

Campus Porto Velho Zona Norte
Coordenação do Curso Superior Tecnológico em Gestão Comercial EAD

RAIANE FONTES CAMÊLO

**A IMPORTÂNCIA DAS TÉCNICAS DO EMPREENDEDORISMO E
INOVAÇÃO PARA EMPRESAS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE**

RONDÔNIA
2026

RAIANE FONTES CAMÊLO

**A IMPORTÂNCIA DAS TÉCNICAS DO EMPREENDEDORISMO E
INOVAÇÃO PARA EMPRESAS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE**

Artigo tecnológico entregue como Trabalho de Conclusão de Curso ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia – (IFRO), Campus Porto Velho Zona Norte, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel, junto ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, sob a orientação da professora Dra. Gabriela Dantas Carvalho.

RONDÔNIA
2026

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Gerador de Ficha Catalográfica do IFRO.

Camêlo, Raiane Fontes.

A importância das técnicas do empreendedorismo e inovação para empresas de pequeno e médio porte / Raiane Fontes Camêlo. - Porto Velho, 2026.

18 f. : il.

Orientador(a): Prof^ª. Dra. Gabriela Dantas Carvalho.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em Gestão Comercial EAD) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO, Porto Velho, 2026.

1. Pequenas e médias empresas. 2. Inovação. 3. Empreendedorismo. I. Carvalho, Gabriela Dantas (orient.). II. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO. III. Título.

Bibliotecário(a) Responsável: Marlene Fouz da Silva, CRB-11/946

A IMPORTÂNCIA DAS TÉCNICAS DO EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO PARA EMPRESAS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE

Artigo tecnológico entregue como Trabalho de Conclusão de Curso ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia – (IFRO), Campus Porto Velho Zona Norte, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel, junto ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, sob a orientação da professora Dra. Gabriela Dantas Carvalho.

Aprovado em: 22/01/2026

 Documento assinado digitalmente
YANNE DE MATTOS RABETIM MILANO
Data: 02/02/2026 11:25:35-0300
Verifique em <https://validar.ifro.gov.br>

Yanne de Mattos Rabetim Milano
Membro Externo

 Documento assinado digitalmente
RICARDO DOS SANTOS PEREIRA
Data: 07/02/2026 00:01:31-0300
Verifique em <https://validar.ifro.gov.br>

Dr. Ricardo dos Santos Pereira
Membro Interno

 Documento assinado digitalmente
GABRIELA DANTAS CARVALHO
Data: 05/02/2026 15:32:46-0300
Verifique em <https://validar.ifro.gov.br>

Gabriela Dantas Carvalho
Orientadora/Presidente

A IMPORTÂNCIA DAS TÉCNICAS DO EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO PARA EMPRESAS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE

RESUMO: O setor empresarial vem sofrendo transformações contínuas. A tecnologia, alinhada ao comportamento dos consumidores e ampla concorrência têm demandado das empresas atitudes mais ágeis e inovadoras. Partindo disso as pequenas e médias empresas (PMEs) têm buscado adotar perspectivas diferenciadas. A presente pesquisa visa destacar a relevância das metodologias de empreendedorismo e inovação para PMEs, demonstrando de que maneira podem ser implementadas com eficácia e rentabilidade. Trata-se de uma revisão bibliográfica, abrangendo o desenvolvimento das PMEs no comércio digital e na forma física, na qual observa-se inúmeras mudanças no cenário comercial com o grande crescimento e avanço da tecnologia, onde muitos meios digitais são fontes geradoras de compra e venda, o que se faz necessário mudar os planejamentos e conduta na qual determinadas empresas estão fixadas, havendo uma urgência em sair do tradicional e buscar a inovação para se manter no mercado. Desse modo, buscou-se a oportunidade de conhecer algumas formas digitais de serviços desenvolvidas por empresas, percebendo que a tecnologia pode contribuir para que os empresários de modo geral, descubram o novo e transformem seu negócio de forma ágil e responsável, tendo custo-benefício e ao mesmo tempo obter lucros significativos, criando assim, relações comerciais através de ferramentas novas para o sucesso e evolução de sua empresa.

PALAVRAS-CHAVES: Pequenas e médias empresas; Inovação; Empreendedorismo

ABSTRACT: The business sector has been undergoing continuous transformations. Technology, adapted to consumer behavior and intense competition, demands more agile and innovative approaches from companies. Based on this, small and medium-sized enterprises (SMEs) have sought to adopt differentiated perspectives. This research aims to highlight the relevance of entrepreneurship and innovation methodologies for SMEs, demonstrating how they can be innovative effectively and profitably. This is a literature review, covering the development of SMEs in digital and physical commerce, in which numerous changes in the commercial landscape are observed with the significant growth and advancement of technology, where many digital means are sources of buying and selling. This necessitates changes in planning and conduct in certain companies, creating an urgency to move away from the traditional and seek innovation to remain competitive in the market. Thus, the opportunity was sought to learn about some digital forms of services developed by companies, realizing that technology can contribute to entrepreneurs in general discovering new things and transforming their business in an agile and responsible way, achieving cost-effectiveness while simultaneously obtaining record profits, thereby creating commercial relationships through new tools for the success and evolution of their company.

KEYWORDS: Small and medium-sized enterprises; Innovation; Entrepreneurship

1. INTRODUÇÃO

O setor empresarial vem sofrendo transformações contínuas. A tecnologia, alinhada ao comportamento dos consumidores e ampla concorrência têm demandado das empresas atitudes mais ágeis e inovadoras. Neste contexto, as pequenas e médias empresas (PMEs) estão enfrentando novos desafios para permanecerem competitivas e mais sustentáveis (Neves et al., 2024).

Essas empresas são uma fração muito relevante da economia do Brasil, promovendo assim uma maior geração de empregos e colaborando para o progresso social. Entretanto, frequentemente, atuam com recursos restritos, o que torna ainda mais imprescindível a adoção de estratégias astutas para se sobressair. É nesse contexto que as metodologias de empreendedorismo e inovação surgem como instrumentos essenciais (Carpintéro et al., 2023).

Segundo Neves et al. (2024), o ato de empreender é mais do que a simples abertura de uma empresa, consiste em reconhecer possibilidades, aceitar riscos calculados e procurar alternativas inovadoras para desafios concretos. A inovação se trata em adotar perspectivas diferenciadas, aperfeiçoando processos, desenvolver produtos e serviços inéditos ou aprimorar aqueles que já estão disponíveis. A combinação dessas técnicas tem o potencial de alterar a realidade das PMEs (Mussagy; Manjoro, 2023).

A aplicação dessas técnicas possibilita que os empreendedores se ajustem com maior agilidade às alterações do mercado. Elas podem contribuir para criar oportunidades onde existiam dificuldades, fomentando uma constante cultura de aprendizado e de contínuo aprimoramento. Esse aspecto é vital para organizações que necessitam se readaptar para manter-se e alcançar o sucesso (Silva; Oliveira, 2024). O empreendedorismo e a inovação podem favorecer o fortalecimento da chamada “identidade corporativa”, isto é, ao se criar soluções exclusivas ou adota-se uma postura autêntica, a empresa poderá se sobressair e conquistar a lealdade de seus clientes. Este processo, além dos resultados financeiros, pode promover laços com a comunidade, com os colaboradores e demais *stakeholders* (Mendes; Almeida, 2024).

Costa e Moraes (2023) destacam que um aspecto muito relevante é que tais abordagens podem contribuir para a organização interna de uma companhia.

Segundo os autores, por meio de processos mais eficazes, uma administração mais estratégica e com ênfase nos resultados, torna-se viável minimizar os desperdícios, aprimorar o atendimento e elevar a produtividade. Todo esse processo deve ser realizado com criatividade e planejamento, dispensando a necessidade de investimentos substanciais.

2 DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO PROBLEMA E/OU OPORTUNIDADE

Neste cenário, torna-se imprescindível que os empreendedores se mostrem receptivos a adquirir conhecimentos e a implementar essas técnicas em sua rotina. O entendimento sobre as técnicas de empreendedorismo e inovação não é apenas aplicado em grandes corporações, é acessível e se torna transformadora para empreendimentos de menor porte (Santos; Pereira, 2024).

Partindo dessa premissa, foi pensado nessa pesquisa: como as técnicas de empreendedorismo e inovação podem ser aplicadas de forma eficaz e acessível nas pequenas e médias empresas brasileiras, contribuindo para sua competitividade, sustentabilidade e fortalecimento organizacional diante das transformações do mercado?

Este estudo possui como objetivo geral orientar sobre a relevância das metodologias de empreendedorismo e inovação para PEMs, demonstrando de que maneira podem ser implementadas com eficácia e rentabilidade, tendo como objetivos específicos: analisar o contexto atual das PMEs, seguindo a linha do trabalho realizado, e com sugestão de continuidade na prática de desenvolvimento, entende-se que fechar o campo de estudo na área de localização e do espaço de vivência é fundamental para maior compreensão da pesquisa, possibilitando uma profunda conexão com a realidade da região e da comunidade gerando dados relevantes e específicos quanto ao uso de tecnologias e práticas de serviços inovadores, buscando compreender o impacto da cultura de inovação na concorrência e na capacidade de adaptação dessas empresas às mudanças do mercado e por fim, propor um produto tecnológico para beneficiar o público-alvo.

2.1 Metodologia

Trata-se de uma revisão bibliográfica, do tipo exploratória e de caráter qualitativo com base na importância das técnicas do empreendedorismo e inovação para empresas de pequeno e médio porte.

O estudo foi desenvolvido através da pesquisa, utilizando os bancos de dados *on-line*: Scielo (*Scientific Electronic Library Online*), Portal de Periódicos da CAPES e Scopus, através dos descritores: empreendedorismo, inovação, pequenas e médias empresas, competitividade empresarial e desenvolvimento organizacional, na língua portuguesa, de forma isolada e combinada através do operador booleano AND.

Foram utilizados na pesquisa deste estudo: livros, artigos científicos, dissertações de mestrado e teses de doutorado disponíveis na íntegra, de forma gratuita, publicados nos últimos dez anos, na língua portuguesa. Não foram incluídas abordagens não sistemáticas ou baseadas em crenças pessoais, como: intuição, tradição, autoridade ou experiência pessoal, que carecem de validação e reprodutibilidade, bem como, *blogs*, redes sociais e outros canais não científicos, além de resumos de congresso, estudos não disponíveis na íntegra e trabalhos de conclusão de curso.

Os artigos selecionados foram organizados em uma planilha do Microsoft Excel[®], contendo informações como: autor, ano de publicação, objetivo, metodologia empregada e principais resultados. Em seguida, os dados foram analisados de forma descritiva e discursiva, permitindo identificar tendências, lacunas e contribuições relevantes sobre o tema proposto. Os resultados foram expressos em quadro e texto discursivo, apresentado em tópicos.

Por fim, a pesquisa seguirá contribuindo com sugestão de desenvolvimento tecnológico como forma de solucionar as lacunas destacadas neste estudo.

3. ANÁLISE DA SITUAÇÃO PROBLEMA E PROPOSTAS DE INOVAÇÃO/INTERVENÇÃO/RECOMENDAÇÃO

A pesquisa por estudos envolvendo a temática resultou em 32 estudos, sendo considerados para a pesquisa apenas 14 estudos, todos foram

publicados entre os anos de 2021 a 2024 com predomínio na região Sudeste, conforme descritos no Quadro 1.

Quadro 1 - Caracterização dos estudos encontrados para o desenvolvimento do estudo.

Autor/ Ano	Título	Tipo de estudo	Local
Carpintéro; Bacic (2021)	Empreendedorismo e desenvolvimento.	Artigo científico de natureza teórico-analítica, com abordagem qualitativa.	Campinas/SP – Brasil.
De Lima; Costa (2022)	Análise Epistemológica do Campo do Empreendedorismo	Artigo científico de natureza teórico-epistemológica, com abordagem qualitativa e bibliométrica	Maringá/PR – Brasil.
Souza; Lima (2022)	A inovação como vantagem competitiva em empresas de base tecnológica.	Artigo científico de natureza teórico-empírica, com abordagem qualitativa.	Campinas/SP – Brasil.
Costa; Moraes (2023)	A importância da inovação para a sustentabilidade de micro e pequenas empresas.	Artigo científico de natureza teórico-empírica, com abordagem qualitativa.	Santa Catarina – Brasil.
Manjoro; Mussagy (2023)	Empreendedorismo e inovação em Moçambique: panorâmica atual.	Artigo científico de natureza exploratória e descritiva, com abordagem qualitativa.	Beira, - Moçambique
Montagner; De Souza (2023)	A influência do Sistema Nacional de Inovação no surgimento de Small Firms no Brasil	Artigo científico de natureza teórico-empírica, com abordagem quantitativa e documental.	Curitiba/PR – Brasil.
De Oliveira; Santos (2023)	Empreendedorismo e inovação: práticas aplicadas em microempresas brasileiras.	Artigo científico de natureza teórico-empírica, com abordagem qualitativa.	São Paulo/SP – Brasil.
Santos; De Oliveira (2023)	Empreendedorismo nas MPEs no Brasil.	Artigo científico de natureza teórico-empírica, com abordagem predominantemente qualitativa.	Maringá/PR – Brasil.
Neves; Da Cruz; Locatelli (2024)	Fatores que influenciam a sobrevivência das MPEs no Brasil	Artigo científico de natureza empírico-analítica, com abordagem predominantemente quantitativa.	São Paulo/SP – Brasil.

Mendes; Almeida (2024)	Empreendedorismo e inovação: caminhos para o crescimento de pequenas empresas.	Artigo científico de natureza teórico-empírica, com abordagem quantitativa e qualitativa (mista).	São Paulo/SP – Brasil.
Santos; Pereira (2024)	Desafios e oportunidades do empreendedorismo inovador em PMEs brasileiras.	Artigo científico de natureza empírico-analítica, com abordagem quantitativa.	Maringá/P R – Brasil.
Silva; Oliveira (2024)	Inovação como estratégia competitiva em pequenas empresas: uma análise prática.	Artigo científico de natureza empírica, com abordagem qualitativa e descritiva.	Taubaté/S P – Brasil.
Da Silva; Da Silva (2023)	Inovação como diferencial competitivo nas MPEs: um estudo de caso no setor de confecção.	Artigo científico de natureza aplicada, com abordagem qualitativa e delineamento de estudo de caso.	São Paulo/SP – Brasil.
Oliveira; Silva (2024).	Inovação e transformação digital: o impacto da IA generativa no <i>design</i> de moda em microempresas.	Artigo científico de natureza aplicada e exploratória, com abordagem qualitativa.	Taubaté/S P – Brasil.

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

3.1 Fundamentos do empreendedorismo nas pequenas e médias empresas

O empreendedorismo é uma atividade que envolve criar, desenvolver e cuidar de um negócio, ou seja, gerenciar esse negócio ou inovar algo que vem sendo gerenciado. Esse negócio traz soluções, cria valores e alcança resultados. O empreendedorismo visa criar coisas novas, ter mentalidade e comportamentos diversos, fazer planos, cuidar dos riscos e prestar atenção nas necessidades dos clientes. O empresário deve entender o mercado, quais são os objetivos do seu negócio, conhecer os concorrentes e compreender a dinâmica em como se destacar (Santos; Oliveira, 2023). Nas pequenas empresas de mídia, esse ponto é ainda mais importante. Isso acontece porque muitas vezes depende da vontade e das ideias de poucas pessoas. Não é só abrir uma empresa, é conhecer o mercado e a clientela a qual vai ofertar o seu produto. É

aproveitar oportunidades e transformar ideias em ações que funcionam (Montagner; Souza, 2024), traçar planos e metas, que levam ao objetivo central do empreendimento de forma que assegure o sucesso com eficiência para que sobreviva no mercado.

No cenário atual, onde o mercado de trabalho se encontra cada vez mais tecnológico, muitos empreendimentos acabam por não saírem do papel, uma vez que para empreender é necessária uma visão de mundo aberta e elabora por inúmeras plataformas tecnológicas de conhecimento, além do que se faz primordial ter uma característica própria, como aponta Lima e Costa (2022) ao descreverem o perfil de uma pessoa que deseja empreender. Segundo os autores o empreendedor deve apresentar características, como: vontade de agir, determinação, habilidade de liderança e vontade de aprender.

Além disso, deve falar de forma clara, buscar fazer escolhas de forma responsável, sabendo lidar com os desafios, dentre eles, as constantes mudanças que acontecem no mercado, que exigem novas ideias, experimentar soluções e aprender com os erros. Santos e Oliveira (2023) complementam que a visão estratégica é uma competência que ajuda o empreendedor a planejar o futuro da empresa. Ela consiste em olhar para a situação, enxergar com clareza o cenário, escolher as metas e a partir disso, as maneiras planejadas de alcançar os objetivos (Lima; Costa, 2022). Desse modo, ter coerência no que se almeja e saber equilibrar as demandas que se exige ao colocar-se como um empreendedor, seja este em qualquer área profissional que deseja explorar.

3.2 Inovação como Diferencial Competitivo

A inovação acontece quando a empresa cria ou melhora um produto que oferece ao cliente e tem como objetivo melhorar a eficiência das tarefas que acontecem dentro da empresa, como a produção ou o atendimento ao cliente, ou ainda no jeito de fazer negócios, isto é, na forma como gera valor (Silva, 2023). Nessa perspectiva, percebe-se que inovar, não é a ideia de criar algo, mas também, pode ser a ideia de melhorar aquilo que já está disponível, agregando valor e dando ao que se tem mais eficiência no desenvolvimento e produtividade, assim, levar ao cliente a melhoria de serviço que atenda às

suas necessidades.

Em PMEs é necessário fomentar a cultura da inovação diariamente. Isso implica estar receptivo a novas concepções, escutar os colaboradores e experimentar soluções inovadoras (Souza; Lima, 2022), nesse processo de inovação é possível o aumento da eficácia das atividades desenvolvidas na produção e na logística, o que contribui na diminuição de tempo e custos, visando novas maneiras de fazer negócios e de entrega de serviços, através de pequenas melhorias diárias, tanto na equipe de produção, quanto no desempenho de trabalho, que somados ajudam a melhorar a visão da clientela em suas experiências com o serviço a eles ofertados.

Dentre as inovações destaca-se a comercialização de produtos pela *internet*, a maneira de se comunicar com os consumidores por meio das redes sociais, e ainda um recurso muito utilizado é a Inteligência Artificial (IA), esse pode ajudar na criação de mídias e produtos a favor do empreendedor, esses recursos são formas de inovar o atendimento, dar suporte agilizado para garantir cada mais o aumento no fluxo de rendimento comercial, saber usar essas mídias é de suma importância para se destacar e empreender com qualidade, eficácia e inteligência. Usar essas estratégias pode garantir a permanência e sobrevivência no mercado, tornando o empreendimento mais atraente e produtivo. E assim usar a criatividade para transformar novos pensamentos em economia de alto valor, de maneira exclusiva, com destaque na concorrência, resolvendo problemas dos clientes, dos quais outras empresas ignoram, saindo do tradicional para o inovador com esperteza, relevância e flexibilidade (Montagner; Souza, 2024).

3.3 Aplicação de técnicas empreendedoras e inovadoras

Inovar no âmbito do empreendedorismo representa uma estratégia sagaz para melhorar os resultados de uma organização. Para isso, é essencial implementar estratégias que contribuam para a organização da empresa e a projeção de um planejamento futuro (Caron; Silva, 2021). Planejar constitui o passo inicial para expandir de maneira responsável. As metodologias ágeis e o *design thinking* (DT) oferecem abordagens contemporâneas de trabalho que

facilitam a resolução de problemas e a geração de soluções de maneira ágil e inovadora. Nas PMEs, tais metodologias possibilitam a experimentação de novas ideias, a escuta dos clientes e a adaptação dos produtos ou serviços de maneira mais ágil (Oliveira; Santos, 2023), cabe destacar neste contexto um dos projetos de pensamento de empreendimento de longo prazo, que transformou sua ideia, após compreender de fato a real necessidade do cliente antes de fabricar seu produto, a Havaianas® utilizou técnicas de DT para expandir sua linha de produtos de simples chinelos de borracha para uma marca de moda global, inovando no *design* das lojas e na experiência de compra, os empreendedores ainda, se utilizaram de outros recursos tecnológicos, como, Inteligência de Dados e ERP (Gestão Integrada), que consiste em sistemas robustos como o SAP S/4HANA que integra toda a sua cadeia global, esse sistema permite que a empresa saiba exatamente quantas sandálias de cada cor e tamanho estão sendo vendidas em Paris, Nova York ou em uma PME no interior do Brasil em tempo real, o que ajuda na redução de estoques parados e previsão de demanda muito mais assertiva, em todas as formas de tecnologia utilizada pela empresa, mostra que planejar de maneira cautelosa é essencial.

As PMEs podem obter grandes vantagens nessas práticas, mesmo dispondo de recursos restritos. As ferramentas de administração e planejamento estratégico são fundamentais para definir objetivos e monitorar o desempenho, visto que através delas, o empreendedor obtém uma compreensão mais aprofundada dos aspectos positivos e negativos da empresa, possibilitando a adoção de decisões mais assertivas e a mitigação de desperdícios (Oliveira; Santos, 2023).

Oliveira e Santos (2023) descrevem que a tecnologia é fundamental e indispensável para o sucesso do empreendimento na atualidade. Para além de todas as vantagens técnicas e burocráticas, ela ajuda a observar as mudanças no setor e oferecer um atendimento melhor às necessidades dos clientes. Partindo da ideia apontada pelos autores, pode-se destacar um empreendimento minuciosamente pensado com agilidade e percepção de resolução de problema da sociedade, o Nubank® utilizou a lógica do canvas, a qual contribui para criar, entregar e capturar valores que conectam entre si, com foco na parte do negócio que será desenvolvido, dessa forma, a Nubank® simplificou o modelo bancário tradicional, focando na proposta de valor de "zero tarifas" e "atendimento

humano", que passa a ser em ambiente digital, eliminando custos que não geravam valor ao cliente. Nota-se que esta empresa focou na necessidade de pessoas físicas e jurídicas, ao conectar seu empreendimento à parceiros e clientes, diminuindo custos para ambas as partes.

Segundo Caron e Silva (2021), isso torna a operação mais ágil e apta as adaptações. Os autores destacam a tecnologia como ferramenta de sucesso para empreender e inovar. Instrumentos digitais como os sistemas de administração, mídias sociais e plataformas de comércio eletrônico permitem as atualizações para aprimorar a comunicação, estruturar processos e ampliar o alcance de um maior número de clientes, e além dessas peculiaridades, a tecnologia contribui para minimizar o desperdício de produtos físicos, através da técnica PDCA (Planejar, executar, verificar e agir), como a exemplo o Grupo Boticário®, este aplica rigorosamente o PDCA (Relatório de Sustentabilidade do Grupo Boticário (publicado anualmente) ou estudos de caso da Fundação Dom Cabral sobre a empresa) e outras técnicas de qualidade em suas fábricas e franquias, garantindo que a inovação em novos perfumes seja acompanhada de eficiência produtiva extrema, com uma produção enxuta (*Lean Manufacturing*), e ainda usa como base o descarte de resíduos e o tempo de produção (lead time). As PMEs, como por exemplo, os comércios de Varejo de moda e produtos local, utilizam a tecnologia como: *Instagram Shopping e WhatsApp Business*, podendo observar as métricas das redes sociais para organizar as compras futuras e o que teve mais saída, com base no gosto de seus clientes, brasileiras estão cada vez mais se utilizando dessas ferramentas de trabalho para obter desenvolvimento com agilidade no processo de custos, atendimento, produção e mão de obra, o que tem dado retorno positivo a essas pequenas e médias empresas, com praticidade no dia a dia.

Dentre os vários campos de empreendedorismo da tecnologia, vale ressaltar um produto criado que vem sendo utilizado em todos os campos do conhecimento, as ferramentas de IA, que está sendo um marco para desenvolvimento de projetos sociais, educacionais e empresariais, a utilização da IA generativa que desenvolve protótipos imediatos e análise de mercado, validou muitas ideias com resultados favoráveis para pequenas e médias empresas, alguns micro empreendedores de moda, são ideias observadas com base na organização dos micro empreendedores locais, estão utilizando

ferramentas como o *Midjourney* para criar conceitos de estampas e *designs* antes mesmo de comprar o tecido, economizando em amostras físicas, este meio de jornada é um grande marco que estabelece novas metodologias de inovação no mercado físico e digital (Oliveira; Silva, 2024).

Contudo, a pesquisa realizada trouxe alguns pontos bem desafiadores, partindo do ponto de que, para compreender melhor o tema é necessário ter experiência nesse mercado, pois para entender o desconhecido é preciso tempo, dedicação, curiosidade e percepção nas pesquisas dos dados levantados. O contexto da PMEs é um campo amplo e cheio de novidade tanto no conceito físico quanto tecnológico, o qual deve-se ter muito cuidado nas fontes e linha de pesquisa de apoio.

O campo de estudo encontra limitações, por existir muitas diversidades de PMEs, devido suas especificidades de mercado, cada tipo de empresa tem uma forma própria de ampliar ou não os negócios, o que limita a transparência nas ações implementadas, neste ambiente o viés para sobrevivência está ligado as técnicas de inovação, o qual pode dar certo para um negócio e em outros obter falhas por fatores internos dessas PMEs, porém, há grandes perspectivas de inovações para as PMEs dentro do mercado tecnológico, são muitos e variados meios para se obter conhecimento e aplicá-los no comércio, com sabedoria e responsabilidade, há um futuro cheio de coisas novas para se explorar e por em prática com democratização, sustentabilidade, técnicas de inovação de empreendedorismo digital, este é o caminho para alavancar com potencialidade as pequenas e médias empresas.

4. CONCLUSÕES E CONTRIBUIÇÃO TECNOLÓGICA E/OU SOCIAL

O estudo possibilitou compreender a importância das novas tecnologias no comércio físico e digital, considerando todos os princípios abordados. Foi possível captar as diferentes formas de tecnologias para fins comerciais das pequenas e médias empresas.

Compreende-se a importância das PMEs para desenvolvimento do mercado de trabalho, o que gera empregabilidade e sustento social, e ainda, a notável relação da tecnologia envolvida nessa economia, com qualidade articuladora e com uso planejado dessa rede para movimentar o

empreendedorismo na sociedade, nos setores públicos e privados, desse modo, constatou-se que o empreendedorismo deve ser visto como progresso crescente de economia social e cultural desenvolvida por pessoas que buscam empreender dentro da realidade e ambiente ao qual estão inseridas.

Buscando contribuir com a inovação tecnológica das MPEs, em análise da problemática adotou-se a ideia de tecnologia emergente, usando a IA como uma ferramenta de aplicação para que os micro empreendedores possam criar conceitos práticos no desenvolvimento do seu trabalho, podendo gerar economia e otimização dos recursos, obtendo assim, mais eficiência operacional, através dessa acessibilidade tecnológica as PMEs terão mais estrutura diante da carência de recursos do mercado.

Partindo disso, surge a ideia de desenvolver um produto tecnológico para contribuir com os comércios locais, que atuam na venda de produtos que podem ser de cunho da sustentabilidade, neste contexto, pode-se criar uma Plataforma de Gestão e Sustentabilidade, que consiste em alinhar o monitoramento no consumo e desperdício de matéria-prima de uma PME.

Esta plataforma consiste em destacar os produtos que serão descartados pelo comércio, como resíduos sólidos e produtos com avarias estéticas ou com proximidade da data de vencimento. O sistema direciona os para instituições sem fins lucrativos, como as escolas locais e os serviços de assistência social, que atuam com desenvolvimento de mecanismos e projetos de sustentabilidade, para a comunidade local.

Para melhor definição da ideia do produto em questão: Plataforma: Gestão e Sustentabilidade; Criação de um site com conteúdo, contemplando conteúdo com IA generativa de gestão usando a tecnologia de forma equilibrada com ações de sustentabilidade, focada no fortalecimento das PMEs transformando do mercado.

A plataforma é uma solução de intermédio logístico e gestão de resíduo, hospedada em nuvem, com interface intuitiva via *web* e aplicativo móvel, sua maior função é operar com um marketplace socioambiental, de forma que empresas cadastradas inserem os itens excedentes para que os órgãos recebedores mostrem interesse em real.

Ela oferece ferramentas modulares:

- **Sites:** Construtor de comércio eletrônico intuitivo que permite ao

empreendedor criar um *site* profissional ou uma loja virtual básica em minutos.

- **Gestão de Conteúdo:** Ferramenta de IA generativa que ajuda nas descrições de produtos sobre sustentabilidade e propagandas de mercado que possa economizar tempo e contribuir com rentabilidade.
- **Integração:** Conecta o site com *WhatsApp* de preferência do microempreendedor e as redes sociais, as quais abrangem os consumidores locais.

Esta ideia traz um diferencial com tecnologia simplificada das empresas de grande porte, o gestor empresarial através desse recurso, adota práticas de sustentabilidade inovadoras, usando a comunicação digital por meio de redes sociais, envia um alerta ao responsável pelo setor dos produtos, para verificação destes e posteriormente realização do levantamento dos dados, para saber a necessidade de redução ou manutenção desses produtos a fim de diminuir o desperdício, monitoramento em tempo real. Isso pode gerar para PMEs um fluxo de caixa com impacto de aumento em sua margem de lucro em grandes dimensões.

Esse produto causaria um impacto para as PMEs, pois essas são as maiores empregadoras do Brasil, correspondendo por cerca de 70% das contratações mensais (SEBRAE, 2023). Quando uma plataforma de gestão e inovação evita a falência de um pequeno negócio (reduzindo custos com IA), ela protege diretamente o sustento de famílias e mantém a circulação de riqueza dentro da própria comunidade ou bairro.

Este produto ajuda a transformar e de certa maneira, educa o empreendedor e seus consumidores. Ao perceberem na prática que a redução de desperdício, pode gerar lucro, e conseqüentemente uma mudança na cultura organizacional. Esse aprendizado leva para a vida pessoal de todos os envolvidos neste processo, como por exemplo, funcionários que contribuem para economia de recursos da empresa tendem a levar esses hábitos para suas casas e comunidades.

REFERÊNCIAS

CARON, F.; SILVA, R. M. **Desafios para a inovação em pequenas e médias empresas**: uma análise das barreiras enfrentadas Evento: EnANPAD – Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2021.

CARPINTÉRO, J.N.C.; BACIC, M.J. Empreendedorismo e desenvolvimento. **Revista de Economia da UNICAMP**, 2023.

COSTA, J. R.; MORAES, T. H. A importância da inovação para a sustentabilidade de micro e pequenas empresas. **Revista de Empreendedorismo e Sustentabilidade**, v. 8, n. 2, p. 33–47, 2023.

LIMA, A. C.; COSTA, M. F. **Análise Epistemológica do Campo do Empreendedorismo** **Revista**: EnANPAD – Encontro da Associação Nacional de Pós- Graduação e Pesquisa em Administração, 2022.

MENDES, C. R.; ALMEIDA, R. T. Empreendedorismo e inovação: caminhos para o crescimento de pequenas empresas. **Revista de Administração e Inovação**, v. 21, n. 1, p. 12–28, 2024.

MONTAGNER, K.; SOUZA, L. F. A influência do Sistema Nacional de Inovação no surgimento de Small Firms no Brasil **Revista: Revista de Economia (UFPR)**, v. 46, n. 88, 2024.

MUSSAGY, I. H.; MANJORO, A. Empreendedorismo e inovação em Moçambique: panorâmica atual. **Revista da Universidade Católica de Moçambique**, v. 10, n. 2, 2023.

NEVES, M. L.; DA CRUZ, P. B.; LOCATELLI, O. Fatores que influenciam a sobrevivência das micro e pequenas empresas no Brasil. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 25, n. 1, eRAMC240073, 2024.

OLIVEIRA, J. P.; SANTOS, R. M. Empreendedorismo e inovação: práticas aplicadas em microempresas brasileiras. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (REGEPE)**, v. 11, n. 2. 2023.

OLIVEIRA, J. P.; SILVA, A. C. Inovação e transformação digital: o impacto da inteligência artificial generativa no design de moda em microempresas. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento**, v. 20, n. 3, p. 45-60, 2024.

SANTOS, F.L.; PEREIRA, J.M. Desafios e oportunidades do empreendedorismo inovador em PMEs brasileiras. **Revista de Estudos em Administração Contemporânea**, v. 15, n. 4, p. 70–85, 2024.

SANTOS, R. M.; OLIVEIRA, J. P. **Empreendedorismo nas Micro e Pequenas Empresas no Brasil** **Revista**: EnANPAD – Encontro da Associação Nacional de Pós- Graduação e Pesquisa em Administração. 2023

SILVA, A. C.; OLIVEIRA, J. P. Inovação como estratégia competitiva em pequenas empresas: uma análise prática. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento**, v. 20, n. 3, p. 45–60, 2024.

SILVA, R. A.; SILVA, M. A. Inovação como diferencial competitivo nas micro e pequenas empresas: um estudo de caso no setor de confecção. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (REGPEPE)**, v. 12, n. 1. 2023.

SOUZA, A. C.; LIMA, T. R. A inovação como vantagem competitiva em empresas de base tecnológica. **Revista Brasileira de Inovação**, v. 21, n. 2. 2022.