



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

Área Temática: Produção e logística

ELIZANDRA BORGES DA SILVA
FRANCIELI MACEDO FAQUINETI

A INOVAÇÃO E SEUS IMPACTOS

- Um estudo realizado na empresa Microlins de Paranaíba-MS -

**PARANAÍBA
2017**



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

Resumo

O artigo tem como objetivo demonstrar como funcionam as inovações tecnológicas na gestão e seus impactos em uma organização, baseadas em inovações organizacionais e de processo, mudanças que fazem um grande avanço na empresa, beneficiando em todos os sentidos internos e externos. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, caracterizada como descritiva. Para tanto foi estudada a Microlins, com método de levantamento de dados por meio de uma entrevista com o Dono do estabelecimento. A empresa apresenta resultados satisfatórios em relação a condição de trabalho, clientes e aos recursos financeiros.

Palavras-chave: Inovação. Processo. Mudanças. Impactos.

1 Introdução

Nos dias atuais, a vantagem competitiva tem aumentado, exigindo assim as organizações a inovarem em seus negócios, no entanto a inovação está crescendo com o intuito de estratégia e para promover desenvolvimento individual. As organizações que buscam inovar em todos os aspectos têm melhores desempenhos de competitividade por estar um passo a frente na questão de inovação.

Portanto o intuito desta pesquisa é buscar um melhor entendimento sistemático associado às inovações e os impactos causados na empresa estudada, relacionados a produtos, processos e organizacional, seja ela radial ou incremental.

Esta pesquisa foi realizada na empresa Microlins de Paranaíba-MS que atua na área de educação profissionalizante. Portanto, serão analisados quais os impactos da inovação de modo geral, e o que interfere e melhora o desempenho e a competitividade da organização.

Diante desse contexto, quais são os resultados que as Inovações tecnológicas na gestão da produção podem trazer para a empresa?

Com isso, foi desenvolvido o seguinte objetivo geral: identificar as Inovações tecnológicas na gestão da produção na Microlins em Paranaíba-MS. Mostrar que através de estratégias de inovação é possível uma melhor vantagem competitiva e desempenho organizacional.

O intuito da pesquisa é demonstrar a importância das inovações tecnológicas na gestão da produção, analisar os impactos que elas proporcionam à empresa estudada. As novas tecnologias que contribuem para o sucesso da empresa, no contexto atual há grandes concorrências e a inovação é uma ferramenta usada para conquistar clientes e até mesmo diferenciar as empresas na questão de competitividade.

O trabalho foi viável, pois não teve custo para o estudo de caso. O entrevistado nos recebeu e reservou um tempo livre para fazermos a entrevista. Existe várias pesquisas viáveis disponíveis para melhor contexto da literatura do tema abordado, por esse motivo o trabalho é realizável.

Este trabalho está estruturado em cinco capítulos, são eles: introdução, métodos e técnicas de pesquisa, referencial teórico, apresentação e análise de dados, considerações finais, e por fim as referências consultadas.



2 Referencial teórico

2.1 Administração da produção nas organizações

As empresas que pretendem alcançar metas para atender os clientes é necessário que adquiram diferentes tecnologias de produção e quando possuem novas tecnologias também está sujeito a ter diferentes estruturas organizacionais (NELSON et al., 2017). Com a evolução tecnológica aconteceu tão rápido que impactou tanto as organizações e sociedade, um exemplo é a informática e comunicação, que fez com que as pessoas adaptassem a essa nova mudança (PEINADO et al., 2007).

A função produção é a parte da organização responsável em gerenciar os recursos designados a produção e a disponibilização de bens e serviços, com a finalidade de mensurar o desenvolvimento dos produtos e serviços produzidos. As atividades de produção na maior parte das vezes estão ligadas a indústria e as operações voltadas à prestação de serviços (SLACK, 2009).

2.2 Inovação

Tidd et al. (2008) afirma que a inovação é conciliada com a inserção de novos produtos no mercado, o mundo está em constante mudança e por esse motivo quando desenvolvidos novos produtos estes são os líderes de inovação. Segundo ele, Joseph Schumpeter foi o pai de estudos e pesquisa sobre inovação e argumenta que, para as empresas terem o uso de inovação tecnológica necessitaria de um produto novo ou um novo processo para produzi-lo, pois a intenção era obter vantagem estratégica.

Segundo Buchele et al. (2017) os Métodos, Técnicas e Ferramentas para inovação são importantes para ampliar a competitividade e ajudam as organizações nos novos desafios do mercado atual, também facilita na tomada de decisão e aumenta o conhecimento. Para isso acontecer é preciso que tenha informação sobre os clientes e funcionários. Por meio do MTF-I nomeado brainstorming, os problemas são detectados e surgem novas ideias que favorecem a criatividade em grupo.

Inovação é a realização de um produto, bem ou serviço moderno, ou melhorado, também pode ser um processo, estratégia de marketing, nova tática organizacional das práticas dos afazeres, na empresa, no ambiente de trabalho e nas ligações externas. Esse conceito faz existir vários tipos de inovações, por ser um assunto bem amplo. Para transmitir a implantação da inovação são utilizadas etapas chamadas de Atividades de inovação, que modifica muito de uma organização para outra porque quando uma empresa desenvolve um novo produto (processos, operações), a outra está melhorando um já existente (MANUAL DE OSLO, 2005).

A valorização do cliente com atendimentos personalizados e exclusivos torna-se uma estratégia de diferenciação que toda empresa deseja ser a única a oferecer. Por isso é



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

necessário pesquisar e procurar entender as necessidades dos consumidores para atender seus desejos tanto em serviços e produtos, assim provoca mudanças que quebra regras antigas proporcionando a inovação (BEBBER et al., 2016).

Em geral, o crescimento econômico dos países depende de suas empresas, pois elas que irão trazer a economia, principalmente nas exportações, e a inovação vem a ser a ferramenta para ela se destacar e alcançar esse objetivo, a empresa que possui inovação tecnológica tem mais chances de se realizar no mercado a fora. Com isso, irá atrair interesse de todos, garantindo melhorias conforme contratos atribuídos na inovação tecnológica por serviço, dinheiro, uso, propagação etc. (PEREIRA; KRUGLIANSKAS, 2005).

2.2.1 Tipos de inovação

2.2.1.1 Inovação por processo

No mundo atual as tecnologias de sustentabilidade mencionam nos processos de produção e movimentação do produto. Nesse caso, a inovação torna-se um causador de transformação que permite argumentos de ordem política, sociocultural e econômica. O dever do governo está associado com a sociedade e organizações sobre as necessidades humanas e vantagem competitiva que a sustentabilidade intensifica inovação na empresa (CALAZANS et al., 2016).

Segundo o Manual de Oslo (2005), inovação de processo é algo novo trazendo melhorias na produção, podem ser mudanças com resultados positivos em equipamentos, técnicas, softwares etc. Ela diminui custos de produção e aumenta a qualidade. É a inovação de algo ou a melhoria de algo já existente. Inclui mudanças essenciais nos equipamentos e nos softwares aplicados em corporações preparadas para serviço ou nos mecanismos e nas práticas utilizadas para uma atividade de posição.

Inovar um processo inclui mudanças que irão modificar totalmente ou parcialmente as atividades para formar determinado produto, quando se introduz a tecnologia, torna-se grande aliada para aperfeiçoar os produtos, reduzir custos que na fase anterior eram frequentes e torná-los mais competitivos quanto à sua entrega aos consumidores (TIGRE, 2006).

Conforme Barcelos et al. (2017) para obter o resultado desejado é necessário que os processos determinam a ordem das atividades realizadas em uma organização. Não importa de qual produto ou serviço que a empresa oferta, qual tamanho ela apresenta, ou se é pública ou privada, em geral estão ligadas a processo. Contudo as atividades não ocorrem separadamente, porém envolve responsabilidades variáveis.

Inovações que incidem em processos ocorrem em alterações na produção, o que incluiu novas formas de técnicas de trabalho, softwares para controle e aquisição de máquinas. Consideram-se também inovações de processo àquelas que não estejam voltadas diretamente para a produção, mas que cooperam para o desenvolvimento das atividades (MANUAL DE OSLO, 2005).

Processo é uma tarefa, ou uma união de tarefas, que contém utilidade e validade a um cliente essencial, podendo através de recursos, trazer resultados positivos. Movimentos de máquinas e



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

peçoas é uma forma de processo empresarial, e quando o processo é em empresas de produção, torna-se mais fácil de analisar os períodos que apresentam ou não problemas e quando obtém ou não resultados. Esses fatores de produção colaboram para a empresa inovar tanto na esfera organizacional como nos processos (GONÇALVES, 2000).

A empresa que possui recursos suficientes para inovar em tecnologias e serem introduzidas nos processos também se vê diante de desafios, é primordial que se tenha um bom sistema de informações para que se proceda a estudos do que realmente a empresa está carente ou quer ter vantagem sobre as demais, até identificar esses pontos, é importante avaliar relatórios de resultados dos períodos produtivos (BARBIERI, 1997).

Todos os processos dentro da empresa devem ser analisados e observados para detectar problemas possíveis que podem ser resolvidos, com isso poderá diminuir tempo, custo e aumentar a receita. A logística é um bom exemplo quando se refere a um novo processo de faturamento e entrega, o objetivo é a redução de custo relacionado a transporte, armazenagem, deslocamento entre outros benefícios (BARCELOS et al., 2017).

2.2.1.2 Inovação organizacional

De acordo com Tidd et al. (2008) as pequenas empresas toma uma decisão mais rápida que as maiores, mas a inovação pode estar presente em qualquer uma, independente do tamanho, e com esses argumentos percebe-se que as pequenas empresas devem inovar em busca constante de melhorias. Para se destacar é preciso não ser igual às outras, pois várias funções procedem diferentemente.

Segundo Oliveira et al. (2008) para ocorrer uma melhoria necessita-se de mudança, não só para a empresa, mas para os funcionários que vão ter que se adequar a essa alteração, acaba sendo uma maneira de sobrevivência para as organizações, mudando o comportamento humano, a estrutura, estratégias, cultura e tecnologia entre outras coisa, para poder chegar nos resultados que almeja, alcançando a meta e ganhando vantagem competitiva. Passar por esses momentos de alteração não é uma tarefa fácil, requer muitos recursos e investimentos e corre o risco de não dar certo.

A inovação organizacional adentra-se nas alterações que envolvem as pessoas, incluem-se aqui os diversos departamentos existentes e que fazem as atividades empresariais funcionarem, compreende assim, o comportamento dos profissionais que direcionam o contato com clientes internos e externos da organização, além de como se dá a capacitação desses funcionários a ponto de ocorrer mudanças inovadoras no modo de trabalho (TIGRE, 2006).

Incluir tecnologia é possuir vantagem competitiva porque muitas empresas entram em falência por não conseguir se atualizar ou se adequar às mudanças de empresas do mesmo ramo. Outra dificuldade a ser driblada é lidar com as pessoas, pois eles estão acostumados ao existencial, distribuído dentro da empresa, portanto, fazer acontecer mudanças exigirá esforços para o treinamento (KUSTHER et al, 2010).

Inovação organizacional é a realização de um novo estudo das técnicas de negócios da organização, no ambiente de trabalho e no meio externo, por meio da diminuição de custos,



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

provoca-se uma melhoria no funcionamento da empresa e no ambiente de trabalho. Quando ela se relaciona em práticas de negócio, alcança novas técnicas para a empresa do cotidiano e recursos para direção do serviço. Assim mesmo, a realização de novas práticas para beneficiar a distribuição do conhecimento dentro da organização (MANUAL DE OSLO, 2005).

2.2.1.3 Inovação por produto

A inovação de produto é um desafio para as empresas que desejam ter um desempenho nas vendas e na suas mercadorias, pois acontece uma mensuração que foge de um modelo único, proporcionando uma análise nos processos e nas estruturas para o surgimento de novos produtos (MANTHEY et al., 2016).

A inovação de produto é o lançamento de um serviço ou bem novo ou melhorado no que interessa suas qualidades, são exemplos: restaurações relevantes em especificações técnicas, componentes e materiais, softwares incorporados, simplicidade de uso ou outras qualidades funcionais. Para isso acontecer é preciso novas tecnologias e conhecimento. Um aperfeiçoamento de um recente uso para um produto com poucas alterações para suas informações técnicas é uma inovação de produto (MANUAL DE OSLO, 2005).

Segundo Terra et al. (2015) uma inovação de produto pode ser um bem ou serviço novo ou um produto existente aperfeiçoado. Quando ocorre essa mudança, muitas vezes os processos também mudam para acompanhar esse produto com diminuição de custo em relação à produção e diferenciação da concorrência, isso resulta no crescimento de lucratividade da organização.

O produto novo pode ser semelhante a um produto existente, mas possui características que se diferencia, isso ocorre devido às tecnologias que dão uma nova utilidade para esse produto ou até mesmo a aparência, fazendo com que ele torna-se moderno (ROCHA et al., 2016).

O conhecimento sobre a tecnologia pode ser compreendido quando detém alguma técnica que seja aplicado para o surgimento de um novo produto ou que tenha alguma influência no processo produtivo, algumas técnicas podem surgir para aperfeiçoar os meios produtivos. A invenção decorre do surgimento de algum componente que possa ser direcionado à produção, mas necessita ser registrado e simulado para posteriormente ser aplicado com efetiva participação na prática (TIGRE, 2006).

2.3 Inovações quanto à intensidade

SCHUMPETER (1984) afirma que a inovação pode ser dividida quanto à intensidade sendo inovação radical e inovação incremental. A primeira é conhecida como uma grande mudança que faz toda diferença na organização que se aplica e com sociedade que tenha contato com essas inovações (clientes), modificando completamente processos, serviços ou produtos. Já a incremental é aos poucos, ou seja, pequenas alterações.

É fundamental dividir a inovação para duas utilidades: se é para o mercado ou para própria empresa, dependendo da intensidade ela será classificada como inovação radical e incremental. Considera-se uma inovação radical algo novo para firma e para o mercado, ou seja, é um desafio para as maiorias das organizações, já a inovação incremental é algo novo



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

para empresa e não para o mercado, por exemplo: uma melhoria de um produto já existente, novo equipamento, modernização do processo produtivo entre outros (TIRONI, 2005).

Quando ocorre uma inovação radical na empresa normalmente causa impacto, e a magnitude gerada recai à gestão da organização em analisar as mudanças proporcionais para os setores. Além das mudanças com os clientes interno, ocorrem mudanças nos processos de trabalho, sobressai, portanto, o planejamento de como gerir as parcerias com os fornecedores e o estabelecimento de novos processos para atender os clientes, para tanto, a implementação de inovação radical gera incerteza para os trabalhadores, pois, pode ser difícil prever quais atividades vão ser mantidas, modificadas, excluídas considerando que a gerência que irá concentrar as decisões (LEIFER, O'CONNOR, RICE, 2002).

As inovações incrementais são fundamentais para as empresas pequenas ou grandes, pioneiras em inovar ou não porque são empresas utilizadoras para que a Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) tenham expectativas em atender as organizações. Qualquer empresa depende da implementação de novas mudanças que vão surgindo aos poucos, sendo incremental possibilita estar sempre se alterando e adquirindo resultados bons tanto quanto em mudanças radicais (BARBIERI, 1997).

3 Procedimentos Metodológicos

De acordo com Vergara (2009) a pesquisa descritiva apresenta qualidades do que o pesquisador pretende buscar para obter maiores informações, normalmente decorre da caracterização de pessoas ou ambientes. Nesse segmento o ideal na pesquisa descritiva são as observações realizadas pelo pesquisador sobre o grupo estudado. Segundo Martins (2002) se trata de uma pesquisa descritiva, pelo fato dela obter a descrição das características de população ou fenômeno e o estabelecimento de ligação entre mutantes e fatos.

Quanto à abordagem é qualitativa, a pesquisa deve ter como preocupação maior a interpretação de fenômenos e a atribuição de resultados (Yin, 2015). Observar o grupo ajuda para identificar comportamentos que resultam em atributos tangíveis e intangíveis. O tempo envolvido com o grupo até conseguir entendimentos, opiniões, ideias requer disponibilidade, pois pode ser longo, sendo que visa tudo o que o outro tem a contribuir.

De acordo com Roesch (2009) a pesquisa qualitativa é satisfatória para a avaliação formativa, quando a ideia é de melhorar a efetividade de um programa, ou escolher as metas de um programa e elaborar uma operação, mas não seria correto utilizá-la para avaliar resultados de programa ou planos.

Trata-se de uma pesquisa de campo, porque observa e investiga o comportamento do indivíduo, também é considerada uma pesquisa de estudo de caso por obter análise de um objetivo ou um grupo de objetos, que podem ser organizações ou pessoas (ACEVEDO; NOHARA, 2010).

Para a obtenção de respostas sucedidas como afirma Yin (2010) é importante o pesquisador elaborar as perguntas que complementam a pesquisa, não impor suas concepções com



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

finalidade de anular as respostas dos entrevistados, estudar de forma que todo o assunto teórico do trabalho esteja compreendido. Ter perguntas bem formuladas pode não ser suficiente se na entrevista os pesquisadores não conseguirem questionar os entrevistados. Se destaca também a preparação do grupo para ir à campo, o envolvimento com a teoria do trabalho para não ocorrer dispersão.

O roteiro de entrevista, conforme Vergara (2009) é quando se elabora perguntas para fazer com o indivíduo na empresa escolhida que apresente as informações precisas a serem coletadas, geralmente com o gerente que tem mais conhecimento sobre o todo da organização ou com outra pessoa que pode trazer dados essenciais à pesquisa. No momento da entrevista, acontece de maneira informatizada e com autorização do entrevistado, poderá gravar e fazer anotações importantes. Vale lembrar que no meio do roteiro existirão outras perguntas com as dúvidas.

Segundo Gonçalves e Meirelles (2004) o roteiro de entrevista para ser eficiente precisa que tanto entrevistado como o entrevistador precisam expor de tempo que seja suficiente para solucionar as respostas do pesquisador. Visa também extrair do conteúdo teórico afirmações dos autores ou dúvidas do pesquisador que pode ser aplicado com o entrevistado.

A entrevista foi realizada, com perguntas abertas que foram elaboradas com antecedência. No dia de realizar a mesma, foi por meio de gravação permitida e com anotações importantes sobre a pesquisa, no meio do roteiro foram surgindo outras interrogações a respeito das respostas do entrevistado sobre as inovações implantadas na empresa.

Quanto à análise de dados, na pesquisa será utilizada a análise de conteúdo, Martins (2002) retrata que os resultados obtidos necessitam serem explicativos de modo a clarificar o foco que deseja chegar, com a ajuda da revisão da literatura beneficiar a ligação entre o conteúdo e a prática da empresa. Para Gil (2010) a estruturação do texto e domínio de seu objetivo é fundamental para entender o que se trata. Posteriormente, o pesquisador deve analisar todo o roteiro de entrevista e abordado na pesquisa de forma que se cruzem as informações de ambas as partes.

O trabalho apresentou um conteúdo interligado com o estudo de caso aplicado na empresa Microlins de Paranaíba-MS com o proprietário Leonardo Cruz de Oliveira, com um roteiro de entrevista

4 Resultados

Para o estudo de caso da empresa foi elaborado um roteiro de entrevista com o Leonardo, proprietário da empresa franqueada LCO Tecnologia Ltda.– ME, nome Fantasia: Microlins Paranaíba, que atua na área de educação profissionalizante. Foi fundada aproximadamente à dez anos, e se localiza na Rua Maria Antonia, nº 75, centro na cidade de Paranaíba-MS. Leonardo Cruz de Oliveira e sua esposa Aline Lopes Silva de Oliveira são diretores de uma nova gestão que começou a partir de julho de 2015.

A Microlins, nascida em 1991 na cidade de Lins, no interior de São Paulo, transformou-se na maior empresa de cursos profissionalizantes do País. Presidida pelo Grupo Pearson, a rede é



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

hoje referência no ramo de educação profissionalizante e conta com mais de 500 unidades localizadas em todo o território nacional.

A empresa tem como missão transformar os sonhos de seus alunos em realidade, por meio da educação, formação profissional e orientação ao mercado de trabalho e também tem a visão de realizar sonhos e cultivar a cidadania por meio da formação profissional, agregando valores perceptíveis para o país, os clientes, acionistas e parceiros.

A Filial de Paranaíba-MS contém sete funcionários: um Instrutor de Informática, um Instrutor de cursos Administrativos, uma Professora Farmacêutica para Curso de Aux. Farmácia, um Professor para cursos Técnicos (Robótica e Hardware/Redes), um Professor de Inglês, um Atendente e um Coordenador Comercial.

A descrição da estrutura física (prédio, espaço) contém: uma sala de recepção, uma sala de idiomas, uma sala multi disciplinar, um laboratório para robótica / hardware e redes, um laboratório de informática, uma sala administrativa, dois banheiros, uma cozinha e um espaço de convivência.

Seus principais fornecedores são Pearson do Brasil– Fornecedora do Material Didático e Publicitário, líder mundial no desenvolvimento de soluções para a educação; Dell do Brasil- fornecedores de computadores, Tony e Musa- fornecedores de uniformes; Gráfica Atual Artes- fornecedor de material gráfico.

A organização tem como objetivo proporcionar uma formação profissional de qualidade oferecendo ferramentas necessárias para que seus alunos realizem sonhos e alcancem seus objetivos. Acreditando que um ensino de qualidade e reconhecido nacionalmente pode transformar vidas e realizar sonhos. O público alvo é todo jovem em busca do seu primeiro emprego, todo desempregado em busca de uma recolocação no mercado, todo trabalhador em busca de um crescimento profissional ou pessoal, todo idoso em busca do conhecimento e da inclusão digital e também todo cidadão que busca sua realização pessoal através do conhecimento, de um novo idioma ou da sua independência tecnológica.

Os principais recursos materiais utilizados são: livros e apostilas, material de escritório e conteúdo tecnológico (Cursos e Computadores). A Microlins de Paranaíba possui um levantamento financeiro (faturamento) entre 19.000,00 e 23.000,00 uma média de faturamento considerando os períodos de sazonalidade (Férias escolares, exposição, etc). Considera os principais concorrentes em Paranaíba a IMAC; NACIONAL:Microcamp, Prepara, SENAC, Pronatec, Wizard, Yazigi, CCAA; Educação a distancia: OpenEnglish, Babbel.

5 Discussão

A modificação dos processos e a modernização dos equipamentos da filial de Paranaíba ocorreram aproximadamente há dois anos, isso devido à recente gestão do novo dono que resolveu fazer mudanças para que a empresa atenda melhor seus alunos, inovações que necessitou de comprar novos equipamentos, aumentar tamanho de algumas salas, contratação de novos professores e instrutores de qualidade, principalmente na aula de inglês.

Conforme Barcelos et al. (2017) para obter o resultado desejado é necessário que mude os



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

processo para atender as atividades realizadas em uma organização. A empresa somente consegue investir em inovação se programando a partir do lucro, o que a leva a investir no seu próprio centro de desenvolvimento tecnológico ou se dispor para investir em organizações especializadas em inovações, nesse último caso, incide da empresa que está investindo adquirir licença para a aplicação do bem tangível ou intangível inovado (ARBIX et al., 2005).

A antiga gestão possuía funcionários que até então não tinha qualificação para está oferecendo suas aulas, com isso foram despedidos e surgiu contratação de novos profissionais que passaram por testes para poder está prestando seus serviços. Com a mudança acabou levantando a imagem da empresa, que até então estava com uma ruim impressão da sociedade que acreditava que iria fechar (entrar em falência).

Para melhorar a imagem da filial, preocupou-se em interagir com a sociedade e alunos. A campanha que esta sendo realizada com os alunos é a respeito da festa junina e a gincana sobre arrecadação de alimentos para ser doados no asilo de Paranaíba- MS que está passando por dificuldades. Oferecendo um curso grátis para quem doar um quilo de alimento, redução de parcela para alunos e sorteio de prêmios.

Segundo Oliveira et al. (2008) para ocorrer uma melhoria necessita-se de mudança, não só para a empresa, mas para os funcionários que vão ter que se adequar a essa alteração, acaba sendo uma maneira de sobrevivência para as organizações. Todos os processos dentro da empresa devem ser analisados e observados para detectar problemas possíveis que podem ser resolvidos, com isso poderá diminuir tempo, custo e aumentar a receita (BARCELOS et al., 2017).

Outra modificação que ocorreu foi no laboratório de informática, que necessitou de compra de novos computadores para atender a demanda de alunos, que anteriormente acontecia de um aluno ter que dividir o mesmo computador, o que resultava em perda de tempo de esperar o colega e um não aprendizado adequado. Também foi colocadas repartições de um computador para outro para que os mesmos tenham privacidade e sintam mais a vontade.

De acordo com Tigre (2006) o ambiente da empresa tem que ser favorável para os clientes terem a capacidade de fazer das mudanças uma fonte de surpresas no mercado. Inovações que incidem em processos ocorrem em alterações na produção, serviços e novas formas de técnicas de trabalho, que não esteja só voltada diretamente para a produção, mas que cooperam para desenvolvimento das atividades (MANUAL DE OSLO, 2005).

Nas outras salas e na recepção sofreram alterações em relação à organização de cadeiras, mesas ,decoração de parede,ampliação etc. Foram colocados cartazes mais atrativos para chamar atenção do cliente. A sala de inglês ficou com um ambiente mais agradável, colocou-se bandeiras de países da língua inglesa e vocabulários nas paredes para os estudantes interagir com o idioma. A atual recepção procurou atender o cliente de forma diferenciada, ampliou a posição de atendimento para fazer com que o mesmo sintasse em casa, oferecendo bolachas, água a vista e teve foco na limpeza desde os equipamentos e o chão.

Para Tidd et al. (2008) as pequenas empresas toma uma decisão mais rápida que as maiores, mas a inovação pode estar presente em qualquer uma. A valorização do cliente com atendimentos personalizados e exclusivos torna-se uma estratégia de diferenciação que toda



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

empresa deseja ser a única a oferecer. Por isso é necessário pesquisar e procurar entender as necessidades dos consumidores para atender seus desejos tanto em serviços e produtos, assim provoca mudanças que quebra regras antigas proporcionando a inovação (BEBBER et al., 2016).

5 Considerações finais

Considera-se que a empresa estudada apresenta inovação organizacional, que foi a modificação de sua estrutura e com isso afetou também os processos de uma maneira vantajosa que trouxe benefícios para seus clientes, funcionários e principalmente aos proprietários.

A inovação organizacional e de processo adentra-se nas alterações que envolvem as pessoas, incluem-se aqui os diversos departamentos existentes e que fazem as atividades empresariais funcionarem, compreende assim, o comportamento dos profissionais que direcionam o contato com clientes internos e externos da organização, além de como se dá a capacitação desses funcionários a ponto de ocorrer mudanças inovadoras no modo de trabalho (MANUAL DE OSLO, 2005).

As inovações ocorridas na filial de Paranaíba foi um investimento que teve resultados positivos, atraindo novos clientes, representando uma boa imagem e valorizando a qualificação dos seus funcionários. Barcelos et al. (2017) afirma que a inovação é estratégia para alcançar a vantagens competitiva.

Observa-se também que ainda possui carência de modificações, pois o prédio até então não é adequado, ou seja, é uma casa normal antiga que sofreu algumas mudanças. E também precisa adaptar as novas tecnologias para os alunos, como aplicativos de celulares entre outras ferramentas de aprendizagem para ter mais resultados.

O tamanho da organização influencia para uma maior capacitação e elevada concentração tecnológica dentro de sua planta, nenhuma empresa possui intenção de expandir seu prédio se não tiver uma boa tecnologia para acompanhar o crescimento, logo, sucede em processos diversificados que ocupa espaço amplo o suficiente para atender a escala produtiva (TIGRE, 2006).

A falta de dados na limitação força o surgimento de novos trabalhos a respeito de aprofundar-se nos conceitos relacionados a um maior investimento em inovações tecnológicas para melhor atender os clientes com agilidade e eficiência. É importante ser estudado a possibilidade de implantar inovações tecnológicas pela empresa filial e não só pela matriz.

Referências

ACEVEDO, C. R.; NOHARA, J. J. **Monografia de curso de Administração: guia completo de conteúdo e forma.** São Paulo: Atlas, 2010.



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

ARBIX, G.; SALERNO, M. S.; Negri, J. A. O impacto da internacionalização com foco na inovação tecnológica sobre as exportações das firmas brasileiras. **Revista de ciências sociais**, Rio de Janeiro, vol. 48, nº 1, 2005, pp. 395 a 442.

BARBIEI, J. C. A contribuição da área produtiva no processo de inovações tecnológicas. **Revista de Administração de empresas**. São Paulo, v. 37, n. 1, p. 66-77. Jan./Mar. 1997.

BARCELOS, R. L.; ROSA, S. A.; SANTOS, A. R. S. D. Processo logístico de faturamento: estudo de caso aplicado a uma distribuidora de alimentos. NAVUS - **Revista de gestão e tecnologia**, v. 7, n. 2, p. 66-77, 2017.

BEBBER, S.; GRACIOLA, A. P.; SOUZA, A. V. O.; NODARI, C. H.; OLEA, P. M.; DORION, E. C. H. Inovação como estratégia de diferenciação: Produção de Vinho Kosher no Vale dos Vinhedos. **Desenvolvimento em Questão**, v. 14, n. 37, p. 202-230, 2016.

BUCHELE, G. T.; TEZA, P.; SOUZA, J. A.; DANDOLINI, G. A. Métodos, técnicas e ferramentas para inovação: o uso do Brainstorming no processo de Design contribuindo para a inovação. **Pensamento & Realidade**, v. 32, n. 1, p. 61-81, 2017.

CALAZANS, L. B. B.; SILVA, G. Inovação de processo: uma análise em empresas com práticas sustentáveis. **Revista de gestão ambiental e sustentabilidade**, v. 5, n. 2, p. 115-129, 2016.

CORDEIRO, Luana Bettu. Intraempreendedorismo: Estratégia para a inovação das organizações. **XVIII SemeAd**, ISSN 2177-3866, 2015.

DARROCH, J.; MCNAUGHTON, R. Examining the link between knowledge management practices and types of innovation. **Journal of Intellectual Capital**, vol.3, no. 3, p. 210-222, 2002.

DE OSLO, Manual. **Manual de Oslo**. Recuperado de <http://gestiona.com.br/wpcontent/uploads/2013/06/Manual-de-OSLO-2005.pdf>, 1997.

GENUINO, S. L. V. P.; MACHADO, A. G. C. Pesquisa & Desenvolvimento com inovação aberta: o caso EMEPA. **XVI SemeAd**, ISSN 2177-3866, 2013.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.

GONÇALVES, C. A.; MEIRELLES, A. M. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2004.

GONÇALVES, J. E. L. As empresas são grandes coleções de processos. **Revista de Administração de empresas**. v. 40, n. 1, p. 6-9, 2000.

HERMANN, D. K. Tracking systems as a catalyst for incremental innovation. **Management Decision**, vol.37, iss.10, pg.786, London, 1999.



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

KUSTHER, E. A.; BINOTTO, E.; SIQUEIRA, E.; NOGUEIRA, M.; CASAROTTO, E. Inovação tecnológica e suas influências no processo de gestão: uma análise no setor de segurança privada patrimonial. **Revista gestão organizacional**. vol. 3 - N. 1 - Jan./Jun. - 2010.

LEIFER, R.; O'CONNOR, G. C.; RICE, M. A implementação de inovação radical em empresas maduras. **Revista de Administração de empresas**. São Paulo, v. 42, n. 2, p. 17-30. Abr./Jun. 2002.

MANTHEY, N. B.; VERDINELLI, M. A.; ROSSETTO, C. R.; CARVALHO, C. E. Desempenho da inovação de produto: teste de uma escala para aplicação em PME's. **Revista Ibero-Americana de estratégia**, v. 15, n. 4, p. 43-62, 2016.

MARTINS, G. d. A. Manual para elaboração de Monografias e Dissertação. São Paulo: Atlas, 2002.

NELSON, R. E.; MEI, A. Tecnologia de produção e cultura organizacional em uma empresa de transporte em massa. **Organizações & Sociedade**, v. 24, n. 81, p. 261-284, 2017.

OECD; Eurostat. **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. FINEP, 2005.

OLIVEIRA S. A.; CANUTO K. C.; SEGATTO-MENDES A. P.; MANFIO F.; MUSSI F. B. Mudança organizacional e inovação tecnológica em processos: estudo de caso em uma empresa prestadora de serviços do estado do Paraná. XXI Simpósio de gestão da inovação tecnológica **ANPAD**. Brasília, DF- 22 a 24 de out. 2008.

PEINADO, Jurandir; GRAEML, Alexandre Reis. Administração da produção. Operações industriais e de serviços. **Unicenp**, 2007.

PEREIRA, J.M.; KRUGLIANSKAS, I. Gestão de inovação: a lei de inovação tecnológica como ferramenta de apoio às políticas industrial e tecnológica do Brasil. **RAE-eletrônica**, v. 4, n. 2, Art. 18, jul./dez.2005.

REIS, D. R. **Gestão da inovação tecnológica**. São Paulo: Editora Manole, 2004.

ROCHA, A. F. R.; VIEIRA, A. M. Aprendizagem organizacional e inovação de produtos: estudo em empresas de base tecnológica do Vale da Eletrônica (MG). **Caderno profissional de Administração da UNIMEP**, v. 6, n. 1, p. 108-131, 2016.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em Administração**: guia para estágios, trabalho de conclusão, dissertações e estudos de caso. São Paulo: Atlas, 2009.

SCHUMPETER, J. A. (1943) **O processo de destruição criadora**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. **Administração da produção**. Tradução



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

Henrique Luiz Corrêa. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

TERRA, N. M.; BARBOSA, J. G. P.; BOUZADA, M. A. C. A influência da inovação em produtos e processos no desempenho de empresas brasileiras. **Revista de Administração e** , v. 12, n. 3, p. 183-208, 2015.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gestão da inovação.**3 ed. Porto Alegre: Boockman 2008.

TIGRE, P. B. **Gestão da Inovação:** a economia da tecnologia no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

TIRONI, L. F. Política de inovação tecnológica: escolhas e propostas baseadas na Pintec. **São Paulo em perspectiva**, v. 19, n. 1, p. 46-53, 2005.

VERGARA, S. C. Projetos e relatórios de pesquisa em Administração. São Paulo: Atlas, 2009.

YIN, R. K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

YIN, R. K. **Estudo de Caso:** planejamento e métodos. Bookman editora, 2015.



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO