



**INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA**  
**PRÓ REITORIA DE GRADUAÇÃO**  
**CAMPUS GUARABIRA**  
**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL**

**HELOISA CRISTINA ARAÚJO EPITÁCIO**

**A IMPORTÂNCIA DA IMPLEMENTAÇÃO DA INOVAÇÃO NO  
EMPREENDEDORISMO NA CIDADE DE GUARABIRA-PB.**

**GUARABIRA, PB**

**2022**

Heloisa Cristina Araújo Epitácio

**A IMPORTÂNCIA DA IMPLEMENTAÇÃO DA INOVAÇÃO NO  
EMPREENDEDORISMO NA CIDADE DE GUARABIRA-PB.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal da Paraíba – Campus Guarabira, como requisito obrigatório para a obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Comercial.

Orientador(a): Dra. Raissa de Azevedo Barbosa.

GUARABIRA, PB

2022

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DO IFPB - GUARABIRA

E64i      Epitácio, Heloisa Cristina Araújo  
A importância da implementação da inovação no empreendedorismo na cidade de Guarabira - PB / Heloisa Cristina Araújo Epitácio. – Guarabira, 2022.  
33 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão Comercial) – Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira, 2022.

"Orientação: Profa. Dra. Raissa de Azevedo Barbosa."

Referências.

1. Empreendedorismo. 2. Inovação. 3 .Município Guarabira - PB. I.  
Título.

CDU 658:005.342

ATA 12/2022 - DDE/DG/GB/REITORIA/IFPB

## ***CST Gestão Comercial***

### ATA DA DEFESA DE TCC

*Aos 17 de março de 2022, às 21:00, por meio de sala virtual do google meet (meet.google.com/ytt-eaym-cec) do IFPB - Campus Guarabira, reuniram-se os professores Raissa de Azevedo Barbosa (orientadora), José Augusto Lopes Viana (examinador interno) e Camila Rodrigues Silva Santos (examinadora externa), para avaliarem a apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso da aluna **Heloísa Cristina Araújo Epitácio**, intitulado: **A IMPORTÂNCIA DA IMPLEMENTAÇÃO DA INOVAÇÃO NO EMPREENDEDORISMO NA CIDADE DE GUARABIRA-PB**, protocolado para defesa final de acordo com requisitos expostos no Manual de Trabalho de Conclusão do Curso de Gestão Comercial. Após a apresentação, a banca apresentou três pareceres a favor da aprovação do TCC. Desta forma, o TCC foi aprovado e definiu-se as seguintes notas: em relação ao texto básico: equivalente a 91; resultado científico: equivalente a 93; e defesa: equivalente a 100. A média final da disciplina foi, portanto, 94. Nada mais havendo a tratar, às 22:00, encerraram-se os trabalhos, determinando a lavratura desta ata, que, após lida e considerada conforme, será assinada pelos presentes. Eu, Lusía Mary Rolemberg Menacho, lavrei esta Ata. IFPB - Campus Guarabira, em 17 de março de 2022.*

*Raissa de Azevedo Barbosa*

*Raissa de Azevedo Barbosa*

*José Augusto Lopes Viana*

*Camila Rodrigues Silva Santos*

*Camila Rodrigues Silva Santos*

Documento assinado eletronicamente por:

- Lusia Mary Rolemberg Menacho, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 03/05/2022 18:31:21.
- Raissa de Azevedo Barbosa, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 03/05/2022 18:38:23.
- Jose Augusto Lopes Viana, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 03/05/2022 22:33:26.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 03/05/2022. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 290429

Código de Autenticação: 56346785e1



HELOISA CRISTINA ARAÚJO EPITÁCIO

**A IMPORTÂNCIA DA IMPLEMENTAÇÃO DA INOVAÇÃO NO  
EMPREENDEDORISMO NA CIDADE DE GUARABIRA-PB.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em  
Gestão Comercial do Instituto Federal da Paraíba –  
Campus Guarabira, como requisito obrigatório para  
a obtenção do título de Tecnólogo em Gestão  
Comercial.

*Dedico este trabalho a Deus primeiramente que sem ele não iria conseguir pois és o maior orientador da minha vida e a meus pais que são minha base e fortaleza para tudo no mundo.*

## **AGRADECIMENTO**

Agradeço primeiramente a Deus, que me proporcionou alcançar meus objetivos durante todos os meus anos de estudo com saúde e determinação, agradeço a meus pais e irmã, que me incentivaram e são meu alicerce no mundo em todos os momentos, agradeço aos amigos por todo apoio e agradeço a minha orientadora por todos os conselhos, atenção e dedicação com a qual guiaram o meu aprendizado.

*“Nascer sabendo é uma limitação porque obriga a apenas repetir e, nunca, a criar, inovar, refazer, modificar. Quanto mais se nasce pronto, mais refém do que já se sabe e, portanto, do passado; aprender sempre é o que mais impede que nos tornemos prisioneiros de situações que, por serem inéditas, não saberíamos enfrentar”.*

**Mario Sergio Cortella**

## RESUMO

A importância da implementação da inovação no empreendedorismo é um processo a ser utilizado de modo contínuo. Nesse contexto, o presente estudo tem como objetivo compreender como os empreendedores guarabirenses entendem e aplicam a inovação na cidade que empreendem, a fim de subsidiar a importância de implantar a inovação direcionando amplitude de conhecimento no assunto para os empreendedores locais. Foi aplicado entrevistas com empreendedores de diferentes ramos que empreendem na cidade de Guarabira-PB, por meio de entrevista semiestruturada, com tipologia descritiva e abordagem qualitativa. Identificou-se aspectos e visões sobre a inovação e a forma de como ela é utilizada em cada negócio. Compreende-se a importância de um conhecimento mais aprofundado sobre a inovação pode trazer benefícios para a empresa, sendo elas, destaque da concorrência, maior atratividade de clientes e maior lucratividade.

**Palavras-chave:** Importância, Inovação e Empreendedorismo.

## **ABSTRACT**

The importance of implementing innovation in entrepreneurship is a process to be used continuously. In this context, the present study aims to understand how Guarabirenses entrepreneurs understand and apply innovation in the city they undertake, in order to subsidize the importance of implementing innovation by directing breadth of knowledge on the subject to local entrepreneurs. Interviews were applied with entrepreneurs from different branches who undertake in the city of Guarabira-PB, through semi-structured interviews, with descriptive typology and qualitative approach. Aspects and visions about innovation and the way in which it is used in each business were identified. It is understood the importance of a more in-depth knowledge about innovation can bring benefits to the company, being them, prominence of the competition, greater attractiveness of customers and greater profitability.

**Keywords:** Importance, Innovation and Entrepreneurship.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Quadro 01-</b> Detalhamento da entrevista.....	21
<b>Quadro 02-</b> Motivação para atuar como empreendedor.....	21
<b>Quadro 03-</b> Diferencial competitivo.....	22
<b>Quadro 04-</b> Atributos essenciais para uma empresa.....	23
<b>Quadro 05-</b> Mecanismos que fazem se destacar mediante a concorrência.....	23
<b>Quadro 06-</b> Entendimento sobre inovação.....	24
<b>Quadro 07-</b> Importância da inovação no empreendimento.....	25
<b>Quadro 08-</b> Utilização da inovação.....	25
<b>Quadro 09-</b> Tipos de inovação e a frequência que são utilizados.....	26
<b>Quadro 10-</b> Utilização da inovação como vantagem competitiva.....	27

## **LISTA DE SIGLAS**

GEM- Global Entrepreneurship Monitor

IBC- Instituto Brasileiro de Coaching

SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	13
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMA	13
1.3	OBJETIVOS	14
1.3.1	Objetivo Geral	14
1.3.2	Objetivo Específico	15
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	15
2.1	EMPREENDEDORISMO	15
2.1.1	Empreendedorismo por Necessidade	16
2.1.2	Empreendedorismo por Oportunidade	16
2.2	INOVAÇÃO	16
2.2.1	Tipos de inovação	18
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b>	19
3.1	CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE DE PESQUISA	20
<b>4</b>	<b>ANALISE DOS DADOS</b>	20
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO</b>	28
	<b>REFERÊNCIAS</b>	30
	<b>APÊNDICES</b>	33

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMA

Na contemporaneidade o empreendedorismo vem ganhando cada vez mais espaço e dimensão, em decorrência do desemprego, fator este considerado um dos principais responsáveis pela elevação da taxa de empreendedorismo (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2019). Com isso, as pessoas têm identificado o empreendedorismo como meio provedor de renda, garantindo assim, o sustento e manutenção de seus familiares. Por meio do levantamento realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas – SEBRAE - (2018), o familiar que exerce a função de empreendedor encontra-se na posição de chefe de domicílio, ou seja, é o principal provedor de renda familiar. Os estudos exploratórios apontam que no Brasil, cerca de 53 milhões de brasileiros maiores de 18 anos, realizam alguma atividade empreendedora, constatando uma taxa de empreendedorismo total de 38,7% no ano de 2019, conforme a GEM (2019).

No estado da Paraíba o empreendedorismo vem aumentando de maneira significativa. De acordo com o SEBRAE Paraíba (2021), por meio do levantamento realizado pela Agência SEBRAE de Notícias, foi constatado mais de 22 mil registros de microempreendedores no primeiro semestre de 2021, acarretando o aumento de 46,5% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Desse modo, é interessante ressaltar que o município de Guarabira, localizado no estado da Paraíba, vem conquistando seu espaço no empreendedorismo, por meio de suas atividades comerciais desempenhadas por cada área de negócio. A gerente do SEBRAE Paraíba, Jacy Viana, relata que a cidade de Guarabira tem aproximadamente 2.700 empresas abertas, posicionada entre as sete cidades que mais abriram microempreendedores individuais atualmente, contribuindo significativamente para o desenvolvimento econômico local e que a possibilidade de se tornar um microempreendedor individual tem sido um mecanismo relevante para o cidadão que quer ingressar no empreendedorismo, seja por necessidade ou oportunidade, proporcionando geração de renda e dignidade ao cidadão (PARAÍBA TOTAL, 2021).

Outro mecanismo importante para os empreendedores guarabirenses foi o Empreender Paraíba, programa que viabilizou outras oportunidades para os cidadãos da região, por meio da realização de assinaturas contratuais para mais de 70 empreendedores, contabilizando o valor de R\$ 450.100,00 em investimentos (GOVERNO PARAÍBA, 2019), conforme a mesma fonte, o Secretário Executivo do Orçamento Democrático, ressalta a relevância da chegada do Empreender como potencializador de geração de renda, atribuindo capital para os que apresentam dificuldade financeira, possibilitando uma oportunidade de empreender, conjuntamente com o interesse, garra e determinação dos guarabirenses.

Nesse sentido, o ramo comercial na cidade de Guarabira encontra-se gradativamente concorrido e diante desse cenário, os empreendedores precisam buscar diferenciais, ou seja, meios inovadores com o intuito de gerar resultado positivo para seu negócio por meio da inovação. Sobre o assunto, Milian (2020) afirma que o empreendedorismo e a inovação são inseparáveis para o desenvolvimento da economia, pois a inovação acrescenta benefícios através do aprimoramento dos materiais existentes e o empreendedorismo origina o desenvolvimento do potencial humano mediante seu trabalho.

Diante desse cenário, o empreendedor necessita desenvolver estratégias que visem a evolução e adaptação às mudanças exigidas pelo mercado globalizado trazendo um diferencial competitivo, tendo como mecanismo fundamental a inovação. O melhor caminho para se obter novos métodos dar-se por meio da inovação e, por meio dela, surgem novos mercados e possibilidades de aumento nas margens de ganho em seu negócio (SANTOS, 2020).

Então, para que os empreendedores possam atuar em posição de destaque com relação aos concorrentes, faz-se necessários inovar de forma constante, se preocupando com a criação ou aprimoramento dos seus produtos ou serviços, como também, adaptando-se às novidades desenvolvidas por seus concorrentes. Desse modo, Santos ressalta que a inovação é o caminho para a elevação do empreendedorismo no que diz respeito à obtenção de vantagem competitiva frente ao mercado concorrido (SANTOS, 2020). Diante desse cenário, elaborou-se a seguinte pergunta: Qual o papel que a inovação desempenha nos empreendimentos na cidade de Guarabira-PB na percepção dos empreendedores?

A realização dessa pesquisa faz-se necessária para obtenção e aprofundamento do conhecimento no que diz respeito à importância da utilização da inovação no empreendedorismo, pois essa ferramenta oferece oportunidades de crescimento para as empresas, mantendo a sobrevivência das organizações, conforme França e Santos (2021). Ao conseguir identificar as percepções e experiências dos empreendedores da cidade de Guarabira, esta pesquisa poderá ser utilizada como base para identificar o nível de conhecimento dos comerciantes sobre a importância da utilização da inovação em seu negócio.

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1.1 Objetivo Geral**

Compreender como os empreendedores da cidade de Guarabira utilizam a inovação em seu negócio.

### **2.1.2 Objetivos específicos**

- Identificar o nível de compreensão dos empreendedores sobre a importância da inovação;
- Analisar se na concepção dos empreendedores a utilização da inovação pode influenciar em seus negócios;
- Verificar a execução da inovação nos empreendimentos da cidade de Guarabira-PB.

### 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

#### 3.1 EMPREENDEDORISMO

Segundo Hisrich (1986) o termo empreendedorismo origina-se da palavra *entrepreneur*, que significa aquele que está entre ou intermediário.

Em um conceito generalista, pode-se dizer que o empreendedorismo se trata de um processo de criação de algo com valor, tendo o esforço e tempo como atribuições necessárias, assumindo riscos financeiros e sociais correspondentes, como também, receber consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira (HISRICH, 2009). Desse modo, o empreendedor é aquele que inicia algo novo e que assume riscos (HISRICH; PETERS, 2004).

No final do século XIX e no início do século XX, o empreendedor passou a ser visto como perspectiva econômica, onde o empreendedor organiza e atua em uma empresa para obter lucro pessoal, pagando os preços dos produtos consumidos, pelos serviços dos seus colaboradores, dentre outros. Assumindo também a possibilidade de perder ou ganhar em decorrência de circunstâncias imprevisíveis e incontroláveis (ELY; RESS, 1937). Apesar de o empreendedorismo já existir, as pessoas não tinham interesse em estudar ou até mesmo compreendê-lo (DORNELAS, 2008).

Hirshich, Peters e Shepherd (2009) destacam que conforme o empreendedorismo foi evoluindo o termo deixou de ser utilizado para referir-se somente a ocupações específicas e a pessoa empreendedora começou a ganhar maior destaque em relação a sua ocupação.

Para Dornelas (2008) o empreendedorismo se dá pelo envolvimento dos processos e das pessoas, que conjuntamente transformam ideias em oportunidades. Alguns aspectos são determinantes para a formação do empreendedor, tais como a iniciativa, criatividade, o comportamento, ousadia e o ato de assumir riscos que irão aparecer no caminho, mostrando que o processo do empreendedor vai além do ato de criar um negócio (LUZIA *et al.* 2013).

O empreendedorismo é definido por Ronstadt (1984), como um processo que gera mais riqueza, sendo criado por indivíduos que assumem riscos patrimoniais, que dedicam tempo para carreira, como também, atribuem valor a algum tipo de serviço ou produto, sendo ele único ou não. Segundo Dornelas (2005), o empreendedor abarca inúmeras funções, atividades e ações que promovem a criação de empresas, pautado pelo comprometimento de tempo e esforço para o crescimento, sem deixar de relatar o ato de assumir riscos, tomar decisões e manter o ânimo, apesar dos erros que venham ser cometidos.

A GEM (2019) apregoa que os níveis das motivações e das atividades empreendedoras pode se dar por meio de dois fatores: o empreendedorismo por necessidade, que tem ligação direta com a escassez de emprego e o empreendedorismo por oportunidade, encontrado na associação de algo inovador precedido da oportunidade encontrada.

### **3.1.1 empreendedorismo por necessidade**

O empreendedorismo por necessidade tem associação direta no que tange às condições de queda das atividades econômicas geradoras de renda, acarretando no desemprego e na diminuição de oferta de trabalho, impulsionando pessoas a adentrarem em uma atividade econômica que possibilite sua sobrevivência (GEM, 2019).

Alguns aspectos que identificam o empreendedor por necessidade se dão por meio de determinadas situações eventuais, seja pela pessoa desempregada que não consegue um emprego há um certo tempo, como também, sobre aquele profissional que encontra-se distante do mercado de trabalho e que tem como objetivo conseguir uma realocação no mercado, essas pessoas encontram no empreendedorismo uma forma de gerar renda contornando assim, seus problemas financeiros (INSTITUTO BRASILEIRO DE COACHING, 2019).

### **3.1.2 empreendedorismo por oportunidade**

O empreendedorismo por oportunidade é aquele indivíduo que une a criação de oportunidade encontrada pelo empreendedor com a inovação, esse tipo de ação empreendedora tem como base uma perspectiva de gerar maiores ganhos, visando também, o crescimento e o desenvolvimento para as nações (GEM, 2019).

Segundo o Instituto Brasileiro de Coaching (IBC, 2019), empreender por oportunidade é aquela pessoa que detecta uma oportunidade de mercado, optando assim por iniciar um novo

negócio em decorrência das chances de crescimento encontradas, objetivando aumentar a rentabilidade e independência profissional. Dessa forma, esse empreendedor é visto como aquele que se antecipa aos fatos encontrados, tomando a iniciativa para a execução e contendo uma visão futura de seu negócio (DORNELAS, 2005).

### **3.2 INOVAÇÃO**

A palavra inovação deriva do latim *in* e *novare*, que significa renovar ou fazer algo novo. Drucker (1987), afirma que a inovação é o instrumento necessário para o empreendedor. Nesse seguimento, o autor citado anteriormente conceitua a inovação como um meio de transformar algo (produto ou serviço) em um recurso que gere remuneração em abundância.

A inovação é um processo de criatividade que tem capacidade de modificar o sistema organizacional quando posto em prática, como também, a maneira que se faz, (SIMK; TUTTLE , 1993). Um dos fatores principais para o sucesso de uma organização se dá, atualmente, por meio da capacidade de inovar (VASCONCELLOS, 1993).

A existência de um novo mercado se dá pela criação de um produto novo com o intuito de suprir a necessidade de um mercado e, assim, as empresas que fizerem de modo antecipado as atribuições desejadas, terão conseqüentemente, maiores lucros, pois eles irão caminhar na direção daqueles empreendedores que aplicarem esses novos produtos mais cedo (KOTLER, 1996).

A procura pela inovação deve focar nas questões de inovação de mercado e organizacional, pois para que se possa colher bons resultados de um processo de inovação é necessário equilíbrio entre as ações gerenciais e empreendedoras (LACERDA, 2001). Segundo Chesbrough (2006), as empresas que não utilizam a inovação em seus empreendimentos irão morrer. Essa ferramenta tem valor significativo no desenvolvimento sustentável da empresa (SIVAM *et al.*, 2019).

Os empreendedores enfrentam algumas dificuldades no que diz respeito ao processo de inovação, principalmente se tratando da elevação da eficiência e da produtividade, componentes essenciais para explorar as oportunidades de mercado e fazer frente à concorrência. Nesse sentido, é interessante relatar que os elementos fundamentais para motivar a inovação, são os meios utilizados para gerar maior lucratividade, como também, de atingir o desejo de satisfação do cliente (SANTOS, 2020).

Inovação é o caminho para a elevação das empresas podendo assim, obter vantagem competitiva com relação aos seus concorrentes (SANTOS, 2020). Essa ferramenta pode ser compreendida como produto (bem ou serviço) totalmente novo (inovação radical) ou algum produto

que foi aprimorado (inovação incremental), sejam nos processos organizacionais e ou de fabricação (SCHUMPETER, 1982).

A inovação é composta por duas características, podendo ser radicais ou incrementais. Pode-se compreender como inovação radical a realização de algo internamente novo, seja por meio de uma forma, processo ou produto (LEMOS, 2000). Esse tipo de inovação é baseado em uma novidade mercadológica, levando a criação de um novo mercado (CRUZ,2008).

### **3.2.1 tipos de inovação**

Para o Manual de Oslo (2005), a inovação é composta por quatro tipos, tais como: produto, processo, marketing e organizacional, podendo ser implementado por algo completamente novo ou melhorado, de acordo com as características expostas abaixo.

A inovação de produto consiste na introdução de um produto/ serviço completamente inovador ou significativamente melhorado em seus usos previstos ou suas características, incluindo a realização através da inclusão de mecanismos que influenciaram na melhoria de modo significativo em especificações técnicas, materiais, softwares incorporados, dentre outros (OECD, 2005). Dessa forma, a inovação de produto enfatiza o aumento de receitas de vendas, como também, tem o propósito que visa a busca da redução de custos, que conseqüentemente aumenta a margem de lucro, conforme Gomes, Reis e Cavalcante (2011).

A inovação de processo, tem como conceito a incorporação de um método de produção ou distribuição de algo novo, ou melhorado. Incluindo mudanças em suas técnicas, softwares e equipamentos, onde visam melhorar a qualidade, conforme relata o Manual de Oslo (2005). Seu foco principal está ligado ao ato de redução de custo na produção e aumentar a qualidade dos produtos confeccionados(GOMES; REIS; CAVALCANTE, 2011).

Segundo o Manual de Oslo (2005), a inovação de marketing, consiste na implementação de métodos inovadores de marketing focado na concepção do produto, em suas respectivas embalagens, em suas promoções ou até mesmo na fixação de seus preços. Ao implantar esse tipo de inovação a organização tem como objetivo conquistar maior volume de vendas, conseguir uma maior fatia de mercado e mudanças de melhoria para as marcas ou para a reputação organizacional (GOMES; REIS; CAVALCANTE, 2011).

A inovação organizacional é o ato de implementar mecanismos novos focados nas práticas de negócios da empresa, na organização de sua localidade de trabalho ou em suas relações externas (OECD, 2005). Esse tipo de inovação tem como objetivo estabelecer novos métodos para difundir conhecimento dentro da organização, como também, foca na melhoria do controle organizacional, a exemplo disso seria a redução das faltas dos funcionários, para que se possa reduzir

custos administrativos, custos de suprimentos, custos de suprimentos e melhoria das competências (GOMES; REIS; CAVALCANTE, 2011).

#### **4 METODOLOGIA**

A metodologia é compreendida como método de pesquisa que tem como objetivo estudar os caminhos a serem percorridos para a realização de um estudo ou pesquisa; (FONSECA, 2002). De acordo com Gil (2019), a pesquisa concretiza-se com a execução de um projeto, por meio do documento que expressa as ações a serem desenvolvidas ao longo do estudo.

Nesta pesquisa, foi utilizada uma abordagem qualitativa, que tem como objetivo compreender de modo mais aprofundado as informações extraídas de um grupo social ou até mesmo de uma organização (GERHARDT; TOLFO, 2009).

A tipologia adotada foi descritiva, pois esse tipo de estudo é realizado para descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade, tendo como técnica de coleta de dados, a entrevista (TRIVIÑOS, 1987).

E, como o instrumento de coleta, foram feitas entrevistas, que, de acordo com Gil (2002), é uma técnica que engloba duas pessoas numa situação “face a face” e que durante esse processo pode se observar que uma dessas pessoas formulou as questões e a outra responde ou que está sendo perguntado. A entrevista foi realizada com três empreendedores da cidade de Guarabira-PB, o processo de seleção abordado para a escolha dos empreendedores foi através da trajetória e evolução dos respectivos negócios em meios aos desafios enfrentados por eles.

Para a coleta de dados foi utilizado um roteiro de entrevistas semiestruturado, pois, esse tipo de entrevista pode proporcionar maior flexibilidade durante a coleta de dados e liberdade ao entrevistado, serão feitas uma série de perguntas que serão conduzidas para a raiz do foco principal, seguindo uma ordem, o entrevistador poderá acrescentar perguntas de esclarecimento, caso tenha interesse (LAVILLE; DIONNE, 1999).

Esse estudo tem o intuito de compreender o nível de conhecimento dos empreendedores sobre a importância da inovação e as formas de inovação que os empreendedores utilizam em seus empreendimentos.

As entrevistas foram realizadas via reunião no google meet, em decorrência de diversos fatores, em especial a atual situação mundial ocasionada pelo vírus COVID-19. Dessa forma, por questão de prevenção à saúde dos entrevistados e da entrevistadora, a respectiva entrevista ocorreu de modo virtual, promovendo maior segurança, comodidade e praticidade.

#### 4.1 CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE DE PESQUISA

A pesquisa foi realizada em três empresas localizadas na cidade de Guarabira-PB, onde cada uma possui ramos comerciais distintos, e para que haja discriminação quanto ao nome das empresas e de seus respectivos proprietários, eles serão representados como Empresa A, B e C e os entrevistados serão identificados como Entrevistados 1, 2 e 3 respectivamente.

A empresa 1 atua no ramo de confecção de roupas de roupas femininas, masculinas e infante juvenil há cerca de 20 anos no mercado, seu mix de produtos tem como foco principal as roupas básicas, pois o lema da empreendedora é “Prefiro fazer um básico bem feito ao invés de um produto mais complexo com qualidade inferior”. Atualmente a empresa 1 realiza dois tipos de serviços, venda a varejo e atacado, sua fábrica e loja física são localizadas em Guarabira, seu público alvo são revendedoras, sacoleiras, crianças acima de 01 ano e adultos em geral, a empreendedora tem como objetivo além da lucratividade implantar o bem estar, alegria, conforto e que cada cliente possa vivenciar momentos especiais e felizes e que suas roupas transbordem amor e felicidade para cada cliente que usufrui seus produtos.

A empresa 2 atua no setor pet, seus principais produtos são: ração, brinquedos, higiene canina e serviços de pet shop, tais como, banho, tosa, dentre outros, a respectiva empresa está no mercado há cerca de um ano. A empresa realiza suas vendas por meio de sua loja física localizada na cidade de Guarabira-PB, como também, por meio das plataformas digitais, tais como: Instagram e WhatsApp.

A empresa 3 atua cerca de 30 anos no comércio de Guarabira-PB, é uma empresa que vem de geração em geração, tem como ramo a fabricação e venda de joias, relógios, alianças, dentre outros. A empresa 3 nasceu da união de uma oportunidade que o pai da entrevistada encontrou na cidade e por meio da inovação e qualidade em seus produtos e serviços, tais como restauração de joias, a empresa foi se consolidando cada vez mais no mercado, é composta por uma loja física e utiliza as redes sociais como forma de interação e como marketing digital da empresa.

A duração da entrevista foi proporcional a forma como cada entrevistado desenvolveu e argumentou durante as perguntas, a liberdade de expressão foi um requisito imprescindível para os entrevistados, pois foi por meio desta que a fluidez e o acúmulo de informações vieram de forma natural, trazendo maior conforto para os entrevistados. Nesse sentido, o entrevistado da empresa 01 relatou com maior riqueza de detalhes sobre toda a história de sua empresa, desde o início do seu sonho até a realização e continuidade do mesmo, o entrevistado da empresa 02 foi mais sucinto e objetivo em suas respostas, trazendo uma duração inferior em comparação aos demais entrevistados

e o entrevistado da empresa 03 trouxe no decorrer da entrevista sua história sendo também objetiva e sucinta em suas palavras no decorrer de toda a entrevista.

**Quadro 1** - Detalhamento da entrevista

Detalhamento da entrevista			
Entrevistados:	Empresa 01	Empresa 02	Empresa 03
Plataforma utilizada:	Via Google Meet	Via Google Meet	Via Google Meet
Data:	13/11/2021	15/12/2021	17/12/2021
Duração:	01:20 h	20 min	30 min

Fonte: Autoria própria, 2022.

## 5 ANALISE DOS DADOS

Esta pesquisa tem como objetivo compreender como os empreendedores da cidade de Guarabira utilizam a inovação em seu negócio. Nesse sentido, foi realizada a entrevista com três empreendedores para analisar a familiaridade e utilização da inovação em seus estabelecimentos. Os dados foram gerados a partir dos relatos e informações apresentadas por cada um dos entrevistados.

A princípio foi perguntado aos entrevistados o grau de escolaridade de cada um, a fim de analisar se a estrutura acadêmica influencia de maneira direta ou não na trajetória e dinâmica de cada organização. Dessa forma, o entrevistado 1 relata possui formação em letras e costuma sempre participar de curso na área de empreendedorismo fornecido pelo SEBRAE, já o entrevistado 2 não possui nenhuma formação acadêmica e o entrevistado 3 relata que possui duas formações, sendo elas em: letras e gestão comercial. Vale ressaltar que a inovação tem como principal elemento o conhecimento, conforme Melo, Vidal e Heleno (2011).

Durante a entrevista foi perguntado sobre o motivo que os levou a ingressar profissionalmente como empreendedores, segundo Ribas (2012), a motivação provém do posicionamento do indivíduo perante aos estímulos externos presenciados por ele. Nesse sentido, a referida pergunta teve como intuito conhecer mais a fundo a motivação e o objetivo de cada entrevistado ao adentrar nesse meio, conforme os dados ilustrados no Quadro 2, obteve-se as seguintes respostas: Entrevistado 1 relata que sempre gostou do ramo de empreender, que desde os

8 anos de idade viajava com sua mãe para o estado de Pernambuco e ao ver as confecções de roupas, toda a movimentação despertava o seu interesse pelo ramo e traçava seu objetivo de ter sua fábrica na cidade (Guarabira-PB) quando estivesse crescida, tudo começou a ganhar forma após um sonho em um alto de um monte com inúmeras pessoas usando camisetas, a partir dali seu sonho foi tomando forma, o entrevistado 2 relatou que os motivos pelos quais lhe fizeram ingressar foram a vontade de ser autônomo e encontrar uma oportunidade no mercado e o entrevistado 3 relatou ter ingressado no ramo devido a necessidade e oportunidade encontrada.

**Quadro 2 - Motivação para atuar como empreendedor.**

Respondentes:	Respostas:
Entrevistado 1	Por meio de uma vontade desde criança e um sonho que estimulou o início de tudo.
Entrevistado 2	Vontade de ser autônomo e encontrar uma oportunidade.
Entrevistado 3	Encontrou uma oportunidade no mercado conjuntamente com a necessidade.

Fonte: Autoria própria, 2022.

Consoante Barroso, Estrela e Figueiredo (2014), a inovação provoca mudanças importantes nas empresas em um mundo cada vez mais competitivo. Para analisar quanto ao diferencial competitivo das organizações, foi perguntado se eles possuíam algum diferencial, se sim, qual seria esse? O entrevistado 1 relatou os seguintes aspectos como diferencial: fabricação dos produtos, o cliente ter acesso aos produtos de perto sem necessitar se deslocar para demais regiões, possui venda por plataformas virtuais, diversidade no mix de produtos, qualidade, atendimento personalizado de acordo com cada perfil de cliente e sempre prioriza fazer o que o cliente deseja a fim de atingir a satisfação do cliente, sendo esse seu fator primordial, já o entrevistado 2, relata que seu diferencial é a localização privilegiada e o entrevistado 3, descreve seu diferencial competitivo tem com base nos seguintes aspectos: fabricação, restauração e personalização de joias, alianças e relógios, de acordo com o Quadro 3 ilustrado abaixo.

**Quadro 3 - Diferencial competitivo.**

Respondentes:	Respostas:
Entrevistado 1	Fabricação, diversidade e qualidade de produtos, maior praticidade ao cliente quesito deslocamento para ter

	acesso aos produtos, atendimento personalizado e foco primordial em trazer a satisfação de seus clientes.
Entrevistado 2	Localização privilegiada
Entrevistado 3	Fabricação, restauração e personalização de seus produtos

Fonte: Autoria própria, 2022.

Segundo Milian (2020), o ato de inovar tem como significado para as organizações a sobrevivência. Para observar a visão e o entendimento de cada entrevistado sobre o que é essencial para uma empresa, foi feita a seguinte pergunta: O que o senhor(a) julga como essencial para uma empresa? e por meio dessa pergunta foram obtidas as seguintes respostas, entrevistado 1 relata que saber fazer uma boa gestão, sabendo separar o emocional do racional, ou seja, separar o capital da empresa e o seu pessoal, pois a empresa tem que ser sustentável e ter seu capital de giro, para que sobreviva em meio as turbulências, a exemplo disso é a pandemia, o entrevistado 2 relata que o essencial para uma empresa é: variedade em produtos, bom atendimento, bom fornecedor, preço e fluxo de estoque e o entrevistado 3 julga como essencial o bom atendimento, qualidade na produção, variedade e meios que atraiam e prendam os clientes.

#### **Quadro 4 - Atributos essenciais para uma empresa.**

Respondentes:	Respostas:
Entrevistado 1	Ter uma boa gestão, separando sempre as finanças pessoais das finanças empresariais, procurando deixar a empresa sustentável para sobreviver em meio aos desafios.
Entrevistado 2	Bom atendimento, diversidade de produtos, bons fornecedores, ter preço e fluxo de estoque.
Entrevistado 3	Qualidade do produto, bom atendimento, variedade, investimento em produtos que desperte o desejo e atenção do cliente

Fonte: Autoria própria, 2022.

No decorrer da entrevista, foi perguntado sobre os mecanismos que os empreendedores fazem para se destacar com relação aos concorrentes. Desse modo, pode-se conhecer mais sobre as formas como cada empreendedor busca inovar e o quão a inovação se faz presente em cada aspecto,

nesse sentido, o entrevistado 1 relatou que a busca constante por estudos e palestras sobre empreendedorismos e inovação contribuem para sua empresa de modo positivo trazendo melhor direcionamento e ampliando os horizontes, o mix de variedade, estudo de mercado com intuito de suprir a demanda do cliente, o amor e dedicação em cada produto, o cuidado e atenção com seu cliente, o atendimento personalizado, pensar sempre no bem estar e alegria do cliente para atingir a satisfação dele, já o entrevistado 2 relata que seu diferencial está nas promoções realizadas, no entrega delivery de modo gratuito e nos meios com os quais seus produtos são ofertados e oferecidos aos clientes e o entrevistado 3 analisar e estudar as tendências dos momentos, investindo em produtos mais ousados e diferentes, o serviço de personalização onde o cliente pode criar a joia da maneira que desejar, o atendimento de qualidade e tendo como objetivo suprir a necessidade de seus clientes, explicitado no quadro 5.

**Quadro 5 - Mecanismos que fazem se destacar mediante a concorrência.**

Respondentes:	Respostas:
Entrevistado 1	Estudos para ampliar e dar melhores direcionamentos empresariais, mix de produtos, amor e dedicação em cada produto e atendimento personalizado.
Entrevistado 2	Implementação das promoções, entrega delivery gratuita e meios diversificados de ofertar e oferecer seus produtos.
Entrevistado 3	Analisar e estudar as tendências dos momentos, investindo em produtos mais ousados, o serviço de personalização onde o cliente pode criar a joia da maneira que desejar, o atendimento de qualidade e tendo como objetivo suprir a necessidade de seus clientes.

Fonte: Autoria própria, 2022

A inovação é um processo que envolve a criatividade e seu sucesso pode surgir da junção de um mercado receptivo com a implementação de novas ideias, (MILIAN, 2020). Dessa maneira , os respondentes relatam seu entendimento sobre inovação da seguinte forma: entrevistado1 relata que inovação está ligado a modernização, aceleração na produtividade, ou seja, aumentar sua capacidade produtiva reduzindo custos, ao dar continuidade o entrevistado relata que existe também a inovação da mente, definindo os meios com os quais possam melhorar e se manter no mercado, em meio a tanta informação encontrada atualmente, basicamente saber filtrar e acolher

aquilo que irá agregar em seu comércio. O entrevistado 2 relata que inovação está diretamente ligado a melhoria dos produtos e serviços e o entrevistado 3 relata que inovação está no ato de aplicar novas ideias, como também no aprimoramento dos produtos e serviços já existentes, consoante o quadro 6. Segundo Barroso, Estrela e Figueiredo (2014), a inovação é uma interligação com os objetivos comerciais da empresa e seus planejamentos, proporcionando assim benefícios relevante à empresa.

**Quadro 6** - Entendimento sobre inovação.

Respondentes:	Respostas:
Entrevistado 1	Aprimorar a produção, aumentando a produtividade e reduzindo custos, como também, saber extrair as melhores informações para serem implantadas em seu comércio.
Entrevistado 2	Melhoria nos produtos e serviços.
Entrevistado 3	Aplicação novas ideias, como também no aprimoramento dos produtos e serviços já existentes.

Fonte: Autoria própria, 2022

De acordo com Schumpeter (2005), a inovação estimula o crescimento no sistema econômico se tornando fundamental a utilização da inovação no ato de empreender. Dessa forma, conforme ilustrado no quadro 7, foi-se perguntado se a inovação é um requisito importante para seus respectivos negócios. Nesse sentido, foram obtidas as seguintes respostas: entrevistado 1 relata que a inovação é extremamente importante, pois a empresa que não se atualiza deixará de existir, destacando a inovação tecnológica através de suas redes sociais e na produção, principalmente no ramo da moda é humanamente impossível existir no mercado. O entrevistado 2 relata que a inovação é um requisito importante, pois o empreendedor que não inova perde para a concorrência e o entrevistado 3, relata que a inovação é a alma do negócio e uma empresa que não utiliza inovação acaba sumindo no mercado e a concorrência irá ultrapassar. De acordo com Melo, Vidal e Heleno (2011), a inovação tem ligação direta na melhoria da produtividade, acarretando em uma maior lucratividade, como também é um indicador para medir a competitividade das empresas.

**Quadro 7 - Importância da inovação no empreendimento.**

Respondentes:	Respostas:
Entrevistado 1	Extremamente importante, pois a empresa que não inova deixa de existir.
Entrevistado 2	É importante para se manter à frente da concorrência
Entrevistado 3	Importantíssimo, pois sem inovação a concorrência ultrapassa e sua empresa se torna obsoleta.

Fonte: Autoria própria, 2022

Quanto a utilização da inovação nos empreendimentos, os respondentes relataram respectivamente que: entrevistado 1 aplica inovação diariamente em seu negócio e sempre utilizando do planejamento para preparar sua empresa para os próximos 5 anos constantemente, não impedindo de atingir suas metas e objetivos atuais, o entrevistado 2 diz que utiliza inovação a cada 3 meses, por meio dos produtos novos e o entrevistado 3 aplica a inovação diariamente, sempre visando melhorar a interação com os cliente e sua produção, conforme o quadro 8.

**Quadro 8 - Utilização da inovação.**

Respondentes:	Respostas:
Entrevistado 1	Utiliza a inovação diariamente e sempre com planejamento e metas estabelecidas
Entrevistado 2	A cada 3 meses por meio de produtos novos
Entrevistado 3	Utiliza a inovação todos os dias, sempre visando trazer o melhor para seus clientes.

Fonte: Autoria própria, 2022

Ao perguntar sobre quais tipos de inovação os empreendedores utilizam em seus negócios, sendo eles de : produto, serviço, processo, marketing ou organizacional e a frequência com que se é utilizada, conforme o quadro 9, foram obtidas as seguintes respostas, o entrevistado 1 utiliza a inovação de produtos a cada 15 dias, por meio dos seus mix de produtos e o marketing é utilizado frequentemente seja por meio das redes sociais, como também, através do carro de som, já o entrevistado 2 relata utilizar a inovação de produto a cada 3 meses e a inovação do marketing pelos menos 1 vez na semana pelo Instagram e o entrevistado 3 utiliza diariamente o marketing digital por meio das redes sociais, sempre trazendo novidades e interagindo com os seguidores para que o

cliente ao pensar em relógios, joias e alianças lembre de sua empresa e a respectiva empresa também utiliza também a inovação de produtos, a cada 2 ou 3 vezes ao mês tem fluxo de produtos novos.

**Quadro 9** - Tipos de inovação e a frequência que são utilizados.

Tipos de inovação:	Respondentes:					
	Entrevistado 1		Entrevistado 2		Entrevistado 3	
	Tipo de inovação:	Frequência: (mensal)	Tipo de inovação:	Frequência: (mensal)	Tipo de inovação:	Frequência: (mensal)
Produto	X	2 vezes	X	A cada 3 meses	X	2 ou 3 vezes
Processo						
Marketing	X	diariamente	X	4 vezes	X	diariamente
Organizacional						
Serviço					X	a necessitar

Fonte: Autoria própria, 2022

Conforme Barroso, Estrela e Figueiredo (2014), a inovação encontrada nas empresas pode ser elencada como diferencial competitivo, podendo trazer mudanças significativas para a organização. A revista gestão organizacional (2009), apresenta no decorrer de uma entrevista que a inovação é um requisito de prioridade para os 12 empreendedores respondentes, tendo ela como fator primordial para o desenvolvimento da empresa, acarretando em uma maior competitividade, esse contexto do questionário traz uma similaridade com os respondentes guarabirenses onde evidenciam a relevância que a inovação tem para uma organização. Os empreendedores guarabirenses foram perguntados sobre o ato de acreditar na utilização da inovação e se ela traz vantagem competitiva para seus negócios, desse modo, obtiveram as seguintes respostas: o entrevistado 1 relata que acredita que a inovação traz vantagem em comparação a seus concorrentes, pois as programações semanais, a visibilidade e a personalidade da empresa implantam de forma nova e estratégica faz se destacar com relação aos demais (criando sua identidade), sempre focando em sua visão, missão, objetivos e metas. O entrevistado 2 afirma que sim, traz vantagem competitiva, pois te coloca acima dos demais e o entrevistado 3 relata que sim, visto que os consumidores procuram as empresas atualizadas, que estão em constante melhoria e que procura investir em produtos de qualidade, conforme o quadro 10 abaixo.

**Quadro 10-**Utilização da inovação como vantagem competitiva.

Respondentes:	Respostas:
Entrevistado 1	Traz vantagem competitiva, por meio das programações semanais, a visibilidade e a personalidade da empresa implantam de forma nova e estratégica faz se destacar com relação aos demais, focando em sua visão, missão, objetivos e metas.
Entrevistado 2	Traz vantagem competitiva, pois te coloca acima dos demais.
Entrevistado 3	Traz vantagem competitiva, pois os consumidores procuram as empresas atualizadas, bem estão em constante melhoria e que procura investir em produtos de qualidade.

Fonte: Autoria própria, 2022

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inovação é um requisito importante para todo negócio, pois é por meio dela que a empresa pode se destacar para os consumidores e seus concorrentes, contribuindo também para o crescimento econômico da mesma.

No decorrer do artigo, foi analisada a importância e utilização da inovação nos ramos dos empreendedores da cidade de Guarabira-PB. Ao longo da análise pode-se observar que o grau de conhecimento dos empreendedores sobre inovação, interfere diretamente no modo como os empreendedores planejam e executam os procedimentos em seus negócios.

Nesse sentido, pode-se analisar que os níveis de escolaridade dos empreendedores são distintos e que o empreendedor que procura constantemente o conhecimento sobre a área tem uma visão mais ampla e um planejamento inovador mais estruturado que os demais.

A importância de utilizar a inovação se dá por diversas vertentes dentro de uma organização, uma inovação executada com planejamento e em um momento propício no mercado, pode trazer diversos benefícios para uma organização, dentre eles o destaque com relação a seus concorrentes. Na percepção dos empreendedores a inovação tem ligação muito forte com o ato de se destacar da concorrência, onde alguns entrevistados destacam que a empresa que não inovar se torna obsoleta e consequentemente deixa de existir no mercado.

Por fim, conclui-se que na percepção dos entrevistados, para uma empresa permanecer e se destacar no mercado, é necessário utilizar a inovação em seu negócio, tendo como recursos

essenciais para a utilização, a junção do conhecimento, planejamento e oportunidade encontrada, a união desses atributos poderá constituir em um ambiente mais favorável tanto em destaque competitivo, maior visibilidade para o consumidor, como também, no aumento da lucratividade.

Nesse sentido, os entrevistados explicitados no referido artigo compreendem a necessidade e a relevância que a inovação possui no mercado, onde abordam a utilização do mesmo como meio de se destacar da concorrência, no entanto, os respectivos possuem um conhecimento limitado sobre o assunto abordado e por esse motivo é visível o pensamento mais previsível que eles possuem sobre a inovação através da forma como ela é implementada em cada empresa.

Como limitação do presente estudo, cabe apontar o número de entrevistados. Embora as entrevistas tenham sido satisfatórias para o alcance dos objetivos propostos, a resistência dos empreendedores procurados em participarem da pesquisa, foi um fator limitante.

Desse modo, recomenda-se para futuras pesquisas, a utilização da tipologia quantitativa, com fins descritivos, tendo como intuito de se obter uma amostragem maior dos empreendedores Guarabirenses, para que os resultados obtidos na pesquisa possam alcançar maiores respondentes e por consequência obter-se uma maior diversidade de informações, acarretando uma análise mais aprofundada sobre a compreensão e utilização da inovação nos empreendimentos na cidade de Guarabira -PB.

## REFERÊNCIAS

BARROSO Elizeu, ESTRELA Vanessa e FIGUEIREDO Renan. **Modelos inovadores como diferencial competitivo de negócios**. 2014.

CRUZ, Bruno O. **Inovação incremental ou radical: Há motivos para diferenciar? Uma abordagem com dados da PINTEC**. Rio de Janeiro. 2008.

CHESBROUGH. **Os conceitos da inovação aberta e o desempenho das empresas brasileiras inovadoras**. Revista de Administração e inovação. 2006.

CARVALHO, Hélio Gomes de; REIS, Dálcio Roberto dos; CAVALCANTE, Márcia Beatriz. **Gestão da inovação**. Curitiba, PR: Aymarã Educação, 2011. 136 p.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

DRUKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. Editora Pioneira, 1987.

FRANÇA, SANTOS. **Inovação como Estratégia de Competitividade para as Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em: <https://www.farrevista.com.br/index.php/fpe/article/view/7/7>. Acesso em 09 de setembro de 2021.

GOVERNO DA PARAÍBA, **Empreender PB assina contratos em Guarabira somando mais de R\$ 450 mil em investimentos**. Disponível em: <<https://paraiba.pb.gov.br/noticias/empreender-pb-assina-contratos-em-guarabira-somando-mais-de-r-450-mil-em-investimentos>>. Acesso em 29 de julho de 2021.

GEM, **Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil:2019/** Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2020. 09p.

GERHARDT Tatiana Engel, TOLFO, Denise. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de pesquisa**. 6.ed.São Paulo:Atlas, 2019.

\_\_\_\_\_. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**.4.ed.São Paulo:Atlas,2002.

FREEMAN, C. "**Introduction**". *Technical Change and Economic Theory*, London, Frances Pinter, 1988.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Tradução de Teresa Cristina Felix de Souza. 7. ed. Porto alegre: Bookman, 2009.

HISRICH,R.D.,PETERS,M.P.**Empreendedorismo**.5.ed.Porto Alegre:Bookman, 2004.

\_\_\_\_\_. **Entrepreneurship, and Venture Capital**.Ed. Robert D. HisrichLexington, MA: Lexington Books, 1986.

IBC. **As principais diferenças entre empreendedor por necessidade e oportunidade**. Blog IBC – Instituto Brasileiro de Coaching. Ago. 2019. Disponível em:

<https://www.ibccoaching.com.br/portal/as-principais-diferencas-entre-empendedorpor-necessidade-e-oportunidade/>. Acesso em: 09 de setembro de 2021.

LUZIA, MOTTA, NOGUEIRA, OLIVEIRA e VILAS. O Empreendedorismo Corporativo como Estratégia Competitiva numa Organização. Disponível em <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/32118289.pdf>. Acesso em: 09 de setembro de 2021.

LAVILLE, Christian; Dionne, Jean. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre : Artmed : BeloHorizonte: Editora UFMQ 1999.

LEMONS, Cristina. **Inovação na Era do Conhecimento**. Ciência, Tecnologia e Sociedade. 2000.

MILIAN, Guilherme Amelio. **Empreendedorismo e inovação: perspectivas, estratégias econcitos**. 2020. 118p.

MELO de Danilo, VIDAL Francisco e HELENO Cláudio. **Empreendedorismo e inovação: O papel da educação superior nas economias mundiais**. 2011.

OECD, Oslo Manual. Guidelines for Collection and interpreting innovation 3rd Editions. OECD Publications, 2005, Paris. STEFANOVITZ, J.P., **Contribuições ao estudo da gestão da inovação: proposição conceitual e estudo de casos**. São Carlos, 2011. Tese (doutorado) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo

PARAÍBA TOTAL, **Sebrae Paraíba registra abertura de mais de 6,3 mil microempreendedores individuais em 2021**. Disponível em: <https://www.paraibatotal.com.br/noticias/2021/02/17/63766-sebrae-paraiba-registra-abertura-de-mais-de-63-mil-microempreendedores-individuais-em-2021>>. Acesso em 29 de julho de 2021.

RIBAS, Raul, **A motivação empreendedora e as teorias clássicas da motivação**, 2012.

REVISTA GESTÃO ORGANIZACIONAL, **Análise do processo de inovação e iniciativa empreendedora corporativa em empresas têxteis de Blumenau-SC**, vol.2, 2009.

RONSTARDT, R. C. **Entrepreneurship**. Dover, MA: Lord Publishing Co, 1984.

SEBRAE. **Data Sebrae Indicadores Sobre Empreendedores**. Disponível em [http://sistema.datasebrae.com.br/sites/novo\\_datasebrae/#Empreendedores](http://sistema.datasebrae.com.br/sites/novo_datasebrae/#Empreendedores). Acesso em: 13 de agosto de 2021.

SCHUMPETER, J. A. **Development**. Journal of Economic Literature, 2005.

\_\_\_\_\_. **MEI: Paraíba contabiliza mais de 22 mil novos registros no primeiro semestre de 2021**. Disponível em: <http://www.pb.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PB/mei-paraiba-contabiliza-mais-de-22-mil-novos-registros-no-primeiro-semester-de-2021,c74c1ed1d5b1b710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em 10 de agosto de 2021, 23:41.

SANTOS, Wildes de Sá. **INTRAEMPREENDEADORISMO: Como desenvolver diferencial competitivo nas organizações modernas**. 2020. 47p.

SANTOS. Ricardo Tadeu Soares. **A inovação como vantagem competitiva das empresas**. 2020.

**SCHUMPETER, J. A Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo Econômico.** Ed. Abril S.A. Cultural e Industrial: São Paulo, 1982.

**TRIVIÑOS, A. N. S. Introdução à pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1987.

## APÊNDICE

### ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. Nome da empresa:
2. Qual ramo do seu negócio?
3. Quantos anos no comércio?
4. O senhor (a) possui alguma formação acadêmica? Se sim, qual?
5. O que levou o senhor (a) atuar profissionalmente como empreendedor?
6. Possui algum diferencial competitivo? Se sim, qual?
7. O que o senhor julga como essencial para uma empresa?
8. O que o senhor (a) faz para se destacar com relação a seus concorrentes?
9. O que o senhor (a) entende por inovação?
10. A inovação é um requisito importante para seu negócio? Se sim, por quê?
11. Utiliza a inovação em seu negócio? Se sim, de que forma?
12. Com que frequência a sua empresa busca inovar seja em produto, serviço, processo, marketing ou organizacional? (Responder somente se sua empresa utiliza inovação).
13. O senhor (a) acredita que a utilização da inovação traz alguma vantagem competitiva para a empresa? Se sim, por quê?