

# REVISTA TÓPICOS

---

## INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE: ADAPTANDO-SE AO MUNDO EM TRANSFORMAÇÃO

DOI: 10.5281/zenodo.14627214

Maurilio Queiroz<sup>1</sup>

### RESUMO

O presente artigo discute a importância da inovação para a perenidade dos negócios em um mundo em constante transformação. A inovação é essencial para organizações que desejam sobreviver em um mercado altamente competitivo e em rápida mudança. Empresas que conseguem se adaptar, antecipar e criar novas soluções para as necessidades dos clientes serão aquelas que prosperarão. A análise inclui uma revisão bibliográfica sobre os principais conceitos e motores da inovação, destacando como a capacidade de inovar pode gerar vantagens competitivas. Aborda-se a inovação nas organizações, os tipos de inovação e os fatores que facilitam ou dificultam o processo de inovação. Além disso, discute-se a importância do desenvolvimento tecnológico e da criação de uma cultura de inovação para sustentar a competitividade a longo prazo. O artigo conclui que a busca contínua por inovação é fundamental para atender às novas demandas do mercado e garantir o sucesso e a longevidade das empresas.

Palavras-chave: Inovação. Transformação. Criatividade. Disrupção. Adaptação. Vantagem competitiva.

**REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672**

# REVISTA TÓPICOS

---

## ABSTRACT

This article discusses the importance of innovation for business continuity in a world in constant transformation. Innovation is essential for organizations that want to survive in a highly competitive and rapidly changing market. Companies that can adapt, anticipate and create new solutions to customer needs will be those that thrive. The analysis includes a literature review on the main concepts and drivers of innovation, highlighting how the ability to innovate can generate competitive advantages. Innovation in organizations, the types of innovation and the factors that facilitate or hinder the innovation process are discussed. Furthermore, the importance of technological development and the creation of a culture of innovation to sustain long-term competitiveness is discussed. The article concludes that the continuous search for innovation is essential to meet new market demands and ensure the success and longevity of companies.

Keywords: Innovation. Transformation. Creativity. Disruption. Adaptation. Competitive advantage.

## 1 Introdução

O mundo passa por um grande processo de transformação. Essa frase sempre foi e sempre será atual em qualquer tempo, o que varia é a velocidade com que essa transformação acontece em diferentes épocas.

Inovar é preciso e essencial para as organizações que desejam sobreviver em um mercado onde a disrupção acontece à jato. Acelerando na esteira da descoberta e uso de novos materiais e do espantoso e constante aumento da

**REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672**

# REVISTA TÓPICOS

---

capacidade de processamento, análise de dados e conexão entre dispositivos diversos.

Serão perenes as organizações que forem capazes de se adaptar, antecipar e criar novas formas de resolver as dores dos clientes, ou à constante revolução dessas dores. Para isso é preciso estimular ideias revolucionárias visando criar e aprimorar processos.

O estímulo à criatividade e ao pensamento disruptivo deve ser uma obsessão das organizações que quiserem alcançar o sucesso e, para isso, gestores e líderes devem estar capacitados e empenhados a incentivar e gerir esse processo de forma constante.

Para abordar esse tema, provocaremos a discussão através da revisão bibliográfica, buscando entender os principais conceitos e motores que nos levarão à criação e manutenção de uma cultura de criação e inovação, elementos fundamentais para a perenidade de qualquer negócio em um mundo altamente volátil.

## 2 Inovação como Vantagem Competitiva

### 2.1 Inovação nas Organizações

Para Rogers (2017), inovação pode ser conceituada como qualquer alteração no produto, serviço ou processo de um empreendimento que agrega valor, podendo ser desde pequenas melhorias até algo completamente novo, podendo envolver desde aprimoramentos graduais até a concepção de algo completamente inovador e original. Em sua teoria da

**REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672**

# REVISTA TÓPICOS

---

Difusão da Inovação Rogers (2017) diz que novas ideias e culturas se espalham de maneiras diferentes nas culturas ao longo tempo, desde sua introdução até sua adoção em massa.

A inovação nas organizações pode ser definida como a implementação de novas ideias, processos, produtos ou serviços que resultam em melhorias significativas para a empresa e seus stakeholders. Esta definição abrange desde pequenas melhorias incrementais até rupturas disruptivas que transformam mercados inteiros.

Schumpeter (1977) destacou a inovação como um motor essencial para o desenvolvimento econômico, introduzindo o conceito de "destruição criativa", onde novas invenções constantemente tornam obsoletos os produtos e processos antigos.

De acordo com Christensen (2011), inovação se apresenta de duas formas, sendo a inovação incremental, aquela que se dá com melhorias moderadas em produtos, serviços ou processos de forma a agregar valor; e a inovação disruptiva ou radical, aquela onde os produtos e serviços são totalmente novos com reflexos no modelo de negócio e afetando a ação de um mercado.

Em relação ao processo, a inovação pode ser aberta ou fechada, segundo Lindegaard, (2010), para o autor, a inovação aberta está baseada nos melhores inputs externos e a inovação fechada é desenvolvida no âmbito interno da organização.

# REVISTA TÓPICOS

---

Um dos fatores mais importantes para a inovação é o desenvolvimento tecnológico. Para acompanhar a constante evolução do mercado global, as empresas devem estar atentas e incorporar aos seus processos e produtos as novas tecnologias que as tornarão mais competitivas. Segundo 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".

## 2. 2 Inovação como Fonte de Vantagem Competitiva

A inovação pode ocorrer em várias vertentes para estabelecer uma vantagem competitiva, incluindo produtos e serviços, processos, modelo de negócio e tecnologia.

A inovação é um dos principais motores da vantagem competitiva sustentável e podem levar ao desenvolvimento de produtos ou serviços únicos que atendem melhor às necessidades dos clientes e proporcionar uma posição superior no mercado em relação aos concorrentes.

Porter (2008) enfatiza que a capacidade de uma empresa em diferenciar seus produtos ou serviços através da inovação pode permitir a criação de um valor superior para os clientes, justificando preços premium ou conquistando maior participação de mercado. Além disso, a inovação pode melhorar a eficiência operacional, reduzindo custos e aumentando a produtividade. No contexto atual de globalização e rápido avanço tecnológico, a inovação se torna ainda mais crucial, permitindo que as

# REVISTA TÓPICOS

---

empresas respondam rapidamente às mudanças do mercado e às novas demandas dos consumidores.

Conforme Tidd, Bessant e Pavitt (2008), sob a forma do desenvolvimento e da implementação de novos produtos, novas tecnologias, novos processos de produção e novos métodos gerenciais, as inovações exercem considerável influência no modo como as organizações são estruturadas e geridas. Ao longo das últimas décadas, com o acirramento da concorrência entre as mais diversas organizações, a inovação deixou de ser apenas um pano de fundo para conseguir um papel central nas organizações, criando vantagens competitivas e crescimento para empresas e até para países, como um motivador de transformações no âmbito das sociedades.

Segundo Avis (2019), a inovação em processos é essencial para que as empresas possam se manter competitivas em um mercado em constante mudança. A autora destaca que é importante que as organizações estejam atentas às oportunidades de inovação em seus processos e invistam em ferramentas e técnicas que possam ajudá-las a alcançar seus objetivos. Dessa forma, a empresa poderá obter vantagens competitivas, como a redução de custos, melhoria da qualidade e aumento da eficiência, além de ser capaz de se adaptar rapidamente às mudanças do mercado. Para isso, é fundamental que a empresa tenha uma cultura de inovação e estimule a criatividade e o pensamento crítico de seus colaboradores, visando sempre a melhoria contínua.

Além disso, a inovação em modelo de negócios é vital para as empresas se adaptarem às mudanças no mercado e atenderem às necessidades dos

**REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672**

# REVISTA TÓPICOS

---

clientes. Osterwalder e Pigneur (2011) destacam que inovar nesse modelo pode gerar novas oportunidades e vantagem competitiva. É fundamental uma cultura de inovação, estimulando a criatividade e o pensamento crítico dos colaboradores para a melhoria contínua e a capacidade de adaptação às mudanças do mercado.

## 2.3 O Ser Humano como Ser Desejante

Para compreender plenamente a importância da inovação, é fundamental reconhecer que o ser humano é um ser desejante, constantemente buscando melhorias e novos horizontes. De acordo com Maslow (1943), as necessidades humanas evoluem de básicas para complexas, impulsionando o indivíduo a buscar realização pessoal e profissional. Este desejo intrínseco por algo mais se reflete no ambiente organizacional, onde colaboradores e líderes buscam continuamente novas formas de se desafiar e crescer. A inovação, portanto, não é apenas uma resposta às demandas externas do mercado, mas também um reflexo da necessidade interna dos indivíduos por progresso e realização.

## 2.4 Inovação e Perenidade do Negócio

A sustentabilidade e longevidade de um negócio depende diretamente da sua capacidade de se adaptar e inovar. Empresas que não inovam correm o risco de estagnação e obsolescência.

Clayton Christensen (2011) introduziu o conceito de "inovação disruptiva", mostrando como novas tecnologias podem deslocar empresas

# REVISTA TÓPICOS

---

estabelecidas. A inovação é essencial para enfrentar crises e mudanças regulatórias, permitindo que as empresas se ajustem a novas realidades.

Schumpeter (1977) argumenta que a inovação é crucial para a renovação dos negócios, proporcionando vantagem estratégica. Ele fala sobre a "destruição criativa", onde a busca por algo novo destrói as regras antigas e estabelece novas, impulsionando a lucratividade. A competição pelo novo bem ou tecnologia afeta não apenas os lucros das empresas existentes, mas sua própria vida.

O processo da busca por inovação é validado pela seleção do mercado, que demonstra se a inovação é ou não apropriada. Para Nelson e Winter (1982) o processo de evolução tecnológica é inerente ao processo evolutivo e de seleção do mercado, onde sobrevirão no mercado as empresas que conseguirem se inovar continuamente para se adaptar às mudanças ambientais.

Prahalad e Hamel (1995) sugerem que as competências centrais de uma organização, muitas vezes baseadas em sua capacidade de inovação, são fundamentais para obter uma vantagem competitiva sustentável.

## 2. 5 Fatores que Influenciam a Inovação nas Organizações

Tidd, Bessant e Pavitt (2008) destacam a importância de que as inovações sejam desenvolvidas e geridas de forma específica e única em cada organização, já que não existe um método absoluto para gerir a inovação.

# REVISTA TÓPICOS

---

Hadjimanolis (2003) acrescenta que os facilitadores e dificultadores da inovação estão interligados e têm uma natureza dinâmica. Alguns fatores como falta de motivação, falta de comprometimento da alta administração e falta de recursos financeiros podem atuar como dificultadores da inovação.

Segundo Tidd, Bessant e Pavitt (2008), a classificação de fatores facilitadores e dificultadores geralmente envolve aspectos internos e externos à organização. Os fatores externos, como mercado, governo e tecnologia, podem impactar positiva ou negativamente no processo de inovação. Já os fatores internos, como motivação, liderança e tolerância ao risco, são influenciados pela própria organização.

## 2. 5.1 Fatores Facilitadores

**Cultura de Inovação:** Empresas com uma cultura organizacional que promove a criatividade, o risco calculado e a experimentação tendem a inovar mais e melhor.

**Liderança Visionária:** Líderes que incentivam a inovação e criam um ambiente que valoriza a aprendizagem e a adaptação são essenciais para sustentar a inovação.

**Estrutura Organizacional:** Estruturas organizacionais que são flexíveis e descentralizadas facilitam a comunicação e a implementação rápida de novas ideias.

# REVISTA TÓPICOS

---

Colaboração e Parcerias: Colaborações com universidades, centros de pesquisa e outras empresas podem acelerar o processo de inovação e reduzir custos e riscos.

## 2. 5.2 Fatores Dificultadores

Imitação pela Concorrência: A inovação pode ser copiada pelos concorrentes, reduzindo a vantagem competitiva. Propriedade intelectual e segredos comerciais são formas de mitigar este risco.

Gestão de Riscos: A inovação envolve incertezas e riscos, tanto financeiros quanto de mercado, que precisam ser geridos de forma eficaz.

Alinhamento Estratégico: A inovação deve estar alinhada com a estratégia geral da empresa para maximizar seu impacto na vantagem competitiva.

## 3 Considerações Finais

Para se destacar em um mercado tão competitivo como o atual é preciso inovar, seja criando formas de atender as novas demandas dos clientes, ou mesmo descobrindo melhores formas e processos de como atender as demandas já existentes de forma mais eficiente.

As organizações devem estimular a criatividade e novas perspectivas de enxergar uma mesma situação e, para isso, é primordial fomentar um ambiente de trabalho que incentive o novo e a cultura de inovação e compartilhamento de informações para que ideias e processos possam ser pensados e aprimorados por todos.

# REVISTA TÓPICOS

---

Mas antes das organizações promoverem esse estímulo à criatividade e inovação é preciso entendermos o fator principal por trás da necessidade de inovação: o ser humano. O ser humano está sempre buscando algo mais. Segundo a psicanálise o homem é um ser de falta, dessa forma as organizações, e até mesmo a própria humanidade, não devem ignorar o fato de que essa busca por algo que não possui não terá fim enquanto existe o ser humano, do contrário ainda estaríamos morando em cavernas.

E esse é o ponto que deve ser assimilado pelas organizações e seus líderes, o processo de inovação não terá fim e, portanto, a busca por inovação e competitividade deve ser constante para o sucesso do negócio.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

CHRISTENSEN, Clayton M. O Dilema da Inovação: quando as novas tecnologias levam as

empresas ao fracasso. São Paulo: M. Books, 2011.

DRUCKER, Peter Ferdinand. Sociedade pós-capitalista. 1. ed. São Paulo: Pioneira, 1993.

HADJIMANOLIS, A. The barriers approach to innovation. The International Handbook on Innovation. Elsevier Science, Oxford, 2003.

# REVISTA TÓPICOS

---

LINDEGAARD, Stefan. The open Innovation Revolution: essentials, roadblocks, and leadership skills. Hoboken, N.J: Wiley, 2010.

MASLOW, Abraham H. A Theory of Human Motivation. Psychological Review, jul. 1943.

NELSON, Richard.; WINTER, Sidney. An evolutionary theory of economic change. Cambridge. Harvard University, 1982.

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

PORTER, Michael. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors (Illustrated edition). New York: Free Press, 2008.

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

ROGERS, David. L. Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital. (A.

Celso da Cunha Serra, Trad.). São Paulo: Autêntica Business, 2017.

SCHUMPETER, Joseph. Capitalismo, socialismo e democracia. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.

**REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672**

# REVISTA TÓPICOS

---

TIDD, Joe., BESSANT, John, PAVITT, Keith. Gestão da inovação. Tradução Elizamari Rodrigues. Becker et al. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

<sup>1</sup> Graduado em Ciências Contábeis pela PUC-MG e em Psicologia pela Universidade FUMEC. Pós-Graduado em Psicopedagogia pela Universidade FUMEC. Mestrando em Administração de Empresas pela Must University. [queiroz.mscq@gmail.com](mailto:queiroz.mscq@gmail.com).