**Nome: Sueli de Queiroz Viana**

**Ra: 1375**

**7ª Semestre**

**Curso: Administração de Empresas**

**Instituição: Faculdade Nossa Cidade**

**Sobre a orientação do Professor Lawton Benatti**

**Estudos sobre inovação e competitividade empresarial**

O presente trabalho tem como o titulo sugere objetivar um curto estudo acerca da importância da inovação nas empresas.

Conhecimento é combustível para a inovação e inovação é combustível para a competitividade, transformar as empresas comuns em usinas de inovações e turbinar a inovação radical em organizações já inovadas.

A mudança de mentalidade é o principio para uma inovação que gera resultado, não é só trocar o sistema, produto, líder ou funcionários. Quando passamos por problemas a primeira palavra que vem a mente é inovar, automaticamente procuramos esta prática para melhorar nosso dia á dia, mas não é simples assim, primeiro eu preciso mudar minha mentalidade para que o novo possa tornar realidade e os resultados serem visível, sem a mudança de mentalidade os resultados são invisíveis.Nos dias atuais falar de inovação sem mencionar Steve Jobs é como não acreditar em uma inovação possível, Steve Jobs era conhecido por ter criado um campo de distorção da realidade. O campo de distorção da realidade foi um mistura confusa de um estilo retórico carismático, uma vontade indomável e uma vontade de enquadrar qualquer fato para ajustar ao propósito esperado. Se uma linha de argumentação não conseguia o convencer , ele habilmente mudava para outro.

Para ser um líder no meio da complexidade do século vinte e um , tem de ser um inovador eficaz.

A inovação de produto é a estratégia mais comum para o crescimento da linha de cima, a análise de uso das fontes de informação segundo grau de importância conferido pelas empresas inovadoras brasileiras, reforça a hipótese de que a habilidade para inovar é influenciada pela capacidade de as empresas absorverem e combinarem informações variadas de fontes internas e externas.

O uso de fontes de informação internas e externas, a empresa para a geração da inovação tecnológica é fator determinante para a competitividade de qualquer economia.

Conforme o relatório da OCDE (1993),Inclui a implementação de novos produtos e processos e o aperfeiçoamento significativo em produtos e processos, uma inovação tecnológica de produto e processo é implementada quando for introduzida no mercado (inovação de produto), ou aplicada dentro de um processo produtivo (inovação de processo). As inovações de produto e de processo envolvem uma série de atividades cientifica, tecnológica, organizacional, financeira e comercial. (Apvd, Sugara e Jannuzzi , 2005, pg.46)

Pode-se observar de modo geral, na classe de indústrias com inovação acima de 50%, atribui-se maior importância ás fontes de informação externas. No que se refere ás informações provenientes dos fornecedores, estas são identificadas como de menor relevância na classe de alta inovação, se comparadas ás classes de média e baixa inovação. Quanto a relevância das informações provindas de empresas de consultoria, é importante referir que esta é maior na classe de industrias com alta inovação.

A sobrevivência da empresa é uma transformação continua, as mudanças nos produtos representa transformação cultural, busca novos segmentos para os clientes.

Inovar não é só idéia é uma junção de criar novas idéias para serem colocadas em prática, sem idéias na há inovação. Deve-se dar continuidade no processo de inovação, para atender as necessidades do cliente, o processo de inovação é lento e deve ser detalhadamente analisados para que seja bem desenvolvidas dentro da empresa.

O processo de inovação tecnológica nas empresas visa a expansão do emprego, da renda e do valor agregado nas diversas etapas de produção.

**Tipos de Inovação:**

Produto e Serviço, pode ser uma melhoria

Processo, modelo de gestão

Marketing, buscar novos segmentos para os clientes

Organizacional, muda a empresa como um todo

Dentro da inovação se trabalha também com P&D (Processo e Desenvolvimento), é algo que vai buscar resposta para alguma dúvida, é um processo caro e na maioria das vezes não dá em nada, tem coisas que são feitas e não é viável, depende da tecnologia.

Conforme relatório do Frooman,(199), a inovação nas organizações também pode estar relacionada a um processo de mútua influência com o ambiente onde ela esta inserida.Além do mais essa articulação se dá por meio da comunicação entre as partes inter-comunicantes da organização: acionistas, clientes, internos, e externos, fornecedores, comunidade, governo, enfim todos os Stakeholders. ( Frooman, 1999, pg. 8).

Bibliografia:

Frooman, J..Slakeholder, Influence Strategies: The Academy of Maragement Review, V. 24, n.2, pp 191-205,apr..,1999

Artigo: Gestão do Conhecimento e Inovação: Uma questão estratégica na Administração por processo.

Autores:

Robson Freire- [rbnfreire@yahoo.com.br](mailto:rbnfreire@yahoo.com.br)

Rogério de Jesus Freire- [rogerior2000@yahoo.com.br](mailto:rogerior2000@yahoo.com.br)

1º Mestrado em Administração de Empresas (Univali),especialista em Marketing e Recursos Humanos(UFSC) e administrador de empresas ( ICES)

2º Professor nos cursos de Administração de Empresas e Bacharelado em Sistemas de Informação da FACITEC, especialista em gerenciamento de projetos e administrador de empresas.

Artigo: Inovação Tecnológica e pequenas empresas: uma questão de sobrevivência

Henrique Rattner, Professor titular na EAESP/FGV e na FEA/USP

Revista Administração de Empresas, vol. 24 n. 3 São Paulo jul./set.1984