

Centro Educacional Nossa Cidade Ltda.
Administração de Empresas
Orientador: Prof. Lawton Benatti
Keli Regina de Almeida Barbosa

Inovação: um caminho para a competitividade

A capacidade de sempre buscar algo novo é fator determinante para a competitividade, no entanto, é necessário a compreensão de como isso pode ocorrer esclarecendo todas as possíveis dúvidas, outro aspecto importante é destacar qual o papel da inovação no aspecto econômico e social.

Esse artigo irá transcorrer alguns processos que se inicia quando decidimos trilhar um novo caminho, unindo várias possibilidades como: alteração de produto, seja em seu aspecto visual, dimensões, utilidades, ou mesmo a criação de algo novo, tendo como objetivo final destacar-se diante da concorrência, garantindo uma estabilidade diante das constantes mudanças de mercado.

A inovação é um aspecto muito importante para as corporações em geral, seja em contexto técnico ou de novos produtos e processos para prestação de serviço. Hoje torna-se necessário que as corporações busquem inovar seus produtos para assim obterem uma forma de crescer e ampliar sua carteira de clientes, tornando-se mais competitivas.

Segundo Toledo:

O dinamismo do ambiente competitivo, das exigências dos consumidores, e mesmo das normas e regulamentações, impõe às empresas pressões para melhoria constante da qualidade dos produtos existentes. Assim, a capacidade para conseguir manter os produtos atualizados, frente às exigências do ambiente econômico e tecnológico, tem-se tornado uma importante fonte de vantagem competitiva. (TOLEDO, 1994, p. 104)

Para algumas pessoas a inovação é algo a ser gerenciada apenas pelo setor de pesquisa e desenvolvimento, muitos ainda entendem como sendo apenas para inventores ou estudiosos, muitos não percebem que isso pode acontecer em qualquer área da empresa e que na realidade, inovar significa também melhorar um processo, desenvolvendo maneiras de agilizar um fluxo para assim tornar-se mais competitivo em relação a concorrência.

Destacar-se diante da concorrência é uma forma de manter-se vivo dentro do mercado, assim a afirmação: “Ter idéias é como se manter vivo” (MAÑAS, 2001) ganha um novo olhar.

A partir do momento que temos uma idéia nos abrimos ao novo, sempre buscando o melhor de algo, podemos assim entender que pesquisa de determinado produto consiste em buscar novas formas para atendermos melhor não somente o consumidor final, mas tudo o que nos cerca, como: custos, aplicações, meio ambiente, e concorrência.

Uma análise muito importante é o crescimento do empreendimento. Muitos se estabilizam ou nem mesmo geram o retorno financeiro esperado, estes são fatores determinantes que indicam que é necessário acontecer mudanças, ou seja, é necessário que existam inovações.

O sucesso do negócio se baseia na originalidade, sendo essencial ter inovação na metodologia de produção ou no processo de venda, tendo agilidade de entrega e custos baixos, superando dessa forma as necessidades do mercado, muitas vezes sem ter a necessidade de investir em um novo produto.

É importante inovar sempre preocupar-se em melhorias e redução de custos, na verdade a inovação deve acontecer para auxiliar também o crescimento econômico. Outro fator fundamental para que o negócio seja bem sucedido é a inovação sistemática, que deve ocorrer de forma que toda a estrutura da corporação estejam de fato envolvidas para que tudo aconteça de forma significativa.

É necessário também que, ao pensar na melhoria de um determinado produto ou mesmo a criação de um novo, desde o início do processo sejam realizadas todas as análises necessárias para que haja um desenvolvimento sustentável. Muitos ficam presos a expectativas de idéias grandiosas, quando muitas vezes uma pequena mudança faz uma diferença significativa ao final nos resultados.

De acordo com Drucker (1987, p. 25) “A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o processo pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para o negócio diferente ou um serviço diferente”.

Devem ser também analisadas as situações que necessitam de mudança, é visível que as inovações que obtém sucesso, são as geradas através da necessidade do processo, tendo como base fundamental: uma finalidade; a compreensão do problema a ser solucionado (quando de sua existência); a especificação do produto seja bem definida, entre outros.

Deve haver também uma confiança entre todos os colaboradores envolvidos no processo, o papel do gestor é fundamental, mas também o conhecimento técnico

de cada um dos envolvidos, pois a viabilidade do processo depende da análise e soma de conhecimentos de todos. Essa interação de conhecimentos enriquece o projeto, motiva ideias de alternativas, de como fazer; qual o tempo para execução; quais etapas de processos entre outros aspectos.

É importante mencionar que inovação produtos é a mudança nos aspectos funcionais do produto, buscando melhoria em seu desempenho. Por exemplo, inovar não significa apenas mudar a forma do produto, algo redondo passa a ser quadrado, não é isso. É necessário que a mudança aconteça para um objetivo melhor desse produto.

Muitas vezes essas mudanças irão agregar o valor ao produto para atender necessidades do cliente, num aspecto visual, esses casos podemos tratar como inovação de marketing.

Mesmo diante da necessidade em que o mercado exige hoje, o Brasil ainda está bem discreto diante da realidade de outros países. A inovação tecnológica ainda é avaliada como muito fraca. A indústria nos demais países são responsáveis por grande parte de investimentos em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos, no entanto no Brasil a cooperação da indústria é moderado.

Para Passos:

É inadmissível supor que a modernização da nossa sociedade possa prescindir da colaboração de sua Indústria. O Brasil não poderá ser um país moderno no próximo milênio e não conseguirá afastar o subdesenvolvimento nem avançar no campo da justiça social se não possuir uma Indústria Nacional forte e competitiva. (PASSOS, 2014, p. 25)

É imprescindível fazer aquilo que os outros já fazem, mas melhor do que eles, pois o sucesso do empreendedorismo está associado à inovação, podendo estar na ação, na execução, na forma de vender ou de se posicionar no mercado.

Traçar ações estratégicas de inovação a longo, médio e curto prazo é uma maneira de se preparar para as mudanças do ambiente ou mesmo para se antecipar a estas mudanças, prevendo o caminho, metas e objetivos a serem cumpridos, garantindo assim a competitividade e consequentemente a perpetuação da organização.

Referências Bibliográficas

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: prática e princípios. Tradução de Carlos Malferrari. 2.ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

MAÑAS, A.V. Gestão de Tecnologia e Inovação. São Paulo: Érica, 2001.

PASSOS, Pedro Luiz Barreiros. **Indústria e desenvolvimento: Reflexões e propostas do IEDI para a economia brasileira**. São Paulo: Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial, 2014.

TOLEDO, José Carlos de. **Gestão da mudança da qualidade de produto**. Gest. Prod. (online). 1994, vol. 1, n.2. p.104. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v1n2/a01v1n2.pdf>>. acessos em 16 de abril de 2015.