

UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA - UFDPAr
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DE ADMINISTRAÇÃO E INFORMÁTICA
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

EUGÊNIO LOURENÇO CHAVES

**UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO SOBRE A INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL: UM
CAMINHO SEM VOLTA?**

PARNAÍBA – PIAUÍ
2023

EUGÊNIO LOURENÇO CHAVES

**UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO SOBRE A INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL: UM
CAMINHO SEM VOLTA?**

Artigo científico apresentado ao curso de administração da Universidade Federal do Delta do Parnaíba – UFDPAr, como requisito curricular indispensável para a integralização do Curso de Bacharelado em Administração sob a orientação da Professora Dra. Celina Maria de Souza Olivindo

PARNAÍBA – PIAUÍ
2023

ATA DE DEFESA PÚBLICA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA – UFDPAr
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

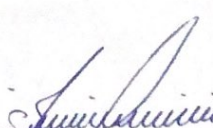
ATA DE DEFESA PÚBLICA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos 15 dias do mês de março de 2023, às 18:40 horas, em sessão pública na sala 704 do curso de administração no Campus Ministro Reis Velloso, da Universidade Federal do Delta do Parnaíba - UFDPAr, na presença da Banca Examinadora presidida pela Professora CELINA MARIA DE SOUZA OLIVINDO, e composta pelas examinadoras:

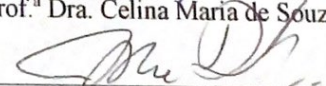
1. Prof.^a Maria Dilma Ponte de Brito
2. Prof.^a Darlene Silva dos Santos,

O aluno EUGÊNIO LOURENÇO CHAVES, apresentou o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO SOBRE A INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL: UM CAMINHO SEM VOLTA? como requisito curricular indispensável para a integralização do Curso de Bacharelado em Administração. Após reunião em sessão reservada, a Banca Examinadora deliberou e decidiu pela Aprovação do referido trabalho, divulgando o resultado formalmente ao aluno e demais presentes e eu, na qualidade de Presidente da Banca, lavrei a presente ata que será assinada por mim, pelos demais examinadores e pelo aluno.

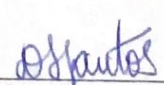
Parnaíba, 15 de março de 2023



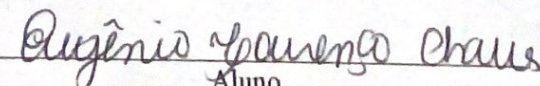
Presidente da Banca Examinadora
Prof.^a Dra. Celina Maria de Souza Olivindo



Examinadora Interna
Prof.^a Msc Maria Dilma Ponte de Brito



Examinadora Interna
Prof.^a Dra Darlene Silva dos Santos



Aluno
Eugênio Lourenço Chaves

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Delta do Parnaíba
Biblioteca Central Prof. Cândido Athayde
Serviço de Processamento Técnico

C512e Chaves, Eugênio Lourenço

Um estudo bibliográfico sobre a inovação organizacional: um caminho se volta? [recurso eletrônico] Eugênio Lourenço Chaves. – 2023.

1 Arquivo em PDF.

Monografia (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Delta do Parnaíba, 2023.

Orientação: Prof^a. Dr^a. Celina Maria de Souza Olivindo

1. Inovação. 2. Gestão Estratégica. 3. Organizações. I. Título.

CDD: 658.1

INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL: UM CAMINHO SEM VOLTA?

Eugênio Lourenço Chaves¹
Celina Maria de Souza Olivindo²

RESUMO

Esse estudo tem como objetivo identificar o que motiva a inovação dentro das organizações. Para isso, a pesquisa se vale de uma metodologia de abordagem qualitativa, de cunho bibliográfico como procedimento técnico de análise comparativa. O estudo avaliou qualitativamente trabalhos coletados na plataforma SCIELO, publicadas no período de 2017 a 2022, que possui no tema a necessidade de inovação nas organizações. Após a busca realizada na plataforma, foi coletado para leitura estilo *scanning* inicialmente 23 (vinte e três) artigos com palavras chave referente ao tema sugerido na pesquisa. Após a leitura dos 23 artigos foi selecionado 10 (dez) para que fosse realizado uma leitura mais aprofundada no estilo *Skimming*, a fim de buscar informações mais detalhadas. Como resultado, evidencia-se que a necessidade de inovação se dá por diversos fatores, tais como pela necessidade de competitividade, por força da legislação, ou por exigências sociais, em organizações diversas. Promovendo melhorias de processos, produtos e serviços, oriundo da necessidade de as organizações se manterem no mercado. No entanto, a pesquisa também evidencia que existe uma necessidade latente que as organizações criem um ambiente adequado, investindo na cultura organizacional, sendo ela uma facilitadora da inovação, por meio de investimentos em capacitações, estruturas e cultura organizacional criando então um pensamento inovador em toda a empresa.

Palavras-Chave: inovação; gestão estratégica; organizações.

¹ Acadêmico do curso de bacharelado em administração da UFDPAr.

² Professora orientadora, Doutora em administração UFDPAr

1 INTRODUÇÃO.

Inovação nas organizações é a capacidade de transformar uma ideia em algo que possa auxiliar no progresso das empresas e da sociedade em geral, de modo que a criação desses novos produtos, práticas ou serviços possam favorecer o desempenho dos negócios (ROCHA, OLAVE e ORDONEZ, 2018).

Para que seja feita a inovação é necessário que a organização, ou indivíduos, reconheçam a oportunidade e faça surgir novas ideias para serem levadas ao mercado, dessa forma, as organizações de um modo geral buscam sempre estão inovando, visto que é necessário atender as demandas internas e externas do ambiente no qual está inserida (DÍAS, 2014).

A gestão estratégica é definida como o processo transformacional da organização, voltada para o gerenciamento visando alcançar melhores resultados, sendo liderado, conduzido e executado pela alta administração em um processo que envolve toda a organização. Com isso surge a inovação, que envolve o processo de reconhecer a oportunidade, elaborar, associar ou sintetizar conhecimentos gerando novos produtos, serviços ou processos. Para que a empresa queira se manter no mercado é necessário que utilize a inovação, buscando novas práticas, produtos, serviços e processos por meio de novos aprendizados.

Desse modo, esse estudo possui como objetivo identificar o que motiva a inovação dentro das organizações. Para guiar esse estudo ele possui a seguinte pergunta norteadora: O que motiva a inovação dentro das organizações? Esse estudo se justifica pela necessidade crescente das empresas inovarem, visto que o ambiente em que estão inseridas estão em constante mudança, tornando necessário que as organizações busquem constantemente a inovação. Esse estudo se justifica devido a necessidade de compreender o motivo pelo qual as organizações em todo o mundo buscam novos produtos, processos e serviços, por meio da inovação e como esse processo pode contribuir para a melhoria na qualidade ambiental e social.

O procedimento metodológico utilizado no estudo foi a análise comparativa, de cunho qualitativo, por meio do estudo bibliográfico e documental do tema, sendo feita com base em fontes bibliográficas e documentais, sendo utilizado o método de análise comparativa. Após selecionados os estudos na plataforma *SCIELO*, utilizando o termo: gestão da inovação nas organizações, sendo encontrados 142 resultados que, após realizado o filtro e sendo selecionados apenas os estudos que preencham os seguintes requisitos: I - publicações apenas

no idioma português; II – publicações de 2017 até o ano de 2022; e, III – estudos brasileiros; restaram apenas 23 (vinte e três) estudos. Para a análise da pesquisa foi realizado o filtro dos estudos que possuem temas que abordam a necessidade de inovação nas organizações, restando apenas 10.

Em termos de organização, esta pesquisa está dividida em cinco seções, a introdução aqui expõe uma breve contextualização da pesquisa, apresentando a problemática, objetivo geral e específico, além de apresentar a metodologia utilizada na pesquisa. Na segunda seção é exposto o referencial teórico, no qual são abordados conceitos sobre Gestão, Gestão Estratégica nas Organizações e Inovação. Em seguida, são apresentados os procedimentos metodológicos que foram utilizados para delimitar o tema, o objeto de estudo e os critérios que os dados precisam atender para que a análise fosse realizada. Na quarta seção apresenta-se a análise e interpretação dos dados, utilizando de um quadro para melhor visualização dos estudos analisados. Após a análise, ainda no mesmo capítulo, mostram-se as discussões e os resultados encontrados. Por fim, apresentam-se as considerações finais sobre a pesquisa, estando presentes os comentários acerca dos resultados encontrados e sugestões para futuros estudos.

2 REFERENCIAL TEORICO

Neste capítulo são apresentados os principais conceitos consultados para a realização desta pesquisa, compreendendo os tópicos de Gestão, sendo abordados seus conceitos, além dos conceitos e como funciona a Gestão Estratégica nas Organizações e como se dá a Inovação, além de ferramentas utilizadas para que seja possível mensurar o grau de inovação nas organizações.

2.1 GESTÃO

Com origem do latim *gestione*, a palavra se refere ao ato de gerir, gerenciar, administrar. Sendo assim, é o mesmo que administração. (AURÉLIO, 1999). O termo gestão possui um grande poder e é de suma importância entendê-la. Pode ser definida como uma junção técnica, artística e multidisciplinar com o objetivando o sucesso empresarial na atualidade como um todo. Resumidamente, podemos dizer que gerir é agir (REDWOOD, *et al.*, 2000).

Para Peter Drucker (2002) os negócios podem ser comparados aos jogos de azar ou uma roleta russa que por muitas vezes podem parecer irracionais, que qualquer indivíduo

pode ganhar ou ter sucesso, contanto que esse seja implacável. No entanto, é assim que naturalmente qualquer ação humana é parecida, quando é analisada por um observador externo, a não ser que essa ação seja elaborada com uma finalidade, uma razão ou um porquê da execução, em outras palavras, que possa ser ministrada como um saber geral de um saber técnico. De um modo geral a gestão, possui um objetivo, segue etapas, sistemas e tem um conhecimento técnico. Gestão também é arte, tecnologia e ciência (CÔRTE REAL 1999).

A gestão pode ser caracterizada também como uma ciência (AURÉLIO, 1999), visto que ele possui um saber único: ela é constituída por um agrupamento de saberes sociais adquiridos ao longo da história, providos de universalidade que permeiam sua propagação. E os saberes da gestão também são constituídos de métodos, teorias e linguagem próprios, que objetivam a orientação das atividades humanas. No qual muitas vezes, a gestão é dotada com os métodos científicos (CÔRTE REAL 1999).

Na contemporaneidade, o modo de gerir está mais abrangente e multifacetado comparado ao passado. Desse modo, é necessário que o gestor esteja pronto para analisar, refletir, dirigir e decidir em situações adversas do passado. Diariamente o Administrador precisa lidar com diferentes saberes que são: Interdisciplinaridade, as etapas de negócio que contemplam equipes de diferentes áreas, perfis profissionais e linguagens. Complexidade, problemas que possuem maiores tipos de variantes. Multiculturalidade, o gestor lidará com problemas de trabalho com elementos fora de seu meio de origem, e por consequência, também lidará com culturas novas. Inovação, o administrador terá que se adaptar às novas tecnologias e utilizará ao seu favor para gerar lucros e se sobressair da concorrência mercadológica (VICENT, 2002).

2.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DAS ORGANIZAÇÕES

A administração estratégica atualmente é o processo que permite à organização procurar atingir seu propósito ao longo do tempo em que atua, gerindo pessoas e recursos (PAIXÃO, SILVEIRA e NASCIMENTO, 2019). A gestão estratégica pode ser definida como o processo de transformar a organização, estando voltada ao gerenciamento eficiente e eficaz, visando alcançar melhores resultados, sendo liderado, conduzido e executado pela alta administração, com colaboração de todos (COSTA, 2017) e (FELIPE e ROJO, 2019).

A gestão estratégica das organizações é assunto debatido e abordado por vários teóricos, que estudam a gestão das organizações (CASADO, PAULINO e ANDRÉ, 2021).

Desse modo, a gestão estratégica está ligada ao fato da empresa tomar decisões privilegiando a visão generalista, sem esquecer-se das particularidades que possui (CASADO, PAULINO e ANDRÉ, 2021) e (JOHNSON, *et al.*, 2011).

Atualmente, as empresas além de se preocuparem com o aspecto econômico que possuem em suas atividades, elas também precisam estar constantemente atentas ao ambiente em que estão inseridas, desse modo a gestão estratégica se define como o processo da tomada de decisões, a implementação de ações com o objetivo de conceber, desenvolver, implementar e sustentar estratégias que possam garantir vantagem competitiva em meio às outras organizações (CASADO, PAULINO e ANDRÉ, 2021) e (ROCHA, 1999).

Gestão estratégica se posiciona nas organizações de modo geral, disseminando a versão da organização que pratica a gestão formal, racional e burocrática para que esteja resguardada da previsibilidade e a dinâmica de controle (PERSSON e NETO, 2020).

O ambiente adequado para formular estratégias ocorre quando a organização precisa responder a alguma demanda interna ou externa, ou quando um concorrente age prejudicando seus resultados (CASADO, PAULINO e ANDRÉ, 2021). Desse modo, é papel do gestor enfrentar o ambiente de negócios, encontrando pontos que o diferencie dos concorrentes por meio da gestão estratégica e por meio de vantagens competitivas (CASADO, PAULINO e ANDRÉ, 2021) e (FONSECA, 2021).

2.3 INOVAÇÃO

Inovação, para as organizações, é a capacidade de converter uma ideia em algo que possa ser comercializado, de modo a auxiliar no progresso das empresas, países e economia, de modo que a criação desses produtos, processos ou serviços favorecem o desempenho dos negócios, o bem estar da sociedade e na criação de riquezas (IMBUZEIRO, 2014) (MASTUR, *et al*, 2015) e (ROCHA, OLAVE e ORDONEZ, 2018).

A inovação envolve o processo de reconhecer a oportunidade e, por meio disso, surge uma nova ideia a ser desenvolvida e levada ao mercado, dessa forma, em resposta à necessidade de inovar, as empresas elaboram, associam ou sintetizam conhecimentos para gerar novos produtos, serviços ou processos (DÍAS, 2014).

Para que a empresa se mantenha no mercado que é altamente competitivo, é necessário que se utilize da inovação, buscando melhorias, novas práticas e novos aprendizados (ROCHA, OLAVE e ORDONEZ, 2018). De acordo com os autores, a inovação se dá por meio da identificação de novas oportunidades, acumulando conhecimento e

inserindo nas organizações por meio de práticas que alteram e promovem melhorias no funcionamento da empresa em meio ao mercado.

O processo da inovação tem a necessidade de pactuar socialmente com a tecnologia e a ciência, possuindo inúmeras etapas com o objetivo de alterar os métodos que se desenvolvem dentro das organizações, impactando diretamente nas mercadorias e chegando ao consumidor final, mediante a grande concorrência mercadológica (CARON, 2006) e (DIAS, 2014).

A inovação é uma ação que pode ser ministrada por indivíduos e que podem ter auxílio da gestão do conhecimento, estilo gerencial e liderança, recursos, estrutura organizacional, estratégia corporativa e tecnologia, auxiliando na formação da cultura organizacional (SMITH, *et al*, 2008). Esse modelo permite uma maior dimensão da capacidade de inovação ao focar o processo de inovação e seus antecedentes, incluindo os fatores mais relevantes, como o relacionamento com clientes.

É essencial que as empresas busquem inovar seus produtos e serviços para que possam se manter no mercado, auxiliando na melhora dos produtos, serviços e processos e contribuindo com o desenvolvimento regional onde estão localizadas.

Devido ao aumento de estudos na área da inovação, se tornou necessário utilizar ferramentas que sejam capazes de mensurar em que grau a inovação se faz presente nas organizações (COSTA e NETO, 2022). Uma das ferramentas disponíveis para mensurar o grau de inovação das organizações é o radar da inovação que surge com o objetivo de mensurar a inovação de forma prática, como também avaliar o grau de inovação das organizações de pequeno porte; essa ferramenta exibe 12 dimensões dentro da inovação empresarial, que são sustentadas pelas ofertas que uma empresa oferta, pelos seus clientes, processos que emprega e pontos de presença que usa para levar suas ofertas ao mercado (FLORENCIO, 2019) e (SAWHNEY e ARRONIZ, 2006).

De acordo com (SEBRAE, 2015) às dimensões que compõem o radar da inovação são:

- a) Ofertas; b) Plataforma; c) Marca; d) Clientes; e) Soluções; f) Relacionamento; g) Agregação de valor; h) Processos; i) Organização; j) Cadeia de fornecimento; k) Presença/prença; l) Rede; e, m) Ambiência inovadora.

Desse modo, é necessário que a inovação seja mensurada se utilizando das ferramentas disponíveis no mercado, a fim de verificar em qual posição a empresa se encontra em maio ao mercado extremamente competitivo.

3. METODOLOGIA

A abordagem de pesquisa consistiu em uma abordagem qualitativa, haja vista que essa abordagem oportuniza maior compreensão do fenômeno em sua abrangência e complexidade, permitindo que se possa descrevê-lo de maneira rigorosa (SANTOS, 2005). Dito isso, essa é uma pesquisa de cunho qualitativa.

A pesquisa foi elaborada com base em fontes bibliográficas e documentais sendo descrita como sendo “desenvolvida a partir de material já elaborado” (Gil, 2008). De acordo com o objetivo da pesquisa, foi utilizado o método de pesquisa comparativa, por meio do método de análise comparativa que permite investigar indivíduos, classes, fenômenos ou fatos, visando ressaltar diferenças e similaridades entre eles (GIL, 2008). De acordo com o objetivo da pesquisa, foi utilizado o método de pesquisa comparativa, por meio do método de análise comparativa que permite investigar indivíduos, classes, fenômenos ou fatos, visando ressaltar diferenças e similaridades entre eles (GIL, 2008).

Nos meses de janeiro e fevereiro do ano de 2023 foram selecionados artigos na plataforma *SCIELO*, sendo utilizada a plataforma devido a facilidade de acesso aos estudos de diversos periódicos brasileiros. A pesquisa verificou os estudos dos anos de 2017 a 2022 que possuíam como tema a necessidade de inovação nas organizações.

Durante a pesquisa foi utilizado o termo: gestão da inovação nas organizações, sendo encontrados 142 resultados que, depois de realizado o filtro e sendo selecionados apenas os estudos que preencham os seguintes requisitos: I - publicações apenas no idioma português; II – publicações de 2017 até o ano de 2022; e, III – estudos brasileiros; restaram apenas 23 (vinte e três) estudos. A pesquisa analisou 23 (vinte e três) estudos que se encaixam nos requisitos estabelecidos, sendo feita a leitura de todos, com ênfase no objetivo e resultados encontrados, de modo que pudesse ser identificado os artigos que abordam a necessidade de inovação nas organizações, restando apenas dez.

4. ANÁLISES E DISCUSSÕES

Por meio da leitura da análise dos objetivos e resultados de cada um dos estudos analisados, foi possível desenvolver um quadro demonstrativo que possui as informações dos autores, ano do estudo, título e objetivo dos artigos analisados, seguindo de uma análise discursiva para cada artigo.

Quadro 1 – Estudos analisados.

AUTORES	ANO	TÍTULO	OBJETIVO
ARAÚJO, CORREIA e CÂMARA	2022	Influência da Inovação Ambiental na Sustentabilidade Corporativa em Companhias Latino Americanas	Analisar a influência da inovação ambiental na sustentabilidade corporativa nos principais mercados de capitais da América Latina a partir da perspectiva da Visão Baseada em Recursos
SOUSA, <i>et al</i> ,	2022	Diretrizes para a Implantação de Inovações em Organizações Hospitalares	Propor um conjunto de diretrizes para apoiar a gestão durante a implantação de inovações em organizações hospitalares.
LIMA, BATISTA e MOREIRA	2021	Capacidade absorptiva de empreendimentos incubados e as ações de inovação no contexto de agronegócios paraibanos	Analisa a capacidade absorptiva e as ações de inovação de empresas incubadas na Incubadora de Agronegócios das Cooperativas, Organizações Comunitárias, Associações e Assentamentos Rurais do Semiárido da Paraíba (Iacoc).
MENDONÇA, SANTOS e VARVAKIS	2022	Práticas de gestão do conhecimento nas instituições do Sistema de Justiça brasileiro	Identificar como as práticas da Gestão do Conhecimento contribuem para a aprendizagem organizacional e inovação nas instituições do Sistema de Justiça brasileiro.
SANTOS e VOKS	2021	Repensando os Estudos Fronteiriços: Participação e Inovação Social no Desenvolvimento das Zonas de Fronteiras	Foca a importância do ecossistema de inovação social (EIS) para o desenvolvimento das zonas de fronteira
BEVILACQUA, FREITAS e PAULA	2019	Inovação e Marcas: A Perspectiva dos Gestores em Estudo de Casos Múltiplos no Triângulo Mineiro	Identificar o que é uma marca inovadora na perspectiva dos gestores de empresas do Triângulo Mineiro e descrever como eles administram as marcas inovadoras
D'AMARIO e COMINI	2018	Inovação social nos empreendimentos sociais brasileiros: uma proposta de escala para sua classificação	Desenvolver e validar uma escala para entender como as organizações sociais empreendedoras identificam as inovações sociais geradas por seus empreendimentos
FERREIRA e JABBOUR	2017	Relacionando níveis de maturidade em gestão ambiental e a adoção de práticas de Green Supply Chain Management:	Buscou-se, por meio de múltiplos casos, a caracterização de um padrão lógico de adoção de práticas de GSCM inerentes a cada nível de

		convergência teórica e estudo de múltiplos casos	maturidade em gestão ambiental
CÂNDIDO e VALE	2018	Práticas de gestão da informação e inovação aberta em um pólo tecnológico brasileiro	Identificar práticas de Inovação Aberta e ações de Gestão da Informação utilizadas pelas organizações no pólo tecnológico da cidade de Florianópolis, em Santa Catarina.
CORDEIRO, <i>et al</i>	2018	Capital estrutural na gestão das enfermeiras em hospitais	Descrever como os componentes do capital estrutural são utilizados na gestão de enfermeiras em organizações hospitalares.

Fonte: Elaborado pelo autor, (2023).

Por meio da revisão bibliográfica foram encontrados estudos que serão apresentados e interpretados nesta seção. Após a seleção e análise dos estudos, foi elaborado um quadro com o objetivo de facilitar a visualização dos autores, tema e objetivo.

De acordo com Araújo, Correia e Câmara (2012) na sustentabilidade, os gestores devem incentivar a inovação em vista de canalizar conhecimentos externos, atendendo às expectativas das partes interessadas da empresa, sejam elas internas ou externas. Dessa forma, na visão sustentável das organizações, ao buscar inovar produtos/serviços, é buscado matéria-prima que permita a reciclagem e também a busca por componentes de menor impacto ambiental, impactando positivamente os resultados econômicos e ambientais, diminuindo o impacto ambiental.

O segundo estudo, de Sousa, *et al*, (2022), diz que a prática de inovação nos hospitais ocorre de maneira reativa, a partir da identificação de um problema, no entanto, embora tenha a identificação do problema, alguns ambientes organizacionais não permitem ou não possuem um ambiente adequado para à prática de inovação, sendo considerados como barreiras os colaboradores mais antigos que são resistentes ao processo de inovação.

No estudo de Lima, Batista e Moreira, (2021) o processo de inovação nos empreendimentos se deu pela necessidade de padronizar os produtos, sendo feito a fim de evitar desperdícios, economia com ingredientes e ajustes no formato do produto. Dessa forma, os conhecimentos se dão com a capacidade dos empreendedores de transferir experiências, informações e percepções para as práticas de inovação, transformando conhecimentos adquiridos em novas práticas pessoais e profissionais.

O estudo de Mendonça, Santos e Varvakis, (2022) diz que a Administração Pública, como todas as organizações precisam inovar para manter-se competitivas, integrando pessoas, processos e tecnologias, sendo percebido a necessidade de gerenciar o conhecimento organizacional para inovar e desenvolver a aprendizagem nas organizações.

O estudo de Santos e Voks, (2021) defende que as inovações sociais são feitas a partir de novas ideias e práticas que surgem na busca de responder diferentes problemas públicos, como a qualidade de vida, garantia de direitos, o combate à pobreza e à exclusão social, por meio de projetos, ações e projetos inovadores, com apoio de demais instituições que promovam a difusão cultural.

O estudo de Muniz, *et al*, (2021), defende que as organizações devem buscar conhecer as necessidades e demandas dos clientes, conectando-as a eles explorando seus conhecimentos. Existem ferramentas que podem ser utilizadas para isso, entre elas se destaca a *Customer Knowledge Management*, que trabalha a gestão do conhecimento entre empresa-cliente, permitindo a quebra de barreiras, aproximando-os e os tornando todos participativos do processo de geração de valor e de inovação.

O estudo de Picoto, Crespo e Carvalho, (2020) defende que as inovações que se tornam sucesso melhoram a percepção de marca perante os consumidores, desse modo, as organizações que buscam implementar a inovação podem utilizar de alguns meios para incentivar a criação do pensamento inovador, como: a criação de um centro de inovação, estabelecer programas de premiações financeiras pelas melhores ideias, implementar um programa de prospecção e de parcerias com startups, manutenção do ambiente físico que estimule a inovação, e, utilização de recursos públicos oriundos de políticas públicas destinadas ao fomento da inovação.

O estudo de D'amario e Comini, (2018) defende que as empresas que fomentam a inovação social têm recebido atenção de políticos, acadêmicos e profissionais, estimulando os empreendedores sociais a alocar melhor seus recursos ou a atenção em diversos tipos de inovações sociais, como o objetivo de obter melhores resultados para seus empreendimentos.

O oitavo estudo de Ferreira e Jabbour, (2017) defenda a ideia de as organizações ambientais podem seguir diversos níveis de inovação, sendo: a) modo reativo, as inovações e mudanças de práticas ocorrem por imposição legislativa; b) nível preventivo, as organizações adotam as medidas visando o retorno de investimentos e à redução de custos operacionais; e, c) nível proativo, as organizações adotam práticas da inovação de produtos, processos entre outras, visando obter vantagem competitiva.

De acordo com o estudo de Cândido e Vale, (2018) a inovação pode ser feita por toda a organização, sendo feita por agentes internos e externos podendo ser colaboradores, consumidores, fornecedores, entre outros. No entanto, é necessário enfatizar que não existem documentações que possam proteger as organizações de possíveis vazamentos de informações

internas, colocando a organização em uma situação de vulnerabilidade diante do mercado competitivo. Além disso, para que a inovação ocorra, os autores enfatizam que é necessário que haja boa comunicação entre todos os atores responsáveis e demais departamentos que podem ser afetados pela mudança nos produtos, serviços ou processos organizacionais.

O estudo de Cordeiro, *et al*, (2018) foi realizado na área da saúde e diz que o conhecimento deve ser gerenciado para fomentar a capacidade de inovar e o desenvolvimento de novas soluções para a organização, que está inserida em um mercado que se encontra em rápidas e constantes transformações. A organização que adota práticas inovadoras consegue ampliar a competitividade em meio ao cenário empresarial, melhorando a qualidade de bens, serviços e processos, aumentando a capacidade produtiva e a qualidade de vida dos colaboradores e dos clientes.

Buscando responder à pergunta norteadora: Por que existe a necessidade constante de inovação dentro das organizações? A necessidade se dá devido fatores internos e externos das organizações, sendo elas em seus mais variados ramos, seja na área ambiental, social ou de comércio de produtos ou serviços. Na demanda interna, a inovação ocorre pela necessidade de melhorar os processos, aumentar a qualidade de vida do trabalhador e redução de custos. Enquanto que na demanda externa a inovação se dá pela necessidade de atender às expectativas legais, de sobrevivência no mercado e de atender às necessidades dos clientes.

Desse modo, o processo de inovação ocorre a todo instante nas organizações, sendo um dos componentes essenciais para a sobrevivência das organizações. No entanto, é necessário enfatizar que embora seja um processo que deve ocorrer com frequência, existem organizações que ainda não encorajam a criatividade dos atores participantes no processo inovador, sendo necessário que a empresa como um todo esteja envolvida, fornecendo e criando um ambiente adequado para possibilitar o avanço e melhora da organização em sua totalidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo teve como objetivo identificar o que motiva a inovação dentro das organizações, a partir deste estudo foi possível concluir que a necessidade constante de inovação nas organizações, sejam elas organizações públicas e ou privadas, é elemento essencial para promover a sobrevivência da mesma no mercado sendo as privadas mais impactadas com a falta de inovação.

Dessa forma, as organizações que permitem a busca da inovação além de estarem de acordo com a legislação, ainda conseguem melhorar a sua imagem perante a sociedade, além da possibilidade obter vantagens financeiras por meio do governo. Embora seja vista a necessidade de inovar, algumas organizações ainda são resistentes ao processo de mudança, assim como colaboradores mais antigos das organizações. Com isso, é visto a necessidade de a empresa fomentar por meio de ferramentas, premiações, criando um ambiente propício, com comunicação eficiente para que os colaboradores estejam confortáveis para que possam aplicar às mudanças organizacionais.

Um dos desafios na realização desse estudo foi a seleção dos artigos a serem analisada, tendo em vista o grande volume de trabalhos encontrados na busca. O número de estudos que abordam o tema deste estudo é frequente nos estudos administrativos, por isso o volume, mas quando feita a análise por meio da leitura esse número reduziu, haja vista que a articulação entre os termos deste trabalho possibilitou um entendimento mais focado, abordam então não apenas o termo inovação, mas a necessidade de inovação nas organizações.

Este estudo buscou contribuir com o pensamento da necessidade da inovação e buscou entender o motivo pelo qual essa necessidade se tornou constante nas empresas. Para futuros estudos é recomendado que estes busquem realizar pesquisas de campo para que possam identificar como o processo ocorre na prática. Como sugestão para futuros estudos, recomenda-se que sejam realizados estudos de campo, visando identificar nas organizações, por meio de seus gestores e colaboradores, como é identificada a necessidade de inovação nas organizações.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, R. A. de M., CORREIA, T. de S., & CÂMARA, R. P. de B.. **Influence of Environmental Innovation on Corporate Sustainability in Latin American Companies.** Organizações & Sociedade, Organ. Soc., 2022.

BEVILACQUA, R.; FREITAS, V.; PAULA, V. A. F.. **Inovação e Marcas: A Perspectiva dos Gestores em Estudo de Casos Múltiplos no Triângulo Mineiro.** BBR, Braz. Bus. Rev. Vitória , v. 17, n. 6, p. 686-705, Dec. 2020.

CÂNDIDO A. C.. VALE M. A. **Práticas de gestão da informação e inovação aberta em um pólo tecnológico brasileiro.** Perspect ciênc inf, 2018.

CARON, A. **Inovação tecnológica e a pequena e média empresa local.** In: **O desenvolvimento sustentável em foco: uma construção multidisciplinar.** Gilson Batista de Oliveira, José Edmilson de Souza-Lima. Curitiba: São Paulo: Annablume, 2006.

CASADO, J. H. M.. PAULINO, Viviane Asanuma; ANDRÉ, João Simba. **O profissional de custos e as competências buscadas pelas empresas em anúncios de emprego.** Revista de Ciências Gerenciais, v. 25, n. 41, p. 02-09, 2021.

CORDEIRO, A. L. A. O., *et al.* **Capital Estrutural na gestão das enfermeiras em hospitais.** Texto & Contexto - Enfermagem, 2018.

CÔRTE REAL, M. **Marketing de Tecnologia.** Porto Alegre: Sebrae-RS, 1999.

COSTA, E. A. **Gestão estratégica.** São Paulo: Saraiva, 2017.

COSTA, S. E.. NETO, R. A. C. **Escalas para Mensurar Inovação: Identificação de elementos utilizados para mensurar a inovação no contexto empresarial entre o período de 2000 a 2020.** Revista de Administração, Sociedade e Inovação, v. 8, n. 2, p. 24-41, 2022.

D`AMARIO, E. Q.COMINI, G. M. **Social Innovation in Brazilian Social Entrepreneurships: A Proposed Scale for its Classification.** Revista Brasileira De Gestão De Negócios, 22, 2020.

DIAS, P. **Inovação sustentável na cadeia de suprimentos.** ENCONTRO INTERNACIONAL SOBRE GESTÃO EMPRESARIAL E MEIO AMBIENTE, 16. 2014.

DRUCKER, P.O **Melhor de Peter Drucker.** São Paulo: Exame/Nobel, 2001.

FERREIRA, A. B. H. **Dicionário Eletrônico Aurélio Século XXI.** Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira e Lexikon Informática, 1999.

FELIPE, L. M.. ROJO, C. A. **Adoção de “Gestão Estratégica” por uma empresa distribuidora de derivados de petróleo.** RACE-Revista de Administração, Contabilidade e Economia, v. 18, n. 3, p. 503-520, 2019.

FLORÊNCIO, R. C. **Radar da inovação: uma análise do grau de inovação organizacional em indústrias de cerâmica da cidade de Assú/RN.** 2019.

FONSECA, G. B.. *et al.* **Competências profissionais para atuação em custos: comparação entre literatura e mercado.** In: Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC. 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

IMBUZEIRO, P. E. A. **Proposta e Avaliação de um Modelo da Dinâmica da Inovação nas Micro e Pequenas Empresas Atuando em Redes: Um Estudo do Setor de TIC em Alagoas.** 2014, 171 f. Tese (Doutorado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2014.

LIMA, K. T.. BATISTA, L. F.. MOREIRA, V. F. **Capacidade absorptiva de empreendimentos incubados e as ações de inovação no contexto de agronegócios paraibanos.** RAM, Rev. Adm. Mackenzie, São Paulo , v. 23, n. 5, 2022 .

MARCO, F, A. JABBOUR, C. J. C. **Relacionando níveis de maturidade em gestão ambiental e a adoção de práticas de Green Supply Chain Management: convergência teórica e estudo de múltiplos casos.** Gestão & Produção, 2019.

MASTUR, A.; PINAZO, P.; TUR-PORCAR, A. M.; SÁNCHEZ-MASFERRER, M. **What to avoid to succeed as an entrepreneur.** Journal of Business Research, v. 68, p. 2279–2284, 2015.

MENDONÇA, T. C, SANTOS; N. & VARVAKIS, G. **Práticas de gestão do conhecimento nas instituições do Sistema de Justiça brasileiro.** RDBCI: Revista Digital De Biblioteconomia E Ciência Da Informação. 20, Rev. Digit. Bibl. Cienc. Inf., 2022.

PAIXÃO, C. R. SILVEIRA, A. NASCIMENTO, S. **A estratégia em organizações e o processo estratégico de gestão de pessoas.** Revista Alcance, v. 26, n. 2, p. 168-182, 2019.

PERSSON, E.. NETO, L. M. **Desenvolvimento Institucional em Organizações da Sociedade Civil: Gestão Social ou Gestão Estratégica do Social?** Administração Pública e Gestão Social, 2020.

REDWOOD, S. *et al.* **Gestão da Ação.** São Paulo: Makron, 2000.

ROCHA, R. O. OLAVE, M. E. L., ORDONEZ, E. D. M. **Estratégias de inovação para startups.** Revista Pretexto, 87-99 (2019).

ROCHA, W. **Gestão estratégica.** In: Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC. 1999.

SANTO, A. L. E.; VOKS, D. **Repensando os Estudos Fronteiriços: Participação e Inovação Social no Desenvolvimento das Zonas de Fronteiras.** Organ. Soc., Salvador , v. 28, n. 99, p. 860-887, Dec. 2021 .

SAWHNEY, M.; WOLCOTT, R. C. e ARRONIZ, I. **The 12 different ways for companies to innovate.** MIT Sloan Management Review. Vol. 47, nº 3, p. 74-81, 2006.

SEBRAE. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Guia para a inovação: Instrumento para a melhoria das dimensões da inovação.** Curitiba: Sebrae, 2015

SMITH, M. K., Busi, M., Ball, P. D., & Meer, R. van der (2008). **Factors influencing an organization's ability to manage innovation: a structured literature review and conceptual model.** International Journal of Innovation Management.

SOUSA, J. C. *et al.* **Diretrizes para a Implantação de Inovações em Organizações Hospitalares.** BBR, Braz. Bus. Rev., Vitória , v. 19, n. 3, p. 331-350, May 2022 .

DECLARAÇÃO DE CORREÇÃO DE PORTUGUÊS E NORMAS TÉCNICAS

Declaro, para os devidos fins, que realizei a revisão da dissertação "UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO SOBRE A INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL: UM CAMINHO SEM VOLTA?", de EUGÊNIO LOURENÇO CHAVES, consistindo em correção gramatical, adequação do vocabulário, inteligibilidade do texto e correção de acordo com as normas técnicas.

PARNAÍBA-PI, 27 de FEVEREIRO

2023

NOME DO PROFISSIONAL:

Tainara Lourenço Chaves Silveira

Assinatura do Profissional

FORMAÇÃO E UNIVERSIDADE:

Licenciatura em Letras - Português e Inglês.
Faculdade - Kurios



FACULDADE KURIOS



O Diretor Geral da Faculdade Kurios, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do curso de Letras, em 14 de Julho de 2017 e a colação de grau em 28 de Outubro de 2017, confere o grau de

LICENCIADA EM LETRAS - PORTUGUÊS E INGLÊS TAINARA LOURENÇO CHAVES SILVEIRA

Brasileira, natural do Estado do Ceará, nascida em 27 de Fevereiro de 1995, RG nº2007570044-6 SSPDS/CE, e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais

Maranguape, 17 de Novembro de 2017

Darci Maria Deschamps

Darci Maria Deschamps
Diretora Geral

NOVA

Diplomado