

GUSTAVO REIS MELO

AGENTE LOCAL DE INOVAÇÃO PRODUTIVIDADE:

Um Estudo de Caso do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas
empresas - SEBRAE como Indutor de práticas inovativas organizacionais nas
micro e pequenas empresas acompanhadas no Distrito Federal

AGENTE LOCAL DE INOVAÇÃO PRODUTIVIDADE:

Um Estudo de Caso do SEBRAE como Indutor de práticas inovativas organizacionais nas micro e pequenas empresas acompanhadas no Distrito Federal

Dissertação elaborada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação, do Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT) – Ponto focal Universidade de Brasília.

Orientador: Prof. Dra. Paula Meyer Soares

Gustavo Reis Melo

AGENTE LOCAL DE INOVAÇÃO PRODUTIVIDADE:

Um Estudo de Caso do SEBRAE como Indutor de práticas inovativas organizacionais nas micro e pequenas empresas acompanhadas no Distrito Federal.

Esta dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre”, e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT), ponto focal Universidade de Brasília (UNB).

Aprovada em:

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr(a) Paula Soares Meyer

Prof. Dr(a) Angela Machado Rocha

Prof. Dr(a) Ana Maria Brito Pires

Prof. Dr(a) Maria Hosana Conceição

Brasília/DF 2024

AGRADECIMENTOS

A minha companheira, Mariana, e meus filhos, Alice e Bernardo, pelo amor e apoio incondicional ao longo dessa jornada que foram fundamentais para que eu pudesse dedicar o tempo e energia necessária para concluir esse trabalho.

Agradeço ao SEBRAE pela oportunidade de explorar um tema tão relevante para o público que, juntos, nos dedicamos para atender e assistir.

Agradeço aos professores do curso e Prof.^a Paula Meyer, orientadora da pesquisa, pelas valiosas contribuições.

À banca examinadora, pelo tempo destinado e generosidade nas contribuições.

MELO, Gustavo Reis. **AGENTE LOCAL DE INOVAÇÃO PRODUTIVIDADE:** Um Estudo de Caso do SEBRAE como Indutor de práticas inovativas organizacionais nas micro e pequenas empresas acompanhadas no Distrito Federal.

RESUMO

A inovação desempenha um papel crucial no crescimento econômico, sendo uma estratégia essencial para aumentar a eficiência e competitividade das empresas nos mercados em que operam. Isso é alcançado através da melhoria contínua e/ou criação de novos processos de gestão e produção, resultando em impactos positivos na competitividade e no desempenho comercial. Este estudo teve como objetivo apresentar os efeitos do programa Agente Local de Inovação Produtividade, desenvolvido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), na promoção de práticas inovadoras entre micro e pequenas empresas (MPE). A pesquisa utilizou uma abordagem quantitativa-exploratória, baseada na base de dados do Sistema de Gestão ALI e na ferramenta Radar de Inovação para medir o impacto nas MPE acompanhadas em 2023 no Distrito Federal, além de revisões bibliográficas focadas na cultura de inovação nas organizações. Os resultados mostraram que as empresas participantes do programa, em geral, apresentaram melhorias nas dimensões analisadas. Os setores de comércio, indústria e serviços apresentaram diferentes níveis de impacto, indicando que a inovação ainda precisa de suporte para ser acessível aos pequenos negócios. Os dados coletados demonstram a eficácia do Programa Agente Local de Inovação Produtividade no apoio à adoção de práticas inovadoras pelas pequenas empresas. Com o acompanhamento individualizado dos empresários, é possível incentivar os gestores a priorizarem medidas inovadoras, resultando em uma gestão mais robusta e capaz de enfrentar as adversidades do mercado.

Palavras-chave: Produtividade; Competitividade; Pequenos Negócios; Inovação

MELO, Gustavo Reis. **LOCAL AGENT OF INNOVATION PRODUCTIVITY: A Case Study of SEBRAE as an Inducer of organizational innovative practices in micro and small companies monitored in the Federal District.**

ABSTRACT

Innovation plays a crucial role in economic growth and is an essential strategy for increasing the efficiency and competitiveness of companies in the markets in which they operate. This is achieved through continuous improvement and/or creation of new management and production processes, resulting in positive impacts on competitiveness and commercial performance. This study aimed to present the effects of the Local Innovation Productivity Agent program, developed by the Brazilian Micro and Small Business Support Service (SEBRAE), in promoting innovative practices among micro and small enterprises (MSEs). The research used a quantitative-exploratory approach, based on the ALI Management System database and the Innovation Radar tool to measure the impact on MSEs monitored in 2023 in the Federal District, in addition to bibliographic reviews focused on the culture of innovation in organizations. The results showed that the companies participating in the program, in general, presented improvements in the dimensions analyzed. The commerce, industry, and services sectors presented different levels of impact, indicating that innovation still needs support to be accessible to small businesses. The data collected demonstrates the effectiveness of the Local Productivity Innovation Agent Program in supporting the adoption of innovative practices by small businesses. With individualized monitoring of entrepreneurs, it is possible to encourage managers to prioritize innovative measures, resulting in more robust management capable of facing market adversities.

Keywords: Productivity; Competitiveness; Small Business; Innovation

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Jornada ALI Produtividade	18
Figura 2 - Radar ALI - Etapa 1	24
Figura 3 - Radar ALI - Etapa 4 - Final por setor	27
Figura 4 - Evolução geral das empresas	28
Figura 5 - Resultado de produtividade (%).	29
Figura 6 - Temas das ações	30
Figura 7 - Tipo de ações	31
Figura 8 - Forma de viabilização das ações	31

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Políticas de incentivo à inovação no Brasil	13
Quadro 2 - Comparativo entre as Pesquisas.....	15
Quadro 3 – Etapas e objetivos da Jornada ALI Produtividade	18
Quadro 4 - Dimensões do Radar ALI Produtividade	20

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Pontuação Radar ALI.	21
Tabela 2 - Quantidade de empresas por setor	23
Tabela 3 - Segmentos por setor	23
Tabela 4 - Etapa 2 -Temas dos problemas.....	25
Tabela 5 - Etapa 3 - Temas das soluções	26

LISTA DE SÍMBOLOS, UNIDADES, ABREVIATURAS

ALI	Agente Local de Inovação
CLP	Centro de Liderança Pública
EPP	Empresa de pequeno porte
MCTIC	Ministério de Ciência, Tecnologia, Inovação e Comunicação
ME	Microempresa
MEI	Microempreendedor Individual
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
PIB	Produto Interno Bruto
PROFNIT	Programa de Pós-graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
PINTEC	Pesquisa de Inovação e Tecnologia

1.	APRESENTAÇÃO	1
2.	INTRODUÇÃO	2
3.	JUSTIFICATIVA	5
4.	OBJETIVO.....	6
4.1	OBJETIVO GERAL.....	6
4.2	OBJETIVOS ESPECIFICOS	7
5.	REFERÊNCIAL TEÓRICO	7
5.1	COMPETITIVIDADE.....	7
5.2	INOVAÇÃO.....	8
5.3	CULTURA DE INOVAÇÃO.....	9
5.4	PRÁTICAS ORGANIZACIONAIS INOVATIVAS.....	10
5.5	POLÍTICAS PÚBLICAS PARA INOVAÇÃO	12
4.1	PESQUISA DE INOVAÇÃO (PINTEC).....	14
5.	PEQUENOS NEGÓCIOS E SEBRAE	15
6.	AGENTES LOCAIS DE INOVAÇÃO PRODUTIVIDADE	17
7.	METODOLOGIA.....	22
8.	RESULTADOS	23
9.	DISCUSSÃO	30
10.	IMPACTOS.....	32
11.	ENTREGÁVEIS DE ACORDO COM OS PRODUTOS DO TCC.....	33
12.	CONCLUSÃO.....	33

13.	PERSPECTIVAS FUTURAS.....	35
13.1	ENCAMINHAMENTOS PARA CURTO PRAZO.....	35
13.2	ENCAMINHAMENTOS PARA MÉDIO PRAZO.....	35
13.3	ENCAMINHAMENTOS PARA LONGO PRAZO	36
14.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	37
15.	APÊNDICES.....	41

1. APRESENTAÇÃO

Com o avanço da tecnologia passou a vigorar no mundo, uma nova forma de convívio entre as pessoas e de consumo, que impactam a dinâmica de mercado onde as empresas atuam. O uso da tecnologia para na melhoria de processos passou a ser imperativa à sobrevivência das empresas, independente do seu porte.

Para o enfrentamento dos desafios impostos na reconfiguração das cadeias produtivas globais, a implementação de um modelo de gestão do conhecimento organizacional é a premissa fundamental para se gerar a inovação, com impactos diretos no desempenho da empresa, com otimização de processos, redução de custos e aumento da produtividade e consequentemente da competitividade empresarial.

Com base nesse desafio de apoiar, de forma mais rápida e acessível, as micro e pequenas empresas (MPE) o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) criou a versão produtividade do Agente Local de Inovação, recém-formados até três anos, que coletam os dados, fazem um diagnóstico e, com base nas informações, orientam e disseminam junto aos empresários os conceitos de inovação, objetivando reduzir custos, aumentar o faturamento das empresas acompanhadas, aumento assim sua produtividade.

A metodologia faz o uso de ferramentas ágeis, identificação de dores e a implementação de soluções, acompanhamento individualizado e a promoção do compartilhamento de experiências entre as equipes e os empresários.

A presente pesquisa intitulada, “Programa Agente Local de Inovação Produtividade: Estudo de Caso do SEBRAE como indutor práticas inovativas em micro e pequenas empresas”, trata de um estudo sobre a absorção de práticas inovativas organizacionais pelas micro e pequenas empresas acompanhadas, no Distrito Federal, no ano de 2023 sendo norteadas pela análise dos resultados das empresas no Radar da Inovação, que reúne 6 dimensões Controles Gerenciais, Gestão das Operações, Gestão De Marketing, Práticas de Inovação, Transformação Digital, ESG – Ambiental, Social e Governança. Tais dimensões compõem a base de referência para se determinar o grau de inovação da empresa.

Para a operacionalização desta investigação científica, o objeto estudado foi analisado e guiado por um vasto referencial teórico sobre a temática abordada. Foram agrupados e analisados documentos internos do SEBRAE, realizadas análises de dados de acompanhamento das empresas e, sobretudo, utilizadas técnicas de observação.

Por fim, o estudo evidencia sua relevância por demonstrar a integração entre a teoria e a prática, uma vez que reúne conceitos de inovação, competitividade e um exemplo de política pública de inovação voltada para micro e pequenas empresas. Prática porque seus resultados são de grande valia para a compreensão do grau de entendimento sobre inovação por parte das MPE, eficiência de processos e de eficácia do Programa Agente Local de Inovação Produtividade do SEBRAE, na condição de indutor de práticas organizacionais inovativas.

2. INTRODUÇÃO

A habilidade de inovar é vital para a competitividade e o desenvolvimento econômico, pois está ligada ao esforço constante de melhorar e diferenciar produtos e serviços, gerando vantagens competitivas duradouras. A cultura da inovação é vista como uma estratégia eficaz para garantir a longevidade das organizações em mercados que evoluem rapidamente. Muitas empresas ainda não perceberam, mas a chave para alcançar e manter uma vantagem competitiva está em estabelecer um ritmo contínuo de inovação

Segundo Bucior, Gonçalo e Santos (2015), as organizações são constantemente provocadas a desenvolver novos produtos e serviços para gerar oportunidades em mercados atuais e em novos mercados.

O Manual de Oslo (OECD/Eurostat, 2018) trouxe uma nova categoria de inovação, as “inovações no modelo de negócios”, “que podem variar entre inovações parciais do modelo empresarial, que afetam apenas os produtos ou as funções empresariais de uma organização, e inovações abrangentes do modelo empresarial, que envolvem tanto os produtos como as funções empresariais” (OECD/Eurostat, 2018, pp. 76-77).

De acordo com Quinhões e Lapão (2023), o termo inovação tem sido aplicado para quase tudo e em qualquer lugar. Organizações e políticos estão incluindo o termo em suas declarações, organogramas e discursos. As inovações bem-sucedidas em geral, além de um lampejo de genialidade, advêm de uma busca consciente e intencional, ou seja, não ocorrem ao acaso.

Nesse sentido o processo de inovação pressupõe a integração dos vários atores por meio de um sistema com esse fim, ou seja, as atividades inovadoras de uma empresa dependem em parte da variedade e estrutura de seus vínculos com fontes de informação, conhecimento, tecnologias, práticas e recursos humanos e financeiros.

De acordo o Mapa de Empresas¹ (BRASIL, 2024), o primeiro quadrimestre de 2023 registrou 21.020.285 empresas ativas, sendo que 93,7% das empresas são consideradas micro e pequenas empresas (MPE). Esse quantitativo de pequenas empresas se mostra relevante no que diz respeito a necessidade de criação de políticas públicas voltadas para melhoria de competitividade e inovação para esse perfil de empresas.

De acordo com o Anuário de Competitividade Mundial (IMD, 2023), o Brasil apresenta um nível de competitividade comparativamente a outros países abaixo do potencial empresarial, tecnológico e de capital humano. O país ocupa a 60ª posição de 64 países, ranking este formado por quatro fatores: performance econômica, eficiência do governo, eficiência dos negócios e infraestrutura.

O fator eficiência dos negócios, por sua vez, é formado por cinco subfatores: produtividade e eficiência, mercado de trabalho, finanças, práticas de gestão e valores e atitudes. Destes, o subfator de pior posicionamento do Brasil é produtividade e eficiência, onde aparece na posição 63ª, evidenciando a necessidade de aumentar a eficiência e a produtividade das empresas, além dos demais fatores relacionados à competitividade empresarial, setorial e conseqüentemente do país. (IMD, 2023)

¹ Ferramenta disponibilizada pelo Governo Federal que fornece indicadores relativos ao quantitativo de empresas registradas no país, o quantitativo de empresas se refere a matrizes, filiais e microempreendedores individuais (MEI).

A escolha do Distrito Federal (DF) se deu devido à sua importância política no cenário nacional e pela presença de instituições públicas e privadas que fazem parte do ecossistema local. O DF é uma unidade da federação que possui competência legislativa de Estado e de Município, na qual está localizada a capital federal do Brasil, a cidade de Brasília. Situada na Região Centro-Oeste, é a menor unidade federativa brasileira, sendo a sétima com o maior produto interno bruto (PIB) do Brasil (171,2 bilhões de reais) e o maior PIB per capita do país, 64.653 reais, e a única que não tem municípios, sendo dividida em 31 regiões administrativas, totalizando uma área de 5.779.999 km². (IBGE, 2023).

De acordo com o Ranking de Competitividade dos Estados de 2023 (CLP, 2023), o Distrito Federal aparece em 11º no pilar “inovação”, em 18º no indicador “Empresas de Alto Crescimento” e 12º em “Empreendimentos Inovadores”.

O Ranking de Competitividade é uma ferramenta que a partir da análise do conjunto de 10 pilares: Infraestrutura, Sustentabilidade Social, Segurança Pública, Educação, Solidez Fiscal, Eficiência da Máquina Pública, Capital Humano, Sustentabilidade Ambiental, Potencial de Mercado e Inovação, busca pautar a melhoria da competitividade dos estados.

De acordo com o DATAMPE Brasil² (2024), do total de empresas com registro até 2024, 12,4% correspondem a Outros (50.131 estabelecimentos), 46,1% correspondem a Microempresário Individual (MEI) (185.653), 35,1% correspondem a Microempresa (ME) (141.542), e 6,33% correspondem a Empresa de Pequeno Porte (EPP) (25.478).

Do ponto de vista jurídico, destacam-se Empresário (Individual) (596.988 estabelecimentos), Sociedade Empresária Limitada (345.292), e Associação Privada (23.044). A Relação Anual de Informações Sociais (RAIS, 2022), em termos de empregados, foram reportados 50,4% em serviços, 25,5% na administração pública, e 14,8% em comércio.

Com base neste contexto, este artigo busca analisar de que forma o Programa

² O DATA MPE Brasil é um serviço oferecido pelo SEBRAE para a produção e disseminação de dados e informações relevantes sobre os pequenos negócios.

ALI Produtividade está contribuindo para promover a produtividade nas MPE no Distrito Federal, por meio da redução de custos e aumento do faturamento. A observação dos indicadores presentes no Radar de Inovação será o “termômetro” para a mensuração dos esforços realizados por parte das MPE a partir da orientação e suporte do programa.

3. JUSTIFICATIVA

O quantitativo de pequenas empresas no Brasil se mostra relevante no que diz respeito a necessidade de criação de políticas públicas voltadas para melhoria de competitividade por meio de indução de melhores práticas de gestão e inovação para as MPE.

As pequenas empresas enfrentam diversos desafios quando se trata de inovação, dentro os quais:

- **Capacitação e Qualificação:** A falta de qualificação profissional e a necessidade de treinamento contínuo são obstáculos significativos. Muitas vezes, as equipes são reduzidas e não possuem as habilidades necessárias para implementar inovações.
- **Resistência à Mudança:** A cultura organizacional pode ser um impedimento, especialmente se houver uma aversão ao risco ou uma preferência por métodos tradicionais. A resistência interna à mudança pode dificultar a adoção de novas ideias e processos.
- **Falta de Estratégia Clara:** Sem uma estratégia de inovação bem definida, os esforços podem se tornar dispersos e ineficazes. É crucial alinhar a inovação com os objetivos gerais da empresa.
- **Acesso ao Conhecimento:** Interagir com fontes de conhecimento, como universidades, centros de pesquisa e outras empresas, é essencial. No entanto, muitas pequenas empresas não têm acesso fácil a essas redes de conhecimento.
- **Colaboração e Parcerias:** Estabelecer parcerias com outras empresas, clientes e fornecedores pode ser desafiador, mas é vital para compartilhar conhecimentos e recursos que impulsionam a inovação.

- Recursos Financeiros Limitados: Muitas pequenas empresas têm dificuldade em acessar financiamento para investir em inovação, seja para pesquisa e desenvolvimento (P&D) ou para a implementação de novas tecnologias.
- Infraestrutura Tecnológica: A infraestrutura existente pode não suportar novas inovações, exigindo investimentos significativos em atualizações e novas tecnologias.

Superar esses desafios requer uma abordagem estratégica e proativa, incluindo investimentos em capacitação, desenvolvimento de uma cultura de inovação e estabelecimento de parcerias estratégicas.

O estímulo à inovação nas micro e pequenas empresas, as ajudam a evoluir para competirem em um mercado globalizado e é fundamental para melhoria da agregação de valor pela diferenciação de produtos e/ou serviços.

A inovação é um fator crucial para o aumento da competitividade, e no Distrito Federal (DF), não poderia ser diferente, pelo grau de importância política do território, devido à proximidade aos mais diversos tipos de instituições governamentais (legislativo, legislativo e executivo) e iniciativa privada.

Visando o aprofundamento do cenário com relação à inovação e competitividade no Distrito Federal, o presente estudo traz luz as micro e pequenas empresas acompanhadas pelos Agentes Locais de Inovação Produtividade no DF, no ano de 2023, e as práticas inovativas organizacionais implementadas por essas empresas que impactaram seus resultados de faturamento e produtividade, melhorando sua competitividade.

4. OBJETIVO

4.1 OBJETIVO GERAL

Apresentar os impactos na produtividade das micro e pequenas empresas acompanhadas, em 2023, pelos Agentes Locais de Inovação Produtividade no Distrito Federal.

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Apresentar as práticas inovativas organizacionais adotadas e a suas correlações com os indicadores de faturamento e de produtividade;
- Identificar as práticas inovativas organizacionais implementadas pelas empresas em análise e as ações e estratégias sugeridas pelos ALI Produtividade;
- Identificar os principais desafios enfrentados pelas empresas em questão na adoção das estratégias e ações sugeridas pelos ALI Produtividade.

5. REFERÊNCIAL TEÓRICO

5.1 COMPETITIVIDADE

A capacidade de gerar e compartilhar riquezas de uma sociedade está diretamente vinculada à sua capacidade de inovar de forma sistemática. A inovação tornou-se o elemento central da competitividade das organizações e dos países.

O conceito de competitividade passa pela noção de que qualquer organização está ligada à criação e sustentação de vantagens competitivas, que derivam das diversas atividades ela realiza ao longo de toda a sua cadeia de valor.

Sanches (2012) define competitividade como a capacidade de se obter sucesso em um mercado concorrencial, ou seja, a capacidade de conquistar e assegurar fatias de mercado de maneira sustentável em situação de concorrência.

“A competitividade pode ser compreendida como desempenho, ou seja, competitividade revelada. A competitividade é apresentada na participação no mercado (*market-share*) ou como a taxa de exportação da empresa ou conjunto de empresas”. (Teixeira, 2017, p.157)

De acordo com Santos (2024) a competitividade relaciona-se ao resultado de determinada estratégia, aos ganhos que esta permite à empresa auferir, em outros termos, ao seu nível de desempenho e grau de produtividade. Neste enfoque, a competitividade pode ser compreendida como a efetividade de sua estratégia em gerar resultados reais e satisfatórios.

Cada empresa enfrenta desafios únicos quando se trata de competitividade. Todas compartilham a necessidade de desenvolver habilidades adaptativas e construir redes de conhecimento que sustentem a forma de inovar em seus modelos de negócios, tornando-as mais competitivas no seu mercado de atuação.

5.2 INOVAÇÃO

A inovação desempenha um papel crucial no avanço da qualidade de vida da população e influencia a forma de atuação de instituições, setores econômicos inteiros e as nações de diversas formas.

Nas últimas décadas, as mudanças nas interações entre ciência, Estado e sociedade têm conduzido a uma reconfiguração da pesquisa científica e a um aumento significativo da importância do conhecimento no contexto econômico e social. Estas transformações, que estão intrinsecamente ligadas aos processos de globalização que moldam a economia atual, exercem uma pressão sobre nações e instituições dedicadas à Ciência e Tecnologia (C&T), incentivando a adoção de novas estratégias e a necessidade de reformulações organizacionais e empresariais.

De acordo com Calmanovic (2011) a capacidade de inovar é determinante para a competitividade das empresas e das nações. Sendo assim, existe a necessidade de discutir, com todos os segmentos da sociedade, o papel da inovação no seu desenvolvimento econômico e social.

Para Tidd e Bessant (2015), inovação é um processo e precisa ser gerenciada como tal. As influências sobre esse processo podem ser ajustadas para afetar o resultado, ou seja, a inovação pode ser gerenciada. Os autores reconhecem que o gerenciamento de algo tão complexo e cheio de incertezas, como a inovação, é difícil, podendo até parecer impossível à primeira vista, porém acreditam que é possível encontrar a melhor forma para cada empresa. Defendem que a gestão eficaz da inovação está centrada na concepção, acompanhamento e incremento de rotinas de sucesso e fracasso.

Uma inovação é um produto ou processo novo ou aprimorado (ou combinação deles) que difere significativamente dos produtos ou processos anteriores da unidade

e que foi disponibilizado para usuários potenciais (produto) ou colocado em uso pela unidade (processo). (OCDE, 2018, p. 67)

De acordo com a OCDE (2018) as atividades inovadoras de uma empresa dependem em parte da variedade e estrutura de seus vínculos com fontes de informação, conhecimento, tecnologias, práticas e recursos humanos e financeiros, ou seja, incluem todas as atividades de desenvolvimento, financeiras e comerciais, atividades realizadas que se destinam a resultar em uma inovação para a empresa.

A expectativa de sobrevivência de uma empresa está fortemente vinculada sua capacidade de desenvolver novos produtos/serviços, sendo assim, o desenvolvimento reforça seu papel como fator de sobrevivência e competitividade.

As atividades inovativas desenvolvidas pelas empresas, independentemente do seu porte, não devem estar alheias às demandas cada vez mais emergentes da sociedade.

A Mobilização Empresarial pela Inovação (MEI³, 2022) traz que inovar é criar algo, é introduzir novidades, renovar, recriar e a inovação é sempre tida como sinônimo de mudanças e/ou melhorias de algo já existente.

5.3 CULTURA DE INOVAÇÃO

Em um cenário onde tudo parece estar acelerado, fomentar a inovação nas pequenas empresas é vital. Para isso, é necessário criar estruturas que facilitem esse processo, além de contar com o comprometimento da equipe, entender as tendências de mercado e estabelecer um ambiente que favoreça a inovação de maneira natural.

É essencial considerar tanto os aspectos estruturais quanto os comportamentais, além dos fatores internos e externos que influenciam a organização. Adotar uma postura inovadora pode ser desafiador, pois exige um ambiente adequado, com pessoas criativas que não temem errar, recursos disponíveis para

³ A Mobilização Empresarial pela Inovação (MEI) é um movimento de lideranças empresariais coordenado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI). Foi criada em 2008 com o objetivo de disseminar a agenda de inovação entre as empresas brasileiras e de buscar a maior efetividade das políticas públicas de ciência, tecnologia e inovação. O movimento conta com mais de 500 lideranças comprometidas com essa pauta, visando ao aumento da competitividade econômica do país.

pesquisa e uma interação próxima com o mercado para identificar oportunidades.

Mambrini, Dattein, Medina, Cintho e Maccari (2011) investigaram práticas gerenciais que favorecem uma cultura de inovação e sua contribuição para a capacidade inovadora de pequenas e médias empresas brasileiras. Eles destacam que a inovação se apoia tanto em ideias internas quanto externas para alcançar competitividade. Além disso, utilizam o modelo de cinco componentes que abrangem: estratégia e posicionamento de mercado; estrutura e ambiente organizacional interno; gestão de tecnologia; gestão de pessoas; e gestão de parcerias.

A inovação tornou-se essencial para a sobrevivência das empresas, sendo vista como um pilar para implementar as mudanças necessárias ao crescimento organizacional. Conforme Bodlaj e Čater (2019), devido à sua importância, as empresas precisam investir na criação de uma cultura organizacional que promova a criatividade e incentive comportamentos inovadores.

5.4 PRÁTICAS ORGANIZACIONAIS INOVATIVAS

Para se ter inovação em uma organização, é condição *sine qua non* a criação de uma cultura de inovação, a qual pressupõe a necessidade de explicitar a estratégia, para todos os funcionários.

De acordo com Conde e Araújo-Jorge (2003), no final dos anos 50, foi estabelecido um novo paradigma de política científica e tecnológica que foi adotado pela maioria dos países industrializados, e ao mesmo tempo difundiu uma concepção da dinâmica da inovação que ficou conhecida como “modelo linear de inovação” que dominou o pensamento sobre a C&T até recentemente. Essa concepção linear era compreendida como uma sequência de fases/etapas, onde novos conhecimentos resultantes da pesquisa científica levariam a processos de invenção que seriam seguidos por atividades de pesquisa aplicada e desenvolvimento tecnológico resultando, ao final da cadeia, em introdução de produtos e processos comercializáveis.

As abordagens lineares da inovação inspiram-se em duas áreas de teorização sobre o crescimento e desenvolvimento: as teorias clássicas, que tratam a inovação

de modo mecanicista a partir de variáveis endógenas às empresas e como produto de seus processos internos; e as teorias neoclássicas, que tentam incorporar as forças externas e atribuir a mudança técnica a fatores externos. (CONDE *at al*, 2003, p. 56)

Há muitas pesquisas que apontam para diversos caminhos por meio dos quais pode-se obter inovação organizacional. Um deles correlaciona inovação organizacional com a gestão do conhecimento. Segundo esta abordagem, o processo interno para o desenvolvimento de Inovação Organizacional pode ser compreendido pela teoria da criação do conhecimento organizacional através da mobilização e conversão do conhecimento (MOURA 2017, p. 23).

Moura (2017), traz que de acordo com Teoria da Criação de Conhecimento Organizacional, quando as organizações inovam, elas não processam simplesmente a informação de fora para dentro visando solucionar problemas existentes e adaptar-se ao ambiente em mudança, “Elas realmente criam novos conhecimentos e informações, de dentro para fora, visando redefinir tanto os problemas quanto as soluções e, no processo, recriar seu ambiente”.

Arenhardt e Simonetto (2018) em sua publicação intitulada “Modelo de práticas organizacionais adotadas por pequenas e médias empresas inovadoras do Brasil” afirma que Pequenas e Médias Empresas (PMEs) constituem um grupo importante de organizações em todas as sociedades e sua capacidade de inovação varia significativamente, dependendo de fatores como localização, tamanho, capacidade financeira ou situações socioeconômicas.

Pinheiro (2020) diz que a premissa – consubstanciada do modelo linear – de que o processo de inovação se desenvolve numa cadeia sequencial de atividades (pesquisa básica e aplicada, desenvolvimento experimental, produção e comercialização) parece embutir a percepção sobre ciência (e conseqüentemente sobre a atividade de pesquisa) exposta anteriormente, atribuindo-lhe um exagerado protagonismo, qual seja o de principal impulso desencadeador da inovação e, por conseguinte, do desenvolvimento econômico.

Leal e Figueiredo (2021) relatam que no intuito de defender o apoio governamental à ciência, economistas utilizaram argumentos sistemáticos de que a

ciência básica produziria conhecimento economicamente útil, com característica de um bem público e o valor de seu uso não seria depreciado a partir de sua utilização por outros (princípio da não rivalidade).

No modelo interativo, a inovação é apresentada como um processo complexo de interações entre os agentes envolvidos nas diferentes etapas, entre eles estão as universidades, os laboratórios e o mercado.

É notório a dificuldade de incorporação de inovações por parte das micro e pequenas empresas, sendo um dos principais fatores a incompreensão, por parte dos “donos” dessas empresas, sobre o tema.

As inovações organizacionais podem ser uma forma de se alavancar a competitividade dos pequenos negócios, pois geram impacto no desempenho do negócio, porém as práticas inovativas organizacionais que são frutos de inovações implementadas por grandes empresas e que são sugeridas para os pequenos negócios podem não surtir o efeito desejado, uma vez que empresas de menor porte tem vários desafios que são entendidos como mais urgentes que a inovação.

5.5 POLÍTICAS PÚBLICAS PARA INOVAÇÃO

A inovação sempre esteve presente como tema central de muitas políticas públicas no país, segundo o IPEA⁴ (2017), o Brasil implementou uma série de políticas voltadas para a ciência e tecnologia (C&T) e para a inovação. Os fundos setoriais, no fim dos anos 1990, a Lei de Inovação e os incentivos fiscais da Lei do Bem, em 2004 e 2005, bem como o Plano Inova Empresa, de 2013, são exemplos de políticas de inovação com intuito de possibilitar resultados que geram maior competitividade no mercado.

O Quadro – 1, apresenta as principais legislações identificadas, que basearam a pesquisa na busca pelas políticas públicas do Brasil e os mecanismos existentes que apoiam o alcance dos objetivos estabelecidos nas leis.

⁴Fundação pública vinculada ao Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, o Ipea fornece suporte técnico e institucional às ações governamentais, possibilitando a formulação de inúmeras políticas públicas e programas de desenvolvimento brasileiros e disponibiliza, para a sociedade, pesquisas e estudos realizados por seus técnicos.

Quadro 1 - Políticas de incentivo à inovação no Brasil

Lei nº 10.973 , de 2 de dezembro de 2004 - Lei de Inovação	Estabelece medidas de incentivo à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo, visando à capacitação tecnológica, à autonomia tecnológica e ao desenvolvimento industrial do país.
Lei nº 11.196 , de 21 de novembro de 2005 - Lei do Bem	Dispõe sobre incentivos fiscais para empresas que investem em pesquisa e desenvolvimento de inovação tecnológica.
Lei nº 13.243 , de 11 de janeiro de 2016 - Marco Legal da Ciência, Tecnologia e Inovação	Altera a Lei de Inovação de 2004 para facilitar a cooperação entre instituições científicas e tecnológicas e o setor produtivo, promovendo um ambiente mais favorável à inovação.
Decreto nº 9.283 , de 7 de fevereiro de 2018 - Regulamentação do Marco Legal da Ciência, Tecnologia e Inovação	Regulamenta o Marco Legal da Ciência, Tecnologia e Inovação, detalhando as medidas de incentivo e as formas de cooperação entre os setores público e privado.
Decreto nº 10.534 , de 28 de outubro de 2020 - Política Nacional de Inovação	Institui a Política Nacional de Inovação e dispõe sobre sua governança, com o objetivo de orientar e coordenar as estratégias de fomento à inovação no setor produtivo.
Lei Complementar nº 182 , de 1º de junho de 2021 - Marco Legal das Startups	Estabelece um ambiente regulatório mais favorável para startups e o empreendedorismo inovador no Brasil, incentivando a criação e o crescimento dessas empresas.
Lei 14.871/24 , que prevê incentivos fiscais para modernização do parque industrial brasileiro. Fonte: Agência Câmara de Notícias	Autoriza a concessão de quotas diferenciadas de depreciação acelerada para máquinas, equipamentos, aparelhos e instrumentos novos destinados ao ativo imobilizado e empregados em determinadas atividades econômicas, e para navios-tanque novos produzidos no Brasil destinados ao ativo imobilizado e empregados exclusivamente em atividades de cabotagem de petróleo e seus derivados.

Fonte: Elaboração do autor (2023).

Acrescenta-se as legislações acima, o esforço para posicionar o Brasil como um país com políticas em inovação industrial e sustentabilidade, visando o crescimento econômico, Plano de Neointustrialização Brasileira 2024-2026, conhecido como Nova Indústria Brasil, que tem como objetivo revitalizar e modernizar a indústria nacional.

O plano prevê ações de investimentos/financiamentos para projetos de inovação nos segmentos de infraestrutura, moradia e mobilidade; agroindústria; complexo industrial de saúde; transformação digital; bioeconomia e transição energética; e tecnologia de defesa.

Existe a previsão de apoio à transformação digital de micro, pequenas e médias indústrias e promoção da economia circular, incluindo o desenvolvimento de biomateriais e gestão de resíduos.

A inovação tem se consolidado como a melhor opção para as empresas serem mais competitivas e produtivas. Independente do porte, todas as empresas devem buscar desenvolver produtos, serviços ou processos novos, ou melhorá-los significativamente. Com isso, poderão atender melhor às necessidades dos seus clientes, diferenciar-se da concorrência e ter processos internos mais ágeis e eficientes.

4.1 PESQUISA DE INOVAÇÃO (PINTEC)

A PINTEC (Pesquisa de Inovação) é uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) que coleta dados sobre as atividades de inovação nas empresas brasileiras (IBGE,2024). Ela tem como objetivo fornecer informações detalhadas sobre os processos de inovação, incluindo a introdução de novos produtos e processos, investimentos em pesquisa e desenvolvimento (P&D), e a colaboração entre empresas e instituições de pesquisa.

A Pesquisa de Inovação - Pintec visa fornecer informações para a construção de indicadores setoriais, nacionais e regionais das atividades de inovação das empresas brasileiras com 10 ou mais pessoas ocupadas, tendo como universo de investigação as atividades das Indústrias extrativas e de transformação, bem como dos setores de Eletricidade e gás e Serviços selecionados (IBGE, 2024)

Em 2021 foi criada a Pesquisa de Inovação Semestral - Pintec Semestral, iniciativa fruto da parceria com Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial - ABDI e a Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, e objetiva a produção de uma nova geração de indicadores sobre a propensão à inovação do setor industrial brasileiro, no âmbito das empresas com 100 ou mais pessoas ocupadas (IBGE, 2024).

O levantamento possui estreitas relações com a tradicional Pesquisa de Inovação, da qual se deriva, porém, ao incorporar importantes modificações conceituais e metodológicas, em consonância com as mais recentes diretrizes.

O quadro 2, traz um comparativo entre a PINTEC e a PINTEC Semestral.

Quadro 2 - Comparativo entre as Pesquisas

Aspecto	PINTEC	PINTEC Semestral
Periodicidade	Trienal (a cada três anos)	Semestral (a cada seis meses)
Abrangência	Abrangente, cobrindo diversos setores da economia	Focada em indicadores mais imediatos e tendências de curto prazo
Detalhamento	Mais detalhada e abrangente	Menos detalhada, com foco em dados rápidos
Objetivo	Fornecer uma visão completa e aprofundada do cenário de inovação	Oferecer dados atualizados para decisões rápidas
Dados Coletados	Gastos com inovação, fontes de financiamento, tipos de inovação, obstáculos enfrentados	Indicadores de curto prazo e tendências emergentes
Utilização	Formulação de políticas de longo prazo, planejamento estratégico	Ajustes rápidos em políticas e estratégias empresariais
Benefícios	Identificação de oportunidades e desafios de longo prazo, atração de investimentos	Monitoramento ágil de tendências, suporte à tomada de decisão rápida

Fonte: Elaboração do autor (2024).

A realização das pesquisas PINTEC e PINTEC Semestral tem um impacto significativo na competitividade do Brasil, pois fornecem dados essenciais para a formulação de políticas públicas e estratégias empresariais. A PINTEC, com sua abordagem trienal e detalhada, permite uma compreensão profunda e abrangente do cenário de inovação, identificando oportunidades e desafios de longo prazo, além de atrair investimentos ao fornecer informações confiáveis sobre o ambiente de inovação. Por outro lado, a PINTEC Semestral, com sua frequência maior, oferece dados atualizados e rápidos, permitindo ajustes ágeis em políticas e estratégias, monitorando tendências emergentes e facilitando a tomada de decisões informadas. Juntas, essas pesquisas promovem a colaboração entre empresas, universidades e centros de pesquisa, fortalecendo o ecossistema de inovação e contribuindo para um crescimento econômico sustentável e competitivo.

5. PEQUENOS NEGÓCIOS E SEBRAE

O SEBRAE foi instituído em 1972 e sempre foi uma instituição que apoiou e

promoveu o fortalecimento dos ambientes de inovação. No começo tinha o nome de Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena e Média Empresa (CEBRAE) e em 9 de outubro de 1990, o Cebrae foi transformado em Sebrae pelo Decreto nº 99.570, que complementa a Lei nº 8029, de 12 de abril. A entidade desvinculou-se da administração pública e transformou-se em uma instituição privada, sem fins lucrativos, mantida por repasses das maiores empresas do país, proporcionais ao valor de suas folhas de pagamento, conforme abaixo:

Art. 1º O SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE é um Serviço Social Autônomo, instituído por escritura pública sob a forma de entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos, regulada pelo presente Estatuto, em consonância com a Lei nº. 8.029, de 12 de abril de 1990 e alterações posteriores, regulamentada pelo Decreto nº. 99.570, de 09 de outubro de 1990, que dispuseram sobre a desvinculação da entidade da administração pública federal.

O SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas é organizado de forma sistêmica, composta por uma unidade nacional coordenadora e por unidades operacionais vinculadas, localizadas em cada um dos Estados da Federação e no Distrito Federal (Sebrae, 2021), conforme seu estatuto:

Art. 6º O SEBRAE é organizado sob a forma de sistema e é composto por uma unidade nacional coordenadora e por unidades operacionais vinculadas, localizadas em cada um dos Estados da Federação e no Distrito Federal.

§ 1º Para fins deste Estatuto e demais atos normativos baixados pelo Conselho Deliberativo Nacional:

I a unidade nacional coordenadora será o SEBRAE;

II as unidades operacionais vinculadas serão doravante designadas coletivamente de SEBRAE/UF;

III cada um dos SEBRAE/UF receberá a denominação de Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado a que se referir ou do Distrito Federal, sendo identificadas pela expressão "SEBRAE/.", nela se incluindo a sigla da Unidade Federativa correspondente; e;

IV o universo das unidades mencionadas nos incisos anteriores será doravante denominado de Sistema SEBRAE. (SEBRAE, 2021, p. 3)

Ao longo dos anos, o Sebrae ampliou sua estrutura de atendimento para todos os estados do país, capacitou inúmeras pessoas e ajudou na criação e desenvolvimento de milhares de micro e pequenos negócios por todo o país (Sebrae, 2023).

Atualmente consta como objetivo institucional fomentar a competitividade e o desenvolvimento da ciência e tecnologia:

Art. 5º O SEBRAE tem por objetivo fomentar o desenvolvimento sustentável, a competitividade e o aperfeiçoamento técnico das microempresas e das empresas de pequeno porte industriais, comerciais, agrícolas e de serviços, notadamente nos campos da economia, administração, finanças e legislação; facilitar o acesso ao crédito, a capitalização e o fortalecimento do mercado secundário de títulos de capitalização daquelas empresas; promover o desenvolvimento da ciência, da tecnologia, do meio ambiente, da capacitação gerencial e da assistência social; promover a educação, a cultura empreendedora e a disseminação de conhecimento sobre o empreendedorismo, em consonância com as políticas nacionais de desenvolvimento.

6. AGENTES LOCAIS DE INOVAÇÃO PRODUTIVIDADE

O programa “Agente Local de Inovação Produtividade” (ALI Produtividade) foi criado em 2021 como uma nova modalidade dentro do Programa Agentes Locais de Inovação. Esta iniciativa, desenvolvida pelo Sistema Sebrae, visa promover a inovação para o desenvolvimento sustentável do país, alinhando-se às diretrizes do Marco Legal de Ciência, Tecnologia e Inovação (MLCTI).

O ALI Produtividade desempenha um papel fundamental ao se propor a acompanhar ativamente e individualmente empresários selecionados, e seu escopo consiste em promover o fomento do empreendedorismo e transformar a cultura empresarial no que se refere ao processo de inovação, gerando aumento de produtividade e faturamento nas empresas acompanhadas. O ALI Produtividade contribui substancialmente para incitar nos empresários uma nova postura em relação à inovação, sendo que tal engajamento é impulsionado por motivações que abarcam a busca pela consolidação de diferenciais competitivos perante os pares concorrenciais, por meio do aumento de faturamento e de produtividade.

O ciclo de acompanhamento se inicia com o interesse do empresário em levar a inovação para sua empresa, diante de uma leitura do cenário atual. O primeiro passo desta jornada é conhecer o perfil do seu negócio, a partir da realização do autodiagnóstico.

O programa ocorre em ciclos de até seis meses e se inicia com o interesse do empresário em trabalhar o tema da inovação na sua empresa. A metodologia está dividida em dez etapas, Quadro 1, conforme abaixo:

Quadro 3 – Etapas e objetivos da Jornada ALI Produtividade

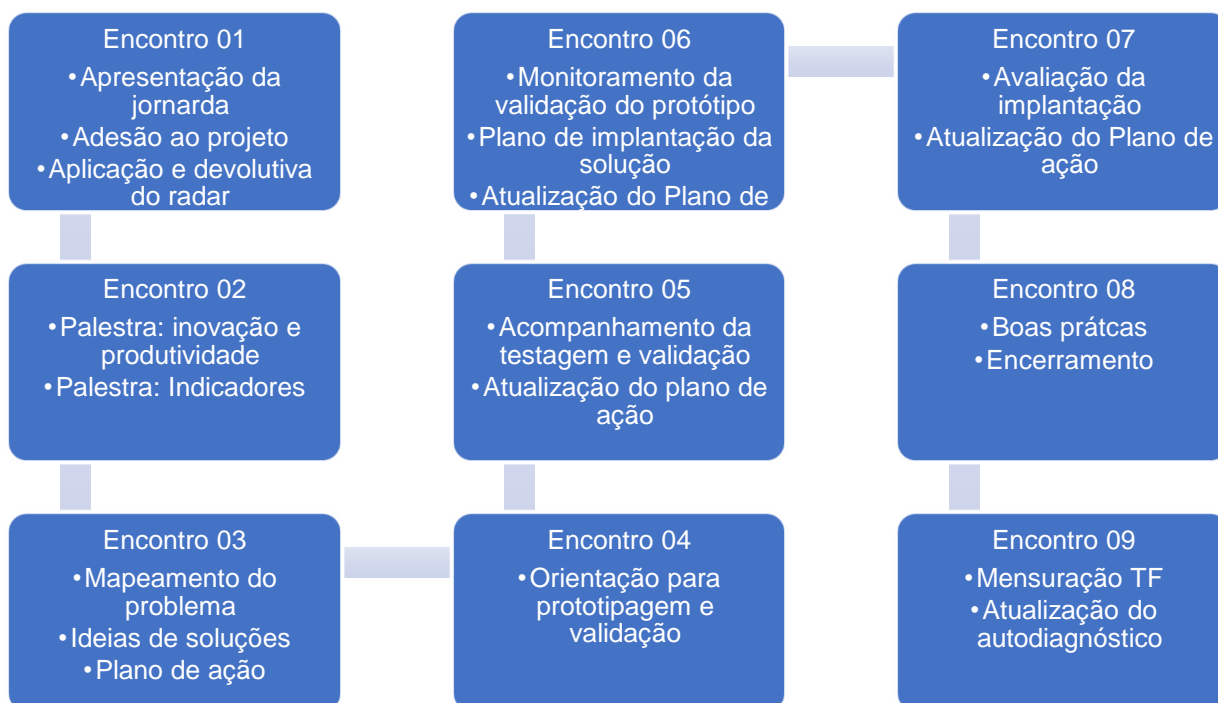
00	Conhecendo a jornada de produtividade	Sensibilizar os empresários para adesão ao projeto.
01	Iniciando a jornada	Conhecer a empresa a ser atendida, apresentar a jornada, aplicar o diagnóstico Radar da Inovação e realizar sua devolutiva
02	Mapeando os desafios e soluções	Priorizar o problema de maior impacto na produtividade da empresa e identificar ideias de soluções que contribuirão para a resolução do problema priorizado, para o alcance dos resultados esperados
03	Conhecendo os indicadores	Sensibilizar os empresários acerca da importância da gestão por meio de indicadores de desempenho e apresentar o indicador que será acompanhado ao longo da jornada de inovação para produtividade.
04	Conhecendo formas de testagem	Orientar o empresário sobre o processo de desenvolvimento do protótipo da solução e a testagem para validação com cliente e ou usuário final.
05	Criando e testando o protótipo	desenvolver o roteiro de construção do protótipo que será implementado, testado e validado. Atualizar o Plano de Ação elaborado na Etapa 2 mapeando os desafios e soluções. Coletar os dados referentes ao indicador de produtividade proposto pela metodologia.
06	Planejando a implantação	Elaborar o Plano de Implementação da solução
07	Avaliando a implantação	Avaliar a implementação da solução para a melhoria da produtividade e atualizar o Plano de Ação. Realizar uma retrospectiva da jornada do empresário no programa.
08	Finalizando a jornada	Celebrar o encerramento da Jornada de Inovação para Produtividade do empresário e avaliar o percurso que passaram.
09	Medindo os resultados	Realizar a mensuração final do indicador de produtividade e a aplicação do Radar ALI.

Fonte: SEBRAE (2022)

A partir disto, o empresário entra na jornada de experiência da inovação para a melhoria da produtividade do seu negócio, com duração de 6 (seis) meses, com encontros individuais e coletivos, virtuais e presenciais e atividades para o empresário, (SEBRAE,2022), conforme abaixo:

Figura 1 - Jornada ALI Produtividade

Fonte: Autor, adaptado de SEBRAE (2022)



Através dessa estratégia, o programa vem desempenhando um papel de suma importância ao estimular a mudança comportamental nos empresários, fomentando a à inovação e a adoção de processos e práticas diferenciadas que impactam sua competitividade. Como consequência, essas empresas não somente passam por um repensar atitudinal de seus proprietários em relação à inovação, mas também contribui para mudanças de processos e produtos em um ambiente cada vez mais competitivo.

A metodologia de avaliação do Programa ALI Produtividade prevê uma trajetória investigativa de identificação de problemas, implementação de soluções e avaliação das estratégias inovativas alinhadas aos objetivos e metas das empresas em análise e sugeridas pelos agentes ALI Produtividade do SEBRAE.

Os agentes acompanham os empresários, individualmente e coletivamente, na busca de soluções e ferramentas que visem a melhoria da gestão do negócio. Dentre as atividades listadas são realizadas: a elaboração de um plano de ação com metas e resultados definidos; apresentação de indicadores de produtividade e de desempenho, construção de protótipos; avaliação dos processos de testagem e validação da solução, elaboração do plano de implantação da solução, avaliação da

implementação das ações, radar final e sua devolutiva e a mensuração final dos indicadores (faturamento e custos).

A mensuração dos resultados é feita por meio da ferramenta Radar da Inovação, no início e no final do ciclo. A mensuração dos efeitos da inovação constitui a última etapa do ciclo da metodologia.

O Radar de Inovação, utilizado no Programa ALI Produtividade, é uma ferramenta para avaliar e mapear o nível de inovação das empresas participantes. Ele analisa diversas dimensões da inovação, como produtos, processos, marketing e gestão, oferecendo um diagnóstico detalhado e personalizado. Isso permite identificar pontos fortes e áreas de melhoria, auxiliando na elaboração de planos de ação estratégicos. Além disso, a ferramenta facilita o monitoramento contínuo do progresso das empresas, ajustando estratégias conforme necessário. Com isso, as empresas podem identificar novas oportunidades de mercado, melhorar sua competitividade e tomar decisões informadas, promovendo um desenvolvimento mais sustentável e inovador.

As respostas da ferramenta do Radar da Inovação contêm questões a serem respondidas pelo empreendedor, que visam gerar um diagnóstico inicial de seu negócio que servirá de base para as próximas etapas na jornada de inovação para produtividade. Conforme Quadro 2, são analisadas questões relativas a: controles gerenciais, gestão das operações, gestão de marketing, práticas de inovação, transformação digital e ESG (social, ambiental e governança) (SEBRAE, 2022).

Quadro 4 - Dimensões do Radar ALI Produtividade

Dimensão	Descrição
Gestão da Operação	Como a empresa padroniza as atividades a serem realizadas, se controla o estoque ou não, como é feito o controle de qualidade e como é feita a bonificação dos colaboradores.
Controles Gerenciais	Quais são os indicadores monitorados pela empresa, quem toma conhecimento deles, quais são as metas e como é feito o controle dos dados de faturamento e custos.
Inovação	Como os funcionários são incentivados a inovar, quais processos foram aperfeiçoados e quais resultados foram trazidos, quais são os novos produtos ou serviços lançados e quais novos mercados se abrem à empresa.

Marketing	Como a empresa determina os preços de seus produtos, como são feitas as pesquisas de satisfação, o que é feito para conhecer os clientes e as tendências de mercado e como são feitas as ações de divulgação da empresa.
Práticas Sustentáveis	Quais as boas práticas ambientais que a empresa emprega, como aplica a LGPD e como são colhidas e tratadas as sugestões de melhorias.
Transformação Digital	Sistemas ou métodos a empresa utiliza para gestão de estoque e processos internos, como utiliza a internet e as redes sociais, como gere e o que faz a partir do cadastro de clientes e quais dados utiliza para a tomada de decisão.

Fonte: SEBRAE (2022)

As respostas são pontuadas da seguinte forma: a. 0 pontos; b. 1 ponto e c. 2 pontos. O Sistema ALI Produtividade faz automaticamente a contagem dos pontos e, conforme o total em cada dimensão, onde se tem a seguinte classificação, conforme Tabela 2:

Tabela 1 - Pontuação Radar ALI.

Nível	Quant. de pontos por dimensão
1	0 a 1 ponto
2	2 a 3 pontos
3	4 a 5 pontos
4	6 a 7 pontos
5	8 pontos

Fonte: SEBRAE (2022)

As empresas cuja pontuação seja igual ou superior a quatro são definidas como inovadoras sistêmicas, pois praticam sistematicamente a gestão da inovação. Já as empresas com a pontuação igual ou superior a três são definidas como inovadoras ocasionais, pois são as empresas que possuem inovação, mas não de modo sistemático. As empresas com a pontuação igual ou superior a um e inferior a três são definidas como pouco ou nada inovadoras, já que são empresas que inovaram pouco, segundo essa métrica. E quando o escore é igual a 0 são as empresas que não inovam (Kulak, 2023).

Além da mensuração do grau de inovação, outro indicador gerado ao longo do programa é o resultado de produtividade, que para o programa é mensurado por meio da fórmula:

$$\text{Produtividade} = \frac{\text{FB}-\text{CV}}{\text{NPO}} \quad (1)$$

onde:

FB = Faturamento Bruto

CV = Custos Variáveis

NPO = Número de pessoas ocupadas

Do mesmo modo que o Radar de inovação, a produtividade é medida em dois momentos durante o programa, inicial e final e com isso espera-se que os empresários depois da implementação da solução inovadora para o problema principal, bem como de outras ações de melhoria, consigam promover evoluções nos processos de inovação, gestão e na produtividade da sua empresa (Sebrae, 2022).

7. METODOLOGIA

Para a realização da pesquisa adotou-se uma abordagem quantitativa-exploratória a partir de informações coletadas na base de dados do Sistema de Gestão ALI do Sebrae que utiliza a ferramenta Radar de Inovação para a mensuração e caracterização da inovação no âmbito das PME. Ao todo foram analisadas 446 PME atendidas pelo Programa ALI Produtividade dos segmentos de comércio, indústria e serviços do Distrito Federal. Destas, 443 completaram o ciclo de inserção de ações inovativas durante o ciclo 2023.

Quanto aos meios, o estudo baseou-se em: a) pesquisa bibliográfica voltada à mensuração da inovação e modelos de avaliação de inovação nas empresas. De acordo com Gil (2002, p.44), “a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”.

Em complemento à pesquisa bibliográfica, utilizou -se a pesquisa documental de materiais sobre o Programa ALI Produtividade, públicos e de acesso restrito ao SEBRAE Nacional, tanto de divulgação eletrônica quanto impressa. De acordo com Vergara (2015), o procedimento da coleta de dados por meio de pesquisa documental, ocorre recorrendo-se a documentos como relatórios, regulamentos, balancetes, diário, correspondências comerciais, cartas pessoais, fotografias, filmes, entre outros, conservados pôr órgãos públicos ou privados, ou com pessoas.

Quanto aos fins a pesquisa será descritiva a exploratória. Exploratória porque, apesar do SEBRAE ser um instituto de referência na orientação das MPE o estudo

realizado se propõe a avaliar os impactos do Programa ALI Produtividade observando os efeitos na competitividade e produtividade das empresas em questão. Descritiva pois a partir da percepção e avaliação da atuação do ALI produtividade será possível descrever percepções e expectativas destas em relação as ações e estratégias sugeridas pelos agentes ALI (VERGARA, 2015).

8. RESULTADOS

Com relação ao porte as empresas acompanhadas, das 443, 83,7% foram classificadas como microempresa (ME) e 16,3% como empresa de pequeno porte (EPP). Com relação aos setores, serviços teve uma maior participação com 54,4% das MPE analisadas seguido de comércio (37,7%) e Indústria (7,9%). Vide Tabela 2.

Tabela 2 - Quantidade de empresas por setor

Setor	Quantidade	%
Serviços	241	54,4
Comércio	167	37,7
Indústria	35	7,9
Total	443	100

Fonte: Sistema ALI (2024)

Das empresas analisadas no estudo, os segmentos de Saúde, Alimentos e Bebidas e Moda foram os que compuseram a maior parte da amostra da investigação. A Tabela 3 apresenta detalhadamente os segmentos dentro de cada setor, o que traz mais insumos para o entendimento do impacto das atividades e seus resultados. O segmento de alimentos e bebidas está presente nos setores analisados. Os segmentos de moda e “casa e construção” presentes no comércio varejista e na indústria e a as empresas identificadas com outros, que são segmentos que representam diversos segmentos, mas que foram somados para terem uma representatividade na análise.

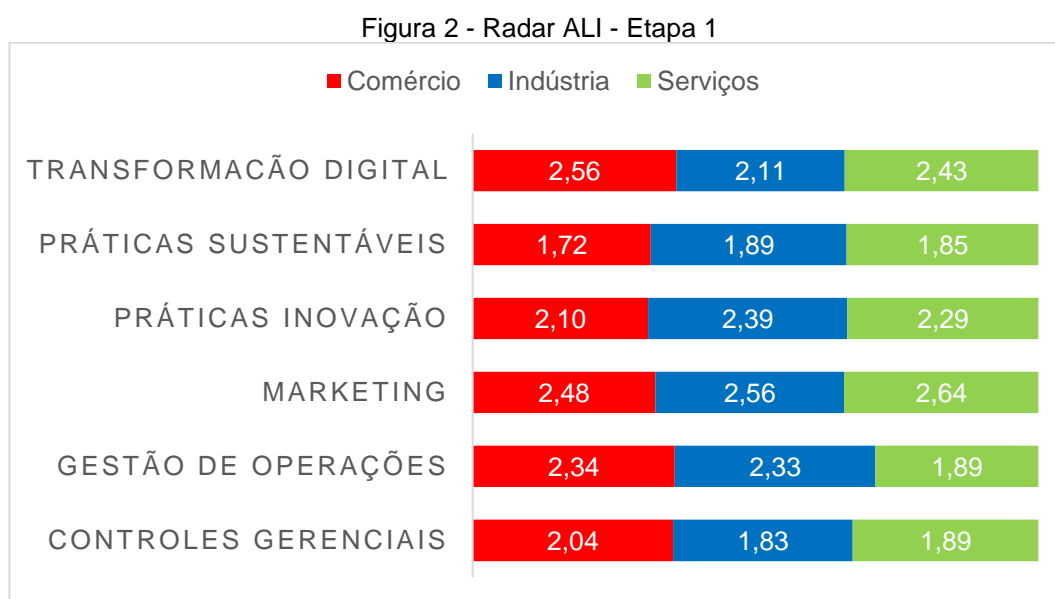
Tabela 3 - Segmentos por setor

Serviços		Comércio		Indústria	
Saúde	54	Moda	36	Alimentos e bebidas	19
Alimentos e bebidas	42	Casa e construção	33	Casa e construção	7

Educação	23	Alimentos e Bebidas	27	Moda	6
Serviços - Outros	122	Comércio - Outros	71	Indústria - outros	3

Fonte: Sistema ALI (2024)

A seguir apresenta-se a análise do estágio inicial do acompanhamento, Figura 1, na aplicação do diagnóstico inicial com a ferramenta Radar da Inovação nas empresas em estudo.



De acordo com a escala apresentada, as empresas analisadas, demonstraram serem pouco inovadoras, uma vez que as notas obtidas nas 6 dimensões analisadas estão em uma faixa inicial conforme escala utilizada no programa. As pequenas empresas dos setores de indústria e serviços tiveram suas maiores pontuações na dimensão de “Marketing”, podendo se aferir uma maior preocupação no contato com o seu cliente. No setor de comércio, as empresas, se destacaram na dimensão “Transformação Digital”, evidenciando a utilização de práticas/sistemas para melhor gestão de estoques, processos internos, uso das redes sociais etc.

As menores pontuações, nos três setores, foram em “Práticas Sustentáveis”, mostrando que ainda existem vários gaps na difusão e entendimento por parte dos pequenos negócios, sobre sustentabilidade, governança, meio ambiente, ou até as tendências relacionadas, por exemplo, aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS.

A situação inicial em que as empresas se encontravam, pode ser em razão do pouco ou nenhum desenvolvimento de ações inovadoras. Porém, durante o acompanhamento essa primeira impressão começou a ser revertida, tendo em vista o impacto do tema, para o crescimento do desempenho favorável dos empreendimentos.

Passa da fase de diagnóstico, conforme metodologia do programa, a segunda etapa é o momento em que o empresário e a equipe, trabalham na identificação de soluções para problemas que impactam na produtividade da empresa ocasionando por sua vez na elevação dos custos ou na redução do faturamento. Nesta etapa o empresário define o protótipo e testará com o usuário para validação da solução.

Tabela 4 - Etapa 2 - Temas dos problemas

Categoria do Problema	Comércio	Indústria	Serviços
Processos internos	4º	2º	1º
Marketing / divulgação	1º	1º	4º
Faturamento / Quantidade de clientes	2º	4º	2º
Gestão de pessoas	3º	--	3º
Endividamento	--	3º	--

Fonte: Sistema ALI (2024)

Dos quatro principais problemas elencados os setores de Comércio e Indústria, esse com a nota mais alta entre as dimensões, elencaram “Marketing/Divulgação” como maior problema, já as empresas de Serviços priorizaram “Processos Internos”, condizente com as dimensões que tiveram as menores pontuações. Chama atenção que o setor da indústria trouxe a questão do “Endividamento” como problema, um tema que não apareceu para os outros dois setores.

Com exceção do tema endividamento, os problemas elencados pelos setores, mostram a fragilidade em temas de gestão, acarretando um distanciamento do tema “inovação”, que acaba sendo colocado em segundo plano.

Uma vez identificado o problema, o momento seguinte é pensar na sua resolução. Esse processo é feito, conforme metodologia, por meio de perguntas-chaves para a identificação da solução que impactará na redução do custo e/ou

aumento de faturamento da empresa, melhorando assim sua produtividade, conforme Tabela 4.

Tabela 5 - Etapa 3 - Temas das soluções

Categoria do Soluções	Comércio	Indústria	Serviços
Processos internos	3º	2º	1º
Marketing / divulgação	1º	1º	3º
Gestão Financeira	--	3ª	--
Gestão de pessoas	2º	4º	--
Relacionamento com cliente	--	--	2º
Aumento da base de clientes	4º	--	4º

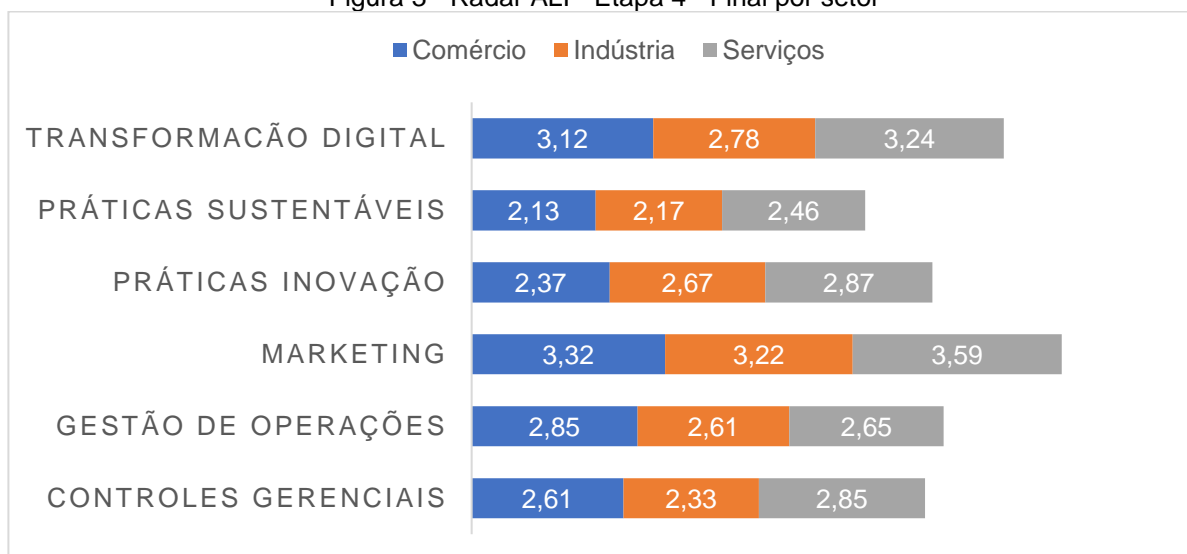
Fonte: Sistema ALI (2024)

Para melhoria da produtividade, as empresas dos setores de comércio e indústria elencaram trabalhar as questões de marketing, indicando uma possível busca no aumento do faturamento e as de serviços, as soluções para os processos internos, indicando uma busca na redução de custos.

Após os empresários elencarem suas soluções, os agentes ALI realizam atividades individuais e coletivas como: orientação para tomada de decisão, elaboração do plano de ação, palestra sobre produtividade e indicadores de desempenho, construção de protótipo, mensuração dos indicadores, avaliação do processo de testagem e validação da solução, elaboração do plano de implantação da solução, avaliação da implementação das ações, radar final e sua devolutiva e a mensuração final dos indicadores (faturamento e custos).

Seguindo a metodologia, na aferição do radar final, o segmento de serviços apresentou crescimento em todas as dimensões analisadas, com exceção da dimensão “Gestão de Operações” que ficou em segundo lugar e com destaque para a maior nota na dimensão “Marketing” que foi de 3,59, conforme Figura 2. Os setores de “Comércio” e “Indústria” se destacaram na dimensão “Marketing”, o que vem ao encontro dos problemas e soluções elencados pelos setores.

Figura 3 - Radar ALI - Etapa 4 - Final por setor



Fonte: Sistema ALI (2024)

Na Figura 4, é possível analisar a variação nas dimensões analisadas, onde o setor de serviços se destacou como o segmento que mais evoluiu, se destacando em “Controles Gerenciais”. O setor de indústria teve sua maior variação na dimensão “Transformação Digital”, seguindo por “Controles Gerenciais”. O comércio se destacou na dimensão “Marketing”, seguido de “Controles Gerenciais”.

As respostas foram concedidas pelos proprietários das empresas e em seguida os dados coletados inseridos no Sistema ALI, na qual foi construída a base para análise.

Após a participação dos empresários no programa é realizada a aferição final do radar de inovação das mesmas seis dimensões e os resultados estão apresentados na Tabela abaixo. Um comparativo da evolução por setor inicialmente e ao final evidencia a maturidade e o entendimento do empresário sobre a importância de incluir a inovação e suas práticas no seu negócio.

Tabela 6 - Radar ALI - ETAPA 4 - FINAL POR SETOR

Dimensões	Comércio		Indústria		Serviços		Média	
	Inicial	Final	Inicial	Final	Inicial	Final	Inicial	Final
Controles gerenciais	2,03	2,60	1,83	2,33	1,89	2,85	1,92	2,59
Gestão de operações	2,34	2,85	2,33	2,61	1,89	2,65	2,19	2,70
Marketing	2,49	3,34	2,56	3,22	2,64	3,59	2,56	3,38

Práticas inovação	2,09	2,37	2,39	2,67	2,29	2,87	2,26	2,64
Práticas sustentáveis	1,72	2,14	1,89	2,17	1,85	2,46	1,82	2,26
Transformação digital	2,56	3,13	2,11	2,78	2,43	3,24	2,37	3,05
Média	2,20	2,74	2,19	2,63	2,17	2,94	2,18	2,77

Fonte: SEBRAE (2024)

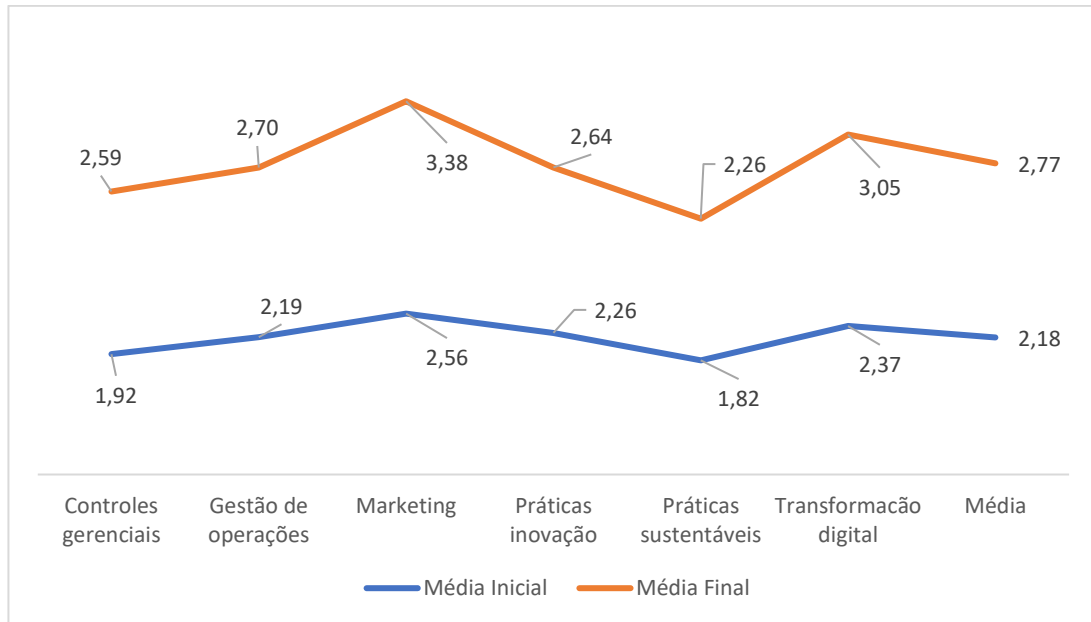
O segmento serviços, apresentou a maior evolução média das notas com um crescimento de 36%, seguido pelo comércio com 24% e indústria com 21%. Na tabela 8, é possível analisar a variação nas dimensões, onde o setor de serviços se destacou como o segmento que mais evoluiu, se destacando em controles gerenciais. O setor da indústria teve sua maior variação na dimensão transformação digital, e o comércio” se destacou na dimensão marketing. Mesmo com a evolução das notas, elas continuam enquadradas como pouco inovadoras.

Os dados mostraram que a situação inicial apresentou um baixo grau de inovação em todas as dimensões, porém, fica perceptível que a situação começou a ser revertida, por meio da jornada do empresário onde passou pela identificação de problemas, priorização de soluções e implementação das melhorias.

A dimensão que teve a maior evolução média foi controles gerenciais (35%), seguido por marketing (32%), transformação digital (29%), gestão de operações (25%), práticas sustentáveis (24%) e práticas inovação (17%). Quando analisado por dimensão, considerado todos os setores, em marketing e transformação digital as empresas saíram da classificação pouco inovadora para inovadoras ocasionais (Kulak, 2023).

Na Figura 7, é possível visualizar as pontuações iniciais e finais nas dimensões analisadas, percebe-se que a dimensão do “Marketing”, de forma geral, independente do setor, se manteve com a maior pontuação, seguido pela “Transformação Digital”. Já a dimensão “Controles Gerenciais” teve um bom desempenho quando comparado a medição inicial e as “Práticas Sustentáveis”, um menor crescimento entre as análises.

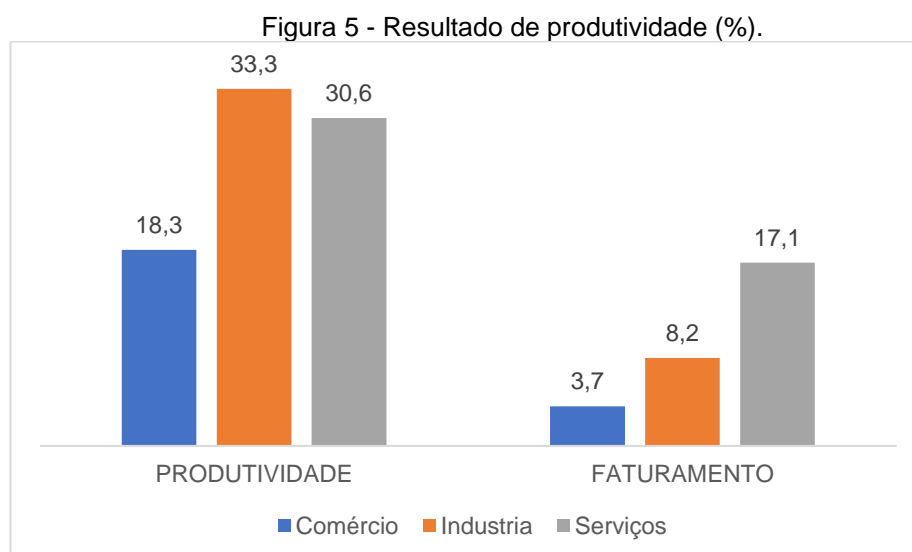
Figura 4 - Evolução geral das empresas



Fonte: Sistema ALI (2024)

Quando analisados os números finais do Radar da Inovação do Programa ALI Produtividade, fica perceptível que os resultados iniciais das empresas acompanhadas, começaram com pouco desenvolvimento em ações de inovação, as com a participação no referido programa, com a identificação dos problemas, priorização das ações, todas melhoraram sua situação no que se refere aos resultados nas dimensões analisadas pela ferramenta.

Após a execução de todas as etapas, é realizada a pesquisa sobre a evolução, com base na percepção dos empresários, os impactos no faturamento e produtividade das empresas acompanhadas e os resultados estão demonstrados na Figura 4.



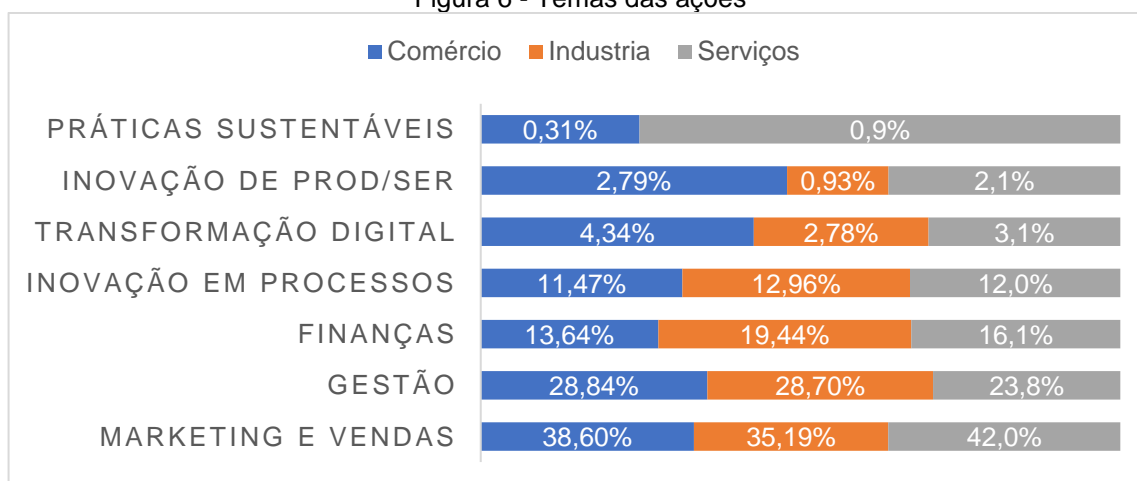
Fonte: Sistema ALI (2024)

O setor de indústria, que teve uma maior variação na produtividade (33,3%) e o segundo melhor desempenho no faturamento (8,2%), o setor de serviços após as ações teve o segundo melhor aumento de produtividade (30,6%) e o melhor desempenho no faturamento (17,1%), o setor de comércio teve o terceiro maior crescimento tanto em produtividade (18,3%) quanto em faturamento (3,7%).

9. DISCUSSÃO

Do objetivo específico “Apresentar as práticas inovativas organizacionais adotadas e a suas correlações com os indicadores de faturamento e de produtividade”, ficou demonstrado, conforme figura 8, que as empresas do segmento da indústria se destacaram nas ações de marketing e vendas, gestão, finanças e inovação em processos, o que impactou em um maior aumento de produtividade, seguido do setor de serviços e depois comércio, mostrando o diferente impacto nos mesmos.

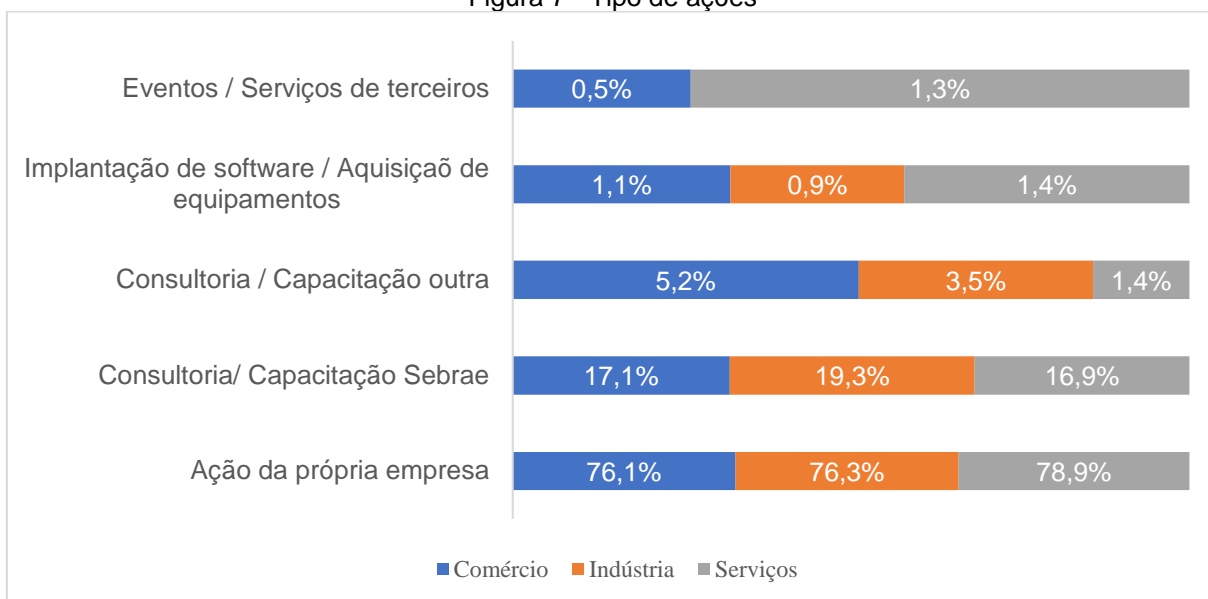
Figura 6 - Temas das ações



Fonte: Sistema ALI (2024)

No objetivo “Apresentar as práticas inovativas organizacionais implementadas pelas empresas em análise e as ações e estratégias sugeridas pelos ALI Produtividade” 78% das ações propostas são ações da própria empresa, no setor de serviços representa 78,9%, na indústria 76,3% e no comércio 76,1%. Temas de marketing e vendas predominam nos setores comércio e serviço (36% das ações destes setores).

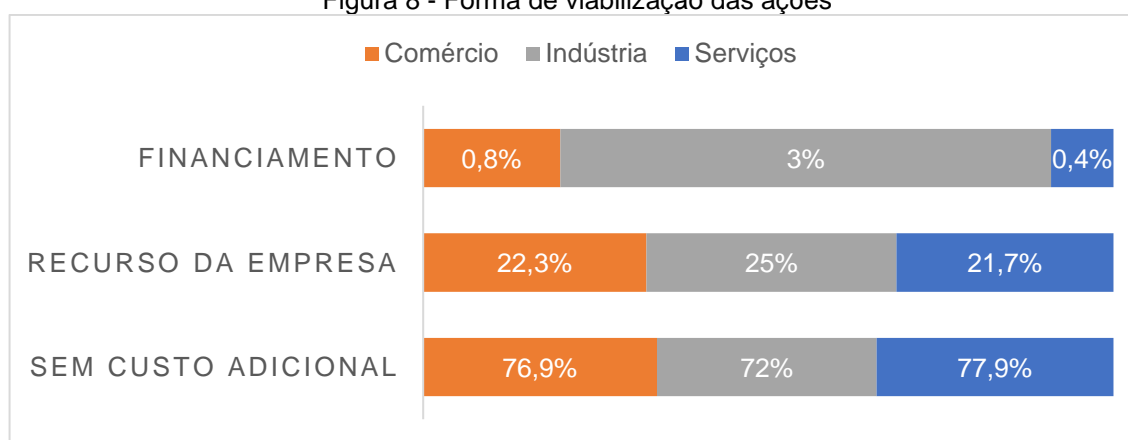
Figura 7 - Tipo de ações



Fonte: Autor

No objetivo “identificar os principais desafios enfrentados pelas empresas em questão na adoção das estratégias e ações sugeridas pelos ALI Produtividade”, quando analisamos as formas de financiar de ações propostas, figura 3, 77,9% no setor de indústria não tem custo adicional para o empresário, 76,9% no setor de comércio e 72% no setor de serviços, indicando que grande parte das ações dependem exclusivamente do próprio empresário. As ações que têm que precisam ser viabilizadas por recursos próprios, o setor de indústria apresenta 25% das ações, o setor de comércio 22,3% e o setor de Serviços 21,7%. As ações que necessitam de financiamento, o setor de indústria traz 3% das ações, o setor de comércio e serviços, menos de 1% das ações precisam dessa fonte.

Figura 8 - Forma de viabilização das ações



Fonte: Autor

10.IMPACTOS

Conforme prevê o regimento do PROFNIT, Art. 1º Parágrafo único, Parágrafo único, o Mestrado Profissional em Rede Nacional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Núcleos de Inovação Tecnológica oferta um Curso na modalidade de Mestrado Profissional, destinado à formação de agentes multiplicadores e pesquisadores na área de Propriedade Intelectual, Transferência de Tecnologia e Inovação Tecnológica, de forma relevante e articulada com a atuação de Núcleos de Inovação Tecnológica das organizações e ambientes promotores da Inovação, como definidas pela Lei 10.973/2004 e demais instrumentos legais vigentes.(FORTEC, 2020).

É importante que haja iniciativas que facilitem a disseminação e articulação do tema proposto para promover a inovação no país. Os principais beneficiários serão os pequenos negócios brasileiros, atendendo às demandas estruturais de mercado, por meio de políticas públicas que visam melhorar o desempenho dos negócios brasileiros.

Após discussões produtivas na qualificação do projeto de pesquisa, decidimos ampliar o escopo de análise setorial, de forma entender os impactos na atuação do ALI Produtividade no Distrito Federal.

Metodologicamente, buscou-se analisar os dados relativos às micro e pequenas empresas acompanhadas no DF, para, em uma perspectiva comparativa por setor, buscarmos a resposta para o problema norteador da pesquisa:

“Qual o impacto da atuação do SEBRAE, na condição de Agente Indutor na adoção de práticas inovativas organizacionais pelas micro e pequenas empresas acompanhadas, em 2023, no Distrito Federal?”

Os dados analisados revelaram as expectativas e necessidades das MPE no sentido de superar obstáculos ou atender às recomendações para tornarem mais produtivas em um ambiente cada vez mais competitivo, passando por soluções que a própria empresa pode implementar, com melhorias de processos e soluções que exigem um apoio externo para sua implementação.

11. ENTREGÁVEIS DE ACORDO COM OS PRODUTOS DO TCC

Os entregáveis são os itens obrigatórios descritos na “Cartilha PROFNIT de produtos técnico-tecnológicos e bibliográficos” com sua última atualização em 18 de outubro de 2021. Esses estão disponibilizados nessa dissertação como apêndices:

- APÊNDICE – MATRIZ FOFA
- APÊNDICE – MODELO DE NEGÓCIOS CANVAS;
- APÊNDICE – ARTIGO PUBLICADO;
- APÊNDICE – RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO;

12. CONCLUSÃO

Ao analisar os impactos na competitividade das micro e pequenas empresas acompanhadas pelos Agentes Locais de Inovação Produtividade no Distrito Federal, foi identificado que dificuldades no processo de incorporação da inovação na agenda das micro e pequenas empresas reside na notória resistência cultural manifestada pelos empresários das MPE acompanhadas. Esta resistência cultural, que emerge como resultado do desconhecimento aprofundado sobre práticas inovadoras e da perspectiva de gestão imediatista orientada a resultados, fundamenta-se na expectativa de obtenção de retornos de maneira célere provenientes das medidas implementadas no âmbito organizacional.

O estudo mostrou que grande parte das soluções propostas não apresentaram custo adicional para a empresa para sua implementação, ou seja, ter uma figura externa a empresa, ajudando o tomador de decisão ter momentos de reflexões individuais, com a equipes e/ou com outros empresários, acaba sendo efetivo na identificação de problemas e suas soluções muitas vezes não notados pelo empresário. Ficou evidente que vários problemas e soluções indicadas, foram no sentido de otimização de processo, de tempo, redução de desperdícios, resultando em operações mais ágeis e com custo menor de operação, pontos antes que não eram observados pelos empresários que estavam envolvidos no dia a dia da empresa.

Foi possível identificar a correlação entre as práticas inovativas adotadas pelos pequenos negócios com o aumento de produtividade e do faturamento, uma vez que

as soluções adotadas, foram ao encontro da resolução de problemas, como processos internos, marketing, gestão financeira e de pessoas, que segundo os próprios empresários, mais atrapalhavam o seu desempenho.

Essa nova percepção dos empresários acompanhados revela como esses elementos estão interconectados para otimizar a performance das micro e pequenas empresas, onde processos eficientes eliminam gargalos, otimizam o tempo e melhoram o fluxo de trabalho, aumentando a produção sem necessidade de aumentar recursos, impactando os custos operacionais, gerando maior margem de lucro. Estratégias de marketing direcionadas aumentam a eficiência na captação de clientes, evitando esforços desnecessários e atingindo o público certo. A melhor gestão financeira, do fluxo caixa e orçamentos possibilita a alocação eficiente de recursos, evitando desperdícios e maximizando o uso de ativos. E por fim, porém não menos importante, equipes bem treinadas e motivadas são mais eficientes e produtivas, reduz um possível turnover, promove um melhor clima organizacional, impactando em possíveis os custos associados com recrutamento e treinamento de novos funcionários.

Essas correlações mostram como a integração dessas áreas-chave pode criar um ciclo virtuoso de aumento de produtividade e redução de custos, impulsionando o crescimento e a sustentabilidade de micro e pequenas empresas.

Nesse contexto, é possível constatar que programas, como é o caso do "Agente Local de Inovação Produtividade, desempenha uma função primordial ao se propor a apoiar ativamente esses empresários em um processo de introdução de práticas inovativas que produzem efeitos diretos na competitividade da empresa.

Inovação é um elemento de grande importância para as empresas e para o país, principalmente pela crescente concorrência entre os mercados. A concorrência e a mudança no perfil dos usuários exigem, cada vez mais, que as empresas adotem estratégias de inovação e liderança de mercado, para obter vantagem competitiva, e do país exigem legislações, que façam parte de uma estratégia de longo prazo, para que possibilitem o estabelecimento de um ambiente propício para o desenvolvimento de ciência, tecnologia e inovação.

Políticas públicas para as micro e pequenas empresas desempenham um papel fundamental ao estimular a mudança de mentalidade dos empresários, fomentando a predisposição à inovação e estabelecendo um terreno propício para a adoção de práticas diferenciadas e competitivas, desde os anos iniciais do empreendimento. Conseqüentemente, este empreendimento não somente promove uma reconfiguração da atitude empresarial em relação à inovação, mas também coaduna com a consolidação de uma esfera empresarial mais dinâmica e adaptável às transformações do ambiente competitivo. O fomento e criação de políticas públicas para micro e pequenas empresas, geram crescimento econômico e desenvolvimento, pois tendem a aumentar emprego, renda e o bem-estar local nos territórios.

13. PERSPECTIVAS FUTURAS.

No desenvolvimento da dissertação o autor observou o que pode ser sintetizado como perspectivas futuras, encaminhamentos em diferentes momentos pelo SEBRAE: curto prazo, médio prazo e longo prazo.

13.1 ENCAMINHAMENTOS PARA CURTO PRAZO

Que o SEBRAE consiga atuar com segmentos e setores que mais impactam os territórios de atuação, de acordo com potencialidade local. A razão para tal sugestão está no fato de que os setores de comércio e serviços, correspondem a grande parte das empresas presentes nos territórios e constatou-se que as soluções propostas passam em sua grande maioria por melhoria da gestão (pessoas, processos internos) que melhoram a performance das empresas acompanhadas, e que as mesmas demonstraram ávidas por ampliar seus mercados de atuação, compreendendo cada vez melhor o próprio ambiente de negócios em que atuam, identificando as oportunidades e ameaças (ambiente externo) e pontos fortes e pontos fracos (ambiente interno).

13.2 ENCAMINHAMENTOS PARA MÉDIO PRAZO

Uma das expressivas contribuições da pesquisa reside no fato de que existe uma proximidade com a PINTEC, uma iniciativa que busca entender o nível de inovação em empresas de grande porte, porém com um número reduzido de

respondentes. O SEBRAE possui atualmente uma das políticas de transferência de tecnologia mais agressiva de sua história visando disseminar uma cultura de inovação organizacional, implementada em todo país pelo Programa Rede de Agentes.

Importante ressaltar, que o nível de interação nas diferentes regiões do país, traz subsídio para criação de políticas públicas mais assertivas e focadas no perfil, interesse e potencialidades locais.

13.3 ENCAMINHAMENTOS PARA LONGO PRAZO

Recomenda-se que a base de dados do SEBRAE sobre as empresas acompanhadas, seja utilizada para aprimoramento de políticas públicas de inovação, para criar condições de maior competitividade para organizações dotadas daquele porte.

A criação de políticas públicas voltadas para a inovação é crucial para impulsionar o desenvolvimento econômico local, especialmente quando adaptadas às potencialidades e ao perfil empresarial de cada região. Essas políticas devem considerar as características específicas dos setores predominantes e as necessidades particulares das micro e pequenas empresas, promovendo um ambiente favorável para o surgimento de novas ideias e soluções tecnológicas. Incentivos fiscais, programas de capacitação e acesso facilitado a recursos financeiros são algumas das estratégias que podem ser implementadas para fortalecer o ecossistema de inovação. Quando bem direcionadas, essas políticas não apenas estimulam o crescimento sustentável, mas também aumentam a competitividade das empresas locais, dos setores e territórios em um cenário global, cada vez mais desafiador.

Por fim, recomenda-se que estudos futuros se dediquem à temática com o objetivo de proporcionar maior cientificidade à abordagem do assunto na academia de maneira a serem utilizados na elaboração de políticas públicas de inovação no país.

14. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A. B. A. dos SANTOS, C.B. FAZION e G.P. S de MEROE - Inovação: Um Estudo Sobre A Evolução Do Conceito De Schumpeter, 2012. Anuário de Competitividade Mundial de 2023, World Competitiveness Ranking, Disponível em <<https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/2023/>> Acesso em 09/2023.

ARENHARDT, D. L.; SIMONETTO, E. Modelo de Práticas Organizacionais adotadas por Pequenas e Médias Empresas Inovadoras do Brasil. [s.l: s.n.], 2018.

BNDES - BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO. Classificação de porte dos clientes. 2022.

BRASIL. Lei nº 10.973/2004 dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências. Brasília (DF): Congresso Nacional; 2004.

BRASIL. Lei nº 11.196/2005 institui o Regime Especial de Tributação para a Plataforma de Exportação de Serviços de Tecnologia da Informação - REPES, o Regime Especial de Aquisição de Bens de Capital para Empresas Exportadoras - RECAP e o Programa de Inclusão Digital; dispõe sobre incentivos fiscais para a inovação tecnológica. Brasília (DF): Congresso Nacional; 2005.

BRASIL. Lei nº 5.798/2006 regulamenta os incentivos fiscais às atividades de pesquisa tecnológica e desenvolvimento de inovação tecnológica, de que tratam os arts. 17 a 26 da Lei nº 11.196, de 21 de novembro de 2005. Brasília (DF): Congresso Nacional; 2006.

BRASIL, Decreto nº 6.938/2009 regulamenta a Lei nº 11.540, de 12 de novembro de 2007, que dispõe sobre o Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - FNDCT, e dá outras providências. Brasília (DF): Congresso Nacional; 2009.

BRASIL, Projeto de Lei Complementar nº 446/2014 estabelece incentivos, inclusive por meio do aprimoramento do ambiente de negócios no País, aos investimentos efetuados em participações empresariais por meio de capital empreendedor. Brasília (DF): Congresso Nacional; 2014.

BRASIL, Projeto de Lei Complementar nº 155/2016 altera a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, para reorganizar e simplificar a metodologia de apuração do imposto devido por optantes pelo Simples Nacional. Brasília (DF): Congresso Nacional; 2016.

BRASIL. Lei nº 13.243/2016 dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação. Brasília (DF): Congresso Nacional; 2016.

Brasil, Boletim do Mapa de Empresas. Disponível em <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/boletins/mapa-de-empresas-boletim-1o-quadrimestre-2023.pdf> > Acesso em 09/2023

Bodlaj, M., & Čater, B. (2019). The Impact of Environmental Turbulence on the Perceived Importance of Innovation and Innovativeness in SMEs. *Journal of Small Business Management*, 57, pp. 417- 435.

BUCIOR, E. R et al. A influência da capacidade de inovar no departamento organizacional em empresas de tecnologia de informação com atuação nacional e internacional. *EnANPAD*, 19, Belo Horizonte, 2015. Anais, Belo Horizonte: ANPAD, 2015.

CALMANOVICI, C. E. A inovação, a competitividade e a projeção mundial das empresas brasileiras. 2011.

CARLOMAGNO, M. C.; DA ROCHA, L. C. Como Criar e Classificar Categorias para análise de conteúdo: uma questão metodológica. *Revista Eletrônica de Ciência Política*. [s.l: s.n.].

CNI. O QUE É INOVAÇÃO. Disponível em: <<https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-a-z/inovacao/>>. Acesso em: 29 abr. 2022.

CONDE, M. V. F, Araújo-Jorge, T, C - Modelos e Concepções de Inovação A Transição de Paradigmas, A Reforma Da C&T Brasileira SAÚDE PÚBLICA T. C Ciência & Saúde Coletiva, 8(3):727-741, 2003

Christensen, C. M. (2006). The ongoing process of building a theory of disruption. *Journal of Product Innovation Management*, 23(1), 39-55. doi:10.1111/j.1540-5885.2005.00180.x

DATA MPE, <https://datasebrae.com.br/empresas/>

DE OLIVEIRA, L. A Estratégia Organizacional na Competitividade: um Estudo Teórico. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/303987289.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2022.

Dobni, C. B. (2008). Measuring innovation culture in organizations: the development of a generalized innovation culture construct using exploratory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 11(4), 539-559. doi: 10.1108/14601060810911156 » <https://doi.org/10.1108/14601060810911156>

Políticas de inovação pelo lado da demanda no Brasil / organizador: André Tortato Rauén. – Brasília : Ipea, 2017. 481 p. : il., gráfs., mapas, fots. color.

Estatuto social do serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas – SEBRAE, Disponível em <[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/Resolu%C3%A7%C3%A3o_CDN_N%C2%BA_372-21_Altera%C3%A7%C3%A3o do Estatuto Social do Sebrae.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/Resolu%C3%A7%C3%A3o_CDN_N%C2%BA_372-21_Altera%C3%A7%C3%A3o_do_Estatuto_Social_do_Sebrae.pdf)> Acesso em

18/04/23

GIL, A.C – Como Elaborar projeto de pesquisa – 4ª Edição, São Paulo. Atlas, 2002.

Ganzer, Paula Patricia & Biegelmeier, Uiliam & Craco, Tania & Camargo, Maria & Olea, Pelayo & HENRI DORION, ERIC CHARLES. (2014). MODELO DE PROCESSO TECNOLÓGICO: UMA EVOLUÇÃO HISTÓRICA DE MODELO LINEAR PARA MODELO INTERATIVO. 16. 106-125.

Kulak, S. Inovação em empresas paranaenses de micro e pequeno porte: estudo de caso do projeto ali/programa brasil mais - Revista Brasileira de Gestão e Inovação – Brazilian Journal of Management & Innovation-V.10, N.3, Mai/Aug–2023

LEAL, C. I. S, FIGUEIREDO, P. N. - Inovação tecnológica no Brasil: desafios e insumos para políticas públicas - REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA | Rio de Janeiro 55(3): 512-537, maio - jun. 2021

Lima, V. A., Costa, E. da S., & Pereira, R. da S. (2020). INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE EM PEQUENAS EMPRESAS: UM ESTUDO COM PARTICIPANTES DO PROGRAMA AGENTES LOCAIS DE INOVAÇÃO EM RONDÔNIA (BRASIL).

LONGANEZI, T. Os sistemas de gestão da inovação e a capacidade inovadora das empresas, 2008. Tese de Doutorado, Rio de Janeiro: UFRJ.

Mambrini, A. B., Dattein, E., Medina, J. A. A., Cintho, S., & Maccari, E. A. (2011). Cultura inovadora na pequena e média empresa. Revista de Gestão e Projetos, 2(1), 26-51. doi: 10.5585/gep.v2i1.34 » <https://doi.org/10.5585/gep.v2i1.34>

MELENDEZ-CAMPOS, C.; MORA-ESQUIVEL, R.; LEIVA, J. C. Estratégia empresarial e inovação de produtos nas PMEs: O papel mediador das redes empresariais. RAE-Revista de Administração de Empresas, [S. l.], v. 64, n. 1, p. e2022–0386, 2023. DOI: 10.1590/S0034-759020240104. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rae/article/view/90388>. Acesso em: 31 out. 2024.

MOURA, G. L.; GALHANO, P. P. P.; FISCHMAN I. A. Estratégia, estrutura organizacional e gestão do conhecimento. In: SIMPÓSIO DE EXCELENCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

OEA (Organização dos Estados Americanos). Ciência, Tecnologia, Engenharia e Inovação para o Desenvolvimento: Uma Visão para as Américas no Século XXI. 2 ed. Washington D.C.: Organização dos Estados Americanos, 2005.

Organisation for Economic Co-operation and Development/Eurostat. (2018). Oslo manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation (4th ed.). The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing/Eurostat.

QUINHÕES, T. A. T.; LAPÃO, L. V. Innovation management: Still a long way to go. RAE - Revista de Administração de Empresas, [S. l.], v. 64, n. 1, p. e2023-0160, 2023. DOI: 10.1590/S0034-759020240107. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rae/article/view/90386>. Acesso em: 1 nov. 2024.

RAMÍREZ, M. F. M.; OSTOS, J.; ARTEAGA, A. R. S. Role of empowerment and worker's identification with their teams for an innovative climate. RAE - Revista de Administração de Empresas, [S. l.], v. 60, n. 3, p. 183-194, 2020. DOI: 10.1590/S0034-759020200302. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rae/article/view/81312>. Acesso em: 1 nov. 2024.

Relação Anual de Informações Sociais, RAIS 2022, disponível em <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br/assuntos/estatisticas-trabalho/rais/rais-2022> acesso em fev.2023

SANCHES, K. Encadeamento Produtivo: Estratégia para atuação do Sistema SEBRAE. [s.l: s.n.].

SANTOS, A.B.A, FAZION, C.B e MEROE, G.P.S - INOVAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE A EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE SCHUMPETER

Dos Santos, Milton. Contribuição à Compreensão do Conceito de Competitividade nas Organizações. https://www.researchgate.net/publication/237317091_Contribuicao_a_Compreensao_do_Conceito_de_Competitividade_nas_Organizacoes, 2024. Acesso em out. de 2024.

SEBRAE, ALI PRODUTIVIDADE Guia metodológico, fevereiro 2022, Disponível em: < <https://datasebrae.com.br/redeagentesanexo-10-referencial-ali-produtividade/> > Acesso em jun. 2023

SCHUMPETER, J. A. (1957) The theory of economic development. Cambridge: Harvard University, 1957.

Serra, F. A. R., Fiates, G. G., & Alperstedt, G. D. (2007). Inovação na pequena empresa: um estudo de caso na Tropical Brasil. Journal of Technology Management & Innovation, 2(2), 170-183.

TEIXEIRA, J. E. Políticas de estímulo à inovação em micro e pequenas empresas: contribuições do programa agentes locais de inovação (Brasil) e da Rede PME Inovação (Portugal), 2017.

TIDD, J.; BESSANT, J. Gestão da inovação. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

VARELLA, Sérgio Ramalho Dantas; DE MEDEIROS, Jefferson Bruno Soares; DA SILVA JUNIOR, Mauro Tomaz. O desenvolvimento da teoria da inovação schumpeteriana. In: XXXII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, Bento Gonçalves 2012, 10p. Anais [...], Bento Gonçalves, 2012. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2012_TN_STO_164_954_21021.pdf. Acesso em: 13 abr. 2023

VERGARA, Sylvia C. Métodos de Pesquisa em Administração, 6ª edição. Disponível em: Minha Biblioteca, Grupo GEN, 2015.

Pesquisa de Inovação Semestral 2022: indicadores temáticos: tecnologias digitais avançadas, teletrabalho e cibersegurança / IBGE, Coordenação de Estatísticas Estruturais e Temáticas em Empresas. - Rio de Janeiro: IBGE, 2023. 75 p. - (Investigações experimentais. Estatísticas experimentais)

Relatório de Competitividade. Disponível em: < https://www.clp.org.br/wp-content/uploads/2023/08/Relatorio_tecnico-Estados_2023-1.pdf > Acesso em out/23.

15. APÊNDICES