

Faculdade FNC
Administração de Empresas
Orientador: Prof. Lawton Benatti
Alexsandro Gonçalves da Silva

A eficácia do processo de inovação nas empresas de serviços

Este artigo tem como objetivo definir o conceito de inovação e contextualiza-lo nas empresas de serviços que na grande maioria não possuem produtos tangíveis, mas que possuem um processo produtivo complexo e que a inovação entra como fator determinante para melhoria contínua e satisfação dos clientes pois cada faze desse processo poderá ou não agregar valor ao serviço.

Existem muitos conceitos em torno do termo inovação pois parte de outros princípios como invenção, exploração de uma ideia, mas a palavra inovação engloba um processo muito mais amplo. Segundo TROTT (2012, p. 15) “A inovação é a gestão de todas as atividades envolvidas no processo de geração de ideias, desenvolvimento de tecnologias, fabricação e marketing de um produto novo (ou aperfeiçoado) ou de um processo de fabricação [...]. É possível entender então que inovação não está atrelado apenas a uma embalagem ou a modificações físicas de um produto, mas sim, em todo o processo que gira em torno da confecção de um produto ou serviço pois ambos possuem um processo produtivo com suas peculiaridades.

A inovação está diretamente ligado a tecnologia que há muito tempo vem se estabelecendo e se desenvolvendo por meio do homem e que existe bem antes do surgimento dos primeiros computadores que logo iriam possibilitar a criação de novas tecnologias a partir dele e que hoje estão embutidos em todos os produtos, processos de desenvolvimento e serviços que conhecemos.

Muitas empresas possuem dificuldades quando se tratam de inovar, pois muitas vezes dependem de investimentos consideráveis para a obtenção de novas máquinas, pessoal com maior qualificação, o que aumenta seus custos, inviabilizando a concretização de um possível projeto que promoveria uma melhor qualidade na prestação do serviços ou de alguma faze desse processo que engloba desde o primeiro contato com o cliente à entrega e um pós atendimento, porém, esse é um dos desafios que podem ser sentidos

principalmente por pequenas empresas, mas que deve ser superado buscando novos caminhos pois como foi visto no conceito de inovação, não é necessário modificar totalmente um produto para obter algo inovador, mas sim de ideias que mudem o conceito do serviço, novas maneiras de se prestar um mesmo serviço, obtendo um crescimento contínuo e se tornando competitivo mesmo que momentaneamente em um mercado reduzido.

As empresas de serviços, aquelas que fornecem produtos muitas vezes intangíveis, vem aumentando a cada ano, ganhando uma grande participação e contribuição na economia da maioria dos países, organizações essas que estão cada vez mais presentes na vida dos consumidores. Entre alguns dos serviços prestados estão: serviços de manutenção, lazer e serviços de tecnologias que podem englobar telefonia e internet. Com essa visão de mercado, as organizações junto a seus administradores precisam ter em mente a importância de aplicar novos conceitos em seus serviços para prospectar e fidelizar novos clientes, e que conseguem isso se utilizando das tecnologias disponíveis e que para se aproveitar disso precisam inovar seus processos continuamente aplicando todo o conhecimento tecnológico em seu processo produtivo.

Segundo PAIXÃO (2014, p. 7) “[..] o investimento em inovação para o lançamento de novos produtos e serviços ou em renovação dos existentes vem sendo uma das formas de garantir a sobrevivência e abrir novos espaços no mercado”. Um dos ramos que conseguiu aproveitar de forma eficaz toda essa tecnologia e que já é evidente na vida dos consumidores são as empresas de e-commerce que por sua vez utilizam a internet como meio de vendas e contam com uma gama de ferramentas que tornam a interação cliente e empresa cada vez mais próxima.

Em uma empresa de prestação de serviços de grande porte, localizada na região de São Paulo, todo esse processo de inovação e aproveitamento tecnológico são aplicados para manter o que funciona e desenvolver novas linguagens e algoritmos que atendam cada vez mais as necessidades dos consumidores. A empresa trabalha com o objetivo de aproximar recrutadores e trabalhadores por meio da internet que facilita a interação e o processo de seleção do candidato certo para determinada vaga de emprego. A empresa utiliza a metodologia de Scrum Master para o desenvolvimento dos produtos, possui uma equipe dedicada a promover inovação através de novas tecnologias

e trabalha desenvolvendo inteligência artificial por meio do mesmo método de desenvolvimento.

Uma inovação realizada com sucesso foi uma mudança no algoritmo do site, que já está em funcionamento, capaz de montar uma trajetória de carreira com base no perfil acadêmico e experiências obtidas ao longo do tempo por uma pessoa. Nesse primeiro passo do processo de inovação é realizado uma reunião com a equipe de produtos e desenvolvimento que aprovam as alterações propostas em determinado produto do site. Durante o projeto são feitos testes de usabilidade, que trata da visão do usuário quanto a utilização da ferramenta. Feito as alterações e melhorias na metodologia e conceito do produto, a equipe de testes realiza uma análise profunda a fim de encontrar erros que precisem de correção. Feito isso, todas as equipes envolvidas no projeto, produtos e desenvolvimento, se reúnem para acertar detalhes de lançamento do serviço para o público. O objetivo desse projeto foi promover uma visão a longo prazo para qualquer perfil profissional, desde um estagiário a um profissional que já possui uma carreira em outras empresas. Esse projeto trouxe bons resultados que foram percebidos no aumento de visitas e através do pós atendimento, contribuindo positivamente para com os objetivos da organização. Esse é um caso de inovação que requer uma grande capacidade analítica dos programadores, de toda a tecnologia envolvida e de um processo estruturado pelo qual foi desenvolvido.

Assim sendo, é visível que o processo de inovação em empresas de serviços pode funcionar de forma eficaz e que contribua para o desenvolvimento da empresa, gerando maior confiabilidade por parte dos clientes e aumentando sua competitividade no mercado que atuam.

Referências Bibliográficas

TROTT, Paul. **Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos.** 4.ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

PAIXÃO, Marcia Valéria. **Inovação em produtos e serviços.** 1.ed. Curitiba: InterSaber, 2014.