

A INFLUÊNCIA DA INOVAÇÃO NOS PROCESSOS DE GESTÃO NA COMPETITIVIDADE DOS MICROEMPREENDEDORES NO SETOR ALIMENTÍCIO EM PRESIDENTE PRUDENTE

THE INFLUENCE OF INNOVATION IN MANAGEMENT PROCESSES ON THE COMPETITIVENESS OF MICRO- ENTREPRENEURS IN THE FOOD SECTOR IN PRESIDENTE PRUDENTE

Ítalo Thomaz Cervantes¹
Isabele Sena de Oliveira²
Jerson Joaquim da Silva³

Resumo

Os Microempreendedores Individuais (MEIs) constituem um segmento de elevada relevância para a economia brasileira, uma vez que contribuem de forma expressiva para a geração de emprego, renda e dinamização dos mercados locais. Apesar de sua importância socioeconômica, esses empreendedores enfrentam múltiplos desafios relacionados à manutenção da competitividade e à sustentabilidade de seus negócios, especialmente em um contexto caracterizado por rápidas transformações econômicas, avanços tecnológicos e intensificação da concorrência. Nesse cenário, a pesquisa teve como objetivos analisar a influência da inovação nos processos de gestão sobre a competitividade dos Microempreendedores Individuais (MEIs) do setor alimentício no município de Presidente Prudente e identificar as principais práticas de inovação adotadas por esses empreendedores e avaliar os impactos dessas práticas na gestão e no desempenho competitivo dos empreendimentos. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, de abordagem qualitativa, com caráter descritivo e exploratório, fundamentada em livros, monografias, dissertações e artigos científicos alinhados à temática proposta. Os resultados evidenciam que a inovação, no contexto dos MEIs, manifesta-se por meio de práticas incrementais, abrangendo melhorias em produtos, processos, estratégias de marketing e organização interna. Tal constatação revela um padrão coerente com a realidade dos pequenos negócios e contribui para ampliar a compreensão do conceito de inovação, ao romper com a perspectiva restritiva que a associa exclusivamente a rupturas tecnológicas. Dessa forma, evidencia-se que a adoção de melhorias contínuas, aliada à capacidade adaptativa dos empreendedores, configura-se como elemento central para o fortalecimento da competitividade e para a permanência desses negócios no mercado.

Palavras-chave: Microempreendedores, inovação competitividade, setor alimentício.

¹ Discente do curso de Gestão Empresarial, da Faculdade de Tecnologia de Presidente Prudente. E-mail: italothomazcerv@gmail.com

² Discente do curso de Gestão Empresarial, da Faculdade de Tecnologia de Presidente Prudente. E-mail: isabelesena.ocz@gmail.com

³ Prof. Dr. Em Geografia, docente do curso de Gestão Empresarial da Faculdade de Tecnologia de Presidente Prudente. E-mail: jerson.silva@cps.sp.gov.br

Abstract

Individual Microentrepreneurs (MEIs) constitute a highly relevant segment of the Brazilian economy, as they contribute significantly to job creation, income generation, and the dynamism of local markets. Despite their socioeconomic importance, these entrepreneurs face multiple challenges related to maintaining competitiveness and the sustainability of their businesses, especially in a context characterized by rapid economic transformations, technological advances, and intensified competition. In this scenario, this research aimed to analyze the influence of innovation in management processes on the competitiveness of Individual Microentrepreneurs (MEIs) in the food sector in the municipality of Presidente Prudente, and to identify the main innovation practices adopted by these entrepreneurs and evaluate the impacts of these practices on the management and competitive performance of their businesses. Methodologically, this is a bibliographic research, with a qualitative approach, descriptive and exploratory in nature, based on books, monographs, dissertations, and scientific articles aligned with the proposed theme. The results show that innovation, in the context of micro-entrepreneurs, manifests itself through incremental practices, encompassing improvements in products, processes, marketing strategies, and internal organization. This finding reveals a pattern consistent with the reality of small businesses and contributes to broadening the understanding of the concept of innovation, breaking with the restrictive perspective that associates it exclusively with technological disruptions. Thus, it is evident that the adoption of continuous improvements, combined with the adaptive capacity of entrepreneurs, is a central element for strengthening competitiveness and ensuring the permanence of these businesses in the market.

Keywords: *Micro-entrepreneurs, innovation, competitiveness, food sector.*

INTRODUÇÃO

Os Microempreendedores Individuais (MEIs) constituem um segmento de elevada relevância para a economia brasileira, na medida em que contribuem, significativamente, para a geração de emprego e renda, para dinamização das economias locais e para formalização de atividades anteriormente inseridas na informalidade.

Tal categoria empresarial tem adquirido crescente visibilidade nas últimas décadas, sobretudo em decorrência da simplificação dos processos de abertura, regularização e manutenção de empreendimentos, configurando-se como uma alternativa viável para trabalhadores autônomos que buscam inserção formal no mercado.

Não obstante sua importância, os MEIs enfrentam múltiplos desafios para garantir sua sustentabilidade em um contexto marcado por transformações econômicas, tecnológicas e competitivas contínuas.

Dentre os principais entraves, destacam-se a limitação de recursos financeiros, o acesso restrito a tecnologias e a ausência de práticas gerenciais estruturadas. Nesse cenário, a inovação desponta como um fator estratégico essencial, capaz de promover ganhos de eficiência, aprimorar processos e potencializar o desempenho organizacional desses empreendimentos.

Diante desse panorama, a análise da relação entre inovação nos processos de gestão e a competitividade dos MEIs do setor alimentício em Presidente Prudente revela-se pertinente e necessária, uma vez que possibilita compreender os mecanismos pelos quais esses empreendedores podem superar limitações estruturais e fortalecer sua inserção no mercado.

Ademais, a pesquisa pretende contribuir com a produção de subsídios teórico-práticos capazes de orientar não apenas os próprios empreendedores, mas também instituições de apoio e a formulação de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento e à sustentabilidade dos pequenos negócios.

Com vistas ao atendimento dos propósitos desta pesquisa bibliográfica, estabeleceram-se objetivos que orientam o delineamento investigativo. Define-se como objetivo geral analisar a influência da inovação nos processos de gestão sobre a competitividade dos Microempreendedores Individuais (MEIs) do setor alimentício no município de Presidente Prudente e como objetivos específicos, propõe-se: identificar as principais práticas de inovação adotadas pelos Microempreendedores Individuais (MEIs) no setor alimentício e avaliar os impactos da inovação nos processos de gestão sobre a competitividade dos empreendimentos, considerando variáveis como o aumento das vendas, a retenção de clientes e a diferenciação no mercado.

JUSTIFICATIVA

A escolha do presente tema justifica-se pela sua relevância tanto no âmbito prático quanto no campo acadêmico-científico. Considerando as limitações estruturais frequentemente enfrentadas por esses empreendimentos, tais como restrições de capital, acesso limitado a tecnologias e fragilidades no planejamento estratégico, a adoção de estratégias criativas e sistematizadas pode representar um diferencial competitivo relevante, contribuindo para a melhoria do desempenho organizacional, a ampliação da base de clientes e a consolidação no mercado local.

No âmbito acadêmico, o estudo se insere em uma agenda de pesquisa que articula os campos da inovação, da gestão e da competitividade, especialmente no contexto das micro e pequenas empresas.

Embora haja avanços teóricos nessas áreas, ainda se observa a necessidade de aprofundamento de análises voltadas a realidades específicas, como a dos MEIs, cujas dinâmicas organizacionais apresentam particularidades que nem sempre são contempladas por modelos tradicionais de gestão.

Adicionalmente, ao focalizar o setor alimentício em Presidente Prudente, o estudo incorpora uma dimensão contextual relevante, permitindo compreender como fatores regionais, culturais e econômicos influenciam a adoção de práticas inovadoras. Tal recorte contribui não apenas para a produção de conhecimento situado, mas também para o fortalecimento de análises comparativas futuras, ampliando o alcance das discussões sobre inovação e gestão em microempreendimentos.

Dessa forma, a justificativa do estudo fundamenta-se na convergência entre sua utilidade prática, ao oferecer subsídios para a melhoria da gestão dos MEIs, e sua contribuição acadêmica, ao ampliar e qualificar o debate teórico sobre inovação e competitividade em pequenos negócios, especialmente em contextos locais e setores específicos.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, operacionalizada por meio de pesquisa bibliográfica, com o objetivo de analisar a influência da inovação nos processos de gestão sobre a competitividade dos Microempreendedores Individuais (MEIs) do setor alimentício no município de Presidente Prudente.

Trata-se de um estudo de natureza exploratória e descritiva, orientado à ampliação da compreensão teórica acerca dos impactos da inovação nos processos de gestão sobre a competitividade dos empreendimentos, considerando variáveis como o aumento das vendas, a retenção de clientes e a diferenciação no mercado.

A seleção do material bibliográfico privilegiou artigos científicos, livros, capítulos de livros, monografias e dissertações, preferencialmente publicados em período recente, de modo a assegurar a atualidade e a relevância das discussões.

A análise dos resultados foi conduzida por meio da técnica de análise temática de conteúdo, permitindo a identificação, categorização e interpretação de padrões recorrentes relacionados ao fenômeno investigado. Tal procedimento possibilitou uma leitura aprofundada das contribuições teóricas, favorecendo a construção de inferências consistentes e fundamentadas.

Por se tratar de uma pesquisa de natureza bibliográfica, reconhece-se como limitação a ausência de coleta de dados empíricos primários, o que restringe a verificação direta das

dinâmicas observadas no campo. Ainda assim, a opção metodológica adotada mostra-se adequada aos objetivos propostos, ao permitir uma sistematização crítica do conhecimento existente e a identificação de lacunas relevantes para investigações futuras.

RESULTADOS

A pesquisa buscou atender aos delineamentos estabelecidos pelos objetivos propostos, orientando-se pela análise da influência da inovação e das práticas inovadoras no setor alimentício. Para tanto, estruturou-se a investigação a partir de eixos analíticos centrais, a saber: desenvolvimento de novos produtos, dinâmica de mercado, competitividade e processos de inovação no contexto mercadológico.

A pesquisa pontuou que a inovação é amplamente reconhecida como um dos principais vetores de crescimento, sustentabilidade e sobrevivência organizacional em contextos marcados por elevada competitividade (Tigre, 2016).

Na perspectiva de Porter (2009), a inovação constitui o motor do desenvolvimento econômico, ao promover a introdução de novos produtos, processos e modelos de negócio capazes de romper com estruturas tradicionais e gerar vantagens competitivas.

Nesse sentido, a capacidade inovativa deixa de ser um diferencial restrito às grandes corporações e passa a configurar-se como uma competência estratégica também para micro e pequenas empresas que buscam consolidar sua permanência no mercado.

De acordo com Tidd e Bessant (2015), a inovação pode ser compreendida como um processo sistemático de criação, desenvolvimento e implementação de ideias que geram valor tanto para a organização quanto para o cliente.

Tal abordagem evidencia a necessidade de integração da inovação aos processos gerenciais, incorporando-a à cultura organizacional, às rotinas administrativas e ao planejamento estratégico. Nessa lógica, o gestor assume o papel de agente de transformação, responsável por fomentar mudanças incrementais e disruptivas em produtos, serviços e processos internos.

No campo do empreendedorismo, Dornelas (2021) destaca que o comportamento empreendedor está associado à capacidade de antecipação, à identificação de oportunidades e à disposição para convertê-las em resultados concretos.

O desempenho organizacional, nesse contexto, encontra-se diretamente relacionado à postura estratégica do gestor e à sua habilidade de conduzir o negócio de forma eficiente e inovadora. Dornelas (2021) enaltece que, o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e possui uma visão de futuro da organização.

Tal compreensão reforça que a inovação, aliada à proatividade, contribui significativamente para a ampliação da competitividade, especialmente no âmbito dos Microempreendedores Individuais (MEIs), inseridos em setores dinâmicos, como o alimentício (Tigre, 2016).

Sob a ótica estratégica, Porter (2009) argumenta que a competitividade organizacional está vinculada à capacidade de criar, sustentar e renovar vantagens competitivas por meio de estratégias diferenciadas.

Organizações que incorporam práticas inovadoras tendem a apresentar melhor desempenho, seja pela redução de custos, pela melhoria da qualidade ou pela ampliação do valor percebido pelos clientes Kotler (2012). No setor alimentício, caracterizado por elevada concorrência e constante transformação nos padrões de consumo, a inovação assume papel central na fidelização de clientes e na diferenciação de mercado.

Complementando, Drucker (2012) concebe a inovação como uma prática sistemática e deliberada de gestão, fundamentada na análise de mudanças e na identificação de oportunidades.

Para o autor, a inovação não se restringe a avanços tecnológicos de grande escala, podendo emergir a partir de melhorias incrementais em processos, produtos e serviços. No contexto dos MEIs do setor alimentício, tais inovações podem manifestar-se, por exemplo, na modernização do ambiente produtivo, na otimização de processos operacionais e na adaptação às novas demandas dos consumidores.

Adicionalmente, a relação entre inovação e tecnologia destaca-se como elemento central na competitividade contemporânea. Conforme Kotler (2012), a incorporação de ferramentas tecnológicas contribui para maior agilidade na tomada de decisão, redução de falhas operacionais e aprimoramento do relacionamento com o cliente.

Nesse cenário, o uso de redes sociais, plataformas digitais, aplicativos de vendas e sistemas simplificados de gestão configura-se como uma forma de inovação acessível aos microempreendedores, potencializando sua presença no mercado, ampliando o alcance de clientes e fortalecendo sua competitividade (Tigre, 2016).

A gestão da inovação refere-se ao conjunto de práticas, processos e mecanismos organizacionais voltados ao desenvolvimento, implementação e coordenação de iniciativas inovadoras capazes de gerar valor e vantagem competitiva sustentável.

Segundo Tidd e Bessant (2015), inovar não se limita à criação de algo novo, mas envolve a estruturação de processos contínuos de aprendizagem, experimentação e aperfeiçoamento, inserindo a inovação como elemento estratégico da organização.

Dessa forma, a gestão da inovação compreende atividades de planejamento, organização, execução e monitoramento, orientadas à transformação de ideias em resultados concretos. Conforme aponta (2005), a inovação pode ser classificada em quatro dimensões principais: inovação de produto, de processo, de marketing e organizacional.

No contexto dos pequenos negócios, especialmente entre os Microempreendedores Individuais (MEIs), observa-se uma predominância de inovações incrementais, materializadas em ajustes operacionais, melhorias no atendimento ao cliente, adoção de tecnologias acessíveis e rápida adaptação às demandas do mercado. Tais práticas permitem que microempresas ampliem sua competitividade mesmo diante de restrições de recursos.

Ademais, Tidd, Bessant (2009) enfatizam que a gestão da inovação requer a capacidade de identificar oportunidades, estruturar processos eficazes e fomentar ambientes organizacionais propícios à criatividade e ao desenvolvimento de soluções.

No caso dos MEIs do setor alimentício, essas práticas podem se concretizar por meio da diversificação de produtos, aprimoramento de embalagens, introdução de métodos mais eficientes de produção e utilização de plataformas digitais para divulgação e comercialização. Assim, a gestão da inovação consolida-se como um pilar estratégico para a promoção do crescimento, da competitividade e da sustentabilidade desses empreendimentos.

Já em relação a identificação das principais práticas de inovação adotadas pelos Microempreendedores Individuais (MEIs) no setor alimentício a pesquisa revelou um conjunto diversificado de estratégias predominantemente incrementais, orientadas à adaptação às dinâmicas de mercado, à otimização de recursos e à ampliação da competitividade.

Diferentemente de grandes organizações, nas quais a inovação frequentemente se associa a investimentos robustos em pesquisa e desenvolvimento, nos pequenos negócios ela se manifesta, sobretudo, por meio de melhorias contínuas em produtos, processos, marketing e organização, conforme tipologia proposta por Neves e Castro, (2013).

No âmbito da inovação de produto, observa-se que os MEIs do setor alimentício frequentemente investem na diversificação do portfólio, incorporando novas receitas, adaptações de pratos tradicionais e o desenvolvimento de opções alinhadas às tendências contemporâneas de consumo, como alimentos saudáveis, funcionais e personalizados (Lastres e Cassiolato, 2005).

Essa prática está diretamente relacionada à capacidade de perceber mudanças nas preferências dos consumidores e responder de maneira ágil, característica essencial em ambientes altamente competitivos (Kotler, 2012). Além disso, a valorização de aspectos

culturais e identitários na produção alimentícia tem se mostrado uma estratégia relevante para diferenciação, agregando valor simbólico aos produtos ofertados.

No que se refere à inovação de processo, destacam-se iniciativas voltadas à melhoria da eficiência operacional e à padronização da produção. Muitos MEIs adotam práticas como reorganização do fluxo de trabalho, utilização de equipamentos mais adequados e implementação de técnicas de controle de qualidade, ainda que de forma simplificada (Silva, 2018).

Tais ações contribuem para a redução de desperdícios, otimização do tempo e aumento da produtividade, elementos fundamentais para a sustentabilidade do negócio (Drucker, 2012). A introdução de tecnologias acessíveis, como aplicativos de gestão financeira e controle de pedidos, também configura uma importante inovação processual, ampliando a capacidade de organização e tomada de decisão.

A inovação em marketing constitui outra dimensão relevante, especialmente em um contexto marcado pela digitalização das relações de consumo. Os MEIs têm se apropriado intensivamente de redes sociais e plataformas digitais como instrumentos de promoção, relacionamento com clientes e comercialização de produtos.

Estratégias como marketing de conteúdo, uso de imagens atrativas, interação direta com consumidores e divulgação de avaliações e depoimentos fortalecem a presença digital e contribuem para a construção de marca, mesmo em negócios de pequeno porte (Kotler, 2012). Ademais, a utilização de aplicativos de entrega e *marketplaces* amplia o alcance de mercado, permitindo que esses empreendedores transcendam limitações geográficas.

Outro aspecto relevante refere-se à incorporação do comportamento empreendedor como elemento catalisador da inovação. Conforme Dornelas (2021), o empreendedor é caracterizado pela capacidade de identificar oportunidades, assumir riscos calculados e transformar ideias em resultados concretos. Nos MEIs do setor alimentício, essa postura se traduz na experimentação constante, na busca por diferenciação e na disposição para ajustar estratégias de forma contínua. A inovação, nesse sentido, não é um evento pontual, mas um processo dinâmico e permanente, integrado às práticas cotidianas do negócio.

Adicionalmente, a literatura aponta que a inovação em pequenos negócios está fortemente associada ao aprendizado prático e à experiência acumulada, mais do que a processos formais de gestão da inovação (Tidd e Bessant, 2015).

Isso implica reconhecer que, embora muitas dessas práticas não sejam sistematizadas, elas desempenham papel fundamental na geração de valor e na manutenção da competitividade. A informalidade, nesse contexto, não deve ser interpretada como ausência de inovação, mas

como uma forma distinta de sua manifestação, adaptada às limitações e potencialidades dos microempreendimentos (Barbosa, 2023).

Por fim, evidencia-se que as práticas de inovação adotadas pelos MEIs do setor alimentício estão profundamente conectadas às demandas do mercado, às condições de operação e ao perfil do empreendedor (Neves e Castro, 2013). A combinação entre inovação incremental, uso estratégico de tecnologias acessíveis e comportamento empreendedor proativo configura um modelo de inovação viável e eficaz para esses negócios.

Assim, compreender essas práticas não apenas contribui para a análise da competitividade dos MEIs, mas também oferece subsídios para o desenvolvimento de políticas públicas, programas de capacitação e estratégias de apoio ao empreendedorismo de pequeno porte.

DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados apresentados evidenciam uma consistente articulação entre o referencial teórico mobilizado e as evidências empíricas discutidas, permitindo uma leitura robusta sobre o papel da inovação no contexto dos Microempreendedores Individuais (MEIs) do setor alimentício.

A pesquisa alcança seu objetivo ao demonstrar que a inovação, longe de se restringir a ambientes corporativos de grande escala, manifesta-se de forma capilarizada e adaptativa em pequenos negócios, assumindo características próprias, especialmente no que se refere à predominância de práticas incrementais (Tigre 2016).

Um primeiro aspecto relevante diz respeito à confirmação da inovação como vetor estratégico de competitividade. Os achados convergem com a literatura clássica ao indicar que a capacidade de inovar está diretamente relacionada à sobrevivência e ao crescimento organizacional (Tidd e Bessant 2015). No entanto, o diferencial da pesquisa está em evidenciar como essa lógica se materializa em contextos de restrição de recursos, nos quais a inovação não depende de estruturas formais de P&D, mas de criatividade, flexibilidade e capacidade de resposta rápida às demandas do mercado.

Outro ponto de destaque refere-se à natureza das práticas inovadoras identificadas. A predominância de inovações incrementais em produtos, processos, marketing e organização, revela um padrão coerente com a realidade dos pequenos negócios (Porter, 2009). Essa constatação é particularmente relevante, pois rompe com a visão reducionista que associa inovação exclusivamente a rupturas tecnológicas.

Ao contrário, o estudo demonstra que pequenas melhorias contínuas, quando alinhadas às necessidades do consumidor, possuem elevado potencial de geração de valor e diferenciação competitiva.

No eixo da inovação de produto, os resultados mostram uma forte orientação ao mercado, com os empreendedores atuando de forma sensível às tendências de consumo, como alimentação saudável, personalização e valorização de aspectos culturais. Isso evidencia uma competência estratégica importante: a capacidade de traduzir mudanças socioculturais em oportunidades de negócio (Barbosa 2023).

Trata-se de um indicativo claro de que esses agentes operam com uma lógica de mercado dinâmica, ainda que de maneira intuitiva e não formalizada.

Em relação à inovação de processo, observa-se um movimento significativo de racionalização operacional, com foco na eficiência e na redução de desperdícios. Ainda que as práticas sejam, em muitos casos, informais ou pouco sistematizadas, seus impactos são concretos na melhoria da produtividade e na sustentabilidade do negócio (Dornelas, 2021). Esse achado reforça a ideia de que a gestão da inovação, mesmo em níveis simplificados, exerce papel estruturante no desempenho organizacional.

A dimensão do marketing revela-se particularmente estratégica no contexto analisado. A apropriação intensiva de tecnologias digitais, especialmente redes sociais e plataformas de delivery, demonstra uma clara capacidade de adaptação ao ambiente digital contemporâneo (Silva, 2018). Nesse sentido, a inovação tecnológica acessível atua como um importante mecanismo de democratização da competitividade, permitindo que pequenos empreendedores ampliem seu alcance de mercado e fortaleçam sua presença competitiva.

Outro elemento central evidenciado pelos resultados é o papel do comportamento empreendedor como catalisador da inovação (Kotler, 2012). A pesquisa acerta ao destacar que a inovação não ocorre de forma isolada, mas está intrinsecamente vinculada à postura do gestor. Proatividade, capacidade de antecipação e disposição para assumir riscos configuram-se como competências-chave, reforçando a ideia de que a dimensão humana e comportamental é determinante nos processos inovativos em pequenos negócios (Lastres e Cassiolato, 2005).

Em síntese, a pesquisa demonstra que a inovação, quando compreendida de forma ampliada e contextualizada, constitui um elemento central para a competitividade dos MEIs no setor alimentício. Mais do que um diferencial, ela se configura como uma condição de permanência no mercado, sendo operacionalizada por meio de práticas acessíveis, adaptativas e fortemente orientadas ao cliente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da discussão dos resultados, conclui-se que a inovação assume um papel estruturante e multifacetado no contexto dos Microempreendedores Individuais (MEIs) do setor alimentício, configurando-se não apenas como um diferencial competitivo, mas como uma condição essencial para a sustentabilidade e permanência no mercado.

A pesquisa evidencia que, mesmo em cenários marcados por limitações de recursos financeiros, tecnológicos e gerenciais, os pequenos empreendimentos são capazes de desenvolver dinâmicas inovativas consistentes, baseadas sobretudo em práticas incrementais, adaptativas e orientadas ao cliente.

Nesse sentido, destaca-se que a inovação, nesses contextos, não se materializa prioritariamente por meio de rupturas tecnológicas ou investimentos intensivos em pesquisa e desenvolvimento, mas sim por meio de melhorias contínuas, criatividade aplicada e capacidade de resposta ágil às transformações do mercado. Essa constatação amplia a compreensão tradicional do conceito de inovação, reforçando a necessidade de abordagens teóricas e analíticas mais sensíveis às especificidades dos micro e pequenos negócios.

A pesquisa, também confirma que a articulação entre inovação de produto, processo, marketing e organização constitui um sistema integrado de geração de valor, no qual cada dimensão contribui de forma complementar para o fortalecimento da competitividade.

A incorporação de tecnologias digitais acessíveis, aliada à valorização de tendências de consumo e à otimização de processos internos, demonstra que os MEIs operam com uma lógica estratégica, ainda que, muitas vezes, não formalizada.

Outro aspecto central evidenciado refere-se ao protagonismo do comportamento empreendedor como elemento catalisador da inovação. A capacidade de identificar oportunidades, assumir riscos calculados e promover adaptações contínuas revela que a dimensão humana é determinante para o desempenho inovador desses negócios. Assim, a inovação emerge como um processo social e comportamental, profundamente vinculado à experiência, à aprendizagem prática e à intencionalidade do gestor.

Por fim, a pesquisa também suscita implicações relevantes para o campo das políticas públicas e da gestão do conhecimento, ao indicar a necessidade de iniciativas voltadas à capacitação, formalização e apoio à gestão da inovação em pequenos negócios. Tais ações podem potencializar as práticas já existentes, ampliando seu impacto e contribuindo para a consolidação de um ambiente mais competitivo, inclusivo e sustentável.

Dessa forma, conclui-se que compreender a inovação sob a ótica dos MEIs no setor alimentício permite não apenas reconhecer suas especificidades, mas também valorizar sua

relevância estratégica no dinamismo econômico contemporâneo, especialmente em contextos locais e regionais onde esses empreendimentos desempenham papel fundamental na geração de renda, emprego e desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, A. F. (org). **Micro e pequenas empresas: mercado de trabalho e implicações sociais**. São Paulo: Editora Contexto, 2023.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevir, 2021.

DRUCKER, P.F. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

KOTLER, P. ***Administração de marketing***. 14. Ed. São Paulo: Pearson, 2012.

LASTRES, H. CASSIOLATO, J. **Inovação e sistemas produtivos locais**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

NEVES, M.F. CASTRO, L.T. (orgs). **Marketing e estratégia em agronegócios e alimentos**. São Paulo: Atlas, 2013.

PORTER, M. E. **Competição**: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 2009.

SILVA, J.C.T. **Inovação no setor alimentício**: tendências e desafios. Revista de Economia e Sociologia Rural, 2018.

TIDD, J. BESSANT, J. **Gestão da Inovação**. 5. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

TIGRE, P.B. **Gestão da Inovação: a economia da tecnologia no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.