

Faculdade Nossa Cidade

Administração de Empresas

Orientador: Prof. Lawton Benatti

Carlos Eduardo Alves de Souza

Inovar para sobreviver

Ao abrir uma empresa as pessoas sempre esperam obter lucros e recuperar os investimentos aplicados no negócio, isso se deve a grande perspectiva do novo empresário ao afirmar para os outros e para si mesmo que agora sim ele não precisa mais trabalhar para ninguém. Em muitos casos esses empresários começam bem suas atividades, no entanto ao passar do tempo alguns vem a diminuição na venda de seus produtos ou serviços, o que acaba sendo determinante para que a empresa chegue onde nenhum empresário deseja que é sua falência. É aí que os empresários são obrigados a terem novas ideias para conseguirem sobreviver com suas empresas, seja em campanhas publicitárias ou até mesmo no lançamento de novos produtos sempre tendo alguma atratividade a mais ao público que está destinado o produto ou serviço.

Ao tentar praticar a inovação os responsáveis não podem ser conservadores, pois segundo Calmanovici (A inovação, a competitividade e a projeção mundial das empresas brasileiras, 2011) "... não há inovação sem ousadia, não há inovação sem riscos". Isso é algo eminente no processo de inovação, pois a criatividade precisa estar afiada e a percepção de que não será fácil impor esse novo desafio a organização pois não é fácil aplicar mudanças nas atividades e processo produtivo de uma organização por tanto os responsáveis em assumir essas mudanças precisam estar dispostos e com a coragem suficiente para executar as novas ideias desenvolvidas para estes processos de inovação e melhoria para sua organização.

A inovação pode ocorrer em diversos departamentos importantes dentro de uma organização, como Marketing e no processo produtivo. O que é algo que afeta direto na qualidade e na imagem do produto que está sendo oferecido no mercado.

Muitas empresas investem pesado no departamento de marketing, o que é essencial para haja vontade e até mesmo desejo no consumo daquele produto que está sendo oferecido, e algo que vem contribuindo cada vez mais nessas campanhas de marketing sem dúvida são as redes sociais, pois elas levam cada vez mais rápido as informações de seus produtos ou serviços aos clientes, que estão cada vez mais aderindo a essas ferramentas. As empresas com maior poder aquisitivo optam por propagandas usando a imagem de personalidades famosas em campanhas que servem para demonstrar o quão bom é o produto que está sendo vendido, o que as vezes causa o esperado por essas empresas que é a "obsessão" do consumidor em ter aquele determinado produto. Para sobreviver é preciso que as organizações inovem cada vês mais

pois o mercado financeiro exige que as empresas estejam sempre buscando melhorias para com seus clientes, que estão ficando mais cada vez mais exigentes, seja melhorias com relação a entrega dos produtos ou até mesmo com o ganho de um brinde devido a aquisição do que está sendo adquirido naquele instante por ele.

No entanto algo que também pode ser melhorado as vezes está no processo produtivo, no caso seria um tipo de inovação interna que pode surgir através de uma reunião entre os colaboradores.

Inovação é uma necessidade da competitividade, para que ela seja continua e positiva, pois concorrência perfeita, existe com inovações e estratégias significativa ao mercado, não pode se estagnar deve estar sempre em desenvolvimento, pois tudo que se estagna apodrece, com a inovação não é diferente, mercados evoluem rapidamente, comodismo só existe para os que não querem sucesso, a cada inovação outro meio de inovar deve ser lançado.

O conhecimento, as experiências são cruciais, está atento a tudo que surge e buscar informações é primordial, pois o tempo das ideias surge rapidamente e vão rapidamente. Mercados crescem, pois, um dia já caíram.

Viver no mundo de criar é não se fechar ao novo, é aprimorar a tudo que surge e pode surgir, não ter medo de errar, mas ter paixão pela perfeição, não existe uma ideia sem risco, e não existe sucessos sem resiliências. Competitividade não é o único fator, fatores como as condições sociais, culturais, ambientais e políticas devem estar adequadas para terem chances positivas.

Escassez de inovação faz parte da cultura brasileira do modo que merecemos a economia que está presente, os avanços nos últimos anos não foram suficientes, pois inovação não faz milagres se não houver educação, e não há educação sem uma governança política eficiente. A concorrência de nosso país é precária ao ser comparadas a outros países, é um dos fatores que a afasta nossa cultura de inovar, não podemos só incentivar a sociedade a mudar, mas investir para essa mudança.

Para empresas buscar o novo com eficácia, deve ser ter um ambiente propicio, um país inovador, o exemplo de concorrência eficiente que busca crescer e buscar soluções, ser concorrência de potencias, ser líderes em educação, pois assim tudo ira florescer, nossa cultura precisa se aperfeiçoar e deixar de ser um país apenas conhecido por riqueza naturais, mudar essa concepção usando a educação de uma nova geração, agregar conhecimentos acadêmicos e dando o retorno de valores para nossa sociedade, a muitas riquezas que podem ser geradas, o que não pode é continuarmos estagnados.

Todos sabem que inovar é algo de demanda tempo pesquisas e desenvolvimento, pois quando uma marca ou algum produto de um concorrente está em evidencia é preciso se mover para não ficar para trás.

Segundo (Olleros,1996) citado por (Bignetti, 2002) A competitividade é descrita como resultados desejados e por vezes obtido a partir de esforços internos. O mercado é considerado meritocrático. Pois sem que as pessoas envolvidas estejam em sintonia é muito mais difícil aplicar inovação e novas ideias em algo que todos estão vendo que pode ser melhorado o que deve ser observado é o quanto se está disposto a mudar e correr os riscos necessários para tal mudança, o que muitos não estão dispostos a se submeter.

O que não se deve é esperar para tentar algo diferente apenas quando já estiver na eminência da falência, pois enquanto os negócios vão bem, sendo muitas vezes ao se iniciar suas atividades os empresários não pensam em fazer pesquisas e desenvolver algo novo, que possa sim suprir a queda de vendas do produto que até então era o carro chefe da marca ou empresa, o que acaba sendo determinante para a queda nas receitas quando os consumidores cansam de alguma forma do produto oferecido pela marca. Por tanto é necessário ousar e tentar criar novos seguimentos enquanto está conseguindo uma boa margem de lucro para não ficar refém apenas de uma fonte de receitas assim acaba fortalecendo e caindo ainda mais no gosto dos consumidores.

Referências bibliográficas:

Bignetti, Luís Paulo, **O processo de inovação em empresas intensivas em conhecimento**,2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v6n3/v6n3a03.pdf>>

Calmanovici, Carlos Eduardo, **A inovação, a competitividade e a projeção mundial das empresas brasileiras**, 2011. Disponível em: <http://rusp.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-99892011000200013&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt>.