Como começou a inovação

Para contar á evolução da inovação, precisamos voltar no tempo e verificar como as empresas tiveram que começar a inovar e a se reinventar, pois, a inovação não deixa de ser um novo invento ou o mesmo produto com uma nova função ou até mesmo uma nova embalagem.

Começamos com a evolução da produção quando passamos pela Revolução Industrial, que deixamos de produções pequenas de trabalhos artesanais, ensinados de geração para geração, e passa-se a produzir em grande escala, utilizando maquinas e não mais o trabalho artesanal, ou seja, ai já encontramos a inovação porque as pequenas produções já não atendiam a toda a necessidade da população e não geravam tanto lucro, quanto se tem quando temos uma maquina que produz o mesmo produto em mesmos tempo e em mais quantidade.

Com o passar do tempo as fabricas se estabilizaram, o consumo também, porem tínhamos a concorrência que crescia e assim precisavam de novas idéias e novos produtos, mais uma vezes a necessidade do homem em inovar, e com esta necessidade, as maquinas, fabricas, formas de produzir foram evoluindo, e esta evolução caminhava lado a lado com a inovação.

No período pós Segunda Guerra Mundial, com as grandes potencias do mundo com em crise sem dinheiro para investir e se reerguer, novamente o homem teve que inovar, da forma em que tinha que produzir reduzindo o maximo de gastos possíveis, tinha que estimular o consumo que estava em baixa, ou seja, precisava de mais tecnologia, de um novo produto que chama-se a atenção dos consumidores. Foi neste período que o Japão inovou e implantou o Just - time, e começou a se tornar uma grande potencia mundial, com sua produção enxuta e sua tecnologia avançando cada vez mais.

O Just – time foi uma ideia que de trouxe grandes resultados e passou a ser utilizada em outros países, e desta forma foi sofrendo algumas alterações para melhor desempenho em outros locais, e estas pequenas alterações não deixam de ser pequenas inovações.

Este grande avanço do Japão forçou os outros países a inovarem, porque se não reagissem de forma rápida ficariam ultrapassados e perderiam mercado, e isto forçou a inovação nos países da Europa e dos Estados Unidos da América.

Segundo DIEHL Astor Antônio,“Primeiramente, vivemos num clima deixado pelas frustrações intelectuais e sociais, pois as revoluções otimistas, aquelas que projetavam a redenção no futuro, não aconteceram nos moldes teorizados. Esse é um dos fatores que deram origem ao pessimismo em relação ao futuro e a própria possibilidade de mudança social. Convivemos assim com o clima da suspeita e a (in)transparência teórica e, em alguns casos, com a demissão da razão...”, conforme Diehl está mudança seria difícil por causa da grande crise.

Está situação demonstrou que a concorrência crescia e desta forma os consumidores começavam a ficar mais exigentes e começavam a ter mais opções de escolha, situação que não acontecia normalmente antes da Segunda Guerra, e com a evolução e as inovações, a diversificação aumentava diariamente, o que fez surgir a necessidade de divulgar os produtos, de mostrar o produto para o cliente, e desta maneira as propagandas, comerciais em outras palavras o marketing começava ganhar seu espaço e o produto ou empresa mais inovador e criativo ganhava mais e mais espaço no mercado.

Com o marketing, as empresas e produtos passarem a ser mais competitivos, e isto também força que se torna-se mais inovadores, e outra vez podemos constatar que a evolução e a inovação dês empresas e produtos sempre estiveram caminhando juntas, porque o mais inovador sempre saia à frente do concorrente e se destacava no mercado.

A partir do marketing algumas empresas acabaram marcando os clientes não só com seus produtos, mais deixando registrado em seu fiéis clientes sua marcas, e a partir daí, passaram a inovar de outra forma, passaram a inovar através do marketing voltado para sua marca e não mais para os seus produtos, passaram a investir na marca criando um status para ela e para quem usava, e com está inovação não se trabalhava mais o marketing do produto e sim o da marca, e assim conseguiam fidelizar ainda mais seus clientes.

O marketing se tornou uma das maiores estratégias das empresas para bater de frente com seus concorrentes, as empresas que eram as lideres de mercado sempre estavam atrás da inovação sempre desenvolvendo pesquisas para desenvolver novos produtos ou aperfeiçoar os que já estavam no mercado, e isto forçava as outras a inovarem melhorando seus produtos e ate mesmo aproveitando a ideia da concorrente, e desta ideia inovar e criar um produto semelhante e com um preço menor que o da líder.

Agora nos últimos anos a maior aliada das empresas, em todos os setores produção, marketing, P&D, comercial, compras e financeiro, tem sido a informática. Ela surgiu nos anos 80, mais ganhou força a partir dos anos 90. Com a internet ganhando popularidade e os softwares cada vez mais avançados, o grande alvo da inovação passou a ser os avanços tecnológicos.

As empresas passaram a investir em grande escala em tecnologia, pois a que obtivesse mais seria a que lançaria os produtos mais modernos e inovadores do mercado. E assim foram surgindo a cada dia mais novos produtos no mercado, a cada dia uma funcionalidade diferente, e desta maneira os clientes cada vez mais informados, foram ficando cada vez mais exigentes, e está exigência passou a querer não só produtos novos mais à que esses produtos fossem úteis, práticos, bonitos, modernos, com tecnologia cada vez mais avançada.

Quando chegamos nos anos 2.000, estávamos no auge da informática, a internet se tornava á cada dia mais acessível a todos, e as empresas não poderia deixar está nova ferramenta fora do mundo do negócios, que está mais competitivo e com a velocidade de mudanças muito mais aceleradas.

As empresas não tinham como ficar fora do mundo da informática e dos últimos anos pra cá ficar desconectado da internet, passou quase impossível. Para manter contato com clientes, fornecedores, acompanhar serviços, entregas e divulgar, seus produtos e serviços é necessário estar conectado a internet. As empresas precisam se sites, blogs, e-mails, chats online, as redes sociais, para acompanhar as mudanças de mercado e visualizar futuras tendências, e desta forma poderem se preparar para inovar.

Ou seja a empresa que não acompanhar as mudanças que a inovação vem trazendo, e que não acompanhe os avanços da tecnologia e do mercado, estão como grande possibilidade de perder espaço no mercado e grandes chances de chegarem a falir por não acompanharem o mercado e deixarem de inovar.

A inovação passou a ser uma das ferramentas mais importantes das empresas nos dias de hoje, pois ela está presente em todos os setores, tudo que é sugerido por um colaborador ou cliente, é devidamente analisado e estudado, para não se perder nenhuma oportunidade, de se melhorar ou inovar o que se tem no mercado e o que se possa ainda a vir criar.

Pode-se verificar que a evolução e a inovação sempre estiveram juntas, sempre que o homem precisou evoluir ele antes precisou inovar e continuar inovando para conquistar os seus avanços e melhorias.

Bibliografia:

Citação do artigo “Teoria historiográfica: diálogo entre tradição e inovação”

Autor: DIEHL Astor Antonio

Link: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-87752006000200008&lang=pt>