

IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE RELAÇÕES DE VALOR NA CONSTRUÇÃO DE VANTAGENS COMPETITIVAS SUSTENTÁVEIS

JOAQUIM CORREIA FRANCISCO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ - UFPR

Introdução

A busca por Vantagens Competitivas Sustentáveis está presente em boa parte dos estudos sobre estratégia, assim como nas orientações das decisões empresariais. Vantagem competitiva é tida como a principal hipótese para explicar o desempenho superior das empresas. (BRITO & BRITO 2012). A gestão de valor organizacional, constitui um dos fundamentais objetivos das organizações contemporâneas, que enxergam a estratégia como um marco elemento para solucionar as suas demandas sustentáveis, e no cenário atual, a gestão de valor surge como uma abordagem estratégica que vai além do lucro financeiro.

Problema de Pesquisa e Objetivo

O objetivo deste artigo é compreender a importância da gestão de relações de valor (GRV) na construção de vantagens competitivas sustentáveis (VCS), para tanto, foi realizada uma revisão sistemática de literatura qualitativa e descritiva, para responder como GRV influencia nas estratégias para obtenção e construção Vantagens Competitivas Sustentáveis VCS?

Fundamentação Teórica

A GRV desempenha um papel preponderante e crucial uma vez que estimula e articula de uma forma combinada os recursos e relações das organizações para gerar ciclos que proporcionem vantagens competitivas. (PRAHALAD et al. 1990). A capacidade em si das organizações em aprender, desaprender, agir e reagir com rapidez, de acordo aos feedbacks de valor no contexto ambiental inserido vai influenciar na VCS. Neste sentido Barney et al. (2011) & Prahalad e Hamel (1990), concordam GRV é essencial para consolidar competências centrais, acelerar inovações e acessar mercados diversos.

Metodologia

A fim compreender como a relação de gestão de valor influencia na construção de vantagens competitivas sustentáveis, como é construída e compreendida nas produções científicas, para isso foi realizada uma revisão sistemática da literatura (RSL), seguindo o protocolo: (i) planejamento, (ii) condução da revisão, (iii) busca e análise da literatura, pesquisa de estudo qualitativo, na base de dados da Web Of Science, para pesquisa qualitativa, apenas artigos do período de 01 de janeiro 2020 a 31 dezembro de 2024. Foram Excluídos trabalhos que apenas citaram e não abordaram GRV e VCS

Análise e Discussão dos Resultados

É necessário aprimorar os processos e a comunicação organizacional, priorizando o estabelecimento de padrões comuns e a unificação de interfaces, a fim de promover maior integração e eficiência entre as partes envolvidas. Ou seja, é necessário o aprimoramento dos processos e a comunicação organizacional, com a finalidade, de se obter eficiência, e integração organizacional, culminando com vantagem competitiva sob as demais. A comunicação é o elemento chave para a tomada de decisão eficiente, e inovadora. A GRV é vital para criar e sustentar uma VCS.

Considerações Finais

A pesquisa atendeu o objetivo da pesquisa, pelo resultado obtido por “comunicação organizacional, eficácia e eficiência organizacional, inovação e desempenho, e o foco na satisfação dos clientes”. Ou seja, dada a pesquisa, para compreensão da importância da GRV na obtenção da vantagem competitiva, é necessária que a organização tenha um bom planejamento estratégico, dotada dos itens como: foco na satisfação do colaborador/cliente, comunicação endógena, eficácia organizacional, Inovação organizacional, que facilitarão na tomada de decisão rápida, tornando cada vez mais inovadora.

Referências

BRITO, R. P.; BRITO, L. A. L. Vantagem competitiva e sua relação com o desempenho: uma abordagem baseada em valor. Revista de Administração Contemporânea, Rio de Janeiro, v. 16, n. 3, art. 2, p. 360-380, maio/jun. 2012. BARNEY, J. B. What makes organizations unique? Looking inside the box. The Academy of Management Perspectives, v. 28, n. 1, p. 138-148, 2011. PRAHALAD, C. K.; HAMEL, G. The core competence of the corporation. Harvard Business Review, v. 68, n. 3, p. 79-91, 1990.

Palavras Chave

gestão de relação de valor, vantagem competitiva, Sustentabilidade