

## INOVAÇÃO E TECNOLOGIA: UM ESTUDO DE CASO EM MERCADINHO DE BAIRRO

**Martin Ferreira Ribeiro**

Centro Universitário Fametro - Unifametro

[martin.ribeiro@aluno.unifametro.edu.br](mailto:martin.ribeiro@aluno.unifametro.edu.br)

**Thaís Vieira Nogueira Feitosa**

Centro Universitário Fametro - Unifametro

[thais.feitosa@professor.unifametro.edu.br](mailto:thais.feitosa@professor.unifametro.edu.br)

**Adalberto Benevides Magalhães Neto**

Centro Universitário Fametro - Unifametro

[Adalberto.neto@professor.unifametro.edu.br](mailto:Adalberto.neto@professor.unifametro.edu.br)

**Título da Sessão Temática:** *Estratégias Organizacionais*

**Evento:** VII Encontro de Iniciação à Pesquisa

### RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo geral identificar as tecnologias de baixo ou nenhum custo podem ser utilizadas para melhorar as vendas em um mercadinho de bairro em Fortaleza. Foi realizada pesquisa de natureza qualitativa utilizando a técnica de estudo de caso de um mercadinho de bairro de Fortaleza/CE. Foi constatado, através das documentações da empresa, que as vendas aumentaram a partir do uso da máquina de cartão. Sugere-se que a empresa utilize mídias sociais para ter um contato direto com o cliente e expor seus produtos e serviços e utilize a ferramenta Google *Analytics* para auxílio na gestão das mídias sociais a serem utilizadas pela empresa e, conseqüentemente, trabalhar para o aumento do faturamento da organização.

**Palavras-chave:** Tecnologias. Mercadinho. Mídias sociais.

## INTRODUÇÃO

As dificuldades gerenciais e os problemas de sobrevivência das pequenas empresas tornaram-se temas correntes nos pronunciamentos de autoridades econômicas, empresários e líderes políticos. Segundo estimativas e pesquisas diversas, metade das PME (pequenas e médias empresas) fracassa durante os primeiros cinco anos de sua existência, e até 90% encerraram suas atividades antes de completar 10 anos. (RATTNER, 1984)

Como explicar a alta rotatividade das pequenas empresas. Não é fácil entender os objetivos reais da política de fomento e apoio às PME: seria promover seu crescimento para se tornarem também grandes empresas, Ou se tenta consolidá-las como unidades de pequeno-médio porte, ou, ainda, se procura promover a criação de novas empresas, visando o crescimento da produção, do nível de emprego, da renda, enfim, do bem-estar geral. (RATTNER, 1984)

A análise da política econômica revela o favorecimento indiscutível das grandes empresas. Assim, em face da tendência à concentração do capital que resulta em difusão de sistemas de produção em grandes unidades, com equipamentos e processos capital-intensivos, seria possível apostar na sobrevivência das PME por suposto menos eficientes em mercados onde devem concorrer com oligopólios, financeira e administrativamente bem mais sólidos. (RATTNER, 1984)

A introdução e difusão de novas tecnologias e sua incorporação e assimilação pelas empresas que operam em economias industrializadas não se realizam mediante processos contínuos e regulares. Ao contrário, a inovação tecnológica (ou "progresso técnico") e sua difusão se apresentam como processos irregulares e descontínuos no espaço, no tempo e pelos diferentes setores de atividades econômicas. Neste sentido, a distinção entre setores dinâmicos e tradicionais reflete a maior ou menor intensidade de inovações tecnológicas e de seus efeitos multiplicadores. (RATTNER, 1984)

Um conjunto de inovações tecnológicas contribui fortemente para o crescimento econômico, induzindo investimentos, gerando empregos e estimulando a demanda por bens de capital, produtos intermediários, bens de consumo e serviços, com efeitos retro alimentadores e multiplicadores. Numa segunda fase, todavia, decorridos alguns anos, os impactos das novas tecnologias mudam, à medida que estas amadurecem. Verifica-se, com a elevação da intensidade do

capital e de crescentes economias de escala, uma acentuada padronização dos produtos que tendem, por seus efeitos combinados, a reduzir a geração de empregos, por unidade de capital investida, enquanto a lucratividade diminui ao longo do processo de difusão. (RATTNER, 1984)

Em que pese à importância da inovação tecnológica para assegurar condições de competitividade e, assim, de sobrevivência no mercado às empresas de pequena e média dimensão, a "entrada" mediante inovações torna-se praticamente impossível, dada a presença de oligopólios e conglomerados transnacionais. Nessas circunstâncias, os empresários nacionais, donos das PME, para evitar investimentos elevados, com altos riscos e incerteza quanto aos resultados, adotam uma estratégia tecnológica "imitativa", preferindo adquirir tecnologia alienígena, sob forma de licenças e marcas concedidas pelas empresas transnacionais, cujos produtos e processos são simplesmente copiados, sem transferência real de tecnologia. (RATTNER, 1984)

Nos mercados de bairro, que são microempreendedores ou micro empresas, a tecnologia tem tendência de ser vista com maus olhos, pois a maioria dos mercadinhos que estão no mercado a muitos anos e por virem de uma época que não havia a necessidade de aprimoramento tecnológico tendem a não ter este pensamento de inovação. Em parte, os donos dessas empresas têm pensamento "fechado" e querem continuar com as mesmas praticas herdadas dos anos anteriores, com base em números, se mostra ineficiente nos dias atuais.

Com base no exposto, surge o seguinte problema de pesquisa: "Como utilizar a tecnologia para alavancar as vendas em mercadinhos de bairro?".

Para responder ao problema de pesquisa, tem-se como objetivo: "Identificar quais tecnologias de baixo ou nenhum custo podem ser utilizadas para melhorar as vendas em um mercadinho de bairro em Fortaleza."

Mercados de pequeno porte que não podem se dar ao luxo de ter tecnologias que acarretam em um alto custo entregando-lhes poucas opções de inovações que possam trazer benefícios as suas vendas e trazer o tão desejado lucro.

Mas a modernização de um processo que retira um pouco o custo ou mesmo trazer novos clientes para consumir pode trazer muitos benefícios se for bem aplicada na empresa.

Uma das formas de se utilizar a tecnologia com baixo custo é a implantação da maquina de cartões, pois ela já faz diferença atraindo clientes que podem pagar utilizando de outras formas alem do dinheiro físico, na empresa onde foi realizado o estudo não utiliza desta ferramenta tecnológica que poderia alavancar suas vendas

atraindo novos clientes ao seu estabelecimento.

A inovação tecnológica é importante, pois com ela a vida é facilitada, porém a tecnologia requer muitos recursos e isto pode trazer vários custos.

Os mercados de bairro precisam se atualizar de forma inteligente com tecnologias que caibam em seu bolso e com estas tecnologias, as microempresas podem conseguir um grande salto para a melhor eficiência e até melhores situações financeiras.

## **METODOLOGIA**

É uma pesquisa de caráter qualitativa descritiva exploratória com base em um estudo de caso de um mercado de pequeno porte no ramo de venda de produtos variados na cidade de Fortaleza.

A expressão "pesquisa qualitativa" assume diferentes significados no campo das ciências sociais. Compreende um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam a descrever e a decodificar os componentes de um sistema complexo de significados. Tem por objetivo traduzir e expressar o sentido dos fenômenos do mundo social; trata-se de reduzir a distância entre indicador e indicado, entre teoria e dados, entre contexto e ação (MAANEN, 1979a, p.520).

A pesquisa foi realizada com base nos estudos realizados em documentos de um mercado de pequeno porte no ramo de venda de produtos variados na cidade de Fortaleza durante os meses de agosto e setembro

Houve uma análise da situação da empresa e uma pesquisa na empresa para verificar quais seriam as mudanças se houvesse implantação de novas tecnologias que poderia facilitar alguns processos da empresa

As informações foram obtidas no dia a dia da empresa, projeções de resultados das mudanças que ocorreriam com a implantação de novas tecnologias das mais básicas como máquinas de cartão até tecnologias mais complexas como sistemas de informação para melhorar a rede de dados da empresa

Análise de dados é documental, utilizando as planilhas de vendas e bibliográfica utilizando estudos de caso como exemplo do que pode ser utilizado. Visando a implantação da tecnologia e que ela tenha uma boa adaptação na

empresa.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após pesquisas e projeções de quais seriam as tecnologias que poderiam ser utilizadas nas microempresas e microempreendedores de forma em que sua efetividade trouxesse benefícios, muitas tecnologias foram descartadas pois seu custo não compensaria a implantação, os lucros não supririam os gastos, excluindo as tecnologias que se tornaram irrelevantes com base nos altos custos.

Na empresa onde foi realizada a pesquisa, através das atas de reuniões. Pode-se verificar que houveram várias idéias de tecnologias que poderiam ser implantadas, uma das idéias foi a implantação de um sistema de computação no mercadinho para que pudesse criar um sistema que integrasse todos os sistemas, processos e projetos da empresa para que houvesse uma facilitação de futuras implantações na empresa.

A idéia foi descartada pois a implantação do sistema de computação se mostrou ter um custo alto que retiraria o pouco lucro do mercadinho e não teria um custo benefício favorável, pois ele não se pagaria com o decorrer dos anos.

A tecnologia que se mostrou ter um melhor encaixe na empresa foi a simples implantação do uso de cartões, o custo da aquisição da máquina de cartões foi compensado pois muitos clientes que deixavam de consumir os produtos do mercadinho por causa da forma de pagamento se mostraram muito atraídos após a implantação da nova tecnologia trazendo mais lucro para a empresa e compensando a implantação da tecnologia.

As empresas utilizam tecnologias para desenvolver bens e serviços dirigidos às necessidades e desejos da sociedade. Visando a sustentabilidade, buscam se manter competitivas por meio do aumento da produtividade e do desempenho comercial, utilizando a transferência de tecnologia como uma alternativa para aperfeiçoar fatores de produção e métodos de trabalho. As microempresas e empresas de pequeno porte (MPE) enfrentam problemas de competitividade que ocasionam o encerramento das suas atividades, dentre os quais as falhas na gestão, inclusive referentes à logística. Essas empresas são uma categoria relevante de organização, por possuírem elevada representatividade socioeconômica, decorrente do incremento que propiciam na economia, da quantidade de unidades existentes, da massa salarial e dos empregos por elas gerados. No entanto, embora se evidencie na literatura que a transferência de tecnologia e a adequada gestão da

logística constituem meios para o aumento da competitividade empresarial, uma limitação se refere a aplicações para MPEs. (MOTTA, 2017)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No estudo de caso foi mostrado que as microempresas podem ter uma grande ligação com a tecnologia, mas deve-se ter cautela ao se implantar uma nova tecnologia na empresa, pois ao mesmo tempo em que pode se tornar uma luz para empresa também pode se tornar sua ruína, e que cabe ao administrador ter a perspicácia de escolher a tecnologia que o favorecerá.

Tem como principal conclusão deste trabalho, a sugestão da utilização de redes sociais e da ferramenta *Google Analytics*, pois além de atrair futuros clientes, a ferramenta do Google possibilitaria uma melhor gestão da empresa, desde a identificação do público-alvo às melhores estratégias de vendas e conseqüentemente, aumento do faturamento.

## REFERÊNCIAS

RATTNER, Henrique. **Inovação tecnológica e pequenas empresas**: uma questão de sobrevivência. SCIELO, 1984. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75901984000300010](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901984000300010). Acesso em: 06 setembro 2019.

MAANEN, John, Van. **Reclaiming qualitative methods for organizational research**: a preface, In *Administrative Science Quarterly*, vol. 24, no. 4, December 1979a, pp 520-526

MOTTA, Karla souza da. **Transferência de tecnologia para microempresas e empresas de pequeno porte**: uma proposta de metodologia aplicável à gestão da logística. Repositório UFSC, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/189295/PEPS5688-T.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>. Acesso em: 06 setembro 2019.