Faculdade Nossa Cidade

Administração

Orientador: Lawton Benatti

Sibely Cristina de Assis Batista

INOVAÇÃO E QUALIDADE

A inovação representa, melhoria nos processos, novas ideias, mudanças, e novas oportunidades, auxiliam a solucionar problemas ou antecipa – lós.

Em uma empresa, o inovador garante uma posição privilegiada, porém com muitas responsabilidades, pois qualquer tipo de erro pode ocasionar grandes transtornos à organização, por outro ponto de vista, com estudos e visão ampla do mercado, o inovador pode agregar novas ideias, conceitos, métodos de sistemas produtivos e outras ferramentas que podem tornar a organização mais produtiva e significativa no mercado.

Segundo Kotler (2001), a vantagem relativa de uma inovação é a capacidade de superação da concorrência que ela proporciona. Expressa-se por características como rentabilidade econômica, custos reduzidos, prestígio social do uso e outros benefícios, caracterizando o grau em que o produto parece ser superior aos de seus concorrentes no mercado.

Através da inovação as empresas tem cada vez mais probabilidade de alcançar as expectativas de seus clientes, oferecendo ao mercado produtos e serviços mais atrativos.

Com isso as empresas cada vez mais investem na sua capacidade de inovar, porém, esse processo deve ser feito de forma segura e associado com o conceito de qualidade.

A qualidade existe em todos os processos, com níveis inferiores e superiores.

O conceito qualidade é utilizado há muitos anos, a qualidade era considerada um diferencial utilizado em relação à concorrência.

Anos atrás a qualidade era totalmente voltada para atender as necessidades e desejos dos seus clientes, pois os produtos eram produzidos de forma artesanal.

Neste quesito, a inovação surgiu com a chegada da revolução industrial, houve grandes mudanças, e a produção de diversos produtos passaram a ser feita de forma padronizada e em massa.

Ao decorrer dos anos, os clientes sentiram a necessidade de customizar os seus produtos, como feito nos anos anteriores, com isso as organizações passaram a visualizar e atender aos pedidos dos seus clientes, e inovaram não só os seus produtos mais também seus processos.

Para auxiliar o processo de inovação da qualidade foram criadas várias ferramentas que auxiliam a diagnosticar e solucionar problemas relacionados a qualidade de produção, como, diagrama de Pareto, diagrama de causa - efeito, fluxograma, gráficos de dispersão, entre outras.

O aumento no investimento para produzir um produto com qualidade tem grande relação com o aumento da concorrência, diminuição de perdas no processo, identificação do seu produto ou serviço no mercado, atenção às necessidades de seus clientes, aumento na produtividade, aumento nos lucros, entre outros.

A qualidade é utilizada para enfrentar desafios, traçar e atingir metas, aumento da participação no seu segmento e na economia, satisfação das expectativas de todos os envolvidos no processo, como, fornecedores, clientes, funcionários, entre outros.

Com isso a qualidade deixou de ser um diferencial e tornou - se um pré requisito para atender as necessidade do mercado consumidor

“Segundo JURAN (1990), a função da qualidade é obter a adequação ao uso através do conjunto das atividades executadas em qualquer parte da organização na busca de proporcionar satisfação aos clientes”.

Muitas empresas definem o conceito de qualidade como um acordo mutuo, o produto ou serviço tem que ser adequado tanto para o cliente quanto para a empresa.

Com isso, as empresas investem cada vez mais na inovação e qualidade para tornarem - se empresas mais competitivas no mercado, aumento suas vendas, e diminuição nos custos da produção.

Muitas vezes são introduzidos na organização métodos que aumentam a qualidade do produto ou no processo de produção.

Um produto com um baixo preço não significa necessariamente que não tem qualidade.

Para que uma empresa ofereça produtos com baixo valor de venda, é necessário que ela tenha disponível ferramentas que diminua o seus custos para produção, eliminando os desperdícios e mantendo a qualidade dos seus produtos, e que resultem na melhoria continua.

Os clientes é a verdadeira razão para do crescimento e existência da organização, conhecer as necedades de seus clientes e o que eles esperam dos produtos e serviços que lhes são prestados, aumentam a procura e a participação da organização no mercado.

A inovação auxilia na busca da excelência na satisfação do cliente e no aumento da qualidade dos serviços e produtos oferecidos aos consumidores,

A utilização desses conceitos de forma racional, pode promover grandes benefícios a empresa.

**REFERÊNCIAS**

CHIAVENATO, Adalberto. Empreendedorismo Dando Asas ao Espirito Empreendedor. 4° ed. São Paulo: Ed. Manole LTDA, 2012.

D' ASCENÇÃO, Luiz Carlos M. Organização, Sistemas e Métodos. São Paulo: Editora Atlas S, A, 2012

JURAN, J.M., Juran planejando para a qualidade. São Paulo: Editora Pioneira, 1990.

KOTLER, P., Administração de Marketing. 10ª ed. São Paulo: Editora Prentice-Hall, 2001.