**FACULDADE NOSSA CIDADE**

**BACHARELADO – ADMINISTRAÇÃO**

**Professor: Orientador Lawton Benatti**

**Vicente Herculano Costa RA 2668**

**INOVAÇÃO NOS NEGOCIOS**

Independente do tipo de negocio de atuação, é de extrema importância que haja alguma inovação, seja ela pequena ou grande. Pois essa ação prolonga o tempo de sobrevivência da empresa no mercado, fazendo com que não caia na estagnação total. Para todo negocio a uma tendência ou tempo em que se vende mais, obtendo lucros altíssimos e maior satisfação para o empresário. Mas também podemos observar que temos fazes muito ruim, onde não se vende quase nada e muitas vezes vendas que estão quase fechadas com o cliente são canceladas por causa de alguma diferenciação a mais, seja ele serviço prestado ou prazo de entrega oferecido pelo nosso concorrente direto.Podemos inovar em nossos negócios em diversos aspectos sem precisar gastar muito, ou seja , quando fazemos um bom atendimento ao cliente o mesmo é surpreendido e fica satisfeito no primeiro contato, mas o que vai definir mesmo a venda será o preço e prazo de entrega, se o produto for de boa qualidade a grande possibilidade de o cliente voltar a fechar novas compras, e além disso fazer o marketing do seu produto para outras pessoas.

Cavalcanti (2001) afirma como é fundamental a observação e necessidade para a inovação ou a incrementacão de um produto ou serviço no negocio.

As vezes possuímos um produto de boa qualidade e com um preço competitivo, mas não temos uma pessoa capacitada para falar desse produto e concretizando assim a venda. É fundamental que as pessoas entendam do negocio e de como ele funciona, como é feito, assim podera passar esses pontos para o cliente, caso contrario não a interesse da compra do produto pelo cliente por falta e deficiência de explicações e especificações do produto.

O sucesso das organizações dependera de sua capacidade de ler e interpretar a realidade externa, rastrear mudanças e transformações, identificar oportunidades ao seu redor para responder pronta e adequadamente a elas, de um lado, e reconhecer ameaças e dificuldades para neutraliza-las ou amortece-las de outro lado.(CHIAVENATO,Idalberto.2004).Introdução à teoria Geral da Administração: Uma visão abrangente da moderna administração das organizações. Rio de Janeiro: Pioneira

Conforme Chiavenato antes mesmo de propormos melhorias em nosso negocio, precisamos entender as necessidades e tendências do mercado, através de P&D, fazendo com que produza as melhorias correta para seu negocio prolongando então uma vida mais longa para o mesmo. Outro aspecto importante é analisar as praticas de melhorias e inovações de produto que seu concorrente esta utilizando, pois essa forma além de ser mais barata ela pode ajudar muito no fortalecimento de sua inovação. Só precisamos ter cuidado que nem toda inovação aplicada pelo nosso concorrente servira ou será útil para você. A Inovação em Negócios tem crescido muito nos dias de hoje, talvez seja pela crescente concorrência ou até mesmo pela exigência do consumidor, mas temos certeza de uma coisa à empresa que deseja sobreviver hoje no mercado precisa inovar a cada momento ou oportunidade que tiver, caso contraria é deixada para trás pela própria concorrência. Hoje temos vários recursos tecnológicos capaz de mudar totalmente o cenário de uma empresa, porem esses recursos na totalidade não são tão baratos, nesse caso quem possuir maiores condições na disponibilização desse recurso para sua empresa acaba saindo sempre na frente com novidades e nos produtos e serviços prestados.

A Tecnologia e inovação de negócios andam lado a lado, pois uma depende da outra uma vez que nessa implementação envolvem tecnologia. Mas também não podemos descartar a criatividade e as ideias dos próprios colaboradores, pois eles são os responsáveis pelo crescimento de grandes empresas, já conhecem o negocio da empresa e propõem melhorias nos produtos e até mesmo na criação de novos produtos que acabam alavancando exponencialmente os lucros na empresa. Quando comparamos o índice de inovação entre países, podemos observar nitidamente que o Brasil esta muito distante da capacidade e a pratica de inovações em processos, produtos e serviços. Como exemplos podem notar nos produtos brasileiros ainda que façam maiores esforços estão sempre para trás das grandes e pequenas multinacionais que não pensam duas vezes em se tratando de inovação, pois sabem eles que o retorno é certo, além disso, podem estar competindo de uma maneira equivalente com seus concorrentes diretos e indiretos. As empresas brasileiras analisam e percebem a existência de pontos a serem melhorados em seu negocio, mas quando veem o custo desse processo, cancelam ou só fazem 0,1 % desse pacote de melhorias, sendo assim muitas vesses não recebem o retorno esperado e acabam deixando de existir.

**Referencias, Bibliográficas**

 Chiavenato, Idalberto.(2004).**Introdução à teoria Geral da Administração:**

**Uma visão abrangente da moderna administração das organizações**. Rio

de Janeiro: Pioneira

Cavalcanti, Marly. (2001).**Gestão estratégica de negócios: evolução,**

**Cenários, diagnósticos e ação**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.