Journal of Technology & Information

Inovação Organizacional: Estratégia para Melhoria de Desempenho

Organizational Innovation: A Strategy for Performance Improvement

Recebido/*Received*: 09/04/2026 | Revisado/*Revised*: 16/04/2026 | Aceito/*Accepted*: 17/04/2026 | Publicado/*Publish*: 20/04/2026

https://doi.org/10.5281/zenodo.19660365

Laura Vilas Boas Pisaneschi
Centro Universitário Estácio de São Paulo
https://orcid.org/0009-0005-1816-0760
lauravb.pisaneschi4@gmail.com

Marcos de Oliveira Morais
Centro Universitário Estácio de São Paulo
https://orcid.org/0000-0002-5981-4725
marcostecnologia2001@gmail.com

Resumo

Novos modelos organizacionais tornam-se desafios ao processo de gestão estratégica na busca por uma maior eficiência e eficácia organizacional, permitindo potencializar ganhos e ampliar a competitividade. A inovação organizacional aliada a elementos como competitividade, cultura organizacional e produtividade permitem a ampliação do conhecimento criando valor para a empresa. A metodologia aplicada no presente artigo refere-se a bibliográfica constituída por consulta a livros, dissertações, teses, revistas científicas e artigos de congressos, permitindo a criação de combinação e criação de novos conceitos. A inovação organizacional deixa de ser um diferencial competitivo para se tornar uma condição de sobrevivência no cenário atual. Ao integrá-la à estratégia central, a empresa não apenas otimiza processos e reduz custos, mas cria uma cultura de agilidade gerando valor ao capital intelectual aplicado.

Palavras-chave: Tecnologia; Inovação; Competitividade; Cadeia de valor; Aprendizagem.

Journal of Technology & Information

Abstract

New organizational models present challenges to the strategic management process in the pursuit of greater organizational efficiency and effectiveness, allowing for increased gains and enhanced competitiveness. Organizational innovation, combined with elements such as competitiveness, organizational culture, and productivity, allows for the expansion of knowledge, creating value for the company. The methodology applied in this article refers to a bibliographic review consisting of consultations of books, dissertations, theses, scientific journals, and conference papers, allowing for the combination and creation of new concepts. Organizational innovation ceases to be a competitive differentiator and becomes a condition for survival in the current scenario. By integrating it into the core strategy, the company not only optimizes processes and reduces costs but also creates a culture of agility, generating value from the applied intellectual capital.

Keywords: Technology; Innovation; Competitiveness; Value chain; Learning.

1. Introdução

A gestão moderna enfrenta vários desafios complexos em um ambiente de negócios cada vez mais competitivo, dinâmico e globalizado. Tidd e Bessant (2015) chamam a atenção de que inovar é algo estritamente humano, pois as máquinas ainda não possuem essa habilidade. O ser humano tem a capacidade de encontrar e resolver problemas complexos com seu comportamento criativo quando em um grupo de pessoas com diferentes habilidades.

Um dos fatores mais importantes para o sucesso inovador em uma organização independente de seu ramo de atividade ou segmento é o aprimoramento da capacidade empresarial de transformar de forma sistêmica recursos internos e externos em tipos de inovações que beneficiam tanto a empresa como seus *stakeholdes* de modo geral (Silva & Pedron 2019).

Empresas que se destacam no mercado atualmente são aquelas que conseguem alinhar sua capacidade de inovação à geração de valor contínuo para seus públicos, transformando tendências em soluções concretas e sustentáveis. De acordo com Frota (2024), empresas que investem continuamente em inovação conseguem não apenas manter sua competitividade, mas também liderar transformações em seus setores de atuação.

A relevância do tema decorre de sua contribuição teórica e para a prática gerencial, fornecendo informações às empresas e estudantes que atuam ou vão atuar no campo administrativo e consequentemente enfrentam ou enfrentarão as exigências de um mercado em constante transformação (Araujo et al., 2020).

As novas tecnologias estão presentes em toda a cadeia de valor, mostrando que é possível aliar as vantagens dos recursos tecnológicos inovadores com a mão de obra humana, diminuindo os erros e aumentando a produtividade (Souza Gonçalves et al, 2022). Envolver as pessoas torna-se de fundamental importância para o sucesso efetivo de todo o processo (Morais et al, 2021).

Complementarmente, Lima (2024) enfatiza que a inovação é indispensável para a longevidade organizacional, funcionando como um mecanismo de resposta às rápidas transformações do mercado global, permitindo que as organizações alcancem vantagens competitiva expressivas.

O objetivo do presente artigo é fomentar a discussão sobre a combinação de elementos e ferramentas de gestão organizacionais na busca por novas possibilidades e ganhos, sejam estes de capital humano, sistema de gerenciamento ou mesmo organizacional.

2. Referencial Teórico

2.1. Inovação e Competitividade

Segundo Almeida et al. (2016) a inovação vem ganhando popularidade e está presente nos discursos diários entre indivíduos, empresas e governos o tema possui diversas interpretações, porém, todas convergem para a produção de algo novo, de natureza pessoal, empresarial ou institucional, de caráter objetivo ou subjetivo, e concluem que inovar é transformar ideias em valor.

O ecossistema de inovação e competitividade como um ambiente propício para a cocriação de valor, composto por atores interconectados, mas interdependentes (Adner, 2017). Os diferentes tipos de inovação em busca da competitividade requerem diferentes incentivos, suporte e reconhecimento para dar conta dos desafios estratégicos empresariais (Smith et al., 2017). Essa dinâmica exige uma mentalidade de colaboração contínua, na qual as ideias de crescimento estão vinculadas à interação com parceiros externos (Prashantham; Kumar, 2019).

A inovação é essencial para o êxito de qualquer organização em um ambiente altamente competitivo e em constante evolução. A competitividade das empresas depende da capacidade de desenvolver inovações que atendam às demandas dos mercados doméstico e internacional, considerando as especificidades dos diferentes setores econômicos e as tendências tecnológicas globais (Abreu et al, 2026). Para Santos et al (2025) no que concerne às estratégias eficazes, oriundas não apenas do planejamento formal, mas também da interação entre pessoas, experiências e contextos.

Para sustentar uma posição de liderança, a inovação deve ser encarada como um processo contínuo de adaptação digital e sustentável. Tidd e Bessant (2020) enfatizam que a gestão da inovação requer uma estrutura organizacional flexível, capaz de equilibrar melhorias incrementais com saltos disruptivos. A competitividade não é mais um estado estático, mas um alvo móvel que exige a antecipação de tendências e a rápida resposta a crises globais. Empresas resilientes são aquelas que utilizam a tecnologia para otimizar a experiência do cliente e reduzir o impacto ambiental.

O processo de gestão da inovação refere-se à capacidade de coordenação de recursos, ideias e estratégias que possibilitem implementar mudanças e soluções capazes de gerar vantagens competitivas. Além disso, a capacidade de flexibilidade e inovação dessas empresas as torna aptas a responder rapidamente às demandas do mercado, destacando-se como agentes importantes no fortalecimento da economia local e nacional (SEBRAE, 2023).

Aliar as novas tecnologias as questões sociais passam a ser um dos grandes desafios dos dias atuais, onde há um grande efetivo de pessoas que ainda não tem qualificação para entrar neste mercado tecnológico, porém as organizações também devem se modernizar para se tornarem atrativas para o mercado em que atuam sendo cada vez mais competitivas e lucrativas (Morais et al, 2025).

A importância de influenciar pessoas por meio da cultura da inovação se torna um cotidiano quando a empatia, e o compartilhar conhecimento passa a ser rotina dentro das organizações e disseminado por todos onde repassar uma metodologia, ajudar a criar oportunidades e contribuir desenvolvimento do capital humano se torna uma rotina organizacional (Bianchini et al, 2021).

2.2. Inovação como Cultura Organizacional

Para que a inovação ocorra de forma consistente e impactante, é de extrema relevância que as organizações passem a cultivar uma mentalidade de inovação, entendida como a disposição contínua para repensar práticas, desafiar o status quo e experimentar novas abordagens. Essa mentalidade não é gerada espontaneamente pela maioria das pessoas; ela precisa ser intencionalmente promovida por meio de uma cultura organizacional que valorize e incentive a criatividade, a aprendizagem e a abertura ao novo, possibilitando novos conhecimentos. A inovação não é apenas uma entrega técnica, mas uma entrega cultural e comportamental que exige engajamento coletivo (Silva et al., 2023).

Com a utilização do gerenciamento da gestão da inovação torna-se possível ser mais eficiente e eficaz nos processos, bem como ser lucrativo e competitivo no mercado em que a organização atual, agregando valor também para o seu cliente, seja este externo ou interno, atendendo assim a outros departamentos na organização criando também uma cultura organizacional (Morais et al, 2023).

A inovação organizacional é a vertente que se refere à desenvolvimento de novas estruturas no local de trabalho, nas conexões com os concorrentes ou de que maneira os colaboradores são gerenciados, nas práticas empresariais ou método de gestão. A vertente organizacional envolve mudanças na estrutura, na forma de tomar decisões e na cultura da instituição, melhorando a comunicação e tornado colaboração e a flexibilidade interna mais eficiente (Farias, 2025).

Uma cultura de inovação sólida é aquela que compreende que o erro faz parte do caminho e do aprendizado. Isso implica em aceitar e correr riscos previamente calculados e transformar as falhas em oportunidades de aprendizado e crescimento pessoal e organizacional. Empresas que aprendem com o fracasso inovam mais rápido, pois seus ciclos de aprendizagem são mais curtos e baseados em experiências reais (Silva, Martins & Pionório, 2023).

Compartilhar a inovação organizacional passa a ser um dos grandes desafios do gestor nas empresas, buscando sempre obter uma maior competitividade e produtividade do que é oferecido ao seu cliente. Para Tidd & Bessant (2015) destacam que organizações inovadoras promovem práticas estruturadas de inovação, como o uso de metodologias ágeis, plataformas de gestão de ideias e espaços colaborativos que estimulam a prototipagem de novos conceitos.

Para que uma organização construa uma cultura de inovação, é necessário integrar de maneira estratégica recursos tangíveis e intangíveis, processos estruturados e práticas contínuas que promovam criatividade, colaboração e experimentação. Nesse sentido, Nakagawa (2019) ressalta que a consolidação de uma cultura empreendedora constitui um fator determinante para a sustentabilidade e a continuidade das organizações, especialmente em contextos de intensa competitividade mercadológica.

Promover uma mentalidade de inovação exige mais do que investir em tecnologia ou contratar profissionais criativos. É necessário construir, de forma estratégica e deliberada, uma cultura organizacional que estimule a curiosidade, o questionamento, o pensamento sistêmico e a cocriação. Trata-se de uma jornada coletiva de transformação, onde cada colaborador passa a ser agente da mudança, e não apenas executor de processos preestabelecidos (Bizinoto, 2025).

2.3 Inovação auxiliando na Produtividade

As empresas devem buscar o crescimento e desenvolvimento dos seus processos, produtos, serviços e da sua produção, nesse conceito de organizações inteligentes como gestão estratégica para se manter no mercado, evoluir e progredir passa a ser um processo constante (Morais et al, 2025).

Uma cultura da inovação implementada na busca pela produtividade que valoriza a inovação e a colaboração pode impulsionar a eficácia das estratégias de gestão. Portanto, o investimento em políticas de aprendizagem e desenvolvimento é uma estratégia que pode resultar em melhorias significativas na produtividade e na satisfação dos colaboradores nas organizações (Abreu et al., 2018).

Elaborar maneiras de realizar interações e interfaces por meio de ferramentas gerenciais por meio da inovação passa a ser um dos caminhos para que as empresas e as pessoas possam se desenvolver agregando valor aos processos, serviços e a indústria, alavancando a eficiência, eficácia e a produtividade favorecendo a transição para novas evoluções gerenciais dentro das organizações (Morais et al, 2025a).

No contexto empresarial, a relação entre a organização e seus funcionários desempenha um papel crucial no sucesso corporativo. São os colaboradores que viabilizam a concretização das metas e objetivos da empresa (André et al, 2025). Promover a motivação dos colaboradores é, antes de tudo, reconhecer que pessoas são o principal capital da empresa e liderar com empatia, flexibilidade e propósito é o caminho mais eficaz para alcançar resultados sustentáveis (Camilo et al, 2025).

Em paralelo, o conceito de hipercompetição, que busca compreender as circunstâncias de surgimento sucessivo de tecnologias e soluções que induzem mudanças contínuas de mercado, gerando instabilidade e dificuldade na manutenção de certas vantagens competitivas das empresas, ganhou relevância porque incentiva a criação empreendedora de processos sucessivos de vantagens competitivas que se refletem e se adaptam ao ritmo das inovações (Ortiz et al., 2023).

O processo de melhoria contínua passa a ser um dos elementos norteadores para um processo de gestão eficiente e eficaz nas organizações auxiliando no desenvolvimento da produtividade, elevando o nível de satisfação interna e externa. Essa melhoria contínua tem como objetivo alcançar uma vantagem competitiva promovendo à criatividade, a integração, e o bem-estar de seus colaboradores e da organização (Santos et al, 2020).

Atuar em novos desenvolvimentos em busca de uma maior produtividade pode ser um dos elementos para uma redução de desperdícios e consequentemente de custos para as empresas que investem neste tipo de modelo. No âmbito macroeconômico, estudos recentes indicam que, embora o investimento em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) seja crucial, o salto real de produtividade depende da integração eficaz de novas ferramentas, como a inteligência artificial, que redefinem a entrega de valor e a agilidade institucional (Babu, 2024).

3. Metodologia

Realizou-se uma pesquisa bibliográfica constituída por consulta a livros, dissertações, teses, revistas científicas e artigos de congressos e em bibliotecas, com o objetivo de identificar quais os pontos a serem abordados na elaboração de uma proposta de aplicação do conceito de inovação organizacional.

Segundo Prodanov e Freitas (2013), a metodologia é compreendida como uma disciplina que consiste em estudar, compreender e avaliar os vários métodos disponíveis para a realização de uma pesquisa acadêmica. A Metodologia, em um nível aplicado, examina, descreve e avalia métodos e técnicas de pesquisa que possibilitam a coleta e o processamento de informações, visando ao encaminhamento e a resolução e/ou questões de investigação.

Por meio de pesquisa bibliográfica em obras que abordam o processo de inovação e suas áreas, buscou-se delinear um caminho para o desenvolvimento do referido artigo. A pesquisa bibliográfica foi feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites (Gil, 2011).

4. Análise e Interpretação dos Resultados

Conforme exposto no referencial teórico aliar competitividade, cultura organizacional e produtividade passa a ser um importante tripé a ser considerado quando se trata de elementos que favoreçam as práticas relacionadas a melhorias de desempenho e em especiais a ampliação e potencializando a capacidade inovativa na visão dos autores deste artigo.

As aplicações das tecnologias imergentes assim como o processo de gestão da inovação são engrenagens que fazem com que as organizações se movimentem, e para isto elaborar maneiras de agregar valor as novas situações e ferramentas gerenciais deve sempre ser tratada com seriedade e prioridade, pois também é considerada um fator diferencial nos sucessos das empresas que a utilizam, potencializando os possíveis resultados.

Ampliar as vantagens competitivas por meio de novas ferramentas gerenciais torna o processo viável, seja para quem propõe ou mesmo para aqueles que estão no processo de execução direta desta nova diretrizes e, portanto, podem ter algum tipo de resistência quanto ao novo (Morais et al, 2021).

A Figura 1 apresenta uma das possíveis vertentes na visão dos autores para a ampliação da inovação organizacional dentro das organizações, considerando no centro a Inovação Organizacional como núcleo transformador, a Cultura Organizacional sendo a base, o ambiente que permite o erro criativo e a experimentação, a Produtividade o resultado direto da otimização de processos e da adoção de novas tecnologias/métodos e a Competitividade como diferencial de mercado alcançado quando a produtividade e a cultura estão alinhadas à inovação.

Figura 1: Inovação Organizacional.



Competitividade: Como a inovação gera uma vantagem competitiva sustentável, permitindo que a empresa se destaque no mercado, desenvolva produtos e serviços superiores e responda de forma ágil às mudanças do setor.

Produtividade: A inovação se traduz em eficiência operacional. Novos métodos, tecnologias e processos otimizados reduzem custos, aumentam a produção e melhoram a qualidade do trabalho.

Cultura Organizacional: Esta é uma relação de via dupla. Por um lado, a inovação molda a cultura, incentivando o aprendizado contínuo, a colaboração e a abertura a novas ideias. Por outro lado, uma cultura de inovação é o solo fértil que nutre e sustenta o próprio processo inovador.

Considerando que cada vez mais as questões de competitividade estará presente nas organizações gerar novas metodologias passa a ser de extrema relevância, independentemente de sua complexidade, a empresa deve buscar ser flexível para atender as novas demandas. Seguindo esse contexto, elaborar metodologias alternativas está entre os principais fatores de competitividade de uma organização (Lau, 2015).

5. Conclusões

O processo inovativo não é apenas a elaboração de novas tecnologias, também se torna a junção de elementos gerenciais já existentes para a promoção de novas ideias e assimilação de novos pensamentos. Inovação gerencial não é uma inovação sugerida por um gestor mais também por todos os envolvidos nos processos, onde as inovações aplicadas em organizações competitivas podem ser classificadas por disruptivas na aquisição de novos conhecimentos.

As organizações com valores e práticas relacionados às essas dimensões inovativas na organização possibilitam estimular as práticas gerenciais que favoreçam a inovação, permitindo aos responsáveis pelo processo de gestão papéis importantes no direcionamento de autonomia e de geração de ideias, além de privilegiar o estímulo às soluções e tomadas de decisões, na troca de conhecimento e na criação de valor para a organização e para os colaboradores.

A inovação organizacional deixa de ser um diferencial competitivo para se tornar uma condição de sobrevivência no cenário atual. Ao integrá-la à estratégia central, a empresa não apenas otimiza processos e reduz custos, mas cria uma cultura de agilidade capaz de responder prontamente às flutuações do mercado.

O impacto direto na melhoria de desempenho reflete-se no aumento da produtividade, na retenção de talentos e na entrega de valor superior ao cliente final. Portanto, inovar exige uma visão holística que una tecnologia, capital humano e liderança consciente. O sucesso sustentável pertence às organizações que compreendem a inovação como um processo contínuo de renovação, e não como um evento isolado.

Referencial Bibliográfico

Abreu, C. M. F., Rodrigues, M. A., de Azevedo, I. O., Maçalai, G., de Freitas Cavalcante, M. F. A., Santos, M. M., & Stoeckl, K. (2026). GESTÃO DA INOVAÇÃO COMO FATOR DE COMPETITIVIDADE NAS EMPRESAS BRASILEIRAS. *Revista de Geopolítica*, *17*(1), e1277-e1277.

Abreu, E., Souza, M. A. D., & Fleury, L. F. D. O. (2018). A influência da anomia e do comprometimento organizacional sobre a intenção de rotatividade em organizações. *Actualidades en Psicología*, *32*(125), 51-69.

Adner, R. (2017). Ecossistema como estrutura: um construto acionável para estratégia. *Journal of management* , *43* (1), 39-58.

Almeida, A., Margareth Oldenburg Basgal, D., Vicente Rodriguez Y Rodriguez, M., & Cardoso De Pádua Filho, W. (2016). *Inovação e gestão do conhecimento*. Editora FGV.

André, J. G. N., de Queiroz, J. P., de Oliveira Morais, M., de Araujo Ribeiro, J., da Silva, A. S., Oliveira, J. S., & Dias, V. P. (2025). Saúde Mental no Ambiente de Trabalho: Estratégias para Promover o Bem-estar. *Journal of Technology & Information (JTnI)*, *5*(1), 1-17.

Araujo, I. C., Castro, M. C. D., Maia, P. L. O., Granja, D. D. L., & Jovarini, N. V. (2020). Indústria 4.0 e seus impactos para o mercado de trabalho. *Brazilian Journal of Development*, *6*(4), 22326-22342.

Babu, SK (2024). Inovação como fator de estímulo ao crescimento econômico. *Disponível em SSRN 5180874* .

Bianchini, G., dos Santos, O. S., de Oliveira Morais, M., Messias, J. F., de Lima, D. L., & Ferigato, E. (2021). Cultura da inovação pelas práticas da experiência do cliente. *Research, Society and Development*, *10*(12), e359101220534-e359101220534.

Bizinoto, G. P. (2025). A INOVAÇÃO COMO PILAR ESTRATÉGICO PARA A COMPETITIVIDADE E LONGEVIDADE EMPRESARIAL. *Revista Tópicos*, *3*(26), 1-14.

Camilo, S., Queiroz, J. P., Morais, M. D. O., & Malanga, A. C. M. (2025). O Papel da Liderança na Motivação dos Funcionários: Estilos de Liderança e seu Impacto no Desempenho. *Journal of Technology & Information (JTnI)*, *5*(2).

Farias, A. C. P. M. (2025). A inovação como fator determinante da vantagem competitiva e da sustentabilidade dos negócios. *Revista Tópicos*, *3*(25), 1-17.

Gil, A. C. (2011). Metodologia Do EnsinoSuperior. *Editora Atlas SA*

Gonçalves, N., de Melo Puglia, V., Fernandes, J. C. L., de Oliveira Morais, M., Innocencio, C. M., & de Brito Sanchez, R. (2022). Gestão da Qualidade na Indústria 4.0: O que Podemos Esperar?. *Journal of Technology & Information (JTnI)*, *2*(3).

Gonçalves, N., de Melo Puglia, V., Fernandes, J. C. L., de Oliveira Morais, M., Innocencio, C. M., & de Brito Sanchez, R. (2022). Gestão da Qualidade na Indústria 4.0: O que Podemos Esperar?. *Journal of Technology & Information (JTnI)*, *2*(3).

Lau, A. K., & Lo, W. (2015). Regional innovation system, absorptive capacity and innovation performance: An empirical study. *Technological Forecasting and Social Change*, *92*, 99-114.

Lima, A. (2024). O impacto das novas tecnologias na competitividade empresarial. *Revista FT.*

Morais, G. A., Araújo, M. B., de Queiroz, J. P., & de Oliveira Morais, M. (2025a). PERSPECTIVAS DAS APLICAÇÕES 4.0 NAS EMPRESAS: UM ENSAIO TEÓRICO PELA BUSCA DA INSERÇÃO DO CAPITAL HUMANO 5.0. *LUMEN ET VIRTUS*, *16*(52), e8049-e8049.

Morais, G. A., de Oliveira Morais, M., & Santos, O. S. (2021). Utilização da Metodologia de Ishikawa (Espinha De Peixe) para Melhoria de Processo com a Redução de Refugo em uma Fundição de Alumínio sob Pressão. *Journal of Technology & Information (JTnI)*, *1*(2).

Morais, G. A., Franco, E. G., Silva, M. C., & de Oliveira Morais, M. (2025). LOGÍSTICA 5.0 E A AMPLIAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE: A BUSCA POR NOVOS DESAFIOS. *LUMEN ET VIRTUS*, *16*(53), e8649-e8649.

Morais, M., & Morais, G. A. (2023). A Gestão da Qualidade Auxiliando na Redução de Refugo em uma Fundição de Alumínio sob Pressão. *Journal of Technology & Information (JTnI)*, *3*(1).

Morais, M., & Morais, G. A. (2025). A Gestão da Qualidade e a Interface com a Indústria 4.0: Proposta de Mapa Conceitual para as Organizações. *Journal of Technology & Information (JTnI)*, *5*(2).

Morais, M., Maria, D. F., & de Oliveira, L. M. (2021). A Inovação e a Indústria 4.0: Proposta para utilização de elementos para uma organização competitiva. *Research, Society and Development*, *10*(8), e51210817685-e51210817685.

Nakagawa, M. (2019). Crie seu próprio negócio e empreenda com sucesso. *São Paulo: Atlas*.

Ortiz, L., Melo, L., & Nova, L. (2023). Prácticas de mercadeo y retos empresariales en Boyacá: Hipercompetitividad en la agroindustria alimentaria. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, *28*(101), 316-333.

Prashantham, S., & Kumar, K. (2019). Engaging with startups: MNC perspectives. *IIMB Management Review*, *31*(4), 407-417.

Prodanov, C. C., & De Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico-2ª Edição*. Editora Feevale.

Rocha, Z. J. (2026). INOVAÇÃO E PERENIDADE: ESTRATÉGIAS PARA A COMPETITIVIDADE ORGANIZACIONAL. *Revista Tópicos*, *4*(29), 1-14.

Santos, O. S., Correia, L. A., Conceição, M. M., & de Oliveira Morais, M. (2020). Processo de melhoria contínua: estudo de caso aplicado em uma empresa gráfica. *Research, Society and Development*, *9*(9), e101997204-e101997204.

Santos, R. A. L., dos Santos, R. F., & de Oliveira Morais, M. (2025). Desafios da indústria 4.0 em pequenas empresas prestadoras de serviços logísticos. *LUMEN ET VIRTUS*, *16*(51), e7690-e7690.

SEBRAE. A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil. 2023. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD. Acesso em: 25 fev. 2026

Silva, C. G. L., Martins, G., & Pionório, P. R. P. F. (Orgs.). (2023). A inovação disruptiva: Do cenário aos fatos contemporâneos. *Letra e Forma Editora.*

Silva, C. G. L., Santos, V. P., & Martins Junior, W. (Orgs.). (2023). Tecnologias do amanhã: Desafios e propostas tecnológicas para o século XXI (Vol. 1). *Letra e Forma Editora.*

Smith, C., Fixson, S. K., Paniagua-Ferrari, C., & Parise, S. (2017). The Evolution of an Innovation Capability: Making Internal Idea Competitions Work in a Large Enterprise One firm evolved its idea competitions into a broad innovation management system. *Research-Technology Management*, *60*(2), 26-35.

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

Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K. (1998). Managing innovation: integrating technological, marketing and organizational change. *Creativity and Innovation Management*, *7*, 115-116.