

INOVAÇÃO COMO FERRAMENTA DE SOBREVIVÊNCIA DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

INNOVATION AS A SURVIVAL TOOL FOR MICRO AND SMALL BUSINESSES

José Davi Ribeiro¹

Cláudia Parra²

RESUMO

Este estudo se refere à inovação como ferramenta de sobrevivência de micro e pequenas empresas, com foco no seguinte questionamento: de que forma a inovação pode ser utilizada como ferramenta estratégica para fortalecimento da competitividade, desempenho organizacional e garantia de sobrevivência de micro e pequenas empresas? O objetivo geral do trabalho é analisar a relevância da inovação como uma ferramenta estratégica de sobrevivência para as micro e pequenas empresas que estão sujeitas aos ambientes voláteis e economicamente competitivos. Esta pesquisa se caracteriza como um estudo bibliográfico com abordagem qualitativa e caráter descritivo. Os resultados demonstram que a inovação pode contribuir ativamente para a melhoria do desempenho das empresas, aumentando a competitividade e fortalecendo a capacidade de adaptação de cada pequeno negócio frente aos desafios enfrentados, tais como limitação financeira, escassez de recursos pessoais, dificuldades na implementação de práticas inovadoras e outros problemas relacionados.

Palavras-chave: competitividade; estratégia; inovação; microempresa; sobrevivência.

ABSTRACT

This study addresses innovation as a survival tool for micro and small enterprises, focusing on the following research question: how can innovation be employed as a strategic tool to strengthen competitiveness, enhance organizational performance, and ensure the survival of micro and small businesses? The general objective of this study is to analyze the relevance of innovation as a strategic survival tool for micro and small enterprises operating in volatile and economically competitive environments. This research is characterized as a bibliographic study with a qualitative and descriptive approach. The findings demonstrate that innovation can actively contribute to improving business performance by increasing competitiveness and strengthening the adaptive capacity of small businesses in the face of challenges such as financial constraints, scarcity of human resources, difficulties in implementing innovative practices, and other related issues.

Keywords: competitiveness; strategy; innovation; micro-enterprise; survival.

1 INTRODUÇÃO

Levando em conta o cenário da economia atual do país, que também se caracteriza pela competitividade entre as empresas, transformações rápidas, implementações tecnológicas e mudanças no comportamento dos consumidores, as micro e pequenas empresas podem enfrentar desafios expressivos no que se refere à permanência no mercado (Santos; Carvalho, 2022). Nesse sentido, é possível observar que a inovação surge como um aspecto fundamental, não somente para possibilitar o crescimento das organizações, mas como uma estratégia de sobrevivência dos negócios.

¹ Graduado na Faculdade de Tecnologia de Ribeirão Preto - davi230501@gmail.com.

² Professora Doutora na Faculdade de Tecnologia de Ribeirão Preto - claudia.parra@fatec.sp.gov.br.

De acordo com levantamento citado pela CartaCapital (2025), cerca de 60% das micro e pequenas empresas fecham antes de completar cinco anos.

Esse dado evidencia a alta vulnerabilidade enfrentada pelos negócios, especialmente diante de dificuldades relacionadas ao planejamento financeiro, à gestão administrativa e à adaptação às mudanças econômicas. Muitas empresas iniciam suas atividades sem um plano estratégico estruturado, o que pode comprometer sua permanência no mercado ao longo do tempo.

Apesar dessas dificuldades, as micro e pequenas empresas costumam representar uma parcela significativa da economia, sendo responsáveis pela geração de empregos, movimento econômico local, estímulo ao empreendedorismo e diversas outras razões (Martins; Macedo; Coleti, 2025). Contudo, limitações de recursos financeiros, tecnológicos, gerenciais e materiais podem comprometer sua competitividade, tornando essencial a adoção de práticas inovadoras capazes de contribuir para a superação dessas limitações e para a manutenção das organizações no mercado.

A inovação não apresenta restrição quanto à criação de produtos novos, mas diz respeito às melhorias processuais, modelos de gestão, estratégias de *marketing*, relacionamento com os clientes e fornecedores, dentre outros (Santos; Carvalho, 2022). Com isso, inovar excede a compreensão da adoção de soluções simples e acessíveis; trata-se de uma perspectiva processual contínua e altamente necessária para validar a adaptação das empresas.

Este estudo está delimitado a analisar o papel da inovação como uma ferramenta estratégica para a sobrevivência de micro e pequenas empresas, evidenciando como as práticas inovadoras podem auxiliar durante a adaptação às exigências do mercado, bem como para manter a competitividade. A pesquisa ainda aborda a inovação aplicada à gestão, aos processos empresariais e estratégias mercadológicas, levando em conta as limitações tipicamente vivenciadas pelas empresas desses portes. Diante disso, levanta-se o seguinte questionamento: de que forma a inovação pode ser utilizada como ferramenta estratégica para fortalecimento da competitividade, desempenho organizacional e garantia de sobrevivência de micro e pequenas empresas?

O objetivo geral do trabalho é analisar a relevância da inovação como uma ferramenta estratégica de sobrevivência para as micro e pequenas empresas que estão sujeitas aos ambientes voláteis e economicamente competitivos. Os objetivos específicos se referem a compreender o conceito de inovação quando aplicado aos pequenos negócios, identificar os desafios enfrentados por essas organizações e destacar como a inovação pode auxiliar para a melhoria do desempenho e longevidade organizacional.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 Inovação Aplicada aos Pequenos Negócios

A inovação direcionada aos pequenos negócios representa um importante diferencial competitivo no mercado, visto que há grande exigência e dinamismo. Para os micronegócios e pequenas empresas, o aspecto de inovação não diz respeito unicamente ao investimento em tecnologias, mas à capacidade de adaptação dos processos em prol da otimização dos serviços, o que se refere à busca por novas estratégias que visam implementar soluções criativas em prol de vencer os desafios cotidianos (Silva; Nunes, 2023). Nota-se que, nos pequenos negócios, inovar significa principalmente desenvolver a capacidade de adaptação e

encontrar soluções criativas que possibilitem enfrentar os desafios do mercado de maneira mais eficiente e competitiva.

Para Drucker (2001), a inovação não se limita ao aperfeiçoamento de práticas existentes, mas envolve a criação de soluções capazes de atender novas demandas do mercado.

A perspectiva apresentada por Drucker (2001) converge com a visão de Silva e Nunes (2023), uma vez que ambos compreendem a inovação como um processo relacionado à adaptação organizacional e à geração de valor competitivo.

Nos pequenos negócios, a inovação pode ocorrer de maneira incremental, ou seja, por meio de melhorias contínuas nos produtos, processos e serviços. Essas alterações, mesmo que sejam simples, têm impacto expressivo sobre a qualidade e a produtividade, assim como afetam a satisfação do cliente durante a percepção de valor (Júnior *et al.*, 2025). Os autores ainda complementam com o exemplo da digitalização dos processos administrativos, tendo em vista o uso das redes sociais para divulgação dos serviços ou produtos, assim como a implementação de sistemas de controle financeiro.

A inovação empresarial também recebe destaque no que tange a um elemento importante que provê o fortalecimento das micro e pequenas empresas. A adoção de novos modelos de gestão, o investimento em capacitação dos colaboradores e a melhoria da comunicação interna são práticas que auxiliam na geração de um ambiente mais eficiente e devidamente preparado para enfrentar mudanças. Deste modo, a inovação está voltada à maneira como as empresas utilizam os próprios recursos, além de como implementam processos para melhorar as decisões (Santos; Carvalho, 2022). Desta forma, compreende-se que a inovação empresarial se fortalece quando as micro e pequenas empresas conseguem aprimorar a gestão, valorizar a capacitação dos colaboradores e utilizar os recursos de forma estratégica.

Outro ponto importante é a inovação pertinente ao relacionamento com o cliente, considerando que os pequenos negócios possuem vantagem quanto à proximidade com os consumidores, facilitando a identificação das necessidades e a importância da personalização dos serviços. O uso de ferramentas digitais, incluindo aplicativos de mensagem, programas de fidelização e atendimento personalizado, pode fortalecer esse relacionamento, aumentando a competitividade diante das demais empresas (Campos, 2022), evidenciando que a personalização do atendimento constitui um importante diferencial estratégico para os pequenos negócios.

A inovação tecnológica também se torna importante e acessível aos pequenos empreendedores, sobretudo devido aos avanços das tecnologias digitais e à popularização de ferramentas de automação de *marketing*, importantes recursos que podem ser utilizados de forma gradual para contribuir com a modernização dos negócios (Barros, 2023).

Contudo, mesmo diante dos benefícios, muitos empreendedores ainda enfrentam dificuldades para inovar, em razão de limitações relacionadas ao conhecimento técnico, à resistência às mudanças e à escassez de recursos financeiros. Nesse contexto, Gomes (2022) destaca a importância da capacitação e do apoio ao empreendedorismo. Tal perspectiva evidencia que a inovação depende não apenas da iniciativa empresarial, mas também da existência de mecanismos institucionais capazes de favorecer o acesso ao conhecimento e às tecnologias disponíveis.

A inovação nos pequenos negócios está relacionada à capacidade de adaptação das empresas diante de uma crise. As organizações que conseguem estabelecer reinvenções,

diversificação das atividades e modificações estratégicas no negócio apresentam maiores chances de sobrevivência (Batista *et al.*, 2024). Complementarmente, os autores destacam o período pandêmico da Covid-19, quando muitas empresas tiveram de utilizar os meios digitais para manter as receitas, transformando os atendimentos, as ofertas dos serviços e produtos, assim como as entregas.

Com isso, a inovação aplicada aos micro e pequenos negócios pode ser compreendida como um processo contínuo de melhoria e adaptação, o qual envolve a criatividade, o planejamento e a visão estratégica. Mais do que vantagens competitivas, a inovação representa uma necessidade para o crescimento das empresas, auxiliando na permanência no mercado (Campos, 2022).

2.2 Desafios Enfrentados pelas Micro e Pequenas Empresas

As micro e pequenas empresas exercem um papel essencial na economia, sobretudo na geração de empregos e no fortalecimento do desenvolvimento local. Entretanto, apesar de sua relevância, esses empreendimentos enfrentam desafios relacionados à forte concorrência, às oscilações econômicas e à necessidade contínua de adaptação às mudanças mercadológicas (Oliveira *et al.*, 2022). Nesse contexto, a inovação pode ser compreendida como um importante mecanismo de enfrentamento dessas dificuldades, favorecendo a competitividade e a sustentabilidade dos pequenos negócios.

A limitação de recursos é considerada um grande desafio das micro e pequenas empresas, sendo que as dificuldades estão atreladas ao acesso mais demorado ao crédito bancário, financiamentos ou investimentos, a problemas com a modernização dos processos e à impossibilidade de aquisição de novas tecnologias e expansão das atividades (Figueiredo *et al.*, 2023).

Outro ponto que merece destaque é a gestão empresarial, visto que muitos empreendedores iniciam seus negócios com conhecimento técnico sobre o produto ou serviço ofertado, mas nem sempre possuem experiência prévia em áreas administrativas, financeiras, de *marketing* e de gestão de pessoas. Essa falta de preparo para gerenciar a empresa pode resultar em dificuldades na tomada de decisão, bem como no controle adequado das operações (Figueiredo *et al.*, 2023). Esse cenário demonstra que a qualificação gerencial representa um fator estratégico para a sustentabilidade dos pequenos negócios, especialmente diante da necessidade de implementar práticas inovadoras e responder às mudanças do mercado.

A alta carga de tributos, somada às complexidades do sistema fiscal, também pode gerar obstáculos para a sobrevivência das micro e pequenas empresas, pois, mesmo diante da existência de taxas tributárias simplificadas, grande parte dos empreendedores tem dificuldades para entender as próprias obrigações. Esse cenário enfatiza a importância do suporte contábil para tornar a gestão mais eficiente (Martins; Macedo; Coleti, 2025).

A dificuldade de acompanhar as inovações tecnológicas e as transformações do âmbito digital surge como desafio. É comum que as pequenas empresas apresentem resistência quanto à limitação dos recursos pertinentes aos investimentos, desde a ausência de conhecimento até o modo de enfrentar as dívidas. Contudo, a ausência de modernização pode ocasionar a perda de competitividade (Lima; Lacerda; Pinto, 2025). Nota-se que acompanhar as inovações tecnológicas e as transformações do ambiente digital representa um grande desafio para as pequenas empresas, principalmente devido às limitações financeiras e à falta de conhecimento, embora a ausência de modernização possa comprometer diretamente a competitividade dos negócios.

Outro fator importante que merece atenção é manter a fidelização de clientes. As alterações no perfil do consumidor estão diretamente relacionadas às exigências pessoais quanto à qualidade, agilidade e diferenciação. Desta forma, se uma pequena empresa não investe em melhorias no atendimento, a qualidade dos produtos e serviços pode ser afetada (Figueiredo *et al.*, 2023).

Vale destacar a falta de planejamento estratégico como um dos grandes problemas enfrentados por esses negócios, especialmente porque muitas empresas atuam relativamente, sem definir metas e indicadores de desempenho. Nesse sentido, o planejamento aliado à inovação e à qualificação gerencial torna-se fundamental para mitigar os riscos, aumentando a competitividade e a sobrevivência das empresas (Martins; Macedo; Coleti, 2025).

Eventualmente, a falta de planejamento estratégico representa um dos principais problemas enfrentados pelas micro e pequenas empresas, pois a ausência de metas, indicadores e qualificação gerencial pode comprometer a tomada de decisões e reduzir a competitividade e a sobrevivência dos negócios.

2.3 Benefícios da Inovação para o Melhoramento do Desempenho e Longevidade de Micro e Pequenas Empresas

A inovação exerce um papel relevante na otimização do desempenho das micro e pequenas empresas, sobretudo em ambientes de negócios dinâmicos. A partir da adoção de práticas inovadoras, essas organizações conseguem melhorar os processos, reduzir os custos operacionais e aumentar a qualidade dos produtos oferecidos (Júnior *et al.*, 2025).

Esses resultados indicam que os ganhos decorrentes da inovação não estão restritos ao aspecto tecnológico, mas abrangem melhorias operacionais e gerenciais capazes de fortalecer a competitividade empresarial.

A inovação pode trazer benefícios voltados ao aumento da competitividade, visto que os pequenos negócios buscam novas ideias de melhorias para se destacarem dos concorrentes. Com isso, são criados diferenciais estratégicos por meio de atendimento, personalização, uso de ferramentas e outros aspectos que agregam valor ao negócio (Gomes, 2022). Nesse contexto, Porter (2004) destaca que as empresas precisam compreender continuamente o setor em que atuam, seus concorrentes e as formas de aprimorar sua posição competitiva, evidenciando que a inovação e a adaptação estratégica são fundamentais para a permanência no mercado.

Nesse contexto, a inovação pode ser compreendida como um fator estratégico para a sustentabilidade dos pequenos negócios, uma vez que favorece a criação de vantagens competitivas e amplia a capacidade de adaptação das empresas diante das constantes transformações do mercado.

A implementação de sistemas de gestão pode beneficiar a tomada de decisões, além de ferramentas de análise de dados e métodos organizacionais modernos que possibilitam que os gestores tenham mais controle sobre as atividades operacionais (Camillo *et al.*, 2025). Os autores reforçam que esse conjunto de ações contribui para a tomada de decisão segura, pautada em informação concreta, uma vez que reduz riscos e aumenta a chance de sucesso empresarial.

A inovação também pode contribuir para a satisfação dos clientes, uma vez que as empresas buscam melhorar continuamente os produtos e serviços, assim como a forma que atendem, melhorando as expectativas dos consumidores. Esse fato pode fortalecer a imagem

da empresa no mercado, melhorando a reputação e aumentando a probabilidade de reter clientes (Gomes, 2022).

Ademais, a inovação favorece a capacidade de adaptação de micro e pequenas empresas frente às mudanças econômicas. Os negócios inovadores se tornam mais flexíveis e preparados para alterar as estratégias sempre que for preciso, sobretudo em relação aos produtos e serviços, reformulações e demais adaptações que reforçam a longevidade organizacional (Camillo *et al.*, 2025). Assim, percebe-se que a inovação deixou de representar apenas um diferencial competitivo, tornando-se uma necessidade estratégica para que micro e pequenas empresas consigam adaptar-se às mudanças do mercado, manter a competitividade e garantir sua permanência ao longo do tempo.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1 Materiais, Métodos, Técnicas e Instrumentos de Pesquisa

Esta pesquisa caracteriza-se como um estudo bibliográfico, com abordagem qualitativa e caráter descritivo, tendo como objetivo analisar a inovação como ferramenta de sobrevivência para micro e pequenas empresas. A escolha por esse tipo de pesquisa justifica-se pela necessidade de compreender conceitos, teorias e contribuições científicas relacionadas à inovação, à competitividade empresarial e à gestão de pequenos negócios.

Os procedimentos metodológicos consistiram na coleta de dados secundários por meio de artigos científicos, livros e demais publicações acadêmicas disponíveis em bases digitais, especialmente Google Acadêmico e SciELO. Para a realização das buscas, foram utilizados os descritores “inovação empresarial”, “micro e pequenas empresas”, “competitividade”, “gestão estratégica” e “sobrevivência empresarial”, de forma isolada e combinada. As buscas ocorreram entre janeiro e maio de 2026, considerando publicações realizadas no período de 2020 a 2025, com exceção de autores clássicos utilizados para fundamentação teórica.

Como critérios de inclusão, foram selecionados materiais em língua portuguesa, disponíveis na íntegra e que apresentavam relação direta com os objetivos da pesquisa. Em contrapartida, foram excluídos artigos duplicados, estudos incompletos e publicações que não abordavam especificamente a inovação aplicada às micro e pequenas empresas. Inicialmente, foram identificados diversos estudos relacionados ao tema, dos quais 15 foram selecionados após leitura prévia dos resumos e análise de relevância temática.

Posteriormente, os materiais selecionados foram submetidos à leitura analítica e interpretativa, buscando identificar as principais contribuições dos autores acerca da inovação aplicada às micro e pequenas empresas. A análise concentrou-se na compreensão das relações entre inovação, competitividade, gestão empresarial, transformação digital e sobrevivência organizacional, permitindo a comparação das diferentes abordagens encontradas na literatura. Dessa forma, a pesquisa caracteriza-se como uma revisão narrativa da literatura, de abordagem qualitativa e caráter exploratório-descritivo, possibilitando a construção da discussão teórica apresentada neste estudo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da revisão da literatura, fica evidente que a inovação nos pequenos negócios pode ser compreendida como um processo estratégico que excede uma modernização pautada em novas tecnologias, mas assume um papel de melhoramento da capacidade gerencial. No mais, Santos, Carvalho e Campos (2022) explicam que as empresas que adotam uma postura mais aberta à mudança tendem a apresentar maior capacidade de adaptação, o que demonstra

que a inovação é dependente de uma série de fatores comportamentais e estruturais de cada empresa.

Outro achado importante parte do pensamento de Júnior *et al.* (2025), quando expõem que as inovações incrementais se caracterizam como melhorias, algo muito viável para todo tipo de negócio, diferentemente daquelas que são disruptivas. Vale destacar que isso ocorre devido às restrições orçamentárias de cada empresa, sendo que as mudanças graduais se tornam mais sustentáveis com o passar do tempo. Esse resultado também evidencia que a inovação não requer complexidade para se tornar eficaz.

Do ponto de vista de Figueiredo *et al.* (2023), observa-se que há uma relação direta entre a capacidade de inovar e o nível de qualificação da gestão empresarial. As empresas cujos gestores investem em capacitação e atualização tendem a apresentar maior facilidade na implementação de melhorias organizacionais. Essa perspectiva evidencia que as limitações enfrentadas pelos pequenos empreendimentos não estão associadas apenas à escassez de recursos financeiros, mas também à necessidade de desenvolver competências administrativas capazes de sustentar processos de inovação.

Identificou-se que a inovação direcionada ao relacionamento com o cliente pode ser compreendida como uma estratégia de retorno rápido para os pequenos negócios, de acordo com Campos (2022) e Gomes (2022). A proximidade com o consumidor é uma característica importante que auxilia na identificação de oportunidades para implementar condutas mais facilitadas diante da oportunidade de melhoria previamente observada.

Vale apresentar os resultados pertinentes à contradição que existe entre a necessidade de estabelecer a inovação e as barreiras estruturais que são comumente enfrentadas pelas micro e pequenas empresas (Oliveira *et al.*, 2022). Complementarmente, Martins, Macedo e Coleti (2025) enfatizam que, embora a inovação seja importante para a sobrevivência dos negócios, as micro e pequenas empresas ainda enfrentam barreiras estruturais, como burocracias e dificuldades de acesso ao crédito.

Compreende-se que existe uma contradição entre a necessidade de inovação nas micro e pequenas empresas e as barreiras estruturais enfrentadas por esses negócios, especialmente diante das dificuldades burocráticas e do limitado acesso a recursos financeiros, que muitas vezes dificultam a implementação de mudanças e melhorias.

Os resultados indicam que os negócios que investem em inovação podem apresentar maior capacidade de resiliência organizacional, sobretudo quando se encontram em crise (Batista *et al.*, 2024). Nesse sentido, Camillo *et al.* (2025) contribuem com a ideia de que as empresas precisam diversificar os canais de vendas, personalizando os atendimentos e utilizando recursos digitais variados em prol da alteração constante dos cenários e perfis.

A inovação proporciona o melhoramento do desempenho financeiro e fortalece a imagem institucional de cada pequeno negócio (Barros, 2023).

Essa perspectiva evidencia que os processos de inovação podem gerar vantagens competitivas sustentáveis, ampliando a credibilidade das empresas e fortalecendo seu relacionamento com os clientes.

Em relação à longevidade dos negócios, as empresas que associam capacidade de inovação, planejamento e gestão eficiente podem conseguir alinhar as atividades para viabilizar o crescimento de forma sustentável (Camillo *et al.*, 2025). Deste modo, os resultados discutidos podem indicar que a inovação deve ser tratada continuamente, buscando integrar-se aos demais processos organizacionais.

Entende-se que a longevidade das empresas está diretamente relacionada à capacidade de inovar, planejar e gerir de forma eficiente, tornando a inovação um processo contínuo e integrado às demais atividades organizacionais para garantir um crescimento sustentável.

Além dos aspectos discutidos, observa-se que a transformação digital e a inovação frugal tendem a assumir um papel cada vez mais relevante no contexto das micro e pequenas empresas. A utilização de ferramentas digitais acessíveis, como redes sociais, sistemas de gestão e plataformas de vendas *online*, demonstra que a inovação não depende necessariamente de elevados investimentos financeiros, mas da capacidade estratégica de adaptação e utilização eficiente dos recursos disponíveis. Nesse sentido, a inovação frugal destaca-se por possibilitar o desenvolvimento de soluções simples, criativas e economicamente viáveis, contribuindo para o fortalecimento da competitividade, resiliência e permanência dos pequenos negócios no mercado. Embora exista consenso entre os autores quanto à relevância da inovação para o fortalecimento das micro e pequenas empresas, observa-se que a implementação de práticas inovadoras ainda enfrenta limitações significativas relacionadas ao acesso a recursos financeiros, à qualificação gerencial e à capacidade tecnológica. Nesse contexto, identifica-se uma contradição entre a necessidade de inovar para permanecer competitivo e as restrições estruturais enfrentadas pelos pequenos negócios. Além disso, a literatura analisada concentra-se predominantemente nos benefícios da inovação, havendo menor aprofundamento acerca dos fatores que dificultam sua implementação e dos impactos diferenciados em distintos segmentos empresariais. Tal constatação evidencia a necessidade de novos estudos que investiguem empiricamente essas variáveis e contribuam para o desenvolvimento de estratégias mais adequadas à realidade das micro e pequenas empresas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste artigo foi analisar a inovação como ferramenta estratégica para a sobrevivência de micro e pequenas empresas, destacando sua relevância diante de cenários econômicos voláteis e da crescente competitividade mercadológica.

A partir da revisão narrativa da literatura, com abordagem qualitativa, compreendeu-se que a inovação não se limita ao uso tecnológico, mas também envolve melhorias processuais, práticas de gestão e estratégias de relacionamento com o cliente, constituindo um elemento essencial para a adaptação e a competitividade das micro e pequenas empresas.

Os resultados obtidos evidenciam que a inovação pode contribuir significativamente para a melhoria do desempenho das empresas, ampliando a competitividade e fortalecendo a capacidade de adaptação dos pequenos negócios frente aos desafios enfrentados, como limitações financeiras, escassez de recursos, dificuldades na implementação de práticas inovadoras e outros obstáculos estruturais. Além disso, observou-se que a transformação digital vem assumindo papel cada vez mais relevante na sobrevivência das micro e pequenas empresas, principalmente por meio da utilização de ferramentas digitais acessíveis, plataformas de vendas *online*, redes sociais e sistemas de gestão que auxiliam na modernização das atividades empresariais. Nesse contexto, destaca-se também a relevância da inovação frugal, caracterizada pela criação de soluções simples, criativas e economicamente viáveis, permitindo que pequenos negócios inovem mesmo diante de restrições orçamentárias e limitações estruturais.

Como limitação do estudo, destaca-se a ausência de pesquisa empírica ou estudo de campo com empreendedores inseridos em contextos semelhantes aos discutidos ao longo do trabalho. Dessa forma, sugere-se que pesquisas futuras abordem aplicações práticas da

inovação na rotina das micro e pequenas empresas, considerando diferentes realidades organizacionais e analisando, inclusive, os impactos da transformação digital e da inovação frugal no fortalecimento da competitividade empresarial.

Além das contribuições teóricas, os resultados podem auxiliar gestores e empreendedores na compreensão da inovação como uma ferramenta acessível e estratégica para o fortalecimento da competitividade empresarial. Dessa forma, o estudo também apresenta relevância prática ao evidenciar alternativas de adaptação e desenvolvimento para organizações de pequeno porte.

Conclui-se que a inovação deve ser compreendida como um processo contínuo e essencial para a sustentabilidade dos pequenos negócios, representando um fator estratégico para a permanência e sobrevivência das empresas no mercado. Assim, este estudo contribui ao reforçar a relevância da cultura da inovação como elemento integrado à gestão estratégica, à competitividade organizacional e à capacidade de adaptação das empresas frente às constantes transformações do ambiente econômico e tecnológico.

REFERÊNCIAS

BARROS, Hildenê Moreira. Transformação digital para MEI, micro e pequenas empresas: o papel das ferramentas digitais para a inovação e o desenvolvimento do negócio. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 9, n. 9, p. 4529-4545, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.51891/rease.v9i9.11570>. Acesso em: 15 mar. 2026.

BATISTA, Jayane de Macêdo *et al.* Estudo de aplicação do radar da inovação: uma análise nas organizações contábeis da Paraíba. **Caderno Pedagógico**, v. 21, n. 12, p. e10155, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.54033/cadpedv21n12-019>. Acesso em: 15 mar. 2026.

CAMILLO, Pedro Vinicius *et al.* **Inteligência Artificial aplicada à gestão de empresas de pequeno e médio porte no Brasil: uma revisão integrativa da literatura**. 2025. Trabalho acadêmico. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/266679>. Acesso em: 13 mar. 2026.

CAMPOS, Juliana Alves. **Adoção ou não? Eis a questão! Adoção da inovação e competitividade na micro e pequena empresa: uma análise no contexto da crise ocasionada pela Covid-19**. 2022. Trabalho acadêmico. Disponível em: <https://ri.ufs.br/handle/riufs/16321>. Acesso em: 07 mar. 2026.

CARTACAPITAL. **Mortalidade empresarial de 60% em cinco anos revela falhas de gestão e planejamento**. São Paulo, 08 out. 2025. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/do-micro-ao-macro/mortalidade-empresarial-de-60-em-cinco-anos-revela-falhas-de-gestao-e-planejamento/>. Acesso em: 18 maio 2026.

DRUCKER, Peter F. **O melhor de Peter Drucker: a administração**. São Paulo: Nobel, 2001. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=CCORvXvPHJUC>. Acesso em: 18 maio 2026.

FIGUEIREDO, Alexandre Leão de Castro *et al.* Desafios das micro e pequenas empresas no Brasil: uma análise sobre o papel do gestor. **ID on line: Revista de Psicologia**, v. 17, n. 65, p. 480-488, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.14295/idonline.v17i65.3717>. Acesso em: 15 mar. 2026.

GOMES, Wesley Fernando Aguiar. **Os desafios das micro e pequenas empresas na adaptação das ferramentas tecnológicas pós-pandemia**. 2022. Monografia (Graduação em

Administração) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2022. Disponível em: <https://rosario.ufma.br/jspui/handle/123456789/6948>. Acesso em: 11 mar. 2026.

JÚNIOR, Antônio da Conceição Meneses *et al.* Gestão da inovação e do conhecimento em micro e pequenas empresas: desafios e oportunidades. **RCMOS - Revista Científica Multidisciplinar O Saber**, v. 1, n. 2, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.51473/rcmos.v1i2.2025.1436>. Acesso em: 15 mar. 2026.

LIMA, Débora dos Santos; LACERDA, Letícia Soares; PINTO, Emanuel Vieira. Gestão de micro e pequenas empresas do comércio varejista de Itamaraju-BA: principais problemas. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 11, n. 11, p. 7910-7928, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.51891/rease.v11i11.22589>. Acesso em: 15 mar. 2026.

MARTINS, Estefani Laura; MACEDO, Karla Gonçalves; COLETI, Jamile de Campos. Análise de estratégias de marketing digital utilizadas por micro e pequenas empresas durante e após o período pandêmico. **Research, Society and Development**, v. 14, n. 1, p. e7314148068, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.33448/rsd-v14i1.48068>. Acesso em: 15 mar. 2026.

OLIVEIRA, Ione Rita Cabral *et al.* Os desafios de sobrevivência das micro e pequenas empresas. **ID on line: Revista de Psicologia**, v. 16, n. 64, p. 203-213, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.14295/idonline.v16i64.3664>. Acesso em: 15 mar. 2026.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SANTOS, Gabriela Soares; CARVALHO, Mércya Rose de Oliveira. Aplicação do Radar da Inovação em pequenas empresas: dimensão ambiência inovadora. **Revista de Engenharia e Tecnologia**, v. 14, n. 4, 2022. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/ret/article/view/20826>. Acesso em: 15 mar. 2026.

SILVA, Rafael Mozart da; NUNES, Anderson de Souza. A participação das micro e pequenas empresas de Porto Alegre e Região Metropolitana no Programa de Agentes Locais de Inovação do Sebrae: uma pesquisa de campo. **REVES - Revista Relações Sociais**, Viçosa-MG, v. 6, n. 1, p. 15308-01e, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.18540/revesv16iss1pp15308-01e>. Acesso em: 15 mar. 2026.



SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO SÃO TODOS

Apêndice A — Termo de Declaração de Uso de IA

Eu, JOSÉ DAVI RIBEIRO SOUSA, CPF 500.630.478/29, autor do Trabalho de Graduação com o Título: INOVAÇÃO COMO FERRAMENTA DE SOBREVIVÊNCIA DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, declaro que:

- a) estou ciente das diretrizes de uso de IA;
- b) utilizei ferramentas de IA apenas como apoio;
- c) todo o conteúdo intelectual do trabalho é de minha autoria; assumo responsabilidade pela integridade acadêmica do trabalho, sob pena de sanções acadêmico/administrativas.

RIBEIRÃO PRETO, 26 de JUNHO de 2026.

Assinatura do estudante:

Jose Davi Ribeiro Sousa

Assinatura do estudante: