FNC – Faculdade Nossa Cidade

Administração

Orientador: Prof. Lawton Benatti

Murillo Herbett Santos Silva

Inovação no processo de fabricação

Esse artigo tem como objetivo analisar o processo de inovação de produtos e sua importância no mercado.

O ambiente competitivo atual tem sido regido pela transformação tecnológica, competitividade acirrada, globalização e extrema ênfase na relação custo-benefício, qualidade e satisfação do cliente, exigindo um foco maior na criatividade e principalmente na inovação como competência estratégica das corporações, assunto que deve ser priorizado e incrementado, pois pode levar a empresa a ficar obsoleta, em relação a rapidez das mudanças e da implementação de novos produtos e serviços.

Portanto a inovação não envolve apenas o melhoramento deste, como também o acompanhamento tecnológico, a criação de valores para o cliente, a vantagem competitiva e o crescimento econômico.

A inovação é um processo que gera oportunidades para as empresas criarem ou melhorarem seus produtos e serviços, de forma que atenda e satisfaça os clientes e permitindo o seu crescimento. É essencial que as empresas tenham uma visão da importância de inovar seus produtos, para tornar-se uma empresa inovadora e assim conquistar novos mercados.

A implantação de um processo de inovação dentro de uma organização prevê mudanças, essas que causam desconforto em todas as áreas, elas são bem vistas, porém não bem aceitas.

Toda mudança exige comprometimento e envolvimento de todos integrantes de uma corporação, exige muito de uma liderança presente e ciente com todo o processo, além claro de estar totalmente em sintonia com sua equipe. Lembrando que toda implantação de um projeto sofre impactos, muitas das vezes negativo, mas isso não significa que será constantemente assim, como dito anteriormente, exige muito de todos os envolvidos.

O ato de inovar pode estar por trás de novas tecnologias, diferentes processos operacionais, novas práticas mercadológicas, pequenas ou até mesmo grandes mudanças e adaptações, ou seja, novidades que gerem lucros e ganhos para quem as coloca em pratica.

Desde que o mundo existe, o homem vem inovando e se adaptando a mudanças e melhorias, não seria diferente hoje, com tanta tecnologias e facilidades. Segundo TROTT, Paul, 2012, p.121 “ O primeiro uso de maquinas-ferramentas na produção em massa ocorreu durante as guerras napoleônicas no início dos anos 1800 “

“ Muito do que consumimos e adotamos baseia-se na inovação em processo de fabricação de 200 anos atrás, concebidas por homens como Marc Brunel, que introduziu os conceitos da fabricação em massa ” Conforme Trott, 2012, p. 121.

Se um produto é de simples execução, os procedimentos de gestão de qualidade necessários serão menos complexos, mais fáceis de serem entendidos e, portanto, provavelmente mais eficaz. Segundo TROTT, 2012, p. 120.

Priorizar a qualidade do produto é algo fundamental, ela é vista como parte essencial na gestão do processo de inovação.

O processo de inovação é um processo operacional com resultados, manter as coisas de modo simples e observar produtos e serviços quando os clientes os recebem, ajuda a melhorar a produção e um fluxo continuo de melhoria de novos produtos/serviços.

O continuo processo de mudança e inovação de uma empresa, seus produtos e serviços, a atenção aos seus clientes, o cuidado com a concorrência, a conscientização de tecnologias e invenções emergentes, não se esquecendo hoje em dia de um fator muito importante, que é a economia de nosso pais, tudo isso é uma tarefa assustadora, porem como Chiavenato (2012, pag. 21) diz, “ Devemos transformar cada limão em uma limonada”. Atualmente existe uma capacidade imensa de geração de novos métodos de inovar, de forma rápida e com isso adota-se a tática de reduzir o tempo de vida útil dos produtos, lidando desse modo com a introdução sistêmica de novos produtos, com isso torna-se mais árdua a tarefa de continuidade de desenvolvimento de novos produtos. Esse desenvolvimento pode acontecer, de forma horizontal, ou seja, buscando o aumento de oferta no mercado e novas versões, a partir de produtos já existentes, ampliando assim o nicho de clientes. “ Em todas as organizações, é o intelecto dos empregados a fonte de inovação, sendo papel das altas administrações criar uma atmosfera de estímulo a uma adequada atividade intelectual se for para a organização prosperar “ Conforme TROTT, Paul, 2012, p. 122 e 123.

Uma empresa tem que saber dar importância a oferecer produtos de qualidade e serviços inovadores e propiciar um clima organizacional que facilite a criatividade e a inovação.

Infelizmente no Brasil, estamos limitados a criar tecnologia e adaptar as necessidades que surgem ao longo do tempo, pois pouco é investido em desenvolvimento tecnológico e inovação. “ Um excelente ponto de partida para toda a análise é o cliente. Desempenho de qualidade é a principal responsabilidade da gestão de operações, e inovação para aprimorar o desempenho da qualidade é essencial em todas as organizações “ TROTT, Paul, 2012, p. 124.

**Referências Bibliográficas**

TROTT, Paul**. Gestão da Inovação e Desenvolvimento de Novos Produtos**. 4ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: Dando Asas ao Espírito Empreendedor. 4ª Ed. Barueri, SP Manole, 2012.