

Cultura Organizacional e Inovação em Serviços

Élike A. Vasco

O cenário altamente competitivo no mercado atual, força as empresas a adotarem alternativas no que concerne as suas estratégias organizacionais. Com isso, a busca pela mudança passa a ser algo essencial para as organizações que necessitam se adaptar ao mercado cada vez mais exigente. Daí surge inovações também no âmbito dos serviços, que podem ser um grande diferencial para uma empresa se destacar no ambiente externo.

Para isso, a cultura organizacional é ponto chave nesse processo, pois esta deve ditar a forma como todos os envolvidos devem agir dentro da empresa. Apesar de a inovação ser mais conhecida no meio industrial e tecnológico, também está cada vez mais presente na prestação de serviços, que necessitam de formas diferentes e melhores de realização para atender as diferentes demandas. Sendo que sempre deve-se levar em consideração a perspectiva do cliente, pois, algo novo pode se tornar dificultoso, como “a aceitação de uma nova tecnologia que substitui um encontro com pessoas para prestação do serviço pode exigir tempo para que os clientes aprendam o novo roteiro.” (FITZSIMMONS, 2011, p. 218).

Por tanto, para que os serviços sejam inovadores, a empresa necessita dispor de uma cultura organizacional voltada para este objetivo. Sendo necessárias atitudes e ações difundidas por todos os colaboradores, que necessitam ser complacentes e ter conhecimento das possibilidades de resultados em face deste tipo de cultura dentro da empresa. “Maiores níveis de inovação podem garantir maior taxa de sobrevivência das organizações, como podem assegurar rendas econômicas excedentes [...]” (GOBARA et al., 2010, p. 2). Com isso, o rendimento financeiro pode ser uma das prerrogativas para que todos os envolvidos se atenham a promover ações com o intuito de melhorar os serviços prestados pela empresa.

Essa inovação em serviços pode ser atingida por meio dos próprios clientes, que por meio de pesquisas ou até mesmo de sugestões destes, podem surgir novas ideias, que por meio de testes podem ser verificadas suas possibilidades e principalmente sua efetividade, sendo necessário definir parâmetros de eficiência e

eficácia. Com isso, ideias que aparentemente se apresentam inovadoras, podem ser rapidamente descartadas se não produzem os resultados esperados.

Referências:

FITZSIMMONS, James A; FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de serviços [recursos eletrônicos]**: operações, estratégias e tecnologia da informação. 6. ed. Dados eletrônicos. Porto Alegre: Bookman, 2011.

GOBARA C.; et al. **A influência das dimensões da cultura organizacional na inovação em serviços**: Uma análise do setor hoteleiro. Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos. 2010. p. 252-265.