

FNC - Faculdade Nossa Cidade

Administração de empresas

Yuri Caroline Lidoiro Alexandre

Prof. Orientador – Lawton Benatti

### Estímulo da competitividade empresarial através da inovação

Competitividade empresarial é quando uma empresa consegue formular e implantar com sucesso uma estratégia de criação e valor. Uma estratégia para ser competitiva e inovadora, precisa que as ideias sejam de aspecto as quais as empresas concorrentes percam o interesse em copiar, ou seja algo caro a ponto que eles não possam custear. Quando as concorrentes deixarem de praticar tais atos pode se dizer que a estratégia proposta pela empresa em si deu certo, podendo se dizer em certos casos que devido a estratégia competitiva com um conteúdo inovador a empresa que estava em baixa no mercado pode se tornar a primeira no ramo em que atua ou subir varias categorias, porem e de suma importância que a empresa continue sempre inovando no meio competitivo para que não volte a perder fatias de mercado.

Quando a empresa almeja um mercado competitivo é necessário que seja feito uma pesquisa de mercado bem detalhada, para que se possa identificar quais são as ideias da concorrência, para que a estratégia possa ser montada com um diferencial entre as demais, percebemos que no decorrer dos anos a tecnologia virou aliada nas empresas, a tecnologia permitiu que muitas empresas inovassem em suas estratégias, ate mesmo inovando em algo simples e que aos olhos de outros seriam praticamente imperceptíveis mais fazem toda diferença. Os processos de inovação são essenciais e na maioria das vezes insubstituíveis se atrelados às estratégias das empresas.

A estratégia competitiva empresarial deve surgir de uma compreensão sofisticada das regras da concorrência que determinarão as atratividades de uma empresa ou indústria. Uma estratégia competitiva pode ser entendida como um conceito multidimensional, analisando seis passos aos quais as estratégias se tornarão competitivas dentro do mercado, como primeiro passo é necessário que haja um padrão coerente, ou seja, é necessário que haja um acordo entre os departamentos responsáveis por esta estratégia, ao entramos em um acordo, o segundo passo é determinar os propósitos organizacionais em relação ao objetivo da empresa para que não fuja do foco, o terceiro passo vai identificar o tipo de negocio, se é aquele que já esta sendo investido ou se a empresa colocará um novo negocio no mercado, o quarto passo busca alavancar as vantagens sustentáveis do negocio por meio dos estudos feitos referentes às ameaças e oportunidades do ambiente, e aos pontos fortes e fracos, este tipo de analise é mais conhecida como FOFA, o quinto passo deve englobar todos os departamentos da organização, o sexto passo define a

natureza das contribuições econômicas e não econômicas, como isto afetará a empresa financeiramente.

Segundo Porter,

“Os conceitos de estratégia competitiva e de vantagem competitiva indica o diferencial a ser desenvolvido pela empresa para criar e entregar valor superior, o qual deve ultrapassar o custo de oferecê-los aos clientes. O objetivo central da estratégia competitiva é possibilitar á empresa uma visão de como desenvolver uma vantagem sustentável sobre a concorrência, o que lhe permitirá manter-se e crescer em um ambiente caracterizado por intensa competição.” (OLIVEIRA, 2012)

É necessário que cada empresa busque um diferencial para seu produto, inovando ao máximo, pois assim a empresa se afasta dos concorrentes almejando mais e mais o mercado em que atua. Seguindo pela mesma linha de raciocínio, Porter relacionou três alternativas de estratégias genéricas que entrelaçadas com ideias inovadoras contribuem para uma competitividade de alto nível dentre os concorrentes. A primeira alternativa refere-se à liderança nos custos total, a segunda seria voltada a diferenciação do negocio e a terceira podemos dizer que seria junção das duas o enfoques (custo ou diferenciação).

É sempre valido lembrar que as empresas precisam escolher o segmento a qual a indústria vai competir, conseqüentemente avaliando os concorrentes potenciais, seguindo da definição de uma estratégia competitiva e depois gerenciando as atividades geradoras de valor nas empresas. Hoje as empresas estão apostando em estratégias que envolvam sustentabilidade, estão inovando com produtos que quase não afetam o meio ambiente, isso gera uma confiança e credibilidade dentro do mercado, o tornando mais competitivo ainda, a maiorias dos clientes criam um vinculo de fidelidade com empresas sustentáveis, pois acreditam que adquirindo os produtos e serviços de tais empresas que inovam de maneira sustentável estão também do mesmo modo contribuindo com o planeta. Estratégias inovadoras de modo sustentável hoje estão em alta no mercado, gerando uma competitividade acima do esperado.

Uma vantagem competitiva inovadora pode ser criada a partir de qualquer uma das forças da empresa ou de suas competências distintas em relação à concorrência, criando algo que será visto como sendo exclusivo no mercado, sob esta estratégia, as forcas e habilidades da empresa são utilizadas para diferenciar as suas ofertas das ofertas dos concorrentes com base em algum critério valorizado pelo consumidor. Podemos pegar como exemplo de inovação a empresa Natura, ela vive inovando no mercado de cosmético, criando produtos inovadores e com apelo sustentável, já que no mercado em que atua tem uma competitividade muito grande, mais há certo tempo a Natura implantou uma linha de maquiagem chamada Natura UNA, é

uma linha de maquiagem totalmente sustentável, outras empresas de cosméticos produziram também linhas de maquiagens com apelo sustentável, e notório como elas vivem inovando para não perder mercado umas para as outras, a inovação deve estar enraizada nos estrategistas para que possam entrar no mercado com "armas" suficientes para lidar com a competitividade.

A Coca-Cola é outro exemplo de competitividade empresarial, há mais de 50 anos eles são líderes de mercado, inovando em uma coisa ou outras, já as demais concorrentes, não tentam mais alcançar o pioneirismo no mesmo mercado, muito menos tentar copiar a sua estratégia, a Coca-Cola fez uma estratégia há mais de 50 anos quase não se vê mudanças em seus comerciais ou em seu layout, por isso que é de suma importância que as empresas estejam sempre atualizadas em questão de estratégias, pois o mercado se renova com frequência, e costumeiramente a competitividade cresce mais e mais.

#### Bibliografia:

HOOLEY Graham, PIERCY Nigel F, NICOLAUD Brigitte - **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo** - Pearson Education 4.ed. 2011.

OLIVEIRA Bráulio, **Gestão de marketing** - Pearson Education – 2012.