

## **INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE COM MOTOR DO DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL**

Morghana Andrade de Almeida Santos  
Adriano Castro de Oliveira  
Prof. Dr. Claudio Neves Lopes  
Prof. Ma. Michele Pernice

### **Resumo**

O presente estudo visa abordar o tema de Inovações e competitividade como motor do desenvolvimento organizacional, tendo como seu principal precursor o economista austríaco-americano Schumpeter (1997), com base em sua teoria da inovação ou mais conhecida como Teoria da Destruição Criativa. O objetivo deste trabalho é entender um pouco mais como a inovação e a competitividade, que são frequentemente relacionadas, analisando o mercado e nele observar o que pode ser readaptado ou reinventado. Portanto, esse projeto tem o intuito de promover uma análise abrangente e dinâmica sobre a gestão da inovação e da competitividade, de maneira a estudar suas dimensões cruciais. Nesse projeto, foram analisados textos com estudos teóricos e empíricos sobre o assunto e a capacidade de inovar, sendo este o principal fator de competitividade, parte das pesquisas bibliográficas, com enfoque qualitativo e descritivo, a partir dos artigos científicos e livros de temática relacionada. Contudo podemos concluir que, ter um desenvolvimento eficiente é o ponto chave, para que haja um aumento de sua competitividade, garantindo assim que a empresa tenha recursos únicos e grande força competitiva, possuindo mais chance de sucesso no mercado.

Palavras-chave: Competitividade; Inovação; Organização; Desenvolvimento

### **Introdução**

Muito se é observado que o mundo está em constante mudança, a todo momento surge um novo produto, um serviço, um novo conceito, e é de extrema importância as empresas, estarem por dentro de todas essas atualizações, para que não perca seu espaço dentro do mercado. "O processo de inovações tecnológicas estão as invenções ou descobertas. Afinal, descobre-se o que antes existia embora para nós desconhecido, e inventa-se o que antes não existia" (OXFORD, 2004, p. 20). Sendo a inovação considerada um catalisador de competitividade, isto porque as ideias para a criação de um novo produto, ou de um novo serviço, sendo prestados da maneira planejada,

dará certo, trazendo assim práticas organizacionais rentáveis.

Podemos notar que se tem poucas empresas de um só serviço, a qualidade pode ou não ser boa, porém se há mais de uma empresa, prestadora do mesmo serviço, a qualidade e eficiência são diferentes, devido a competitividade gerada entre as organizações. Para maior lucratividade, são necessárias a inovação e a competitividade entre elas (FIGUEIREDO, 2009).

Neste tema, abordaremos o contexto de que, se uma determinada organização, não estudar o produto antes de colocá-lo no mercado, não dar suporte para o desenvolvimento, e não inovar esse produto, a capacidade competitiva irá cair, declinando assim, seu capital para permanecer no mercado.

Devido à falta de estudo mercadológico empresas tornam-se menos competitivas, vivenciando uma zona de conforto, com pouco engajamento em seus produtos e serviços, abrindo espaço para que seja inserida, outras organizações dispostas a cobrir essa defasagem (ROBBINS, 2002).

Desta forma, torna-se importante estar sempre inovando, juntamente com a tecnologia para atender o consumidor final. A logística é outro ponto, que pouco se é apresentado dentro do ambiente de trabalho de seus colaboradores, sendo ele um dos principais para que seja executado um planejamento estratégico com excelência (FIGUEIREDO, 2009). A inovação tecnológica, tem estado presente em diferentes graus e maneiras, surgindo a necessidade de alinharem-se as bases conceituais e empíricas desde campo de estudos até a entrega do produto ao consumidor final.

Desse modo, é que as inovações e a competitividade no mundo capitalista, nos traz um entendimento quanto a relação entre a competitividade e a capacidade de inovar.

Para competir globalmente, as empresas precisam construir e acumular suas capacidades tecnológicas, tanto para atividades de produção e operação, como para atividades de inovação, ou seja, inovações básicas, incrementais, imitação, adaptação e aprimoramento, até atividades de novos produtos, processos, equipamentos a base de engenharia complexa e de estruturas formais internas e colaborativas de pesquisa e desenvolvimento (LELAND, 2008).

## Objetivo

O presente estudo visa abordar o tema da inovação e competitividade frente as Teorias de Schumpeter, o qual buscou analisar o mercado e suas formas de adaptação e reinvenção dos produtos.

## Metodologia

A metodologia usada para composição deste artigo parte de pesquisas bibliográficas, com enfoque qualitativo e descritivo, a partir dos artigos científicos e livros de temática relacionada.

Segundo Gil (2002), por pesquisa bibliográfica conclui-se a leitura, a análise e a interpretação de material. Entre eles podem ser citados livros, artigos e teses dissertativas.

Minayo (2013) a pesquisa qualitativa responde a questões particulares, enfoca um nível de realidade que não pode ser quantificado e trabalha com um universo de múltiplos significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes.

Segundo Vergara (2015), a pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza.

## Desenvolvimento

Josef Aloise Schumpeter foi um economista austríaco que viveu de (1883-1950), marcando a sua época devido ao desenvolvimento de teorias do sistema econômico, tendo muitas contribuições ao seu país como cidadão e desenvolvedor econômico.

A teoria que mais se é ligada ao nome de Josef é a Teoria da Inovação, ou mais conhecida como teoria da destruição criativa. Para Josef ele admitia a existência de alguns ciclos econômicos de várias décadas, sendo de longo, médio, e curto prazo (FIGUEIREDO, 2009).

O estímulo para um novo ciclo econômico, viria principalmente das inovações tecnológicas, implementadas por empresários e empreendedores, tendo mais empresários audaciosos e mais tecnológicos, não haveria queda na economia, tendo mais crescimento e equilíbrio.

Os tipos de inovações tecnológicas que possibilitam um bom desenvolvimento de capital, são taxadas em 5 categorias; fabricação de um novo bem, novo método de produção; abertura de um novo mercado; nova fonte de matéria prima e nova organização econômica (FIGUEIREDO, 2009).

Quando uma organização se encontra em uma situação de monopólio, as empresas não enfatizaram tanto a respeito de preços, mais sim em relação a tecnologia, criando competitividade entre elas.

O progresso técnico, e inovador a chave para que um país possa se desenvolver. O desenvolvimento e o crescimento são palavras semelhantes dentro de uma determinada organização, mais possui diferentes sentidos. Crescimento é quando a produção quantitativa, cresceu gerando enriquecimento, mais sem necessidade, de ter melhora de vida na sociedade, podemos medir isso através do PIB. Já o desenvolvimento, afeta a qualidade de vida na sociedade, podendo medir esse resultado através da sociedade, vendo melhora na educação, qualidade de vida e afins (LELAND, 2008).

Segundo critério do pensamento de Schumpeter (1997), a descrição criadora é caracterizada pela substituição, dos antigos produtos e hábitos de consumir novos, podendo ocorrer diversos fenômenos, como por exemplo, falências, adaptações gerências de missões e perda de mercado, assim a introdução do processo de produção, alteraria a dinâmica da econômica, gerando um ciclo positivo na mesma ideia por trás das novas formas de produzir, combinando fatores produtivos que desenvolvessem, produtos ou serviços de melhor qualidade, e ou com um custo muito mais baixo, assim, essas novas combinações apareceriam de forma continua, destruindo combinações ultrapassadas, desta forma empresas atrasadas entrariam em processo de falência e para evitar esse processo deveriam investir em novas combinações, as quais Josef deu o nome de inovação, as inovações que surgem da análise Shumpeteriana, são processos descontínuos e destruições criadoras que provocam ou permitem, saltos nos processos econômicos, esses saltos seriam a criação de novos produtos de processos produtivos , ou até mesmo um novo mercado.

### **Desenvolvimento Organizacional**

As primeiras teorias da administração, científica, clássica e relações

humanas, tratava apenas de algumas linhas com alguns focos, a partir da 1950, houve uma mudança em tudo tanto nas empresas quanto no homem, exigindo ainda mais de cada um, o homem e a organização tornaram mais complexas, era necessário a mudança do estilo para atender a necessidade de individuo. Na década de 50, foi dado uma maior importância para a Teoria comportamental, pois as empresas queriam entender melhor seus funcionários, para poder sanar a necessidade do mesmo, para que houvesse maior desempenho. Em 1962, surge a teoria do desenvolvimento organizacional, esta teoria é uma consequência da teoria comportamental, é o momento aonde as empresas são mais complexas, exigindo mais responsabilidade (CHIAVENATO, 1999).

As organizações estão voltadas para a parte estrutural, a organização precisar ser muito assertiva, ter um bom trabalho em equipe, para que possa fluir tudo conforme planejado, um bom gestor para lidar com a parte voltada a relações humanas de forma compreensiva. Já a parte de desenvolvimento é voltada para a parte comportamental da organização, a parte humana aonde se tem mais valor dentro da organização, um bom funcionário acarreta muitas coisas positivas para a empresa, e é por isso que dentro das organizações, sempre nos deparamos com gestores tendo mais empatia, e gerindo seus setores de responsabilidade de forma mais humana (ROBBINS, 2002).

Segundo Leland (2008), sendo um dos principais precursores da teoria do desenvolvimento organizações, voltada a preocupação com a estrutura da empresa e o comportamento das pessoas, sendo o ambiente mutável a organização e pessoas tem que se adaptar de forma rápida. Veja bem a teoria não é bem uma teoria, e um movimento coordenado, por um grupo de cientistas e consultores, que desenvolveram uma abordagem moderna e burocrática, desenvolvendo assim um tripé aonde encontra-se o homem, organização e ambiente, o empresário pode vir a fazer questionamentos para poder desenvolver, a organização.

A princípio a origem desta teoria se deu através da dificuldade de entender seus colaboradores, tendo erros de comunicação e demais problemas que acarretam a má formação de um desenvolvimento assertivo, não basta apenas treinar o funcionário, mais também se necessário promover mudanças,

outro ponto importante é os temas de hoje em dia, motivação, objetivos do indivíduo diferentes do da organização, entre outros (CHIAVENATO, 1999).

Surgiram também para agregar os T-Groups (grupos de treinamentos), foi justamente desenvolvido para melhorar o comportamento do grupo, tendo o seu maior foco voltado ao aprendizado interno de cada colaborador, interagindo com os demais; é usado os feedbacks, problematização e a dramatização, para obter informações sobre si, os outros e os grupos.

Outro fator que impulsionou a origem desta teoria foi a transformação rápida do ambiente, o homem modernizou, então não se é mais aceitável ambientes dos quais os colaboradores não se sintam mais confortáveis e seguros para trabalhar, antes existia uma defazagem neste quesito, hoje não se é mais aceitável (ROBBINS, 2002).

Uma das quatro palavras mais importantes da DO (desenvolvimento organizacional), é o ambiente, organização grupo e indivíduo, se o empresário estudar melhor esses quesitos dentro de suas empresas, será aplicado um diagnóstico, provocando mudanças.

Agregando assim a teoria Behaviorista que estuda o comportamento do ser humano, a organização é a coordenação de diferentes atividades no ambiente, para que haja um bom desempenho vai depender do seu estado emocional e do estado aonde se é colocado recompensas para o mesmo. Para que ocorra uma boa atuação é necessário que a empresa se relacione bem com o meio ambiente, por isso elas precisam ser estruturadas e dinamizadas, possuindo assim um novo conceito de organização, desenvolvendo tudo de maneira correta, terá uma cultura organizacional muito bem aplicada (BARNARD, 1956).

Toda empresa terá seus hábitos, crenças, valores, tradições que são compartilhadas por todos, podendo ser normas informais ou não escritas, existem culturas rígidas e culturas flexíveis.

### **Desenvolvimento mercadológico**

O desenvolvimento e a logística empresarial tornou-se mais forte em 1990, quando houve maior redução de tarifas de importação proporcionando à diversos setores, maior internacionalização do país, mudando totalmente o cenário que antes tinha-se. Foram aderidos novos padrões de competitividade,

exigindo assim níveis maiores de serviços, praticas de logísticas, negociações e tudo o que compõem a cadeia produtiva (BARNARD, 1956).

A partir de 1994 houve uma estabilização na moeda, alavancando muitos as suas vendas tanto nacionais, quanto internacional, sendo necessário uma privatização dos meios de transporte, para que o processo logístico fosse mais eficiente.

Essa revolução trouxe alguns malefícios para o próprio consumidor, devido a larga escala de produção, ocorreram maiores desgastes vindo do planeta terra. Hoje muitas empresas adotaram a logística reversa, pois além de ajudar o planeja, ajuda na economia de seu capital e aumenta a competitividade.

No ambiente globalizado e de alta competitividade, em que se vive atualmente, as empresas modernas reconhecem cada vez mais que, além da busca pelo lucro, é necessário atender a uma variedade de interesses, seja ele social, ambiental ou governamental.

Stock (1998, p. 20), encontra-se a seguinte definição para logística reversa:

em uma preceptiva de logística de negócios, o termo refere-se ao papel da logística no retorno de produtos, redução da fonte, reciclagem, substituição de materiais, reúso de matérias, disposição de resíduos, reforma, reparação e remanufatura.

Inovação implica em uma combinação de conhecimentos. Ou seja, juntar conhecimentos diversos e transforma-lo em produtos, serviços e processos úteis para o mercado.

A inovação em sentido econômico, só se da apenas quando há comercialização, se algo foi criado e não foi comercializado é apenas uma inovação sem vínculo à capitalização. É interessante destacar alguns pontos para iniciar um planejamento de inovação de seus produtos sendo eles a natureza, componentes, dinâmicas e uma boa performasse empresarial, pois a inovação interfere na capacidade competitiva. A competição da globalização se deu início em 1990, sofrendo mutações e expandindo também de forma internacional, aumentando assim o seu crescimento econômico (CHIAVENATO, 1999).

Muitas das organizações investem cada vez mais na inovação de seus



produtos e serviços, esforços deliberados, sistemáticos e eficazes, por parte do governo e empresas. Outras opções de empresas do mesmo serviços ou produtos, faz com que haja melhora na entrega final, se houver apenas uma opção de prestadores deste, existe um monopólio, não se abre campo para a negociação, lesando assim diretamente o consumidor final.

A competitividade, sendo usada de forma inteligente, pode levar uma pequena empresa ao êxito, o sucesso desta, está ligada diretamente a capitalização.

### **Considerações Finais**

Conclui-se que o maior recurso de qual uma empresa pode ter é humano, é de extrema importância às empresas valorizarem seus funcionários, para que possam desenvolver da melhor forma os serviços a serem prestados. Não só as pessoas mais os produtos e serviços precisam de uma atenção especial, pois se não se tornam obsoletos e de fácil descarte, o maior desafio das organizações é fazer com que, o produto esteja consolidado no mercado e ainda assim seja inovador, por isso o estudo mercadológico é de extrema importância para qualquer organização.

Contudo pode-se concluir que a melhor opção, é investir em uma boa equipe e manter os produtos superaquecidos no mercado, gerando assim uma competitividade, com uma lucratividade maior.

### **Referência Bibliográfica**

BARNARD, Chester. *Organization and Management*. Cambridge, Harvard University Press, 1956.

CHIAVENATO, I. *Introdução a Teoria Geral da Administração*. 4 ed. São Paulo, Atlas, 1999.

FIGUEIREDO, N. *Gestão da inovação: Conceitos, Métricas e Experiências de Empresas no Brasil*. 2009.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: 4ª edição, Atlas, 2002.



LELAND, Powers Bradford. *Teoria do Desenvolvimento Organizacional*. Publicado em: outubro de 24/06/2008. Disponível em: [https://www.portaldomarketing.com.br/Artigos\\_Administracao/Teoria do Desenvolvimento Organizacional.htm](https://www.portaldomarketing.com.br/Artigos_Administracao/Teoria_do_Desenvolvimento_Organizacional.htm).

MINAYO, Maria Cecília de Souza. *Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade*. Editoras vozes. 2013.

ROBBINS, P. *Administração: Mudanças e Perspectivas*. 1 ed. São Paulo, Saraiva, 2002.

SCHUMPETER, JOSEPH ALOIS. *Teoria do desenvolvimento econômico*. Editora Nova Cultural Ltda. 1997.

STOCK, James R. *Development and implementation of reverse logistics programs*. Oak Brook, IL: Council of Logistics Management, 1998.

VERGARA, Sylvia Constant. *Métodos de Pesquisa em Administração*. Editora Atlas. 6ª edição, 2015.