**Faculdade Nossa Cidade**

**Administração de Empresas**

**Prof. Orientador Lawton Benatti**

**Jéssica Suely Grein**

**Ideias de Negócios, Inovação e Pesquisa e Desenvolvimento (P&D)**

Para a abertura de uma empresa é preciso ter uma ideia de negócio, que surge geralmente de um sonho do empreendedor, onde tem vontade de coloca-la em prática. Para que o empreendimento dê certo é preciso analisar o mercado, criar um plano de negócios, realizar vários procedimentos antes de realizar o investimento. Após deve-se analisar o comportamento e necessidades dos consumidores, para assim ver a viabilidade de seu projeto, entender o que o mercado está precisando e entrar em ação.

Conforme Maximiano (2006, p.345) “[...] o empreendedor potencial pode identificar carências e interesses das pessoas prestando atenção em suas reclamações, hábitos e traços culturais”.

Ao identificar essas necessidades, é possível pensar nas soluções assim encontrando uma ideia de negócio com o objetivo de atender as demandas do mercado.

Após criar seu produto/ serviço é necessário ter melhoria contínua, aprimorar seu negócio e observar as necessidades e insatisfações dos clientes, buscando diferenciar seu produto/ serviço, atendimento, qualidade, preço, entre outros.

Neste momento a empresa entra em processo de inovação, onde é preciso buscar melhorias e/ou criar produtos novos e correr atrás das tendências do mercado para assim se manter em alta e ter lucro.

Segundo Mattos e Guimarães (2005, p.7) “o que constitui precisamente a inovação é, entretanto, difícil de definir e mais ainda medir. Normalmente, pensa-se na inovação como na criação de um produto ou processo melhor”.

Conforme citado pelos autores acima, inovar é criar um novo produto/serviço ou melhorar os já existentes no mercado. As organizações precisam conhecer o mercado, saber o que está acontecendo, estudar os concorrentes para assim poder inovar e se diferenciar de todos já existentes, com a inovação a organização se mantém em pé por muitos anos, assim tendo lucros e garantindo seu espaço no mercado.

A inovação se tornou uma ferramenta necessária para o crescimento das empresas e para garantir fatias de mercado. Copiar outro empreendimento não é inovar, como por exemplo, abrir uma lanchonete na frente de um edifício de escritórios, isto é um empreendimento comercial e não inovação. Muitos têm a mesma ideia de negócio por isso não fazem sucesso, pois acabam abrindo empresas comuns, onde a competitividade é muito grande, é preciso melhorar, criar novas fontes, ser diferente e acreditar em seu produto.

A maioria das empresas acredita que melhorar o produto/ serviço que o cliente necessita, é a melhor opção para o sucesso no mercado, mantém a opção de criar novos produtos ou serviços de forma mínima.

De acordo com Drucker (2010, p.178) “a maioria das empresas ainda acredita que quanto melhor a inovação – seja ele um produto ou serviço – se encaixar naquilo que o cliente já está fazendo, maior será o seu sucesso no mercado”.

Sabendo disso, uma das estratégias utilizadas é a P& D (pesquisa e desenvolvimento), onde buscam informações para entender o que está acontecendo externamente, e com os resultados obtidos na P & D, encontram maneiras de inovar seu produto ou serviço.

Como exemplo do que foi citada por Drucker, a inovação feita por David Sarnoff, após realizar a P & D, ele criou a televisão em cores, em meados dos anos 40 a TV preta e branca estava apenas começando comercialmente, e Sarnoff pensou no que o cliente gostaria de ter como produto, nisso pensou em cores, capacidade de canais, aparência do produto, essa foi à inovação que ele criou, e que com o passar dos anos já tiveram muitas outras inovações utilizando deste mesmo produto que é a TV, com a tecnologia as inovações que podem existir são diversas e a cada dia mais surpreendentes, e este segmento é um dos que mais se preocupam em realizar constantemente a P&D, para poder acompanhar as tendências do mercado atual.

Ou seja, hoje em dia por trás de todas as organizações de sucesso, existe planejamento, inovação, capacidade de descobrir o que os consumidores precisam, essas características são muito importantes para a sobrevivência das empresas. Precisamos estudar o mercado, descobrir as tendências, nos atualizar sempre, caminhar junto com a tecnologia, assim podendo manter seu negócio em pé e sendo importante para o mundo dos negócios, fazendo a diferença, tendo crescimento e lucro.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Administrando para o futuro:** os anos 90 e a virada do século. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

MATTOS, J.R.L.; GUIMARÃES, L.S. **Gestão da tecnologia e inovação:** uma abordagem prática. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração.** São Paulo: Atlas, 2006.