

## A COMPETITIVIDADE NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: A Inovação Como Mecanismo Essencial

**Fabiel Domingues da Silva**

Graduando em Administração,  
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

**Nelson Moreira da Silva Neto**

Graduando em Administração,  
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

**Clézio Antônio Lara**

Mestre em Administração – Uni-FACEF;  
Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas – AEMS

### RESUMO

A atual realidade da economia faz com que se torne necessário compreender a importância das inovações para as empresas. Diante do mercado consumidor cada vez mais exigente, ocorre um aumento na competitividade, fazendo com que para se alcançar e se manter no mercado as empresas de pequeno porte se adaptem, para isso as mesmas fazem uso de processos de inovações, uso os mesmos para o desenvolvimento de novos produtos e serviços ou o melhoramento dos já existentes, para tanto é necessário também acompanhar as evoluções tecnológicas, mantendo sempre atualizadas e na contínua busca por crescimento. É devido a essa importância que surge a necessidade de compreender melhor o processo de inovação como diferencial entre as empresas de pequeno porte.

**PALAVRAS-CHAVE:** competitividade; inovações; micro e pequenas empresas; processo.

### INTRODUÇÃO

Diante das tendências do capitalismo contemporâneo e da globalização, algumas transformações ocorreram no âmbito social, estimulando o vínculo entre investimento e trabalho, expandindo as empresas de pequeno porte, muitas vezes alimentado pela competitividade baseada em inovação. Assim, as micro e pequenas empresas (MPEs) sustentam a economia brasileira, através de geração de empregos e números de estabelecimentos que atendem os consumidores (CACCIAMALI, 1997; MYTELKA, 1999; DARELLA, 2010).

Segundo a Lei nº 123/2006, as micro e pequenas empresas são aquelas que o faturamento anual não ultrapassa R\$240 mil e entre R\$240.000,01 e R\$ 2,4 milhões, respectivamente. Como complemento, o SEBRAE (2011) define como sendo micro empresa aquela composta por 9 pessoas em caso de comércio e

serviços, e até 19 pessoas nos setores industrial ou de construção; e define como sendo pequena empresa aquela constituída entre 10 e 49 pessoas para comércio e serviços, e de 20 a 99 pessoas nos setores industrial ou de construção.

Mesmo que as MPEs desempenhem um papel substancial na movimentação da economia, bem como uma atuação diferenciada no mercado empresarial, ter em mente a melhora no serviço e no desempenho empresarial é necessária para manter-se à frente no mercado e alcançar os objetivos estabelecidos. Dessa forma, estabelecer mecanismos de capacitação das estruturas da gestão das empresas, além de administração industrial, se mostram eficazes na busca por resultados satisfatórios e bom posicionamento empresarial (HOLTZ, 1968; BATALHA, 1990). Para o SEBRAE (2011), a inovação está diretamente interligada com a competitividade empresarial, uma vez que, sem a inovação, as empresas estagnam, e perdem o seu poder competitivo e sua capacidade de manter-se no mercado.

Tether (2003) defende a inovação como sendo mecanismo de motivação da produtividade, demonstrando que há evidências que assegurem que empresas inovadas desempenham melhor suas funções, além de possuírem melhor crescimento. Para o autor, inovação é entendida como de três formas diferentes, sendo a primeira a realização; a segunda defende que a inovação é vista como consequência ou impacto de realizações; e a terceira, que descreve a inovação como uma capacidade dinâmica, capacidade para mudanças.

Portanto, esse artigo tem por finalidade demonstrar a importância da pequena empresa, além de tratar da competitividade como fator essencial para que esses não estagnem. As informações acerca do assunto apresentadas aqui foram obtidas de periódicos, artigos e obras pertinentes ao tema.

## **2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Para a realização desta pesquisa, utilizamos a metodologia proposta por Vergara (2000) que é do tipo exploratória, que é utilizada onde se tem pouco conhecimento sistematizado sobre o assunto abordado.

Os meios de investigação foram pesquisa bibliográfica e um estudo de caso, sendo que para o primeiro, foram consultados livros e revistas inerentes ao assunto

estudado e o segundo uma entrevista com os proprietários de uma empresa de Três Lagoas (MARCONI; LAKATOS, 1996).

### **3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

#### **3.1 A Importância das Micro e Pequenas Empresas**

O crescimento econômico depende diretamente da criação e da capacidade de manter as empresas que possam sobreviver no mercado atual, podendo gerar serviços e empregos, gerando renda à população econômica e conseguindo sustentabilidade por longo período, gerando maior produção de bens e serviços ao país e melhorando a distribuição de renda no mesmo (DORNELAS, 2003).

Em países em desenvolvimento, a economia gira por meio da implantação das micro e pequenas empresas, mas, para seu fortalecimento, incentivar e aplicar políticas de apoio e linhas de financiamento para o auxílio do desenvolvimento dessas empresas se torna fundamental (WHITELEY, 2002).

Como fora demonstrada a importância das MPEs na economia, vale ressaltar o perfil que podem tomar, como sendo um universo de micro unidades familiares, com tecnologias restritas e tradicionais, voltadas para o trabalho não qualificado e muitas vezes voltadas para os setores de confecções, confeitaria, calçados e artigos de couro; ou em outros momentos, pode adotar o perfil de um subconjunto de micro e pequenas empresas presente em boa parte do setor terciário da economia, com administração de proprietários com certo grau de conhecimento de mercado e com apoio institucional; e por fim, um subconjunto ainda menor, ligadas a grandes empresas, servindo como fornecedoras e localizadas em regiões de grande tecnologia (ALMEIDA; ALBUQUERQUE, 1999).

A terceirização é o principal fator que colabora para o crescimento das pequenas empresas, principalmente no setor de serviços, além do crescimento devido à competitividade com grandes empresas, considerando a maior flexibilidade das mesmas. Assim, as empresas de menor porte se destacam como sendo as empresas do futuro, visto que são mais flexíveis e com nichos tecnológicos, além de produção simples e fácil (ALMEIDA; ALBUQUERQUE, 1999).

São as micro e pequenas empresas que mais possuem mão de obra ocupada, e as que mais requerem esforços e atenção quanto à elevação de produtividade e formalização da mão de obra, tudo para que possam ser ligadas ao

setor econômico. Tudo resulta em geração de emprego e aprimoramento de qualidade no serviço, com resultados positivos nos níveis de salários, além de diminuir a concentração de renda na economia do país (PAIVA, 2002).

### 3.2 A Inovação nas Micro e Pequenas Empresas

O papel desempenhado pelas empresas de pequeno porte é de suma importância para o desenvolvimento econômico do país, pois são geradoras de emprego e de renda, com isso movimentam o mercado. A fim de garantir a sobrevivência das mesmas, é necessária constante adaptação às inovações (COSTA; OLAVE, 2014).

O conceito de inovação é amplamente difundido no meio acadêmico e empresarial, pois as empresas estão em constante processo de adaptação à economia, buscando sempre novos meios de suprir as necessidades do mercado, assim inovação pode ser entendida como a busca constante por melhorias para sua manutenção no mercado (COSTA; OLAVE, 2014; SILVA NETO, 2012).

Segundo Quandt (2009), é por meio da inovação que se alcança um desenvolvimento diferenciado, obtendo uma maior vantagem competitiva, tornando-se, assim, elemento essencial que avalia o potencial econômico.

Para Tether (2003), a produtividade encontra na inovação um dos seus maiores propulsores, pois quanto mais adaptada a empresa estiver em relação às práticas de inovação maior será seu desempenho e crescimento em relação àquelas que não fazem uso dessas práticas.

De acordo com o 4º Encontro Nacional da Indústria (2009), o foco das inovações está na busca por novos produtos, matérias-primas, mercados, formas de organização de trabalho, tecnologias, métodos de produção, de transporte e de distribuição.

Como forma de organização de trabalho são empregados alguns modelos de gestão, entre eles os mais aplicados estão: a terceirização, na qual a execução de determinada tarefa é passado a terceiro; *downsizing*, é o processo de promoção da responsabilidade dos funcionários, fazendo assim com que os mesmos possuam maior poder decisório na empresa; qualidade-total, processo no qual não se admite erros, focado na busca constante de supressão dos defeitos e no aumento da qualidade dos produtos; *benchmarking*, é uma forma de abordagem em gestão na

qual se utiliza a experiência de outras empresas no que se refere a busca de soluções para problemas comuns; aprendizagem organizacional, é a capacidade de adaptação e aperfeiçoamento as constantes exigências do mercado; *empowerment*, é o processo de fortalecimento do poder de decisão dos membros de uma organização, fazendo com que haja uma participação mais ativa dos mesmos; *Open-book management*, é o processo no qual o ponto principal é a transparência nas informações, de forma acessível e clara a todos; gestão por processos, método de gestão na qual são utilizadas sequências de atividades para a obtenção do produto final, melhorando a adaptação à mudanças; *balanced score-card*, método pelo qual o foco são os pontos críticos na busca por resultados positivos, evitando assim que pequenos detalhes passem despercebidos e possam causar prejuízo (CASTALDO, 2007).

Bes e Kotler (2011) desenvolveram um modelo básico de processo de inovação, denominado A-F, no qual o principal objetivo é a superação de barreiras por meio de listagem de funções básicas que identificam práticas positivas de inovação, sendo as principais: ativadores, pessoas que inicial os processos; buscadores, especialistas em busca de informações necessárias para a aplicação de ideias; criadores, pessoas que buscam novos conceitos e soluções no decorrer do processo; desenvolvedores, colocam em prática as ideias, transformando em soluções ou produtos; e executores, pessoas que levam a inovação ao mercado ou para a organização a qual estão vinculadas.

Dessa forma, o processo de inovação é vital para a manutenção das micros e pequenas empresas, fazendo com que as mesmas se mantenham ativas e em crescimento no mercado.

#### **4 ESTUDO DE CASO**

Esse estudo de caso foi realizado em uma empresa de lavagem de carros em Três Lagoas/MS.

Antes da implantação da empresa efetuou-se uma pesquisa de mercado na cidade de Três lagoas, para conhecer a qualidade do atendimento das empresas do ramo de lavagem de carros, o relacionamento com os clientes, qualidade do atendimento entre outros pontos.

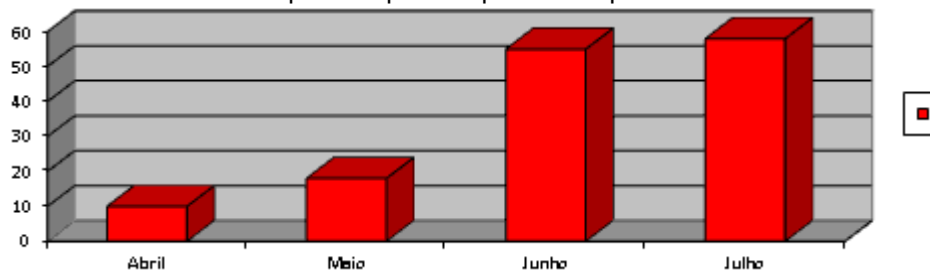
O resultado da pesquisa não foi bom, mostrou que, muitas empresas do ramo não se importam com o cliente, sendo que, o atendimento deixava a desejar.

Com esse levantamento os empresários resolveram utilizar a inovação como diferencial competitivo na sua empresa. Ao estudar algumas estratégias para diferenciar o atendimento da empresa, resolveu-se criar um local agradável para o cliente, com *wi-fi* grátis, espaço para as crianças e uma sala de jogos.

As ferramentas de *marketing*, são essenciais para que as MPEs, consigam se manter no mercado, para tanto utilizou-se um *mix de marketing* como trabalhar com panfletagem, TV, rádio e rede social.

Um levantamento efetuado sobre o número de clientes mostra que a empresa está indo pelo caminho certo aumentando o número de clientes. Abaixo o gráfico mostra a demandada demanda de clientes.

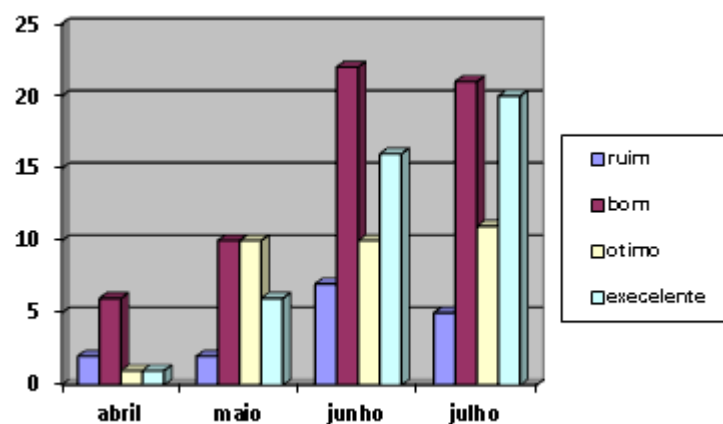
**Gráfico 1.** Demanda de procura pela empresa em quatro meses.



Quantidade de clientes conforme o mês: abril – 10; maio – 28; junho – 55 e julho – 57.

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2016)

**Gráfico 2:** Avaliação da empresa pelos clientes



**Fonte:** Elaborado pelos autores (2016)

O gráfico acima mostra que a empresa vem crescendo com qualidade, os clientes estão ficando mais satisfeitos com o passar do tempo.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com todas as informações obtidas e inseridas nesse artigo, fica nítida a importância das MPEs na economia do país, além do desenvolvimento financeiro e social que são e estão presentes nessas empresas.

Além disso, têm-se a inovação como fator decisivo em um mundo empresarial competitivo, garantindo que a empresa possa estabelecer fidelidade de seus clientes e um alicerce seguro em um ambiente tão competitivo.

Mostrou também que uma MPE pode e deve utilizar ferramentas de *marketing*, garantindo assim uma segurança e continuidade do serviço, novos focos e objetivos, maior produtividade evitando, conseqüentemente, a mortalidade da empresa.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. I. R.; ALBUQUERQUE, D. T. Porque muitas pequenas empresas trilham o caminho do fracasso. SEMEAD III, Seminário de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 1999. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/267804175\\_III\\_SEMEAD\\_POR\\_QUE\\_MUITAS\\_PEQUENAS\\_EMPRESAS\\_TRILHAM\\_O\\_CAMINHO\\_DO\\_FRACASSO](https://www.researchgate.net/publication/267804175_III_SEMEAD_POR_QUE_MUITAS_PEQUENAS_EMPRESAS_TRILHAM_O_CAMINHO_DO_FRACASSO)> Acesso em: 26 de setembro de 2016.

BATALHA, M.; DE MORI, F. A pequena e média indústria em Santa Catarina. Florianópolis, Editora da UFSC, 1990.

BRASIL. LEI COMPLEMENTAR 123. Manual comentado da lei geral da microempresa e empresa de pequeno porte. FIEMG: Minas Gerais, 2006. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/LCP/Lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm)> Acesso em: 27 de setembro de 2016.

BES, F. T.; KOTLER, P. A bíblia da inovação. São Paulo: Lua de Papel, 2011.

CACCIAMALI, M. C. Flexibilidade e micro e pequenas empresas. São Paulo em perspectiva, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 82-87, jan./mar. 1997. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/3896091-Flexibilidade-e-micro-e-pequenas-empresas.html>> Acesso em: 26 de setembro de 2016.

CASTALDO, G. Análise de micros e pequenas empresas. 2007. 50f. Dissertação (Pós-graduação em MBA). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Farroupilha. 2007.

COSTA, M. S.; OLAVE, M. E. L. Inovação em micro e pequenas empresas: uma visão dos agentes locais de inovação do Sebrae em Aracaju – SE. VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE). Goiânia, 2014.

DARELLA, G. C. Análise da competitividade externa das micro, pequenas e médias empresas: um estudo de caso em Santa Catarina. Tese de graduação da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2010. Disponível em: <<http://tcc.bu.ufsc.br/Economia292741>> Acesso em: 26 de setembro de 2016.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Elsevier. 2003.

HOLTZ, R. A importância e as condições de desenvolvimento das pequenas e médias empresas. Revista Indústria e Produtividade, 1968.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. Técnicas de pesquisa. Atlas, São Paulo: 1996.

MYTELKA, L. K. Competition, innovation and competitiveness: a framework for analysis. In: MYTELKA, L. K. (Ed.). Competition, innovation and competitiveness in developing countries. Paris: OECD, 1999. Disponível em: < [http://www.oecd-ilibrary.org/development/competition-innovation-and-competitiveness-in-developing-countries\\_9789264173323-en](http://www.oecd-ilibrary.org/development/competition-innovation-and-competitiveness-in-developing-countries_9789264173323-en) > Acesso em: 27 de setembro de 2016.

PAIVA, C. A. C. Administração do risco de crédito. Rio de Janeiro>Qualitymark, 2002.

QUANDT, C. O. Inovação Tecnológica. In: Empreendedorismo Tecnológico. Instituto de Engenharia do Paraná: Curitiba, 2009.

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Anuário do trabalho na micro e pequena empresa 2010-2011. 4ª ed. São Paulo: DIEESE, 2011.

SILVA NETO, E. M. A aplicação da inovação como estratégia competitiva nas pequenas e médias empresas. 2012. 35f. Dissertação (Pós-graduação em Engenharia de Produção). Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Ponta Grossa. 2012.

TETHER, B.S. What is innovation? Approaches in distinguishing new products and processes from existing products and processes. *Center for Research on Innovation*

& Competition (CRIC) Working Paper n. 12. Manchester (RU): The University of Manchester, 29 ago. 2003.

WHITELEY, R. C. A. A empresa totalmente voltada para o cliente. São Paulo: Campus, 2002.

VERGARA, S. C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. São Paulo: Atlas, 2000.