

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

Lucas Nunes Moreira

**Relação entre inovação e empreendedorismo: a percepção dos microempreendedores
individuais na cidade de Juiz de Fora - MG**

Juiz de Fora

2023

Lucas Nunes Moreira

Relação entre inovação e empreendedorismo: a percepção dos microempreendedores individuais na cidade de Juiz de Fora - MG

Dissertação apresentada ao Nome do curso ou Programa da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Administração. **Área de concentração: Gestão das Organizações**

Orientador: Prof. Dr. Danilo de Oliveira Sampaio

Juiz de Fora

2023

Lucas Nunes Moreira

Relação entre inovação e empreendedorismo: a percepção dos microempreendedores individuais na cidade de Juiz de Fora – MG

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Administração. **Área de concentração: Gestão e Organizações.**

Aprovada em 29 de novembro de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Danilo de Oliveira Sampaio – Orientador

Universidade Federal de Juiz de Fora

Profa. Dra. Cíntia Loos Pinto

Universidade Federal de Juiz de Fora

Profa. Dra. Caissa Veloso e Sousa

Unihorizontes/MG

Juiz de Fora, 20/11/2023.



Documento assinado eletronicamente por Caissa Veloso e Sousa, Usuário Externo, em 29/11/2023, às 19:53, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por Cintia Loos Pinto, Professor(a), em 30/11/2023, às 16:51, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por Danilo de Oliveira Sampaio, Professor(a), em 30/11/2023, às 17:05, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no Portal do SEI-Ufjf (www2.ufjf.br/SEI) através do ícone Conferência de Documentos, informando o código verificador 1586308 e o código CRC 196AFB53.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, pilar e sustento da minha vida, ao Mestre Maior, toda honra e glória.

À minha vó Natividade, hoje uma estrela no céu, cuja presença e apoio permanecem sempre do meu lado de onde ela estiver.

Ao meu pai, meu amor maior, qualquer agradecimento é pequeno para o homem que é o alicerce da minha existência.

À minha mãe, pelo seu apoio incondicional em todos os momentos.

Aos queridos (as) professores (as) do PPGA/UFJF, por compartilharem seus ricos saberes, tão relevantes para a minha formação. Um agradecimento especial aos professores Victor Paradela, por toda sua atenção, carinho e respeito e Thiago Pimentel por ter me impulsionado a aprender e me desafiar cada vez mais.

Ao meu orientador, Prof. Danilo Sampaio, por ter sido sempre tão disponível e atencioso, verdadeiro exemplo de vida, mesmo tempo preciso, se hoje chego ao fim da minha dissertação, é um dos maiores responsáveis por tal feito.

Aos professores membros da banca, por se disporem desde a qualificação do projeto, a contribuir com a construção deste trabalho tornando-o cada vez mais completo.

Aos amigos do Mestrado, em especial, Rafael Frossard, o pequeno gênio, futuro doutor no que quiser fazer e a Tati, sempre um poço de gentileza e sempre disposta a ajudar.

Um agradecimento mais que importante, a Alice, minha estrelinha, uma fonte inesgotável de apoio e amor e a Rainha da Academia, Beatriz Bandeira, parte mais que essencial na minha trajetória de vida.

Agradeço a todas as pessoas que, de alguma forma me incentivaram e contribuíram nesta jornada.

RESUMO

A sociedade do conhecimento possui características que a distingue de outros momentos na história da civilização. O trabalho inovativo e o capital intelectual são cada vez mais valorizados e as tecnologias vêm se sobrepujando e mudando os modos das pessoas produzirem e consumirem. As disputas por empregos formais se acirram, restando às pessoas buscarem diferentes alternativas para obter rendimentos. Nesta dissertação optou-se por explorar o *framework* do empreendedorismo em sua forma individual, procurando ligá-lo ao processo inovador, entendido de maneira ampla, isto é, desde a inovação tecnológica até a inovação de processos e de gestão. Portanto, o objetivo central deste trabalho é identificar e compreender quais são os fatores que impactam os microempreendedores individuais (MEIs) a ter inovação como estratégia de negócio pela perspectiva destes indivíduos. O referencial teórico está estruturado em três partes: 1) Sociedade do Conhecimento; 2) Inovação e o Campo das Organizações e 3) MEI e Empreendedorismo. Para alcançar o objetivo principal, a teoria abrangeu assuntos como a sociedade do conhecimento, inovação e as organizações e o empreendedorismo. A metodologia baseou-se na pesquisa exploratória, de natureza qualitativa, por meio da técnica de grupo focal e de entrevistas pessoais, procurando identificar como os microempreendedores individuais percebem a inovação em seus negócios. A Análise de Conteúdo do grupo focal e das entrevistas revelam que os microempreendedores individuais respondentes possuem grau de conhecimento variável sobre a dinâmica da inovação e seus processos, bem como ligam-na a competitividade de seus negócios. Para os MEIs, existe uma relação entre inovação e o desenvolvimento de suas atividades, sejam elas a venda de bens ou a prestação de serviços. Os dados obtidos nesta pesquisa indicam semelhanças entre a perspectiva dos empreendedores respondentes e a teoria schumpeteriana, que coloca o empreendedor inovador como um dos motores do desenvolvimento econômico. Para pesquisas futuras, pode-se ampliar o número de respondentes, unir a pesquisa qualitativa a métodos quantitativos como *surveys* e/ou optar por um ramo de negócio específico.

Palavras-chave: inovação; tecnologia; conhecimento; empreendedorismo; microempreendedorismo individual.

ABSTRACT

The knowledge society has characteristics that distinguish it from other moments in the history of civilization. Innovative work and intellectual capital are increasingly valued, and technologies are taking over and changing the ways people produce and consume. Disputes for formal jobs are intensifying, leaving people to look for different alternatives to earn income. In this dissertation we chose to explore the entrepreneurship framework in its individual form, seeking to link it to the innovative process, understood broadly, that is, from technological innovation to process and management innovation. Therefore, the central objective of this work is to identify and understand the factors that impact individual microentrepreneurs (MEIs) to have innovation as a business strategy from the perspective of these individuals. The theoretical framework is structured into three parts: 1) Knowledge Society; 2) Innovation and the Field of Organizations and 3) MEI and Entrepreneurship. To achieve the main objective, the theory covered subjects such as the knowledge society, innovation and organizations, and entrepreneurship. The methodology was based on exploratory research, of a qualitative nature, using the focus group technique and personal interviews, seeking to identify how individual microentrepreneurs perceive innovation in their businesses. The content analysis of the focus group and interviews reveals that the responding individual microentrepreneurs have a variable degree of knowledge about the dynamics of innovation and its processes, as well as linking it to the competitiveness of their businesses. For MEIs, there is a relationship between innovation and the development of their activities, whether selling goods or providing services. The data obtained in this research indicate similarities between the perspective of the responding entrepreneurs and the Schumpeterian theory, which places the innovative entrepreneur as one of the drivers of economic development. For future research, you can increase the number of respondents, combine qualitative research with quantitative methods such as surveys and/or choose a specific line of business.

Keywords: innovation; technology; knowledge; entrepreneurship; individual microentrepreneurship.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1	SOCIEDADE DO CONHECIMENTO: EVOLUÇÃO HISTÓRICA E PRINCIPAIS CONCEITOS.....	11
2.1.1	Da Revolução Industrial à “sociedade do conhecimento”	11
2.1.2	A sociedade da informação e do conhecimento.....	13
2.1.3	Conhecimento, inovação e seus impactos sobre a humanidade.....	15
2.2	INOVAÇÃO E O CAMPO DAS ORGANIZAÇÕES	18
2.2.1	Inovação: definições e aplicações em organizações	18
2.2.2	Tipos de Inovação	22
2.2.3	Inovações e a Agenda 2030 da ONU.....	24
2.3	MEI E EMPREENDEDORISMO	26
2.3.1	Definições de Empreendedorismo e MEI.....	26
2.3.2	Pesquisas de Inovação e Pequenos Negócios	31
3	METODOLOGIA	35
3.1	ESCOLHA FILOSÓFICA E ONTOLÓGICA	35
3.2	ESCOLHA EPISTEMOLÓGICA	35
3.3	TIPO DE PESQUISA	36
3.4	NATUREZA DE PESQUISA	36
3.5	SUJEITOS DE PESQUISA.....	37
3.6	TÉCNICAS DE PESQUISA	37
3.8	TÉCNICAS DE ANÁLISE DOS DADOS.....	39
4	ANÁLISES DOS DADOS E RESULTADOS DAS FASES DA PESQUISA	41
4.1	ANÁLISES E RESULTADOS DA PESQUISA EM GRUPO FOCAL	41
4.1.1	Sujeitos de pesquisa do grupo focal	41
4.1.2	Análise do grupo focal.....	42
4.2	ENTREVISTAS	49
4.2.1	Sujeitos de pesquisa das entrevistas.....	49
4.2.2	Análise das entrevistas	50
4.3	ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE O GRUPO FOCAL E AS ENTREVISTAS ...	54
4.4	DISCUSSÕES	55
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
6	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	60
	ANEXO A - ROTEIRO SEMIESTRUTURADO	68

1 INTRODUÇÃO

A sociedade é tema de estudo recorrente por pesquisadores e autores contemporâneos, de diferentes campos do saber. Castells (1999) e Drucker (1996), que, utilizam respectivamente os termos “sociedade em rede” e “sociedade pós-capitalista”, destacam a sociedade e a classifica por meio de tecnologias e inovações. Ambas as denominações sugerem a existência de mudanças mais ágeis e difusas, que tornaram possível, principalmente ao longo das últimas três décadas, o estabelecimento de conexões cada vez maiores e mais abrangentes entre as pessoas e as organizações.

Durante o período que o historiador inglês Eric Hobsbawm (1977) denomina “Era das Revoluções” houve uma série de mudanças sociais marcantes e velozes. De acordo com o autor, ao longo dos séculos XVIII e XIX, o mundo inicia de forma contundente uma transformação em seu modo de produção, passando do modo feudal para o industrial-capitalista¹. Este processo começa na Grã-Bretanha, depois se expande pela Europa e posteriormente para todo o mundo (Hobsbawm, 1977). Como ressalta Hobsbawm (1999), os últimos dois séculos da humanidade foram um palco de criações e invenções tecnológicas. Da máquina a vapor datada de 1698, aperfeiçoada em 1765 por James Watt e largamente utilizada na chamada Primeira Revolução Industrial (que começou em meados do século XVII e seguiu até as primeiras décadas do século XIX), até a criação da rede mundial de computadores, passaram pouco mais de 200 anos de história humana (Hobsbawm, 1999).

Importa ressaltar que para além das mudanças tecnológicas há mudanças em diferentes dimensões, por exemplo, na forma de construção e socialização do conhecimento, no aumento da ocupação de espaços urbanos, dentre outras. Estas transformações não ocorreram naturalmente, tendo em vista que se trata de processos complexos com mudanças socioeconômicas, impactando diretamente na forma de produção, consumo e mesmo de organização e relacionamento.

As mudanças ficam evidentes na passagem da “sociedade industrial”, predominante até meados do século XX, para o estágio atual, ou da “sociedade do conhecimento” ou “sociedade da informação”. Os dois últimos termos, utilizados principalmente a partir das décadas de 1980

¹ Modo Feudal de Produção: Descentralização política, sociedade estamental e economia baseada na produção do campo. Modo Industrial-Capitalista: Sociedade de classes, orientação voltada para o lucro, baseada principalmente na produção industrial.

e 1990, têm como referência os trabalhos de Drucker (1996) e Castells (1999)². A dinâmica da “sociedade do conhecimento” é permeada por alguns aspectos que se impõem, dentre eles, a primazia do conhecimento e da informação como real aspecto de valor. Outros aspectos marcantes da dita “sociedade do conhecimento” são a penetrabilidade, flexibilidade e velocidade das informações que circulam em nosso cotidiano (Drucker, 1996; Castells, 1999).

Neste sentido, duas características marcantes da “sociedade do conhecimento”, a difusão e a propagação veloz das informações e do conhecimento, tendem a impulsionar o processo inovador, que compreende desde incorporação e uso de novas tecnologias até mudanças de estratégias organizacionais, processos e mentalidade (Castells, 1999; Schwab, 2017; Adolf; Stehr, 2017). Tendo em vista a valorização do trabalho inovativo, as constantes e cada vez mais ágeis mudanças nas tecnologias e nos modos de se produzir e consumir, deve-se refletir sobre as diferentes maneiras que os indivíduos vêm encontrando para se adaptar a essas condições sociais, principalmente no tocante a dimensão do emprego e renda.

Para responder a esta reflexão de pesquisa, entre outras possibilidades viáveis, optou-se pelo *framework* do empreendedorismo, tendo em vista que a atividade empreendedora aparece como opção viável para os indivíduos que pretendem uma alternativa ao mercado formal de trabalho. Sugere-se que o empreendedorismo, principalmente em seu formato individual, pode ser uma possível alternativa ao desemprego, operando como um complemento à dinâmica da “sociedade do conhecimento”. Logo, esta pesquisa busca relacionar o empreendedorismo individual com o processo inovador.

Considera-se que o processo inovador não ocorre apenas pelo uso do conjunto de tecnologias informacionais, como a internet, mas compreende também a elaboração de um estudo estratégico. A dinâmica da sociedade vem passando por transformações. Se por um lado essas mudanças podem aumentar as possibilidades de inclusão, parcerias e globalização, elas também podem acirrar dificuldades globais ao aumentar a desigualdade de renda em diversas partes do mundo, por exemplo. Diante deste contexto, a Organização das Nações Unidas (ONU) criou a Agenda 2030³ cujos objetivos focam na construção de uma sociedade mais igualitária e

² No caso do Brasil, Takahashi (2000) discorre sobre a “sociedade da informação” durante a virada do milênio no país.

³ Trata-se de um plano de ação com objetivos e metas definidos pactuado por 193 países e que visa o desenvolvimento sustentável em áreas socioeconômicas e ambientais. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91863-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustentavel>. Acesso em: 13 de fev. 2023.

voltada para o desenvolvimento sustentável, com preservação do meio ambiente, fomento a inovação e parcerias e redução de desigualdades socioeconômicas.

Logo, diante de um cenário de inovação e conhecimento e tendo em vista o aspecto individual do empreendedor, a pergunta que baseia este estudo é: Quais são os fatores que influenciam os Microempreendedores Individuais (MEIs) a ter a inovação como estratégia de negócio? Frente ao problema de pesquisa elencado, o objetivo central da dissertação é identificar e compreender quais são os fatores que impactam os MEIs a ter inovação como estratégia de negócio pela perspectiva destes indivíduos. Entre os objetivos secundários que tangenciam o objetivo central, estão: (i) compreender se e como os MEIs identificam a relação entre inovação e empreendedorismo; (ii) identificar quais outros fatores os microempreendedores percebem como importantes para o desenvolvimento do seu negócio e; (iii) identificar possíveis dificuldades dos MEIs na gestão de seus negócios.

Esta pesquisa justifica-se por alguns fatores. Academicamente, a presente pesquisa soma-se ao campo das pesquisas de inovação e empreendedorismo. Ademais o Brasil é signatário da Agenda 2030 da ONU cujo Objetivo 9⁴ tem entre suas características fomentar o processo de inovação. Além disso, entende-se que o processo de inovação é parte integrante do modelo atual de produção e que o modelo proposto pela Agenda 2030, quando corretamente integrado em seus objetivos, tende a alcançar o Objetivo 1⁵: A erradicação da pobreza.

Como justificativa social, entende-se que uma pesquisa que explore as dificuldades e possibilidades do empreendedorismo individual pode fornecer elementos que ajudem a fomentar o empreendedorismo, entendido neste ponto como uma alternativa mais segura do que o trabalho informal. Ademais, incentivar a adesão de trabalhadores autônomos e informais ao sistema de Microempreendedor Individual (MEIs) por meio do processo inovador possibilita que os trabalhadores tenham acesso a direitos trabalhistas, como o auxílio-doença, além de maiores oportunidades de crédito, o que pode fomentar a economia, principalmente a nível local.

⁴ O Objetivo 9 estabelece “Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação”. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91863-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustentavel>. Acesso em: 7 fev. 2023.

⁵ O Objetivo 1 estabelece “Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares”. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91863-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustentavel>. Acesso em: 7 fev. 2023.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A seguir será apresentado o referencial teórico utilizado nesta pesquisa junto aos principais fundamentos que estarão presentes no estudo. Para tanto, esta seção contextualiza a chamada “sociedade do conhecimento” abordando seus conceitos centrais. Posteriormente abordar-se-á o processo de inovação, seus elementos, estrutura, tipos e aplicações e em seguida o empreendedorismo, com ênfase nos microempreendedores individuais (MEIs).

2.1 SOCIEDADE DO CONHECIMENTO: EVOLUÇÃO HISTÓRICA E PRINCIPAIS CONCEITOS

Esta seção apresenta o contexto da sociedade do conhecimento com ênfase em sua evolução histórica e seus principais conceitos e delineamentos. Esta primeira etapa do referencial teórico está dividida em três subseções. Em um primeiro momento analisar-se-á de que forma a chamada “sociedade do conhecimento” terá suas raízes históricas na virada do século XVIII para o século XIX com as Revoluções Industrial e Francesa. Prosseguir-se-á nesta seção buscando os principais elementos e conceitos constitutivos da “sociedade do conhecimento”. Na última subseção, procura-se observar como o conhecimento e os avanços técnicos propiciados por ele impactam a humanidade.

2.1.1 Da Revolução Industrial à “sociedade do conhecimento”

A dinâmica da sociedade contemporânea é objeto de estudo dos mais diversos campos científicos. Em um plano global, Hobsbawm (1977) aponta a passagem do século XVIII para o século XIX como um marco de mudanças históricas e sociais, cujo reflexo ainda se vislumbra. Este período destaca-se na história humana com uma dupla revolução: A Revolução Industrial, cujo berço é a Grã-Bretanha, e a Revolução Francesa. Escreve Lucas Jr. (2002) que pela primeira vez na história global, a sociedade mundial conheceu um crescimento econômico sustentável, isto é, um crescimento que se manteve por um longo período – período este compreendido desde o século XVIII, pós-Revolução Industrial, até a atualidade, a despeito de momentos de crise econômica. Nesse ínterim, a renda populacional cresceu e a economia dos países se tornou mais pujante. Após o pioneirismo britânico, a Revolução Industrial se expandiu para a Europa Continental e os Estados Unidos.

Teóricos como Floud, Humphries e Johnson (2014) defendem ser o período da Revolução Industrial o mais importante da história humana desde a revolução agrícola e a domesticação dos animais⁶. Importa ressaltar que durante a Primeira Revolução Industrial muitos avanços técnicos foram promovidos, principalmente na área de produção industrial, com destaque para inovações no ramo têxtil e para a máquina a vapor que permitiram importantes ganhos de produtividade.

Em conjunto com estas inovações técnicas houve importantes mudanças sociais, como ressaltava Hobsbawm (1977). Dentre elas: O crescimento urbano com forte incremento populacional, as mudanças nas condições de vida da população em geral, devido, sobretudo, ao deslocamento da população rural para as cidades, o crescimento na produção de bens de consumo e a organização da sociedade em novos grupos, como a burguesia (Hobsbawm, 1977). Não por acaso, muitos problemas surgiram decorrentes destas transformações. Thompson (1987) cita que o aumento da população urbana entre os séculos XVIII e XIX não foi acompanhada por melhorias na infraestrutura das cidades, que enfrentaram, por exemplo, problemas sanitários como as epidemias. Thompson também ressaltava a exposição de muitos trabalhadores, incluindo crianças e mulheres, a rotinas de trabalho exaustivas.

Nos anos subsequentes a Revolução Industrial, na Grã-Bretanha, e de sua posterior expansão mundial, outros avanços técnicos foram introduzidos. As principais, dentre estas inovações, foi o desenvolvimento do barco a vapor e a grande expansão da malha ferroviária. Este novo período desenvolvimentista, a Segunda Revolução Industrial, conhecerá seu fim somente na Segunda Grande Guerra (Hobsbawm, 1999). Schoenherr (2004) caracteriza o período de avanços técnicos no pós-Segunda Guerra como Terceira Revolução Industrial ou Revolução Digital. Este marco possui como avanços tecnológicos o desenvolvimento dos meios de comunicação, principalmente a internet, e a criação dos primeiros modelos de computadores pessoais.

A partir das bases lançadas na Revolução Industrial no século XVIII chega-se ao momento atual, denominado por Schwab (2017) de Quarta Revolução Industrial. Este é um período marcado pela difusão da internet, pelo processo de automação industrial em grande escala e pela expansão da comunicação interpessoal e organizacional. Drucker (1996), Mansell e When (1998), Castells (1999), Bauman (2001) e Halévy (2010) vislumbrando as mudanças

⁶ Revolução Neolítica: transição em grande escala de grupos humanos de uma cultura nômade para a sedentária, com domesticação de plantas e animais.

provocadas pela chamada Terceira Revolução Industrial, mas sobretudo pela Quarta Revolução, explicam como ocorreu e ainda ocorre a passagem de uma sociedade de base industrial para uma sociedade cujo principal capital é o conhecimento. De acordo com esses autores, esse foi um ponto de viragem importante na história ao longo dos últimos 40 anos que produziu mudanças que podem ser sentidas nos mais diversos campos da sociedade, do âmbito econômico ao social.

2.1.2 A sociedade da informação e do conhecimento

Mesmo antes da difusão dos meios de comunicação, que começou no pós-Segunda Guerra e permaneceu ao longo do século XX e início do século XXI, alguns teóricos já se debruçavam sobre a interpretação do conhecimento como capital essencial. Phillips *et al.* (2017) apontam que autores como Joseph Schumpeter já relatavam a importância do capital informacional. Em 1962, Fritz Machlup publica *The production and distribution of knowledge in the United States*. Neste trabalho, ele versa sobre a produção do conhecimento nos Estados Unidos tratando-o como um recurso. Já em 1973, Daniel Bell publica o livro “O advento da sociedade pós-industrial” no qual trabalha questões como as mudanças sociais de uma sociedade em estágio de superação da base industrial.

Nas últimas décadas do século XX surgem outros termos para designar a dinâmica da sociedade contemporânea. Uma das expressões mais utilizadas na nomeação da sociedade atual é “sociedade em rede” presente no trabalho de Castells (1999). Existe ainda o termo “sociedade pós-industrial” elaborado por Drucker (1996) e a expressão “modernidade líquida” cunhada por Bauman (2001). Embora nomeiem de diferentes maneiras e percebam diferenças no processo, existe consenso entre estes autores sobre o fato de que a dinâmica da sociedade contemporânea vem se modificando. E mais, que a origem destas transformações está na Revolução Industrial dos séculos XVIII e XIX e que elas se aceleraram nas últimas décadas do século XX.

De modos diferentes, Castells (1999), Drucker (1996), Rodriguez y Rodriguez (2002) e Bauman (2001) enxergam a passagem de uma sociedade de base industrial para uma sociedade informacional, isto é, uma sociedade na qual a informação se torna o capital mais importante e os grupos que a detêm são aqueles com maior poder. Rodriguez y Rodriguez (2002) fazem importante ressalva sobre o capital informacional. Na sociedade de base industrial, o conhecimento e a informação também eram um capital importante. Porém, segundo os autores, durante a transição entre os tipos de sociedade, o capital informacional passa a ser

compartilhado de maneira ampla por pessoas e organizações e em maior velocidade. Castells (1999), por sua vez, argumenta que embora a sociedade contemporânea tenha como principal recurso de sua dinâmica o capital informacional, atividades como indústria, comércio e agricultura não deixam de ser importantes, pelo contrário, com o uso correto das informações e tecnologias pode haver aumento de produtividade nestes setores.

Citar-se-á outras características importantes da chamada “sociedade do conhecimento”. Uma de suas bases é a difusão das tecnologias, principalmente após o início do século XXI. Aparelhos de telefonia móvel, computadores pessoais e conexões em redes de alta velocidade de transmissão de dados foram inseridos no cotidiano individual e organizacional. Intrinsecamente ligado à difusão dos meios de informação e novas tecnologias, o processo de inovação passa a ser estimulado no processo produtivo de maneira intensa (Branca *et al.* 2022; Adolf; Stehr, 2017). Por essa razão, organizações contam com aplicações e programas que auxiliam no processo produtivo. O uso de ferramentas de *Business Intelligence* permite avaliar consistentemente os processos organizacionais e melhorá-los. Outra inovação utilizada por diversas organizações é o *Big Data* que permite a visualização de dados e informações em enormes quantidades, diferentes formatos e em alta velocidade (Watson, 2014). O **Quadro 1** sintetiza as principais diferenças entre a “sociedade industrial” e a “sociedade do conhecimento”.

Quadro 1 - Diferenças entre a “sociedade industrial” e a “sociedade do conhecimento”

SOCIEDADE INDUSTRIAL	SOCIEDADE DO CONHECIMENTO
Trabalho não-especializado	Trabalho especializado com base em conhecimento
Tarefas repetitivas	Trabalho inovativo e com sentimento
Treinamento como evento pontual	Educação e capacitação contínua
Trabalho individual	Times e equipes de trabalho
Organização funcional	Times de projetos autogerenciáveis
Visão segmentada e especializada	Especialista com visão sistêmica
Poder nos chefes	Poder nos clientes e trabalhadores do conhecimento
Coordenação superior	Coordenação entre pares

Fonte: Rodriguez y Rodriguez, 2002. Elaboração com adaptações do autor (2023).

Phillips *et al.* (2017) trazem exemplos de organizações que integram a “sociedade do conhecimento” e como elas fazem uso amplo da tecnologia. Os autores citam, por exemplo, a

Uber, empresa de transporte veicular que opera através de aplicativos, e a *Netflix* que usa as informações de milhões de clientes para operar sua plataforma de *streaming*⁷.

As transformações sociais apontadas por Drucker (1996), Castells (1999) e Bauman (2001) estão ligadas ao desenvolvimento de novas tecnologias da informação e comunicação. A difusão destas ferramentas provoca mudanças sociais que tangem sobre a forma como o conhecimento é construído e compartilhado, como também implica em mudanças nas relações sociais (Baumgarten *et. al*, 2007). Entretanto, existem desafios como a desigualdade no acesso às tecnologias. Vê-se no trabalho Mendonça, Crespo e Simões (2015) que a desigualdade de acesso atinge países considerados desenvolvidos, como é o caso de Portugal⁸. Partindo do caso português, pode-se vislumbrar que se a desigualdade existe em países desenvolvidos, podendo ser ainda maior em países em desenvolvimento, como o Brasil. Conforme demonstra a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Continuada (PNAD C) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2019, cerca de 20% dos domicílios brasileiros não possuíam acesso à internet (IBGE, 2021). Este dado indica que a desigualdade do acesso as tecnologias é um dos desafios da “sociedade do conhecimento”.

2.1.3 Conhecimento, inovação e seus impactos sobre a humanidade

O conhecimento e seus desdobramentos, isto é, as modificações provocadas por ele, afetam a sociedade em diferentes campos, possibilitando, dentre outras, mudanças na forma de produção e comunicação entre as pessoas. Analisando sob uma perspectiva histórica, o conhecimento, a ciência e a inovação estão ligadas e presentes no desenvolvimento da sociedade. Este trabalho enfatiza o conhecimento e a inovação construídos desde a Revolução Industrial até a atualidade com o intuito de relacioná-los com uma série de transformações sociais. Este recorte temporal se faz necessário uma vez que Castells (1999) e Hobsbawm (1999) percebem o embrião da sociedade contemporânea neste período histórico.

O intervalo que engloba desde a Primeira Revolução Industrial, entre os séculos XVIII e XIX, até a atualidade, compreende uma série de avanços do conhecimento em diferentes áreas. É interessante observar como este conhecimento proporcionou mudanças na vida dos

⁷ Tecnologia de transmissão de dados de diferentes formatos pela internet, principalmente áudio e vídeo em fluxo contínuo.

⁸ Mendonça, Crespo e Simões (2015) apresentam resultados que apontam que existe uma variação e desigualdade no acesso e no conhecimento de tecnologias, isto é, a inclusão digital não alcançou todos os portugueses de maneira igualitária.

seres humanos e em suas relações. Por isso, o objetivo desta seção é analisar como o conhecimento foi aplicado em diferentes áreas da sociedade considerando seu momento histórico⁹. Como dito anteriormente, durante a Revolução Industrial, as inovações criadas impactaram diretamente a sociedade, pois transformaram as formas de produção, deslocamento e comunicação vigentes até então. A invenção da máquina à vapor e das locomotivas é um exemplo disso. Como Hobsbawm (1999) e Thompson (1987) analisam, este primeiro movimento de industrialização levou a um crescimento populacional das cidades alimentado pelo fluxo migratório dos trabalhadores advindos do campo e isso causou uma mudança na forma de organização das sociedades.

No contexto produtivo e sob o recorte temporal escolhido, podemos citar diferentes inovações técnicas. Além da máquina à vapor, citada anteriormente, também temos o tear mecânico, responsável por transformar a indústria têxtil britânica no início da Revolução Industrial. Isso nos leva às linhas de montagens fordistas no início do século XX, chegando atualmente à chamada Indústria 4.0 (ou Quarta Revolução Industrial) que utiliza altos níveis de automação e tecnologias de inteligência artificial, bem como o *big data* e a “internet das coisas”¹⁰ que permite uma integração ágil entre os membros da cadeia de valor (Schumacher, Erol e Sihn, 2016), além da contínua digitalização dos processos de um negócio (Lorenz *et. al*, 2020).

Outra transformação significativa, no tocante às mudanças nos processos de industrialização e dos modos de produção, foi a alteração nas fontes de energia utilizadas. Durante a Primeira Revolução Industrial a fonte de energia típica era o carvão, no entanto, como ressalta Carvalho (2014), as fontes de energia passaram e vêm passando por diferentes modificações. Ainda que o carvão continue a ser utilizado em alguns setores da indústria, como usinas termoeletricas e produtoras de cimento, fontes de energia renováveis como a eólica e a solar adquiriram centralidade na matriz energética nas últimas décadas.

No recorte temporal explorado, isto é, da Primeira Revolução Industrial até os dias atuais, podemos identificar em outros campos de conhecimento, como nos estudos da saúde e da medicina, avanços igualmente importantes que também impactaram diretamente a sociedade

⁹ No entanto, é importante pontuar que, mesmo antes da Revolução Industrial, houve marcos importantes que contribuíram para a difusão do conhecimento. A invenção do sistema mecânico de imprensa por meio de tipos móveis, desenvolvido por Gutenberg ainda no século XV, propiciou que o conhecimento advindo dos livros até aquele momento pudesse ser copiado manualmente e com isso se expandir (McLuhan, 2011)

¹⁰ Interconexão de dispositivos físicos, incluindo aparelhos domésticos, com capacidades computacionais. (Carrion e Quaresma, 2019)

e a vida humana. Nesta área específica, o conhecimento avançou de maneira significativa nos últimos 200 anos, proporcionando a descoberta de formas de transmissão de doenças, o primeiro antibiótico (a penicilina) por Alexander Fleming ainda nas primeiras décadas do século XX, dos primeiros transplantes de órgãos e de novos fármacos e vacinas (Ujvari e Adoni, 2014). O impacto imediato do avanço do conhecimento médico pode ser observado através do crescimento da longevidade humana e da diminuição das taxas de mortalidade.

Na área de comunicação, os avanços obtidos proporcionaram maiores oportunidades de interação por diferentes meios, iniciando pelo telefone, passando pelos meios de comunicação em massa do início do século XX, como o rádio e a televisão, chegando à internet e aos aparelhos de telefonia móvel já na segunda metade deste mesmo século. Como ressalta Castells (1999), o avanço das tecnologias de informação e comunicação influencia o modo de vida da sociedade contemporânea, uma vez que estes avanços permitem que as pessoas estejam interconectadas e interrelacionadas em múltiplos canais vivendo em uma “sociedade em rede”.

Na esteira dos avanços técnicos apontados nesta seção, observa-se que todos eles ocorrem por meio do avanço do conhecimento e da ciência. O impacto que o conhecimento, a ciência e a inovação têm sobre a humanidade é direto, desde a saúde até a forma de comunicação e relacionamento. Entretanto, é importante ressaltar que os avanços técnicos ligados ao desenvolvimento do conhecimento e da ciência nem sempre impactam de forma positiva a sociedade à exemplo do desenvolvimento desequilibrado de indústrias e dos conglomerados urbanos que podem prejudicar o meio ambiente.

Desde a Primeira Revolução Industrial até a atualidade foi possível observar diferentes avanços em distintas áreas do conhecimento. Para Schwab (2017), a sociedade contemporânea passa por uma Quarta Revolução Industrial que difere das revoluções anteriores por conjugar o mundo físico, digital e biológico, desta feita, ressignificando também o pensamento do que é ser humano e seu relacionamento com a sociedade.

A partir de diferentes perspectivas teóricas constata-se que a sociedade contemporânea passa por um novo ciclo de mudanças e adaptações. Atualmente, as pessoas têm modificado seu modo de se relacionar, se organizar e pensar. As inovações vêm sendo sobrepujadas e estas rápidas transformações influenciam as organizações quando, por exemplo, ocorre a valorização do trabalho inovativo e do capital intelectual. Por isso, o estudo da influência das inovações, sejam elas tecnológicas, de processo ou outras nas organizações se faz necessário.

2.2 INOVAÇÃO E O CAMPO DAS ORGANIZAÇÕES

O objetivo central desta seção é definir o conceito de inovação, identificar seus elementos constitutivos e estabelecer a relação entre ele e as organizações. Em um segundo momento, serão explorados os diferentes tipos de inovação e suas possíveis aplicações. Como observado nas seções anteriores, a Revolução Industrial não somente impactou a vida dos indivíduos, mas também se tornou um marco de mudança na forma como as pessoas se relacionavam e se organizavam.

O referencial teórico usado neste trabalho privilegiará as teorias schumpeteriana e neoschumpeteriana acerca da relação entre economia, organizações e inovações. O economista austríaco Joseph Schumpeter vislumbra a inovação como forma de ruptura de ciclos econômicos e fonte de possível vantagem competitiva para as organizações, diferentemente de outras correntes teóricas como a neoclássica¹¹. Para a teoria schumpeteriana, a inovação é rompedora de ciclos, pois ela pode ser trabalhada diretamente no contexto da sociedade do conhecimento, onde as mudanças e inovações ocorrem de maneira acelerada e o capital informacional é ponto central (Schumpeter, 1982). Por isso, essa teoria vem se tornando um *framework* de referência nos estudos de inovação (Callegari e Nybakk, 2022).

A inovação também é uma preocupação internacional, já que o tema faz parte da Agenda 2030 da ONU (ONU BRASIL, s/d (b)) mais especificamente no seu Objetivo 9 cujo título é “Indústria, inovação e infraestrutura”. Algumas das metas definidas por esse objetivo são: Fortalecer a pesquisa científica, facilitar o desenvolvimento de infraestrutura sustentável, apoiar o desenvolvimento tecnológico e melhorar o acesso as tecnologias da informação.

2.2.1 Inovação: definições e aplicações em organizações

Aqui, busca-se delinear o conceito de inovação e apontar as possibilidades de aplicação do conceito no ambiente organizacional. Para empreender este esforço analítico, procurar-se-á trazer um panorama da construção do conceito de inovação ao longo da história e como ele foi aplicado em determinadas circunstâncias. Parte-se da premissa de que, historicamente, os debates sobre o conceito de inovação começaram a ser empreendidos com mais vigor no início

¹¹ Esta teoria defende uma economia estática, equilibrada e que privilegia a alocação eficiente, não colocando a inovação como cerne da discussão. Ela foi capitaneada em um primeiro momento por Alfred Marshall (Strauss, 2019).

do século XX sob a influência das contribuições basilares de Joseph Schumpeter (Varela, Medeiros; Silva Junior, 2012; Martin, 2012; Paiva *et.al*, 2018)

Para entender o conceito de inovação é preciso adotar uma perspectiva holística, ou seja, um olhar integrado sobre a forma como as organizações, a economia e o sistema capitalista se relacionam. Para Schumpeter (1982) a economia não é estática, ao contrário, ela é dinâmica. O autor entende e valoriza a irrupção de ciclos dentro da economia, assim, a inovação e aqueles que a conduzem, chamados por Schumpeter de “empreendedores inovadores”, são os artífices do modelo dinâmico da economia ao proporcionarem o desequilíbrio na estabilidade econômica.

Após Schumpeter introduzir o tema da inovação no campo econômico e por consequência no campo organizacional, diferentes autores teorizaram a temática, ora se aproximando ora se afastando da teoria pensada pelo economista austríaco. Martin (2012) analisa que esta influência é perceptível em certas áreas de conhecimento, tais como a Sociologia, a Economia e a Administração. O autor argumenta que os estudos influenciados pela teoria schumpeteriana se dividem em dois grupos: a primeira geração, nomeada como “pioneiros”, e a segunda geração que desenvolve uma série de “estudos maduros” (Martin, 2012).

No final do século XX, em especial entre os anos 1970 e 1980, alguns autores classificados como neoschumpeterianos se reaproximam das ideias centrais de Schumpeter. As teorias schumpeteriana e neoschumpeteriana surgem como contrapontos a teoria neoclássica que prevê uma economia estática, equilibrada e que privilegia a alocação eficiente. O **Quadro 2** indica alguns autores classificados como neoschumpeterianos e suas obras:

Quadro 2 - Autores neoschumpeterianos e suas principais obras

AUTOR	PRINCIPAIS OBRAS
Dosi, G. (1953 -)	DOSI, G. Technological paradigms and technological trajectories. A suggested interpretation of the determinants and directions of technical change, <i>Research Policy</i> , 11(3):147-162, 1982
Nelson, R. R. (1930 -)	NELSON, R. R; WINTER, S.G. An Evolutionary Theory of Economic Change. 1982
Freeman, C. (1921-2010)	FREEMAN, C. The national system of innovation in historical perspective. <i>Cambridge Journal of Economics</i> , v. 19, n. 1, p. 5-24, 1995
Perez, C. (1939 -)	PEREZ, C. Catchin up in technology: entry barriers and Windows of opportunity. In: IN DOSI, G et. al. <i>Technical Change and Economic Theory</i> .

Fonte: elaborado pelo autor com base em Corazza e Fracalanza (2004) e Martin (2012).

A aproximação com o campo dos estudos da inovação requer o mapeamento de alguns conceitos. Primeiramente é preciso definir propriamente o conceito de inovação. Para Schumpeter (1982) inovação é a introdução de um novo produto ou a recombinação de algo existente. Para que ocorra a inovação, segundo o autor, algumas condições devem ser previamente satisfeitas, entre elas: A existência de novas e vantajosas possibilidades econômicas para a introdução da inovação; acesso limitado a essas possibilidades e; um certo equilíbrio econômico que propicie o planejamento desta inovação. Na esteira do conceito schumpeteriano de inovação, o Manual de Oslo, documento elaborado pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), considera inovação como a:

(...) introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado, no que se refere às suas características ou usos previstos, ou ainda, à implementação de métodos ou processos de produção, distribuição, marketing ou organizacionais novos ou significativamente melhorados (Brasil, 2005, p.54)

Outro importante conceito popularizado por Schumpeter e utilizado no campo de estudos da inovação é o de “destruição criadora” ou “destruição criativa” que apareceu pela primeira vez no trabalho de Werner Sombart (Reinert e Reinert, 2006). Schumpeter utiliza este conceito para explicar o processo interno não planejado e não intencional que permite que novos atores surjam e suplantem os atores antigos e já estabelecidos, sobretudo por meio das inovações (Schumpeter, 2013; Loesche; Torre, 2020).

Uma das representações do conceito de destruição criativa foi feita por Castells (1999) que, por meio da ligação entre o conceito popularizado por Schumpeter e de sua teoria de “sociedade em rede”, interpreta os motivos do capitalismo investir em determinadas regiões em detrimento de outras. Segundo Castells, a sociedade em rede permite fluidez e aceleração tanto do nascimento quanto da difusão das inovações devido, em parte, a alta conectividade global, que fortalece o compartilhamento das informações e dessa forma, a destruição criativa (Kizilhan e Kizilhan, 2016).

Importa ressaltar, tal como La Rovere (2006), que a teoria econômica neoclássica diferentemente da neoschumpeteriana, entende a inovação como um processo exógeno, isto é, externo às organizações. Para os neoclássicos, a inovação ocorrerá pelo lado da oferta, como desenvolvimento de produtos, ou da demanda, por meio da preferência de clientes e consumidores. Strauss (2019) interpreta a teoria neoclássica como uma teorização que representa um reducionismo, isto é, diminui a importância das relações sociais e tecnológicas.

Por outro lado, Schumpeter e os neoschumpeterianos enxergam a inovação e seus processos como coisas intrínsecas às organizações. Neste caso, a inovação funcionaria como o motor do desenvolvimento, diferentemente do apregoado pelas teorias clássicas, marxistas, neoclássicas e keynesiana que enxergam este motor na acumulação de capital e na mecanização (Fageberg, 2002). Segundo La Rovere (2006), os neoschumpeterianos enxergam as inovações, os processos inovativos e sua difusão como fatores explicativos essenciais para o entendimento dos ciclos do capitalismo e do desenvolvimento.

Bergek *et al.* (2013) ressaltam que tanto a inovação quanto a destruição criativa são centrais na literatura sobre o desenvolvimento tecnológico nas organizações. Para além do conceito original advindo da teoria schumpeteriana, estes autores entendem que o processo de destruição criativa impulsiona as organizações estabelecidas a continuarem seu desenvolvimento de inovações. Neste cenário, surge o *framework* do *technological innovation system* (TIS) ou, em tradução literal, sistema de inovação tecnológica. Para Carlsson e Stankiewicz (1991, p. 111 – tradução do autor) o TIS pode ser definido como: Uma “rede de agentes que interagem na área econômica/industrial sob uma infraestrutura institucional particular e envolvidos na geração, difusão e utilização da tecnologia¹²”. Shubbak (2019), ao estudar o sistema de inovação tecnológica em usinas fotovoltaicas chinesas, divide o conceito de TIS em três níveis: O nível nacional, cujos principais autores são Nelson, Freeman e Lundvall; o nível local, cujo autor expoente é Cooke; e, por fim, o nível setorial, onde Shubbak cita Carlsson e Stankiewicz e Malerba.

As inovações podem ser aplicadas dentro do contexto organizacional como uma ferramenta de vantagem competitiva. Um exemplo da aplicação do *framework* TIS pode ser encontrado no trabalho de Lazarevic, Kautto e Antikainen (2020) sobre a indústria finlandesa de construção com madeira. Segundo os autores, o fato de a indústria finlandesa ter obtido vantagem competitiva pode ser analisado como resultante de um processo de evolução do sistema de inovação tecnológica, somado ao desenvolvimento de conhecimento, a inovação de processos e técnicas e a participação ativa de outros agentes tais como integrantes do poder público que influenciam e incentivam a inovação por meio de políticas públicas.

¹² No original: “network of agents that interact in the economic/industrial area under a particular institutional infrastructure and involved in the generation, diffusion and use of technology” (Carlsson; Stankiewicz, 1991)

Observa-se que na “sociedade em rede” (Castells, 1999), as inovações e o trabalho inovativo são valorizados. Dessa forma, a abordagem neoschumpeteriana e o *framework* do *technological innovation system* (TIS) podem ser conjugados com a lógica de sociedade proposta por Castells e outros autores que partilham das ideias de Schumpeter e vislumbram a inovação como motor do desenvolvimento econômico e organizacional.

2.2.2 Tipos de Inovação

A seção anterior apresentou o conceito de inovação e a forma como ele e seus processos podem ser fonte de vantagem competitiva organizacional. Além disso, mostrou que a inovação é um elemento central na “sociedade de conhecimento”. Esta subseção propõe identificar os tipos e fontes de inovação, suas possíveis aplicações e se as combinações de tipos de inovação influenciam na performance da organização.

De modo geral, existem quatro tipos de inovação (**Quadro 3**), a saber: Produto, processo, marketing ou inovação organizacional (Brasil, 2005; Tavassoli e Karlsson, 2016). Cada um dos tipos de inovação possui características e processos próprios de criação, desenvolvimento e aplicação.

Quadro 3 - Tipos de inovação e suas características

TIPO DE INOVAÇÃO	CARACTERÍSTICAS
Produto	Introdução de novo produto ou serviço, melhorado em relação a facilidades de uso, capacidades etc.
Processo	A inovação de processo é marcada pela inserção de novos métodos de produção ou distribuição.
Marketing	Implementação de estratégia ou conceito de marketing diferente da até então existente na empresa.
Inovação organizacional	Novo método de organização da empresa em relação a suas práticas, por exemplo, na tomada de decisão.

Fonte: elaborado pelo autor com base em Tavassoli e Karlsson (2016).

Tavassoli e Karlsson (2016), Arranz *et al.* (2019) e Zhang (2022) analisam como a complementaridade dos tipos de inovação pode ser benéfica para as organizações, melhorando sua performance. Segundo Arranz *et al.* (2019) a performance da empresa melhora se as inovações de produto e processo forem acompanhadas de inovações organizacionais. Zhang

(2022), por sua vez, analisa como estratégias de combinação de tipos de inovação impactaram positivamente a performance de pequenas e médias empresas chinesas.

Além dos quatro tipos iniciais, as inovações podem ser categorizadas sob outras perspectivas como, por exemplo, nos modelos de inovação incremental ou radical. Assim como os tipos de inovação, os modelos de inovação também possuem definições e características particulares e têm em comum o fato de serem atividades que proporcionam a criação de conhecimento (UN, 2010). Velu e Jacob (2016) e Velu e Stiles (2013) diferenciam a inovação incremental da radical a partir do grau de mudança que elas implicam na organização. Segundo os autores, a inovação incremental altera pouco o produto, serviço ou processo, e pode ser comparada a uma espécie de atualização do que já existe. Já a inovação radical, introduz mudanças mais drásticas e perceptíveis. Por exemplo: Se uma empresa A, que atua na fabricação de bebidas, percebe que um ajuste em seu processo produtivo pode reduzir a perda do produto e decide implementá-lo, ela realiza uma inovação incremental com efeito direto na produtividade. Se essa mesma empresa decide, após realizar certos estudos, explorar o nicho de alimentos congelados, ela modifica seu mercado, seu processo e seus modelos, o que implica em uma inovação radical.

A inovação disruptiva, conceito trabalhado por Bower e Christensen (1995) e revisitado por Christensen, Raynor e McDonald (2015), consiste em inovações (sejam elas de produto, processo ou outro tipo) que provocam ruptura de padrões em mercados já estabelecidos. No estudo de 2013 (p.5), Christensen, Raynor e McDonald entendem a disrupção como um “processo pelo qual uma empresa menor e com menos recursos é capaz de desafiar com sucesso os negócios estabelecidos”. Isso significa que na medida em que empresas já estabelecidas procuram melhorar seus produtos e serviços para os clientes já adquiridos, essas empresas acabam por abrir brechas de segmentos que podem ser exploradas por empresas menores. Importante ressaltar que neste mesmo estudo, os autores avaliam que nem sempre empresas de “inovação disruptiva” conseguem se desenvolver de maneira sustentável ao longo do tempo.

As plataformas de *streaming* (de filmes, músicas ou séries) são um bom exemplo de como funcionam as ideias de Christensen sobre a inovação disruptiva. Essas plataformas promoveram uma ruptura de padrões de consumo, ao fazer com que muitas pessoas optassem por consumir entretenimento por meio de aplicativos ou serviços de *streaming* e suas empresas passaram a dominar o mercado competindo com as empresas já estabelecidas, como o caso de canais de televisão abertos. O caso das plataformas de filmes e músicas é emblemático, pois elas quase fizeram desaparecer grandes locadoras de filmes e lojas físicas de CDs, o mesmo

acontece em relação aos livros disponíveis em formato digital que afetam diretamente o mercado de livrarias.

Hedman, Larsson e Rönnbäck (2021) expõem que embora as inovações incrementais e radicais teoricamente façam parte de um mesmo processo de desenvolvimento, na prática, o foco em qualidade e eficiência cria um desequilíbrio em favor das mudanças incrementais. Como contraponto, Napierała e Szutowski (2019), que analisam a temática da inovação em empresas turísticas europeias, argumentam que neste setor de mercado específico, quando inovações radicais são implementadas elas trazem retornos para a performance das empresas.

Assim, dado o contexto da “sociedade do conhecimento”, um dos motes do desenvolvimento organizacional está na inovação e no processo inovativo em si. Pensar a inovação, seja do tipo incremental ou radical, deve fazer parte da estratégia de uma organização. Tal como pressupõem Arranz *et. al.* (2019) e Zhang (2022) combinar corretamente os diferentes tipos de inovação pode ser um fator influente de performance para as empresas. Portanto, de acordo com os autores, as organizações devem planejar e implementar sistemas de inovações e um processo inovativo como parte de sua estratégia de desenvolvimento sustentável.

2.2.3 Inovações e a Agenda 2030 da ONU

A Agenda 2030 da ONU é um documento norteador para o desenvolvimento sustentável a nível global. Ela foi aprovada por mais de 190 países e tem com o Brasil como um de seus signatários. O documento tem como um de seus motes o estímulo ao processo inovador, consolidado em seu Objetivo 9 (ODS 9) que estabelece uma relação direta entre a inovação e os negócios. O ODS 9, intitulado “Indústria, inovação e infraestrutura”, é identificado pelo seguinte objetivo central: “Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação”. O ODS 9 possui cinco metas principais, sendo a quinta meta subdividida em três metas menores. Todas as metas possuem indicadores atrelados que podem ser utilizadas para verificar sua aplicabilidade (ONU Brasil, s/d (a)).

A primeira meta do ODS 9 proposto pela ONU diz respeito a melhorar a infraestrutura dos países, incluindo estruturas regionais e fronteiriças. A segunda meta visa promover uma industrialização sustentável, aumentando a participação do segmento industrial no Produto Interno Bruto (PIB) dos países, principalmente nos chamados países em desenvolvimento (ONU Brasil, s/d (b)). A terceira meta do ODS 9 dialoga com os pequenos negócios e o acesso

a serviços financeiros sendo descrita da seguinte forma: “Aumentar o acesso das pequenas indústrias e outras empresas, particularmente em países em desenvolvimento, aos serviços financeiros, incluindo crédito acessível e sua integração em cadeias de valor e mercados” (ONU Brasil, s/d (b)). Existe, portanto, uma preocupação das Nações Unidas em estimular o acesso a créditos financeiros para pequenas indústrias e negócios. A quarta meta estabelecida no objetivo 9 propõe que as indústrias se modernizem e se tornem sustentáveis (ONU Brasil, s/d (b)).

A meta de número cinco é voltada para o estímulo e maior acesso as novas tecnologias e processos inovadores, principalmente nos países em desenvolvimento, caso do Brasil:

“Fortalecer a pesquisa científica, melhorar as capacidades tecnológicas de setores industriais em todos os países, particularmente os países em desenvolvimento, inclusive, até 2030, incentivando a inovação e aumentando substancialmente o número de trabalhadores de pesquisa e desenvolvimento por milhão de pessoas e os gastos público e privado em pesquisa e desenvolvimento” (ONU Brasil, s/d (b))

É possível perceber pela leitura das metas propostas pelas Nações Unidas, que a Agenda 2030 tem como um de seus principais pontos a tentativa de equalizar os processos inovadores em todos os países, estimulando o acesso a produtos financeiros e incentivando a pesquisa científica de maneira global. Pensando nisso, Dutra, Conti e Da Silva Filho (2021) traçam um paralelo entre os objetivos 9 e 11 da Agenda 2030 com a economia criativa, conceito atrelado a um modelo de negócio voltado e desenvolvido principalmente pelo capital intelectual dos empreendedores, produzindo tanto bens tangíveis quanto intangíveis (SEBRAE, 2014).

Os autores analisam casos de três cidades, Manaus, Salvador e São Paulo, traçando como cada um se alinhava aos ODS 9 e 11 da ONU. Ao analisar o caso de uma feira de natal em Manaus, por exemplo, a organização responsável pelo evento, ao promover a feira em um local de infraestrutura adequada, se alinhou a meta 9.1 (“Desenvolver infraestrutura de qualidade, confiável, sustentável e robusta, incluindo infraestrutura regional e transfronteiriça, para apoiar o desenvolvimento econômico”) e ao item 9.3 propiciando maior acesso a formas de renda principalmente aos pequenos negócios de artesanato participantes da feira (Dutra, Conti e Da Silva Filho, 2021).

O objetivo 9 ainda pode ser estudado pela perspectiva do desenvolvimento local e regional. Brodny e Tutak (2023) estudam como as metas da ODS 9 vem sendo implementadas em 16 regiões diferentes da Polônia. Os pesquisadores analisam e comparam as diferenças regionais, discutindo como as implementações do objetivo caminham de forma desigual entre

as regiões polonesas, Brodny e Tutak ainda discutem a relação entre os níveis de inovação e industrialização e o padrão da qualidade de vida nas regiões estudadas.

Interessa perceber que assim como outros objetivos da Agenda 2030, também o objetivo 9 dialoga de maneira multidisciplinar com outros objetivos como o ODS 8 (“Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos”) e o ODS 11 (“Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis”).

2.3 MEI E EMPREENDEDORISMO

Esta seção procura explicitar, primeiramente, o conceito de empreendedorismo e seus tipos, com ênfase na perspectiva econômica do empreendedorismo em sua forma individual. Em seguida, busca-se vincular o empreendedorismo com a inovação. Depois, analisar-se-á o empreendedorismo e a inovação no contexto da “sociedade do conhecimento”, que segundo Castells (1999) e Drucker (1996), é o momento no qual o capital informacional ganha precedência sobre outros tipos clássicos de capital. Ainda nesta seção apresentar-se-á algumas pesquisas internacionais e nacionais que envolvem os dois elementos descritos.

A escolha do objeto específico, a saber, os microempreendedores individuais (MEIs), se deve ao fato de que o empreendedorismo em sua forma individual pode constituir uma alternativa a necessidade de obter renda (Reynolds *et. al.* 2002). Segundo projeções do “Atlas dos Pequenos Negócios” produzido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), a importância dos microempreendedores individuais (MEIs) para a economia brasileira foi de cerca de R\$ 140 bilhões em 2022 (SEBRAE, s/d).

2.3.1 Definições de Empreendedorismo e MEI

Como primeira etapa desta subseção, procurar-se-á explorar as origens do conceito de empreendedorismo para em seguida desenvolvê-lo e buscar os papéis e tipos de empreendedor. Optou-se neste trabalho por privilegiar uma visão econômica do empreendedorismo e principalmente aportes teóricos que vislumbrem a relevância da atividade empreendedora na economia e que liguem o empreendedorismo e a figura do empreendedor com a inovação.

Landström e Benner (2010) e Landström *et. al.* (2020) revisam a origem histórica dos conceitos de empreendedor e de empreendedorismo como objeto de estudo. Segundo estes autores, os primeiros usos dos termos remontam a Cantillon¹³ no século XVIII, ao lado de ideias que foram trabalhadas também por fisiocratas franceses como Quesnay¹⁴. Já no século XIX e no início do século XX, importantes nomes da economia como Alfred Marshall, da teoria neoclássica, e Schumpeter utilizaram e desenvolveram estes conceitos. Landström *et. al.* (2020) defendem que após a Segunda Grande Guerra houve um fortalecimento do empreendedorismo como campo de estudo.

Metcalfé (2004) aponta que estudar o conceito de empreendedorismo não é tarefa simples uma vez que inexiste uma definição unívoca do termo. Partindo do apontamento de Metcalfé, Landström *et. al.* (2020) definem três correntes principais para o entendimento do conceito moderno de empreendedorismo, a saber: 1) Empreendedorismo como função de mercado; 2) Empreendedorismo a partir da lógica do indivíduo e 3) Empreendedorismo como processo. Cada uma dessas correntes possui raízes em disciplinas diferentes. Enquanto o empreendedorismo como função de mercado é trabalhado, sobretudo, pela perspectiva dos economistas, aqueles que interpretam o empreendedorismo pela lógica individual são, de maneira geral, autores das áreas das ciências comportamentais.

Para Schumpeter (1939, 1982) empreender significa inovar criando condições para modificação de cenários, sejam eles setores de mercado, atividades ou mesmo territórios. A teoria do desenvolvimento econômico de Schumpeter depende da figura do empreendedor e do empreendedorismo, pois, segundo o autor, o empreendedor supera as incertezas econômicas. Por outro lado, Kirzner (2015), embora partidário da ideia de empreendedorismo como função mercadológica, enxerga o empreendedor como agente criador das incertezas e imperfeições de mercado. Já Drucker (1998) argumenta que o empreendedor, e assim o empreendedorismo, estão ligados à ampliação da visão de negócios, a assunção de riscos e a exploração das oportunidades que as mudanças econômicas geram.

Segundo Stam (2009), a visão geral do conceito de empreendedorismo está relacionada com a percepção de interação entre um ambiente (como “provisão de capital de risco e demanda crescente”) e os valores pessoais dos empreendedores (“propensão a riscos e necessidade de conquista”). Conforme aponta o autor, o processo de empreendedorismo então depende da

¹³ Economista franco-irlandês, autor de *Essai sur la Nature du Commerce en Général*. Influenciou diferentes economistas posteriores como Schumpeter.

¹⁴ Economista francês. Um dos principais fisiocratas franceses, grupo de teóricos econômicos.

combinação destes elementos. Ele reconhece que a literatura atribui diferentes papéis ao empreendedor e que estes, por sua vez, estão ligados a proposições de distintos teóricos. Embora ressalte que estes autores enxergam principalmente os papéis positivos do empreendedor, Stam consegue sintetizar suas contribuições (**Quadro 4**).

Quadro 4 - Papel do empreendedor e autores

PAPEL DO EMPREENDEDOR	AUTOR
Pessoa que assume o risco associado a incerteza	Knight
Inovador	Schumpeter
Tomador de decisão	Casson
Líder industrial	Schumpeter
Organizador e coordenador de recursos econômicos	Marshall
Árbitro	Kirzner
Alocador de recursos por meio de usos alternativos	Schultz

Fonte: adaptado de Stam (2009).

Para além dos papéis que o empreendedor possui, poder-se-á citar alguns tipos de empreendedorismo e de empreendedores. Segundo Baggio e Baggio (2015) não existe unanimidade em quantificar e conceituar os diferentes tipos de empreendedor. Aqui o foco recai em duas perspectivas principais: O “empreendedor por oportunidade” e o “empreendedor por necessidade” (Reynolds *et. al.*, 2002). O empreendedor por oportunidade é o indivíduo que entra no empreendedorismo por observar negócios atraentes e potencial de crescimento, enquanto o empreendedor por necessidade enxerga no empreendedorismo uma alternativa para suprir a falta de oportunidades no mercado tradicional, especialmente em empregos formais (Udimal *et. al.*, 2020).

No sentido de melhor exemplificar os tipos de empreendedorismo alvos deste trabalho, optou-se por citar dois estudos, o primeiro de Udimal *et. al.* (2020) que pesquisa a temática em países do grupo dos BRICS (bloco formado por Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul) e depois o estudo de Angulo-Guerrero, Pérez-Moreno e Abad-Guerrero (2017) que discorre sobre os países da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico). Estes trabalhos mostram que os estudos sobre empreendedorismo podem ser efetuados em realidades culturais e socioeconômicas distintas, contribuindo para a perspectiva de que o empreendedorismo pode ser tratado em contextos diferentes.

Como exposto, o empreendedorismo pode estar ligado a diferentes orientações e são elas que constituem o elemento-chave para a realização de pesquisas em empreendedorismo. Esta orientação pode estar ligada às diferentes formas de ações e procedimentos que são adotadas pelas empresas e a alguns fatores (**Quadro 5**), tais como: Autonomia, agressividade competitiva, inovação, proatividade e tomada de riscos (Certo *et. al.*, 2009; Rauch *et. al.* 2009, Bolton e Lane, 2012, Jiang *et. al.*, 2018).

Quadro 5 – Orientações do empreendedorismo e definições

ORIENTAÇÃO/FATORES	DEFINIÇÃO
Autonomia	Ação independente empreendida por líderes empreendedores ou equipes direcionadas a concretizar um novo empreendimento. Ligado a independência do empreendedor e a seu potencial.
Agressividade Competitiva	Intensidade do esforço de uma empresa para superar os rivais.
Inovação	Predisposição para a criatividade e experimentação através introdução de novos produtos e serviços, bem como liderança tecnológica via P e D em novos processos.
Proatividade	Uma perspectiva voltada para o futuro e em busca de oportunidades caracterizado por novos produtos e serviços à frente da concorrência e agindo em antecipação à demanda futura.
Tomada de Riscos	Tomar medidas ousadas aventurando-se no desconhecido, emprestando fortemente e/ou comprometendo recursos significativos para empreendimentos em ambientes incertos. Ligado a ousadia e a incertezas de ambiente.

Fonte: Retirado de Rauch *et. al.* (2009), tradução do autor.

As cinco orientações são abordadas por diversos artigos recentes como o de Al-Mamary e Alshallaqi (2022) que analisam como elas influenciam estudantes na abertura de novos negócios na Arábia Saudita e no de Santos-Vijande *et. al* (2022) que analisam como algumas das orientações do empreendedorismo, a saber inovação, tomada de riscos e proatividade, podem combinar para uma melhor performance dos negócios.

Outra categorização possível no tocante ao empreendedorismo e aos empreendedores de pequenos negócios diz respeito ao seu tamanho como empresa e organização. No Brasil, por exemplo, existem dispositivos legais para verificar se uma determinada empresa enquadra-se como de pequeno porte, microempresa ou mesmo se é um microempreendedor individual (SEBRAE, 2021a).

O microempreendedor individual (MEI), segundo a Lei Complementar nº 128/2008, é o empresário que exerce atividades previstas em regulamentação própria e que não é sócio, administrador ou titular de outra empresa (BRASIL, 2006; BRASIL, 2008). A Lei estabelece

que o MEI pode contratar, no máximo, um empregado e que deve auferir renda inferior a R\$ 81.000,00 anuais. Importa ressaltar que segundo a legislação vigente, os MEIs podem optar por um regime de tributação simplificada e podem ter acesso a benefícios previdenciários do governo, como por exemplo, aposentadoria por idade ou invalidez, auxílio-doença e salário maternidade (SEBRAE, 2021b).

Existem diferenças entre microempresa individual, microempresa e empresa de pequeno porte (**Quadro 6**) no que diz respeito aos aspectos próprios de cada tipo, relativos à renda obtida por meio do negócio, as atividades permitidas e ao número de funcionários que podem ser contratados (SEBRAE, 2021a).

Quadro 6 - Diferença entre MEI, Microempresa e Empresa de Pequeno Porte

TIPO DE EMPRESA	FATURAMENTO ANUAL PERMITIDO	ATIVIDADES PERMITIDAS	NÚMERO DE EMPREGADOS QUE PODEM SER CONTRATADOS
Microempreendedor individual (MEI)	Não ultrapassar R\$ 81.000,00 anuais ou R\$ 6.750,00 mensais (proporcional aos meses de funcionamento)	Atividades permitidas de acordo com tabela própria.	No máximo 1 (um).
Microempresa (ME)	Igual ou inferior a R\$ 360.000,00	Não há restrições, todavia, se o regime tributário escolhido for o Simples Nacional, pode haver restrições.	Até 9 (nove) para o comércio e até 19 (dezenove) para indústria.
Empresa de pequeno porte (EPP)	Acima de R\$ 360.000,00 e abaixo de R\$ 4.800.000,00	Não há restrições.	De 10 (dez) até 49 (quarenta e nove) para o comércio e de 20 (vinte) até 99 (noventa e nove) para indústria.

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2021a).

Segundo dados da Receita Federal, o número de MEIs formalizados no Brasil, ou seja, inscritos junto aos sistemas governamentais é de mais de 14 milhões (SEBRAE, s/d). O **Quadro 6** mostra o perfil dos MEIs no Brasil a partir de dados sobre o número de microempreendedores individuais ativos no país divididos por categorias utilizando uma pesquisa amostral realizada pelo SEBRAE em 2022.

Quadro 7 - Dados quantitativos por categoria

CATEGORIA	DADOS QUANTITATIVOS
-----------	---------------------

Faixa etária de maior concentração (30 a 49 anos)	60% da amostra dos ativos
Nível de escolaridade de maior concentração (Ensino médio ou técnico completo)	42% da amostra dos ativos
Sexo de maior concentração (masculino)	55% da amostra dos ativos
Renda obtida pelo MEI (como única fonte de renda do domicílio).	37% da amostra dos ativos
Local de funcionamento – maior concentração (casa)	38% da amostra dos ativos

Fonte: A pesquisa contou com 6.456 respondentes. Elaboração do autor com base em Data Sebrae (2022a; 2022b)

Ao longo desta subseção, verificou-se que inexistem maneiras unívocas de pesquisar sobre empreendedorismo. As variações podem começar pela orientação teórica adotada, seja ela econômica ou comportamental, e ainda, pela perspectiva da oportunidade ou da necessidade, da orientação, da dimensão do negócio, entre outras possibilidades. Também é importante considerar os aspectos legais, socioeconômicos e culturais para adotar o empreendedorismo como objeto de pesquisa. Deste modo, o recorte que será privilegiado neste trabalho é aquele que combina a abordagem econômica e as dimensões micro e individual.

2.3.2 Pesquisas de Inovação e Pequenos Negócios

Nesta subseção analisar-se-á possíveis relações entre as pesquisas de inovação aplicadas e os pequenos negócios. No contexto da “sociedade do conhecimento” e da “sociedade em rede”, a inovação e o trabalho inovativo são elementos fundamentais (Drucker, 1996; 1998; Castells, 1999; Rodriguez y Rodriguez, 2002). Para investigar a relação entre estas áreas, recorreremos a Agenda 2030, documento organizado pelas Nações Unidas e pactuado por 193 países, que se tornou um eixo de referência sobre o desenvolvimento sustentável e que possui como um de seus objetivos o desenvolvimento tecnológico e as pesquisas em inovação (ONU BRASIL, s/d (a)).

O tema inovação e pequenos negócios pode ser discutido por diversas perspectivas. Desde a gestão da inovação, passando por inovação e sustentabilidade, inovação e estratégia, inovação e liderança, dentre outros. A importância da inovação para os pequenos negócios é abordada por diferentes estudos e sob distintos prismas: Alguns têm como ênfase os processos inovativos, enquanto outros prezam pelo destaque ao uso de TIC (tecnologias de informação e comunicação). Entretanto verificar-se-á que a despeito de seu foco, os estudos escolhidos corroboram a ideia da relação direta entre inovação e produtividade.

Segundo o relatório *Promoting innovation in established SMEs* formulado pela OCDE em 2018, a inovação é peça fundamental no crescimento estável de pequenos e médios negócios (OECD, 2018). De acordo com o documento, pequenos negócios que utilizam a inovação como seu elemento-chave são mais produtivos do que aquelas que pagam melhores salários. O mesmo relatório ressalta, por exemplo, que a adoção e o uso correto das TICs (*hardware* e *softwares*) já não são considerados apenas elementos de inovação, mas sim pré-requisitos para a adoção de outras inovações e para o crescimento e performance da empresa, uma vez que contribuem diretamente para a maior eficiência dos gastos e o melhor gerenciamento das atividades (OECD, 2018). Pode-se citar como exemplo da relação entre tecnologias e melhora da performance de pequenas e médias empresas o estudo conduzido por Radicic e Petkovic (2023) ao analisar cerca de 3000 pequenas empresas alemãs constata a melhoria competitiva de empresas que adotam a digitalização de seus processos.

Verifica-se que a relação entre inovação e produtividade parece ser verdadeira mesmo em contextos socioeconômicos distintos, como nos países que compõem a OCDE. Os estudos de Kato-Vidal (2019), com pequenas e médias empresas mexicanas, e de Crespi e Zuniga (2012), com empresas de diferentes portes oriundas de seis países latino-americanos, (Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panama e Uruguai) corroboram esta visão ao mostrar que no contexto de países menos desenvolvidos economicamente a inovação também possui relação direta com a produtividade.

2.3.2.1 Pesquisas internacionais

Em um âmbito global, para além da Agenda 2030 das Nações Unidas, pode-se destacar a existência do GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) criado inicialmente pela *Babson College* (Estados Unidos) e pela *London Business School* (Reino Unido) ainda no final da década de 1990 e início dos anos 2000. Seu último relatório, publicado em 2021, avaliou mais de 100 países em suas capacidades de proporcionar um ambiente favorável ao empreendedorismo e dentre os fatores pesquisados foram observados aspectos tangentes a utilização de inovações (GEM, 2022).

O Boletim Mundo Afora do Ministério das Relações Exteriores (MRE) do Brasil, publicado em 2013, revela iniciativas ligadas a pesquisas de inovação em 26 países de todo o mundo, incluindo Estados Unidos, Alemanha, África do Sul e Filipinas (Brasil, 2023). O documento mostra diferentes instituições trabalhando com pesquisa de inovação, desde

universidades até órgãos de governo. O Boletim revela diferentes perspectivas de pesquisas de inovação variando no conjunto de temáticas e nele também constam diferentes artigos que abordam desde políticas públicas nacionais, em países como Argentina e França, até pesquisas ligadas a setores, como no caso da Noruega, que investiga a ligação entre inovação e a indústria do petróleo. O Boletim ainda trabalha com estudos de casos à exemplo do artigo sobre pesquisas de inovação no Centro de Desenvolvimento de Tecnologias Avançadas (CDTA) da *Georgia Institute of Technology*.

O trabalho de Popescu (2014) observa a relação entre inovação, empreendedorismo e pequenos e médios negócios na Romênia. Já o artigo de Singh *et. al.* (2022), cuja amostra é representativa de 117 pequenas e médias empresas indianas, focou em examinar os impactos dos papéis da inovação e da internacionalização para a cooperação em rede de forma cumulativa e suas relações com a performance da empresa.

2.3.2.2 Pesquisas nacionais

No Brasil, as pesquisas sobre empreendedorismo têm tido espaço em universidades, instituições de terceiro setor e na iniciativa privada. Destaca-se em nosso país as pesquisas conduzidas pelo SEBRAE, entidade privada sem fins lucrativos, no tocante aos micros e pequenos negócios de modo geral, mas também no incentivo a inovação por parte destes empreendedores.

O SEBRAE desenvolve pesquisas contínuas acerca do número e do perfil dos pequenos negócios e suas tendências, observáveis, por exemplo, na ferramenta Data Sebrae. Como ressaltam Alves e Campos (2019), o SEBRAE tem papel fundamental na educação empreendedora no Brasil, atuando em diversos níveis educacionais, passando pelo incentivo a formação de jovens empreendedores, bem como no oferecimento de cursos de capacitação de futuros empreendedores e na formação de empreendedores já atuantes no mercado. Em consulta ao Portal SEBRAE Cursos, verifica-se que existem diversas formações inseridas na temática da inovação e do empreendedorismo¹⁵ (SEBRAE, 2022).

Diversas universidades privadas e públicas também investem em pesquisas de empreendedorismo e inovação, incluindo disciplinas específicas nos cursos de graduação e pós-

¹⁵ Alguns exemplos de cursos são: Como se tornar um microempreendedor individual, Marketing digital para o empreendedor, Como desenvolver produtos e modelos de negócios inovadores, entre outros. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>. Acesso em 13 de fevereiro de 2023.

graduação. Vieira *et. al* (2013) destacam que embora seja um movimento mais recente no Brasil, se comparado a Europa ou aos Estados Unidos, o ensino do empreendedorismo vem ganhando destaque na formação de profissionais. Segundo os autores, mais de 70% dos cursos em uma amostra de 135 cursos pesquisados possuem um conjunto de disciplinas voltados a temática.

Destaca-se também, principalmente no âmbito das universidades federais, a presença de centros de inovação, tecnologia e empreendedorismo, como o CRITT (Centro Regional de Inovação e Transferência de Tecnologia) da Universidade Federal de Juiz de Fora, e o INOVA da Universidade Federal de Minas Gerais. Tanto estes quanto outros locais espalhados pelas universidades do país promovem o incentivo, o fomento e a produção de inovações e de ambiente inovador ligando-as com empreendedores.

Com isso, verifica-se que a temática da inovação é central ao redor do mundo e no Brasil, conforme apontado pelas pesquisas levantadas. Embora variem quanto a sua abordagem, os estudos apontam a latente relação entre a inovação e a capacidade de desenvolvimento econômico de um país ou região e em consequência disso também ao desenvolvimento do empreendedorismo em seus diversos níveis e aspectos.

3 METODOLOGIA

Esta seção apresenta os aspectos metodológicos aplicados neste estudo. Gil (1999) afirma que o método científico é um conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos utilizados para atingir o conhecimento. Desta forma, é imprescindível que se explicitem os métodos utilizados, visando uma melhor compreensão da concepção da análise elaborada. Assim, as próximas subseções abordarão os seguintes tópicos: Escolha filosófica e ontológica, escolha epistemológica, tipo de pesquisa, natureza de pesquisa, sujeitos de pesquisa, técnicas de pesquisas e técnica de análise de dados.

3.1 ESCOLHA FILOSÓFICA E ONTOLÓGICA

Segundo Saccol (2009), antes de formular um determinado projeto de pesquisa e avaliar os métodos que serão usados, é preciso retornar aos fundamentos, em outras palavras, é necessário que o pesquisador reflita sobre a produção do conhecimento em seus diversos aspectos e sobre qual realidade este pesquisador compreende o mundo que o circunda. Estes conceitos são, respectivamente, a epistemologia e a ontologia da pesquisa.

A ontologia diz respeito a percepção da realidade, sobre a questão do *ser* e como este *ser* se coloca na realidade. Saccol (2009) aponta que a ontologia é fundamental para que o pesquisador delimite seu problema de pesquisa e compreenda melhor seu fundamento epistemológico. Pode-se afirmar que a ontologia se divide em dois grandes “ramos”: O realista e o idealista (Saccol, 2009). Como primeira categoria ontológica, no idealismo os gêneros e objetos só existem a partir da interação com um sujeito. Como contraponto aos idealistas, os realistas acreditam em uma realidade na qual existem e coexistem objetos reais e tangíveis.

Pode-se afirmar que esta dissertação tem como sua base ontológica o idealismo, pois ela parte do pressuposto que os fenômenos sociais, neste caso, o empreendedorismo, só podem ser compreendidos corretamente a partir da lógica de interação sujeito-objeto.

3.2 ESCOLHA EPISTEMOLÓGICA

Ao tratar da escolha epistemológica deve-se primeiro caracterizar o conceito de epistemologia desde sua origem. Como nos traz Serva (2013), a epistemologia é um campo do

saber com raízes na filosofia da ciência que pode ser definido sinteticamente como uma reflexão ou estudo sobre a natureza, as etapas e os limites do conhecimento humano, sua produção e as decorrentes relações geradas por este conhecimento. Serva (2013) aponta a existência de uma epistemologia mais geral, voltada para o conhecimento como um todo, e o surgimento de epistemologias específicas, como o caso da epistemologia da administração.

Este trabalho possui fundamentos epistemológicos com raízes interpretativistas e nesta esteira segue uma lógica construtivista/fenomenológica. Isso quer dizer que, adotando esta base epistemológica, o objeto de pesquisa só pode ser analisado pela interação deste objeto com um sujeito de pesquisa. Portanto, o foco desta epistemologia não está no objeto nem no sujeito e sim no processo de interação e de criação de sentido (Triviños, 1987). Enquanto isso, a fenomenologia procura compreender o sujeito a partir do mundo em que ele vive (Triviños, 1987), em outros termos, a fenomenologia compreende o homem como ser no mundo, sendo presente e sendo presença.

3.3 TIPO DE PESQUISA

Segundo Lakatos e Marconi (2001) existem três tipos básicos de pesquisa: exploratória, descritiva e experimental que variam de acordo com seus objetivos. Segundo Gil (1999) a pesquisa descritiva tem como finalidade principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis.

Com base nesta perspectiva a presente pesquisa é do tipo descritiva, pois seu objetivo central é descrever como pensam os microempreendedores individuais sobre a aderência de seus negócios ao processo de inovação, esboçando como estes sujeitos de pesquisam observam a relação entre inovação e empreendedorismo de modo geral.

3.4 NATUREZA DE PESQUISA

Quanto à natureza da pesquisa, Triviños (1987) descreve dois tipos básicos e um terceiro, como um misto dos anteriores, a saber: Qualitativo, quantitativo e o qualitativo-quantitativo. De acordo com o autor, pesquisas qualitativas buscam primordialmente entender os significados dos fenômenos e como estes são construídos com base em seu contexto.

Esta dissertação possui natureza qualitativa, pois um de seus objetivos é entender o significado de um fenômeno determinado (aderência ao processo de inovação) dentro do contexto do empreendedorismo e, em especial, dos microempreendedores individuais (MEIs).

3.5 SUJEITOS DE PESQUISA

Os sujeitos de uma pesquisa segundo Vergara (2005) são aqueles indivíduos que fornecerão os dados que o autor necessita para fazer a pesquisa. Nesta pesquisa, os sujeitos são os microempreendedores individuais. A escolha destes sujeitos atende ao objetivo central da pesquisa, qual seja: Identificar e compreender quais são os fatores que influenciam os MEIs a terem a inovação como estratégia de negócio.

Foram selecionados 11 participantes como respondentes da pesquisa, sendo eles divididos em um grupo focal que contou com sete participantes e o restante dos sujeitos, foram submetidos a entrevistas individuais. Todos os selecionados atenderam ao critério de estarem atuando a pelo menos um ano como MEI, critério este adotado visando que todos os participantes tenham vivenciado ao menos um ciclo financeiro completo. Tanto no grupo focal quanto nas entrevistas, os participantes respondentes foram submetidos ao mesmo roteiro semiestruturado (Apêndice A).

3.6 TÉCNICAS DE PESQUISA

Considerando as bases ontológicas e epistemológicas, bem como o tipo e a natureza desta pesquisa, o meio escolhido para a coleta de dados é a técnica do grupo focal ou *focus group* com o complemento de entrevistas individuais. Oliveira e Freitas (2006), Barbour (2009) e Ressel *et. al* (2008) definem a técnica como uma série de entrevistas ou reuniões em grupo na qual o objetivo primeiro é explorar ou elucidar certos tópicos de pesquisa. Gondim (2002) avalia que o método do grupo focal está inserido entre os métodos da observação e das entrevistas e está circunscrito na tradição de pesquisa qualitativa. O grupo focal, como outros métodos qualitativos, pretende detalhar as diferentes maneiras que os indivíduos ou os grupos entendem o mundo circundante e como estes se envolvem entre si, seja em relação intragrupo, intergrupo ou mesmo com o meio circundante maior (Gondim, 2002; Barbour, 2009).

Assim, para empreender esta pesquisa, a estratégia principal foi dividir os participantes selecionados em pelo menos dois grupos – em um conjunto foi aplicado a técnica de grupo

focal e no segundo conjunto os participantes foram entrevistados individualmente. O grupo focal contou com sete participantes, esse tamanho propiciou um debate em que todos puderam participar. Depois, aplicou-se o “Termo de Consentimento” (Permissão para utilização em pesquisas) e um roteiro semiestruturado com perguntas destinadas a identificar elementos acerca da história dos participantes e sua relação com o empreendedorismo, para além de formulações teóricas que enfatizem a relação entre o empreendedorismo individual, o conhecimento e o processo inovador. O conjunto de duas técnicas qualitativas propiciou a esta dissertação a oportunidade de aplicar a triangulação de métodos que visa agregar ao estudo maior confiabilidade na análise dos dados.

Importa ressaltar que a utilização de roteiro semiestruturado foi escolhida uma vez que este tipo de abordagem permite certa liberdade para o entrevistador e para o entrevistado seja individualmente ou em grupo, se comparado a questionários estruturados. Com esta estratégia podem surgir *insights* inesperados das discussões o que pode contribuir significativamente para a pesquisa acadêmica.

Tanto o grupo focal quanto as entrevistas foram realizadas no mês de agosto de 2023. O grupo focal foi realizado nas dependências da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal de Juiz de Fora (FACC/UFJF) e teve duração aproximada de 1 hora e 15 min. As entrevistas foram realizadas por meio da plataforma Google Meet em quatro encontros combinados com os participantes, tendo duração média de 25 min, entretanto um dos participantes, o de maior duração, levou 40 minutos.

3.7 TRIANGULAÇÃO DE MÉTODOS

Esta seção analisa comparativamente, por meio da triangulação, os dados obtidos pelos dois diferentes métodos de coleta de dados: O grupo focal e as entrevistas individuais (**Quadro 10**). O estudo de Santos *et. al.* (2020) aborda a utilização da triangulação nas pesquisas qualitativas como uma estratégia que visa garantir maior confiabilidade e rigor científico para investigações qualitativas. O conceito de triangulação utilizado neste estudo é o mesmo exposto por Flick (2011): “a busca da compreensão de um fenômeno por diferentes perspectivas utilizando-se de dois ou mais diferentes métodos de pesquisa”.

Quadro 8 – Comparação Grupo Focal x Entrevista Individual

GRUPO FOCAL	ENTREVISTA INDIVIDUAL
-------------	-----------------------

Interação em grupo, permite a troca de ideias entre os participantes, contribuindo para o surgimento de perspectivas. No entanto, o respondente pode se sentir inibido pelo grupo.	Participação individual; não há troca com outros participantes, porém, o respondente pode se sentir mais à vontade para expressar suas ideias.
Dificuldade em reunir diversos participantes em um local e em um determinado horário, mas uma ou duas sessões podem ser suficientes para a coleta.	Maior facilidade para o agendamento de sessões, entretanto, podem ser necessárias diversas entrevistas e conseqüentemente diversas sessões para a coleta de dados.

Fonte: elaborado pelo autor com base em Barbour (2009).

Desta forma pode-se observar que a triangulação entre os métodos se mostrou bastante útil como forma de averiguar as lacunas de cada um dos métodos escolhidos, possibilitando a pesquisa maior grau de confiabilidade e rigor científico.

3.8 TÉCNICAS DE ANÁLISE DOS DADOS

Após a coleta dos dados provenientes das discussões em grupo focal e em entrevistas individuais aplicar-se-á para a análise dos dados a técnica de Análise de Conteúdo do tipo temática ou categorial. Como dito anteriormente, a presente pesquisa tem natureza qualitativa, isto é, ela pretende entender um fenômeno por meio das percepções das pessoas, os sujeitos de pesquisa, e por isso a interação das pessoas com o meio circundante é importante. Sendo uma pesquisa desta natureza, a utilização da Análise de Conteúdo é adequada como defendem Sousa e Santos (2020).

A técnica de Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) possui de maneira simplificada três etapas, a saber: 1) Pré-análise; 2) Exploração e categorização do material e 3) Tratamento e interpretação dos dados. A pré-análise consiste na coleta e na organização do material produzido; a categorização dos dados é o momento no qual o material (já organizado) pode ser dividido em diferentes categorias explicativas que culminam na terceira etapa, a interpretação dos dados pelo pesquisador.

A Análise de Conteúdo possui certas características que podem ser contributivas à essa pesquisa, como por exemplo, unir a subjetividade do pesquisador com o rigor metodológico, uma vez que esta técnica tem como algumas de suas bases, a sistematização, padronização e organização dos dados coletados (Bardin, 2011).

As categorias utilizadas para classificação e para análise foram identificadas *a posteriori*, isto é, surgiram a partir das respostas dadas pelos sujeitos de pesquisa, fossem eles advindos do grupo focal ou das entrevistas individuais.

A análise das respostas obtidas por meio do grupo focal foi elaborada com base na técnica de Análise do Conteúdo do tipo temática. O debate em grupo foi gravado em áudio e transcrito com auxílio do software *Reshape*. Após o momento inicial de *rapport*¹⁶ iniciou-se a aplicação do roteiro semiestruturado.

¹⁶ Técnica advinda da psicologia que possui como objetivo aproximar os participantes do grupo e das entrevistas deixando-os confortáveis para participação.

4 ANÁLISES DOS DADOS E RESULTADOS DAS FASES DA PESQUISA

Esta seção apresenta as análises dos dados e os resultados das duas fases qualitativas da pesquisa: Realização de grupo focal e entrevistas com roteiro semiestruturado. O objetivo desse apartado é demonstrar os elementos que constituem a percepção dos microempreendedores individuais de Juiz de Fora sobre o processo inovador, destacando a relação entre inovação e empreendedorismo. Os dois métodos qualitativos foram triangulados ao final para verificação dos dados obtidos por meio da aplicação do roteiro, desta forma foi possível comparar as respostas dadas em grupo com as individuais e estabelecer, por exemplo se foi identificada pressão intragrupo no caso do grupo focal.

4.1 ANÁLISES E RESULTADOS DA PESQUISA EM GRUPO FOCAL

O grupo focal foi organizado para permitir a participação de um pequeno grupo de microempreendedores da cidade de Juiz de Fora e o debate sobre tópicos que relacionam inovação e empreendedorismo. As subseções apresentam respectivamente os sujeitos de pesquisa participantes do grupo focal e os resultados obtidos por meio das discussões em grupo. Todos os participantes foram anonimizados visando a segurança dos dados. Portanto, os nomes foram ocultados e modificados para Participante 1 (P1), Participante 2 (P2), e assim sucessivamente.

4.1.1 Sujeitos de pesquisa do grupo focal

Os dados sociodemográficos dos sujeitos de pesquisa participantes do grupo focal mostram o perfil dos entrevistados (**Quadro 8**). O primeiro critério de seleção adotado foi o vínculo e a classificação dos participantes como microempreendedores individuais por, no mínimo, um ano, período no qual os participantes devem ter feito ao menos um balanço contábil e financeiro de suas atividades. Os participantes foram contatados pelo método *snowball*¹⁷ (bola de neve) de forma anonimizada.

Quadro 9 – Informações sociodemográficas dos participantes

¹⁷ Técnica de amostragem não probabilística na qual os sujeitos de pesquisas iniciais auxiliam no recrutamento de outros futuros sujeitos entre seus conhecidos.

IDENTIFICAÇÃO	IDADE	GÊNERO	RAMO DE NEGÓCIO	NATURALIDADE	ESCOLARIDADE
Participante 1 (P1)	35	Feminino	Serviços Influencer/Beleza	São Paulo	Superior Completo
Participante 2 (P2)	29	Masculino	Varejo Loja de Roupas Infantis	Minas Gerais	Pós-Graduação
Participante 3 (P3)	31	Feminino	Serviços Gestão do Audiovisual	Bahia	Pós-Graduação
Participante 4 (P4)	25	Masculino	Serviços Audiovisual	Minas Gerais	Superior Incompleto
Participante 5 (P5)	39	Feminino	Serviço Beleza/Estética	Minas Gerais	Ensino Médio
Participante 6 (P6)	42	Feminino	Serviço Eventos	Minas Gerais	Pós-Graduação Incompleta
Participante 7 (P7)	22	Feminino	Varejo Comércio de Acessórios	Minas Gerais	Superior Incompleto

Fonte: autor com base na pesquisa de grupo focal (2023).

Pode-se observar das informações sociodemográficas obtidas junto aos respondentes que existe uma amplitude etária, dado que o respondente mais novo tem 22 anos e o mais velho, 42 anos. Os participantes do grupo focal foram majoritariamente do gênero feminino. Entre os respondentes do grupo focal, quatro participantes não concluíram a graduação e três possuem a graduação completa, enquanto dois respondentes possuem pós-graduação completa.

Deve-se destacar que entre os ramos de negócio o grupo possui dois participantes ligados ao varejo (roupas infantis e acessórios) e outros cinco atuando como prestadores de serviço em diferentes campos, como estética, audiovisual e eventos.

4.1.2 Análise do grupo focal

O debate em grupo começou com os participantes dispostos em uma mesa de forma que todos pudessem se observar e com isso aumentar o nível de interação. O roteiro foi estruturado em três séries de perguntas: A primeira introdutória, a segunda teórica e, por último, um grupo de perguntas de finalização¹⁸.

Após o momento de interação inicial, todos os participantes foram submetidos às questões introdutórias, ou “quebra-gelo”, onde expuseram além de seus dados, algumas informações sobre os seus negócios. Interessa ressaltar a afirmação da Participante 1 (P1) que

¹⁸ O roteiro foi descrito no **Apêndice A**

ao se posicionar como “*digital influencer*¹⁹”, explica que a atividade mais próxima presente na listagem de atividades de MEI é a de prestadora de serviços, eventos ou no ramo de beleza, e que embora ela trabalhe com outros segmentos, optou por essa atividade. Percebe-se que algumas das chamadas “novas profissões” ainda não estão enquadradas no sistema utilizado pelos MEIs.

“Eu trabalho como influenciadora digital, então, tipo (sic), a gente teve que adaptar para colocar o MEI porque ainda não existe uma regularização completa então a gente coloca no motor de vendas eventos fotografia e aí tipo (sic) outras coisas...” (Transcrição da fala da P1, grifo do autor).

Ainda na seção introdutória foi questionado aos participantes o que eles julgavam ser o mais importante para um pequeno negócio. A esta pergunta obteve-se respostas variadas. Uma participante citou (P6) “a questão financeira”, enquanto outros três participantes citaram a “gestão” e o “planejamento” como fatores importantes, sem especificações. Quando questionados a desenvolver melhor o que caracterizaria esse planejamento, um dos participantes (P3) sinalizou o “planejamento pessoal”, dado que o MEI é “responsável pelo seu negócio e, portanto, planeja seus horários, a parte financeira, dentre outros aspectos.”.

Após as perguntas introdutórias foram feitos os questionamentos com fundo teórico para esclarecer a perspectiva do grupo focal sobre o tema da inovação e sua relação com o empreendedorismo, principalmente em sua forma individual. A primeira pergunta desta seção procurava explicitar o pensamento dos MEIs respondentes sobre o que é inovação e seus diferentes tipos e formas. A fala da Participante 3 (P3) introduz as respostas ao tema:

“Invenção de alguma coisa nova ou até mesmo a otimização de algum processo de algum produto ou até sei lá (sic) da forma como empresa funciona uma estratégia de marketing diferente é uma inovação independente do negócio então acho que tudo que você muda né e busca ali melhoria tanto para diminuir tempo ou custo de produção ou qualquer coisa nesse sentido se enquadra ali com uma inovação (sic)...” (Transcrição da fala da P3 (P3), grifo do autor).

A fala da Participante 3, corroborada por todos os outros respondentes, por meio de expressões corporais como acenos de cabeça e outras expressões corporais, indicando que para este grupo a inovação e o processo inovador estão ligados diretamente a “otimização” e a “melhoria”, isto é, a diminuição de recursos para a entrega do produto ou serviço, nas próprias palavras da participante 3: “diminuir tempo ou custo de produção”. Interessante perceber que a

¹⁹ *Digital influencer* é um profissional que produz conteúdo na internet, em especial, nas redes sociais, sendo capaz de influenciar a sua base de seguidores a partir do seu posicionamento a respeito de uma marca, por exemplo.

fala da respondente se alinha a algumas definições teóricas, como por exemplo a do Manual de Oslo (Brasil, 2005), documento de referência sobre inovação e empreendedorismo, que relaciona a inovação diretamente com a redução de custos de produção ou aumento do valor de venda.

No bojo da pergunta anterior, o Participante 2 (P2) cita a inovação incremental como uma das formas de inovação, nas palavras do respondente: “incremental um pouquinho diferenciar né aquilo que já tá no mercado em geral” (Transcrição da fala do Participante 2, grifo do autor). Desta forma pode-se observar do participante certo conhecimento teórico sobre a temática.

Acerca dos diferentes tipos de inovação, cinco dos sete respondentes citaram as inovações de produtos, sendo esta a mais lembrada pelo grupo, como retratada na fala do Participante 2:

“Inovação que eu trago no meu negócio ou uma invenção de alguma coisa nova ou até mesmo a otimização de algum produto.” (Transcrição da fala do Participante 2, grifo do autor).

A Participante 1 (P1) citou e explorou as inovações de marketing, uma vez que, segundo ela, para trabalhar como influenciadora digital é necessário inovar nesse campo por meio da utilização de novas ferramentas de edição de vídeos e fotos, por exemplo. Nenhum dos respondentes citou a inovação organizacional, entretanto, pode-se presumir que enxergar uma inovação organizacional em uma empresa individual é um processo dificultoso, pois como os MEIs estão inteiramente ligados em todos os processos (desde o planejamento até a entrega) é mais difícil perceber novas formas de se organizar.

A segunda pergunta de cunho teórico buscou compreender o que os respondentes entendiam por empreender e as suas motivações para empreender. Essa pergunta se alinha aos estudos de Reynolds *et. al.* (2002) sobre empreender por oportunidade ou por necessidade. Um dado importante, que auxilia na compreensão das respostas coletadas, é o fato de que, entre os sete (7) respondentes do grupo focal, cinco (5) têm o MEI como sua primeira e principal fonte de renda, enquanto os dois (2) respondentes restantes trabalham em organizações e atuam como MEI para complementar os salários. Esse perfil é corroborado através de dados obtidos pela pesquisa de perfil do MEI conduzida pelo Data Sebrae (2022).

Ao serem perguntados sobre o motivo (ou motivos) que os levaram a empreender, os participantes do grupo focal forneceram respostas variadas. A Participante 6 (P6), por exemplo, enxergou no empreendedorismo um misto de necessidade e a oportunidade de maior autonomia

- dado que ela não vivenciava esse tipo de relação quando trabalhava em empresas privadas.

Em suas palavras:

“Então para mim foi a libertação e a realização de sonho porque eu trabalhei 20 anos em empresas né (sic)... empresas privadas foram 8 anos na área da saúde, 12 em RH então RH trabalha muito e fica assim 12 horas na empresa né porque é um cargo de confiança você não bate por Então você vai audiência resolve pagar minha eu ficava louca assim então quando eu tive meu primeiro filho eu optei por me empreender e assim para mim foi uma libertação mesmo eu comecei fazer o que eu gostava eu comecei a ver o mercado que eu tinha tanto estudado que não via nada presa lá na empresa então é aquele ditado né quem trabalha tanto assim não tem tempo de ganhar dinheiro então aí que eu comecei ver o outro lado Poxa agora eu posso aproveitar desse tempo...” (Transcrição da fala da Participante 6 (P6), grifo do autor).

Outros respondentes, P2 e P3, que possuem outros empregos formais, afirmaram enxergar na atividade como MEI uma oportunidade de aumentar seus rendimentos mensais.

O terceiro questionamento da bateria teórica buscou intuir a perspectiva dos MEIs sobre a importância do pequeno empreendedor para a economia, assim como valorizado na teoria schumpeteriana e neoschumpeteriana. A esta pergunta todos os respondentes do grupo focal foram unânimes em concordar que o pequeno empresário, inclusive em sua forma individual, é muito importante para a economia do país. Destaca-se a fala da Participante 7 (P7) que frisou a importância do pequeno empresário para a economia local, argumentando que ele facilita o acesso de produtos e serviços aos consumidores de zonas mais afastadas do centro das cidades:

“Eu acredito também que contribui muito com a sociedade no sentido de facilitar e trazer mais acessibilidade tanto às vezes num preço que um empreendedor traz um valor mais baixo do que uma loja de departamento ou uma loja maior por exemplo quanto e localização igual ela disse que aqui no São Pedro²⁰ não tinha nada antigamente então alguém daqui tinha que ir lá no centro para ele acompanhar uma roupa e aí tendo uma loja aqui fica mais fácil para ele” (Transcrição da fala da Participante 7 (P7), grifo do autor)

A quarta pergunta da seção teórica averiguou a perspectiva dos MEIs respondentes acerca da inovação e se seus processos fazem parte do planejamento estratégico do seu negócio. Nesta esteira, a pergunta ainda avaliou a possível motivação dos respondentes em ter a inovação como ferramenta do planejamento. Diante deste questionamento, os respondentes foram unânimes ao mencionar que a inovação faz parte do planejamento do seu negócio. Entretanto, os níveis de importância deste elemento, a inovação, variaram de acordo com cada respondente.

²⁰ Bairro da Cidade de Juiz de Fora.

A Participante 3 (P3) e o Participante 4 (P4), atuantes no mercado do audiovisual, deram à inovação grande grau de importância, uma vez que, segundo eles, “as tecnologias mudam de forma constante neste nicho e para se manter competitivo é necessário acompanhar de perto as inovações, principalmente no âmbito tecnológico”. A Participante 1 (P1) que atua como *digital influencer* destacou a importância de se manter atenta às “novidades” das redes sociais e às tendências de marketing:

“Com tudo que tá acontecendo na internet, redes sociais, aplicativos... no meu caso a inovação ela é quase que diária assim porque diariamente você tem que ser criativo e fazer alguma coisa diferente uma coisa nova alguma coisa com alguém ainda não fez ou de uma maneira ainda que alguém ainda não fez ou pelo menos não fez aqui ainda em algum momento você tá inovando é praticamente diariamente a gente tem que estar assim muito atenta a todas as tendências tanto de moda que é meu segmento mas também a tendências tecnológicas de aplicativo de vídeo” (Transcrição da fala da Participante 1 (P1), grifo do autor)

O último questionamento da série teórica dialogou com as orientações do empreendedorismo apresentadas por Certo *et. al.* (2009), Rauch *et. al.* e Bolton e Lane (2012). Os respondentes foram instruídos a colocar em ordem de importância cada um dos cinco pontos, a saber: Inovação, autonomia, competitividade, tomada de riscos e proatividade.

Das cinco orientações apresentadas, duas obtiveram maior destaque para todos os respondentes, autonomia e inovação. Percebe-se assim que esses dois pontos parecem ser os mais significativos na perspectiva dos MEIs durante sua jornada empreendedora. Os demais fatores (competitividade, proatividade e tomada de riscos) não foram colocados em primeiro ou segundo lugar pelos respondentes, portanto configuram-se como fatores menos importantes para os microempreendedores individuais participantes do grupo focal.

A última série de perguntas avaliou a participação e a perspectiva dos MEIs sobre pesquisas que tratam sobre inovação e empreendedorismo, sejam elas acadêmicas ou não acadêmicas. Além disso, foi averiguado se estes empreendedores gostariam de continuar empreendendo. Para concluir, a partir dos pontos de vista dos entrevistados, foram questionados as principais oportunidades e os desafios da jornada empreendedora.

Acerca da participação dos respondentes em pesquisas cuja temática envolve inovação e empreendedorismo, todos afirmaram terem ao menos ouvido falar de pesquisas com esta temática. Dos sete respondentes, três jamais haviam participado de pesquisas. Todos afirmaram que pesquisas que abordam empreendedorismo e inovação são importantes para o

desenvolvimento da atividade empreendedora. Sobre a importância das pesquisas, destaca-se a fala da Participante 3 (P3):

“Eu acho que é fundamental a gente continuar trabalhando a gente continuar produzindo conhecimento justamente para vencer aquilo que a gente conversou aqui no começo que é essas barreiras do conhecimento que limitam né o desenvolvimento desses negócios. Eu acho que é importante também para além da legislação para o modelo de gestão mesmo do trabalho a gente conversou aqui a gente trocou um monte de ideia a respeito do negócio de cada um não acredito que isso também agrega bastante mesmo que não faça sentido para sua realidade ou alguma coisa você vai tirar dali até mesmo para entender a realidade de outros de outros ramos acho bastante importante” (Transcrição da fala da Participante 3 (P3), grifo do autor).

Sobre continuar empreendendo, o grupo foi unânime em afirmar que gostaria de continuar como MEI, seja como atividade principal ou secundária. A Participante 6 (P6), ressaltou que poderia até mudar de segmento, todavia continuaria empreendendo. Pode-se perceber durante a realização do grupo focal que os respondentes parecem estar satisfeitos exercendo a atividade empreendedora como MEIs.

O roteiro de perguntas se encerra provocando os respondentes a desenvolver, pelas suas próprias perspectivas, quais são as oportunidades e os desafios na jornada dos microempreendedores individuais. Entre os desafios explicitados pela Participante 1 (P1), encontra-se a gestão simultânea de múltiplas áreas, pois como microempreendedor individual a pessoa é responsável desde o planejamento até a execução das atividades, passando pela gestão financeira e de marketing do seu negócio:

“Os desafios eu acredito que seja no meio né a gestão de todas as áreas ao mesmo tempo você tem que gerir você tem que pensar é hoje em dia nada se faz sem marketing você tem que ficar conhecido e eu acho que essa é a parte para mim que é o maior desafio que eu tiro as fotos eu sou a modelo das fotos (...)” (Transcrição da fala da Participante 1 (P1), grifo do autor).

A Participante 7 (P7), vendedora de acessórios, também destacou a dificuldade de gerir diversas etapas do negócio. Ela citou que é a responsável pela compra dos objetos, pelo marketing, incluindo modelar com os acessórios, pela venda e entrega do produto ao cliente.

Como oportunidades, todos os respondentes destacaram a autonomia como um ponto positivo da jornada empreendedora. Neste aspecto salienta-se que a autonomia foi identificada de diversas formas. Sob uma primeira perspectiva, existe a autonomia proporcionada pela flexibilidade de horário da jornada de trabalho, isto é, a capacidade de desenvolver atividades em diferentes horários e mesmo nos finais de semana. Neste ponto é interessante perceber como

trabalhar nos finais de semana ou em horários não-convencionais são percebidos como uma oportunidade pelos microempreendedores. Conseqüentemente, sobressai a possibilidade de conciliar a atividade empreendedora com outras atividades laborais e estudos. Outro ponto de destaque é a oportunidade de crescimento expressa na fala da Participante 6 (P6):

“O céu é o limite pro empreendedor diferente quando você tá numa empresa onde você tem que depender da aprovação às vezes de um chefe e de depender de uma promoção um outro momento salarial eu acho que por isso eu coloquei a proatividade como fator principal porque eu sei que o meu o meu salário tipo minha retirada é oscila muito de acordo com a minha própria atividade eu sempre quando eu tô (sic) mais focada com mais gás com mais vontade eu consigo correr atrás de mais oportunidades eu consigo fechar melhores parcerias fossem criar novas projetos e conseqüentemente isso é visível na minha vida financeira” (Transcrição da fala da Participante 6 (P6), grifo do autor.)

Pode-se perceber ao longo da realização do grupo focal que os respondentes possuíam conhecimentos variados sobre a temática da inovação, podendo ser citado que alguns conheciam inovações em áreas como marketing e processos e outros somente a inovação de produtos, entretanto os respondentes visualizavam a importância do processo inovador para o seu negócio, como meio para se manter competitivo, independente do ramo de atuação.

Em sua maioria, os respondentes fizeram uma conexão entre a inovação e a otimização de recursos como menor gasto de tempo ou maior eficiência na entrega de um produto ou serviço. Alguns respondentes, entre eles os que trabalham com o audiovisual e como influenciadora digital, enxergam a inovação como fundamental para continuarem em suas atividades. Interessante notar que todos os respondentes atribuíram um papel de destaque para o empreendedor na economia, especialmente na economia local, pode-se ser citada a fala da Participante 7 (P7) que versa sobre o acesso de serviços e bens em bairros mais afastados:

“Eu acredito também que contribui muito com a sociedade no sentido de facilitar e trazer mais acessibilidade tanto às vezes num preço que um empreendedor traz um valor mais baixo do que uma loja de departamento é uma loja maior por exemplo quanto a localização igual ela disse que aqui no São Pedro não tinha nada antigamente então alguém daqui tinha que ir lá no centro para ele acompanhar uma roupa e aí tendo uma loja aqui fica mais fácil” (Transcrição da fala da Participante 7 (P7), grifo do autor.)

Por fim, é interessante notar que os respondentes do grupo focal parecem estar satisfeitos em suas jornadas como empreendedores, apesar dos desafios, uma vez que enxergam no empreendedorismo uma possibilidade de maior autonomia para auferir renda, seja ela principal ou extra, sobretudo se comparado ao mercado formal.

4.2 ENTREVISTAS

Esta seção destina-se a apresentar as análises das entrevistas realizadas. As subseções apresentam respectivamente os sujeitos de pesquisa e os resultados obtidos após a análise dos dados. Para garantir a segurança das informações todos os participantes foram anonimizados e seus nomes foram ocultados e substituídos por classificações: Entrevistado 1 (E1), Entrevistado 2 (E2) e assim por diante. As entrevistas foram realizadas de maneira remota e síncrona por meio do *Google Meet* e agendadas conforme a disponibilidade dos quatro sujeitos.

4.2.1 Sujeitos de pesquisa das entrevistas

O **Quadro 8** apresenta as informações sociodemográficas dos sujeitos de pesquisa entrevistados. Nesse grupo foi possível obter número igual de pessoas de ambos os gêneros. Todos os entrevistados possuíam idade superior aos 30 anos e formação mínima de nível superior completa.

Quadro 10 – Sujeitos de pesquisa das entrevistas

IDENTIFICAÇÃO	IDADE	GÊNERO	RAMO DE NEGÓCIO	NATURALIDADE	ESCOLARIDADE
Entrevistado 1 (E1)	48	Feminino	Varejo/Venda de Cestas de Café da Manhã	São Paulo	Superior Completo
Entrevistado 2 (E2)	42	Masculino	Serviços Projetos de Engenharia	Bahia	Superior Completo
Entrevistado 3 (E3)	35	Feminino	Serviços Organização de Eventos Corporativos	Minas Gerais	Superior Completo
Entrevistado 4 (E4)	43	Masculino	Serviços Locação de Equipamentos	Minas Gerais	Pós-graduação Completa

Fonte: autor com base nas entrevistas (2023).

Dentre os entrevistados, 3 (três) atuam no segmento de prestação de serviços em diversas áreas, incluindo serviços especializados de engenharia, e um (1) atua no comércio varejista na produção e venda de cestas de café da manhã e comemorativas.

4.2.2 Análise das entrevistas

Foi aplicado nas entrevistas o mesmo roteiro semiestruturado²¹ do grupo focal. A utilização do mesmo instrumento permitiu a comparação das respostas obtidas. A análise das entrevistas ocorreu pela técnica de Análise de Conteúdo do tipo temática.

De modo geral, os entrevistados se expressaram mais livremente nas perguntas introdutórias, não havendo pressão intragrupo ou “efeito manada”, quando comparados aos participantes do grupo focal. Nas entrevistas, os respondentes se sentiram mais confortáveis para explicar detalhadamente seus negócios, os produtos e serviços que ofertam bem como os caminhos que os levaram ao empreendedorismo. Houve entre os entrevistados um que expressou, tal como ocorrido no debate do grupo focal, a necessidade de adaptar sua atividade ao sistema MEI, devido a não existência de descrição compatível com o serviço executado:

“Até o MEI, se você observar, ele é restrito a certas funções. No meu caso, sou engenheiro, só que meu MEI tive que abrir como digitalizador, porque, como gerava relatórios, o mais próximo do trabalho que estava fazendo era digitalizador, entendeu? (Transcrição da fala do Entrevistado 2 (E2), grifo do autor)

Após exporem seus negócios, os participantes responderam sobre o que pensam ser importante para um pequeno negócio. A este questionamento os entrevistados elaboraram suas respostas baseadas em dois elementos, investimento financeiro e conhecimento sobre a gestão do negócio, conforme fala da Entrevistada 3 (E3):

“Então, eu acredito que nessa toada, o mais importante, pra mim, pelo menos, é que a gente esteja capacitada, que a gente entenda o nosso mercado. Eu acho que a primeira coisa é isso. Quem é o meu cliente? O que que o meu cliente quer de mim? O que que eu tenho pra oferecer nele? Vai conhecer o meu negócio, saber o que eu quero fazer de parte” (Transcrição da fala da Entrevistada 3 (E3), grifo do autor).

Após as primeiras duas perguntas, de cunho mais introdutório, iniciou-se a série de questões de aprofundamento teórico. A primeira questão sobre o que é inovação e seus tipos trouxeram as seguintes respostas:

“Inovar, para mim, é buscar alternativas para fazer mais e melhor, com menos recursos” (Transcrição da fala do Entrevistado 4 (E4), grifo do autor)

“Então, a inovação, hoje, ela é muito linkada à tecnologia. Tudo que você inova, nesse momento que nós vivemos, tem algo a ver com tecnologia.” (Transcrição da fala do Entrevistado 2 (E2), grifo do autor)

²¹ Disponível no **Apêndice A**

Assim como no debate do grupo focal, é perceptível a ideia de ligação entre a inovação e a otimização das entregas, sejam produtos ou serviços. Também foi possível notar na fala dos entrevistados uma forte conexão entre inovação e avanços tecnológicos, visto que todos os respondentes citaram os novos equipamentos como ponto primordial para a inovação e as ferramentas de *software*, como por exemplo, aplicativos de internet e redes sociais.

Sobre os tipos de inovação, todos os entrevistados citaram a inovação em produtos, com destaque para a Entrevistada 3 (E3) que citou outro tipo de inovação, a saber, a inovação de processos, conforme fala abaixo:

“Eu enxergo esse tipo de inovação. Eu entendo a tecnologia como uma ferramenta muito importante. Mas no meu nicho, a forma como que eu tô lidando (sic), inovação pra mim é, por exemplo, fazer os processos que ainda sejam rígidos, no sentido de ter que seguir processos, mas os processos são afetivos. Então, a gente usa a afetividade como inovação no nosso negócio. Isso tem dado muito certo. Então, assim, eu sou menos ligada na tecnologia e mais ligada nas pessoas” (Transcrição da fala da Entrevistada 3 (E3), grifo do autor).

A segunda pergunta explora os conceitos de empreendedorismo por necessidade e oportunidade. Nesse quesito, três entrevistados disseram que empreendiam por enxergar nessa atividade uma oportunidade de maior autonomia e crescimento, bem como um caminho para complementar sua renda, com destaque para fala da Entrevistada 3 (E3):

“Então, eu empreendo porque as possibilidades são maiores do que sendo cerceada no mercado CLT ou em um concurso” (Transcrição da fala da Entrevistada 3 (E3), do autor)

Sendo o único *outlier*²² desta pesquisa, uma vez que foi o único respondente a demonstrar que empreende por obrigação, incluindo os participantes do grupo focal e as entrevistadas, o Entrevistado 2 (E2) disse ter começado a empreender por “obrigação”, conforme fala abaixo:

“Então, a opção de ser MEI não foi exclusivamente minha. A opção de ser MEI é que as empresas agora, assim, eu entendo dessa forma, para fugir das férias, eles contratam como MEI, entendeu? Porque é um vínculo, não tem um vínculo de trabalho, de CLT. (...) Eles fogem de todos os tributos ali e tal. Então, eu me vi assim, ou eu trabalhava como MEI ou eu não trabalhava no momento, entendeu?” (Transcrição da fala do Entrevistado 2 (E2), do autor)

²² Elemento que se distancia radicalmente dos demais que compõem a amostra analisada

Pode-se perceber que algumas empresas têm se valido da condição de MEI para aplicar a prática da pejetização²³, como observado na fala do Entrevistado 2 (E2).

Tal como no grupo focal, o terceiro questionamento da série teórica incitou a percepção dos entrevistados sobre o papel dos microempreendedores na economia. Todos os respondentes avaliaram que o empreendedor tem um papel importante na economia. Destaque para uma fala da Entrevistada 1 (E1) sobre a importância do empreendedorismo feminino, uma vez que segundo o IBGE (2023) elas são a maioria da força de trabalho no país²⁴:

“O papel do empreendedor no Brasil é fortíssimo para as mulheres. Às vezes a mulher não tem uma oportunidade de estar no mercado de trabalho, porque tem filho, não tem quem olhe. Há N situações. Mas ela pode ser empreendedora de vender Avon. (...) Então tem muitas pessoas que são pequenas vendedoras, alguma coisa assim, que pode regularizar, pode ser costureira, pode ser alguma coisa, e está regular. (Transcrição da fala da Entrevistada 1 (E1), grifo do autor)

Na pergunta seguinte, foi questionado se a inovação faz parte do planejamento de negócio dos MEIs entrevistados. O grupo foi unânime em afirmar que inovar faz parte do planejamento do negócio. A Entrevistada 1 (E1), por exemplo, ligou a inovação com a “capacidade de fidelizar o cliente”, pois em sua visão, no ramo de cestas de café, a fidelização vem de seguir as novas tendências e apresentar novos produtos a seus clientes, agregando valor aos bens que vende:

“Então a gente agregou esse valor de mineridade e de valores de produto artesanal e enviamos. Então a proposta da empresa é isso, é fazer esse resgate, tanto na questão dos alimentos, tanto na questão dos produtos, sem perder a identidade de trabalhar com a personalização”(Transcrição da fala do Entrevistada 1 (E1), do autor)

Na última parte da seção teórica, buscou-se elucidar quais os fatores ou orientações do empreendedorismo são mais importantes na perspectiva dos entrevistados. Entre as cinco orientações apresentadas e retiradas da literatura acadêmica, a autonomia se apresentou como o fator mais importante para três dos quatro entrevistados, seja por adaptações de horário ou pela motivação de poder unir a atividade empreendedora juntamente com a atividade principal remunerada, em seguida aparece como fator de importância a inovação. A inovação como orientação de destaque aparece em diversas falas dos entrevistados:

²³ O termo “pejetização” pode ser definido como “uma relação de trabalho na qual o trabalhador, pessoa física, para ser contratado ou para manter o posto de trabalho em determinada empresa necessita constituir uma pessoa jurídica, que pode ser uma firma individual ou uma sociedade empresária” (Magno, Barbosa e Orbem, 2015)

²⁴ “Os dados da pesquisa mostraram que as mulheres continuavam sendo maioria entre as pessoas em idade de trabalhar. No 2º trimestre de 2023, elas representavam 51,7% dessa população” (IBGE, 2023)

“Porque você como empreendedor, quando você surge, é novidade. Mas ao passar do tempo, se você não inovar, se você não mudar, vai ficar num esquecimento, porque vai chegar outra coisa que chama mais atenção. Então você tem que estar sempre inovando para o seu negócio estar em evidência” (Transcrição da fala do Entrevistado 2 (E2), do autor)

“Então, tipo, o meu negócio depende sempre de inovar, né? Porque é um mercado extremamente dinâmico. E hoje você tem uma tendência, dá até uma semana, essa tendência já caiu por terra, porque surgiu uma outra que é completamente diferente. Então, a gente precisa estar sempre acompanhando e sempre inovando” (Transcrição da fala do Entrevistada 3 (E3), do autor)

As duas primeiras perguntas de finalização relacionam as pesquisas temáticas sobre inovação e empreendedorismo com a percepção dos MEIs sobre elas. Todos os respondentes afirmaram já ter ouvido falar de pesquisas nesta área e três dos entrevistados expuseram ter participado deste tipo de pesquisa, principalmente junto ao SEBRAE. O Entrevistado 4, inclusive, mencionou ter participado de uma pesquisa conjunta entre o SEBRAE e o CRITT-UFJF. Todos os entrevistados consideram as pesquisas dentro da área de inovação e empreendedorismo de importante relevância.

A penúltima pergunta do eixo de finalização diz respeito a vontade dos respondentes de continuar empreendendo. Três entrevistados expressaram seu desejo de continuar sua jornada empreendedora, porém o *outlier* afirmou que não gostaria de seguir como MEI e que estava estudando para concurso público em busca de maior segurança nos rendimentos.

A última pergunta propôs aos entrevistados uma reflexão sobre os desafios e oportunidades da sua jornada empreendedora. De maneira consensual, todos os entrevistados, incluindo o *outlier*, se mostraram satisfeitos com suas jornadas empreendedoras. Destaque para a fala da Entrevistada 3 que manifesta inclinação a uma mentalidade de empreendimento colaborativo:

“Os desafios de empreender é isso. Superar a ideia de concorrência. Eu acho que, dentre os empreendedores que me cercam, eu acho que superar a ideia de concorrência, a gente colocar a ideia de que compartilhar, de que colaborar é melhor que competir, eu acho que esse é um desafio muito grande no tipo de mercado que a gente atua, em geral, no Brasil (Transcrição da fala da Entrevistada 3 (E3), grifo do autor).

Após analisar as respostas concedidas, notou-se entre os entrevistados a existência de conhecimentos variados acerca de inovação, empreendedorismo e a relação entre esses elementos. Tal como o observado no grupo focal, dentre os entrevistados também existe o reconhecimento da importância econômica do pequeno empreendedor no Brasil. A seção

seguinte apresenta uma comparação entre as respostas dos participantes do grupo focal e da entrevista.

4.3 ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE O GRUPO FOCAL E AS ENTREVISTAS

Nesta seção pretende-se observar como se deu o processo de coleta de dados nos dois métodos aplicados, isto é, no grupo focal e nas entrevistas individuais, comparando-os quando possível. Excetuando a introdução relativa à apresentação do seu próprio negócio, uma resposta de caráter mais individual, os participantes do grupo focal e os entrevistados tiveram opiniões bastante semelhantes, principalmente no entendimento do papel do processo inovador na jornada empreendedora, na participação do microempreendedor na economia e da importância da pesquisa (acadêmica e não acadêmica) para o desenvolvimento do empreendedorismo.

Pode-se perceber que não houve, no caso do grupo focal, pressão intragrupo que fizessem que certos participantes mudassem suas respostas as perguntas aplicadas, entretanto, alguns respondentes ficaram tímidos e pouco participativos. Percebeu-se que nas entrevistas individuais, os respondentes se sentiram mais confortáveis para responder as perguntas, todavia por vezes se distanciavam do objetivo da pergunta.

De modo complementar, durante a aplicação dos dois métodos surgiram situações semelhantes, mesmo em atividades diferentes, como a não compatibilidade das atividades exercidas (atividade de influenciadora digital e de serviços de engenharia) com aquelas constantes do sistema MEI, situação que levava a um enquadramento diferente do que acontece na realidade.

Pode-se também destacar a presença de respostas compatíveis sobre a participação da inovação e de seus processos no planejamento do negócio tanto no grupo focal quanto nas entrevistas. Sobre os fatores do empreendedorismo, em ambos os métodos os participantes concordaram que o elemento mais importante é a autonomia. Porém, em comparação aos participantes do grupo focal, para os entrevistados a inovação ocupa um lugar de menor destaque entre as orientações apresentadas, alternando com a proatividade.

Considerando o conjunto de perguntas proposto e as respostas dos participantes (do grupo focal e das entrevistas) é notável que não houve diferenças abruptas nos conteúdos analisados. Desta maneira, mostrou-se possível e coerente a triangulação dos métodos

escolhidos, sendo o grupo focal complementado pelas entrevistas individuais realizadas. Assim, a escolha dos métodos e a triangulação dos resultados agregou confiabilidade e credibilidade à pesquisa.

4.4 DISCUSSÕES

Esta seção apresenta as discussões derivadas dos dados obtidos pela análise do grupo focal e das entrevistas mediados pela triangulação de técnicas metodológicas. O intuito dessa análise é cruzar o conjunto dos achados da pesquisa e compará-los com a corrente teórica escolhida.

Preliminarmente interessa citar que o pano de fundo da atuação dos empreendedores atuais é o que Castells (1999) denomina como “sociedade em rede”. Como explicitado nas seções introdutórias desta pesquisa, essa sociedade se baseia na intensificação das trocas de conhecimentos e da difusão de diferentes tecnologias. Nesse cenário, as inovações se espalham com maior velocidade e os MEIs respondentes parecem estar percebendo esse movimento. Um dos documentos norteadores desta etapa é a Agenda 2030 que possui como um de seus objetivos de desenvolvimento sustentável ligado diretamente a inovação (ODS 9).

Pelo prisma da teoria schumpeteriana, o empreendedorismo e a inovação são elementos que caminham concomitantemente movimentando a economia (Schumpeter, 1982). A análise do grupo focal e das entrevistas demonstra que os empreendedores conseguem observar esta relação ao atrelarem a inovação a formas de permanecer concorrendo no mercado, geralmente por meio da maior eficiência de custos. Desta forma, pode-se perceber que para os respondentes da pesquisa a inovação possui uma relação direta com a manutenção da competitividade.

Quanto aos tipos de inovação presentes na literatura (Brasil, 2005; Tavassoli e Karlsson, 2016), nota-se que a maioria dos respondentes percebe mais nitidamente a inovação por produtos, isto é, as constantes mudanças nos produtos e serviços ofertados. Esta percepção pode residir no fato de que, por atuarem como empreendedores individuais, os participantes direcionam o foco de suas atividades para a entrega realizada pelo seu negócio, não restando tempo para o desenvolvimento de outras inovações como a de processos, por exemplo. No mais, este estudo não obteve respostas claras sobre processos de inovação incremental ou disruptiva (Velu e Jacob, 2016; Christensen, Raynor e McDonald, 2015), o que pode indicar que este tipo de diferenciação não é conhecido ou considerado relevante para os respondentes.

Os dados indicam que os participantes reconhecem a relevância dos pequenos negócios para a economia brasileira e os dados trazidos por instituições, como o IBGE e o SEBRAE, parecem também ser claramente percebidos pelos respondentes da pesquisa. Todos os participantes, seja do grupo focal ou das entrevistas individuais, afirmaram reconhecer a importância do pequeno empreendedor para a economia local.

Em relação ao porquê empreendem, necessidade ou oportunidade (Reynolds *et. al.*, 2002), os respondentes deste estudo, independentemente do método aplicado, afirmaram empreender por oportunidade, com somente um dos participantes afirmando empreender por necessidade. Sendo este um *outlier*, este participante disse ter se submetido à “*pejotização*” para manter seu serviço terceirizado ligado a uma empresa.

No tocante às orientações do empreendedorismo (Certo *et. al.*, 2009; Rauch *et. al.* 2009, Bolton e Lane, 2012, Jiang *et. al.*, 2018) o ordenamento de preferências mediu a percepção dos respondentes sobre a importância de cada critério. Os participantes do grupo focal e os entrevistados indicaram que as duas orientações do empreendedorismo mais importantes são a autonomia e a inovação. Desta forma, pode-se perceber novamente a importância da inovação para os microempreendedores individuais e seus respectivos negócios. Rauch *et al.* 2009 trabalham com a orientação empreendedora da inovação ligada à criatividade, principalmente no tocante ao desenvolvimento de produtos, já a orientação empreendedora da autonomia tem ligação com a independência e com o potencial de seus negócios. Como as duas orientações mais importantes na perspectiva dos MEIs são a inovação e a autonomia, pode-se concluir que os fatores mais importantes para estes empreendedores são a criatividade e a independência para o desenvolvimento de seu negócio.

Em relação à importância das pesquisas de inovação e empreendedorismo, item apontado no referencial teórico, o grupo foi unânime em reconhecê-la, inclusive para o desenvolvimento de seus negócios. Quando perguntados se gostariam de continuar empreendendo, a maioria dos respondentes respondeu afirmativamente, vislumbrando que a atividade empresarial, embora permeada por dificuldades e desafios, aumenta a possibilidade de autonomia em suas rotinas de trabalho, proporciona oportunidades de crescimento ausentes em seus antigos empregos formais ou configuram uma opção para auferir uma renda maior.

Em linhas gerais, os achados deste estudo se alinham à teoria schumpeteriana, reafirmando alguns de seus pontos, tais como a centralidade do empreendedor como um dos motores de desenvolvimento econômico. Neste estudo, observou-se a importância dos

microempreendedores individuais, principalmente como desenvolvedores da economia local de Juiz de Fora. Outro ponto de alinhamento entre a teoria schumpeteriana e neoschumpeteriana e os achados desta pesquisa está no destaque ao elemento inovador como fator do empreendedorismo.

Na visão de Schumpeter, o empreendedor é sobretudo um inovador (Stam, 2009). Essa posição é corroborada pela percepção dos MEIs respondentes que, de alguma forma, se veem como inovadores, uma vez que eles reconhecem a inovação como elemento primordial de seus negócios. Alguns respondentes da pesquisa procuram inovar utilizando-se de novas ferramentas tecnológicas, como atualização de equipamentos e *softwares*, além de buscar entregar novos serviços e bens.

Quanto à Agenda 2030, especificamente em seu nono objetivo e em estudos atrelados, os achados desta pesquisa indicam que algumas das metas traçadas e preocupações levantadas vão ao encontro da percepção dos MEIs respondentes. Cita-se, por exemplo, a importância atribuída pelos empreendedores ao pequeno negócio como motor do desenvolvimento local e regional. Essa é uma perspectiva estudada por Brodny e Tutak (2023) no trabalho que discorre sobre as províncias polonesas e como elas se desenvolvem de maneira diferente de acordo com a implementação de inovações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa soma-se a outras dentro do *framework* do empreendedorismo e da inovação, à exemplo de Schumpeter (1982) e outros autores. Entretanto, ela agrega alguns fatores importantes, principalmente a relação entre inovar e empreender pela perspectiva dos microempreendedores individuais (MEIs), ao analisar quais os fatores que influenciam os MEIs a ter inovação como estratégia de negócio.

No tocante ao objetivo central da dissertação, percebe-se que o fator principal que os MEIs levam em consideração para aplicação da inovação como estratégia de negócio é a manutenção e ampliação da competitividade. Na perspectiva dos entrevistados, os processos de inovação estão ligados a uma maior eficiência de custos e fidelização dos clientes. Isso significa que, por meio de inovações, eles podem oferecer produtos e serviços com menor custo ou maior valor agregado. Desta forma pode-se dizer que o objetivo principal do estudo foi satisfatoriamente atingido, já que o principal fator para os microempreendedores inovarem foi identificado e compreendido.

Os objetivos secundários do estudo também foram alcançados visto que o estudo mostrou que os microempreendedores conseguem perceber a relação entre inovar e empreender. Além disso, foi possível identificar outros fatores considerados importantes para os MEIs, como a autonomia. Por fim, ainda foi possível mapear as principais dificuldades enfrentadas pelos MEIs como, por exemplo, o desafio de ser o único responsável por todas as etapas do negócio, desde a sua concepção, passando pelas estratégias de marketing até a entrega final.

Com relação às aplicações práticas do estudo, há algumas considerações, principalmente no tocante à relação entre inovação e empreendedorismo. A pesquisa mostrou que os microempreendedores individuais possuem algum conhecimento na temática, todavia este conhecimento ainda está muito voltado para a atividade fim, deixando de lado inovações que possam contribuir para a própria organização do seu negócio, como ferramentas de gestão financeira e de tempo.

Uma segunda aplicação prática sugerida diz respeito ao próprio sistema de cadastro dos microempreendedores individuais utilizado no Brasil. Um dos achados indicou que certas atividades e profissões ainda não estão enquadradas no sistema MEI, principalmente as ditas “novas profissões”, como influenciador digital, e que mesmo profissões que existem não são plenamente atendidas pelo sistema. É necessário, portanto, que o sistema existente passe por

uma revisão e/ou uma atualização para refletir melhor as atividades desempenhadas na atualidade.

Quanto às limitações desse estudo, pode-se citar algumas. Uma primeira limitação foi a dificuldade em reunir um grupo focal, tendo em vista a limitação de tempo e a diversidade de agendas dos participantes. No tocante as entrevistas embora tenham sido de mais fácil compatibilização de agendas, demonstrou-se difícil o encontro de maneira presencial, tendo se optado por reuniões remotas a fim de otimização do tempo. Podem-se somar ainda limitações de estrutura física, uma vez que para aplicação do grupo focal foi necessária a adequação de uma sala de reuniões.

Para pesquisas futuras, os estudos realizados nesta dissertação podem e devem ser ampliados, por exemplo, para a análise de um ramo específico de negócio que permita o mapeamento de respostas diferentes daquelas que foram encontradas. Outra sugestão é a ampliação da amostra para incluir os pequenos empreendedores não formalizados, isto é, aqueles que possuem pequenos negócios como vendas de doces e artesanatos, mas que não estão cadastrados no sistema MEI. Para isso, a substituição de uma metodologia qualitativa para uma metodologia quantitativa ou mesmo a união destes métodos, com a aplicação de *surveys*, por exemplo, pode aumentar o número de respondentes, atingindo um grupo maior de microempreendedores.

Tais recomendações, se devidamente implementadas, podem contribuir para a ampliação, a complementação e o desenvolvimento das análises desta dissertação, e por conseguinte, para avanços no campo de estudos sobre inovação e empreendedorismo.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADOLF, Marian; STEHR, Nico. **Knowledge: is knowledge power?** 2º ed. London; New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2017.

ALVES, Amanda Caroline Faria; CAMPOS, Gevair. O papel do SEBRAE na disseminação da Educação Empreendedora na região Noroeste de Minas Gerais. **Journal of Perspectives in Management - JPM**, v. 3, n. 2, p. 2-20, 2019.

ANGULO-GUERRERO, María J.; PÉREZ-MORENO, Salvador; ABAD-GUERRERO, Isabel M. How economic freedom affects opportunity and necessity entrepreneurship in the OECD countries. **Journal of Business Research**, v. 73, p. 30-37, 2017.

ARRANZ, N; ARROYABE, M.F; LI, Jun; FERNANDEZ DE ARROYABE, J.C. An integrated model of organisational innovation and firm performance: Generation, persistence and complementarity. **Journal of Business Research**, v. 105, p. 270-282, 2019.

AL-MAMARY, Yaser Hasan; ALSHALLAQI, Mohammad. Impact of autonomy, innovativeness, risk-taking, proactiveness, and competitive aggressiveness on students' intention to start a new venture. **Journal of Innovation & Knowledge**, v. 7, n. 4, p. 100239, 2022.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015. Disponível em: <https://seer.atitus.edu.br/index.php/revistasi/article/view/612>. Acesso em: 13 fev. 2023.

BARBOUR, Rosaline. **Grupos focais: coleção pesquisa qualitativa**. São Paulo: Artmed Editora S.A., 2009.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Editora Schwarcz - Companhia das Letras, 2001.

BAUMGARTEN, Maíra; TEIXEIRA, Alex Niche; LIMA, Gilson. Sociedade e conhecimento: novas tecnologias e desafios para a produção de conhecimento nas ciências sociais. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 22, p. 401-433, mai/ago, 2007. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/20534/000627032.pdf>. Acesso em: 13 de fev. 2023.

BELL, Daniel. **O advento da sociedade pós-industrial: uma tentativa de previsão social**. São Paulo: Cultrix, 1973

BERGEK, Anna; BERGGREN, Christian; MAGNUSSON, Thomas; HOBDDAY, Michael. Technological discontinuities and the challenge for incumbent firms: Destruction, disruption or creative accumulation? **Research Policy**, v. 42, n. 6-7, p. 1210-1224, 2013.

BOLTON, Dawn Langkamp; LANE, Michelle D. Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument. **Education+ Training**, v. 54, n. 2/3, p. 219-233, 2012.

BOWER, Joseph L.; CHRISTENSEN, Clayton M. Disruptive technologies: Catching the wave. **Harvard Business Review**, jan/feb, 1995.

BRANCA, Suelen Cristina de Araújo Vila; NOGAS, Claudio; DA DILVA, Sidney Reinaldo; PEREIRA, Leandro Angelo. Sociedade do conhecimento ou sociedade intangível: a sociedade da Coca-Cola, da Microsoft, Hiit. IN: LEMOS, Dalvane; LARA, Luiz Fernando; MARTINS ROBERTO, Rosemary (Org.) **Administração Contemporânea**. Ponta Grossa: ZH4, 2022, v.5.

BRASIL. Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação. **Manual de Oslo: Proposta de Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação Tecnológica**. 3ª edição, 2005. Disponível em: <https://www.gov.br/mcti/pt-br/acompanhe-o-mcti/indicadores/paginas/recursos-aplicados/indicadores-consolidados/arquivos/OCDEManualdeOslo3edicaoemportugues.pdf>. Acesso em 14 de fev. 2023.

BRASIL. Presidência da República. **Lei Complementar N° 123/06, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte e dá outras providências. Diário Oficial da União, Poder Executivo, Brasília, DF, 15.12.2006. Disponível: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LCP/Lcp123.htm#:~:text=LEI%20COMPLEMEN%20N%C2%BA%20123%2C%20DE%2014%20DE%20DEZEMBRO,julho%20de%201991%2C%20da%20Consolida%C3%A7%C3%A3o%20das%20Leis%20 Acesso em 14 de fev. 2023.

BRASIL. Presidência da República. **Lei Complementar N° 128/2008 de 19 de dezembro de 2008**. Altera a Lei Complementar no 123 e dá outras providências. Brasília, DF, 19.12.2008. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/Lcp128.htm Acesso em: 14 de fev. 2023.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Boletim Mundo Afora - Políticas de incentivo à inovação**, n.10. Brasília, 2013. Disponível em: https://ses.sp.bvs.br/wp-content/uploads/2016/07/Mundo_Afora_10_incentivo-%C3%A0-inova%C3%A7%C3%A3o.pdf. Acesso em: 12 jan. 2023.

BRODNY, Jarosław; TUTAK, Magdalena. Assessing regional implementation of Sustainable Development Goal 9 “Build resilient infrastructure, promote sustainable industrialization and foster innovation” in Poland. *Technological Forecasting and Social Change*, v. 195, p. 122773, 2023.

CALLEGARI, Beniamino; NYBAKK, Erlend. Schumpeterian theory and research on forestry innovation and entrepreneurship: The state of the art, issues and an agenda. **Forest Policy and Economics**, v. 138, p. 102720, 2022.

CARLSSON, Benny; STANKIEWICZ, Rikard. On the nature, function and composition of technological systems. **Journal of Evolutionary Economics**, v. 1, n. 2, p. 93-118, 1991.

CARVALHO, Joaquim Francisco de. Energia e sociedade. **Estudos Avançados [online]**, v. 28, n. 82, pp. 25-39, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-40142014000300003>. Acesso em: 13 de fev. 2023.

CASTELLS, Manuel. **The Information Age: Economy, Society and Culture**. Volume 1 - The Rise of The Network Society, 1996

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

CERTO, S. Trevis; MOSS, Todd W; SHORT, Jeremy C. Entrepreneurial Orientation: An Applied Perspective. Harvard Business Publishing. **Business Horizons**, v. 52, n. 4, p. 319-324, 2009.

CHRISTENSEN, Clayton M.; RAYNOR, Michael; MCDONALD, Rory. What Is Disruptive Innovation? **Harvard Business Review**, v. 93, n. 12, p.44–53, 2015.

CORAZZA, Rosana Icassatti; FRACALANZA, Paulo Sérgio. Caminhos do pensamento neoschumpeteriano: para além das analogias biológicas. **Nova Economia**, v. 14, n. 2, 2004. Disponível em: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/novaeconomia/article/view/434>. Acesso em: 13 de fev. 2023.

CRESPI, Gustavo; ZUNIGA, Pluvia. Innovation and Productivity: Evidence from Six Latin American Countries. **World Development**, v. 40, n. 2, p. 273-290, 2012.

DATA SEBRAE. SEBRAE Nacional - Unidade de Gestão Estratégica e Inteligência. **Perfil do MEI**, 2022. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/08/Impress%C3%A3o-Perfil-do-MEI-2022-atualizado-1.pdf>. Acesso em: 28 de set. 2023.

DRUCKER, Peter. **Sociedade pós-capitalista**. 5.ed. São Paulo. Pioneira, 1996

DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor: Prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1998.

DUTRA, Caroline; CONTI, D. de M.; DA SILVA FILHO, Cândido Ferreira. Economia criativa: O setor de eventos como ferramenta de desenvolvimento urbano a partir dos ODS 9 e 11 Creative economy: The events sector as an urban development tool based on ODS 9 and 11. **Brazilian Journal of Development**, v. 7, n. 9, p. 91.674-91.689, 2021.

FLOUD, Roderick; HUMPHRIES, Jane; JOHNSON, Paul (Eds.). **The Cambridge Economic History of Modern Britain**. 2 ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2014.

FLICK, Uwe. **Triangulation: Eine Einführung**. S Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden, 2011.

FREEMAN, Christopher; PEREZ, Carlota. Structural Crises of Adjustment: Business Cycles and Investment Behaviour. IN: DOSI, G; FREEMAN, C; NELSON, R. R; SILVERBERG, G; SOETE, L. L. G. (Eds.), **Technical change and economic theory**. Londres: Pinter Publishers, 1988.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report**. 2022. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50900>. Acesso em: 14 de fev. 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GONDIM, Sônia Maria Guedes. Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos. **Paidéia (Ribeirão Preto) [online]**, v. 12, n. 24, 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-863X2002000300004> Acesso em: 13 de fev. 2023.

HALÉVY, Marc. **A era do conhecimento: princípios e reflexões sobre a revolução noética no século XXI**. São Paulo: Editora Unesp, 2010.

HEDMAN, Mattias; LARSSON, Lisa; RÖNNBÄCK, Anna Öhrwall. Opportunities for Managing Incremental and Radical Innovation in Production. **Procedia CIRP**, v. 104, p. 756-761, 2021.

HOBBSAWM, Eric J. **A era das revoluções: Europa 1789 -1848**. Tradução de Maria Tereza Lopes Teixeira e Marcos Penchel. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991 [1977].

HOBBSAWM, Eric. J. **Industry and Empire: From 1750 to the Present Day**. Penguin Books Ltd, 1999.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. 2021. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/bibliotecacatalogo?view=detalhes&id=2101794>. Acesso: 15 de fev. 2023.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. 2023. Disponível em: https://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Trimestral/Fasciculos_Indicadores_IBGE/2023/pnac_202301_trimestre_caderno.pdf. Acesso em: 28 de set. 2023.

JIANG, Xu; LIU, Heng; FEY, Carl; JIANG, Feifei. Entrepreneurial orientation, network resource acquisition, and firm performance: A network approach. **Journal of Business Research**, v. 87, p. 46-57, 2018.

KATO-VIDAL, Enrique Leonardo. Produtividade e inovação em pequenas e médias empresas. **Estudios Gerenciales**, v. 35, n. 150, pp. 38-46, 2019. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/212/21259805005/movil/>. Acesso em: 13 de fev. 2023.

KIRZNER, Israel M. **Competition and Entrepreneurship**. University of Chicago Press, 2015.

KIZILHAN, Taner; KIZILHAN, Sevil Bal. The Rise of the Network Society - The Information Age: Economy, Society, and Culture. **Contemporary Educational Technology**, 7, 2016, p. 277-280.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LANDSTRÖM Hans; BENNER, Mats. Entrepreneurship research: a history of scholarly migration. IN: LANDSTRÖM, Hans; LOHRKE, Franz (Eds.). **Historical Foundations of Entrepreneurship Research**. Edward Elgar Publishing, 2010, p. 15-45.

LANDSTRÖM, Hans. **The Evolution of Entrepreneurship as a Scholarly Field**. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, v. 16; n. 2, p. 65-243, 2020.

LA ROVERE, Renata Lèbre. Paradigmas e trajetórias tecnológicas. IN: PELAEZ, Vitor; SZMRECSÁNYI, Tamás (Orgs.) **Economia da Inovação Tecnológica**. São Paulo: Editora Hucitec, 2006

LAZAREVIC, David; KAUTTO, Petrus; ANTIKAINEN, Riina. Finland's wood-frame multi-storey construction innovation system: Analysing motors of creative destruction. **Forest Policy and Economics**, v. 110, p. 101861, 2020.

LORENZ, Rafael *et al.* Digitization of manufacturing: the role of external search. **International Journal of Operations & Production Management**, v. 40, n. 7/8, p. 1129-1152, 2020.

LUCAS JR, Robert E. **Lectures on Economic Growth**. Cambridge: Harvard University Press, 2002.

MACHLUP, Fritz. **The production and distribution of knowledge in the United States**. Princeton University Press, 1962.

MAGNO, Attila; BARBOSA, Silva; ORBEM, Juliani Veronezi. “Pejotização”: precarização das relações de trabalho, das relações sociais e das relações humanas. **Revista eletrônica do curso de direito da UFSM**, v. 10, n. 2, p. 839-859, 2015.

MARTIN, Ben R. The evolution of science policy and innovation studies. **Research Policy**, v. 41, n. 7, p. 1219-1239, 2012.

MCLUHAN, Marshall. **The Gutenberg galaxy: The making of typographic man**. Canadá: University of Toronto Press, 2011.

MENDONÇA, Sandro; CRESPO, Nuno; SIMÕES, Nadia. Inequality in the network society: An integrated approach to ICT access, basic skills, and complex capabilities. **Telecommunications Policy**, v. 39, n. 3-4, p. 192-207, 2015

METCALFE, J. Stan. The entrepreneur and the style of modern economics. **Journal of Evolutionary Economics**, v. 14, n. 2, p. 157-175, 2004.

NAPIERAŁA, Tomasz; SZUTOWSKI, Dawid. The impact of localized innovations on the stock returns of tourism companies. **International Journal of Tourism Research**, v. 21, n. 1, p. 108-121, 2019.

OECD. Organisation for Economic Cooperation and Development. **Promoting innovation in established SMEs**. 2018. Disponível em: <https://www.oecd.org/cfe/smes/ministerial/documents/2018-SME-Ministerial-Conference-Parallel-Session-4.pdf>. Acesso em: 14 de fev. 2023.

OLIVEIRA, Miriam; FREITAS, Henrique M. R. Focus Group: instrumentalizando o seu planejamento. IN: GODOI, Christiane Kleinübing; BANDEIRA DE MELO, Rodrigo; SILVA, Anielson Barbosa da (Orgs.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 325-346.

ONU BRASIL. Organização das Nações Unidas Brasil. **Sobre o nosso trabalho para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil**, s/d (a). Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs> Acesso em: 29 de dez. 2022.

ONU BRASIL. Organização das Nações Unidas Brasil. **Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 9 – Indústria, inovação e infraestrutura**, s/d (b). Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/9>. Acesso em 25 de set. 2022.

PAIVA, Matheus Silva de; CUNHA, George Henrique de Moura; JUNIOR, Celso Vila Nova Souza; CONSTANTINO, Michel. Inovação e os efeitos sobre a dinâmica de mercado: uma síntese teórica de Smith e Schumpeter. **Interações** (Campo Grande) [online], v. 19, n.1, p. 155-170, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/inter/a/DVkwShDFG99PSxN3tjrndcq/#> Acesso em 14 de fev. 2023.

PHILLIPS, Fred; YING YU, Ching; HAMEED, Tahir; EL AKHDARY, Mahmoud Abdullah. The knowledge society's origins and current trajectory. **International Journal of Innovation Studies**, v. 1, n. 3, p. 175-191, 2017.

POPESCU, Nelu Eugen. Entrepreneurship and SMEs innovation in Romania. **Procedia Economics and Finance**, v. 16, p. 512-520, 2014.

- RADICIC, Dragana; PETKOVIĆ, Saša. Impact of digitalization on technological innovations in small and medium-sized enterprises (SMEs). **Technological Forecasting and Social Change**, v. 191, p. 122474, 2023.
- RAUCH, Andreas *et al.* Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 33, n. 3, p. 761-787, 2009.
- REINERT, Hugo; REINERT, Erik S. Creative Destruction in Economics: Nietzsche, Sombart, Schumpeter. IN: BACKHAUS, Jürgen; DRECHSLER, Wolfgang (Eds). **Friedrich Nietzsche (1844–1900)**. The European Heritage in Economics and the Social Sciences, vol 3. Springer, Boston, MA, 2006.
- RESSEL, Lúcia Beatriz; BECK, Carmem Lúcia Colomé; GUALDA, Dulce Maria Rosa; HOFFMANN, Izabel Cristina; SILVA, Rosângela Marion; SEHNEM, Graciela Dutra. O uso do grupo focal em pesquisa qualitativa. **Texto & Contexto Enfermagem**, v. 17, n. 4, p. 779-86, 2008.
- RODRIGUEZ Y RODRIGUEZ, Martius V. **Gestão Empresarial: organizações que aprendem**. Rio de Janeiro: QualityMark, 2002.
- REYNOLDS, P. D. *et al.* **Global Entrepreneurship Monitor Executive Report**. Wellesley, MA: Babson College, 2002.
- SACCOL, Amarolinda Zanela. Um retorno ao básico: Compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. **Revista de Administração da UFMS**, v.2, n.2, p. 250-269. 2009
- SANTOS, Karine da Silva *et al.* O uso de triangulação múltipla como estratégia de validação em um estudo qualitativo. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, p. 655-664, 2020.
- SANTOS-VIJANDE, Maria Leticia *et al.* Role of innovation and architectural marketing capabilities in channelling entrepreneurship into performance. **Journal of Innovation & Knowledge**, v. 7, n. 2, p. 100174, 2022.
- SCHOENHERR, Steven E. **The digital revolution**, 2004.
- SCHUMACHER, Andreas; EROL, Selim; SIHN, Wilfried. A Maturity Model for Assessing Industry 4.0 Readiness and Maturity of Manufacturing Enterprises. **Procedia CIRP**, v. 52, p. 161-166, 2016.
- SCHUMPETER, Joseph A. **Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process**. New York, Toronto, London: McGraw-Hill Book Company, 1939.
- SCHUMPETER, Joseph. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. Tradução de Maria Sílvia Possas. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1982 [1997]
- SCHUMPETER, Joseph A. **Capitalism, Socialism and Democracy**. London: Routledge, 2013
- SCHWAB, Klaus. **The Fourth Industrial Revolution**. Portfolio Penguin, 2017.
- SEBRAE. **Portal SEBRAE Cursos**, s/d. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>. Acesso em: 14 de fev. 2023.

SEBRAE. **Lei Geral da Micro e Pequena Empresa completa 15 anos**, s/d. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/leigeralmpe>. Acesso em: 15 de fev. 2023.

SEBRAE. **O que é economia criativa?** Portal SEBRAE [online], 30 de junho de 2014. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-economia-criativa,3fb5edae79e6410VgnVCM2000003c74010aRCRD#:~:text=Economia%20Criativa%20%C3%A9%20um%20termo,gera%C3%A7%C3%A3o%20de%20trabalho%20e%20renda>. Acesso em: 20 de out. 2023.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Microempresa, Empresa de Pequeno Porte e Microempreendedor Individual: diferenças e características**. 19 de fevereiro de 2021a. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/epp-microempresa-mei>. Acesso em: 14 de fev. 2021.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Conheça as vantagens e obrigações de ser um MEI**. 10 de setembro de 2021b. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/conheca-as-vantagens-e-obrigacoes-de-ser-um-mei,ed71c306d70db710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 13 de fev. 2023.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Atlas dos Pequenos Negócios**, 2022a. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2022/07/Atlas-pequenos-negocios-sebrae.pdf>. Acesso em: 13 de fev. 2023.

SEBRAE. **5ª Edição da Pesquisa Perfil do MEI**, 2022b. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/08/relatorio_perfil_mei_2022_v15.pdf. Acesso em: 13 de fev. 2023.

SERVA, Maurício. O surgimento e o desenvolvimento da epistemologia da administração – inferências sobre a contribuição ao aperfeiçoamento da teoria administrativa. **Revista Gestão Organizacional**, v.6, n.3, 2013. Disponível em: <https://bell.unochapeco.edu.br/index.php/rgo/article/view/1529>. Acesso em: 13 de fev. 2023.

SHUBBAK, Mahmood H. The technological system of production and innovation: The case of photovoltaic technology in China. **Research Policy**, v. 48, n. 4, p. 993-1015, 2019.

SINGH, Rashmeet; CHANDRASHEKAR, Deepak; HILLEMANE, Bala S.M; SUKUMAR, Arun; JAFARI-SADEGHI, Vahid. Network cooperation and economic performance of SMEs: Direct and mediating impacts of innovation and internationalisation. **Journal of Business Research**, v. 148, p. 116-130, 2022.

SOUSA, José Raul de; SANTOS, Simone Cabral Marinho dos. Análise de conteúdo em pesquisa qualitativa: modo de pensar e de fazer. **Pesquisa e Debate em Educação**, Juiz de Fora: UFJF, v. 10, n. 2, p. 1396 - 1416, jul. - dez. 2020.

STAM, Erik. Entrepreneurship. IN: KITCHIN, Rob; THRIFT, Nigel. **International Encyclopedia of Human Geography**. Elsevier, 2009

STRAUSS, Daniel. A Teoria Neoclássica, o Institucionalismo e o Marxismo: uma análise comparativa de seus paradigmas. **Revista Econômica**, v. 21, n. 2, 2019.

TAVASSOLI, Sam; KARLSSON, Charlie. Persistence of Various Types of Innovation Analyzed and Explained. **Research Policy**, v. 44, n. 10, p. 1887-1901, 2015.

- TAVASSOLI, Sam; KARLSSON, Charlie. Innovation strategies and firm performance: Simple or complex strategies? **Economics of Innovation and New Technology**, v. 25, n. 7, p. 631-650, 2016.
- THOMPSON, Edward P. **A Formação da Classe Operária Inglesa**. Tradução Denise Bottmann. São Paulo: Editora Paz e Terra S/A, 1987.
- TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução À Pesquisa Em Ciências Sociais: A Pesquisa Qualitativa em Educação**. São Paulo: Atlas, 1987.
- UDIMAL, Thomas Bilaliib; LUO, Mingcan; LIU, E; MENSAH, Nicholas Oppong. How has formal institutions influenced opportunity and necessity entrepreneurship? The case of BRICS economies. **Heliyon**, v. 6, n. 9, 2020.
- UJVARI, Stefan Cunha; ADONI, Tarso. **A história do século XX pelas descobertas da medicina**. Editora Contexto, 2014.
- UN, Anniq C. An empirical multi-level analysis for achieving balance between incremental and radical innovations. **Journal of Engineering and Technology Management**, v. 27, n. 1-2, p. 1-19, 2010.
- VELU, Chander; STILES, Philip. Managing Decision-Making and Cannibalization for Parallel Business Models. **Long Range Planning**, v. 46, n. 6, p. 443-458, 2013.
- VELU, Chander; JACOB, Arun. Business model innovation and owner–managers: the moderating role of competition. **R&D Management**, v. 46, n. 3, p. 451-463, 2016.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Editora Atlas, 2005.
- VIEIRA, Saulo Fabiano Amâncio; MELATTI, Gerson A; OGUIDO, Wagner Seiki; PELISSON, Cleufe; NEGREIROS, Letícia Fernandes de. Ensino de empreendedorismo em Cursos de Administração: um levantamento da realidade brasileira. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 12, n. 2, p. 93-114, 2013.
- WATSON, Hugh J. Tutorial: Big Data Analytics: Concepts, Technologies, and Applications. **Communications of the Association for Information Systems**, v. 34, n. 1, p.1247-1268, 2014
- ZHANG, Hailun. Does combining different types of innovation always improve SME performance? An analysis of innovation complementarity. **Journal of Innovation & Knowledge**, v. 7, n. 3, p. 100192, 2022.

ANEXO A - ROTEIRO SEMIESTRUTURADO

(GRUPO FOCAL E ENTREVISTAS)

Introdução. Recepção e boas-vindas.

Parte I. Informações sociodemográficas dos entrevistados

- Nome
- Gênero
- Idade
- Naturalidade
- Escolaridade

Parte II. Questionário semiestruturado

Perguntas introdutórias – “Quebra-gelo”

- Qual é o seu ramo de atividade, negócio? Breve descrição do negócio.
- Para você, o que é importante para um pequeno negócio/pequena empresa?

Perguntas com foco teórico

- Para você, o que é inovar? Quais os tipos de inovação? **(Definições) Retirado de Schumpeter (1982) / Manual de Oslo – OCDE (2005) / Tavassoli e Karlsson (2015)**
- Para você, o que é empreender? Por que você empreende? **Retirado de Reynolds et. al. (2002)**
- Qual você acha que é o papel do empreendedor no mercado/economia? **Retirado de Stam (2009)**
- Na sua concepção, inovar faz parte do seu plano/estratégia de negócio? Por que sim? ou Por que não? **Retirado do Relatório *Promoting innovation in established SMEs* (OCDE, 2018), Arranz et al. (2019) e Zhang (2022)**
- Listar em ordem de importância (orientações do empreendedorismo), procure justificar as suas escolhas – **Retirado de Certo et. al. (2009), Rauch et. al. (2009), Bolton e Lane (2012):**

ORIENTAÇÕES DO EMPREENDEDORISMO	1	2	3	4	5
Autonomia					
Agressividade Competitiva (competitividade no mercado)					

Inovação					
Proatividade					
Tomada de riscos					

Perguntas de opinião - Finalização

- Você já participou ou ouviu falar de pesquisas acadêmicas ou não acadêmicas sobre empreendedorismo e/ou inovação?
- Você acredita que pesquisas acadêmicas e não acadêmicas, por exemplo as realizadas pelo SEBRAE e pelo IBGE com pequenos empreendedores ajudam no desenvolvimento dos negócios?
- Você gostaria de continuar empreendendo?
- Quais os desafios e oportunidades você enxerga em empreender?

Finalização e agradecimento.