos necessários para que seus profissionais se sintam capacitados para explorar novos caminhos e ideias criativas. É crucial reconhecimento de uma criação inovadora e sua valorização no ambiente corporativo, pois isso irá promover um sentimento entre os profissionais e incentivá-los na cooperação para atingir uma conquista global da

empresa.

Sendo assim, a criação inovadora na empresa é primordial na conduta para a conquista das empresas diante a um cenário de mudanças constantes e acirrada concorrência. É preciso adotar uma abordagem aberta e inclusiva, investir em recursos e práticas que estimulem a experimentação e acriatividade e na criação cultural, inovadora e abrangente. Apesar disso, é primordial que haja uma mudança de comportamento e cultura dos colaboradores, do mode que se obtém valorização inovadora e o reconhecimento na empresa.

A CRIAÇÃO DE UMA CULTURA E RECURSOS PRÁTICOS INOVADORES

Criar uma cultura inovadora em uma empresa, pode ser considerado um mecanismo desafiador que por muitas vezes muito encarado por diversas empresas brasileiras, porem esse processo pode trazer muitas benfeitorias ao dercorrer do processo em um prazo estimável.

Segundo o autor Nakagawa (2019, p.180), "a cultura de inovação é essencial para a sobrevivência de qualquer empresa em um mercado cada vez mais competitivo".

Conforme destacado por Securato (2016, p.66), "a inovação requer a disponibilidade de recursos financeiros e humanos". Isso nos remete que as organizações necessitam de investimentos tecnológicos, aprimoramentos e na admissão de profissionais com qualificação para enriquecer a inovação junto com a criatividade. A obtenção do sucesso de uma empresa, quando está associada a essa cultura de inovação, é preciso que se faça um investimento no que tange em recursos e práticas fundamentais.

Waengertner (2018, p.93), "é preciso estimular a experimentação, aceitar os erros como parte do processo e incentivar a colaboração entre as equipes para gerar soluções inovadoras". As aceitações dos erros fazem parte integral do processo no incentivo da colaboração nas equipes na qual tem como práticas fundamentais na promoção nas empresas. Diante isso, para que se possa estabelecer uma cultura inovadora, as organizações precisam enfatizar praticas que possam propiciar a investigação e a coparticipação.

Segundo o autor, a inovação que transcende os métodos convencionais, exige uma mudança de mentalidade através de uma abordagem revolucionária e imaginativa sendo

capaz de produzir valor e novas perspectivas de negócios. É imperativo questionar as normas, encontrar inspiração em diversos campos e testar novas técnicas e soluções.

Segundo Carmello (2021), a cultura de inovação é essencial para a sobrevivência e sucesso das organizações em um ambiente cada vez mais competitivo e dinâmico. Para estabelecer tal cultura, as empresas devem investir num ambiente que promova a inovação, onde a originalidade e o pensamento analítico sejam apreciados e estimulados. Apesar disso, a liderança deve estar ativamente envolvida no processo, endossando e abraçando as ideias criativas dos colaboradores.

Conforme o autor, também enfatiza a importância dos benefícios de ter uma equipe complexa que pode ir desde a inclusão de diversos pontos de vista e habilidades até a promoção ambientalista de cooperação e compartilhamento de conhecimentos e conceitos. Essa desigualdade possibilita competências inovadoras de adaptação com diversos desafios tendo como resultado uma produtividade em larga escala tornando um âmbito mais atraente e dinâmico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo apresentou um argumento convincente sobre a relevância inovadora para o mundo empresarial que aspiram distinguir-se no mercado ferozmente competitivo e incertonos dias atuais. Ficou especificado que inovar não se limita aos avanços tecnológicos, mas abrange outros aspectos, como processos eficientes, marketing estratégico e modelos de negócios. Para uma organização se tornar inovadora, ela deve fomentar uma cultura que preza pela experimentação, a colaboração e o gerenciamento de idéias.

É fundamental enfatizar que inovar não se trata de um empreendimento solitário, porém de uma metodologia perpétua, abrangente a todos os ambientes organizacionais. Ao estabelecer a cultura de inovação na empresa, considera-se de uma responsabilidade crucial dos líderes, que devem inspirar e reconhecer as iniciativas da sua equipe, ao mesmo que dedicam recursos e tecnologia no incentivo da criatividade e da experimentação.

Um elemento-chave a considerar é a relevância de estabelecer ligações com demais organizações, bem como de estar envolvido com ecossistemas de inovação locais e globais. Estas conexões permitem que as empresas obtenham vantagens através de idéias novas,

tendências e tecnologias, além de permitirem o acesso a mercados novos e demais parceiros estratégicos valiosos.

É importante notar os efeitos benéficos que a inovação contribui para a sociedade como também para o ambiente em que a empresa está inserida. Isto contribui para geração de um mundo mais equilibrado e sustentável. É importante que as empresas considerem as repercussões de suas ações e produtos em todos os aspectos. Devem esforçar-se por encontrar soluções inventivas que não só produzam ganhos financeiros, mas também contribuam positivamente para a sociedade e para o mundo natural.

As empresas devem dedicar recursos á formação e abraçar o conceito de investimento em novas idéias afim de fomentar uma cultura inovadora. Devem também ligar-se aos ecossistemas inovadores e permanecer conscientes do impacto que as suas atividades têm na sociedade e no ambiente. Ao dar prioridade à inovação, as empresas melhoram as habilidades de adaptação às novas circunstâncias, aumentando assim a sua probabilidade de prosperar e alcançar o sucesso.

Para uma organização poder alcançar o sucesso e longevidade, a inovação deve ser considerada uma estratégia fundamental. Isto exige um foco constante e enfatizando sempre nas necessidades do mercado onde a organização está inserida e nos desejos dos consumidores, bem como na alocação dos principais recursos e a formação que promovam a inovação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, J. A. B. C.; CAMPOS, R. T. Inovação para Empreendedores: Como Alcançar Resultados Extraordinários. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.

AVIS, M. C. Gestão de Processos e Qualidade: Uma Abordagem Prática para a Melhoria do Desempenho Organizacional. São Paulo: Atlas, 2019.

CARMELLO, E. Cultura de Inovação: como implantar. São Paulo: Atlas, 2021.

CORTELLA, M. S. Qual é a Tua Obra? Inquietações Propositivas sobre Gestão, Liderança e Ética. São Paulo: Vozes Nobilis, 2018.

DRUCKER, P. Inovação e Espírito Empreendedor: Práticas e Princípios. São Paulo: Editora Pioneira, 1993.

HITT, M. A.; IRELAND, D. R.; HOSKISSON, R. B. Administração estratégica: competitividade e globalização. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

KATO–VIDAL, E. L. Productividad e innovación en pequeñas y medianas empresas. Disponível em: https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/2909. Acessado em 21/09/2023.

KOTTER, J. P. Leading Change. Harvard Business Press, 2012. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?q=Kotter,+J.+P.+(2012).+Leading+change.+Harvard+Business+Press.&hl=pt-BR&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart. Acessado em 21/09/2022.

NAKAGAWA, M. Crie seu Próprio Negócio e Empreenda com Sucesso. São Paulo: Atlas, 2019.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business Model Generation: Inovação em Modelos de Negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

SECURATO, J. C. Gestão Empresarial Sustentável. São Paulo: Atlas, 2016.

SILVA, A. Hackeando Tudo: 90 Hacks Para Mudar o Mundo. São Paulo: Sextante, 2018.

SIQUEIRA, A. Marketing de Conteúdo Épico. São Paulo: DVS, 2019.

SLACK, N.; BRANDON-JONES, A.; JOHNSTON, R. Administração de Produção e Operações: Manufatura e Serviços. Porto Alegre: Bookman, 2017.

PRAHALAD, C. K.; HAMEL, G. Competindo pelo Futuro: Estratégias Inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

WAENGERTNER, P. O Poder da Inovação. São Paulo: Sextante, 2018.

WESTERMAN, G.; BONNET, D.; MCAFEE, A. Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation. USA: Harvard Business School Press, 2014.