

Identificando fatores que influenciam micro e pequenos negócios na adoção de tecnologias a partir da opinião de agentes locais de inovação

Investigating the impacts of using enterprise resource management solutions by micro and small businesses

Investigar los impactos del uso de soluciones de gestión de recursos empresariales por parte de micro y pequeñas empresas

Recebido: 26/08/2024 | Revisado: 03/09/2024 | Aceitado: 03/09/2024 | Publicado: 07/09/2024

Renato Novais

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7572-7392>

Instituto Federal da Bahia, Brasil

E-mail: renato@ifba.edu.br

Resumo

O empreendedorismo é fundamental para a sociedade, pois lida com problemas relacionados à mesma. Para tais problemas, são levantadas potenciais soluções que permitem resolver os problemas de uma forma melhor que a atualmente existente. As empresas, precisam empreender constantemente para poder se manterem vivas na competitiva sociedade moderna. No contexto das micro e pequenas empresas (MPE), empreender é também necessário, porém isso é uma atividade ainda mais árdua. Afinal, esta categoria de empresas enfrenta diversos desafios no nosso país, tais como falta de recursos financeiros, dificuldades de gestão de fluxo de caixa e de tempo, baixo acesso a crédito etc. Considerando essa realidade, o SEBRAE se apresenta como um importante ator da sociedade para apoiar MPE nessa jornada. Um exemplo é o programa Agentes Locais de Inovação (ALI) Transformação Digital que apoia as empresas no uso de tecnologias. Este trabalho tem como objetivo identificar fatores que influenciam MPE na adoção de tecnologias para melhorar seus negócios. Entender quais os desafios e as dores enfrentadas pelo micro e pequeno empresário se faz essencial para poder aplicar melhor a energia e recursos de suas ações. Para isso, foi feita uma análise qualitativa da percepção dos ALI que atuam em diferentes empresas e perceberam de perto a nuances da implantação de novas tecnologias. Os resultados destacam a importância e as dificuldades do uso de tecnologias por MPE, mas trazem também contribuições de como um programa de apoio ao micro e pequeno empreendedor pode ser ajustado para poder alavancar os resultados esperados.

Palavras-chave: Inovação; Empreendedorismo; Ferramentas digitais; Micro e pequenas empresas.

Abstract

Entrepreneurship is essential for society, as it deals with problems related to it. For such problems, potential solutions are raised that allow for solving problems in a better way than the existing ones. Companies need to constantly undertake in order to stay alive in the modern competitive society. In the context of micro and small enterprises (MSE), undertaking is also necessary, but this is an even more arduous activity. After all, this category of companies faces several challenges in our country, such as lack of financial resources, difficulties in managing cash flow and time, low access to credit, etc. Considering this reality, SEBRAE presents itself as an important actor in society to support MSE in this journey. One example is the Local Innovation Agents (ALI) Digital Transformation program, which supports companies in the use of technologies. This work aims to identify factors that influence MSEs in the adoption of technologies to improve their businesses. Understanding the challenges and difficulties faced by micro and small entrepreneurs is essential to be able to better apply the energy and resources of their actions. To this end, a qualitative analysis was conducted of the perception of ALI who worked in different companies and closely observed the nuances of implementing new technologies. The results highlight the importance and difficulties of using technologies by MSE, but also provide contributions on how a support program for micro and small entrepreneurs can be adjusted to leverage the expected results.

Keywords: Innovation; Entrepreneurship; Digital tools; Micro and small businesses.

Resumen

El emprendimiento es fundamental para la sociedad, ya que aborda problemas relacionados con la misma. Para este tipo de problemas se plantean posibles soluciones que permitan solucionar los problemas. Las empresas deben esforzarse constantemente para mantenerse vivas. En el contexto de las micro y pequeñas empresas (MPE), el

emprendimiento también es necesario, pero esta es una actividad aún más ardua. Esta categoría de empresas se enfrenta a varios retos en nuestro país, como la falta de recursos financieros, escaso acceso al crédito, etc. Ante esta realidad, el SEBRAE se presenta como un actor importante de la sociedad para apoyar al MPE en este camino. Un ejemplo es el programa de Transformación Digital de Agentes Locales de Innovación (ALI) que apoya a las empresas en el uso de tecnologías. Este trabajo tiene como objetivo identificar factores que influyen en las MPE en la adopción de tecnologías para mejorar sus negocios. Comprender los desafíos y dificultades que enfrentan los micro y pequeños empresarios es fundamental para poder aplicar mejor la energía y los recursos de sus acciones. Para ello, se realizó un análisis cualitativo de la percepción de los ALI que trabajaron en diferentes empresas y entendieron de cerca los matices de la implementación de nuevas tecnologías. Los resultados resaltan la importancia y las dificultades del uso de tecnologías por parte de las MPE, pero también aportan contribuciones sobre cómo se puede ajustar un programa de apoyo a micro y pequeños empresarios para aprovechar los resultados esperados.

Palabras clave: Innovación; Emprendimiento; Herramientas digitales; Micro y pequeñas empresas.

1. Introdução

O empreendedorismo pode ser definido como é o processo de criar e gerenciar um novo negócio com o objetivo de alcançar resultados positivos para este novo negócio (Dornelas, 2004, Sarkar, 2010). Empreender é uma tarefa fundamental para a sociedade (Costa et al., 2011). É através disso que muitas pessoas e empresas se adaptam às mudanças contínuas da humanidade. Existem vários exemplos de produtos que dominaram mercados e depois de um tempo se tornaram obsoletos, perdendo espaço para novas soluções que entregavam mais valor para os clientes (Amaral et al., 2011).

O empreendedor por natureza pensa fora do lugar comum (Baggio & Baggio, 2015). Ele precisa olhar para os problemas existentes e identificar oportunidades para resolver tais problemas e conseqüentemente melhorar a vida das pessoas envolvidas no problema. Esta não é uma tarefa fácil (Dias, 2022). Requer habilidade, coragem para assumir riscos calculados, uma vez que entre o problema e uma potencial solução há um longo caminho, que pode acabar de forma indesejada.

Há diferentes tipos de empreendedorismo (Dornelas, 2009). É possível ver o empreendedorismo em negócios, o qual está focado em criar e administrar uma nova empresa com fins lucrativos. Há também o chamado empreendedorismo social que é focado em resolver problemas sociais e/ou ambientais, buscando impacto positivo na sociedade. Há ainda uma outra categoria que permeia as duas anteriores, denominada de empreendedorismo inovador. Neste último caso, o foco é introduzir novos produtos, serviços ou modelos de negócios que transformam mercados e setores.

Neste contexto, todas as empresas precisam constantemente empreender para poder se manterem vivas na competitiva sociedade moderna (Hisrich et al., 2014). Isso também é verdade para as micro e pequenas empresas (Reis, 2006), porém para essas categorias de empresas a tarefa é ainda mais árdua. Pequenos negócios frequentemente enfrentam uma série de desafios que podem impactar seu crescimento e sustentabilidade (Silva et al., 2024, Costa Teixeira et al., 2024). Alguns dos problemas são falta de recursos (Pires, 2024); dificuldade em manter um fluxo de caixa saudável (Morellato & Nascimento, 2016, Gazzoni, 2003); barreiras no acesso ao crédito (Aoki & Badalotti, 2014); concorrência com empresas maiores (Pacagnan & Rampazo, 2008); dificuldades em contratar e reter talentos (Pinheiro, 2015), etc.

Considerando essa realidade, o SEBRAE se apresenta como um importante agente da sociedade para apoiar micro e pequenas empresas nessa jornada. Um exemplo é o programa Agentes Locais de Inovação Transformação Digital (ALI TD) que apoia as empresas na jornada da transformação digital. Este programa acontece em todo o território nacional, e busca fomentar a inovação através do uso de tecnologias nas micro e pequenas empresas (MPE).

A transformação digital é uma área que busca apoiar as empresas na solução de muitos desses dilemas. Através da transformação digital as empresas buscam adotar e implementar tecnologias digitais em todos os setores de uma empresa (Rogers, 2017, Viana, 2021).

Este trabalho tem como objetivo identificar fatores que influenciam micro e pequenas empresas na adoção de tecnologias para melhorar seus negócios. Entender quais os desafios e as dores enfrentadas pelo micro e pequeno empresário se

faz essencial para poder aplicar melhor a energia e recursos de suas ações.

Para isso, foi feita uma análise qualitativa da percepção dos ALI que atuam em diferentes empresas e perceberam de perto a nuances da implantação de novas tecnologias. Para isso, coletou-se as informações dos atendimentos realizados pelo programa ALI TD no estado do Maranhão (MA). Os atendimentos aconteceram de janeiro a junho de 2024, durante os ciclos 2 e 3 do programa ALI TD. Os dados foram analisados sob uma ótica qualitativa. Os ALI atenderam diferentes empresas seguindo a metodologia do ALI TD. Além da implantação das ferramentas a metodologia dispunha de um plano de ação que derivava outras ações do programa dentro da empresa.

Os resultados destacam a importância e as dificuldades do uso de tecnologias por micro e pequenas empresas, mas trazem também contribuições de como um programa de apoio ao micro e pequeno empreendedor pode ser ajustado para poder alavancar os resultados esperados.

2. Metodologia

Para atingir os objetivos propostos, este trabalho seguiu uma abordagem qualitativa (Poupart et al., 2008, Flick, 2009), a partir do *feedback* dos Agentes Locais de Inovação. De janeiro de 2023 a junho de 2024, nove agentes locais de inovação atenderam diferentes empresas durante dois ciclos do programa ALI Transformação Digital que aconteceu no estado do Maranhão.

O programa é composto de uma metodologia própria que possui 8 etapas, a saber:

- Na Etapa 0 é apresentado aos empresários uma visão geral do programa, através de uma palestra que busca desmitificar a transformação digital. Os ALI apresentam a jornada (composta de mais 7 etapas) e apresenta o checkup digital;

- Na Etapa 1 são mapeados os desafios que a empresa possui. Neste momento, os empresários precisam fazer a adesão formal ao programa, e entregar o checkup digital preenchido. O checkup digital faz um levantamento do estado atual de adoção de tecnologias e das habilidades digitais na empresa. Utilizando o checkup digital, as empresas identificam pontos de atenção relacionados aos seguintes casos de uso: Marketing Digital (Novais, 2024a), Sistema de Gestão Empresarial (ERP) (Novais, 2024b), Sistema de Relacionamento com Cliente (CRM), E-commerce, Gestão de pessoas, Cálculo dos preços de venda (Precificação), Digitalização dos processos administrativos (D. P. Administrativo), Digitalização dos processos produtivos (D. P. Produtivos), Monitoramento de máquinas. Quanto maior a nota recebida em um caso de uso, maior a prioridade de atuação nesta área. Entretanto, o empresário pode decidir por escolher um caso de uso diferente do que foi o maior pontuado. Esta etapa termina com a entrega do checkup digital e a priorização do caso de uso a ser atacado durante o ciclo.

- Na Etapa 2 é realizado a identificação da solução tecnológica a ser implantada na empresa. Os ALI fazem a conexão entre empresários e fornecedores de soluções. São encaminhadas três soluções similares para que o empresário possa tomar sua decisão.

- Na Etapa 3 é realizado a primeira medição do indicador de payback utilizado no programa. O objetivo é entender como está a empresa do ponto de vista dos seus processos, receitas e despesas.

- Na Etapa 4 é realizada a aquisição da solução. Neste momento são realizadas reuniões com os potenciais solucionadores para tirar dúvidas sobre as soluções apresentadas.

- Na Etapa 5 é feita a implementação da solução na empresa, com uma capacitação para uso da mesma. Um questionário do tipo 5w2h é aplicado para ajudar o empresário a entender melhor o processo.

- Na Etapa 6 é realizada um acompanhamento da utilização da solução;

- Na Etapa 7 é feita avaliação final dos resultados. Isso acontece 3 meses após utilizar a ferramenta. É aplicado novamente o formulário de payback e checkup digital. Desta forma é possível ter um cenário do antes e depois do uso da

ferramenta.

Há ainda um plano de ação que é uma ferramenta que complementa a metodologia. A ideia é capturar outros desafios existentes nas empresas, diferentemente do caso de uso priorizado e poder dar sugestões para a empresa e acompanhar a mesma na solução de seus problemas.

Para coletar os dados de opinião dos ALI a respeito foi aplicado um questionário no google forms, composto de 12 questões que buscavam avaliar o papel do ALI, a efetividade da metodologia, e a importância do programa para o empresário. As perguntas serão apresentadas na seção seguinte.

Os agentes locais de inovação realizam os encontros com as empresas durante o ciclo. São 7 etapas em cada ciclo, o que culmina em pelo menos 7 encontros com as empresas. Nesse processo, as empresas implantam a nova tecnologia. Os ALI acompanham todo o processo e fazem medições para avaliar o impacto das mesmas nas empresas. Sendo assim, a análise quantitativa foi realizada considerando os dados coletados a partir dos encontros realizados pelos ALI de Transformação Digital do programa no estado. Foi considerando o trabalho de nove agentes locais de inovação (ALI) que atuaram no ciclo.

Respeitando os princípios éticos da pesquisa, todos os dados são apresentados neste estudo são anonimizados. Desta forma, foram omitidos nomes dos ALI bem como informações sensíveis das empresas. Assim, cada ALI é apresentado por um identificador único de 1 a 9.

3. Resultados e Discussão

Esta seção apresenta um conjunto de 12 perguntas realizadas para os agentes locais de inovação. Cada pergunta é apresentada a seguir com os principais pontos mencionados pelos ALI.

Qual a importância do programa ALI TD para você?

Os ALI foram unânimes em destacar a relevância do programa ALI TD. Tanto para os micro e pequenos empresários quanto para eles mesmos. Para os ALI, o programa "ajuda as empresas aderirem à Transformação Digital; conscientiza empresários; é de extrema importância para os microempreendedores e pequenas empresas do Brasil; traz um olhar mais amplo para a importância da inovação e uso de ferramentas digitais no dia a dia, para auxílio no crescimento da organização.". Do ponto de vista pessoal, o programa "é muito importante, pois é uma oportunidade de aprimorar os conhecimentos na área, ajudar empreendedores e gerar *networking*; traz interação com empresários locais, conhecimento de novas tecnologias e ferramentas tecnológicas, além de apresentar novos vieses de como o mercado se comportará nos próximos anos na área da tecnologia; contribuiu para o meu crescimento profissional."

Na sua opinião, quais foram os principais resultados? Aqueles que devem ser destacados.

Os ALI destacaram resultados globais que aconteceram com várias empresas, mas também foram específicos ao trazerem transformações de destaque que aconteceram em empresas particulares. Eles enfatizaram "a boa adesão de empresas e cumprimento das metas estabelecidas; o aumento de produtividade, redução de tempo ocioso, maior controle financeiro e de gestão; o sucesso de uma farmácia em implantar o e-commerce, pois era um grande sonho deles que está dando certo; a implantação de novo processo em Empresa de Recursos Humanos com a utilização das ferramentas digitais, otimização dos processos; a criação de um novo produto em Indústria de Alimentos e utilização da plataforma para gerir a venda desse novo item; a otimização do atendimento de empresa de jardinagem que perdia muitas demandas pois o atendimento não tinha um bom gerenciamento; a facilidade de gestão com a utilização de softwares, maior interação das empresas com os clientes através das divulgações nas redes sociais e aumento das vendas; a satisfação do empresário com as inovações introduzidas; a mudança

de mentalidade; os novos relacionamentos conquistados pelo agente; e o despertar para uma visão de necessidade de mudança a fim de inovar."

Observe que são vários relatos positivos sobre o programa, destacando seu impacto junto ao micro e pequeno empresário.

Você considera que houve alguma falha neste ciclo, seja de sua parte, do SEBRAE, do empresário etc.? Se sim, porquê?

Os ALI apresentaram alguns problemas que identificaram ao longo do ciclo. Para eles "os empresários desmarcam muitas reuniões e demoram para aderir a ferramenta, de forma que o ciclo de contratação deveria ser mais próximo do final; há dificuldade na manutenção da agenda de atendimento devido a relutância na comunicação com os empresários a partir do terceiro encontro; alguns empresários designaram a função para algum funcionário e estes algumas vezes mostraram desinteresse em responder aos questionários; os empresários têm muita dificuldade de agenda; possuem tempo limitado para conseguir fazer o acompanhamento; há por falta de organização do próprio agente, e falta de comprometimento de alguns empresários.

Você acredita que a metodologia utilizada pode ser melhorada? Se sim, em quais pontos? Liste Pontos fracos, pontos fortes, e o que você mudaria.

Os ALI destacaram oportunidades de melhoria para o programa. Os relatos foram: "adequar melhor a metodologia à realidade do empresário; a contratação deve ser feita mais para o final do ciclo; há um enfoque grande em cumprir metas e deixam um pouco a qualidade do trabalho de lado; capacitar melhor os empresários, muitos ainda são bem limitados ao uso de tecnologias; a metodologia poderia ser mais enxuta, reduzindo o número de empresas por ciclo possibilitando um melhor acompanhamento; consultoria gratuita e possibilidade de reembolso são relevantes no programa; flexibilizar mais os prazos de entregas; realizar mais palestras ou propagandas do SEBRAE para despertar mais interesse dos empresários."

Tem mais alguma sugestão/crítica?

Apenas alguns ALI responderam a esta questão. Foi destacado que "o período do ciclo pode ser melhor organizado, para focar na qualidade do atendimento; incluir material didático com temas específicos para uso dos sistemas de acordo com temas abordados, como forma de apresentar informações básicas sobre o que é cada funcionalidade."

Como você avalia (de 1 - muito ruim a 5 - muito boa) a eficácia da metodologia do programa ALI TD?

Oito ALI deram nota 4 enquanto um ALI deu nota 5.

Quais fases são mais complexas e mais simples?

O objetivo desta pergunta foi compreender o que pode ser um gargalo na metodologia. Os ALI destacaram como mais complexa "o cálculo do payback, em razão da dificuldade no entendimento; contratação; fases iniciais 1, 2 e 3; que tratam da prospecção e aquisição das ferramentas". As fases mais simples são, de acordo com a maioria, as fases finais, como "monitoramento do uso, pois apenas ajustes são feitos; acompanhar depois de contratada a solução é bem simples."

O que direciona, fora da metodologia, a escolha do caso de uso?

Para os ALI, a escolha do caso de uso é direcionada "pela necessidade real do cliente no momento da empresa; necessidade ou preferência do empresário; pelo ganho de produtividade dos pequenos negócios; pela entrevista inicial, onde o

empresário explana suas principais necessidades; pela escolha de uma solução que possa continuar sendo usada ao longo do tempo.".

O que direciona a escolha da ferramenta?

A escolha da ferramenta é baseada em diferentes fatores, tais como: "a facilidade no uso, adequação ao orçamento da empresa, a qualidade no suporte e a qualidade da ferramenta; análise do que realmente é necessário naquele momento; preferência do empresário; a demanda interna da empresa, itens que precisam aprimoramento da gestão; a entrevista e a planilha de casos de uso; levantamento dos módulos oferecidos por ela, e se encaixam de forma satisfatória na necessidade apresentada pela empresa; os *feedback* dos ALIs no Brasil e planilha com opções de ferramentas disponibilizada pelo SEBRAE nacional.".

Porque os valores das soluções foram mais baixos ou altos? o que você acha que interfere nisso?

Nesta questão os ALI destacaram que "o valor depende da ferramenta. Existem soluções que cobram assinatura, outras setup, outras não, outras são pacotes ou licenças. O que interfere é o tipo de serviço que é oferecido e a customização em alguns casos; grande parte tem o valor bem alto o que acaba deixando o empresário com receio; varia do poder aquisitivo do empresário e da coragem em se arriscar; dificuldade de caixa das empresas e incultura por acharem que o investimento na solução digital é um gasto e não um investimento; os valores variam de acordo com o caso de uso. O que interfere nisso é o tipo de ferramenta, sendo que ERP, CRM e algumas ferramentas de precificação têm maior valor de aquisição; alguns empresários querendo de um custo menor na contratação, mesmo com a opção do reembolso, procuraram soluções com valores mais baixo. Por outro lado, alguns com o anseio da aquisição de uma solução para sua necessidade não se importaram com o custo, e fizeram a aquisição com valores mais altos, e as muito não se importaram nem em solicitar o reembolso.".

Qual sua percepção sobre a medição final que destaca payback, ganho mensal e custo mensal?

Os ALI foram mais negativos nas respostas desta questão. Apenas alguns estavam realmente satisfeitos da forma como estão. Eles destacaram "que o cálculo do payback pode ser melhorado. Da forma que é feita, não parece muito próximo da realidade; Bastante confusa, são dados que são simples de serem captados, mas a forma como é apresentada gera uma complexidade desnecessária; foi muito confuso, porque considero incoerente com as perguntas da planilha; que deve existir meios qualitativos e quantitativos mais eficientes.".

De acordo com as respostas, este é um dos pontos de maior atenção do programa.

Na sua opinião, qual a relevância do plano de ação?

Diferentemente da questão anterior, este item foi muito bem avaliados. Para os ALI o plano de ação é "muito relevante, pois é o que mantém o empresário 'amarrado' às ações do programa; permite utilizar ações diversas para estimular o empresário a ver a gestão de uma forma holística; essencial, principalmente por abordar outras ferramentas, que não precisam ser trabalhadas de imediato, mas que com organização, ajudam bastante o empresário; ótimo para acompanhamento; importante, pois o empresário tem um norte de como seguir com a ação e gerenciar a realização dessas e porque direciona o andamento do acompanhamento do programa; bastante relevante, porém muito difícil implementar devido ao tempo corrido dos empresários.".

Este questionário evidenciou pontos relevantes do programa e desafios a serem atacados. Muitos pontos podem ser observados, com o intuito de melhorar tais ações e consequentemente alcançar resultados ainda mais profundos.

4. Considerações Finais

Dada a relevância da inovação através da transformação digital nas micro e pequenas empresas (MPE), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) fomenta o programa de Agentes Locais de Inovação em Transformação Digital (ALI TD) para apoiar as MPE. Este programa permite o acompanhamento de empresas por agentes locais de inovação (ALI). É utilizada uma metodologia que é composta de diferentes etapas.

Este artigo buscou compreender os pontos positivos e negativos do programa para fins de apresentar pontos que podem melhorar o mesmo. Para isso, foi feita uma análise qualitativa do programa a partir da opinião dos ALI. É fundamental destacar que os ALI são quem de fato atua na ponta, junto ao micro e pequeno empresários. Eles, representando o SEBRAE, são as pessoas responsáveis por identificar as dores e propor soluções para os empresários atendidos pelo programa.

Para atingir o objetivo, foi realizado um conjunto de 12 questões a respeito do programa como um todo. Os resultados ajudam a identificar fatores que influenciam micro e pequenos negócios na adoção de tecnologias bem como quais outras ações são relevantes para potencializar a inovação e transformação digital das empresas atendidas.

Como trabalhos futuros, é importante replicar um estudo similar porém ouvindo agora os empresários. Este tipo de ação pode trazer novos aspectos não capturados pela opinião dos agentes. Além do mais, o retrato aqui apresentado é de um estado particular do país. Novos estudos similares em outros estados fazendo análises comparativas podem também adicionar valor a esta pesquisa.

Agradecimentos

O autor agradece o programa ALI do SEBRAE Maranhão e o CNPq (Processo: 101868/2024-3).

Conflito de Interesses

Não há conflitos de interesse.

Referências

- Aoki, V. C. G., & Badalotti, R. M. (2014). Dificuldades e perspectivas no acesso de micro e pequenas empresas a linhas de crédito públicas: o caso de Chapecó. *Revista de Administração Pública*, 48, 1305-1327.
- Amaral, D. C., Conforto, E. C., Benassi, J. L. G., & Araujo, C. D. (2011). *Gerenciamento ágil de projetos: aplicação em produtos inovadores*. Editora Saraiva.
- Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2015). Empreendedorismo: Conceitos e definições. *Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia*, 1(1), 25-38.
- Dias, L. (2022). O crescimento do Empreendedorismo na Enfermagem no Brasil. *Nursing Edição Brasileira*, 25(285), 7118-7119.
- Costa, A. M. D., Barros, D. F., & Carvalho, J. L. F. (2011). A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. *Revista de Administração Contemporânea*, 15, 179-197.
- Costa Teixeira, P., de Freitas, C. L. L., & de Brito, Z. M. (2024). A importância da gestão de custos para a lucratividade de micro e pequenas empresas: um estudo de caso em Manacapuru-AM. *Revista Acadêmica Online*, 10(52), e235-e235.
- Dornelas, J. C. A. (2004). Empreendedorismo corporativo: conceitos e aplicações. *Revista de negócios*, 9(2). DOI: <https://doi.org/10.7867/1980-4431.2004v9n2p%25p>
- Dornelas, J. C. A. (2009). *Empreendedorismo corporativo*. Elsevier Brasil.
- Flick, U. (2009). Desenho da pesquisa qualitativa. In *Desenho da pesquisa qualitativa* (pp. 164-164).
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2014). *Empreendedorismo-9*. Amgh Editora.
- Novais, R., (2024a). Análise do impacto da implementação de ferramentas de marketing digital em micro e pequenas empresas. *Research, Society and Development*, 9. [S. 1.], 13(8), e11313846665, 2024. DOI: 10.33448/rsd-v13i8.46665.

- Novais, R., (2024b). Investigando os impactos do uso de soluções de gestão de recursos empresariais por micro e pequenas empresas. *Research, Society and Development*, 9, [S. 1.], 13(8), e14513846739, 2024. DOI: 10.33448/rsd-v13i8.46739.
- Pacagnan, M. N., & Rampazo, A. V. (2008). Competitividade no varejo: Desafio da colaboração entre os pequenos empresários. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 2(2), 3-18.
- Pinheiro, S. P. J. C. (2015). *Gestão de Talentos—Como Atrair e Reter Talentos em PMEs?* (Master's thesis, Universidade de Lisboa (Portugal)).
- Pires, S. P. (2024). Um estudo sobre a gestão financeira em micro e pequenas empresas na Quarta Colônia. *Saber Humano: Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti*, 394-421.
- Poupart, J., Deslauriers, J. P., Groulx, L. H., Laperrière, A., Mayer, R., & Pires, Á. (2008). A pesquisa qualitativa. *Enfoques epistemológicos e metodológicos*, 2. Ed. Vozes.
- Reis, Z. R. D. (2006). *Micro e pequenas empresas: a importância de aprender a empreender (Doctoral dissertation)*. Fundação Getúlio Vargas (FGV). <https://hdl.handle.net/10438/8710>.
- Rogers, D. L. (2017). *Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital*. Autêntica Business.
- Sarkar, S. (2010). *Empreendedorismo e inovação*. Escolar Editora.
- Silva, T. F., da Silva Pereira, V., & de Brito, Z. M. (2024). Sustentabilidade financeira em pequenas e médias empresas: desafios e estratégias contábeis. *Revista Acadêmica Online*, 10(52), e217-e217.
- Viana, A. C. A. (2021). Transformação digital na administração pública: do governo eletrônico ao governo digital. *Revista Eurolatinoamericana de Derecho Administrativo*, 8(1), 115-136.