

ALAVANCAGEM DE PROGRAMA DE GESTÃO DA INOVAÇÃO PELA GESTÃO DO CONHECIMENTO

Fernanda Da Cunha Barreiro - Universidade Presbiteriana Mackenzie

Joyce Duarte Pereira - UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

Lucca Altarejo Carvilhe - UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

Alexandre Cappelozza - Universidade Presbiteriana Mackenzie

Resumo

Este estudo apresenta uma solução de sistema utilizando a plataforma Microsoft® TEAMS® para gestão do programa de inovação de uma empresa multinacional de tecnologia, desenvolvido a partir dos princípios metodológicos da abordagem de Design Science Research (DSR). O estudo destaca como o sistema foi estruturado e adaptado para suportar processos de inovação em ambientes organizacionais. Por meio de uma abordagem sistemática, a plataforma integra funcionalidades de comunicação, centralização de informações, monitoramento de ações e registro de ideias, contribuindo para a governança e a eficácia do programa de inovação. A pesquisa destaca que, ao utilizar uma ferramenta já consolidada no mercado, é possível transformar seu potencial em um suporte estratégico inovador, ampliando a capacidade das organizações em disseminar conhecimento e fomentar a criatividade. A avaliação do artefato, realizada com base em dados primários e feedback dos usuários, reforça o papel da plataforma como um facilitador de processos colaborativos e inovadores.

Palavras-chave: Design Science Research. Gestão do Conhecimento. Gestão da Inovação. Governança.

Abstract

This study presents a system solution using the Microsoft® TEAMS® platform to manage the innovation program of a multinational technology company, developed based on the methodological principles of the Design Science Research (DSR) approach. The study highlights how the system was structured and adapted to support innovation processes in organizational environments. Through a systematic approach, the platform integrates communication, information centralization, action monitoring and idea recording functionalities, contributing to the governance and effectiveness of the innovation program. The research highlights that, by using a tool that is already consolidated in the market, it is possible to transform its potential into an innovative strategic support, expanding the capacity of organizations to disseminate knowledge and foster creativity. The evaluation of the artifact, carried out based on primary data and user feedback, reinforces the role of the platform as a facilitator of collaborative and innovative processes.

Keywords: Design Science Research. Knowledge Management. Innovation Management. Governance.

ALAVANCAGEM DE PROGRAMA DE GESTÃO DA INOVAÇÃO PELA GESTÃO DO CONHECIMENTO

RESUMO

Este estudo apresenta uma solução de sistema utilizando a plataforma Microsoft® TEAMS® para gestão do programa de inovação de uma empresa multinacional de tecnologia, desenvolvido a partir dos princípios metodológicos da abordagem de Design Science Research (DSR). O estudo destaca como o sistema foi estruturado e adaptado para suportar processos de inovação em ambientes organizacionais. Por meio de uma abordagem sistemática, a plataforma integra funcionalidades de comunicação, centralização de informações, monitoramento de ações e registro de ideias, contribuindo para a governança e a eficácia do programa de inovação. A pesquisa destaca que, ao utilizar uma ferramenta já consolidada no mercado, é possível transformar seu potencial em um suporte estratégico inovador, ampliando a capacidade das organizações em disseminar conhecimento e fomentar a criatividade. A avaliação do artefato, realizada com base em dados primários e feedback dos usuários, reforça o papel da plataforma como um facilitador de processos colaborativos e inovadores.

Palavras-chave: Design Science Research. Gestão do Conhecimento. Gestão da Inovação. Governança.

1. INTRODUÇÃO

A competitividade organizacional depende cada vez mais da capacidade das empresas em gerenciar e transformar seu conhecimento em ativos estratégicos. A gestão do conhecimento, definida como o processo sistemático de coleta, organização, compartilhamento e aplicação de informações (Davenport & Prusak, 1998; Nonaka & Takeuchi, 1997), é fundamental para fomentar a inovação e criar vantagens competitivas sustentáveis. Em ambientes que valorizam uma cultura de colaboração e aprendizado contínuo (Silva, 2024; Choo, 2006), a integração de tecnologias avançadas se torna imprescindível para potencializar os processos internos e externos. Ao fundamentar-se em bases teóricas que enfatizam tanto a importância da sistematização dos processos quanto o fomento de uma cultura inovadora (Wiig, 1993; Ferreira, 2023), o artefato proposto nesse estudo demonstra como o uso inovador de uma plataforma existente pode suportar e aprimorar os processos de inovação.

Neste contexto, este estudo tem como foco a aplicação da metodologia *Design Science Research* (DSR) para o desenvolvimento de um artefato inovador que utiliza a plataforma Microsoft (MS) Teams de forma estratégica. Embora o MS Teams já seja amplamente disseminado como ferramenta de comunicação e colaboração, este estudo evidencia uma reestruturação inovadora que o transforma em um sistema integrado de gestão do conhecimento. Essa configuração na plataforma demonstra como é possível centralizar informações, monitorar ações, registrar ideias e promover a governança dos processos de inovação, evidenciando como o Programa de Inovação Aberta (OPIN) desenvolve projetos de inovação e estimula o engajamento de colaboradores, parceiros e stakeholders.

Dessa forma, o estudo contribui para o avanço da teoria na área de gestão do conhecimento e oferece uma solução prática que pode ser replicada em diferentes contextos

organizacionais, o que pode ampliar o potencial de inovação e a eficiência operacional nas organizações.

Este artigo está estruturado da seguinte forma: na segunda seção, apresenta-se a fundamentação teórica, com ênfase nos conceitos fundamentais de gestão do conhecimento, na cultura organizacional e na inovação, bem como na forma de estruturar e nos impactos da gestão do conhecimento nas organizações. Na terceira seção, é descrita a metodologia adotada, fundamentada na abordagem Design Science Research, que orienta a construção e validação do artefato. Em seguida, na quarta seção, detalha-se o desenvolvimento do artefato, abrangendo o levantamento dos requisitos e a operacionalização da solução por meio da configuração do sistema, integrando funcionalidades de comunicação, monitoramento e governança dos processos de inovação e avaliação do artefato com base em dados primários e feedback dos usuários, e, por fim, na sexta seção, são apresentadas as considerações finais, juntamente com a implementação e replicação da solução em outros contextos organizacionais.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Gestão do Conhecimento: conceitos fundamentais

A gestão do conhecimento pode ser definida como o processo sistemático de coleta, organização, compartilhamento e aplicação do conhecimento, que tem como objetivo melhorar o desempenho organizacional. De acordo com Davenport e Prusak (1998), ela é essencial para transformar informações dispersas, em ativos estratégicos, que promovem vantagem competitiva. Nonaka e Takeuchi (1997), por sua vez, introduziram o conceito de interação entre o conhecimento tácito (subjetivo e experiencial) e o explícito (formal e sistematizado), que tem como foco a criação de valor, por meio da conversão de conhecimento.

Os benefícios da gestão do conhecimento, abrangem desde a melhoria na tomada de decisões, até a promoção de um ambiente de aprendizado contínuo. Wiig (1993) destaca que, uma gestão eficiente do conhecimento, não só aumenta a produtividade, como também prepara as organizações para lidar com os desafios imprevisíveis, do ambiente externo. Já Choo (2006), enfatiza que a gestão do conhecimento, é um pilar essencial para cultivar a inovação organizacional, criando condições favoráveis para a criatividade e experimentação.

A criação e disseminação do conhecimento dentro das organizações não ocorrem de maneira isolada, mas sim por meio de processos dinâmicos e interativos. Nonaka e Takeuchi (1997) propõem o modelo SECI, que descreve quatro formas de conversão do conhecimento: socialização, externalização, combinação e internalização. Esses processos garantem que o conhecimento tácito dos indivíduos seja transformado em conhecimento explícito organizacional e vice-versa, promovendo um ciclo contínuo de inovação e aprendizado. Assim, a gestão eficaz do conhecimento deve incentivar práticas que facilitem essa troca e transformação, como a promoção de ambientes colaborativos e o uso de tecnologias adequadas.

Além disso, Prusak enfatiza que a gestão do conhecimento é tão relevante para a competitividade das empresas quanto os recursos físicos e financeiros. Segundo Davenport e Prusak (1998), o conhecimento organizacional bem gerenciado pode ser um diferencial estratégico, pois permite que as empresas respondam rapidamente às mudanças do mercado e antecipem tendências. Isso se dá por meio da correta identificação e compartilhamento do conhecimento essencial entre os colaboradores, garantindo que as decisões sejam tomadas com base em informações precisas e relevantes. Dessa forma, o conhecimento não apenas auxilia no

planejamento estratégico, mas também fortalece a cultura organizacional voltada à aprendizagem e inovação.

Por fim, Wiig (1993) destaca que uma gestão do conhecimento bem estruturada deve considerar não apenas o armazenamento e compartilhamento de informações, mas também a valorização do conhecimento humano e sua aplicação prática. Ele argumenta que o conhecimento deve ser tratado como um ativo essencial, exigindo investimento em mecanismos que facilitem sua captura, organização e uso eficaz. Isso implica na criação de políticas e estruturas organizacionais que incentivem a criação de novos conhecimentos, assegurando que as organizações estejam sempre preparadas para os desafios futuros. A implementação de práticas sistemáticas de gestão do conhecimento, portanto, não apenas melhora a eficiência operacional, mas também impulsiona a inovação e a sustentabilidade a longo prazo.

2.2 Cultura e Inovação: alicerce e resultado da gestão do conhecimento

A cultura organizacional é o conjunto de valores e práticas que moldam o comportamento coletivo dentro de uma empresa. Uma cultura que valoriza o aprendizado e o compartilhamento de conhecimento, é indispensável para o sucesso da gestão do conhecimento e da inovação. Segundo Silva (2024), lideranças participativas e ambientes que incentivam a autonomia dos colaboradores, são essenciais para consolidar esse tipo de cultura.

Além disso, Nonaka e Takeuchi (1997) apontam que um ambiente organizacional que valoriza a interação humana e a troca de ideias, cria as condições ideais para o surgimento de soluções criativas e inovadoras. Plataformas digitais e comunidades de prática, são ferramentas fundamentais para fortalecer essas interações e integrar a gestão do conhecimento, à cultura organizacional.

Já a inovação organizacional, pode ser vista como o produto direto de uma gestão do conhecimento bem estruturada. Segundo o Manual de Oslo (2021), inovação envolve a implementação de novos processos, produtos ou métodos gerenciais, que transformam a estrutura organizacional e ampliam sua competitividade. Nesse contexto, a gestão do conhecimento atua, como um catalisador, ao conectar as fontes de geração de conhecimento às necessidades práticas da empresa.

Organizações que priorizam a inovação, frequentemente adotam tecnologias avançadas para análise e processamento de dados, criando ecossistemas que estimulam insights valiosos e soluções inovadoras. Ferreira (2023) ressalta que esse ciclo de integração, entre dados e criatividade humana, resulta em propostas diferenciadas para o mercado, reforçando a relevância da gestão do conhecimento, para o desenvolvimento contínuo de produtos e processos.

Implementar a gestão do conhecimento de maneira eficaz exige uma abordagem estruturada. Os principais passos incluem:

1. Mapeamento e Identificação de Conhecimentos Estratégicos: Identificar e priorizar os conhecimentos críticos para o sucesso organizacional. Wiig (1993) sugere o uso de mapas de conhecimento, para visualizar esses ativos de forma sistemática.
2. Desenvolvimento de Infraestrutura Tecnológica: Adotar sistemas de gestão de conhecimento e plataformas colaborativas, que facilitem a captura e disseminação de

informações. Segundo Choo (2006), essas ferramentas são fundamentais para conectar as pessoas e integrar dados aos processos organizacionais.

3. Promover uma Cultura de Compartilhamento: Criar um ambiente onde o compartilhamento de ideias e informações, seja incentivado por meio de workshops, mentorias e grupos de discussão.
4. Capacitar os Colaboradores: Investir em treinamentos para que todos estejam aptos a contribuir, com o processo de gestão do conhecimento e utilizar as ferramentas disponíveis.
5. Monitoramento e Avaliação: Estabelecer indicadores de desempenho e monitorar os resultados da gestão do conhecimento. Davenport e Prusak (1998) defendem que avaliações periódicas, garantem o alinhamento entre os objetivos estratégicos e as práticas de gestão do conhecimento.
6. Criação de Comunidades de Prática: Nonaka e Takeuchi (1997) destacam a importância de grupos organizados para troca de conhecimento tácito e estímulo à criatividade.

2.4 Impactos da gestão do conhecimento no ambiente organizacional

A gestão do conhecimento desempenha um papel importante na construção da vantagem competitiva das empresas. Ao conectar inovação e cultura organizacional, ela possibilita que as empresas, não apenas se adaptem rapidamente às mudanças do mercado, mas também liderem transformações no setor. Segundo Barney (1991), a vantagem competitiva sustentável, deriva da posse de recursos valiosos, raros, inimitáveis e organizados, e o conhecimento é um desses recursos fundamentais.

Ferreira (2023) argumenta que a gestão do conhecimento impulsiona a inovação, ao alinhar os esforços criativos às estratégias organizacionais, permitindo o desenvolvimento de produtos e serviços que se destacam no mercado. Além disso, Choo (2006) reforça que a gestão do conhecimento fortalece a resiliência organizacional, promovendo um ambiente de aprendizado contínuo e adaptabilidade.

A cultura organizacional também potencializa essa vantagem, ao criar um espaço onde a colaboração é valorizada e o conhecimento é compartilhado livremente. Nonaka e Takeuchi (1997) enfatizam que empresas que cultivam uma cultura de inovação e aprendizado, possuem maior capacidade de converter conhecimento em valor econômico e social, garantindo sua relevância em um mercado competitivo.

A conversão eficaz do conhecimento dentro das organizações depende de um ambiente propício à sua criação e compartilhamento. Nonaka e Takeuchi (1997) destacam que o processo de conhecimento organizacional ocorre por meio de interações contínuas entre conhecimento tácito e explícito, promovendo inovação e aprendizado. Empresas que estruturam mecanismos para facilitar essa conversão—como grupos de discussão, plataformas digitais de compartilhamento e programas de mentoria—conseguem transformar informações individuais em soluções estratégicas coletivas, reforçando sua capacidade de inovação.

Barney (1991) reforça que o conhecimento, quando gerenciado estrategicamente, se torna um recurso essencial para diferenciar uma organização da concorrência. Ele argumenta que empresas que desenvolvem capacidades internas para criar, armazenar e utilizar conhecimento possuem uma vantagem difícil de ser replicada. Assim, a gestão do conhecimento

não apenas melhora o desempenho organizacional, mas também contribui para a construção de barreiras à imitação, garantindo uma posição de liderança no mercado.

Além disso, Choo (2006) aponta que o gerenciamento eficaz do conhecimento deve estar alinhado aos objetivos organizacionais e à cultura da empresa. Quando o conhecimento é tratado como um ativo estratégico, ele se torna um elemento central na tomada de decisões e na formulação de estratégias empresariais. Empresas que investem na criação de ambientes colaborativos e sistemas integrados de informação potencializam sua capacidade de adaptação e crescimento sustentável, fortalecendo a inovação e a competitividade no longo prazo.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O artigo em questão baseou-se na metodologia *Design Science Research* (DSR), com o objetivo de desenvolver um artefato por meio de uma plataforma para gestão de um programa de inovação. O DSR, proposto por Hevner et al. (2004) estrutura esta abordagem em três grandes blocos, ambiente, pesquisa e base de conhecimento, entre os quais existem meios de interconexão por meio dos ciclos de relevância, design e rigor. A Figura 1 detalha o método aplicado ao caso em questão, associando os componentes chave e ilustrando suas respectivas conexões.

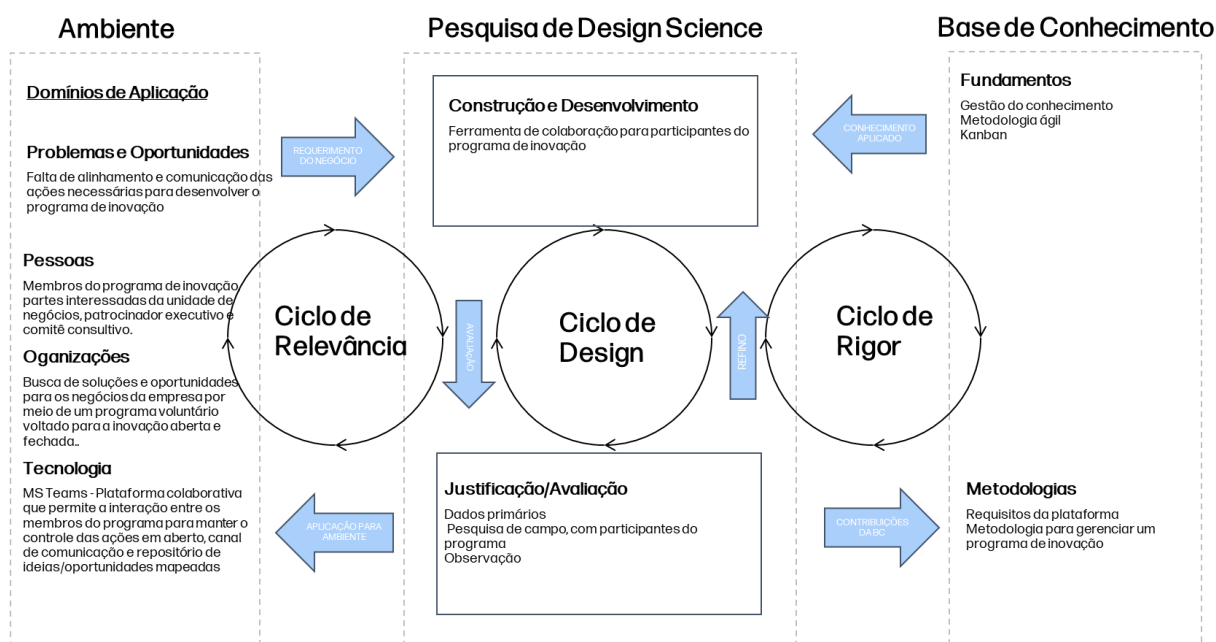


Figura 1 Framework DSR aplicado a gestão de um programa de inovação
Fonte: Adaptado de Hevner et al. (2004).

Os ciclos de relevância, design e rigor, contribuem, respectivamente, para identificação dos requisitos e suas conexões entre artefato e problema, facilita a integração com a base de conhecimento e contribui para execução do artefato agregando a avaliação de sua implementação (Hevner, 2007)

Para a aplicação em discussão, nota-se no ciclo de relevância, a identificação dos atores afetados direta ou indiretamente pelo artefato e qual o problema identificado. Já o ciclo de design expõe a proposta objetiva da plataforma e os meios de avaliação. E o ciclo de rigor traz as conexões com a base de conhecimento e as contribuições do artigo para tal.

4. DESENVOLVIMENTO DO ARTEFATO

4.1 Contexto da Realidade Investigada

O programa de inovação o qual a plataforma busca solucionar o problema de comunicação e gestão do conhecimento, pertence a empresa XPTO do segmento de fabricação e vendas de produtos eletrônicos, com sede nos Estados Unidos e presença estabelecida no Brasil.

A empresa atua nesse segmento a mais de 80 anos em nível global, e esta sediada no Brasil no estado de São Paulo. Listada como uma das maiores corporações deste segmento, a empresa tem como missão de criar tecnologia que contribua para o dia a dia da população. A inovação é um tema chave da companhia, e é evidenciado por meio de seus centros de pesquisa e desenvolvimento ao redor do mundo.

O programa de inovação em questão está sob patrocínio do presidente da sede da empresa no Brasil, e é uma das apostas da região para crescimento da empresa. Uma das diretrizes que rege a iniciativa é buscar resolver problemas das unidades de negócio e áreas da companhia, e apresentar oportunidades para o negócio. Dessa forma, entende-se as diferenças entre a área de pesquisa e desenvolvimento e o programa de inovação.

Com o investimento neste programa, sua complexidade de gestão vem crescendo com o aumento de iniciativas gerenciadas (projetos, *workshops*, palestras, *hackathons*, entre outros), e proporcionalmente o aumento de pessoas direta ou indiretamente envolvidas.

Anteriormente à implementação do piloto da solução, os membros do programa gerenciavam as iniciativas por meio de atas de reuniões, trocas de e-mail e armazenamento de arquivos em repositórios pessoais descentralizados. Tais reuniões eram gerenciadas pelo líder do programa, o qual era responsável não apenas pelas anotações, mas também em conduzir a reunião em si, o que, dado a sobrecarga de tarefas, levava a perda de informações ao longo do processo, e ineficiência pela centralização das atividades.

4.2 Levantamento de Requisitos dos Usuários e Literatura

Com o objetivo de ser assertivo no desenvolvimento da solução, realizou-se o levantamento das histórias do usuário, por meio de uma pesquisa de campo com os participantes do programa, assim como as publicações literárias que embasam tal solução afim de elucidar os meta requerimentos e requerimentos do usuário para plataforma a ser desenvolvida.

A pesquisa de campo foi dividida em dois momentos. No primeiro momento, foi realizada uma sessão de *brainstorm* com os membros do programa, por meio de uma reunião remota no qual foi estimulada a discussão sobre quais eram as principais necessidades, deficiências e oportunidades que enxergavam na gestão do programa, com o objetivo de criar um ambiente de criação para que, dessa forma, fosse possível identificar os principais requisitos da plataforma a ser desenvolvida. No segundo momento, após a discussão realizada, um formulário digital foi enviado para que fosse possível o registro de cada apontamento discutido.

A Figura 2 ilustra tais detalhes na aplicação em questão, trazendo a luz a importância de haver a consolidação das informações chave em um único sistema, para facilitar a consulta e acompanhamento das iniciativas do programa. Por outro lado, traz também a relevância deste acompanhamento, por meio de um calendário e planos de ações evidentes e de fácil entendimento pelos membros do programa.

As publicações literárias que embasam tais requerimentos compartilhados pelos usuários, muito estão pautadas na gestão do conhecimento exposto por Davenport e Prusak (1998), importância da liderança no direcionamento estratégico demonstrado por Silva (2024) e o ambiente organizacional harmônico defendido por Nonaka e Takeuchi (1997).

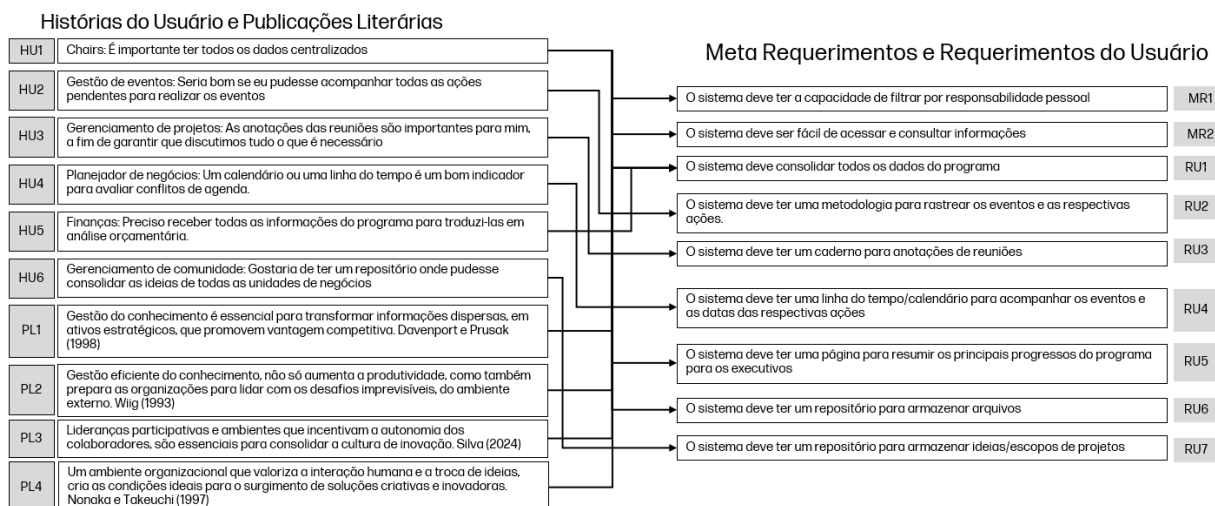


Figura 2 Visão geral dos requerimentos da plataforma.
Fonte: Adaptado de Gregor et al. (2020)

4.3 Operacionalização do artefato

Para operacionalização do artefato se iniciou a busca pela ferramenta que solucionasse tais questões. Após pesquisa de mercado realizada, chegou-se à conclusão de que o sistema Microsoft® Teams® seria a mais adequada, uma vez que a empresa em questão já possuía a licença e estava disponível a todos os funcionários, assim evitando demais investimentos para desenvolvimento da solução.

Assim, a organização das informações no sistema foi realizada pelo próprio líder do programa de inovação, com ajuda e contribuição dos demais membros da iniciativa. Um time foi criado dentro do sistema, e os plugins *Planner*, *OneNote*, *Sharepoint* e Listas do *Sharepoint* foram adicionadas para compor tal solução. A fim de monitorar as ações em andamento, o *Planner* foi utilizado. Criou-se colunas por parceiro, e *cards* por eventos em cada respectiva coluna, ilustrado pela Figura 3.

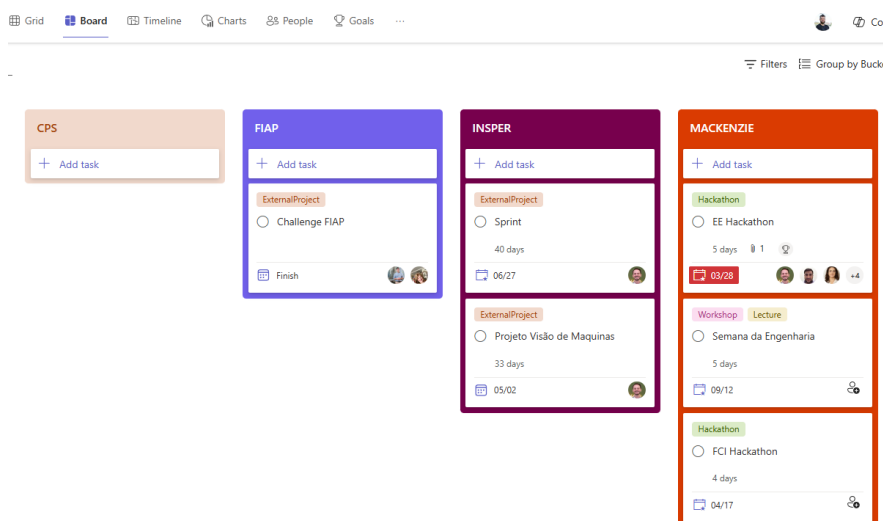


Figura 3 Planejamento do programa de inovação por meio do Planner.

Tais *cards* são editáveis e passíveis de controlar as ações pendentes e concluídas, os responsáveis pelo evento, a data de início e fim, os anexos necessários e conectar o próprio *card* com seu repositório de documentos que está presente no Sharepoint criado, ilustrado pela Figura 4.

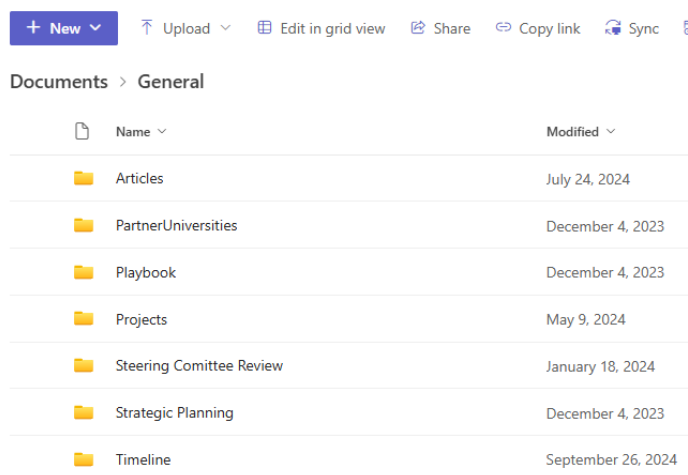


Figura 4 Exemplo de pastas criadas no Sharepoint do programa

Além disso, a ferramenta também possibilita a visão das ações e eventos por meio de um *timeline* exemplificado pela Figura 5.

O *OneNote* foi habilitado para registrar atas de reuniões realizadas pelo programa seja para organização de um evento ou planejamento de um projeto em andamento. Por outro lado, duas Listas de *Sharepoint* foram adicionadas para registro dos contatos chave dos parceiros desenvolvidos, a fim de evitar qualquer perda de informação com a troca da gestão do programa, e a segunda para gerenciar as ideias e oportunidades de projetos e iniciativas para serem desenvolvidas pelo programa, levantadas pelos stakeholders de cada área de negócio da empresa.

Dessa forma, com o uso do sistema e os *plugins* mencionados anteriormente foi possível cumprir com os requisitos levantados pelos usuários consolidando as informações em único sistema, de fácil acesso e disponível a todos os participantes do programa. Além disso, o próprio sistema permite a comunicação entre os membros por meio do *chat*.

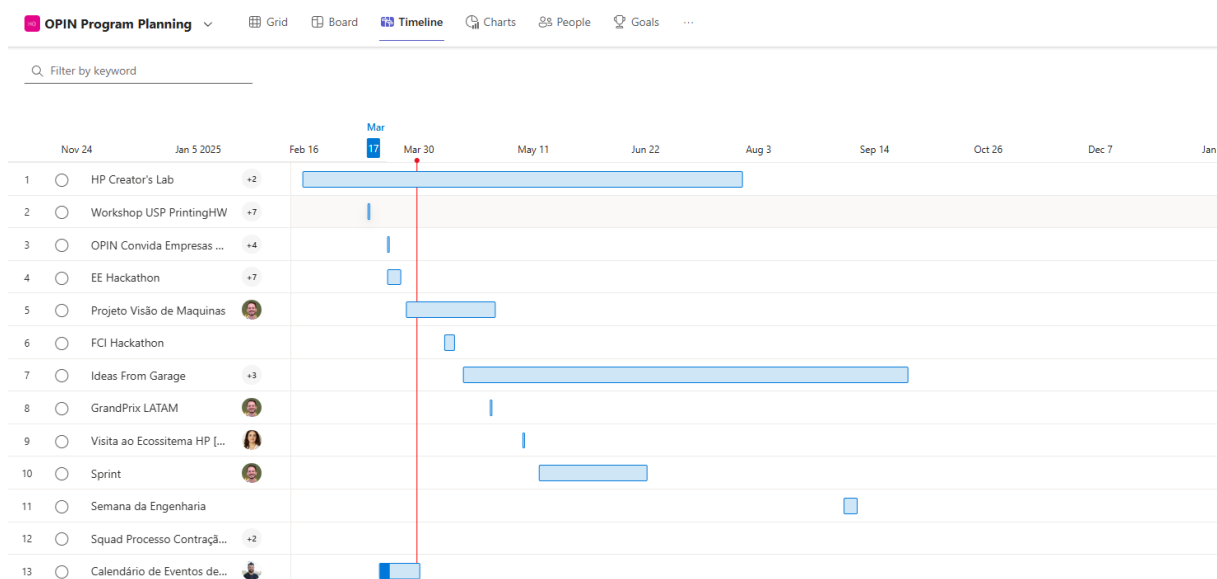


Figura 5 *Timeline* do programa de inovação

Entre as principais contribuições do sistema, destacam-se:

1. **Sistematização de Processos:** A centralização de informações na plataforma digital, traz maior organização, governança e controle sobre as etapas do projeto, facilitando a identificação de ações prioritárias e otimizando os recursos disponíveis. Isso permite maior eficiência na execução das atividades e redução de retrabalho, devido à visão do todo.
2. **Fomento ao Ambiente Colaborativo:** A estrutura desenvolvida fortalece o trabalho em equipe, criando um espaço onde os colaboradores podem compartilhar ideias, resolver problemas de forma conjunta e contribuir ativamente, para os resultados do projeto. Essa colaboração ampliada estimula um espírito de coletividade e engajamento, que são pilares de uma cultura inovadora.
3. **Comunicação Mais Fluida e Interativa:** Ao integrar canais de comunicação na plataforma, a empresa proporciona um ambiente de troca de informações mais transparente, simples e ágil. Os colaboradores passam a ter acesso fácil a dados atualizados, contatos relevantes e feedback em tempo real, promovendo um fluxo de trabalho mais integrado e dinâmico. Esse avanço fortalece os valores culturais da organização, criando um espaço onde a interação e a acessibilidade se tornam parte do dia a dia.
4. **Inovação Coletiva:** A centralização das ideias e sugestões dos colaboradores, gera um processo mais participativo e inclusivo, ampliando o alcance da inovação em todos os níveis organizacionais envolvidos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A gestão do conhecimento, integrada à inovação e sustentada por uma cultura organizacional colaborativa e dinâmica, demonstra ser um fator relevante para o sucesso das

organizações. Este trabalho destaca como práticas estruturadas de gestão do conhecimento, podem impulsionar a inovação e fortalecer os valores culturais dentro da empresa.

O artefato produzido, aproveita uma tecnologia já existente na empresa, para utilizá-la de modo estratégico e gerar vantagens que transcendem os resultados operacionais, conectando inovação, sistematização de processos e cultura organizacional.

A inovação se dá, pelo fato de utilizar uma plataforma já conhecida na empresa e de modo diferenciado, aproveitar suas funcionalidades para gerir o conhecimento existente. Inclusive este artefato possibilita, que seja aplicado em outras diferentes iniciativas da empresa e até mesmo, que seja replicado como suporte, na gestão do conhecimento em outras organizações.

Para garantir a continuidade e maximizar os resultados obtidos, por meio da gestão do conhecimento, algumas estratégias podem ser implementadas futuramente. Uma delas seria a ampliação das funcionalidades da plataforma, incorporando novas funcionalidades à ferramenta, como painéis analíticos para monitoramento de desempenho e indicação de lições aprendidas a cada projeto de inovação implementado.

Outra oportunidade seria a avaliação de impacto, ao implementar métricas para medir, não apenas os resultados operacionais, mas também os efeitos culturais, como o nível de colaboração entre equipes e a percepção de engajamento dos colaboradores.

Também seria importante estabelecer de sucesso e monitorar métricas como número de ideias implementadas, velocidade na execução das ações e nível de colaboração entre equipes. Além disso é válido catalogar as lições aprendidas com a implementação da plataforma, frente ao projeto de inovação. Será uma forma de avaliar quais melhorias podem ser implementadas, caso exista interesse em replicar o artefato em outras ações da própria empresa ou em outras organizações. Por fim, este trabalho evidencia como a gestão do conhecimento, ao ser sustentada por ferramentas tecnológicas e uma cultura organizacional voltada à interação e colaboração, pode transformar as operações e até mesmo, os valores de uma empresa.

O artefato implementado, destaca o poder do uso da tecnologia na gestão do conhecimento e em criar ambientes mais organizados, colaborativos e inovadores, ao mesmo tempo em que fortalece a comunicação e os vínculos entre os colaboradores. O sucesso dessa iniciativa, reforça a importância de investir em estratégias contínuas e adaptáveis, garantindo que as empresas estejam preparadas para prosperar, em um mercado em constante evolução e reforça como a gestão do conhecimento, quando implementada de forma estratégica, cria um ambiente organizacional mais dinâmico, colaborativo e inovador.

O estudo contribui ao apresentar que a combinação entre tecnologia, cultura organizacional e processos estruturados, é capaz de transformar os resultados operacionais e a percepção dos colaboradores sobre seu papel na construção coletiva da cultura de inovação.

REFERÊNCIAS

- Barney, J. (1991). *Firm resources and sustained competitive advantage*. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Choo, C. W. (2006). *A organização do conhecimento: Como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões*. Editora Senac.

- Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Harvard Business School Press.
- Ferreira, T. A. (2023). *Big data e inovação: Estratégias para a competitividade organizacional*. Revista Brasileira de Gestão e Negócios.
- Gregor, S., Kruse, L. C., & Seidel, S. (2020). *Research perspectives: The anatomy of a design principle*. *Journal of the Association for Information Systems*, 21(6), 1622–1652.
- Hevner, A. R., March, S. T., Park, J., & Ram, S. (2004). *Design science in information systems research*. *MIS Quarterly*, 28(1), 75–105.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1997). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.
- Silva, J. C. L. (2024). *Inovação organizacional: A cultura de inovação como estratégia para competitividade e sustentabilidade nos negócios*. Revista Tópicos em Gestão.
- Wiig, K. M. (1993). *Knowledge management foundations: Thinking about thinking*. Schema Press.