

Faculdade Nossa Cidade - FNC

Bacharelado em Administração de Empresas

Orientador: Prof. Lawton Benatti

Maisa Cristina Neres da Silva

Modelos da inovação e a sua importância, As organizações devem ser capazes de se adaptar as mudanças e fazer com que a inovação faça a empresa progredir para a sua sobrevivência. Muitas sabem que a concorrência trabalha muito forte com o desenvolvimento de novos produtos que satisfaçam as necessidades dos consumidores, porem se a mesma não estiver disposta a oferecer algo melhor para o seu cliente algo diferente que a empresa faça acabam não adquirindo a sua sobrevivência no mercado.

Hoje em dia as organizações estão dispostas a fazer com que a mudança seja completamente fácil de ser compreendida, visto que a mudança é para a conquista do cliente e até mesmo o sucesso da empresa, visando que a empresa em si deve-se fazer a sua parte, a partir do momento que a empresa faça uma mudança devem ser informados a todos os colaboradores a visão e a missão que a organização que alcançar através daquela mudança, não se esquecendo do treinamento didático que devem ocorrer para passar os conceitos para os colaboradores. "...não inovar é morrer" escreveu Christopher Freeman (1982) em seu famoso estudo sobre a economia da inovação.

Existem vários tipos de mudança nas organizações que buscam a melhoria continua de seu produto ou serviço, como também existem alguns tipos de inovação como, por exemplo:

- Inovação do produto: desenvolvimento de novos produtos ou aperfeiçoamento.
- Inovação de processo: desenvolvimento de novos processos de fabricação.
- Inovação organizacional: um novo sistema interno de comunicação, introdução de um novo procedimento de contabilidade.
- Inovação de gestão: gestão da qualidade total (TQM) reengenharia de processo de negócios introdução do SAP/R3.
- Inovação de produção: círculos de qualidade, sistema de fabricação just in time, novos programas de planejamento de produção.
- Inovação comercial/ de marketing: novos arranjos de financiamento, novas abordagens de vendas.
- Inovação de serviços: serviços financeiros baseados na internet.

Cada organização tem a sua dificuldade específica, onde devem-se fazer uma pesquisa interna e externa de qual produto possa ser inovador para o consumidor ou até mesmo qual a sua estratégia que devem ser mudada e trazer consigo a inovação mais receite e que é aceita pelo mercado, buscando entre si a conquista daquela mudança de acordo com o mercado fazendo com que a sua aceitação ou o seu produto não seja rejeitada pelo os consumidores.

Quando a empresa possui conceitos valiosos onde não são facilmente de serem copiados, podem alcançar uma vantagem competitiva sustentável, frequentemente sob a forma de novos produtos ou serviços inovadores.

Modelos da inovação.

Modelos lineares foram os economistas norte-americanos que após a segunda guerra mundial defenderam o modelo linear de ciência e inovação, com o objetivo de mostrar que o modelo linear é capaz de oferecer uma explicação de onde provem o estímulo inicial para a inovação, ou seja, onde começou o impulso para a ideia ou necessidade. "...ser inovador é algo relativamente fácil a parti difícil é assegurar que suas ideias se tornem comercialmente viáveis. (Murray, 2003)

Impulso Tecnológico: Pesquisa e desenvolvimento => Fabricação => Marketing => Usuário.

Demandas de mercado: Marketing => P&D => Fabricação => Usuário

Modelo simultâneo possui um resultado de uma conexão simultânea do conhecimento nas funções que serão prescritas abaixo, que desenvolverá a inovação. O ponto de inicio para a inovação não é conhecido de antemão, devem-se fazer uma pesquisa aprofunda para se obter o conhecimento desejado.

Modelo simultâneo: Pesquisa e desenvolvimento => Fabricação => Marketing.

Modelo interativo é a união do impulso tecnológico a demanda de mercado, onde afirmam que as inovações é o resultado da interação do mercado, onde o uso de fluxo de informações é utilizado para explicar como as inovações aparecem e como podem surgir de vários pontos. Todo o processo de inovação pode ser analisado como um conjunto complexo de caminhos comunicativos e através do conhecimento que é adquirido seja repassado para todos os colaboradores da empresa esse caminho inclui todos os vínculos tanto como externos e internos, visando sempre chegar no mesmo objetivo específico.

Modelo interativo da inovação: Avanços recentes de ciência e tecnologia na sociedade => Ideia => P&D => Fabricação => Marketing => Produto comercial => necessidade da sociedade e mercado.

A função acima representa as capacidades da organização e seus vínculos tanto quanto ao mercado quanto a base da científica, onde as organizações são capazes de administrar esses processos, sabendo que efetivamente será bem sucedida em termos de inovação.

Referências:

FARIA, Maria, FONSECA, Marcus. Cultura de Inovação: Conceitos e Modelos Teóricos disponível em www.dominiopublico.gov.br, Acesso em 02 maio de 2015

TROTT, Paul. Gestão da Inovação e Desenvolvimento de Novos Produtos. 4.ed – Porto Alegre: Bookman, 2012.