

A INOVAÇÃO QUE GERA O DESENVOLVIMENTO

Kellen Cristina Delai Lava¹

RESUMO

No cenário atual de competitividade e globalização de mercados, a inovação é fator básico para melhor desempenho das organizações. O processo de inovação representa a busca de informações, a incorporação de capacitação tecnológica, necessidades de mercado neste contexto da empresa inovadora. A vantagem competitiva proporciona, através de uma inovação, posições de destaque no mercado. Sem competitividade as empresas vão perdendo oportunidades de crescimento quanto à sua posição no mercado. As empresas que incorporarem inovação na sua atividade obterão melhores desempenhos em comparação às que permanecerem estáticas e, por conseguinte, inovação é o fator preponderante que determina o sucesso da organização. Portanto, o empreendedor deve comandar a busca pela informação, conhecimento e capacitação entre todos os meios possíveis e disponíveis, para sua procedente implantação na empresa.

Palavras - chave: Inovação, Informações e Tecnologia

¹ Docente da URI - Campus de Frederico Westphalen.

ABSTRACT

In the current scenery of competitiveness and globalization of markets, the innovation is a basic factor of better acting of the organizations. The innovation process represents the search of information, the incorporation of technological training, market needs in this context of the innovative company. The competitive advantage provides through an innovation, prominent positions in the market. With such competitiveness, the other companies are going to choose growth opportunities as for their position in the market. The companies that incorporate innovation in their activity will obtain better acting in comparison with those that stay statics, and consequently, innovation is the preponderant factor that determines the success of the organization. Therefore, the entrepreneur should command the search for the information, knowledge and training among all of the possible and available ways, for/her reasonable implantation in the company.

Key-words: Innovation, Information and Technology

1 INTRODUÇÃO

Frente ao novo ambiente de economia globalizada, onde a competitividade das empresas é um fator de melhores desempenhos, fica evidente que as mudanças tecnológicas dependem do empreendedorismo existente nela, ou seja, a busca constante de informações e conhecimentos que aplicar-se-ão a produtos, processos ou técnicas gerenciais. No desenvolvimento deste artigo serão demonstrados alguns aspectos dos quais a inovação depende para ocorrer, além de uma análise detalhada de algumas formas de capacitação para os empreendedores, que estão evidentes e disponíveis àqueles que almejam sucesso em sua empresa.

2 EVOLUÇÃO DA ECONOMIA

A economia do Brasil teve muitas mudanças desde a sua industrialização até hoje. Na análise regional, as empresas que antes eram chamadas de "armazéns", "botecos", não estavam

inseridas no contexto sócio-econômico da competitividade, porque agiam basicamente em "monopólio", ou seja, devido a dificuldade de transportes para centros maiores. Geralmente existia uma única loja de comércio em cada comunidade, limitando as pessoas a produtos da mesma. Nas cidades mais desenvolvidas, a falta de inovação correspondia à estagnação do mercado, ou seja, um mercado de economia fechada.

Hoje, as concepções da economia mudaram: mundo globalizado, MERCOSUL e, conseqüentemente, o crescimento das empresas, tanto regionais como em centros mais desenvolvidos, que buscaram inovar, identificar alguma forma de que seu produto ou serviço sejam "diferentes" frente aos concorrentes.

A década em que vivemos evidencia uma situação bastante distinta de décadas passadas. Ocorreram mudanças de fatores dominantes que deixaram de ser matéria-prima, capital e mão-de-obra barata para constituírem agora inovação, tecnologia e mercado. A importância do conhecimento passou a ser elemento chave no desenvolvimento dos povos, conseqüentemente, da empresa. A velocidade da produção de novos conhecimentos cria novas perspectivas de produção lucrativa para o setor industrial, que demanda força de trabalho, capacidade de aprender continuamente ao longo de sua vida profissional e de aplicar tais conhecimentos ao seu ambiente de trabalho.

As empresas brasileiras já perceberam a importância da qualidade advinda da inovação e dos processos tecnológicos, base sólida necessária para competir no mercado global. Para que uma sociedade se desenvolva é necessário que se produza ciência e tecnologia.

2.1 O papel de ciência e tecnologia no desenvolvimento da sociedade

No contexto geral podemos notar que o desenvolvimento de um país se assenta num tripé: educação, ciência e tecnologia, e políticas-econômicas e industriais do governo. É essencial que haja um equilíbrio e coesão entre as três partes. Os benefícios que uma ação coordenada e persistente nestes setores podem trazer a um país é um grande desenvolvimento (MUS A, 1997).

Vê-se que deve haver uma sinergia entre as variáveis de desenvolvimento do país: governo, empresas, universidades,

sociedade privada, institutos de pesquisa, onde cada qual tem uma parcela de contribuição no direcionamento do desenvolvimento. As empresas têm a função principal de interessar-se pela busca de tecnologias, que podem ser adquiridas de diversas maneiras, através das quais podem ser citados: a parcela acadêmica das universidades e os pesquisadores, providos dos institutos de pesquisa e, através destes, o governo deve mostrar interesse pelo desenvolvimento da economia.

A rapidez com que uma empresa insere P&D no seu paradigma de atuação no mercado, excedendo a expectativa de mercado é o mais importante como indicador de sua força competitiva (LANSIT, 1997).

2.2 O Sistema brasileiro de inovação

Schwaartsman (1997) afirma que "...o Brasil tem uma base razoável de C&T para um país de terceiro mundo, mas que não é proporcional ao seu tamanho...Os gastos ficam restritos neles mesmos, não provocam impacto na área econômica, na área educacional. Não se traduzem em melhorias". Estudos revelam que não é apenas a carência de investimentos que interfere no processo de inovação do Brasil. A relação percentual entre os investimentos em C&T e o PIB giram em torno de 1,0%, (Ministério da Ciência e Tecnologia-1999), muito inferior a economias fortes e dinâmicas, impossibilitando o desenvolvimento sustentável de uma economia, além de evidenciar a deficiência brasileira em competir.

3 INOVAÇÃO

Para que se aplique o conceito da busca de inovação, este deve ser integralizado entre todos os membros de uma empresa, mas intencionado e nutrido pela alta administração da empresa.

Inovação, em geral, é qualquer tipo de mudança na prática industrial ou comercial que melhore a produtividade, a competitividade ou o atendimento de demandas de mercado. Enfim, dados, informações e o conhecimento formam a base para o desenvolvimento.

A busca de conhecimentos e a sua aplicação é uma das chaves para a competitividade de uma empresa; contudo, essa busca só pode ser dada individualmente pelas pessoas que realizam

a inovação e as incorporam à empresa. Porém, para que esse desenvolvimento adquira maior consistência é preciso que haja o comprometimento de todos os envolvidos na empresa.

Diante desse processo de interação social as empresas têm se utilizado cada vez mais de novos meios e técnicas para se tornarem mais ágeis e inovadoras. Observa-se que têm maior fatia de mercado aquelas empresas que buscam inovações. Há pouco espaço para aquelas empresas que não se mantiverem em contínuo processo de aprimoramento.

Quando um concorrente obtém sucesso ou fracasso é também muito importante, mas deve-se considerar o evento com seriedade, como uma oportunidade inovadora. Para desenvolver uma inovação é preciso um trabalho organizado, sistemático e racional. É preciso uma rigorosa análise do projeto a ser implantado.

Muitos são os agentes que atuam neste universo, criando sistemas de ciência e tecnologia. No atual processo de inovação são fundamentais as interações entre o mercado e o progresso técnico, através de novas formas de associação entre empresas e universidades ou institutos de pesquisa para o desenvolvimento da tecnologia. Em suma, existem diferentes formas de geração de conhecimento científico e técnico que irão influir sobre o desenvolvimento das firmas inseridas na sociedade.

A inovação é função específica do empreendimento, seja em um negócio já existente ou um novo empreendimento iniciado por um indivíduo.

3.1 O empreendedor e suas motivações para inovar

Conforme Druker (1991), "os empresários bem sucedidos têm em comum, não um certo tipo de personalidade, mas um compromisso com a prática sistemática da inovação em seu empreendimento".

A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente. Eles precisam buscar, com propósito deliberado, as fontes de inovação, as mudanças e seus sintomas que indicam oportunidades para que uma inovação tenha êxito. O empreendedor vê a mudança como norma e como sendo positivo. Está sempre buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade.

Os empreendedores estão sempre buscando mais, não se satisfazem em simplesmente melhorar o que já existe, ou em modificá-lo. Eles procuram criar valores novos e diferentes, satisfações novas e diferentes. É a mudança que sempre proporciona o novo e o diferente.

Um empreendedor cria e suporta as mudanças nos negócios, pois, seu objetivo básico é o poder de realizar, com persistência e otimismo inovações e modificações que resultem na melhoria competitiva da empresa. Um empreendedor não desiste quando alguma mudança almejada não é alcançada, porque é uma forma de mostrar a si mesmo a sua capacidade de superação, até mesmo quando precisa sacrificar algumas horas a mais no trabalho, desde que resulte em inovação à empresa. O empreendedor que é levado pela busca constante de sua realização demonstra uma habilidade para antecipar desenvolvimentos e faz as coisas acontecerem antes de seus concorrentes. Utiliza excelentes habilidades no relacionamento interpessoal, inspirando-lhes necessidade de participação pela busca de informações, as quais produzirão inovações na empresa (LEMOS E NASCIMENTO, 1998).

Um empreendedor detecta oportunidades não só no ambiente de trabalho, rede de contatos, Internet, etc. Independente de onde vá e o assunto que esteja sendo abordado, está sempre disposto a participar de qualquer nova informação.

A motivação impulsiona o empreendedor a atingir uma meta, pois sem objetivos claros, a tendência à improdutividade é grande e geralmente, está estabelecida por escrito (operacionais, intermediárias e estratégicas). Está relacionada com as atitudes, opiniões e à sua criatividade.

Como há a necessidade de incorporar à sua consciência novos conhecimentos, estará sempre apto a aproveitar cada fato ocorrido (positivos ou negativo), através de uma análise minuciosa do que é bom ou ruim para o ambiente de trabalho da empresa.

Geralmente, as inovações começam com idéias criativas que podem ser desenvolvidas individualmente ou em grupos, desde que os mesmos sejam bem gerenciados. Desta forma, verifica-se que, mesmo individualmente ou em grupo, as mudanças que geram as inovações dependem basicamente das pessoas. As pessoas são o eixo motriz da busca e implantação de inovação nas empresas.

Estas inovações podem ser adquiridas e transportadas para a empresa através de informações, desenvolvimento tecnológico, as quais serão evidenciadas neste artigo com mais ênfase.

3.2 Inovação através de informações

Em momentos de ampla expansão de mercado a informação é a matéria-prima de maior importância, fruto do conhecimento.

A importância da transmissão de informações é muito valiosa, já que na grande maioria de casos as inovações são provenientes de pesquisas de mercado, onde se obtém transparentes os desejos dos consumidores, ou seja, em fabricar ou oferecer serviços que as pessoas precisem, e quais os seus aspectos básicos, já que a variedade de pessoas e gostos é de grande diversidade, exigindo do administrador grande capacidade de análise de todos os dados, dada a possibilidade da existência de dados irrealistas, distorcidos, influenciando decisivamente no sucesso do produto ou serviço.

Na geração e implantação da informação obtida todos os setores da empresa, desde o operacional ao estratégico, deverão estar integrados para que se possam estabelecer troca de informações e experiências entre os diversos cargos e funções existentes dentro da empresa, já que a empresa é considerada um sistema onde as pessoas interagem com objetivos comuns.

Na busca de informações podem ocorrer constantes mudanças, quer pelas tecnologias emergentes que estão frequentemente desafiando novos modelos, quer pelo mercado global em expansão, pela *Internet*, comércio eletrônico. Essa busca pode aumentar a participação da empresa no mercado, constituindo parcela positiva no seu desenvolvimento (CARVALHO E AGUIAR, 2000).

3.3 Inovação - desenvolvimento tecnológico

A geração de tecnologia tem, nas firmas de pequeno e grande porte e na competência adquirida com a prática em uma atividade produtiva específica, um elemento fundamental de inovação, tendo por base as diversas formas de produção, de aplicação e de influência, da ciência e da tecnologia nas sociedades modernas.

A globalização causou uma revolução científica, velocidade nas mudanças tecnológicas e transformações na economia mundial, esgotando a estratégia de aquisição de "pacotes" tecnológicos fechados. E preciso gerar qualificação tecnológica própria, ou seja, buscar conhecimentos tecnológicos através de cientistas, acadêmicos, ou até mesmo criar alicerces com empresas estrangeiras.

O produto de um centro de tecnologia é a informação tecnológica. Mesmo que ainda existam as empresas preocupadas com a fabricação de produtos em massa, ou seja, com maiores quantidades e menores custos, é provável que essas empresas percam oportunidades de crescimento devido à estagnação de seus produtos em relação àqueles que inovam e possuem nichos de mercado, ganhando na competitividade e diferenciação. Elas buscam inovações, implantando tecnologia, que e preocupa com a qualidade inserida na sua empresa no contexto geral.

A chave para o sucesso da empresa está em integrar adequadamente as tecnologias existentes (CARVALHO E AGUIAR, 2000). O processo de desenvolvimento da tecnologia é, sem dúvida, um exemplo de como as empresas devem incorporar os conhecimentos adquiridos a seu ambiente de trabalho. Vê-se que, mesmo sendo um produto novo, reformulação ou modificação do mesmo, máquinas de produção mais evoluídas, novos processos de gestão e atuação no mercado, todos os integrantes da empresa deverão estar aptos às mudanças que vierem a ocorrer, além de introduzirem uma inovação, que trará benefícios, desenvolvimento e expansão para a empresa. A idéia é matéria-prima da inovação tecnológica e deve ser incentivada, seja ela do nível mais baixo, intermediário ou estratégico. Um clima organizacional que privilegia a criatividade, dando espaço às idéias novas é um fator fundamental no sucesso da organização.

A implantação de uma inovação tecnológica é diretamente proporcional ao envolvimento das áreas operacionais nas etapas de desenvolvimento, criando um espírito de adesão à inovação tecnológica, unindo esforços para suplantaros inevitáveis obstáculos.

A lógica do desenvolvimento da pesquisa tecnológica parte da migração de conhecimento, o que deve estar disponível para que

seja aproveitado e aumentado, dada as buscas intensas de informação (CARVALHO E AGUIAR, 2000).

Como nossa região é composta basicamente por micro e pequenas empresas, é de grande valia fazer um análise da implantação de tecnologia, como detalha-se no item a seguir.

3.4 Micros e pequenas empresas - inovação em alta tecnologia

A tecnologia depende do conhecimento e, implantada em qualquer ramo da empresa, leva à inovação.

As micro e pequenas empresas representam a maioria esmagadora das unidades de negócio em todos os países do mundo, respondendo, na maioria dos casos por parcelas superiores a 50% do valor adicionado nas economias nacionais e oferecendo mais da metade dos postos de trabalho existentes. São também as responsáveis pela criação de mais de dois terços dos novos postos de trabalho. Além das importantes funções econômicas e sociais que desempenham, as micro e pequenas empresas cumprem papel decisivo na geração e difusão de inovações tecnológicas, seja pela estrutura menos burocrática do que as de maior porte, seja pela sua maior flexibilidade.

A alta tecnologia é a principal propulsora dos efeitos que se multiplicam pela cadeia produtiva. Vê-se, então, a grande importância das pequenas e micro empresas de alta tecnologia. Para que se possa competir com países desenvolvidos é preciso que tais empresas busquem desenvolvimento e estejam prontas para suportar os "ataques" de seus concorrentes.

A importância das empresas de alta tecnologia são a inovação, a detenção de tecnologia de ponta e a flexibilidade em atender às necessidades do mercado geral e as específicas (pesquisa de mercado - necessidades dos consumidores). Há uma incrementação de tecnologia via processos, produtos ou técnicas gerenciais, com a introdução no mercado de algo distinto, diferente.

A busca e implantação de tecnologia exige vários requisitos: taxa de crescimento da empresa, vantagem estratégica, do tempo do desenvolvimento, além do custo que, muitas vezes, impossibilita a empresa de absorver e implantar tais tecnologias disponíveis no mercado, necessitando do apoio do governo na

implantação de tecnologia, que gerará desenvolvimento na economia do país.

As pequenas empresas podem desenvolver tecnologia de várias maneiras, tais como as que se seguem aqui explicitadas: transferência de tecnologia de centros de pesquisa e universidades, parceria com empresas de grande porte, aquisição de patentes, entre outras, incorporando-as em seu contexto atual.

Outra forma de aquisição de tecnologia é o desenvolvimento endógeno dos empreendedores, que resulta basicamente em conhecimentos que os integrantes da empresa buscam e a sua habilidade de transformá-los em inovações no seu campo empresarial, ou seja, um circuito criativo gerado pelo empreendedor, resultando em inovações.

4 CONCLUSÃO

Diante de evidentes transformações na economia do país, a inovação atua, sem dúvida, como o fator básico da evolução global da competitividade. O ritmo acelerado faz com que as empresas que almejem sucesso no mercado adentrem no processo de inovação em seus empreendimentos, na transformação dos antigos e na redefinição de regras para o sucesso. Contudo, o desenvolvimento contínuo na empresa só poderá ser obtido com a incorporação contínua de conhecimentos advindos de todos os membros da organização, exigindo dos empreendedores grande habilidade em trabalhar com novos conceitos e transmiti-los a seus subordinados, incluindo-os na busca de informações que levarão à empresa novos produtos, processos ou formas de gestão.

As fontes de conhecimento são as mais variadas, mas a forma como se desenvolvem são as mesmas: aprofundamento, análise e implantação. Vê-se com tantos conceitos que o conhecimento é fundamental para o desenvolvimento econômico.

Com a concorrência acirrada não há outra saída. A alternativa é buscar inovação, pois quem não se mexer ficará fora do jogo, sozinho, sem clientes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BATARELLI, F. Jr. *Administrando o Processo de inovação Tecnológica*. XVHJ Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica. São Paulo, 1994.

REIS, M. de C.; AGUIAR, M. R, de. *O Papel da Gestão do Conhecimento no Processo de Desenvolvimento Tecnológico -RAS*. São Paulo: Átomo, 2000.

CARAVANTES, G. R. *et.al. O Ser Total*. Porto Alegre: AGE, 2000.

BARCELLOS, P. F. P. *La Implantación de Pequeñas Firms de Alta Tecnologia*, 1991

MUSA, E. V. *Competir no Futuro - Alicerces do Desenvolvimento*. CNPq: 1994.

LEMOS, D. L.; NASCIMENTO, L. F. *Perfil de Uma Empresa Inovadora: O Caso da Fazenda Cerro do Tigre*. XX Simpósio de gestão da Inovação Tecnológica. São Paulo: 1998.

SCHWAARTZMAN, S. Pesquisa, Já. *Revista amanhã*. Porto Alegre: 1997.

CESARO, N. H. De. *Projeto de Pesquisa: a incorporação de conhecimento em indústrias de transformação na região de Frederico Westphalen*, 2000.

DRUKER, P. F. *Inovação e Espírito Empreendedor*. São Paulo: 1991,3. ed.