IV ENCONTRO NACIONAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL
10 a 12 de maio de 2018

EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO: A INOVAÇÃO COMO ELEMENTO CHAVE NA SOBREVIVÊNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS BRASILEIRAS

Katiane do Nascimento Tavares [1] Dalgoberto Miguilino Pinho [1]
[1]Universidade Federal de Alagoas - UFAL -Brasil
tavares.katiane@gmail.com, dalgoberto.pinho@penedo.ufal.br

Resumo

As constantes variações nos mercados ao mesmo tempo que impelem às incertezas e eclodem a questão da sobrevivência dos que já estão atuando, também abrem oportunidades para aqueles que estão chegando com gana de se inserir nos mercados, estando assim apresentada a figura do empreendedor. No Brasil, das 16 milhões de empresas ativas no país no ano de 2015, 14,2 milhões representavam MPEs (Microempresas e Empresas de Pequeno Porte), ou seja, 93,9% das empresas ativas, segundo dados coletados no sistema desenvolvido pela Secretaria Especial de Micro e Pequenas Empresas (SMPE), o Portal Empresômetro. Representando tão expressivo percentual entre as empresas ativas, é indubitável o importante papel das MPEs no desenvolvimento da economia nacional e o impacto socioeconômico destas no desenvolvimento local das regiões em que estão sediadas. Estando alocadas em um cenário de mercado extremamente competitivo e rodeado de incertezas econômicas, as MPEs brasileiras necessitam estarem preparadas para atender um público cada vez mais exigente e sedento por produtos e serviços que proporcionem experiências diferenciadas e inovadoras. Assim, são impelidas à adequarem suas práticas de gestão de modo a sobreviverem no mercado em que atuam. É nesse cenário que a gestão da aplicabilidade da inovação deve ser vislumbrada, entre os micro e pequenos empresários, como elemento essencial para que as MPEs se mantenham ativas no mercado, além de representar diferencial competitivo na gestão estratégica dos negócios.

Palavras-chave: empreendedorismo; inovação; gestão; mercado.

Introdução

O empreendedorismo, representado pela figura do empreendedor como indivíduo que vislumbra oportunidades transformando-as em negócios, tem sido importante engrenagem que movimenta os mercados. Na economia brasileira, as MPEs têm ocupado lugar de destaque pela representatividade que este seguimento possui dentre as empresas ativas no país. Atualmente, são responsáveis por grande parcela do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, inúmeras ofertas de emprego e causadores de grandes impactos no cenário socioeconômico das localidades onde estão sediadas.

Em detrimento das incertezas das constantes mutações da economia e de um mercado consumidor sedento por experiências inovadoras, as MPEs brasileiras se veem introduzidas um cenário mercadológico extremamente competitivo, que exige práticas de gestão que envolvam conhecimentos estratégicos de modo a proporcionar vantagem competitiva na luta pela sobrevivência. Neste cenário, a introdução da inovação nas MPEs representa elemento essencial na garantia da vantagem competitiva e consequente ferramenta eficaz na gestão estratégica dos negócios, sendo um diferencial na sobrevivência desse seguimento dentro dos mercados em que atuam.

Assim, este trabalho tem como objetivo apontar o importante papel da inovação como elemento essencial de vantagem competitiva na busca pela sobrevivência das MPEs brasileiras no mercado em que atuam; além de destacar o relevante papel deste seguimento no cenário socioeconômico do país, salientar o ambiente altamente competitivo em que estas estão inseridas e enfatizar a gestão da inovação como diferencial estratégico na gestão dos negócios.

O Empreendedor

Precedendo um projeto inovador que chega ao mercado é fácil encontrarmos a figura do empreendedor. Na literatura, encontramos muitas definições para o termo empreendedor. Para Schumpeter (1949, apud DORNELAS, 2012, p. 29) "o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. " Esse indivíduo é normalmente possuidor de diversas habilidades e características singulares que corroboram para o desenvolvimento da jornada empreendedora.

Madruga (2006), salienta que "empreender tem a ver com fazer diferente, antecipar-se aos fatos, implementar ideias, buscar oportunidades, criar valores, gerar empregos e colaborar para o desenvolvimento do país". Assim, o empreendedor "cria equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente" (KIRZNER, 1973, apud DORNELAS, 2012, p.28).

Quando falamos da ligação entre empreendedorismo e inovação, "é fato aceito tanto no campo cientifico do empreendedorismo, quanto no campo econômico, a sua relação com a inovação" (OLIVEIRA, et al., 2016). A Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico - OCDE já destacou a importância do empreendedorismo como "incentivador da inovação e responsável pelo aumento da produtividade" (BRASIL, 2012). Assim, o empreendedor se apresenta como "aquele que se dedica à geração de riquezas em diferentes níveis de

conhecimento, inovando e transformando conhecimento em produtos ou serviços em diferentes áreas" (DOLABELA, 1999, p. 68).

Dentre as várias definições, ao longo dos anos e períodos, não há como não enfatizar que o perfil empreendedor se refere a um indivíduo curioso e atento as informações e as mutações do mundo que o cerca, se apresentando como um identificador de oportunidades.

As Micro e Pequenas Empresas e seu papel na economia Brasileira

No mercado e economia brasileira, as microempresas, empresas de pequeno porte e os microempreendedores individuais tem conquistado um espaço importante na composição do produto interno bruto (PIB) nacional. Segundo dados coletados no sistema desenvolvido pela Secretaria Especial de Micro e Pequenas Empresas (SMPE), o Portal Empresômetro, no Brasil, das 16 milhões de empresas ativas no país no ano de 2015, 14,2 milhões são MPEs (Microempresas e Empresas de Pequeno Porte), ou seja, 93,9% das empresas ativas e legalizadas.

Tabela 1 – MPEs no mercado brasileiro

MPEs	Participação no Mercado
Empresas existentes no País	98%
Participação no PIB (Produto Interno Bruto)	21%
Total de empregos com carteira assinada	52%
Compras Governamentais	29,4%
Empreendedores informais	10,3 milhões
Estabelecimentos rurais familiares	4,1 milhões
Total de estabelecimentos rurais	85%

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2011)

Nos dados constantes na Tabela 1 fica demonstrado, através da análise das informações publicadas pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) em sua Agenda Estratégica das Micro e Pequenas Empresas 2011-2020, o impacto das micro e pequenas empresas brasileiras no cenário socioeconômico do país. Desta forma, ratifica-se o grande impacto e contribuição socioeconômica que as MPEs causam nas localidades em que estão sediadas e o quão necessário é enfatizarmos a importância do processo de inovação nas MPEs como forma de elemento de gestão estratégica para garantia da longevidade das mesmas nos mercados em que atuam. "Assim, inovar torna-se essencial para a durabilidade dos negócios" (RUSSO et al., 2017, p.126).

Inovação e MPEs

Ao longo dos milhares de anos, a história e evolução da humanidade está intimamente ligada com a capacidade do ser humano de criar e inovar. Esta realidade não é distinta quando partimos para a análise empresarial e correlacionamos o processo de gestão da inovação dentro das empresas e a sobrevivência destas no mercado em que atuam.

> O surgimento de novas tecnologias se faz necessário para a evolução da sociedade e das organizações. As tecnologias e inovações surgem para melhorar a vida das pessoas, seja nas atividades do cotidiano, profissionais, de saúde e de lazer. Além de contribuir para o bom desempenho das empresas e maior desenvolvimento econômico. (RUSSO et al., 2017, p.125).

Madruga (2006) afirma que "o período de desenvolvimento de um país, ou região pode ser avaliado pelo número de atividades na área de inovação e criação de empresas, particularmente, de base tecnológica. " E complementa que "o desenvolvimento das nações é hoje justificado através do resultado de duas variáveis: a tecnologia e o empreendedorismo. " Isto é resultado de uma economia mundial cada vez mais complexa e interconectada, onde a inovação tem extrema importância no desempenho das empresas e países.

Muitos conceitos são abordados para o tema inovação, Dornelas (2012, p.7) afirma que "ao tratarmos de inovação estamos nos referindo a algo inédito ou de uma nova visão de como utilizar coisas já existentes, mas que ninguém antes ousou olhar de outra maneira". Esta visão é reafirmada nas palavras de Schumpeter (1982, p.47) quando diz que "o novo não pode ser alcançado a partir do antigo mediante passos infinitesimais".

Segundo Manual de Oslo (1999, p.55) uma inovação é "a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas. " Para Tidd e Bessant (2015, p.4) "a inovação é movida pela habilidade de estabelecer relações, detectar oportunidades e tirar proveito delas". Assim, finalizando com as palavras do economista Schumpeter (1982) "a inovação pode assumir várias formas, não sendo necessário que se invente algo novo, podendo mesmo submeter uma ideia já existente a uma nova forma de realizá-la ou uma nova situação".

> Por meio da inovação, novos conhecimentos são criados e difundidos, expandindo o potencial econômico para o desenvolvimento de novos produtos e de novos métodos produtivos de operação. Esses melhoramentos dependem não apenas do conhecimento tecnológico mas também de outras formas de conhecimento que são usadas para desenvolver inovações de produto, processo, marketing e organizacionais. (MANUAL DE OSLO, 1997, p. 41)

Em um cenário em que os avanços da tecnologia, o acesso às informações e as mudanças culturais tem tornado os mercados cada vez mais competitivos, as empresas precisam estar conectadas às mudanças e novas necessidades de modo a atender ao um público cada vez mais exigente e garantir sua sobrevivência no mercado.

> Não obstante à pressão advinda do ávido público consumidor que busca produtos e serviços novos e de qualidade, nos deparamos com a pressão advinda do governo, com legislações e obrigações fiscais que forçam a empresa a gerenciar melhor seus processos em busca de redução de custos. (CARVALHO; REIS; CAVALCANTE, 2011, p.12)

Para que consiga responder a estas pressões e se adequar aos mercados de modo a sobreviverem, as empresas necessitam aprimorar suas práticas já conhecidas de gerenciamento dos negócios, como "gestão da qualidade, planejamento estratégico, gestão financeira, marketing, gestão de projetos, gestão da produção, gestão de pessoas e, mais recentemente, Gestão da Inovação" (CARVALHO; REIS; CAVALCANTE, 2011, p.13). Assim, a inovação se apresenta na atualidade como uma das melhores alternativas para as empresas melhorarem a competitividade e garantirem sua sobrevivência e bons resultados no mercado em que atuam.

> As inovações impactam diretamente no sucesso dos negócios podendo propiciar através da renovação de mercado o aumento do ciclo de vida da empresa, a diminuição da concorrência, o aumento o número de clientes, o crescimento do faturamento e da qualidade dos produtos/serviços, bem como pode auxiliar na redução dos custos e no aumento da demanda, dentre tantos outros indicadores favoráveis ao êxito dos negócios. (OLIVEIRA, et al., 2016)

É evidente o importante papel desempenhado pelo processo de inovação dentro de uma organização. Drucker (COHEN, 2014), defendeu que "as duas funções essenciais de todo negócio são: marketing e inovação", e inclusive alertou para o fato de que a falta de inovação levará o negócio ao fracasso. Carvalho, Reis e Cavalcante (2011, p.11) afirma que "a inovação ganha importância em razão de sua estreita relação com a competitividade. Normalmente, quanto mais inovadora uma empresa for, maior será sua competitividade e melhor sua posição no mercado em que atua".

Em resultado a esta realidade, no Brasil "o debate relacionado ao crescimento econômico está fortemente interligado à busca sistemática da inovação no âmbito empresarial" (JORGE, 2010, p.9). No contexto das micro e pequenas empresas essa realidade não é diferente, estando intimamente ligada às causas para o sucesso de seus negócios a capacidade de essas empresas inovarem no processo de gestão e no uso de novas tecnologias. Assim, "quando as MPEs inovam em seus processos e produtos elas conseguem uma vantagem competitiva em relação aos seus

concorrentes, o que amplia suas possibilidades de sucesso e longevidade dos negócios" (PEREIRA et al., 2009).

> As empresas inovam para defender sua atual posição competitiva assim como para buscar novas vantagens em seu mercado. Uma empresa pode ter um comportamento reativo e inovar para evitar perder mercado para um competidor inovador ou pode ter um comportamento proativo para ganhar posições de mercado estratégicas frente a seus competidores. (MANUAL DE OSLO, 1997, p. 38)

Diante do indiscutível papel das MPEs dentro do contexto econômico de uma região e sua função geradora de emprego e renda, torna-se inelutável a importância da relação existente entre o desenvolvimento econômico/social da região onde essas empresas estão localizadas com o desenvolvimento e a sobrevivência empresarial das Micro e Pequenas Empresas. Se por um lado as MPEs possuem representatividade no aporte da economia, por outro lado é importante destacar a necessidade de sobrevivência em um mundo cada vez mais competitivo e globalizado, o que só é possível através de práticas inovadoras (COHEN, 2014).

Para Drucker (2011), "a inovação é trabalho permanente em uma organização e deve ser organizado internamente e em cada nível de estrutura da empresa, e não apenas em um lapso de criatividade". Desta forma, "a inovação é algo que necessita de ser administrada, e não se trata de algo que simplesmente acontece" (DAVILA; EPTEIN; SHELTON, 2007, p.336), devendo os gestores acompanharem todos os níveis internos e externos que possam influenciar no processo, de modo que as atividades relacionadas à gestão da inovação direcionem para o alcance dos objetivos esperados. Inovar tornou-se essencial para a durabilidade dos negócios ao se levar em conta que as inovações possuem a capacidade de gerar diferencial competitivo na inserção de novas tecnologias. (RUSSO, et al., 2017, p.126).

Metodologia

Sendo a pesquisa bibliográfica "um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema" (MARCONI; LAKATOS, 2003, p.158), a metodologia adotada para a compreensão da temática proposta foi a pesquisa bibliográfica e exploratória por meio de consulta a livros, revistas, jornais, publicações técnicas e científicas, relatórios de pesquisas, internet, documentos oficiais do governo e das agências de desenvolvimento.

"A pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões

inovadoras" (MARCONI; LAKATOS, 2003, p.183). Sendo a revisão bibliográfica, ou revisão da literatura, apontada por Trentini e Paim (1999, p.68) como uma "análise crítica, meticulosa e ampla das publicações correntes em uma determinada área do conhecimento". Assim, este tipo de pesquisa tem como finalidade "colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto" (MARCONI; LAKATOS, 2003, p.182), além da bibliografia oferecer "meios para definir, resolver, não somente problemas já conhecidos, como também explorar novas áreas onde os problemas não se cristalizaram suficientemente" (MANZO, 1971, p.32).

Conclusão

As micro e pequenas empresas brasileiras representam importante segmento da economia brasileira, sendo responsáveis por importante parcela do PIB nacional e por impactos socioeconômicos nas regiões em que estão localizadas.

A velocidade no acesso às informações e as inconstâncias das economias tem tornado os mercados cada vez mais competitivos, com consumidores cada vez mais exigentes que apresentam um perfil marcado pela busca de serviços e produtos que possam lhe proporcionar experiências inovadoras. Neste cenário, as MPEs brasileiras têm sido impelidas a adequarem as práticas de gestão na busca pela adequação às necessidades dos mercados e consumidores, na incessante busca pela sobrevivência na prática de suas atividades.

A inovação, seja de produtos, serviços ou métodos, se apresenta como importante diferencial competitivo quando implantado nas práticas das empresas, sendo instrumento eficaz no desenvolvimento e lucratividade destas. Diante desta realidade, e do inegável impacto que a mortalidade das MPEs representaria para a economia do país, faz-se necessário enfatizar que as MPEs brasileiras precisam inovar de modo a expandir seu potencial econômico, aumentar seu desempenho e obter ganho decorrente da vantagem competitiva, garantindo assim sua longevidade no mercado.

Referências

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Estudos e Pesquisas. Informações Econômicas, número 19, Rio de Janeiro: 2012.

CARVALHO, Hélio Gomes de; REIS, Dálcio Roberto dos; CAVALCANTE, Márcia Beatriz. **Gestão da Inovação**. Curitiba: Aymará, 2011.

CNC. **Empresômetro**. Disponível em: <http://empresometro.cnc.org.br/estatisticas> Acesso em: 24 set. 2017.

COHEN, W. A. **Marketing segundo Peter Drucker**. São Paulo: M. Books do Brasil, 2014.

DAVILA, Tony; EPTEIN, Marc J.; SHELTON, Robert. **As regras da Inovação**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

MANUAL DE OSLO. **Diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação tecnológica.** Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, 3ª edição, 1997.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura Editores Associados; 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e Espírito Empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. Tradução de Carlos Malferrari. São Paulo: Cencage Learning, 2011.

JORGE, Miguel. Prefácio. In: ARBIX, Glauco et al. (Org.). **Inovação: estratégias de sete países**. Brasília: ABDI, 2010. Disponível em: <http://www.iea.usp.br/publicacoes/textos/inovacaoestrategiasdesetepaises.pdf/at_download/file>. Acesso em: 19 mar. 2018.

MADRUGA, Claudia Maria da Silva. **Perfil do Empreendedor de Sucesso**. 2006. Disponível em: http://www.psicopedagogia.com.br/artigos/artigo.asp?entrID=795>. Acesso em: 20 mar. 2018.

MANZO, Abelardo J. **Manual para la preparación de monografias: una guía para presentar informes y tesis**. Buenos Aires: Humanitas, 1971.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2003.

OLIVEIRA, Maria de Fatima Silva; FERREIRA, Ricardo José; SILVA, Genésio José da; LIMA, Raissa Raquel Benevides de Oliveira. **O impacto das práticas inovadoras de micro e pequenos empreendedores na prosperidade de seus negócios**. Revista Capital Científico – Eletrônica (RCCe), v. 14, n.3, 2016.

PEREIRA, Mauricio Fernandes; GRAPEGGIA, Mariana; EMMENDOERFER, Magnus Luiz; TRÊS, Douglas Luis. **Fatores de inovação para a sobrevivência das micro e pequenas empresas no Brasil**. RAI - Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 50-65, 2009. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rai/article/view/79129/83201> Acesso em: 26 fev. 2018.

RUSSO, Suzana Leitão; SANTOS, Maria Rita de Moraes Chaves; PRIESNITZ, Mariana Camargo; MARQUES, Lana Graziela Alves. **Propriedade Intelectual, Tecnologias e Empreendedorismo.** Aracaju: API, 2017.

SEBRAE. **Agenda Estratégica das Micro e Pequenas Empresas 2011-2020**. Ed. Sebrae, 2011.

SCHUMPETER, Joseph. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Ed. Nova Cultural, 1982.

TRENTINI, M.; PAIM, L. **Pesquisa em enfermagem: uma modalidade convergenteassistencial.** Florianópolis: Ed. UFSC, 1999.

TIDD, Joe; BESSANT, John. **Gestão da Inovação**. 5ª edição. São Paulo: Bookman, 2015.