



MUST
UNIVERSITY
FLORIDA - USA

APPLIED INNOVATION - INV/640 - 1.1

INNOVATION

INOVAÇÃO NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL





INOVAÇÃO NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL

Desenvolvido por **Dallas Morais de Almeida** em 2022 baseado no livro **Inovação e Empreendedorismo**, publicado em 2019 por **Bookman**.

Objetivos de Aprendizagem

- Conhecer o conceito da inovação no contexto organizacional.
- Compreender a importância de desenvolver a inovação empresarial.

Introdução

A inovação é um processo extremamente importante dentro do contexto organizacional. Na realidade de mundo globalizado, onde todos estão conectados, assumir uma postura inovadora é uma condição indispensável para se garantir a sobrevivência no mercado.

Empresas no mundo inteiro ao estabelecerem suas estratégias de negócio e missões, sempre destacam a importância da inovação. A relevância da inovação se manifesta não apenas no contexto interno das organizações, mas são abrangentes e se aplicam a todos os que de alguma forma estabelecem algum tipo de conexão com elas.

A inovação é tão importante para os acionistas como é para os clientes, manter uma postura e desenvolver ações inovadoras é uma condição vital para o negócio, para a perpetuidade da empresa e para o crescimento organizacional. Isso acontece porque, no contexto social atual, é praticamente impossível as empresas se manterem saudáveis se continuarem sempre fazendo as coisas da mesma forma. O mercado muda, os clientes mudam, os processos mudam, as tecnologias mudam, as culturas mudam, enfim, tudo muda e as empresas precisam acompanhar e se adaptar a essas mudanças.

ASPECTOS DA INOVAÇÃO NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL

Vilas Boas (2018), esclarece que muitas pessoas confundem elementos presentes na inovação com a própria inovação e isso acaba por atrapalhar a compreensão correta da mesma. Em outras palavras, para se entender corretamente a inovação no contexto organizacional, é preciso saber identificar seus aspectos e os elementos que podem ou não estar presentes em seu processo:

- **Inovação não é uma descoberta** – Descobrir algo não significa inventar ou criar nada, pois só se descobre aquilo que já existe. Imagine que você saia para explorar uma floresta com um detector de metais e em um determinado momento descobre uma mina de metais preciosos. Essa descoberta, não o tornaria o inventor do ouro, ou da prata. Essa descoberta por si só também não te daria a capacidade de criar uma nova joia. Sendo assim, mesmo que uma empresa descubra algo potencialmente inovador e lucrativo, no contexto organizacional, a inovação não acontece apenas pela descoberta de algo.
- **Inovação não é uma ideia** – As ideias são fundamentais para o processo da inovação, apesar disso, ter uma boa ideia não significa que a inovação irá se concretizar. Ideias podem surgir de diversas formas, elas podem acontecer espontaneamente, mas também podem aparecer depois de um processo de pesquisa e estudos direcionados, ideias compartilhadas podem se complementar e gerar uma nova ideia. Apesar de tudo isso, uma boa ideia pode simplesmente não se tornar algo concreto. Existem excelentes ideias que nem ao menos são compartilhadas, sendo assim, a inovação no contexto organizacional não acontece apenas através de uma ideia, mesmo que seja inovadora.
- **Inovação não é uma invenção** – Inventos trazem como característica principal a criação de algo novo. O mundo está repleto de inventos inovadores e revolucionários, apesar disso, a inovação no contexto organizacional não acontece toda vez que algo é inventado. Existem invenções fantásticas, inovadoras e com extremo potencial lucrativo que tem o uso limitado e não são compartilhadas. Uma invenção por si só não é capaz de produzir a inovação no contexto organizacional.



A INOVAÇÃO NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL

Inovação, no contexto organizacional, está relacionada com o mercado e pode ser conceituada de forma básica como um processo, produto ou serviço, novo ou recriado, que traz novidades ou melhorias, para um mercado consumidor. A inovação no contexto organizacional se estabelece através de estratégias de exploração comercial e perspectiva de lucro das descobertas, ideias ou invenções inovadoras. Para que a inovação no contexto organizacional ocorra é necessário que a organização tenha a solução para um problema real e haja uma quantidade de consumidores suficientes dispostos a desembolsar recursos para obter essa solução. Em resumo, a inovação só acontece quando há comercialização de descobertas, ideias ou invenções.

A inovação não necessariamente consiste em inventar um novo produto ou apresentar uma descoberta revolucionária. A inovação pode acontecer através do aprimoramento e exploração de novas possibilidades dentro de processos, mercados, produtos e serviços já consolidados. Considere por exemplo os serviços de pesquisas oferecidos pela empresa Google, quando começaram a operacionalizar no mercado já existiam sites de pesquisas online, porém, a empresa conseguiu encontrar uma forma diferente de oferecer esse serviço. A empresa Google inovou e se tornou uma referência global explorando novas possibilidades dentro de um mercado e serviço já existentes.

De acordo com Tidd e Bessant (2015), a inovação se estabelece a partir de três pilares fundamentais:

- **Capacidade de criar conexões** – Relacionamentos são essenciais para o desenvolvimento da inovação. Empresas inovadoras estão constantemente se envolvendo e se relacionando com os mercados em que estão inseridas. Esses envolvimentos tem o objetivo de conhecer e criar conexões, que por sua vez aumentam a capacidade de *networking* organizacional. A capacidade de criar conexões não pode se limitar a contatos com outras organizações, mas deve ser estabelecida o mais abrangente possível, levando em consideração, clientes, fornecedores, colaboradores internos, parceiros de negócio, legislações, análises globais, etc.
- **Capacidade de Identificar oportunidades** – Não existem processos, produtos ou serviços plenamente perfeitos, sempre existe espaço para a inovação. Nesse sentido, empresas inovadoras estão constantemente atentas às movimentações do mercado para identificar brechas para o aprimoramento, mudança, atualização, substituição ou criação. As oportunidades podem se manifestar de diversas formas como por exemplo falhas ainda não identificadas, mudanças legislativas, mudanças culturais, demandas não atendidas, etc.
- **Capacidade de explorar as oportunidades identificadas** – Ter uma boa rede de relacionamento e saber identificar as oportunidades do mercado é muito pouco proveitoso se a organização não conseguir explorar as oportunidades que surgem. A inovação só irá se concretizar quando a empresa decidir e for capaz de tornar a oportunidade identificada em uma fonte de lucro. Capacidade de explorar as oportunidades diz respeito a eficiência de uma empresa em investir seus recursos assertivamente em algo identificado como promissor.

Saiba Mais

O que é inovação: conceitos básicos - Professor Mario Sergio Salerno

[LGI USP](#)

Link : <<https://youtu.be/0H1QjD1fi6Q>>. Acesso em: 22 mar. 2022.

A IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL

A inovação é uma condição indispensável para as organizações. Empresas que buscam constantemente a inovação conseguem agregar uma série de vantagens em seu posicionamento estratégico de mercado:

- **Expansão de fronteiras** – Empresas que possuem processos, produtos ou serviços inovadores conseguem criar novos negócios e assim expandir suas fronteiras. A inovação não só permite que a organização explore novas possibilidades dentro de mercados já consolidados, mas também proporciona novas oportunidades em mercados diferentes.
- **Crescimento** – Esse tópico é uma consequência direta de ações assertivas do tópico anterior. Sendo assim, pode-se considerar que inovação e crescimento são elementos correlatos. Isso acontece porque quando uma empresa desenvolve algum processo, produto ou serviço inovador, automaticamente alcança uma vantagem competitiva sobre seus concorrentes.
- **Melhores condições de transpor as barreiras do mercado** – Empresas inovadoras tem como foco principal oferecer respostas para demandas que ainda não são atendidas pelo mercado estabelecido. Nesse sentido, a organização que tem algo inovador já conta com um potencial mercado consumidor, antes mesmo de começar suas operações. Sendo assim, para organizações inovadoras é mais fácil superar algumas das barreiras de entrada.

- **Adaptabilidade** – O mercado está em constante mudança, adaptar a essas mudanças é um grande desafio, apesar disso, quem não se adapta logo é deixado para trás. Nesse sentido, empresas inovadoras têm melhores condições de adaptação diante das volatilidades do mercado, pois estão constantemente buscando formas de aprimorar seus processos.

EM RESUMO

A inovação no contexto organizacional é uma condição indispensável para a sobrevivência e crescimento das empresas no mercado. A inovação é capaz de estabelecer novos mercados e gerar benefícios econômicos e sociais. A partir da sua implementação as empresas conseguem expandir suas fronteiras, ter melhores condições de crescimento e estar melhor posicionada diante das volatilidades do mercado.

A inovação não é um processo limitado ou pontual. O contrário é um processo contínuo, pois o mercado e tudo que se relaciona com ele é extremamente instável e mutável. Nesse sentido, organizações inovadoras devem estar constantemente buscando aprimorar seus processos para sustentarem suas posições e garantir sua permanência no mercado.

Na ponta da língua



Referências Bibliográficas

Bessant, J., & Tidd, J. (2019). *Inovação e empreendedorismo*. Bookman Editora.

Tidd, J., & Bessant, J. (2015). *Gestão da inovação-5*. Bookman Editora.

Vilas Boas, E. (2018). *Gestão da inovação*. Educacional Editora.





LIVRO DE REFERÊNCIA:

Inovação e Empreendedorismo

Bessant, John e Tidd, Joe

2019, Bookman



MUST
UNIVERSITY
FLORIDA - USA