EDITORA MANUAL
LIVRO: ADMINISTRAÇÃO EM FOCO – VOLUME 2
ISBN: 978-65-981790-9-0 DOI: 10.29327/5396137
ORGANIZADOR: Me. Afonso Henrique Souza de Assis

CAPÍTULO 3

INOVAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO TECNOLÓGICA NAS ORGANIZAÇÕES

Claudinéia Correia dos Santos

RESUMO

O presente estudo tem como principal foco abordar o impacto das novas tecnologias de informação na gestão e inovação dos negócios na era digital. O objetivo geral é identificar e conceituar dos principais impactos das novas tecnologias de informação na gestão e inovação dos negócios na era digital. Para tanto, definiram-se os seguintes objetivos específicos: explicar e apresentar os principais conceitos sobre vantagens competitivas e suas principais características; discorrer sobre inteligência empresarial e a importância da utilização na gestão e estruturação dos negócios; conceituar inovação e novas tecnológicas e suas principais tendencias tecnológicas; conceituar e analisar o termo E-business: - Identificar pontos positivos e negativos na utilização da rede mundial como plataforma de negócios e vendas online. Abordar o impacto das novas tecnologias de informação na gestão e inovação dos negócios na era digital justifica-se, pois a relevância do assunto abordado, visto que o mesmo pode impactar fortemente geração de novos negócios e manutenção de um empreendimento. O presente estudo consiste em pesquisa aplicada, de caráter exploratório e descritivo, os resultados serão apresentados sobre forma qualitativa, a partir da coleta de informações de fontes secundárias, incluindo revisão bibliográfica. Com o levantamento de informações ao longo da pesquisa e da análise das informações, foi possível concluir que as empresas precisam se adaptar à realidade e agir rapidamente tanto frente aos problemas e oportunidades resultantes desse novo ambiente de negócios.

Palavras-chave: Tecnologia. Inovação. Negócios.

ABSTRACT:

The main focus of this study is to address the impact of new information technologies on business management and innovation in the digital age. The general objective is to identify and conceptualize the main impacts of new information technologies on business management and innovation in the digital age. To this end, the following specific objectives were defined: explain and present the main concepts about competitive advantages and their main characteristics; discuss business intelligence and the importance of using it in business management and structuring; conceptualize innovation and new technologies and their main technological trends;

conceptualize and analyze the term E-business: - Identify positive and negative points in the use of the global network as a business and online sales platform. Addressing the impact of new information technologies on business management and innovation in the digital age is justified, since the relevance of the subject addressed, since it can strongly impact the generation of new business and the maintenance of an enterprise. This study consists of applied research, exploratory and descriptive, the results will be presented in a qualitative way, from the collection of information from secondary sources, including literature review. With the collection of information throughout the research and analysis of the information, it was possible to conclude that companies need to adapt to reality and act quickly both in the face of problems and opportunities resulting from this new business environment.

Keywords: Technology. Innovation. Business.

INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como foco principal abordar o impacto das novas tecnologias da informação no gerenciamento e inovação dos negócios na era digital.

A tecnologia da informação tem um importante papel no progresso em todas as áreas as quais ela é empregada. Sendo assim, a tecnologia da informação, segundo Rezende e Abreu (2000), pode ser configurada da seguinte forma: veio para atender à complexidade e as necessidades empresariais. Dada às características do atual ambiente de negócios e de gestão das necessidades existentes nas organizações serem cada vez mais adaptáveis, flexíveis e ágeis, suas estruturas e processos precisam estar permanentemente sendo reavaliados, reestruturados e revitalizados. .

Discutir sobre o impacto das novas tecnologias de informação na gestão e inovação dos negócios na era digital, justifica-se pelo fato de cada vez mais as pessoas têm acesso a diferentes mecanismos de acesso à informação, tornando-se cada vez mais conectadas. Assim, é possível notar que o impacto das novas tecnologias de informação na gestão e inovação dos negócios na era digital pode impactar direta ou indiretamente determinando o sucesso de uma empresa para que ela consiga se destacar no mercado, através de novos mecanismos que possibilitam acessar e tratar a informação em plataformas digitais multiconectadas. Assim as organizações precisam entender quem, com a ajuda dos mecanismos de acesso e tratamento correto das informações, a empresa passa ter vantagem de valor inestimável em relação aos seus concorrentes. De tal modo, reconhecendo e explorando o potencial das novas mídias tecnologias, e possível que os processos ligados a construção de um negócio de sucesso e se tornem mais efetivos na constituição de uma relação de consumo cliente empresa mais próxima e próspera.

Em conformidade com o problema de pesquisa, estabelece-se o seguinte objetivo geral: identificar e conceituar dos principais impactos das novas tecnologias de informação na gestão e inovação dos negócios na era digital. Nesse contexto, para alcançar o objetivo geral de pesquisa, os objetivos específicos do presente trabalho são: explicar e apresentar os principais conceitos sobre vantagens competitivas e suas principais características, discorrer sobre inteligência empresarial e a importância da utilização na gestão e estruturação dos negócios, conceituar inovação e novas tecnológicas e suas principais tendencias tecnológicas, conceituar e analisar o termo E-business: - Identificar pontos positivos e negativos na utilização da rede mundial como plataforma de negócios e vendas online

O presente estudo consiste em pesquisa aplicada, de caráter exploratório e descritivo que segundo Cervo et al. (2007) a pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em artigos, livros, dissertações e teses. Nesse sentido, os resultados serão apresentados sobre forma qualitativa, a partir da coleta de informações de fontes secundárias, incluindo revisão bibliográfica. Como fontes de pesquisa, a fim de colher o referencial teórico necessário para embasar as análises e discussões, serão realizadas pesquisas em livros, artigos e sites relacionados ao tema.

DESENVOLVIMENTO

Segundo Fleury & Fisher, (1996) com o objetivo de alcançarem maiores índices de competitividade, as organizações têm utilizado variada e complexa gama de tecnologias.

Hoje, as empresas que desejam se manter no mercado e ter sucesso necessitam ofertar produtos/serviço que sejam diferenciados para seus clientes. Alguns teóricos defendem que as organizações precisam de alguma forma fomentar e necessidade de aquisição em seus clientes! Isso diferencia uma empresa da demais independente do ramo que se atue inovar é despertar o desejo de consumo.

Um exemplo interessante de uma empresa inovadora e revolucionária é a APPLE. Que é uma das maiores empresas de equipamentos eletrônicos e softwares do mundo, foi fundada em 1 de abril de 1976 em Cupertino, Califórnia, tendo como seus fundadores os estudantes Steve Jobs e Steve Wozniak. Tudo começou com o Apple I, criado por Wozniak nas horas

vagas. Os amigos decidiram tentar vender o projeto para as empresas HP e Atari, porém ambas negaram, dizendo que computadores pessoais não teriam futuro no mercado.

Considerada sinônimo de inovação e um modelo de transformação tecnologias pois seus produtos são revolucionários, hoje a empresa Apple é considerada a maior empresa do mundo e suas ações chegam a valer US$ 1 trilhão.

VANTAGEM COMPETITIVA

Segundo Porter (1996), diante da competição cada vez mais agressiva nos mercados em mudanças cada vez mais frequentes, as empresas aprenderam a ser flexíveis para responder rapidamente à competição e às mudanças nos mercados.

Vantagem competitiva é o atributo (ou conjunto de características) que posiciona determinada empresa passe à frente das concorrentes no mercado. É o motivo que a leva a ser escolhida na hora da compra, em detrimento das demais. Para Fleury e Fleury (2001), uma vantagem competitiva é criada ao se identificarem oportunidades únicas em termos de produtos-mercado. Uma estratégia competitiva, para Porter (1996), significa escolher um diferente arranjo de atividades para entregar um composto de valor único, marcando uma posição estratégica.

INTELIGÊNCIA EMPRESARIAL

Inteligência empresarial é um termo que deriva do inglês *business intelligence*, em linhas gerais pode ser entendido como parte de um modelo de gerenciamento de uma empresa ou um negócio. Inteligência empresarial faz referência a todo conjunto de atividades voltadas para a obtenção, para o processamento, a análise e a disseminação de informação acerca do ambiente de negócios de organizações de produção, com o objetivo de dar suporte à tomada de decisão e à definição estratégica Borges (2002 p.10).

INOVAÇÃO E NOVAS TECNOLÓGICAS AS PRINCIPAIS TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS

Para Gundling (1999), inovação é uma nova ideia implementada com sucesso que produz resultados econômicos. Segundo Schumpeter (1988) a inovação pode ocorrer sem conexão com a invenção que, por sua vez, é a descoberta e desenvolvimento de algo novo.

No Manual de Oslo afirma que: uma inovação é a implementação de um novo produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas OCDE & FINEP (2005 p.55).

Um outro exemplo de inovação, e talvez a que vem primeiro na cabeça das pessoas, é o que se refere ao campo da tecnologia. São inúmeras as inovações tecnológicas que a humanidade tem experimentado nas últimas décadas, com o advento da quarta revolução industrial. Só para citar algumas, temos a Inteligência Artificial, a computação na nuvem, a internet das coisas e a biometria.

Muitas inovações tecnológicas são facilmente identificadas no dia a dia de muita gente, como o reconhecimento facial impressão digital que são utilizadas para desbloquear smartphones, os aparelhos domésticos conectados, o armazenamento de dados na nuvem (Google Drive, iCloud, OneDrive entre outros.) relógios inteligentes os smartwatch que são capazes de aferir pressão arterial e batimentos cardíacos.

E-BUSINESS

Segundo Weil e Vitale (2001) e-business trata de realizar atividades de Marketing, compra, venda, entrega, serviços, e pagamentos por produtos, informações e serviços através de redes não-proprietárias que interconectam uma empresa/negócios e seus clientes, agentes, fornecedores, competidores, parceiros e complementadores.

A Internet é uma infraestrutura global e descentralizada de comunicação que teve sua origem nos setores militar. A Internet é uma ferramenta que possibilitou a mudança das relações

de negócios on-line ou em real time, permitindo que o consumidor interagisse diretamente com um sistema de informações de empresas através de uma infraestrutura pública.

Segundo Plant (2000), um dos maiores impactos ocorridos para mercados e investidores no final da década de 90 foi o advento da Internet.

Assim como a evolução é uma característica dos seres humanos que ao logo se sua existência passou por inúmeras mudanças, modificaram e aprenderam a inovar e se adaptar para garantir sua espécie e perpetuação da raça. Veja no mundo corporativo o mesmo ocorre, inovação tecnológica e modernização de processos é algo inerente a quem almeja sucesso, hoje vemos uma gama de software, robustos computadores que coletam e processam milhares de informações em fração de segundo. Fazer uso de tecnologias tais como: Business Intelligence, Marching learning, armazenamento na nuvem.

Muito se fala na concorrência acirrada entre empresas do mesmo segmento, na preocupação em manter-se no mercado, no impacto causado pelas mudanças do cenário empresarial, na necessidade de melhor atender o cliente e de como as empresas devem responder essas demandas. Dentre as diversas alternativas possíveis, as empresas buscam soluções para eliminar ou pelo menos minimizar os efeitos dessas demandas. A internet foi a ferramenta que inicio uma revolução que possibilitou a mudança das relações de negócios on-line, permitindo que o consumidor interagisse diretamente com um sistema de informações de empresas através de uma infraestrutura pública. Duas características da Internet se destacam: interatividade e conectividade. Desse modo, essas características de interconectividade e interatividade da Internet a torna uma ferramenta disruptiva na estruturação e gerenciamento de um empreendimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme apresentado ao longo deste artigo, é possível reforçar a importância do assunto abordado, visto que o mesmo pode impactar fortemente geração de novos negócios e manutenção de um empreendimento.

As informações e dados apresentados neste trabalho contribuem de forma significativa o campo de estudo das novas tecnologias como estratégia de negócios, pois a mudança é constante e devemos nos adequar e fazer das ferramentas disponíveis da melhor forma

possível. Sendo assim, com o levantamento de informações ao longo da pesquisa e da análise das informações, foi possível concluir que o investimento em conhecimento e desenvolvimento de inovações tecnológicas atuais é fundamental para aquelas empresas que almejam se manterem competitivas e gerarem impactos positivos na sociedade de uma forma ampla. Desse modo, conclui-se que as empresas precisam se adaptar à realidade e agir rapidamente tanto frente aos problemas e oportunidades resultantes desse novo ambiente de negócios.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORGES, M. E. A informação e o conhecimento na Biologia do Conhecer: uma abordagem cognitiva para os estudos em Inteligência Empresarial. Acesso em 28 de março de 2022, disponível em Redaly: https://www.redalyc.org/pdf/147/14702205.pdf.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. Metodologia científica. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

FLEURY, A.; FLEURY, M. T. Estratégias empresariais e formação de competências: um quebra-cabeças caleidoscópico da indústria brasileira. São Paulo: Atlas, 2001.

FLEURY, M. T.; FISHER, R. M. Cultura e Poder nas Organizações. São Paulo: Atlas, 1996.

GUNDLING, E. F. The 3M way to innovation: balancing people and profit. New York: Vintage Books, 1999.

OCDE; FINEP. Finep. Acesso em 29 de março de 2022, disponível em Finep: http://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf.

PLANT, R. e-Commerce formulation of Strategy. New Jersey: Prentice Hall, 2000.

PORTER, M. E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

REZENDE, D.; ABREU FRANÇA, A. Tecnologia da informação aplicada a sistemas de informação empresariais. São Paulo: Atlas, 2000.

SCHUMPETER, J. A. Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

WEIL, P.; VITALE, M. R. Place to Space – migrating to e-business models. Harvard Business School Publishing Corporation, 2001.