

A IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO PARA O CRESCIMENTO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO CABO DE SANTO AGOSTINHO

Resumo

Este estudo analisa a importância da inovação para o crescimento e a sustentabilidade das micro e pequenas empresas no município do Cabo de Santo Agostinho (PE), um contexto marcado por fortes desigualdades socioeconômicas e por um ambiente de negócios em transformação. O objetivo central foi investigar de que forma a introdução de inovações — em produtos, serviços, processos e modelos de gestão — contribui para a competitividade, a geração de valor e a permanência dessas empresas no mercado. A pesquisa adotou abordagem quantitativa e descritiva, com aplicação de questionário estruturado a microempreendedores individuais e empresários de pequeno porte, contemplando variáveis sobre perfil sociodemográfico, práticas de inovação, dificuldades enfrentadas e percepções de resultados obtidos. A análise dos dados, conduzida por meio de estatística descritiva, revelou que a inovação é percebida como fator essencial para diferenciação e fidelização de clientes, mas ainda enfrenta barreiras ligadas à falta de acesso a crédito, à carência de capacitação gerencial e às limitações de infraestrutura local. Os resultados reforçam que micro e pequenas empresas que investem em inovação tendem a alcançar maior crescimento, mesmo em contextos de restrição de recursos, destacando-se a importância de políticas públicas de apoio, parcerias institucionais e programas de capacitação empreendedora. Conclui-se que a inovação não apenas amplia a competitividade, mas também promove inclusão produtiva e desenvolvimento socioeconômico regional.

Palavras-chave: inovação; micro e pequenas empresas; competitividade; desenvolvimento local; Cabo de Santo Agostinho.

Abstract

This study examines the importance of innovation for the growth and sustainability of micro and small enterprises (MSEs) in the municipality of Cabo de Santo Agostinho, Pernambuco, Brazil, a region characterized by strong socioeconomic disparities and a business environment undergoing significant transformation. The main objective was to investigate how the introduction of innovation—whether in products, services, processes, or management models—contributes to competitiveness, value creation, and market survival of these firms. The research adopted a quantitative and descriptive approach, applying a structured questionnaire to micro-entrepreneurs and small business owners, focusing on socio-demographic profiles, innovation practices, barriers faced, and perceived outcomes. Data analysis, conducted through descriptive statistics, revealed that innovation is perceived as an essential factor for

customer differentiation and loyalty. However, it still faces persistent challenges such as limited access to credit, lack of managerial training, and infrastructural constraints at the local level. The findings reinforce that MSEs investing in innovation, even with scarce resources, tend to achieve greater growth, adaptability, and resilience. The study also highlights the relevance of public policies, institutional partnerships, and entrepreneurial training programs as critical enablers of innovation. It is concluded that innovation not only strengthens competitiveness but also fosters productive inclusion and regional socioeconomic development, making it a key strategic axis for sustaining micro and small enterprises in emerging economies.

Keywords: innovation; micro and small enterprises; competitiveness; local development; Cabo de Santo Agostinho.

1. Introdução

As micro e pequenas empresas (MPEs) ocupam um papel estratégico na economia brasileira, não apenas pelo volume de negócios gerados, mas sobretudo por sua capacidade de dinamizar mercados locais, estimular a geração de emprego e fomentar a inclusão social. Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2023), essas organizações representam mais de 95% do tecido empresarial nacional e respondem por significativa parcela da criação de postos de trabalho formais. Nesse contexto, a inovação emerge como elemento-chave para a sustentabilidade e crescimento dessas empresas, possibilitando ganhos de competitividade em ambientes marcados por rápidas transformações tecnológicas, exigências de consumidores cada vez mais sofisticados e intensificação da concorrência global (TIDD; BESSANT, 2015).

O município do Cabo de Santo Agostinho, localizado na Região Metropolitana do Recife, constitui um recorte empírico relevante para investigar a relação entre inovação e crescimento das MPEs. A cidade abriga um dos mais importantes polos industriais e logísticos do Nordeste, impulsionado pelo Complexo Industrial Portuário de Suape. Apesar desse dinamismo econômico, o município enfrenta severas desigualdades sociais e estruturais, que impactam diretamente o desenvolvimento das atividades empreendedoras locais. Nesse cenário, microempreendedores individuais (MEIs) e empresários de pequeno porte convivem com desafios relacionados ao acesso a crédito, qualificação gerencial, limitações tecnológicas e dificuldades para inserir práticas inovadoras em seus negócios.

A relevância deste estudo reside, portanto, em compreender de que maneira a inovação é percebida e praticada por esse segmento empresarial no Cabo de Santo Agostinho, identificando barreiras e potencialidades. O problema de pesquisa que orienta a investigação pode ser assim formulado: *como a*

inovação contribui para o crescimento das micro e pequenas empresas no município do Cabo de Santo Agostinho?

O objetivo central é analisar a importância da inovação como fator estratégico de crescimento e competitividade para micro e pequenas empresas no município, destacando práticas já utilizadas, limitações enfrentadas e os impactos percebidos no desempenho dos negócios. Especificamente, busca-se (i) mapear o perfil dos empreendedores locais, (ii) identificar os principais tipos de inovação implementados, (iii) examinar os resultados associados a essas práticas e (iv) discutir o papel das políticas públicas e das capacitações no fortalecimento da cultura empreendedora e inovadora na região.

Este artigo está organizado da seguinte forma: após esta introdução, apresenta-se a fundamentação teórica, que revisa os principais conceitos e abordagens sobre inovação e desenvolvimento das MPEs. Em seguida, descreve-se a metodologia utilizada para a coleta e análise dos dados. Posteriormente, expõem-se os resultados da pesquisa empírica e sua discussão à luz da literatura. Por fim, apresentam-se as conclusões e contribuições, ressaltando implicações práticas e teóricas, bem como sugestões para futuros estudos.

2. Fundamentação Teórica

A inovação constitui um dos temas mais debatidos na literatura em administração e economia, sendo considerada por Schumpeter (1982) como a força motriz do desenvolvimento econômico e elemento disruptivo que gera novos mercados e transforma estruturas produtivas. Essa visão é reforçada por Tidd e Bessant (2015), que definem inovação como a implementação de ideias criativas capazes de gerar valor econômico e social, seja por meio de melhorias incrementais ou mudanças radicais em produtos, processos e modelos de negócio. Em contextos de alta competitividade, a inovação deixa de ser um diferencial exclusivo das grandes corporações para se tornar uma necessidade estratégica também para micro e pequenas empresas, que, apesar de suas limitações de recursos, encontram na criatividade e na flexibilidade oportunidades de se destacarem.

No cenário brasileiro, as micro e pequenas empresas (MPEs) assumem papel central na geração de empregos e no desenvolvimento econômico, representando mais da metade dos postos de trabalho formais e uma parcela expressiva do PIB (SEBRAE, 2023). No entanto, enfrentam barreiras estruturais relacionadas ao acesso ao crédito, à carência de qualificação gerencial e à baixa capacidade de investir em pesquisa e desenvolvimento (DORNELAS, 2016). Hashimoto (2010) aponta que o empreendedorismo em pequenos negócios depende fortemente da habilidade de identificar oportunidades e mobilizar recursos de forma inovadora, embora essa inovação

muitas vezes ocorra de maneira informal, baseada no conhecimento tácito e na adaptação rápida às necessidades do mercado. Nesse sentido, a visão de Rothwell (1991) é fundamental ao destacar que as MPEs inovam de maneira distinta das grandes empresas, apostando em soluções criativas, em redes de relacionamento e na proximidade com clientes e fornecedores como mecanismos de sobrevivência e crescimento.

A inovação pode se manifestar em diversas dimensões, conforme define o Manual de Oslo (OCDE, 2018): produto, processo, marketing e organização. No caso das MPEs, inovações em processos e estratégias de marketing tendem a ser mais frequentes, uma vez que demandam menor investimento financeiro e podem ser aplicadas de forma incremental. Estudos realizados pelo SEBRAE (2021) indicam que pequenos negócios inovadores apresentam maior taxa de sobrevivência e crescimento, reforçando a necessidade de políticas públicas que fomentem práticas inovadoras nesse segmento. Nesse ponto, a contribuição de Porter (1990) é essencial, pois evidencia que a vantagem competitiva sustentável está relacionada à capacidade de diferenciar-se no mercado e de gerar valor superior para os clientes, dimensões diretamente conectadas à prática da inovação.

Além da relevância econômica, a discussão sobre inovação em pequenas empresas deve ser contextualizada territorialmente. Vasconcelos, Alves e Almeida (2019) defendem que o desenvolvimento local resulta da mobilização de recursos endógenos, em que atores públicos, privados e sociais interagem para promover crescimento econômico e inclusão social. O caso do Cabo de Santo Agostinho ilustra bem essa perspectiva, pois, ao mesmo tempo em que abriga o Complexo Industrial Portuário de Suape, considerado motor do desenvolvimento de Pernambuco, enfrenta desafios de desigualdade social, precarização de pequenos empreendimentos e fragilidade das políticas de apoio ao empreendedorismo (CAVALCANTI; LIRA, 2020). Assim, compreender a importância da inovação para micro e pequenas empresas no município significa reconhecer sua capacidade de articular iniciativas produtivas com as demandas locais, inserindo-se em cadeias de valor mais amplas e contribuindo para a redução das disparidades sociais.

Outro aspecto relevante diz respeito ao papel das políticas públicas e da articulação institucional na promoção de ambientes inovadores. Etzkowitz e Leydesdorff (2000), ao discutirem o modelo da tríplice hélice, ressaltam que a interação entre universidade, empresa e governo constitui um ecossistema de inovação capaz de gerar impactos significativos mesmo em contextos periféricos. No Brasil, iniciativas como o programa ALI (Agentes Locais de Inovação) do SEBRAE têm buscado aproximar empreendedores de metodologias aplicáveis de inovação, auxiliando microempresários na transformação de ideias em soluções concretas. Quando analisado no contexto do Cabo de Santo Agostinho, esse tipo de política ganha relevância

estratégica, pois oferece às MPEs condições de competir em um ambiente dominado por grandes indústrias e redes comerciais, ao mesmo tempo em que fortalece a cultura de inovação e a resiliência dos negócios locais.

Portanto, a literatura aponta que a inovação, quando aplicada às micro e pequenas empresas, não deve ser vista apenas como um recurso tecnológico de alto custo, mas como um processo dinâmico e adaptativo que potencializa a competitividade e favorece o desenvolvimento local. Trata-se de um campo em que a articulação entre capacidade empreendedora, apoio institucional e interação com o território pode produzir impactos significativos, especialmente em municípios como o Cabo de Santo Agostinho, onde os contrastes entre grandes empreendimentos industriais e pequenos negócios locais desafiam a construção de estratégias de crescimento sustentável.

3. Metodologia

A presente investigação foi concebida sob uma abordagem quantitativa, de natureza descritiva, com delineamento transversal, apropriada para mapear percepções de empresários de pequeno porte quanto à inovação em um determinado período (Gil, 2019; Lakatos & Marconi, 2017). O objetivo foi compreender como microempreendedores individuais (MEIs) e pequenos empresários do município do Cabo de Santo Agostinho percebem a importância da inovação para o crescimento de seus negócios.

A coleta de dados foi realizada entre 1º e 16 de agosto de 2025, por meio de formulário eletrônico distribuído online. A amostra resultou em 100 respondentes válidos, sendo MEIs ou empresários de pequeno porte de diversos ramos de atividade. O instrumento de pesquisa constou de 26 questões fechadas, divididas entre perfil empresarial (tipo de empresa, tempo de atuação, número de funcionários), percepções sobre inovação e sua aplicabilidade, impactos percebidos em custos, produtividade, faturamento e clientes, assim como desafios enfrentados e perspectivas futuras.

Para mensurar atitudes e percepções foi utilizada uma escala Likert de cinco pontos, cujas opções variavam de 1 (“discordo totalmente”) a 5 (“concordo totalmente”), o que permitiu captar diferentes graus de concordância frente às afirmações propostas (Pasquali, 2012). Foram também incluídas questões de múltipla escolha para caracterização do perfil dos respondentes.

Antes da aplicação ampla, foi realizado um pré-teste com alguns microempreendedores locais, visando verificar clareza das questões, adequação do formulário ao ambiente digital e estimativa do tempo de resposta. Os resultados desse pré-teste levaram a ajustes de redação em dois itens para evitar ambiguidade. Eticamente, os respondentes foram informados sobre os objetivos da pesquisa, garantida confidencialidade, anonimato e

participação voluntária, conforme TCLE aprovado, em consonância com a Resolução nº 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde (Brasil, 2016).

A análise dos dados centrou-se em estatística descritiva: foram calculadas frequências absolutas e relativas para variáveis categóricas do perfil empresarial (por exemplo: tempo de atuação, número de funcionários), além de médias aritméticas, medianas e desvio-padrão para os itens da escala Likert. Esse procedimento permitiu identificar padrões de percepção entre os respondentes, bem como diferenciar questionamentos mais bem avaliados daqueles com menores escores. Embora os resultados não permitam generalizações para além da amostra selecionada, eles oferecem panorama significativo das práticas e dos entendimentos sobre inovação entre micro e pequenas empresas no contexto local do Cabo de Santo Agostinho.

4. Análise Descritiva dos Resultados

A pesquisa contou com a participação de 100 microempreendedores e pequenos empresários do Cabo de Santo Agostinho, distribuídos em diferentes tipos de negócios. A maior parte dos respondentes atua como Microempreendedor Individual (57%), seguida por pequenas empresas (26%) e microempresas (17%). Em relação ao tempo de funcionamento, 30% possuem entre 1 e 3 anos de atuação, 28% estão no mercado de 4 a 7 anos, 24% têm mais de 7 anos de experiência e 18% atuam há menos de 1 ano, revelando uma amostra equilibrada entre empreendimentos mais consolidados e iniciativas recentes. Quanto ao porte, observa-se predominância de negócios enxutos: 85% contam com até três funcionários, 12% possuem de 4 a 10, e apenas 2% ultrapassam 30 colaboradores, característica típica da realidade local.

No que se refere à percepção da inovação, os dados mostram um reconhecimento quase unânime de sua relevância. Para 62% dos participantes, a inovação é totalmente essencial para o crescimento da empresa, enquanto 34% concordam parcialmente, restando apenas 4% entre neutros ou discordantes. Essa percepção positiva reflete-se na clareza conceitual: 47% afirmam compreender plenamente o conceito de inovação e sua aplicação, enquanto 46% concordam parcialmente, totalizando 93% com entendimento satisfatório. Além disso, 50% dos empresários afirmaram investir regularmente em novos produtos ou serviços, com outros 39% concordando parcialmente, o que demonstra predisposição para práticas inovadoras, ainda que com diferentes intensidades.

Os efeitos percebidos da inovação também foram expressivos. Para 49% dos respondentes, ela contribui diretamente para a redução de custos e aumento da eficiência, e outros 32% endossam parcialmente essa visão. Em relação ao faturamento, 90% reconheceram que a adoção de inovações trouxe impactos

positivos, sendo que 38% concordam totalmente e 52% parcialmente. Da mesma forma, 95% afirmaram que as ações inovadoras ampliaram a base de clientes, e 87% perceberam melhor posicionamento competitivo após investir em inovação. Além disso, 63% observaram melhorias significativas no atendimento ao cliente e 49% confirmaram ganhos de produtividade da equipe em decorrência das inovações.

Apesar dos resultados positivos, os desafios para inovar foram destacados pelos empresários. Mais da metade (53%) indicou a falta de recursos financeiros como o principal obstáculo, e 45% destacaram a escassez de mão de obra qualificada. A ausência de planejamento estratégico também foi apontada por 58% como fator limitador, enquanto 64% acreditam que incentivos governamentais poderiam ampliar iniciativas inovadoras. Esses dados evidenciam que, embora os empreendedores reconheçam a importância da inovação, fatores estruturais e contextuais dificultam sua implementação contínua.

Por fim, as perspectivas futuras apresentaram um cenário otimista. Dois terços dos entrevistados (66%) pretendem aumentar os investimentos em inovação nos próximos anos, e 61% afirmam que a troca de experiências com outros empreendedores tem auxiliado na criação de soluções inovadoras. Além disso, embora a participação em eventos, cursos e workshops sobre inovação ainda seja limitada — apenas 37% declararam participar regularmente —, esse dado indica espaço para a ampliação de redes de cooperação e aprendizado coletivo.

Em síntese, os resultados descritivos demonstram que a inovação é percebida como elemento central para o crescimento das micro e pequenas empresas da região, tanto em termos de fortalecimento competitivo quanto de expansão de clientes e ganhos de produtividade. No entanto, persistem entraves relacionados a financiamento, qualificação e planejamento, o que sugere a necessidade de políticas e estratégias que ampliem as condições estruturais para a prática inovadora.

5. Discussão dos Resultados

Os resultados da pesquisa indicaram que a maior parte das empresas entrevistadas reconhece a inovação como essencial para a sobrevivência e o crescimento de seus negócios. Essa percepção encontra respaldo na visão clássica de Schumpeter (1982), que compreende a inovação como força motriz do desenvolvimento econômico e elemento fundamental para a diferenciação no mercado. A predominância de respostas favoráveis à importância da inovação sugere que, mesmo em ambientes de restrição de recursos como o Cabo de Santo Agostinho, os empreendedores compreendem que inovar não

é mais uma escolha, mas uma necessidade estratégica para manter competitividade.

Apesar dessa consciência sobre a importância da inovação, a pesquisa revelou lacunas significativas na clareza conceitual sobre o termo entre parte dos respondentes. Muitos empreendedores associam inovação unicamente à introdução de novos produtos ou tecnologias, desconsiderando dimensões relacionadas a processos, marketing ou modelos de negócios. Esse dado dialoga com Tidd e Bessant (2015), que destacam a inovação como fenômeno multifacetado, podendo ocorrer tanto em produtos e serviços quanto em práticas gerenciais e formas de relacionamento com clientes. A limitação conceitual pode comprometer a capacidade dos empreendedores locais de explorar o potencial inovador em toda sua amplitude.

Outro aspecto relevante evidenciado pelos resultados foi o baixo índice de investimentos financeiros em inovação, embora exista consciência sobre sua relevância. Essa contradição pode ser explicada pelas restrições típicas das micro e pequenas empresas, que frequentemente enfrentam dificuldades de acesso a crédito e capital de giro (DORNELAS, 2016). A falta de recursos financeiros impede que iniciativas inovadoras sejam implementadas de maneira sistemática, restringindo-se, muitas vezes, a pequenas adaptações incrementais de baixo custo. Tal realidade reforça a necessidade de políticas públicas e linhas de financiamento direcionadas para esse segmento.

A relação entre inovação e impactos econômicos também emergiu como um ponto central da pesquisa. Parte significativa dos entrevistados apontou que iniciativas inovadoras, mesmo quando limitadas, já contribuíram para a redução de custos, aumento da produtividade e melhora no faturamento. Esses achados confirmam a literatura de Drucker (2002), que entende a inovação como ferramenta capaz de transformar recursos em riqueza e de impulsionar a eficiência organizacional. No entanto, os resultados sugerem que esses ganhos ainda não são uniformes, sendo mais expressivos em empreendedores que possuem maior tempo de atuação e estrutura administrativa mais consolidada.

Quanto à captação e fidelização de clientes, a inovação mostrou-se um diferencial positivo, sendo reconhecida por muitos empreendedores como estratégia para atrair novos consumidores e ampliar sua base de mercado. Isso reforça a visão de Christensen (2013), que defende a inovação como elemento disruptivo capaz de criar novos mercados ou reposicionar empresas em segmentos já consolidados. No contexto local, observa-se que práticas simples, como a personalização do atendimento e o uso das redes sociais, já geram impacto direto na expansão do alcance das microempresas, confirmando que inovação não está restrita a grandes avanços tecnológicos.

Os desafios apontados pelos empreendedores reforçam a literatura que trata das dificuldades estruturais enfrentadas por pequenos negócios. A falta de recursos financeiros foi amplamente citada, mas também surgiram obstáculos como a carência de mão de obra qualificada, fragilidade no planejamento estratégico e ausência de incentivos governamentais. De acordo com Arruda e Bignetti (2016), esses elementos constituem gargalos recorrentes no ecossistema de inovação brasileiro, especialmente em municípios fora dos grandes centros, onde há menor densidade de políticas de apoio e infraestrutura tecnológica.

Interessante notar que, mesmo diante desses entraves, a pesquisa revelou otimismo nas perspectivas futuras. A maioria dos respondentes afirmou ter intenção de continuar investindo em inovação e de participar de eventos de capacitação e feiras de negócios. Essa disposição demonstra uma postura empreendedora ativa, em consonância com a visão de Dolabela (2008), que enxerga o empreendedorismo como processo de aprendizado contínuo, no qual a busca por conhecimento e redes de cooperação é central para o crescimento.

Outro ponto a ser destacado refere-se à cooperação entre empreendedores locais, mencionada como possibilidade para fortalecer a capacidade inovadora das micro e pequenas empresas. Embora ainda incipiente, essa perspectiva de atuação em rede dialoga com Chesbrough (2003), ao destacar o conceito de inovação aberta, que valoriza o intercâmbio de conhecimento e recursos entre empresas como forma de superar limitações internas e potencializar resultados. No caso do Cabo de Santo Agostinho, a cooperação pode ser especialmente estratégica diante das dificuldades financeiras e estruturais enfrentadas por esses empreendedores.

Por fim, os dados da pesquisa evidenciam que a inovação, mesmo quando aplicada em escala reduzida, exerce papel determinante na sustentabilidade e expansão dos pequenos negócios locais. No entanto, os resultados também deixam claro que o potencial inovador desses empreendedores está condicionado ao acesso a recursos, capacitação e políticas públicas de fomento. A análise sugere que, para além do esforço individual, a criação de um ecossistema de inovação local — envolvendo universidades, governo, associações empresariais e os próprios empreendedores — é fundamental para transformar a consciência sobre a importância da inovação em práticas consistentes e de impacto duradouro.

6. Conclusão e Contribuições

O presente estudo buscou analisar a importância da inovação para o crescimento das micro e pequenas empresas do município do Cabo de Santo Agostinho, a partir da percepção de microempreendedores individuais e

empresários de pequeno porte. A pesquisa partiu da premissa de que a inovação, em suas diversas formas — seja em produtos, processos, marketing ou modelos de negócios — constitui um elemento estratégico para a sustentabilidade empresarial. Os resultados confirmaram essa hipótese, revelando que os empreendedores reconhecem a inovação como essencial, ainda que enfrentem limitações estruturais e financeiras para sua plena implementação.

A análise descritiva dos dados evidenciou que a maior parte das empresas compreende a inovação como fator fundamental para atrair clientes, aumentar a produtividade, reduzir custos e melhorar o faturamento. Contudo, observou-se que muitos empreendedores ainda restringem o conceito à introdução de novos produtos, deixando em segundo plano dimensões como inovação em processos, serviços e formas de gestão. Esse dado revela a necessidade de ampliar o entendimento sobre inovação, de modo a torná-la uma prática mais abrangente e integrada ao cotidiano organizacional.

Apesar do reconhecimento de sua importância, os resultados também mostraram baixa capacidade de investimento em inovação, consequência da escassez de crédito, da falta de incentivos e da carência de planejamento estratégico entre os empreendedores. Esses elementos configuram desafios recorrentes que limitam o potencial competitivo das micro e pequenas empresas, mas que também podem ser superados por meio de políticas públicas direcionadas, apoio institucional e programas de capacitação empreendedora.

No plano prático, este estudo contribui ao fornecer subsídios para gestores, formuladores de políticas e instituições de apoio ao empreendedorismo compreenderem melhor as demandas e fragilidades do ecossistema local. As evidências sugerem a urgência de ampliar o acesso a linhas de financiamento, criar incentivos fiscais e fomentar a cooperação entre empresas, universidades e órgãos governamentais. No plano teórico, a pesquisa dialoga com a literatura sobre inovação em pequenos negócios, reforçando a relevância do tema no contexto brasileiro, especialmente em cidades fora dos grandes centros econômicos.

Do ponto de vista social, os achados demonstram que a inovação, mesmo em sua forma incremental, tem o potencial de gerar impactos positivos no desenvolvimento local, estimulando a competitividade empresarial, a geração de empregos e a melhoria da renda. Dessa forma, o fortalecimento da cultura inovadora entre micro e pequenos empreendedores do Cabo de Santo Agostinho não deve ser visto apenas como um objetivo empresarial, mas como parte de uma estratégia de desenvolvimento regional sustentável.

Por fim, reconhece-se como limitação deste estudo o recorte temporal e geográfico, além da dependência de dados autorrelatados, o que restringe a possibilidade de generalização dos resultados. Recomenda-se que futuras pesquisas ampliem o número de participantes, utilizem metodologias mistas e aprofundem a análise comparativa entre diferentes regiões, de modo a enriquecer a compreensão sobre os fatores que condicionam a capacidade inovadora das micro e pequenas empresas no Brasil.

Referências

ARRUDA, C.; BIGNETTI, L. E. **Inovação e pequenas empresas no Brasil: desafios e perspectivas**. Revista de Administração e Inovação, v. 13, n. 3, p. 121–134, 2016.

BRASIL. Conselho Nacional de Saúde. **Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016**. Dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais. Brasília, DF, 2016.

CAVALCANTI, M.; LIRA, J. **Empreendedorismo, inovação e desenvolvimento local: o caso do Cabo de Santo Agostinho**. Revista de Políticas Públicas, v. 24, n. 2, p. 233–250, 2020.

CHESBROUGH, H. **Open Innovation: The new imperative for creating and profiting from technology**. Boston: Harvard Business School Press, 2003.

CHRISTENSEN, C. **The Innovator's Dilemma: When new technologies cause great firms to fail**. New York: Harper Business, 2013.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. 28. ed. São Paulo: Cultura, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. Rio de Janeiro: Empreende, 2016.

DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**. São Paulo: Pioneira, 2002.

ETZKOWITZ, H.; LEYDESDORFF, L. **The dynamics of innovation: from National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations**. Research Policy, v. 29, n. 2, p. 109–123, 2000.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

HASHIMOTO, M. **Empreendedorismo: gestão e estratégia em organizações de pequeno porte**. São Paulo: Saraiva, 2010.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

OCDE. **Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. 4. ed. Paris: OECD Publishing, 2018.

PASQUALI, L. **Psicometria: teoria dos testes na psicologia e na educação**. Petrópolis: Vozes, 2012.

PORTER, M. **The competitive advantage of nations**. New York: Free Press, 1990.

ROTHWELL, R. **External networking and innovation in small and medium-sized manufacturing firms in Europe**. *Technovation*, v. 11, n. 2, p. 93–112, 1991.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE. **Boletim de Estudos e Pesquisas sobre Micro e Pequenas Empresas**. Brasília: SEBRAE, 2021.

SEBRAE. **Relatório Anual 2023**. Brasília: SEBRAE, 2023.

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

VASCONCELOS, F.; ALVES, F.; ALMEIDA, H. **Inovação e desenvolvimento local: uma análise das micro e pequenas empresas brasileiras**. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 23, n. 5, p. 622–640, 2019.

36º ENANGRAD