

REVISTA TÓPICOS

INOVAÇÃO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO NAS ORGANIZAÇÕES DO CONHECIMENTO

DOI: 10.5281/zenodo.10888972

Suzy Cristina Rodrigues¹

RESUMO

O estudo possui o objetivo estudar a inovação, tecnologia e o conhecimento como diferenciais competitivos nas organizações do conhecimento para a perenidade dos negócios, embasa-se na metodologia da pesquisa bibliográfica. As organizações, independente do seu porte, estão inseridas em um ambiente globalizado e competitivo. Desse modo, considera-se a Inovação um diferencial competitivo, aliada a tecnologia, ao conhecimento, a aplicação de ferramentas de gestão e escolha e definição de estratégias competitivas. A sociedade evolui desde os primórdios dos tempos, atualmente vivemos na Sociedade 5.0, onde o uso das tecnologias a exemplo internet das coisas, big data e inteligência artificial criam soluções com foco nas necessidades humanas. É necessária a transformação das organizações em Organizações do Conhecimento enfatizando a Aprendizagem Organizacional. Observar o ambiente externo é um dos aspectos para o sucesso das organizações, isso pode ser realizado com a aplicação da Inteligência Competitiva combinada ao uso do conhecimento. Este na Economia do Conhecimento gera as mudanças principais na

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

sociedade, principalmente, no que tange ao Desenvolvimento Econômico. O Desenvolvimento Sustentável traz a mudança dos recursos naturais pela capacidade do planeta em oferecer recursos a serem transformados pelas futuras gerações. Todos esses aspectos contribuem para a Inovação, Vantagem Competitiva e Perenidade dos Negócios. Conclui-se que na Sociedade 5.0 as Organizações do Conhecimento precisam inovar para garantirem a Vantagem Competitiva e a Sustentabilidade dos Negócios – aplicando, em especial, a Inovação Tecnológica - resultado de um processo de geração conjunta de conhecimento ligado profundamente à sociedade, a qual está inserida.

Palavras-chave: Inovação Tecnológica. Sociedade 5.0. Vantagem Competitiva. Inteligência Competitiva. Economia do Conhecimento. Organização do Conhecimento.

ABSTRACT

The study aims to study innovation, technology and knowledge as competitive differentials in knowledge organizations for the perpetuity of business, based on the methodology of bibliographic research. Organizations, regardless of their size, are inserted in a globalized and competitive environment. In this way, Innovation is considered a competitive differential, combined with technology, knowledge, the application of management tools and the choice and definition of competitive strategies. Society has evolved since the dawn of time, we currently live in Society 5.0, where the use of technologies such as the internet of things, big data and artificial intelligence create solutions focused on human needs. It is necessary to transform organizations into

REVISTA TÓPICOS

Knowledge Organizations emphasizing Organizational Learning. Observing the external environment is one of the aspects for the success of organizations, this can be accomplished with the application of Competitive Intelligence combined with the use of knowledge. This in the Knowledge Economy generates the main changes in society, especially with regard to Economic Development. Sustainable Development brings the change of natural resources for the planet's ability to offer resources to be transformed by future generations. All these aspects contribute to Innovation, Competitive Advantage and Business Perpetuity. It is concluded that in Society 5.0 Knowledge Organizations need to innovate to ensure Competitive Advantage and Business Sustainability - applying, in particular, Technological Innovation - the result of a process of joint generation of knowledge deeply linked to society, which is inserted.

Keywords: Tecnologic innovation. Society 5.0. Competitive advantage. Competitive intelligence. Knowledge Economy. Knowledge Organization.

1. Introdução

As organizações públicas e privadas estão inseridas em um ambiente globalizado, dinâmico, complexo e competitivo. Elas sofrem mudanças contínuas, na sua estrutura e gestão. Essas mudanças exigem das organizações ações estratégicas em relação à inovação, vantagem competitiva, perenidade dos negócios, valorização do conhecimento e informação, prestação de serviços, produção de bens, melhoria e introdução de processos e outras.

REVISTA TÓPICOS

Deste modo, pretende-se nesta pesquisa, por meio da pesquisa bibliográfica – elaborada com base em materiais publicados, estudar a inovação, tecnologia e o conhecimento como diferenciais competitivos nas organizações do conhecimento para a perenidade dos negócios.

Observar o cenário externo é um dos aspectos para o sucesso de uma organização, no entanto, deve-se considerar globalmente os fatores competitivos política, tecnologia, economia e legislação, previamente da determinação de qualquer plano, novas ferramentas a serem aplicadas na estratégia.

Entretanto, para que uma instituição independente de seu porte obtenha a sustentabilidade no mercado global, faz-se necessário investir em inovação, tecnologia, conhecimento, informação, meio-ambiente e atividades de transformação dos recursos disponíveis em produtos ou serviços para atenderem as necessidades humanas, os quais são diferenciais competitivos das empresas.

A Vantagem Competitiva pode ser atingida pelas organizações, contudo, se essas não inovarem – concebendo algo novo, uma nova estratégia ou solução; não aderirem a ferramentas tecnológicas e combinarem o uso do conhecimento e destas técnicas com o propósito de melhoria dos seus produtos e serviços, serão maiores as possibilidades de não se manterem perenes.

2. Inovação

REVISTA TÓPICOS

Inovar vai além de criar alguma coisa aplicando uma tecnologia nova, inovar compreende uma ideia nova com amplitude econômica. Meios novos de venda pela internet podem possibilitar a abrangência de mercados consumidores novos, permitindo-se desenvolvimentos de escalas de produção e diminuição de custos.

2.1. Tipologia da Inovação

Classificam-se as inovações segundo o foco, estão são explanadas no Manual de Oslo – referência conceitual e metodológica sobre o processo de inovação:

Inovação de negócios ou empresarial trata-se de um produto, serviço ou processo de negócios novo ou customizado, oferecido no mercado ou disposto para utilização pela instituição.

Inovação do produto refere-se a um produto ou serviço com melhoria ou novo lançado no mercado pela organização;

Inovação de processos de negócios diz respeito a um processo de negócios aperfeiçoado ou novo, utilizado pela empresa, para atender a (s) finalidade (s) de negócios;

Inovações do modelo de negócios quando há transformações nos processos de negócios centrais da organização, assim como dos produtos e serviços fundamentais comercializados pela empresa;

REVISTA TÓPICOS

Inovações digitais estão inseridas as inovações de produtos, serviços ou processos de negócios, onde são introduzidas as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), ocorrendo relação de dependência dessas TICs na sua ampliação e execução;

Inovação focal engloba a utilização da metodologia alicerçada em objetos;

Inovação New-to-firm (NTF) refere-se ao pouco grau de novidade à inovação em relação a aplicação pioneira pela instituição;

Inovação New-to-Market (NTM) trata-se da inovação de uma organização, a qual não se encontra no mercado em que a empresa atua;

Inovação aberta quando por meio dos limites de cada organização acontece o processo de conhecimento essencial à inovação;

Inovação social ligada a responsabilidade social empresarial, afim de proporcionar o bem-estar das pessoas e/ou comunidades e;

Inovação do usuário existe a promoção da alteração dos produtos e serviços da empresa, autorizada ou não por ela, por parte dos consumidores e clientes. Também, inclui o desenvolvimento de produtos e serviços novos pelos usuários (Manual de Oslo, 2018).

2. 2. Inovação Tecnológica

O fenômeno da inovação tecnológica pode ser compreendido de duas maneiras: um processo de formação e disseminação, no cenário econômico

REVISTA TÓPICOS

e social, de novas tecnologias, sejam um produto ou serviço ou uma maneira nova de realizar certa atividade, utilizando novos recursos ou os recursos existentes de maneira inovadora; e como o resultado desse processo – produto.

Nesse sentido, entende-se por inovação tecnológica o resultado de um processo de geração conjunta de conhecimento ligado profundamente à sociedade, a qual se insere. Tal sociedade possui conhecimento de propor melhorias e condições para valorizar e aplicar nova tecnologia.

Dessa maneira, existe profunda relação entre inovação tecnológica e sociedade, em geral interação dinâmica e contínua entre ambas: a inovação trás mudanças econômicas e sociais, isto é, a sociedade altera-se pelas inovações, também, promove mudanças nessas inovações – por aperfeiçoamento, difusão ou pulverização. Essa estreita relação entre inovação tecnológica e sociedade pode ser constatada nos conceitos e significados da Sociedade da Informação; Sociedade do Conhecimento e Sociedade 5.0.

2.3. Principais aspectos sobre a Evolução da Sociedade

Vive-se em sociedade desde os primórdios dos tempos, a organização desta está representada na família, comunidades, grupos da sociedade civil e outros. Dessa forma, a sociedade evoluiu, sendo a sua evolução no âmbito do estudo das organizações percebida, especialmente, na Sociedade da Informação, Sociedade do Conhecimento e Sociedade 5.0.

REVISTA TÓPICOS

Na visão de Tarapanoff (2006) a sociedade da informação é o resultado dos novos referenciais sociais, econômicos, tecnológicos e culturais, os quais também provocam um conjunto significativo de mudanças de enfoque no âmbito das sociedades e de suas organizações.

A Sociedade do Conhecimento baseia-se no uso compartilhado de recursos, na construção coletiva de conhecimentos, interação livre de restrições de espaço e tempo e valorização do direito à informação, às tecnologias de informação e comunicação e a educação como um bem comum.

Compreende a Sociedade 5.0 uma sugestão de modelo de organização social onde o uso das tecnologias a exemplo internet das coisas (IoT), big data e inteligência artificial criam soluções com foco nas necessidades humanas.

3. Vantagem Competitiva

No entendimento de Porter (2004), Vantagem Competitiva abrange o valor que a instituição cria aos seus consumidores e clientes, superando o custo de fabricação da organização. Trata-se sobre a capacidade de uma empresa agregar valores e qualidades para produtos e serviços, com diferencial competitivo, ofertados aos seus usuários.

Há uma variedade de pesquisas e estudos demonstram que o processo formal de planejamento estratégico conduz as organizações a níveis elevados de desempenho organizacional e maior capacidade de inovação. Em sua obra o professor Djalma Oliveira ele dispõe alguns objetivos do

REVISTA TÓPICOS

Planejamento Estratégico: Contrabalancear as incertezas, desenvolvendo planos alternativos; consolidar a vantagem competitiva da empresa; otimizar o modelo de gestão; concentrar a atenção nos resultados esperados, representados pelos objetivos, desafios e metas.

3.1. Estratégia e a Vantagem Competitiva

Michael Porter, considerado um dos maiores estudiosos da Administração Estratégica, estabeleceu que a estrutura de uma indústria influencia o desempenho das organizações do referido setor. Dessa forma, segundo Porter, é indispensável entender as interações que ocorrem nesse ambiente a partir da análise de cinco forças rivalidade no setor; barganha de fornecedores; barganha de clientes; ameaça de novos entrantes e ameaça de produtos substitutos.

Para assegurarem a Vantagem Competitiva (VC) as organizações devem escolher estratégias - realizar escolhas e renúncias frente a maneira de como irão atingir os seus objetivos e metas, e assim desenvolverem e manterem a sua vantagem competitiva no mercado.

Em vista disso, temos dois conceitos importantes de estratégia: Estratégia empresarial é o sistema integrado de acordos e práticas para averiguar competências essenciais e conseguir vantagem competitiva; e Estratégia competitiva é a ‘busca de uma posição competitiva favorável em uma indústria, a arena fundamental onde ocorre a concorrência. A estratégia competitiva visa a estabelecer uma posição lucrativa e sustentável contra as forças que determinam a concorrência na indústria’ (Porter, 1989, p. 01).

REVISTA TÓPICOS

Inclusive, a escola do aprendizado, uma das escolas de formulação de estratégias definidas por Mintzberg et al. (2010), atualmente, tornou-se relevante por evidenciar a notoriedade do conhecimento e o seu respectivo objeto de estudo, a informação, como a geradora principal de vantagem competitiva às organizações.

3. 2. Inteligência Competitiva

As organizações privadas e públicas procuram sobreviver no complexo ambiente em que estão inseridas, e para competirem no mercado devem possuir vantagem competitiva. Para serem competitivas as empresas podem utilizar a técnica da Inteligência Competitiva (IC), no que tange a sua aplicação dentro do planejamento estratégico, referente aos estudos e análises do ambiente externo, bem como dos fluxos informacionais.

A ferramenta da IC gere a informação, considerada uma nova síntese teórica no tratamento da informação para a tomada de decisão, uma metodologia que permite o monitoramento informacional da ambiência e, quando sistematizado e analisado, a tomada de decisão.

Composta de diversos tipos de informação – tecnológica, ambiental, sobre o usuário, os competidores, o mercado e o produto – a inteligência competitiva é um processo sistemático que transforma pedaços esparsos de dados em conhecimento estratégico. É informação sobre produtos específicos e tecnologia. Também é monitoramento de informação externa que afeta o mercado da organização. Como por exemplo, a informação econômica, regulatória, política e demográfica.

REVISTA TÓPICOS

4. Perenidade ou Sustentabilidade do Negócio

4.1. Gestão do Conhecimento

Entende-se por conhecimento a “mistura fluída de experiência condensada, valores, informação contextual e *insight* experimentado, o qual proporciona uma estrutura para avaliação e incorporação de novas experiências e informações” (Davenport & Prusak, 1998, p. 6).

Por sua vez, a Gestão do Conhecimento Organizacional (GCO) é a gestão dos ativos intangíveis de uma determinada organização, considerada como a nova geração da gestão dos negócios. A Gestão do Conhecimento (GC) está em expansão e reconhecimento como modelo de gestão, o qual para o desenvolvimento e a sobrevivência dos tipos diversos de organizações (Santos & Damian & Valentim, 2019).

Nesse sentido, as organizações tradicionais para serem sustentáveis necessitam transformar-se em organizações do conhecimento – compreende a organização na qual as atividades de trabalho nela desenvolvidas são de natureza predominantemente, cognitiva, isto, é atividades intensivas em conhecimento.

4.2. Economia do Conhecimento

Inúmeros estudiosos, hoje, apontam que estamos vivendo na fase da Economia do Conhecimento (EC). Onde, o conhecimento gera as mudanças principais na sociedade, principalmente no que tange ao desenvolvimento econômico.

REVISTA TÓPICOS

Parafrazeando Drucker (1969) Economia do Conhecimento trata do período econômico em que o conhecimento possui destaque nas transformações essenciais na sociedade. O professor Peter Drucker ressaltou o conceito da EC, referindo-se ao uso do conhecimento, de forma ampla, em relação a sua fonte ou área, se é recente ou antigo - como incentivo ao desenvolvimento econômico.

Passou a ser o conhecimento, o recurso econômico principal, antes, esse recurso era o Mintz Berg meio de produção. Conforme o contexto atual, considera-se o conhecimento uma classe de informação estratégica e agregadora de valor aos negócios. esse modelo de desenvolvimento predomina nos países desenvolvidos.

4.3 Desenvolvimento Econômico e Sustentável

Acompanhando os discursos dos dirigentes políticos da nossa região, país ou de outros países, sabemos que é de senso comum a proposta do crescimento econômico - resultado das atividades de transformação dos recursos disponíveis em produtos ou serviços para atenderem as necessidades humanas.

Reconhece-se, atualmente, a magnitude da inovação no desenvolvimento econômico das sociedades, produtos novos geram mercados consumidores, como também processos produtivos novos podem apontar custos de produção menores e, assim, preços menores e crescimento de vendas.

REVISTA TÓPICOS

A concepção da definição de desenvolvimento sustentável traz a mudança dos recursos naturais pela capacidade do planeta em oferecer recursos a serem transformados pelas futuras gerações.

5. Considerações Finais

Este paper apresenta uma breve pesquisa bibliográfica sobre a inovação, vantagem competitiva e perenidade ou sustentabilidade dos negócios no ambiente organizacional. Neste estudo percebeu-se a complexidade desses assuntos, sua dependência de muitos fatores, e sua importância para as organizações. Conheceu-se os tipos de inovação; a inovação tecnológica, a qual depende do ambiente em que acontece – considerando-se a Sociedade da Informação, Sociedade do Conhecimento e Sociedade 5.0; setor da economia do agente inovador, mercado para o qual a inovação se destina. Ao mesmo tempo, sabe-se que inovação abrange a coletividade e para impulsioná-la é necessário investir amplamente na construção de um ambiente adequado a inovação – valorizar o aprendizado, desenvolver talentos, aceitar riscos, financiamentos específicos, tolerar erros, interagir, cultura de valorização à criação do novo.

No que tange a vantagem competitiva das empresas abrange a tomada de decisão da melhor estratégia, para gerar o valor que a organização cria aos seus consumidores e clientes, e se aplicando a ferramenta da Inteligência Competitiva que perpassa pelo Planejamento Estratégico e Fluxos Informacionais, coleta-se e analisa-se as informações do ambiente externo afim de se obter vantagem competitiva. A sustentabilidade das empresas está condicionada a elas tornarem-se organizações do conhecimento, por

REVISTA TÓPICOS

meio aprendizagem organizacional. Na Economia do Conhecimento, este gera as mudanças principais na sociedade, especialmente, em referência ao desenvolvimento econômico. Também, temos de considerar o desenvolvimento sustentável dentro da perspectiva de inovação local e global, respeitando o meio-ambiente. Assim, a pesquisa sobre a temática contribui para a sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Davenport, T. H. e Prusak, L. (1998). *Conhecimento Empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual*. Rio de Janeiro: Campus.

Drucker, P. F. (1969). *The Age of Discontinuity: Guidelines to our Changing Society*. Londres: Heinemann.

Johnson, M. W. (2018). *Reinvente seu modelo de negócios: como aproveitar o espaço em branco para o crescimento transformador*. Boston – Massachusetts. Harvard Business Review Press.

Mintzberg, H.; Ahlstrand, B.; Lampel, J. (2010). *Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico* (2^a. ed.). Porto Alegre: Bookman.

OCDE/Eurostat (2018), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxemburgo, <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>.

REVISTA TÓPICOS

Oliveira, D. P. O. (2018). *Planejamento Estratégico - Conceitos-Metodologia-Práticas* (34ª ed.) São Paulo: Atlas.

Porter, M. E. (1989). *Vantagem Competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior*. Rio de Janeiro: Campus.

Porter, M. E. (2004). *Vantagem Competitiva: criando e sustentando um desempenho superior*. (27ª ed.). Rio de Janeiro: Campus.

Samartin, C. (2021). *A democratização do conhecimento através dos arquétipos*. [e-book] Flórida: Must University.

Samartin, C. (2021). *Aprendendo a gerenciar os modelos de negócio e a inovação*. [e-book] Flórida: Must University.

Santos, V. C. B. D.; Damian, I. P. M.; Valentim, M. L. P. (2019). A cultura organizacional como fator crítico de sucesso à implantação da gestão do conhecimento em organizações. *Informação & Sociedade*, v. 29, n. 1, jan./mar. 2019. 51-66.

Tarapanoff, K. (2006). *Inteligência, informação e conhecimento*. Brasília, DF: IBICT/UNESCO.

¹ Bacharel em Administração. Especialista em Gestão Estratégica de Negócios e Gestão Pública. Mestranda em Administração pela Must University. E-mail: admasuzyrodrigues@gmail.com