

Inovações e seus impactos nas empresas

Um levantamento realizado em cinco países europeus, com empresas que introduziram novas tecnologias e inovações, sugere que as alterações realizadas em produtos e serviços contribuíram significativamente para a criação de novos postos de trabalho, ao passo que as alterações no processo produtivo contribuem para a diminuição dos postos de trabalho (Rennings et al., 2001). Pode-se afirmar, desta forma, que a incorporação de tecnologia ao processo produtivo, na medida em que reduz os postos de trabalho aumenta a produtividade.

A produtividade é algo relevante para as empresas. Nas micro e pequenas empresas os níveis de produtividade são consideravelmente baixos quando comparados àqueles das empresas de maior porte. Esse fato tem importantes implicações na conformação da produtividade sistêmica da economia e, por conseguinte, na criação das condições objetivas para o desenvolvimento e para a promoção da equidade social. É cada vez mais consensual que a busca pelo crescimento econômico deve incluir, em sua pauta, a busca pelo aumento da produtividade das empresas individualmente e, por conseguinte, da economia como um todo.

Numa empresa as inovações são incrementais, muitas vezes imperceptíveis para o consumidor, mas para a empresa podem gerar eficiência técnica, aumento da produtividade, redução de custos e aumento de qualidade. Também podem ser consideradas inovações deste tipo a otimização de processos de produção, o design de produtos ou a diminuição na utilização de materiais e componentes na produção de um bem (Lemos, 2000). Já no que tange os conceitos de inovação na dinâmica empresarial, esses são numerosos na literatura. Ainda em 1986, Kline e Rosenberg afirmaram que para uma inovação ter êxito era preciso haver um encontro entre cumprimento de requisitos técnicos e necessidades de mercado. Mais tarde, Beuren (2000) definiu a inovação como um processo em que uma pessoa ou um grupo de pessoas cria uma idéia e a implementa com algum valor agregado para a organização. Para Cagnazzo et al. (2008), por outro lado, a inovação é o encontro entre uma necessidade de mercado e uma tecnologia ou modelo de negócio que cria valor tanto para a empresa como para os seus clientes. Baregheh, Rowley e Sambrook (2009) definiram a inovação como um processo de múltiplos estágios pelo qual as organizações transformam ideias em novos produtos, serviços ou processos, com o objetivo de avançar, competir e se diferenciar com êxito em seus mercados.

O mercado é cada vez mais dinâmico e novas tecnologias estão sempre sendo desenvolvidas e diversos estudos demonstram que na medida em que tecnologias são incorporadas nas empresas, há impacto positivo na produtividade e lucratividade das mesmas. Investimentos em novas tecnologias que devem ser incorporadas aos processos produtivos devem ser feitos cada vez mais rapidamente para que estas se mantenham competitivas num mundo cada

vez mais globalizado onde a tecnologia está acessível para todos e àqueles que forem mais ágeis na sua incorporação terão mais chance de sucesso.

Estamos na era da Informação e a questão atual passou a ser a “velocidade”. O mundo muda constantemente. Com o uso de ferramentas digitais, a tecnologia proporcionou alta velocidade nas decisões estratégicas, nos processos, nas transações comerciais, na logística e no acesso às informações. Para a academia, há muita oportunidade para desenvolvimento de novos estudos relacionados a adoção de novas tecnologias e ainda muitas inovações ligadas ao processo global de digitalização dos negócios que ainda não foram amplamente compreendidos e podem ser objeto de futuras pesquisas.

Airton Penteado Ferreira

Mestre em Administração (UNIFACCAMP); Especialista em Marketing pela ESPM; Engenheiro Mecânico.

airtonferreira11@gmail.com