

REVISTA TÓPICOS

CULTURA DE INOVAÇÃO PARA MANUTENÇÃO DA VANTAGEM COMPETITIVA DAS EMPRESAS NO MERCADO

DOI: 10.5281/zenodo.10676744

Rayanna da Silva Siqueira¹

RESUMO

A inovação é um assunto cada vez mais abordado dentro de empresas para que possam garantir diferencial competitivo frente às muitas mudanças que ocorrem no mercado. Porém, por vezes espera-se o resultado sem querer correr os riscos inerentes ao processo. Visando esclarecer o conceito de inovação, seus tipos e suas diferenças para invenção, bem como enfatizar as principais características de uma equipe inovadora e o papel do líder na implantação da cultura deste aspecto na cultura organizacional, o presente estudo tem por objetivo, por meio de pesquisa bibliográfica de diferentes autores, ser um documento orientador sobre diferentes competências que os colaboradores devem possuir e ser estimulados a aplicar para inovar e quais os benefícios das mudanças disruptivas ou incrementais que façam realmente a diferença para o crescimento da empresa. Com base no estudo, foi possível concluir que a inovação impacta diretamente nos resultados organizacionais, permitindo uma proposta de valor atrativa aos consumidores, favorecendo o espaço da empresa no mercado mesmo diante

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

de muitos concorrentes.

Palavras-chave: Inovação. Diferencial. Cultura organizacional. Líder.

ABSTRACT

Innovation is a subject increasingly addressed within companies so that they can guarantee a competitive advantage in the face of the many changes that occur in the market. However, sometimes we wait for the result without wanting to take the risks inherent to the process. Aiming to clarify the concept of innovation, its types and its differences for invention, as well as to emphasize the main characteristics of an innovative team and the role of the leader in implementing the culture of this aspect in organizational culture, the present study aims, through bibliographical research by different authors, to be a guiding document on different skills that employees must possess and be encouraged to apply to innovate and what are the benefits of disruptive or incremental changes that really make a difference to the company's growth. Based on the study, it was possible to conclude that innovation directly impacts organizational results, allowing an attractive value proposition to consumers, favoring the company's space in the market even in the face of many competitors.

Keywords: Innovation. Differential. Organizational culture. Leader.

1 Introdução

A partir da constante mudança do mundo globalizado, observa-se o frequente surgimento de novas marcas no mercado em substituição a outras: uma ideia se sobrepõe, parece mais proveitosa, atrai os consumidores de uma forma diferente, seja por ser responsável

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

ecologicamente, por defender uma causa social ou por apresentar benefícios não experimentados anteriormente.

Dentro desse processo de mudança constante a qual todo o mundo é submetido, encontra-se a inovação, um processo dinâmico que apresenta valor à sociedade, seja por demonstrar um produto ou serviço totalmente novo ou por fornecer soluções aprimoradas (Santos, 2020).

Diante do exposto, deve-se reforçar que para pensar na necessidade da inovação basta compreender que a concorrência existe de todas as formas, visto que o advento do universo digital, em razão do avanço da internet, permite que o consumidor tenha acesso a todo tipo de informação e oportunidades de compras, por isso, é importante observar o que acontece ao redor para tomar iniciativa de buscar diferenciais atrativos através da evolução dos processos, ou seja, da inovação (Rezende et. al., 2020).

Deste modo, por meio de pesquisa bibliográfica, o presente estudo tem por objetivo apresentar o conceito de inovação e suas principais características e demonstrar a importância da implementação dessa cultura para um diferencial competitivo da empresa perante o mercado. O artigo inicia com o embasamento teórico sobre a inovação e sua diferença para invenção, seguindo adiante por meio da explanação sobre as principais características de uma equipe inovadora e o papel do líder nesse processo, enfatizando como este comportamento pode incentivar o crescimento da organização com sua aplicação eficaz, para por fim reforçar como essa nova cultura influencia no diferencial competitivo no mercado, evitando a estagnação ou canibalização da empresa.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

2 Conceito de inovação e aspectos principais da cultura inovadora nas empresas

Em sua principal obra, “*The Theory of Economic Development*”, o economista e precursor da inovação Joseph Schumpeter, ressalta que existe uma diferença entre inovação e invenção, sendo a inovação uma introdução de modo comercial de um novo produto ou serviço, podendo ser uma nova combinação de algo que já existia no mercado (Schumpeter, 1934).

Considerando esse conceito, observa-se que existe uma trajetória entre a descoberta até a efetiva inovação, onde considera-se como invenção a ideia crua, que ainda não foi experimentada e maturada em uma aplicação comercial (Santiago, 2021).

Para que a inovação ocorra de forma eficaz, é necessária a combinação de elementos internos e externos que propiciem o desenvolvimento de novas oportunidades. Dentre os fatores externos, podem ser citados investimentos e estímulos governamentais e políticas públicas; dos fatores internos, ficam em destaque o processo sistemático que possa ser revisado, ambiente propício à inovação (que se aproxima também do elemento externo) e o fator principal: pessoas. A equipe atuante na empresa deve possuir as características e o empenho para fazer acontecer, tendo criatividade, confiança, resiliência, sendo incentivados a exercerem o papel de transformadores da realidade (Santiago, 2021).

A transformação digital está diretamente ligada ao processo que instiga as mudanças nas organizações, tendo como apoio a tecnologia para geração de

REVISTA TÓPICOS

valor por meio da reconfiguração do modelo de negócios (Martins et. al., 2022).

Cada empresa possui seu modelo de negócios próprio, onde está representada a sua proposta de valor, ou seja, a forma como soluciona as demandas do cliente. O modelo é dividido entre diversos aspectos relevantes, sendo alguns dos principais a serem reavaliados em busca de inovações: além da proposta de valor anteriormente citada, apresentam-se também a criação de valor e a captura, que correspondem respectivamente à forma como a organização capta os recursos necessários para promover a entrega do produto ou serviço ao cliente com qualidade que seja percebida por ele, e seu método de gerar receitas e obter lucro com essa atividade (Martins et. al., 2022).

De acordo com o Manual de Oslo - que reúne diretrizes emitidas pela Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento para interpretação de dados referentes à inovação tecnológica -, para que haja uma inovação efetiva, é necessário que ocorra uma mudança considerável na forma de agregar valor, caso contrário, será apenas considerado uma alteração interna da empresa, por isso é necessária a análise minuciosa do modelo de negócios e a realização de pesquisa de mercado e acompanhamento da satisfação dos clientes para observar as oportunidades (FINEP, 2004).

Ainda de acordo com o Manual, a inovação pode ser de diferentes tipos: produto, processo, marketing ou organizacional.

REVISTA TÓPICOS

A inovação de produto inclui melhorias significativas em especificações técnicas ou software, introduzindo um novo bem ou serviço;

Quando se fala em inovação de processo, refere-se à uma variação ou implementação de um novo método para produzir bens ou serviços.

A inovação de marketing por sua vez, trata da implementação de mudanças na embalagem, promoção ou preço;

Por fim, as mudanças nas relações internas ou externas ou no ambiente laboral referem-se à inovação organizacional (FINEP, 2004).

Deste modo, observa-se que a empresa possui diferentes formas de buscar inovações que podem trazer sucesso às suas atividades.

2. 1 Como incentivar a cultura de inovação no ambiente corporativo

A cultura de inovação deve ser iniciada desde os processos de recrutamento, seleção e principalmente retenção desses talentos, buscando profissionais criativos que possam agregar conhecimento à empresa, fortalecendo os objetivos a serem atingidos para o crescimento (Silva et. al., 2021).

Quando se fala em incentivo, deve-se compreender então que a liderança tem um papel fundamental na inovação dentro das empresas.

O líder precisa ter uma mente criativa e flexibilidade para estar propenso a mudanças e assim construir para sua equipe um ambiente que possua os

REVISTA TÓPICOS

estímulos à inovação, como o incentivo a testes e tolerância ao erro, desde que esse não seja proposital (Silva et. al., 2021).

Deste modo, a cultura de inovação a ser implantada na empresa depende de um líder participativo, que agende reuniões periódicas para discussão dos processos realizados e suas oportunidades de melhorias; empresa que forneça tempo e subsídio aos seus colaboradores para que busquem informações externas que possam ser relevantes; gestão integradora que permita o incentivo ao desafio e solução de problemas em conjunto, sempre tendo como base a comunicação clara e eficaz (Silva et. al., 2021).

Além dos itens citados, o Manual de Oslo divide as competências necessárias à uma empresa para ser considerada inovadora em duas vertentes principais: estratégicas e organizacionais.

Sob o aspecto de competências estratégicas, podem ser citados antecipação às tendências do mercado, visão de longo prazo, assimilação de informações econômicas e tecnológicas e, em relação às competências organizacionais, destacam-se a cooperação, disposição para risco e técnicas de gerenciamento e investimento em recursos humanos ([FINEP](#), 2004).

De acordo com estudos de Streit et. al (2021), para que a empresa possa fazer uma medição sobre sua maturidade da cultura de inovação, precisa avaliar cinco fatores-chave:

- Adaptabilidade: se a empresa é flexível e aberta a mudanças;

REVISTA TÓPICOS

- **Aversão ao risco:** se existe uma punição severa em caso de erros, ou se a empresa oferece um incentivo a testes e conseqüentemente à inovação;
- **Autonomia:** se os colaboradores podem tomar decisões e atitudes na empresa ou se a estrutura hierárquica é rígida e centralizada;
- **Colaboração:** se há um ambiente de troca de conhecimentos e discussões sobre os processos, estimulando a confiança entre a equipe;
- **Liderança:** se a liderança é presente e participativa, promovendo uma comunicação eficaz e incentivadora.

Deste modo, ressalta-se que a análise desses fatores pode trazer resultados que levem a empresa à implantação da cultura de inovação: caso as respostas sejam negativas, sabendo onde atuar, ou para que permaneçam no caminho de estímulo à inovação, promovendo a análise contínua de oportunidades.

2. 2 O impacto da inovação no diferencial competitivo da empresa

Após observar os principais pontos que fazem parte de uma cultura inovadora dentro da organização, deve-se analisar por qual motivo esses fatores podem fazer a diferença como uma vantagem competitiva frente aos concorrentes.

Conforme citado na introdução do presente artigo, com a constante atualização de tecnologias e surgimento de novos produtos e serviços, é

REVISTA TÓPICOS

primordial que as empresas se mantenham atualizadas sobre o contexto no qual atuam, compreendendo que os fatores internos e externos impactam diretamente seus resultados. Diante deste fato, [Santos](#) (2020) esclarece que a vantagem competitiva pode ser obtida não só a partir do aumento no valor agregado aos clientes, mas também na redução de custos do processo produtivo, por exemplo, explorando recursos anteriormente não utilizados e trazendo uma evolução contínua que chame a atenção do mercado.

[Martins](#) et. al. (2022) aponta um item essencial para conhecimento das empresas, sobre a inovação não depender necessariamente da tecnologia para acontecer. Por isso, enfatiza-se que é importante que a empresa conheça suas forças, fraquezas, bem como as oportunidades e ameaças externas a fim de realizar estudos minuciosos sobre seus processos a fim de determinar se há chances de melhorias que gerarão valor, caracterizando uma inovação, sem diretamente precisar incorporar uma nova tecnologia para a execução do novo processo, garantindo assim um investimento financeiro menor e uma probabilidade maior de alcance de resultados mais ágeis e reais.

Para obter vantagem competitiva, Torkomian et. al. (2021) aponta que existem cinco fatores principais que a empresa deve observar e executar:

- Fazer certo: para focar em qualidade;
- Fazer rápido: para não perder tempo e obter vantagem em velocidade;

REVISTA TÓPICOS

- Fazer pontualmente: para manter sua confiabilidade; Mudar o que está sendo feito: para se mostrar flexível;
- Fazer barato: para obter vantagem em custos perante as demais.

Esses aspectos podem atuar em conjunto, ou em determinados momentos com ênfase em um ou outro, deste que não impacte negativamente os demais, ou seja, se a empresa fizer rápido mas não obtiver um custo baixo, pode não ter o resultado esperado pelos consumidores e assim não obter êxito.

Dentre os benefícios da inovação para as empresas, estão o aumento da demanda com base no valor percebido pelos clientes, distanciamento da empresa de seus concorrentes, evitando a canibalização, ou seja, que essa empresa possa ser extinta do mercado devido a um produto ou serviço obsoleto; aumento da eficiência dos processos, reduzindo custos, afinal, as inovações ocorrem em busca de melhorias gerais com técnicas criativas e disruptivas; aumento do prestígio da equipe interna pelo trabalho que executa, ao ver os resultados no mercado e o crescimento da empresa, podendo melhorar o clima organizacional ([Martins](#) et. al., 2022).

3 Considerações Finais

Diante dos assuntos registrados nas seções anteriores, é possível concluir que os objetivos do presente artigo foram atingidos: apresentou-se o conceito de inovação, foram demonstradas as principais características pertinentes aos colaboradores para uma cultura inovadora que possa

REVISTA TÓPICOS

permitir o crescimento da empresa, tendo sido reforçada a prática da inovação como uma vantagem competitiva no mercado.

Por fim, ressalta-se que o líder tem um papel crucial no incentivo à inovação, onde é importante que a empresa atue promovendo ações que estimulem e deem espaço à criatividade, fornecendo a disposição ao risco e tolerância ao erro, propiciando um ambiente que permita novas ideias e sua execução, fornecendo condições para que a empresa se destaque e se diferencie de seus concorrentes.

Referências Bibliográficas

Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP). (2004). Manual de Oslo: proposta de diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação tecnológica. Originalmente produzido por Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OECD). (1997). Disponível em:

http://www.finep.gov.br/images/a-finep/biblioteca/manual_de_oslo.pdf

Acessado em 19 de Novembro de 2023.

Martins et. al. (2022). Modelos de Negócios, Estratégia e Inovação: reflexões necessárias na sociedade da transformação digital. Research, Society and Development, v. 11, n. 6. Disponível em:

<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/download/29220/25233/334076>

Acessado em 19 de Novembro de 2023.

Rezende et. al. (2020). Inovação e cultura organizacional: características presentes em culturas de inovação. Perspectivas em Gestão &

REVISTA TÓPICOS

Conhecimento, João Pessoa, v. 10, n. 1, p. 88-106. Disponível em <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/148689>. Acessado em 17 de Novembro de 2023.

Santiago, K (2021). Introdução à inovação. Usina Pernambucana de Inovação. Disponível em https://www.egape.pe.gov.br/images/media/1665420508_Ebook%20Introducao.pdf. Acessado em 17 de Novembro de 2023.

Santos, R. T. S. (2020). A inovação como vantagem competitiva das empresas. Revista Gestão Empresarial. Três Lagoas, v. 6, n.1, p.1-14. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/disclo/article/view/10887>. Acessado em 18 de Novembro de 2023.

Silva et. al. (2021). Cultura de inovação: a liderança transformacional como propulsora à cultura inovativa. International Journal of Knowledge Engineering and Management, Florianópolis, v. 10, n. 26, p. 32-63. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ijkem/article/view/84861/48206>. Acessado em 19 de Novembro de 2023.

Schumpeter, J. (1934). The Theory of Economic Development. Harvard University Press, Cambridge Massachusetts. Disponível em <https://ia601402.us.archive.org/10/items/in.ernet.dli.2015.187354/2015.187.Theory-Of-Economic-Development.pdf>. Acessado em 19 de Novembro de 2023.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

Streit et. al (2021). O impacto da cultura organizacional na gestão do conhecimento para a inovação de processos em serviços. AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento, v. 10, n. 2, p. 78 – 88. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/78259/43718> Acessado em 19 de Novembro de 2023.

Torkomian et. al. (2021). A inovação e o papel do empreendedor na obtenção na vantagem competitiva em manufatura. V Encontro de Estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. Disponível em: https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/143_trabalho.pdf. Acessado em 17 de Novembro de 2023.

¹ Engenharia de Petróleo. MBA em Gestão de Projetos. Mestrando em Administração pela Must University. rayssiqueira@gmail.com.