REVISTA DE TECNOLOGIA APLICADA (RTA)
Vol. 14, No. 1, Jan-Abr 2025, p.01-11
ISSN: 2237-3713

Impacto na produtividade da priorização e prototipagem na solução de problemas de empresas do Sul Catarinense do comércio varejista

The impact of prioritization and prototyping on productivity in problem-solving within retail companies in Southern Santa Catarina

Tiago Hilzendeger
SEBRAE
tiago.hilzendeger.alisc@gmail.com

Leandro Hupalo
UNIARP
leandrohupalo.lh@gmail.com

RESUMO

Este artigo tem por objetivo analisar quantitativamente o impacto da priorização e prototipagem de problemas na produtividade das micro e pequenas empresas do extremo sul catarinense. Sendo realizado uma pesquisa exploratória, analisando 10 empresas do setor de comércio varejista selecionadas através de uma amostra intencional devido a algumas características em comum entre elas. Ficando possível verificar um resultado expressivo no aumento do faturamento de 54% das empresas que realizaram as atividades descritas durante a participação no Programa ALI (Agentes Locais de Inovação), entre novembro de 2020 a outubro de 2021, um projeto do Sebrae em parceria com o Ministério da Economia e com o CNPq. Este projeto promove o aumento da produtividade através de ações inovadoras em todas as áreas das micro e pequenas empresas com um acompanhamento de um agente por quatro meses. Sendo importante salientar a dificuldade de inserir ações inovadoras em micro e pequenas empresas devido à dificuldade de aceitação de mudanças tanto por parte dos colaboradores como também dos empresários envolvidos.

Palavras-chave: Inovação. Produtividade. Comércio varejista. Solução de problemas.

ABSTRACT

This article aims to quantitatively analyze the impact of prioritization and prototyping of problems on the productivity of micro and small businesses in the southernmost region of Santa Catarina, Brazil. An exploratory research was conducted, examining 10 retail companies selected through intentional sampling due to common characteristics among them. It was possible to observe a significant increase in revenue, with 54% of the companies that engaged in the described activities during their participation in the ALI Program (Local Innovation Agents) between November 2020 and October 2021. This program is a project by Sebrae in partnership with the Ministry of Economy and CNPq, aiming to enhance productivity through innovative actions in all areas of micro and small businesses, with a four-month follow-up by an innovation agent. It is important to highlight the difficulty of implementing innovative actions in micro and small businesses due to the resistance to change, both from employees and the involved entrepreneurs.

Keywords: Innovation. Productivity. Retail trade. Problem-solving.

1. INTRODUÇÃO

O comércio varejista tem um grande impacto na economia brasileira, sendo o setor protagonista do desenvolvimento do Brasil, trazendo um crescimento consistente para o Produto Interno Bruto (PIB) do país. Segundo SBVC (2021), através de uma análise partindo de uma Margem de Valor Agregado de 40%, o valor agregado do varejo corresponde a aproximadamente 11,04% do PIB.

O aumento do consumo das famílias brasileira teve uma expansão nos últimos dez anos. De acordo com a Fecomércio (2017) houve uma expansão real no consumo das famílias entre 2004 e 2014 de 58,6%, comparado a 26,4% nos dez anos anteriores. Um dos principais fatores contribuintes para essa evolução foi um aumento do estoque de crédito no cartão de crédito de aproximadamente 14% entre os anos de 2011 e 2016.

Entre os anos de 2010 e 2019, segundo Gandra (2021), a população ocupada no comércio chegou a 10,2 milhões de pessoas, porém, entre 2014 e 2019 houve uma diminuição de 4,4% nos postos de trabalho, aproximadamente 466 mil empregos, sendo a maioria desses postos de trabalho no setor do varejo (326,2 mil).

As mudanças acontecem a todo o momento e são imprevisíveis. Se faz necessário o acompanhamento contínuo das alterações da sociedade como um todo para se tomar decisões estratégicas. Para Gonçalves (1998), a adaptação aos novos tempos é inevitável e a tecnologia vêm sendo o principal fator de mudança e transformação das empresas no mundo.

Para ajudar micro e pequenas empresas a evoluir e se manterem competitivas no mercado, o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) trouxe o programa ALI (Agente Locais de Inovação) para acompanhar e guiar empresas na solução de problemas e melhoria da produtividade através da inovação.

Com o acompanhamento de Agentes capacitados o Sebrae as micro e pequenas empresas diagnosticam problemas e os priorizam para obter o melhor resultado possível através da prototipagem de soluções de problemas. Unindo conceitos de prototipagem, inovação e gestão por indicadores.

Devido as constantes transformações que as empresas estão passando e, considerando a importância de inovar perante a um mercado cada vez mais competitivo e adotar um processo de priorização dos problemas e prototipagem na solução, o presente estudo tem como pergunta norteadora: Como a prototipagem da solução de um problema impacta na produtividade nas empresas do setor de comércio atendidas pelo Programa Brasil Mais?

Para responder a essa questão definiu-se como objetivo geral analisar como a prototipagem da solução de um problema impacta na produtividade nas empresas do setor de comércio atendidas pelo Programa Brasil Mais". Como objetivos específicos definiu-se: (a) identificar o perfil das empresas do setor de comércio atendidas pelo Programa Brasil Mais; (b) comparar a produtividade das empresas do setor de comércio atendidas pelo Programa Brasil que implantaram o conceito de prototipagem na resolução de problemas; e (c) avaliar o impacto do uso da prototipagem na solução de problemas das empresas atendidas pelo Programa Brasil Mais do setor de comércio.

O presente estudo é divido em cinco seções. A primeira, a introdução, apresenta a pergunta norteadora do estudo, os objetivos e a justificativa, além de uma contextualização do cenário do tema estudado. Na sequência, a revisão de literatura apresenta os principais estudos e autores que serviram de base para a sustentação do tema. Logo após, são apresentados os

procedimentos metodológicos adotados no estudo. Na sequência consta a análise e discussão dos resultados e os impactos das principais ações implementadas pelas empresas acompanhadas. Por fim, são apresentadas as considerações finais, limitações do estudo e sugestões de continuidade da pesquisa.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Quando pensamos em inovação ligamos diretamente a algo custoso, dispendioso. Achamos que apenas grandes empresas têm potencial e mão de obra para tais atividades. Para Drucker (1987) a inovação é um instrumento para o empreendedor, o meio que utilizam para explorar oportunidades indiferente seu tamanho. Quanto maior a empresa mais fácil buscar oportunidades de inovação, porém mais complicado implantar essas inovações devido a inércia de grandes empresas.

Segundo o Manual de Oslo (2007, p. 55), “inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas”. Esta definição será de extrema importância para este projeto, visto que em muitas micro e pequenas empresas as inovações vem por meio de novos processos organizacionais.

Uma inovação envolve várias criações ao mesmo tempo como: projetos, conceitos, formas de se realizar atividades. Para Audy (2017) existem múltiplas definições dependendo de suas vertentes. Com relação ao tipo de inovação ela pode ser incremental ou disruptiva. Uma inovação incremental gera melhorias contínuas durante todo um ciclo de vida do processo ou produto, já uma inovação disruptiva está associada às mudanças radicais, rompendo paradigmas e criando um novo patamar para processos, serviços e produtos. Segundo Tironi (2006), inovações radicais tendem a proporcionar maior impacto na produtividade, mas as inovações necessitam de perseverança, não desistência e superação de dificuldades (Da Silva; David, 2021).

Não se faz necessário ter genialidade quando se trabalha com inovação. A inovação como disciplina se pratica através do uso imaginativo, estando ao alcance de todos. Utilizando tecnologia da informação, matemática e logística, conseguindo assim criar maneiras de se fazer velhas coisas, recriando processos de negócios que já existem ou gerando novos conceitos (Nóbrega; 2009).

Para Nogueira (2017) um empreendedor pode ser definido dentro de três identidades básicas dependendo da sua motivação, sendo elas: empreendedor tecnológico: busca inovações disruptivas, deslocar a fronteira do padrão e do conhecido até o momento; empreendedor mercadológico: apto a identificar oportunidades de mercado e organizar empresas aproveitando das vantagens dessas oportunidades e; empreendedor de subsistência: por não ter alternativas de outras fontes de renda ou por necessidade imposta pelo mercado, busca brechas no ambiente econômico para suprir suas necessidades.

Devido a essa diversidade de identidades fica cada vez mais difícil criar ações inovativas em micro e pequenas empresas junto com o fato de que a literatura sobre inovação para média e pequenas empresas é escassa. Essa literatura vem privilegiando empresas de grande porte, principalmente conectadas com pesquisa e desenvolvimento (P&D) (Nogueira, 2017). Inovar está atrelado a: empreender, encarar riscos e aprimorar a gestão. Segundo a CNI (2015), inovar não é uma obra do acaso, muito além da persistência é necessário um esforço sistemático de gestão.

Levando em conta um país do tamanho do Brasil e da quantidade de micro e pequenas empresas existentes, não há uma unanimidade na caracterização dessas empresas. Segundo o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, uma forma de definir o porte da empresa se dá pelo faturamento anual: até R$ 360.000,00 de faturamento anual a

empresa se caracteriza por Microempresa, com um faturamento anual superior a R$ 360.000,00 e igual ou inferior a R$ 4.800.000,00 a empresa se caracteriza como EPP ou Empresa de Pequeno Porte (Sebrae, 2020).

No Brasil, segundo DataSebrae (2022), atualmente há 6,06 milhões de empresas no setor de comércio. Em relação às MPEs este número continua relevante, passando para 2,6 milhões de empresas. Sendo destas, 17.814 empresas na região sul de Santa Catarina empregando 47.325 trabalhadores.

Para a realização de novos melhoramentos têm-se o protótipo como ação principal, sendo esta, a fase mais importante durante o desenvolvimento experimental de uma inovação. Um protótipo é um modelo original ou um teste que possui todas as características mínimas viável de um produto ou serviço. Ao se aceitar o protótipo caracteriza-se o fim da fase de desenvolvimento experimental e o início de uma nova fase do processo de inovação (Oslo, 1997).

A prototipagem está cada vez envolvida em mais setores dentro das organizações. Inicialmente focada na criação de produtos, com o tempo foi também sendo utilizada para processos. Com conceitos já iniciados na década de 80, Mayhew e Dearnley (1986), dizem que protótipo agem como catalisadores, estimulando a participação criativa de todos os envolvidos no processo. A prototipagem servirá como uma análise para determinar a adequação do protótipo com a solução a ser trabalhada antes da implantação da mesma.

Nos anos de 1980 as principais pesquisas e escritas sobre prototipagem eram conceituais e pesquisadas apenas através de algumas perspectivas relacionadas diretamente com a manufatura. Caminhando aos poucos para diferentes contextos (Ilvari; Karjalainen, 1989).

O Programa ALI (Agentes Locais de Inovação) tem o objetivo de fomentar a prática da inovação em micro e pequenas empresas. Trazendo metodologias para a melhoria da gestão empresarial. Inicia-se com a adesão do empresário ao programa através dos canais de inscrição do Sebrae. Após a inscrição a empresa é repassada para um Agente Local de Inovação (ALI) iniciar as atividades. Essas atividades estão divididas em encontros individuais e coletivos e compõem um ciclo do projeto. Cada empresa pode participar de um ciclo. A cada ciclo o ALI recebe mais empresas para realizar as mesmas atividades. Esse ciclo pode ser visualizado na Figura 1.

Figura 1 – Metodologia da jornada ALI

Fonte: SEBRAE (2020).

O ciclo tem uma duração de 4 meses e possui quatro etapas principais sendo elas: Problema, solução, implantação e avaliação. A primeira etapa Problema é composta de três encontros. Nesses encontros é realizado o diagnóstico inicial para verificar como a empresa está com relação a alguns fatores. Em sequência se realiza um encontro para repassar conceitos de inovação, produtividade e indicadores. No terceiro encontro dessa etapa é mapeado os problemas da empresa, realizado a priorização de um problema, criado as ideias iniciais de solução para o problema priorizado e montado um plano de ação. Que acompanhará a empresa durante todo o ciclo.

Na segunda etapa: Solução, inicia-se com um encontro para explicar o conceito de prototipagem e validação. Após isso é realizado um encontro para definir o protótipo a ser trabalhado bem como a sua validação. Assim o empresário tem três semanas para a elaboração.

Seguindo a metodologia chega à parte de implantação. Com o protótipo realizado e validado realizamos um encontro para definir o plano de implantação da solução prototipada. Juntamente nesse encontro se faz a mensuração inicial da produtividade chamada de T0. Assim o empresário tem mais três semanas para realizar a implantação do protótipo.

A última etapa da metodologia é composta pela avaliação do que foi realizado até o momento. No encontro 07 junto com o empresário é feita a avaliação da implantação do protótipo e a atualização do plano de ação. O encontro 08 é um encontro coletivo com todos os empresários participantes do ciclo, onde é realizado um encerramento do projeto e uma conversa sobre boas práticas e discussão sobre as atividades feitas.

O último encontro do projeto é designado para realizar a mensuração final da produtividade, chamada de TF. Assim será possível avaliar o impacto do projeto na produtividade da empresa.

Neste projeto iremos utilizar o indicador Produtividade, mensurado nos encontros 06 e 09. O indicador produtividade é calculado através da diferença do faturamento bruto e dos custos variáveis dividido pelo número de pessoas ocupadas. Sendo esses indicadores: Produtividade inicial e Produtividade final mensurados com relação a meses específicos, dependendo do ciclo de participação no programa.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho tem como objetivo analisar o impacto da priorização e prototipagem para solução de problemas na produtividade de micro e pequenas empresas do setor de comércio varejista na região do extremo sul catarinense. Sendo uma pesquisa exploratória, para Gil (1999), esse tipo de pesquisa tem como objetivo atuar em temas pouco explorados, atuando em uma área onde não há um conhecimento estruturado sendo difícil criar hipóteses precisas. Sendo este trabalho uma primeira etapa de uma investigação mais ampla sobre o impacto da prototipagem na produtividade de empresas do comércio varejista.

Para universos esparsos, a seleção de uma amostra para Gil (1991) deve ser selecionada qualitativamente selecionadas de forma intencional, devido a algumas características em comum. Serão comparadas 5 empresas que realizaram a atividade de priorização e prototipagem com 5 empresas que não realizaram as atividades durante a participação no programa ALI. Esta amostra foi selecionada de forma intencional para se ter o mesmo número de empresas que realizaram a priorização e prototipagem da solução com o número de empresas que não realizaram.

Através do método de pesquisa quantitativo será analisado o impacto da prototipagem da solução de problemas das empresas analisadas neste estudo. A coleta dos dados foi realizada durante a participação das empresas no Projeto ALI entre novembro de 2020 a outubro de 2021. No terceiro encontro as empresas, através da metodologia proposta definiam seus principais problemas, realizavam a priorização e buscavam ideais de soluções iniciais para o problema priorizado. Entre o quarto e o sexto encontro as empresas colocavam em prática a prototipagem da solução escolhida. No encontro 06 e 09 são recolhidos os indicadores para o cálculo da produtividade na empresa. Sendo no encontro 06 mensurada a produtividade inicial e no encontro 09 a produtividade final. Para assim se realizar a comparação do impacto do projeto na variação da produtividade.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As empresas analisadas foram escolhidas a fim de se igualar o número para melhor comparação. Do universo de empresas atendidas, em sua maioria se tratava do setor comércio. Este foi o primeiro fator para escolha do universo em análise. Como não foi possível analisar apenas empresas com o mesmo CNAE, optou-se por analisar empresas do comércio varejista. O número 5 de empresas analisadas foi delimitado pelo número que não realizaram a priorização e prototipagem da solução. A maioria das empresas participantes a realizaram.

Na Tabela 1 a seguir, empresas A até E são empresas que realizaram a prototipagem e priorização dos problemas. Já as empresas F à J não realizaram.

Tabela 1 – Empresas que realizaram e empresas que não realizaram prototipagem e priorização dos problemas

Empresa A	Papelaria
Empresa B	Ferragens, ferramentas e EPIs
Empresa C	Vestuário
Empresa D	Móveis
Empresa E	Comércio de Cabelo humano
Empresa F	Agropecuária
Empresa G	Comércio de tintas
Empresa H	Calçados

Empresa I	Conveniência
Empresa J	Farmácia

Fonte: os autores.

Todas as empresas analisadas realizaram um ciclo de 04 meses no Projeto ALI (Agentes Locais de Inovação). Realizando todos os encontros descritos na metodologia. Das empresas analisadas temos MEs e EPPs, sendo 5 MEs e 5 EPPs. Com relação aos problemas priorizados temos uma grande diversidade, tanto no projeto quanto às empresas selecionadas para a análise. A Tabela 2 especifica o problema priorizado de cada empresa.

Tabela 2 – Problema priorizado por cada empresa

Empresa A	Identidade visual, fachada
Empresa B	Setorização e definição de atividades e responsáveis
Empresa C	Muitos produtos em estoque
Empresa D	Subutilização do sistema de gestão
Empresa E	Deficiência de marketing (visibilidade)
Empresa F	Problemas no fluxo de caixa
Empresa G	Falta de vendedores externos capacitados
Empresa H	Baixa diversificação de meios de divulgação e venda
Empresa I	Falta de controle financeiro
Empresa J	Layout ineficiente

Fonte: os autores.

Seguindo a metodologia do Projeto ALI e a fórmula para o cálculo da produtividade inicial e final proposta, chegou-se a um resultado de produtividade para cada empresa analisada individualmente. Estas produtividades podem ser visualizadas na Tabela 3 e na Tabela 4 a seguir.

Tabela 3 – Produtividade inicial/final das empresas que realizaram priorização de problemas e prototipagem

Empresa	Produtividade Inicial	Produtividade Final	Variação percentual
Empresa A	R$ 3.352,00	R$ 5.693,00	69,84%
Empresa B	R$ 9.375,00	R$ 13.530,94	44,33%

Empresa C	R$ 4.658,37	R$ 6.655,29	42,87%
Empresa D	R$ 4.390,00	R$ 6.666,67	51,86%
Empresa E	R$ 6.666,67	R$ 12.030,00	80,45%

Fonte: os autores.

Tabela 4 – Produtividade inicial/final das empresas que não realizaram priorização de problemas e prototipagem

Empresa	Produtividade Inicial	Produtividade Final	Variação percentual
Empresa F	R$ 15.142,86	R$ 3.919,49	-74,12%
Empresa G	R$ 27.088,47	R$ 23.793,33	-12,16%
Empresa H	R$ 5.900,88	R$ 4.833,33	-18,09%
Empresa I	R$ 10.000,00	R$ 12.274,89	22,75%
Empresa J	R$ 12.393,60	R$ 12.422,43	0,23%

Fonte: os autores.

A variação da produtividade está atrelada aos três indicadores analisados: faturamento bruto, custos variáveis e número de pessoas ocupadas. Com relação a variação dos indicadores, em média, as empresas que finalizaram a prototipagem tiveram um aumento de 34% no faturamento e um aumento de 28% nos custos variáveis. Com isso, quando o aumento do faturamento é maior que o aumento dos custos variáveis, tem-se um aumento na produtividade.

Com as empresas que não realizaram a prototipagem, foi verificado uma redução média de 5% na variação do faturamento com os custos variáveis permanecendo iguais na média. Com isso, acontecendo uma redução na produtividade analisada. Ao analisar os dados, com as respectivas variações de produtividade, é possível verificar a correlação entre priorização de problema, prototipagem e aumento da produtividade.

Com uma variação média de 52%, todas as empresas que realizaram as atividades tiveram um aumento na produtividade durante os 4 meses do projeto. Passando a análise para as empresas que não realizaram, verificou-se uma variação média de 12% negativos. Apenas uma empresa teve um aumento real na produtividade, podendo, assim, evidenciar a importância da priorização dos problemas e da prototipagem da solução.

A prototipagem da solução entra no processo para reduzir erros e agilizar o processo. Fazendo com que a empresa aprenda sobre a solução a ser implantada e obtenha ajuda tanto de colaboradores quanto dos clientes, através de pesquisa e validação.

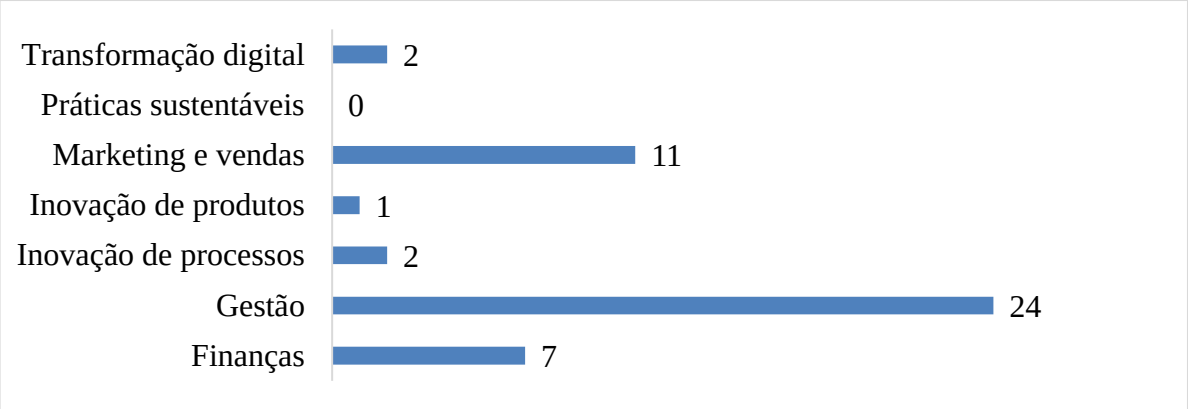
Além do problema priorizado pelas empresas, todos os outros problemas que surgirem ao longo do projeto são tratados com ações pontuais em um plano de ação. Essas ações são

pensadas em conjunto do Agente de inovação com o empresário. As ações são classificadas por temas, sendo estes temas:

- Finanças;
- Gestão;
- Inovação em processos;
- Inovação em produtos e serviços;
- Marketing e vendas;
- Práticas sustentáveis;
- Transformação digital.

As empresas analisadas tiveram um total de 47 ações implementadas, sendo estas divididas por temas como pode ser verificado no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Ações implementadas pelas empresas



Fonte: os autores.

É possível perceber a necessidade de ações de gestão e marketing e vendas nas micro e pequenas empresas. O principal impacto dessas ações são o aumento do faturamento e a melhoria da gestão do dia a dia dos colaboradores. O resultado percebido de imediato nas empresas foi uma melhora na gestão, melhora na comunicação interna e maior divulgação de produtos e serviços na região.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo trouxe uma análise quantitativa do impacto da priorização e prototipagem na solução de problemas de micro e pequenas empresas da região do extremo sul catarinense. Pode-se quantificar o impacto com dois grupos de 5 empresas cada. Sendo no primeiro grupo, empresas que realizaram as atividades, houve um aumento de 52% contra uma redução de 12% para as empresas que não realizaram.

É possível verificar uma correlação entre a priorização e a prototipagem e a variação do faturamento, porém não se pode definir como único fator responsável. Deve-se pensar também em sazonalidade das empresas, ações de marketing, turnover de colaboradores, entre outros. É importante salientar a dificuldade de se inovar com relação à processos e produtos nas MPEs. Havendo uma resistência por parte do empresário ligada a mudanças e aos riscos envolvidos.

Esse estudo traz uma contribuição para aumentar informações disponíveis de correlação entre inovação, prototipagem e solução de problemas de micro e pequenas empresas e fomentar outras pesquisas na mesma área, ajudando assim a comunidade como um todo. Como sugestão de continuidade deste trabalho fica uma análise mais aprofundada, com empresas de mesmas

atividades econômicas, tanto primárias quanto secundárias, assim será possível obter uma correlação mais forte com relação à análise dos dados.

REFERÊNCIAS

AUDY, Jorge. A inovação, o desenvolvimento e o papel da Universidade**. Estudos avançados**, v. 31, n. 90, p. 75-87, 2017. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ea/a/rtKFhmw4MF6TPm7wH9HSpFK/?format=html&lang=pt. Acesso em: 30 mar. 2023.

CNI. **Inovar é fazer:** 22 casos empresariais de inovação de miro, pequenas, médias e grandes. 2015. Disponível em: https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/9106530f140f810c1f4fb3bcc5590f5f/$File/5360.pdf. Acesso em 28 fev. 2023.

DA SILVA, Felipe Santos; DAVID, Acúrcio Castelo. Gestão da inovação: estudo comparativo entre empresas da cidade de Palmeira dos ìndios - Alagoas. Simpósio Sul-Mato-Grossense de Administração, v. 4, n. 4, p. 229-242, 2021. **[Anais].** Disponível em: https://periodicos.ufms.br/index.php/SIMSAD/article/view/13358. Acesso em: 28 fev. 2023.

DATASEBRAE. **DataSebrae Indicadores.** 2022. Disponível em: https://datasebraeindicadores.sebrae.com.br/resources/sites/data-sebrae/data-sebrae.html#/Empresas. Acesso em: 25 jan. 2022.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship):** prática e princípio**s.** São Paulo: Pioneira, 1987.

FECOMÉRCIO. **Consumo e endividamento. O futuro do comércio no Brasil está comprometido?** 2022**.** Disponível em: https://fecomercio-rs.org.br/wp-content/uploads/2017/02/Fecom%C3%A9rcio-RS-Consumo-Endividamento.pdf. Acesso em: 25 jan. 2022.

GANDRA, Alana. **IBGE: Brasil tinha 1,4 milhão de empresas comerciais em 2019.** 2021. Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-07/ibge-brasil-tinha-14-milhao-de-empresas-comerciais-em-2019. Acesso em: 25 jan. 2022.

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

GIL, Antônio. Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas. 1991.

GONÇALVES, José Ernesto Lima. A necessidade de reinventar as empresas. **Revista de Administração de Empresas**, v. 38, p. 6-17, 1998. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rae/a/SNkw4mmTWVywRMfFmkPW3TH/. Acesso em: 12 mai. 2023.

IIVARI, Juhani; KARJALAINEN, Mikko. Impact of prototyping on user information satisfaction during the IS specification phase. **Information & Management**, v. 17, n. 1, p. 31-45, 1989. Disponível em:

https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0378720689900530. Acesso em: 12 mar. 2022.

MANUAL DE OSLO**. Diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação.** 3ª edição. Paris: OCDE, 1997.

MAYHEW, Pam J.; DEARNLEY, P. A. An alternative prototyping classification. **The Computer Journal,** v. 30, n. 6, p. 481-484, 1987. Disponível em: https://academic.oup.com/comjnl/article/30/6/481/327566. Acesso em: 02 jan. 2023.

NÓBREGA, Clemente. **Inove ou morra**. 2009. Disponível em: https://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI22037-16642,00-INOVE+OU+MORRA.html. Acesso em: 25 jan. 2022.

NOGUEIRA, Mauro Oddo. **Um pirilampo no porão:** um pouco de luz nos dilemas da produtividade das pequenas empresas e da informalidade no Brasil**.** IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2017.

SBVC. **O Papel do Varejo na Economia Brasileira.** 2021. Disponível em: http://sbvc.com.br/wp-content/uploads/2021/04/O-Papel-do-Varejo-na-Economia-Brasileira_2021-SBVC-4.pdf. Acesso em: 25 jan. 2022.

SEBRAE. **Confira as diferenças entre microempresa, pequena empresa e MEI.** 2020. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD. Acesso em: 25 jan. 2022.

TIRONI, Luis Fernando. Inovação e grau de novidade do principal produto e do principal processo**. Parcerias estratégicas**, v. 11, n. 23, p. 333-380, 2006.