

REVISTA TÓPICOS

CAMINHOS INOVADORES: RUMO À VANTEGEM COMPETITIVA E A PERENIDADE NOS NEGÓCIOS

DOI: 10.5281/zenodo.10790791

Júlio César Leite Da Silva¹

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. Para uma melhor concepção que acerca do tema proposto, o *paper* está constituído em seções, onde a primeira parte aborda a difusão das vertentes de inovação empresarial para estabelecer uma vantagem competitiva. Em seguida, são apresentados a instalação de uma mentalidade de inovação. E por último a criação de uma cultura de recursos práticos inovadores. 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

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

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 line with the competitive advantage and longevity of the business. Through this, issues such as a variety of innovation were raised, with the applicability of innovative business thinking and innovative cultural conception, through fundamental devices and skills. For a better conception of the proposed topic, the paper is made up of sections, where the first part addresses the diffusion of aspects of business innovation to establish a competitive advantage. Next, the installation of an innovation mindset is presented. And finally, the creation of a culture of innovative practical resources. The methodology used in the investigation of this study is a bibliographical inspection, surveying reliable and current sources on the subject. Through the approaches highlighted, it has become more substantial due to innovation, being essential for organizational success in a more fierce and fickle business sphere. Organizations that constitute

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

innovations have a greater ability to adapt and, therefore, a greater expectation of permanence and growth in a more fierce and competitive market sphere. Therefore, it is concluded that organizations that explore innovations must pay attention to the constant demands of the corporate world and the needs of customers, investing resources in leadership, training and means that motivate innovation. The innovation method must be constant and addressed through a main strategy for the success and longevity of the business.

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

1. 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.

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.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

Para uma melhor concepção que acerca do tema proposto, o *paper* está constituído em seções, onde a primeira parte aborda a difusão das vertentes de inovação empresarial para estabelecer uma vantagem competitiva. Em seguida, são apresentados a instalação de uma mentalidade de inovação. E por último a criação de uma cultura de recursos práticos inovadores.

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 científicos e autores consagrados que possam dar mais ênfase a construção dessa proposta de estudo e o manuseio de demais materiais utilizados pertinentes.

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 divisão de suas ideias com os demais membros da equipe.

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

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

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

Para Mckena (1992), “ Os clientes chaves também podem ajudar de outras formas. Podem oferecer um feedback valioso, proporcionando à empresa novas idéias sobre o aprimoramento de seus produtos e processos”. (p. 116). Por conseguinte, é relevante que a organização possa mensurar que âmbito consiste a satisfação dos clientes, realizando uma trajetória de oportunidades para que se possa realinhar a proposta de valor.

A empresa deve estar propícia ao feedback dos clientes. Devem estar favoráveis nas demandas e necessidades do público-alvo, constatar as falhas mercadológicas e se empenhar para proporcionar soluções de inovações que possam atender essas demandas. As empresas devem efetivar o diálogo com seus clientes a fim de efetuar pesquisas de mercado na constatação das principais tendências e oportunidades no âmbito em que está inserido o negócio ambientado.

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 membros da equipe devem compreender a amplitude inovadora, no sucesso organizacional e no envolvimento de trocas de idéias partindo de novas e soluções criativas, ganhando assim uma vantagem competitiva e a sustentabilidade da perenidade do negócio.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

2. 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 descobrir novas oportunidades de negócios através de seus componentes críticos e inovadores. Para Drucker (1993) “a tecnologia está mudando rapidamente a natureza da produção e do trabalho, e as empresas precisam se adaptar constantemente para acompanhar essas mudanças”. (p.140).

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

Esta faceta da inovação tem sido alimentada pela crescente procura de soluções tecnológicas avançadas que possibilitam 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 às estruturas desfavoráveis.

Essa transformação digital na sociedade moderna deve-se em grande parte a inovação tecnológica, que pode atuar em vários campos, incluindo a

REVISTA TÓPICOS

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 às necessidades do mercado.

Segundo Slack, Brandon-Jones & Johnston (2017), as empresas podem criar vantagem competitiva ao melhorar seus processos, reduzindo seus custos e aumentando a qualidade e a eficiência de seus produtos. 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.

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 contínua e a capacitação de adaptação

REVISTA TÓPICOS

rápida às 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), “o modelo de negócios é a forma que a empresa cria, entrega e captura valor”. (p. 14). A inovação trata-se de um método contínuo 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.

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 contínuo. No entanto, há potencial para gerar vantagens competitivas e o estabelecimento de novos mercados.

3. Instalando uma Mentalidade de Inovação

No que cerca o mundo empresarial altamente competitivo de hoje, inovar possui um fator crítico no êxito de uma empresa. Para fomentar uma cultura inovadora, as empresas devem incentivar a inovação, experimentação e a obtenção de resultados inovadores. Isto exige sair da

REVISTA TÓPICOS

comodidade e correr riscos com novas ideias, o que deve ser uma mentalidade constante em diversos departamentos da empresa.

Segundo Araújo & Campos (2019), a inovação é um processo contínuo e dinâmico que deve ser incorporado a cultura organizacional. Mesmo as ferramentas tecnológicas mais avançadas são insuficientes se os colaboradores não priorizarem a inovação. Para que se possa proporcionar a criação de um ambiente favorável, propício e inovador que norteiam que as ideias sejam testadas e difundidas até obterem sucesso.

Cortela (2018), destaca que a inovação não é apenas uma questão de tecnologia, mas também de comportamento e cultura. 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 elucidaciones 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”. (p.8).

Segundo Silva, a 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 aceitar erros, criando um ambiente favorável para a criação de uma inovação. É fundamental o

REVISTA TÓPICOS

empenho da liderança no incentivo para reconhecer as ideias inovadoras da sua equipe.

Como Kotter (2012), 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 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. É crucial o não 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 a criatividade e na criação cultural, inovadora e abrangente. Apesar disso, é primordial que haja uma mudança de comportamento e cultura dos

REVISTA TÓPICOS

colaboradores, do modo que se obtém valorização inovadora e o reconhecimento na empresa.

4. 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, porém esse processo pode trazer muitas benfeitorias ao decorrer 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), 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), 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 disso, para que se

REVISTA TÓPICOS

possa estabelecer uma cultura inovadora, as organizações precisam enfatizar práticas que possam propiciar a investigação e a coparticipação.

Demais práticas com grande importância trata-se da liderança impulsionadora e o estímulo à criatividade, como destacado por Siqueira (2019). Segundo ele, 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. Ele enfatiza que a estratégia empresarial deve estar associada a uma cultura de inovação e deve conter um valor essencial na tomada de decisões e na busca por resultados eficazes e criativos.

Para Nakagawa (2019), pensar fora da caixa na inovação requer uma mudança de mentalidade e uma abordagem criativa e disruptiva, capaz de gerar valor e criar novas oportunidades de negócios. 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.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

Carmello 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 incertos 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.

REVISTA TÓPICOS

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

REVISTA TÓPICOS

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. (2019). Inovação para Empreendedores: Como Alcançar Resultados Extraordinários. Rio de Janeiro: Alta Books.

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

Carmello, E. (2021). Cultura de Inovação: como implantar. São Paulo: Atlas.

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

Drucker, P. (1993). Inovação e Espírito Empreendedor: Práticas e Princípios. São Paulo: Editora Pioneira.

Kato-Vidal, E. L. (2019). Productividad e innovación en pequeñas y medianas empresas.

https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view

Acessado em 21/09/2023.

Kotter, J. P. (2012). Leading change. Harvard Business Press.

<https://scholar.google.com.br/scholar?q=Kotter,+J.+P.+>

[\(2012\),+Leading+change,+Harvard+Business+Press.&hl=pt-](https://scholar.google.com.br/scholar?q=Kotter,+J.+P.+&hl=pt-(2012),+Leading+change,+Harvard+Business+Press.&hl=pt-)

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

[BR&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart](#). Acessado em 21/09/2022

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

Mckenna, R. (1992, p. 116). Marketing de Relacionamento: Estratégias bem sucedidas para a era do cliente. Rio de Janeiro: Campus.

Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2011). Business Model Generation: Inovação em Modelos de Negócios. Rio de Janeiro: Alta Books.

Securato, J. C. (2016). Gestão Empresarial Sustentável. São Paulo: Atlas.

Silva, A. (2018). Hackeando Tudo: 90 Hacks Para Mudar o Mundo. São Paulo: Sextante. Siqueira, A, (2019). Marketing de Conteúdo Épico. São Paulo: DVS.

Slack, N.; Brandon-Jones, A.; Johnston, R. (2017). Administração de Produção e Operações: Manufatura e Serviços. Porto Alegre: Bookman.

Waengertner, P. (2018). O Poder da Inovação. São Paulo: Sextante.

¹ Graduado em Administração de Empresas. Especialista em Gestão Estratégica de Negócios. Mestrando em Administração pela Must University. Julioleitesilva82@gmail.com