



Formulação De Estratégias Para A Inovação Sustentável: Contribuindo À Competitividade Nas Organizações Prestadoras De Serviços

Taís Pentiado Godoy (taispentiado@yahoo.com.br)
Clandia Maffini Gomes (clandia@smail.ufsm.br)
Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)
Projeto de tese de doutorado

RESUMO EXPANDIDO

1 PROPÓSITO CENTRAL DO TRABALHO

Diante do cenário atual, em virtude da globalização e das radicais transformações por que vêm passando a economia mundial tem se falado muito em competitividade. Importante ressaltar que, as empresas buscam constantes novidades tecnológicas, estratégias sustentáveis através de inovações de produtos e serviços. Santos (2004) mostram estudos sobre a competitividade que reconhece a existência de três esferas de fatores como: competitividade sistêmica, estrutural e empresarial.

Para as organizações, a sustentabilidade em níveis de desempenho superiores, em grande parte, são resultados de estratégias que ofereçam valor aos clientes em resposta a superação, às necessidades implícitas e explícitas do mercado consumidor (PORTER, 2009; KOTLER, 2012).

Não se pretende apontar soluções definitivas ou rumos certos para as organizações gerenciarem as organizações de serviços, mas identificar a partir do diagnóstico seus pontos vulneráveis e fortes, considerando aspectos internos da empresa e seu alinhamento com a inovação e estratégia sustentáveis, sugerindo caminhos para buscar sua permanência e crescimento no mercado.

Portanto o objetivo geral desta pesquisa é: propor, aplicar e avaliar um diagnóstico para organizações de serviços, com base na competitividade empresarial, que fortaleça a definição de estratégias sustentáveis para promovê-las no mercado nacional e internacional.

2 MARCO TEÓRICO

A competitividade (BRAGA; 2015) tem sido objeto de estudo em diversas áreas, associando-se aos padrões de concorrência. As organizações que desenvolve estratégias competitivas tendem a ter um melhor desempenho no mercado. A competitividade esta relacionada em três categorias: empresarial, sistêmica e estrutural.

Após entender os conceitos relacionados a competitividade, outro tema que os gestores necessitam ter uma atenção especial é a inovação. Pois, a gestão da inovação promove a empresa grande ganhos quanto ao mercado competitivo.

A gestão estratégica é importante e muito utilizada pelas empresas, nesse sentido, a gestão estratégica pode ser considerada uma boa prática utilizada nas organizações, para realinhar suas estratégias com as metas estabelecidas para enfrentarem o mercado, cada vez mais dinâmico e competitivo.

Para Porter (2004) o desenvolvimento de uma estratégia competitiva é, em essência, o desenvolvimento de uma fórmula ampla, para o modo de como uma empresa competirá. O autor mostra que, no nível mais amplo, a formulação de uma estratégia competitiva envolve quatro fatores básicos, que determinam os limites daquilo que uma organização pode realizar com sucesso.

A revisão da literatura reforça a importância da inovação baseada em indicadores de desempenho alinhada com estratégia definidas em função dos objetivos da empresa.

Os primeiros trabalhos voltados às especificidades do processo de inovação em serviços resultaram em análises da difusão de inovações tecnológicas, oriundas da indústria no setor de serviços (VARGAS; 2007).

A revisão da literatura sobre a teoria da inovação em serviços é identificar que o cliente desempenha um papel importante na inovação de serviços. Dessa forma considerando que é tempo de inovação e que o mercado sofre oscilações diariamente, mudanças repentinas, assim será necessário em um curto espaço de tempo, alterar toda a organização para a sua sobrevivência e desenvolvimento dos negócios (GALLOUJ; SAVONA; 2010). Assim sendo, gerenciar um sistema de serviços é garantir a satisfação das pessoas, identificando e atendendo as suas necessidades e expectativas e fazendo isso de forma cada vez melhor e com menos custos.

Sustentabilidade é uma expressão obrigatória em todas as atividades profissionais, empresariais e humanas, além de ser evocada mundialmente. Em todos os seminários, congressos e encontros ambientais são discutidos os temas sobre impactos humanos sobre o ambiente natural.

O desenvolvimento sustentável deve ser entendido como um processo que possui dois lados, de um lado as restrições mais relevantes, aquelas que estão relacionadas com a exploração dos recursos, e do outro a orientação do desenvolvimento tecnológico que concede o marco organizacional em relação a sustentabilidade. No Fórum Internacional de Liderança e Sustentabilidade definiram esse termo como um conjunto de atividades humanas sociais, econômicas, culturais e ambientais que são pronunciadas pelos homens em relação, no qual está intrínseco o empreendimento ecologicamente correto, economicamente viável, socialmente justo e culturalmente aceito (BRAGA, 2010). No entanto percebe-se neste contexto, que não se pode falar de sustentabilidade sem falar dos aspectos de humanização que envolve os que agem como um elemento fundamental de qualquer situação que se denominam sustentável.

3 MÉTODO DE INVESTIGAÇÃO

A pesquisa acadêmica é percebida como um processo racional e sistemático que tem como finalidade entregar as respostas aos problemas que foram apontados, mediante a influência dos conhecimentos disponíveis.

Como forma de delinear o escopo da metodologia, figura 1, apresenta as fases da mesma, para o presente estudo.

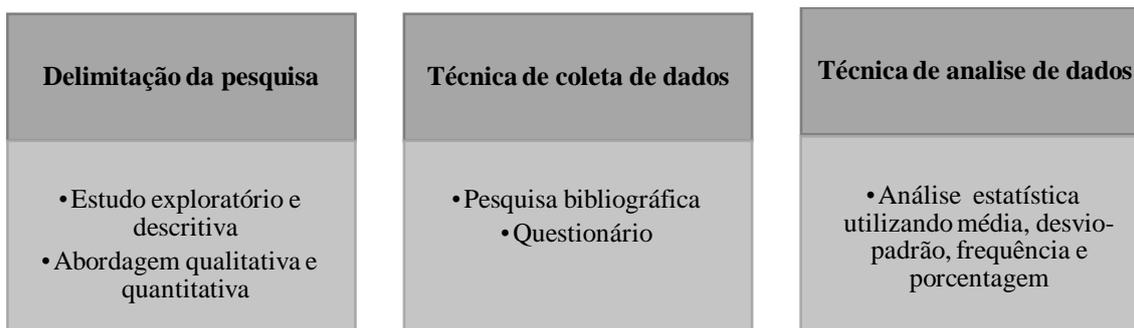


Figura 1- Roteiro dos procedimentos metodológicos
Fonte: O autor (2015)

A pesquisa apresenta-se como um estudo exploratório – descritivo. As abordagens do presente estudo serão quantitativas e qualitativas. O método quantitativo tem como característica a mensuração de fenômenos.

O instrumento de pesquisa será estruturado por meio do questionário que envolverá questões relacionadas às estratégias de competitividade empresarial com ênfase em inovação e sustentabilidade. Análise dos dados será realizada por meio de um software estatístico. A delimitação da população foi realizada por meio dados apresentados no portal da Associação Brasileira de Indústria de Hotéis do Rio Grande do Sul, onde foram encontrados 81 hotéis associados, que se enquadram nos critérios de números de empregados ocupados, que foram definidos pelo SEBRAE para serviço e comércio.

4 RESULTADOS, CONCLUSÕES E SUAS IMPLICAÇÕES

A pesquisa será delimitada em 9 etapas, as quais podem ser observadas no Quadro 1

FASE	TAREFA	PERÍODO DE DESENVOLVIMENTO	
		INÍCIO	TÉRMINO
1	Desenvolvimento do Projeto	Outubro/2015	Março/2018
2	Levantamento do referencial Teórico	Março/2016	Março/2018
3	Elaboração de instrumento de pesquisa	Março/2017	Março/2018
4	Qualificação	Março/2018	Março/2018
5	Aplicação do questionário	Abril/2018	Abril/2019
6	Análise dos dados	Mai/2019	Setembro/2019
7	Considerações Finais	Outubro/2019	Novembro/2019
8	Revisão	Dezembro/2019	Janeiro/2020
9	Defesa	Fevereiro/2020	Fevereiro/2020

Quadro 1 – Cronograma

Fonte: O autor (2015)

O desenvolvimento do projeto (etapa 1) foi criado em outubro de 2015 até o início de março de 2018, neste período será alinhado objetivo principal acompanhado dos específicos, a introdução e a justificativa. Na fase 2 será realizada o referencial teórico será realizado em março de 2016 até março de 2018. A elaboração do instrumento de pesquisa será realizada em março 2017 até março 2018.

A qualificação do projeto será atingida no fim de março, quanto a fase 5, o pesquisador pretende realizar esta atividade abril 2018 a abril 2019. As análises de dados serão realizadas no mês de maio 2019 a setembro 2019. A revisão da tese será em dezembro 2019 a janeiro 2020 e a defesa será fevereiro de 2020.

REFERÊNCIAS

BRAGA, C. T. **Iº Fórum Internacional de Liderança e Sustentabilidade**. São Paulo, JUN/2010

BRAGA, W. D. Novas identidades para o novo mundo do trabalho através da cultura: o velho mantra do capitalismo revisitado. **Revisra Eptie**, vol. 17, nº 1, 2015.

GALLOUJ, F; SAVONA, M. *Innovation in services: a review of the debate and a research agenda*. **Journal of Evolutionary Economics**. Volume 22, Issue 3. 2010.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de Marketing*. 14. ed. São Paulo: Pearson Education, 2012.

PORTER M. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

PORTER, M. **O futuro da empresa, antecipado no maior encontro de executivo no mundo**. HSM Management. HSM do Brasil ISSN 1415-8868: Edição Especial de março-abril, 2000.

SANTOS, M. DOS. *A informação como fator de competitividade: desafios para as pequenas e médias empresas*. 2004. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.

VARGAS, E. R. **A dinâmica da inovação em serviços: o caso dos serviços hospitalares no Brasil e na França**. Tese (2007). Programa de Pós-Graduação em Administração. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, RS. 2007.



XI SIPAD

2016
Caxias do Sul

**Seminário Interinstitucional
de Pesquisa em Administração**
Programa de Pós-Graduação em Administração - UCS

