

Recebido: 06 de Maio de 2026

Publicado: 14 de Maio de 2026

## EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO COMO FATORES DE COMPETITIVIDADE EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS NO MERCADO BRASILEIRO

### *ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION AS COMPETITIVE FACTORS IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE BRAZILIAN MARKET*

Sueli Moreira <sup>1</sup>

#### RESUMO

O presente artigo aborda a importância do empreendedorismo e da inovação como fatores determinantes para a competitividade das pequenas e médias empresas no mercado brasileiro. O tema justifica-se pela crescente necessidade de adaptação das organizações diante das transformações tecnológicas, econômicas e sociais que impactam diretamente o ambiente empresarial. O problema de pesquisa consiste em compreender de que maneira o empreendedorismo aliado à inovação contribui para o fortalecimento competitivo das empresas de pequeno e médio porte no Brasil. O objetivo geral é analisar a influência das práticas inovadoras e do perfil empreendedor no desenvolvimento organizacional e na permanência dessas empresas em um mercado cada vez mais competitivo. A relevância do estudo está relacionada à necessidade de incentivar estratégias capazes de promover crescimento, sustentabilidade e diferenciação empresarial. A metodologia utilizada caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica, de abordagem qualitativa, fundamentada em livros, artigos científicos e publicações acadêmicas relacionadas ao tema. Os resultados apontam que empresas que investem em inovação, tecnologia, capacitação e planejamento estratégico apresentam maior capacidade de adaptação às mudanças do mercado, aumento da produtividade e fortalecimento da vantagem competitiva. Conclui-se que o empreendedorismo e a inovação são elementos essenciais para o crescimento e a consolidação das pequenas e médias empresas brasileiras, contribuindo significativamente para o desenvolvimento econômico e organizacional.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Inovação. Competitividade. Pequenas empresas. Gestão empresarial.

#### ABSTRACT

*This article addresses the importance of entrepreneurship and innovation as determining factors for the competitiveness of small and medium-sized enterprises in the Brazilian market. The theme is justified by the growing need for organizations to*

---

<sup>1</sup> Graduada em Administração de Empresas pela UNIMES (Universidade Metropolitana de Santos)

*adapt to technological, economic, and social transformations that directly impact the business environment. The research problem seeks to understand how entrepreneurship combined with innovation contributes to the competitive strengthening of small and medium-sized companies in Brazil. The general objective is to analyze the influence of innovative practices and the entrepreneurial profile on organizational development and on the permanence of these companies in an increasingly competitive market. The relevance of the study is related to the need to encourage strategies capable of promoting growth, sustainability, and business differentiation. The methodology used is characterized as bibliographic research with a qualitative approach, based on books, scientific articles, and academic publications related to the subject. The results indicate that companies investing in innovation, technology, training, and strategic planning demonstrate a greater capacity to adapt to market changes, increase productivity, and strengthen competitive advantage. It is concluded that entrepreneurship and innovation are essential elements for the growth and consolidation of Brazilian small and medium-sized enterprises, contributing significantly to economic and organizational development.*

**Keywords:** *Entrepreneurship. Innovation. Competitiveness. Small businesses. Business management.*

## 1 INTRODUÇÃO

A competitividade no ambiente empresarial tem se tornado cada vez mais intensa em decorrência das constantes transformações tecnológicas, econômicas e sociais observadas nas últimas décadas. Nesse contexto, as pequenas e médias empresas brasileiras enfrentam desafios relacionados à permanência no mercado, à adaptação às novas exigências dos consumidores e à necessidade de inovação contínua. Dessa forma, o empreendedorismo e a inovação passaram a ser considerados fatores fundamentais para o desenvolvimento e fortalecimento organizacional.

O empreendedorismo é reconhecido como um importante agente de transformação econômica e social, pois contribui para a geração de empregos, movimentação da economia e criação de novas oportunidades de negócios. Além disso, o perfil empreendedor está diretamente associado à capacidade de identificar oportunidades, desenvolver soluções criativas e promover mudanças capazes de gerar vantagem competitiva no mercado empresarial.

Paralelamente, a inovação destaca-se como um elemento essencial para a modernização das organizações e para a ampliação da competitividade empresarial. A adoção de novas tecnologias, estratégias de gestão e processos inovadores permite

que as empresas aumentem sua produtividade, melhorem a qualidade de seus produtos e serviços e atendam de forma mais eficiente às demandas do mercado consumidor.

No cenário brasileiro, as pequenas e médias empresas representam uma parcela significativa da economia nacional, desempenhando papel relevante na geração de renda e empregos. Entretanto, muitas dessas organizações enfrentam dificuldades relacionadas à escassez de recursos financeiros, limitações tecnológicas e elevada concorrência, fatores que tornam a inovação e o empreendedorismo ainda mais necessários para sua sobrevivência e crescimento.

Diante desse contexto, surge a necessidade de compreender de que maneira o empreendedorismo aliado à inovação pode contribuir para o fortalecimento competitivo das pequenas e médias empresas no Brasil. A busca por estratégias inovadoras tornou-se indispensável para que essas organizações consigam adaptar-se às constantes mudanças do ambiente empresarial e manter-se competitivas no mercado.

A relevância deste estudo está relacionada à importância de analisar práticas empreendedoras e inovadoras como instrumentos capazes de promover crescimento organizacional, sustentabilidade empresarial e diferenciação competitiva. Além disso, o tema apresenta significativa contribuição acadêmica e social, uma vez que incentiva reflexões sobre a modernização da gestão empresarial e sobre os desafios enfrentados pelas organizações contemporâneas.

O presente artigo possui como objetivo geral analisar a influência do empreendedorismo e da inovação na competitividade das pequenas e médias empresas brasileiras. Como objetivos específicos, busca-se compreender os conceitos relacionados ao empreendedorismo e à inovação, identificar os desafios enfrentados pelas empresas no processo de modernização e analisar os benefícios proporcionados pelas práticas inovadoras no ambiente organizacional.

A metodologia utilizada caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica, de abordagem qualitativa, desenvolvida a partir da análise de livros, artigos científicos, periódicos e publicações acadêmicas relacionadas ao tema. A pesquisa bibliográfica permite ampliar o conhecimento sobre o assunto e compreender diferentes perspectivas teóricas acerca do empreendedorismo e da inovação no contexto empresarial brasileiro.

Os resultados esperados indicam que empresas que investem em inovação, capacitação profissional, tecnologia e planejamento estratégico apresentam maior capacidade de adaptação às mudanças do mercado, aumento da produtividade e fortalecimento de sua posição competitiva. Além disso, observa-se que o empreendedorismo contribui significativamente para a criação de soluções criativas e para o desenvolvimento sustentável das organizações.

Assim sendo, entende-se que o empreendedorismo e a inovação são elementos indispensáveis para a consolidação e o crescimento das pequenas e médias empresas no mercado brasileiro. A adoção de práticas inovadoras e o desenvolvimento de uma cultura empreendedora tornam-se fundamentais para garantir competitividade, sustentabilidade e permanência das organizações em um cenário econômico cada vez mais dinâmico e desafiador.

## 2 DESENVOLVIMENTO

### 2.1 Fundamentos do empreendedorismo e da inovação

O empreendedorismo e a inovação possuem papel fundamental no desenvolvimento das organizações e no crescimento econômico da sociedade contemporânea. Em um cenário marcado pela competitividade e pelas constantes transformações tecnológicas, empreender deixou de ser apenas a criação de novos negócios e passou a representar a capacidade de identificar oportunidades, solucionar problemas e gerar valor por meio de ideias criativas e estratégias inovadoras. Nesse sentido, compreender os fundamentos do empreendedorismo e da inovação torna-se essencial para analisar a dinâmica do ambiente empresarial moderno.

O conceito de empreendedorismo está relacionado à iniciativa de criar, desenvolver e administrar negócios, assumindo riscos e buscando oportunidades de crescimento. Para Joseph Schumpeter, o empreendedor é responsável por impulsionar o desenvolvimento econômico por meio da inovação. Segundo o autor, “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços” (SCHUMPETER, 1982, p. 48). Dessa forma, o empreendedorismo pode ser entendido como um agente transformador capaz de promover mudanças significativas na economia e na sociedade.

Além disso, o empreendedorismo está diretamente ligado à criatividade e à capacidade de adaptação diante das mudanças do mercado. Em um ambiente empresarial cada vez mais competitivo, as organizações precisam desenvolver estratégias capazes de garantir diferenciação e sustentabilidade. Nesse contexto, a inovação surge como elemento indispensável para a sobrevivência e o crescimento das empresas. Para Peter Drucker, “a inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente” (DRUCKER, 1987, p. 39). A partir dessa perspectiva, percebe-se que inovar não significa apenas criar tecnologias avançadas, mas também desenvolver novos processos, métodos e estratégias organizacionais.

A inovação pode ocorrer de diferentes maneiras dentro das empresas, abrangendo produtos, serviços, processos e modelos de gestão. Muitas organizações utilizam a inovação como ferramenta estratégica para melhorar a qualidade de seus serviços e aumentar a competitividade no mercado. Segundo Philip Kotler, “as empresas vencedoras serão aquelas que conseguirem transformar o marketing em inovação contínua” (KOTLER, 2012, p. 27). Essa afirmação demonstra que a inovação está presente não apenas na produção, mas também na forma como as empresas se relacionam com os consumidores e desenvolvem suas estratégias de mercado.

No contexto brasileiro, o empreendedorismo ganhou destaque principalmente devido ao crescimento das pequenas e médias empresas, responsáveis por significativa parcela da geração de empregos e renda no país. Entretanto, muitos empreendedores enfrentam desafios relacionados à falta de planejamento, dificuldades financeiras e limitações tecnológicas. Dessa maneira, torna-se necessário investir em capacitação, conhecimento e inovação para fortalecer a competitividade organizacional e garantir maior permanência das empresas no mercado.

Outro aspecto importante refere-se ao perfil do empreendedor contemporâneo. Atualmente, não basta apenas possuir uma ideia de negócio; é necessário desenvolver competências relacionadas à liderança, visão estratégica e capacidade de adaptação às mudanças. Conforme afirma Fernando Dolabela, “o empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não só: deve saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores e investidores” (DOLABELA, 2008, p. 56). Assim,

observa-se que o comportamento empreendedor envolve habilidades técnicas e humanas fundamentais para o sucesso empresarial.

Portanto, os fundamentos do empreendedorismo e da inovação demonstram que ambos são fatores essenciais para o desenvolvimento das organizações e para o fortalecimento da economia. A capacidade de inovar, criar soluções e adaptar-se às transformações do mercado torna-se cada vez mais necessária em um ambiente empresarial dinâmico e competitivo. Assim, empreender e inovar representam não apenas oportunidades de crescimento econômico, mas também instrumentos de transformação social e desenvolvimento sustentável.

## 2.2 A inovação como estratégia competitiva nas empresas

A inovação tem se consolidado como uma das principais estratégias competitivas adotadas pelas empresas na contemporaneidade. Em um cenário caracterizado pela globalização, pelo avanço tecnológico e pelas constantes mudanças no comportamento do consumidor, as organizações precisam buscar diferenciais capazes de garantir sua permanência e crescimento no mercado. Nesse contexto, inovar deixou de ser apenas uma opção e passou a representar uma necessidade estratégica para as empresas que desejam alcançar vantagem competitiva e sustentabilidade organizacional.

A competitividade empresarial está diretamente relacionada à capacidade de adaptação das organizações às transformações do ambiente econômico e tecnológico. Segundo Michael Porter, “a vantagem competitiva surge fundamentalmente do valor que uma empresa consegue criar para seus compradores” (PORTER, 1989, p. 3). Dessa maneira, a inovação permite que as empresas desenvolvam produtos, serviços e processos diferenciados, agregando valor ao consumidor e fortalecendo sua posição no mercado.

Além disso, a inovação contribui para o aumento da eficiência organizacional e para a melhoria dos processos internos das empresas. A adoção de novas tecnologias e métodos de gestão possibilita maior produtividade, redução de custos e otimização das atividades empresariais. Para Henry Chesbrough, “as empresas podem e devem usar ideias externas e internas, bem como caminhos internos e externos para o mercado” (CHESBROUGH, 2003, p. 43). Essa perspectiva demonstra que a inovação

aberta tornou-se uma importante estratégia competitiva, permitindo que as organizações utilizem conhecimentos externos para impulsionar seu desenvolvimento.

Outro fator relevante refere-se à transformação digital, que vem modificando significativamente a forma como as empresas operam e se relacionam com os consumidores. A utilização de ferramentas tecnológicas, inteligência artificial e plataformas digitais tem possibilitado maior aproximação com o público e fortalecimento das estratégias empresariais. Conforme afirma Clayton Christensen, “as empresas que ignoram tecnologias disruptivas frequentemente perdem sua liderança no mercado” (CHRISTENSEN, 2012, p. 18). Assim, percebe-se que acompanhar as inovações tecnológicas tornou-se indispensável para garantir competitividade e sobrevivência organizacional.

A inovação também está relacionada à capacidade de antecipar tendências e compreender as necessidades dos consumidores. Empresas inovadoras conseguem identificar mudanças no mercado e desenvolver soluções mais eficientes para atender às demandas da sociedade. Segundo Gary Hamel, “a inovação estratégica é a capacidade de reinventar o modelo de negócios existente de forma a criar novo valor para os clientes” (HAMEL, 2000, p. 61). Isso demonstra que a inovação não se limita apenas à criação de novos produtos, mas envolve também mudanças estruturais e estratégicas dentro das organizações.

No ambiente corporativo contemporâneo, a cultura organizacional voltada para a inovação tornou-se um diferencial competitivo importante. Empresas que incentivam a criatividade, a capacitação profissional e o desenvolvimento de novas ideias tendem a apresentar melhores resultados e maior capacidade de adaptação às mudanças do mercado. Para Idalberto Chiavenato, “a inovação depende de pessoas criativas, participativas e comprometidas com os objetivos organizacionais” (CHIAVENATO, 2014, p. 312). Dessa forma, o capital humano passa a ser um elemento fundamental para o sucesso das estratégias inovadoras.

Entretanto, inovar também representa desafios para as organizações, principalmente para pequenas e médias empresas que enfrentam limitações financeiras e tecnológicas. Muitas vezes, a ausência de investimentos em pesquisa, desenvolvimento e qualificação profissional dificulta a implementação de processos

inovadores. Ainda assim, empresas que conseguem superar essas barreiras tendem a alcançar maior competitividade e crescimento sustentável no mercado.

Portanto, a inovação pode ser compreendida como uma estratégia essencial para o fortalecimento competitivo das empresas. Organizações que investem em tecnologia, criatividade e modernização de processos apresentam maior capacidade de adaptação, diferenciação e geração de valor. Assim, a inovação torna-se um elemento indispensável para garantir crescimento organizacional, sustentabilidade empresarial e vantagem competitiva em um mercado cada vez mais dinâmico e exigente.

### **2.3 Desafios e oportunidades para pequenas e médias empresas brasileiras**

As pequenas e médias empresas brasileiras possuem grande relevância para a economia nacional, sendo responsáveis pela geração de empregos, circulação de renda e fortalecimento do desenvolvimento regional. Apesar de sua importância econômica e social, essas organizações enfrentam diversos desafios relacionados à competitividade, à gestão financeira e à adaptação às constantes transformações do mercado. Nesse contexto, compreender os desafios e as oportunidades enfrentados pelas pequenas e médias empresas torna-se fundamental para analisar seu papel no cenário empresarial brasileiro.

Um dos principais desafios enfrentados por essas empresas está relacionado à elevada concorrência do mercado contemporâneo. O avanço tecnológico, a globalização e as mudanças no comportamento dos consumidores exigem das organizações maior capacidade de adaptação e inovação. Segundo Sebrae, “a falta de planejamento estratégico é uma das principais causas de mortalidade das pequenas empresas no Brasil” (SEBRAE, 2020, p. 12). Dessa forma, observa-se que muitas empresas ainda apresentam dificuldades na elaboração de estratégias eficientes capazes de garantir crescimento e sustentabilidade organizacional.

Além disso, as limitações financeiras representam um grande obstáculo para o desenvolvimento das pequenas e médias empresas brasileiras. O acesso restrito ao crédito, as altas taxas de juros e a carga tributária elevada dificultam investimentos em tecnologia, infraestrutura e capacitação profissional. Para José Dornelas, “o empreendedor brasileiro precisa lidar constantemente com incertezas econômicas e

barreiras burocráticas que dificultam o crescimento empresarial” (DORNELAS, 2018, p. 74). Nesse sentido, a gestão financeira eficiente torna-se essencial para a sobrevivência dessas organizações.

Outro desafio importante refere-se à transformação digital e à necessidade de inovação nos processos empresariais. Muitas pequenas empresas ainda apresentam dificuldades na utilização de ferramentas tecnológicas e na modernização de seus modelos de gestão. Entretanto, a tecnologia também representa uma grande oportunidade de crescimento e competitividade. Conforme afirma Manuel Castells, “a capacidade de gerar conhecimento e processar informações tornou-se a principal fonte de produtividade e poder” (CASTELLS, 1999, p. 87). Dessa forma, investir em inovação tecnológica pode proporcionar maior eficiência operacional e fortalecimento competitivo.

As mudanças no perfil do consumidor também exigem adaptações constantes por parte das empresas. Atualmente, os clientes buscam produtos e serviços de qualidade, atendimento personalizado e soluções rápidas e inovadoras. Nesse contexto, as pequenas e médias empresas possuem a oportunidade de desenvolver estratégias mais próximas dos consumidores, criando relações de confiança e fidelização. Segundo Philip Kotler, “a melhor propaganda é feita por clientes satisfeitos” (KOTLER, 2012, p. 146). Assim, investir na experiência do consumidor tornou-se uma estratégia competitiva importante para o crescimento empresarial.

Outro aspecto relevante refere-se ao empreendedorismo como oportunidade de desenvolvimento econômico e social. Muitas pequenas empresas surgem a partir da identificação de necessidades do mercado e da busca por independência financeira. O empreendedorismo estimula a criatividade, a geração de empregos e o fortalecimento da economia local. Além disso, a expansão do comércio digital e das redes sociais ampliou as possibilidades de divulgação e comercialização de produtos e serviços, permitindo que pequenos negócios alcancem novos mercados e consumidores.

A capacitação profissional também representa um fator essencial para o crescimento das pequenas e médias empresas brasileiras. Organizações que investem no desenvolvimento de competências e habilidades de seus colaboradores apresentam maior produtividade e capacidade de inovação. Para Peter Senge, “as organizações que aprendem são aquelas nas quais as pessoas expandem

continuamente sua capacidade de criar os resultados que realmente desejam” (SENGE, 2009, p. 37). Dessa maneira, o aprendizado contínuo torna-se indispensável para enfrentar os desafios do ambiente empresarial moderno.

Apesar das dificuldades enfrentadas, as pequenas e médias empresas brasileiras possuem diversas oportunidades de crescimento, principalmente por meio da inovação, da tecnologia e do empreendedorismo estratégico. A busca por diferenciação competitiva, sustentabilidade e modernização organizacional pode contribuir significativamente para o fortalecimento dessas empresas no mercado nacional.

Portanto, percebe-se que os desafios enfrentados pelas pequenas e médias empresas brasileiras exigem planejamento, adaptação e investimento em inovação. Ao mesmo tempo, as oportunidades proporcionadas pela transformação digital, pela aproximação com os consumidores e pelo desenvolvimento empreendedor representam caminhos importantes para o crescimento e a consolidação dessas organizações. Assim, fortalecer a competitividade das pequenas e médias empresas torna-se fundamental para o desenvolvimento econômico e social do Brasil.

### 3 METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como um estudo de natureza bibliográfica, desenvolvido a partir da análise de livros, artigos científicos, periódicos e publicações acadêmicas relacionadas ao empreendedorismo e à inovação nas pequenas e médias empresas brasileiras. A pesquisa bibliográfica permite ampliar o conhecimento teórico sobre o tema investigado, contribuindo para a compreensão dos principais conceitos e discussões presentes na literatura científica. Segundo Antônio Carlos Gil, “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos” (GIL, 2008, p. 50).

Quanto à abordagem, a pesquisa classifica-se como qualitativa, uma vez que busca compreender fenômenos sociais e organizacionais relacionados ao empreendedorismo e à inovação no ambiente empresarial. A abordagem qualitativa possibilita uma análise mais aprofundada das informações, permitindo interpretar comportamentos, estratégias e desafios enfrentados pelas organizações contemporâneas. Para Maria Cecília de Souza Minayo, “a pesquisa qualitativa

trabalha com o universo dos significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes” (MINAYO, 2001, p. 21). Dessa forma, a utilização dessa abordagem mostra-se adequada para compreender a importância da inovação e do empreendedorismo no contexto das pequenas e médias empresas brasileiras.

No que se refere aos objetivos, o estudo possui caráter descritivo, pois busca descrever e analisar os fatores relacionados à competitividade empresarial, à inovação organizacional e às práticas empreendedoras. A pesquisa descritiva permite identificar características e relações existentes entre os fenômenos estudados. Conforme afirma Eva Maria Lakatos, “a pesquisa descritiva delinea o que é, abordando também quatro aspectos: descrição, registro, análise e interpretação de fenômenos atuais” (LAKATOS; MARCONI, 2010, p. 170). Assim, o estudo procura apresentar uma análise clara e organizada sobre os desafios e oportunidades enfrentados pelas empresas brasileiras.

A coleta de dados foi realizada por meio de fontes secundárias, utilizando materiais científicos publicados em livros, revistas acadêmicas, teses, dissertações e artigos disponíveis em bases digitais de pesquisa. A utilização dessas fontes possibilitou reunir diferentes perspectivas teóricas acerca do empreendedorismo e da inovação como estratégias competitivas nas organizações. Segundo Cervo, “a pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos” (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007, p. 61). Nesse sentido, o levantamento bibliográfico foi fundamental para fundamentar teoricamente o estudo.

A análise dos dados ocorreu de maneira interpretativa, buscando relacionar as contribuições teóricas dos autores estudados com a realidade das pequenas e médias empresas brasileiras. Foram selecionadas obras relevantes da área de administração, empreendedorismo, gestão e inovação, permitindo compreender os impactos das estratégias inovadoras na competitividade organizacional. Para Roberto Richardson, “a análise qualitativa pode ser caracterizada como a tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais” (RICHARDSON, 2012, p. 90). Dessa maneira, buscou-se interpretar os dados de forma crítica e reflexiva.

Assim, a metodologia adotada contribuiu para o desenvolvimento de uma análise consistente acerca do empreendedorismo e da inovação como fatores de competitividade nas pequenas e médias empresas brasileiras. A pesquisa bibliográfica e qualitativa permitiu compreender os desafios enfrentados pelas

organizações, bem como identificar estratégias capazes de promover crescimento, adaptação e sustentabilidade empresarial em um mercado cada vez mais dinâmico e competitivo.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados obtidos na pesquisa evidenciam que o investimento em inovação representa um dos principais fatores responsáveis pelo fortalecimento competitivo das pequenas e médias empresas brasileiras. Em um cenário marcado por constantes mudanças econômicas e tecnológicas, as organizações que adotam práticas inovadoras conseguem responder de forma mais eficiente às exigências do mercado e às necessidades dos consumidores. Dessa forma, a inovação torna-se um elemento estratégico para garantir crescimento e sustentabilidade empresarial.

A utilização de tecnologias modernas contribui significativamente para a melhoria dos processos organizacionais e para o aumento da produtividade das empresas. Ferramentas digitais, sistemas automatizados e novas formas de gestão possibilitam maior eficiência operacional e redução de custos. Nesse sentido, empresas que acompanham as transformações tecnológicas conseguem desenvolver vantagens competitivas importantes em relação aos seus concorrentes.

Segundo Peter Drucker, “a inovação é o instrumento específico dos empreendedores” (DRUCKER, 1987, p. 39). Essa afirmação demonstra que a inovação está diretamente ligada à capacidade das organizações de criar soluções diferenciadas e aproveitar oportunidades de mercado. Assim, empresas inovadoras tendem a apresentar maior capacidade de adaptação diante das mudanças do ambiente empresarial contemporâneo.

Os resultados também apontam que o planejamento estratégico exerce papel fundamental no fortalecimento organizacional. Empresas que definem objetivos claros, analisam o mercado e elaboram estratégias eficientes conseguem atuar de forma mais segura e competitiva. O planejamento permite identificar oportunidades, minimizar riscos e promover maior organização administrativa, fatores essenciais para a permanência das empresas no mercado.

Além disso, o desenvolvimento da vantagem competitiva está relacionado à capacidade das organizações de gerar valor para os consumidores. Para Michael

Porter, “a vantagem competitiva surge do valor que uma empresa consegue criar para seus compradores” (PORTER, 1989, p. 3). Dessa maneira, empresas que investem em inovação e qualidade conseguem diferenciar-se da concorrência e fortalecer sua posição no ambiente empresarial.

Outro aspecto relevante identificado na pesquisa refere-se à capacitação profissional dos colaboradores. Organizações que investem no desenvolvimento de competências e habilidades de suas equipes apresentam melhores resultados e maior potencial inovador. A qualificação profissional contribui para o aumento da criatividade, da produtividade e da eficiência organizacional, favorecendo o crescimento empresarial.

Nesse contexto, Idalberto Chiavenato afirma que “a inovação depende de pessoas criativas, participativas e comprometidas com os objetivos organizacionais” (CHIAVENATO, 2014, p. 312). Assim, percebe-se que o capital humano desempenha papel essencial no processo de inovação e competitividade das empresas, sendo necessário valorizar o conhecimento e a participação dos colaboradores no ambiente organizacional.

A pesquisa também demonstra que empresas que investem em inovação possuem maior facilidade para adaptar-se às mudanças do mercado consumidor. As transformações sociais e tecnológicas alteram constantemente os hábitos de consumo, exigindo das organizações maior flexibilidade e capacidade de renovação. Dessa forma, inovar torna-se indispensável para acompanhar tendências e atender às expectativas dos clientes de maneira eficiente.

Outro ponto importante refere-se à sustentabilidade empresarial. Empresas que utilizam práticas inovadoras conseguem otimizar recursos, melhorar processos e desenvolver estratégias mais sustentáveis. Além de fortalecer a competitividade, a inovação contribui para a construção de organizações mais modernas, responsáveis e preparadas para enfrentar os desafios do mercado contemporâneo.

Portanto, os resultados da pesquisa confirmam que inovação, tecnologia, capacitação profissional e planejamento estratégico são fatores essenciais para o fortalecimento competitivo das pequenas e médias empresas brasileiras. Organizações que investem nesses elementos apresentam maior capacidade de adaptação, crescimento e permanência no mercado. Assim, o empreendedorismo aliado à inovação mostra-se indispensável para promover desenvolvimento

organizacional e vantagem competitiva em um cenário econômico cada vez mais dinâmico e exigente.

## 5 CONCLUSÃO

A partir das análises realizadas ao longo deste estudo, conclui-se que o empreendedorismo e a inovação desempenham papel fundamental no fortalecimento das pequenas e médias empresas brasileiras. Em um mercado caracterizado por constantes mudanças econômicas, tecnológicas e sociais, as organizações precisam desenvolver estratégias capazes de garantir competitividade, crescimento e sustentabilidade. Nesse contexto, inovar e empreender tornam-se fatores indispensáveis para a permanência empresarial.

O empreendedorismo mostrou-se essencial para a criação de oportunidades, geração de empregos e desenvolvimento econômico. O perfil empreendedor está relacionado à capacidade de identificar necessidades do mercado, desenvolver soluções criativas e assumir riscos em busca de crescimento organizacional. Dessa forma, o empreendedor contribui diretamente para a modernização das empresas e para o fortalecimento da economia nacional.

Além disso, a inovação destacou-se como um importante diferencial competitivo no ambiente empresarial contemporâneo. Empresas que investem em tecnologia, modernização de processos e desenvolvimento de novos produtos e serviços conseguem adaptar-se com maior facilidade às transformações do mercado. A inovação permite aumentar a produtividade, melhorar a qualidade organizacional e ampliar a capacidade competitiva das empresas.

Outro aspecto relevante observado no estudo refere-se à importância do planejamento estratégico para o desenvolvimento das pequenas e médias empresas. Organizações que estabelecem metas claras, analisam o ambiente empresarial e investem em inovação apresentam melhores resultados e maior capacidade de permanência no mercado. O planejamento estratégico contribui para a tomada de decisões mais eficientes e para a redução de riscos organizacionais.

A pesquisa também evidenciou que a capacitação profissional representa um fator essencial para o crescimento empresarial. Colaboradores qualificados e preparados para lidar com mudanças tecnológicas contribuem significativamente para

a inovação organizacional e para o fortalecimento da competitividade. Nesse sentido, investir no desenvolvimento humano torna-se uma estratégia indispensável para as empresas contemporâneas.

As pequenas e médias empresas brasileiras enfrentam diversos desafios relacionados à elevada concorrência, limitações financeiras e necessidade constante de adaptação tecnológica. Entretanto, o estudo demonstrou que a adoção de práticas empreendedoras e inovadoras pode transformar esses desafios em oportunidades de crescimento e diferenciação competitiva. Assim, a inovação passa a ser compreendida como instrumento estratégico para superar dificuldades organizacionais.

Outro ponto importante refere-se à transformação digital, que vem alterando significativamente a forma como as empresas atuam e se relacionam com os consumidores. O uso de ferramentas tecnológicas e plataformas digitais possibilita maior eficiência operacional, ampliação de mercado e fortalecimento da comunicação empresarial. Dessa maneira, empresas que acompanham as mudanças tecnológicas apresentam maiores possibilidades de crescimento sustentável.

Além disso, o estudo permitiu compreender que a inovação não se limita apenas ao desenvolvimento tecnológico, mas também envolve mudanças na cultura organizacional, nos processos administrativos e nas estratégias empresariais. Organizações inovadoras valorizam criatividade, conhecimento e participação dos colaboradores, criando ambientes mais dinâmicos e preparados para enfrentar as exigências do mercado contemporâneo.

Diante das análises apresentadas, percebe-se que o empreendedorismo e a inovação contribuem significativamente para o desenvolvimento econômico e organizacional das pequenas e médias empresas brasileiras. A capacidade de inovar e adaptar-se às mudanças do mercado tornou-se um dos principais fatores responsáveis pela competitividade empresarial e pela consolidação das organizações no cenário atual.

Por fim, investir em empreendedorismo, inovação, tecnologia e qualificação profissional é fundamental para garantir crescimento, sustentabilidade e vantagem competitiva às pequenas e médias empresas brasileiras. Assim, o fortalecimento de práticas inovadoras e empreendedoras representa não apenas uma estratégia

organizacional, mas também um importante instrumento de desenvolvimento econômico, social e empresarial no Brasil.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CHESBROUGH, Henry. **Open innovation: the new imperative for creating and profiting from technology**. Boston: Harvard Business School Press, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

CHRISTENSEN, Clayton M. **O dilema da inovação**. São Paulo: M. Books, 2012.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. 30. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2008.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1987.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HAMEL, Gary. **Liderando a revolução**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 18. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

PORTER, Michael E. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE. **Sobrevivência de empresas**. Brasília: Sebrae, 2020.

SENGE, Peter. **A quinta disciplina: arte e prática da organização que aprende**. Rio de Janeiro: BestSeller, 2009.