

**INOVAÇÕES EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (PMES) BRASILEIRAS:
ESTRATÉGIAS EFICAZES PARA UM DESENVOLVIMENTO CONTÍNUO**Yeda Trigueiro¹Maíra Jessika Fernandes Silva²Paulo Alexandre Oliveira de Faria³Vera Lúcia Francisco⁴**RESUMO**

O presente estudo aborda a importância da inovação e do investimento em estratégias viáveis para o crescimento e a permanência das empresas no mercado competitivo. O objetivo é discutir o desenvolvimento de pequenas e médias empresas (PMEs) por meio da adoção de métodos tecnológicos, da melhoria contínua e do estímulo à inovação. A metodologia consistiu em uma revisão de literatura, com seleção de artigos e periódicos extraídos das bases de dados Scielo e CAPES, utilizando descritores específicos. A análise considerou 13 artigos, que evidenciaram as características da inovação nas PMEs, além dos principais preceitos e desafios relacionados à sua implementação. Como principal resultado, observou-se que a inovação é essencial para o crescimento sustentável das PMEs. Conclui-se que o incentivo e a ampliação de oportunidades para a aquisição de recursos e capital são determinantes para a inserção de inovações, fortalecendo a competitividade e a diferenciação dessas empresas no mercado.

Palavras-chave: Inovação Tecnológica. Competitividade Empresarial. Gestão Estratégica.

**Innovation in Brazilian Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): Effective
Strategies for Sustainable and Continuous Growth****ABSTRACT**

This study addresses the importance of innovation and investment in viable strategies for the growth and permanence of companies in the competitive market. The objective is to discuss the development of small and medium-sized enterprises (SMEs)

Keywords: Technological Innovation. Business Competitiveness. Strategic Management.

¹ Graduada em Administração Faculdade Sul-Americana (FASAM).

² Mestre em Administração e Graduada em Ciências Contábeis (UFG).

³ Mestrando em Contabilidade Financeira e Graduação em Ciências Contábeis (UFG).

⁴ Mestre em Desenvolvimento e Planejamento Territorial (PUC). Professora efetiva da Universidade Estadual de Goiás (UEG).

through the adoption of technological methods, continuous improvement, and the promotion of innovation. The methodology consisted of a literature review, selecting articles and journals from the Scielo and CAPES databases, using specific descriptors. The analysis considered 13 articles, which highlighted the characteristics of innovation in SMEs, as well as the main principles and challenges related to its implementation. As the main result, it was observed that innovation is essential for the sustainable growth of SMEs. It is concluded that encouraging and expanding opportunities for the acquisition of resources and capital are crucial for the insertion of innovations, strengthening the competitiveness and differentiation of these companies in the market.

1. INTRODUÇÃO

A inovação é um dos principais fatores que influenciam o desempenho das empresas (Ribau et al., 2019; Zimmermann et al., 2020). Inovar envolve a comercialização bem-sucedida do resultado da geração e desenvolvimento de novas ideias, que são transformadas em produtos, serviços ou processos (Dantas & Moreira, 2011).

As empresas precisam estar cada vez mais adaptadas ao mercado competitivo. Os avanços tecnológicos e a globalização contribuem para melhorias que promovem o crescimento e o desenvolvimento econômico. Com isso, surgem oportunidades para aumentar a produtividade, a competitividade e a inovação empresarial, temas que serão apresentados ao longo desse trabalho. No entanto, isso também enseja uma série de dificuldades que as empresas enfrentam para se manterem no mercado (Garcia; Botura Júnior; Silva, 2023).

Nesse viés, a inovação constitui uma ferramenta primordial e que precisa de investimento, pois reflete diretamente nos investimentos necessários para as empresas e o segmento destinado. A inovação contribui para a eficácia econômica, o monitoramento de áreas estratégicas e a diferenciação competitiva no mercado, contudo, se trata de um recurso essencial para as empresas, envolvendo a interação entre elas, o público e o mercado, de acordo com os estímulos criativos e o planejamento estratégico (Santos et al., 2023).

Schumpeter (2013), afirma que a inovação é um instrumento vital para o crescimento e a sustentação, tanto nas pequenas e médias empresas (PMEs) quanto nas grandes corporações. Se a inovação é indispensável para a sustentabilidade de qualquer empresa, independentemente de seu porte, podemos inferir que o caso das empresas de base tecnológica (EBTs) não difere das demais empresas (Serra et al., 2008).

A implicação da pandemia da Covid-19 em escala global alterou o funcionamento e o comportamento dos profissionais e das organizações em todo o mundo. Diante das incertezas no mercado financeiro decorrentes da pandemia, que afetaram a economia de diversos países e resultaram em grandes prejuízos para as empresas, a crise continua demandando cautela na gestão de empreendimentos. Para enfrentar essa instabilidade global, empresários têm emergido diversas soluções inovadoras, visando assegurar a sobrevivência das organizações (Robinson et al., 2015).

As economias brasileiras são representadas pelas empresas, sejam elas de pequeno, médio ou grande porte. Diante desse cenário, a inspiração para esse trabalho se aplica nas pequenas e médias empresas (PMEs). Segundo a revista Veja (2022), apenas 1% das empresas privadas brasileiras são consideradas como médio porte. Por outro lado, as micro e pequenas empresas representam cerca de 99% de todas as empresas brasileiras. Elas representam aproximadamente

30% do Produto Interno Bruto (PIB) do país e 55% dos empregos no regime celetista (SEBRAE, 2023).

As PMEs, representam uma potência expansionista mais robusta, podendo levar a uma significativa evolução na inovação de tecnologias. Discussões sobre PMEs também permitem explorar questões complexas de gestão, financiamento, políticas públicas e diversidade setorial, proporcionando uma visão mais ampla e detalhada do ambiente de negócios e das estratégias necessárias para promover o desenvolvimento econômico sustentável.

Em respaldo, as PMEs também precisam de inovações como método estratégico para sua sobrevivência. A inovação capacita essas empresas a crescerem e se tornarem grandes, mas isso depende da habilidade de oferecer novos produtos e serviços inovadores com qualidade superior e preços viáveis, estabelecendo um parâmetro de melhor custo-benefício.

A importância de abordar sobre o tema é justificada pelo fato das pequenas e médias empresas (PMEs) desempenharem um papel fundamental na economia, além de contribuir com a geração de empregos, o crescimento econômico e a inovação. No entanto, para que elas possam manter a competitividade e sustentabilidade em longo prazo é necessário se ater as estratégias eficazes da inovação e o desenvolvimento.

Por tanto, indaga-se: Qual é a importância das inovações tecnológicas para as pequenas e médias empresas (PMEs) brasileiras e quais benefícios elas trazem para seu crescimento e sustentabilidade?

O principal objetivo deste estudo é discorrer sobre a importância das inovações em pequenas e médias empresas brasileiras como um método estratégico eficaz para o desenvolvimento contínuo e que contribui com o crescimento econômico e social do país.

Os objetivos específicos desta pesquisa visam contribuir para o conhecimento do leitor, apresentando um estudo sobre as inovações e sua gestão, atenuando os fatores econômicos condicionados. Além disso, a pesquisa busca identificar a importância das bases tecnológicas para pequenas e médias empresas e suas estratégias de inovação, assim como descrever as diferenças e os benefícios entre inovação radical e inovação incremental.

Esta pesquisa está dividida por partes para a melhor compreensão da abordagem. A introdução compete à parte da apresentação do tema, justificando sua importância e delineando os objetivos propostos, seguidos pela problematização. O referencial teórico contextualiza o estudo com base na literatura selecionada, com o intuito de alcançar os objetivos estabelecidos. A metodologia condiz com o material utilizado como suporte e o método aplicado para sua seleção. A análise e discussão dos resultados incluem quadros com os descritores e a apresentação dos principais artigos. E, por fim, as considerações finais, com propostas de melhorias e resposta da problemática do estudo.

As inovações são ações reconhecidas como elementos importantes em prol do desenvolvimento de pequenas e médias empresas, e que muitas vezes os desafios são significativos com a sua implementação eficaz de estratégias inovadoras. Estes desafios incluem limitações de recursos financeiros e tecnológicos, resistência da cultura organizacional às

mudanças necessárias, falta de conhecimento sobre os aspectos da inovação, competição com as grandes empresas, além de questões burocráticas e legais.

Diante aos desafios supramencionados, torna-se essencial explorar estratégias eficazes que capacitam as pequenas e médias empresas a inovarem com sucesso, além de aproveitarem os seus recursos, superando todas as barreiras percorridas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Serão apresentados, de forma sucinta, os principais aspectos relacionados ao tema, com base na literatura selecionada, a fim de fornecer o embasamento teórico necessário para o alcance dos objetivos propostos.

2.1 PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

As pequenas e médias empresas (PMEs) desempenham um papel indispensável na economia brasileira, promovendo o crescimento econômico, a geração de empregos, a inovação e o desenvolvimento. Elas são motores do crescimento econômico em diversos países, representando uma parcela significativa no Produto Interno Bruto (PIB) e contribuindo para a diversificação da economia promovendo a competição e a eficiência no mercado (La Rovere, 2019).

De acordo com a ANVISA (2019), o faturamento anual das empresas é classificado da seguinte forma:

- Microempresa (ME): Igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais).
- Empresa de Pequeno Porte (EPP): Igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) e superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais).
- Grupo III – Empresa de Médio Porte: Igual ou inferior a R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais) e superior a R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais).
- Grupo IV – Empresa de Médio Porte: Igual ou inferior a R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais).

As PMEs contribuem ainda com o fato de serem os maiores empregadores em diversos países, oferecendo oportunidades de emprego para milhões de pessoas no mundo todo, sendo frequentemente uma forma primordial de emprego. Além disso, sua capacidade de inovação, que é o objeto deste estudo, permite que respondam diretamente as necessidades dos clientes de forma mais direta além da tomada de decisões (Garcia; Botura Júnior; Silva, 2023).

Por serem mais flexíveis e ágeis, essas empresas conseguem se adaptar rapidamente às mudanças nas condições de mercado, com o fim de responder diretamente às necessidades dos clientes e rapidez na tomada de decisões. Essa agilidade torna as PMEs mais resilientes perante as turbulências econômicas e permite usufruir oportunidades desenvolvidas de forma eficaz (Santos *et al.*, 2023).

E dentro desse viés de abordagem, os avanços tecnológicos oferecem às pequenas e médias empresas a oportunidade de inovar seus modelos de negócios, através de soluções, como

investimento em inteligência artificial, computação em nuvem, internet das coisas (IoT), dentre outros que poderão ser desenvolvidos os novos produtos e serviços que atendam às necessidades do mercado de forma mais eficiente e eficaz. Além disso, esses avanços melhoram os processos internos, aumentam a produtividade, reduzem custos e aceleram o tempo de lançamento no mercado (La Rovere, 2019).

As pequenas e médias empresas se destacaram no cenário econômico no ano de 2023, isto porque o Índice Omie de Desempenho Econômico das Pequenas e Médias Empresas (IODE-PMEs) divulgou que o crescimento do setor foi mais do que o dobro do Produto Interno Bruto (PIB). Enquanto o crescimento do país foi de aproximadamente 2,9%, as PMEs cresceram cerca de 7% no último ano – o índice considera a movimentação financeira real dos negócios, descontada a inflação (SEBRAE, 2024).

2.2 COMPREENDENDO AS INOVAÇÕES

Antes de apresentar alguns conceitos de inovação, é necessário compreender como esse mecanismo foi desenvolvido e as interpretações sobre sua existência. Na percepção de La Rovere (2019), o pensamento econômico debate a importância da inovação para o crescimento das empresas e o desenvolvimento das economias, sendo a essência do crescimento do capitalismo, além de ter caráter evolutivo e dinâmico em favor dos objetivos propostos.

Schumpeter (1961) identificou a inovação em dois fatores essenciais, relacionando as empresas ao capitalismo. O impacto sobre a produtividade dos fatores de produção e, a criação dos novos bens econômicos inexistentes que decorrem de rupturas dos mercados, abrindo novos potenciais de crescimento para o capital.

Em tese, Santos e Rocha (2019), descreveram que o convertimento do processo organizacional completo é de suma importância para a criação, manutenção e a propagação dos mercados, o que envolve assumir os custos e riscos proporcionais ao impacto da importância da inovação nos mercados, sendo um ato que vai além da administração, demandando da empresa a atenção aos detalhes complexos e a disposição para assumir riscos.

Nessa proposta, as inovações norteiam os aspectos modernizados, desde os avanços tecnológicos até o desenvolvimento econômico e social, sendo elas fundamentais no impulsionamento do progresso, a resolução de desafios complexos e a melhoria na qualidade de vida das pessoas, e assim, a importância de explorar o tema (La Rovere, 2019).

As inovações são primordiais para o desenvolvimento econômico, pois elas estimulam o crescimento das empresas, aumentando a produtividade e gerando novas oportunidades de emprego, sendo assim, as empresas inovadoras são mais competitivas no mercado global, conquistando novos clientes, além de expandirem suas operações, englobar questões de conhecimento e de criatividade (Santos; Rocha, 2017).

As inovações, quando elaboradas de forma estratégica e alinhadas às necessidades e segmentos de cada empresa, podem acarretar uma série de melhorias, pois assim, as inovações têm o potencial de aprimorar a qualidade de vida, proporcionando o progresso econômico e social (Santos; Rocha, 2017).

Sendo assim, a inovação das PMEs condiz com a exploração de novas ideias ou da aplicação original do conhecimento, mas elaborando as vantagens de competitividade como resposta do sucesso e da demanda no mercado, podendo ser efetivada pela empresa de forma individual ou em parceria com outras empresas. Em ressalva, a inovação não é apenas uma invenção, mas uma boa ideia que precisa ser posta em prática (La Rovere, 2019).

As PMEs estão constantemente em busca de novos métodos para alavancar a tecnologia e as inovações de acordo com as exigências do mercado, ou até mesmo para superá-las. No entanto, a inovação condiz com uma adaptação de força vital para todos os tipos de negócios. Tanto a inovação incremental quanto a radical são consideradas, buscando estimular a eficiência na utilização dos recursos, a redução de custos e a garantia de sobrevivência no mercado (Santos; Rocha, 2017). A inovação radical é um conceito referente as transformações significativas e disruptivas em produtos, serviços ou nos processos, com o potencial de transformação completamente de um setor ou mercado, sendo assim, essa forma de inovação geralmente engloba o desenvolvimento das novas tecnologias e modelos de negócios a partir de ideias que desafiam as normas existentes e abrem novas oportunidades.

Esse tipo de inovação está frequentemente associada à disrupção, que consiste na introdução de novos produtos ou serviços que alteram fundamentalmente a dinâmica de um mercado estabelecido. Essa disrupção pode resultar na obsolescência de produtos existentes, na redefinição das preferências dos consumidores e na reorganização das estruturas de mercado (Garcia; Botura Júnior; Silva, 2023). Ademais, é tipicamente acompanhada por um alto grau de risco e incerteza, pois envolve o desenvolvimento de novas tecnologias ou conceitos que ainda não foram testados no mercado, como resultado, os investimentos em inovação radical podem ser arriscados e requerem uma abordagem estratégica e cuidadosa.

Além disso, em muitos casos, essa transformação desafia os paradigmas existentes e as formas tradicionais de pensar, fato que pode envolver a ruptura de convenções estabelecidas, suposições arraigadas ou modelos de negócios obsoletos. A capacidade de questionar o *status quo* e imaginar novas possibilidades é essencial para a inovação radical (Santos; Rocha, 2017).

Uma característica distintiva dessa inovação é o seu potencial de transformação, em vez de simplesmente melhorar ou aprimorar produtos ou processos existentes. Logo, busca criar algo completamente novo e revolucionário, que pode acarretar mudanças significativas na maneira como as pessoas vivem, trabalham e se relacionam (Distrito, 2022).

Desse modo, essa transformação desafia o *status quo* e abre novas fronteiras de possibilidade, embora envolva riscos e incertezas, seu potencial para impulsionar mudanças significativas e criar valor sustentável torna-a uma força poderosa no mundo dos negócios e da tecnologia (Distrito, 2022).

Em segmento, a inovação incremental é um tipo de inovação que se concentra em fazer melhorias graduais e evolutivas em produtos, serviços ou processos existentes, em vez de introduzir mudanças radicais, seu objetivo visa aprimorar e aperfeiçoar os elementos existentes de uma maneira iterativa e contínua. A mesma enfatiza a ideia de melhoria contínua ao longo do tempo, em vez de buscar mudanças radicais de uma só vez. As empresas que adotam essa inovação procuram identificar oportunidades de melhoria em pequenas etapas, implementando melhorias graduais e acumulativas ao longo do tempo (Santos; Rocha, 2017).

Um dos atributos desse modelo inovador, é o aproveitamento do conhecimento e da experiência existentes, significa que as empresas se baseiam em melhorias dos produtos, serviços ou processos já estabelecidos, em vez de começar do zero. Ao construir sobre o que já existe, as empresas podem reduzir o risco e os custos associados à inovação (Garcia; Botura Júnior; Silva, 2023).

Em comparação com a inovação radical, a inovação incremental geralmente envolve menos risco e custo. Além disso, as mudanças são pequenas e graduais, ou seja, as empresas podem implementá-las mais facilmente e com menos interrupções em suas operações, condição que a torna uma opção atraente para empresas com recursos limitados ou que desejam minimizar os riscos associados a investimentos em inovação (Distrito, 2022).

Essa revolução é uma abordagem que valoriza a melhoria contínua e gradual de produtos, serviços ou processos existentes, ao incrementar pequenas mudanças ao longo do tempo e aproveitar o conhecimento e o *feedback* disponíveis, as empresas podem manter-se competitivas, atender às necessidades dos clientes e impulsionar o progresso de forma sustentável (Distrito, 2022).

2.3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO NA INSERÇÃO DE INOVAÇÕES

Nos tempos atuais, com a modernidade e toda a tecnologia existente, as empresas precisam se atualizar constantemente para se manterem no mercado, atenderem às exigências e, além disso, ter uma boa equipe de gestão para alcançar o sucesso almejado. Junto com as inovações, o planejamento estratégico é de suma importância para cada passo dado pelas PMEs, fornecendo uma base sólida para suas ações (Garcia; Botura Júnior; Silva, 2023).

A organização é essencial em qualquer âmbito, pois permite ter uma noção clara do que precisa ser feito e do que foi realizado. Grande parte das empresas fecham por falta de organização e planejamento. Conhecer o negócio, definir missões, estabelecer objetivos e identificar o público-alvo são todos elementos fundamentais do planejamento estratégico (Santos *et al.*, 2023).

Para se iniciar com um projeto administrativo é de suma importância o planejamento, definindo os quesitos relatados no parágrafo anterior. Mesmo depois de pôr em atividade a empresa, ou seja, depois dela estar no mercado, ainda assim é de suma importância que realize todo o planejamento estratégico, sendo uma ferramenta essencial para oferecer êxito na trajetória do sucesso (Garcia; Botura Júnior; Silva, 2023).

Quanto à conceituação do planejamento, Maximiano (2016, p. 131), afirma: “O planejamento é o processo de tomar decisões sobre o futuro. As decisões que procuram, de alguma forma, influenciar o futuro, ou que serão colocadas em prática no futuro, são decisões de planejamento.”

É necessário que se tenha conhecimento da importância dessa ferramenta que é o planejamento estratégico na inserção de inovações, para delinear os passos e o futuro das PMEs, podendo até mesmo enfrentar possíveis crises e a definir como proceder em diferentes situações, elaborando planos que permitam às empresas se manterem competitivas no mercado. As

inovações, nesse contexto, são recursos fundamentais para a sustentabilidade das PMEs, além de prepará-las para lidar com imprevistos (Santos *et al.*, 2023).

As mudanças ocorrem constantemente, levando as empresas a investir cada vez mais em inovações para se manterem no mercado. Para garantir sua sobrevivência, as empresas precisam desenvolver inovações competitivas, aprimorar a prestação de serviços e melhorar os produtos ofertados, acompanhando um ritmo cada vez mais acelerado (Santos *et al.*, 2023).

2.4 FATORES ECONÔMICOS DA INOVAÇÃO

O fator econômico é uma pauta de discussão primordial no processo de inovação, se atendo aos custos, ou seja, toda a inovação precisa de dispêndio de recursos, como o financiamento necessário para sua implementação bem-sucedida. Ademais, é necessário se ater ao risco associado à aceitação da inovação no mercado competitivo, mitigando o risco de mercado como um fator crítico do empreendimento inovador, relacionando os custos e ainda as condições dos concorrentes e os padrões tecnológicos (Garcia; Botura Júnior; Silva, 2023).

2.5 CUSTOS

Com base no que foi apresentado anteriormente, o processo de estruturação e sistematização requer gastos e investimentos, demandando disponibilidade de recursos financeiros para que as empresas possam competir em mercados onde a capacidade de inovação é essencial. Isso implica em orçamentos, garantia de crescimento e dinâmica para melhorias tanto em produtos quanto em processos (Santos *et al.*, 2023).

Nesse contexto, a inovação pode ser restrita de acordo com o porte das empresas, muitas vezes limitada a determinados nichos de mercado, como no caso, das pequenas empresas que nem sempre contam com recursos para competir por meio de estratégias inovadoras. Dada à especificidade do produto e a escala da demanda, os custos podem ser elevados, e para isso é necessário investimentos ponderados, contando com uma equipe de profissionais devidamente capacitados para todo manuseio (Garcia; Botura Júnior; Silva, 2023).

Sendo assim, os altos custos de inovação frequentemente impedem que as pequenas e algumas das médias empresas utilizem as estratégias competitivas para inovar, o que por sua vez limita sua capacidade de crescimento.

3. MÉTODO DE PESQUISA

Este estudo adotou uma metodologia de revisão de literatura, com abordagem exploratória, descritiva e qualitativa, visando proporcionar o embasamento teórico necessário à análise proposta. A pesquisa concentrou-se em trabalhos de autores nacionais que discutem a inovação em pequenas e médias empresas (PMEs) e estratégias voltadas para seu desenvolvimento contínuo, buscando identificar contribuições relevantes sobre a temática.

Conforme ressalta Fontana (2018), a pesquisa bibliográfica é fundamental em todas as etapas de um estudo acadêmico, uma vez que auxilia na definição do problema, na formulação dos objetivos e hipóteses, na fundamentação da justificativa do tema e na elaboração do relatório

final. Assim, a revisão de literatura constituiu a base metodológica que norteou o desenvolvimento desta pesquisa.

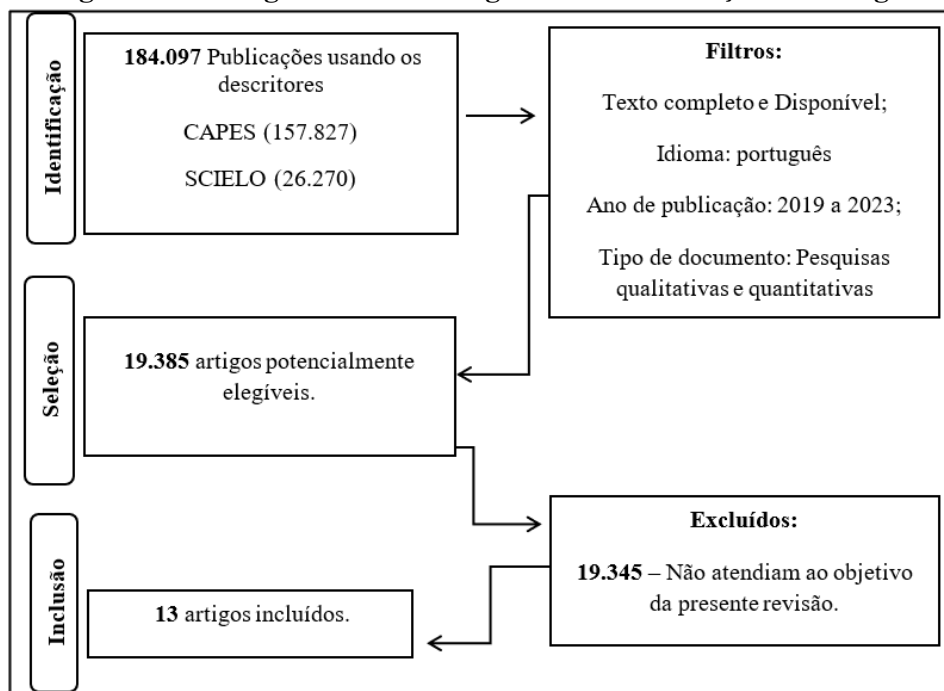
O levantamento teórico foi realizado nas bases de dados Portal de Periódicos CAPES e Scielo. Para a busca avançada, foram utilizados os descritores: "inovações", "PMEs", "estratégias", "desenvolvimento" e "sustentabilidade", delimitando-se o recorte temporal entre os anos de 2019 a 2023, com o objetivo de garantir a atualidade dos estudos selecionados. Inicialmente, foram encontradas 184.097 publicações. Após a aplicação do filtro para o idioma português, o número de resultados foi reduzido para 19.385 artigos.

Em seguida, a filtragem por área de pesquisa, visando a pertinência temática, resultou na redução para 385 artigos. A seleção final foi realizada por meio da análise criteriosa dos títulos, resumos, objetivos e conclusões, identificando aqueles que se alinhavam diretamente à problemática do presente estudo. Dessa maneira, chegou-se a um total de 13 artigos selecionados.

Para sistematizar a análise dos conteúdos, as informações extraídas dos artigos foram organizadas em tabelas elaboradas no Microsoft Word, categorizadas conforme a temática abordada (importância das PMEs, estratégias eficazes de desenvolvimento contínuo e gestão socioambiental) e o respectivo ano de publicação. Essa organização possibilitou a comparação e a identificação dos principais achados e tendências sobre o tema.

A sistemática de busca e seleção dos artigos está ilustrada na Figura 1, elaborada para demonstrar de forma clara o processo de filtragem e seleção adotado.

Figura 1 - Fluxograma da estratégia de busca e seleção dos artigos.



Fonte: dados da pesquisa.

Foram definidos rigorosos critérios de exclusão para assegurar a qualidade e relevância dos estudos analisados. Foram descartados: (i) artigos que mencionavam a palavra-chave “inovação” sem tratar diretamente da temática proposta; (ii) publicações fora do período estabelecido (anteriores a 2019); (iii) textos em idiomas estrangeiros ou com origem em outros países que não o Brasil; e (iv) documentos que não se configurassem como artigos científicos ou estudos de caso.

Para a análise da literatura, foram elaborados três quadros que organizam os estudos conforme as temáticas identificadas: a importância das PMEs na eficiência das estratégias, as estratégias eficazes para o desenvolvimento contínuo e a gestão socioambiental nas PMEs.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta seção apresenta, de forma organizada, os principais estudos selecionados sobre inovação em pequenas e médias empresas (PMEs) e as estratégias para seu desenvolvimento e permanência no mercado competitivo.

4.1 AS INOVAÇÕES EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

As decisões e competitividades implementadas pelo mercado no mundo contemporâneo vem caminhando, juntamente com a sociedade, com a finalidade de formar opiniões maduras sobre as inovações em pequenas e médias empresas brasileiras. Diante disso, para a sustentação teórica dessa pesquisa e com base na compreensão sobre o embasamento desenvolvido, serão apresentados os principais materiais que foram selecionados, corroborando com seus principais achados. Assim, O Quadro 1 expõe pesquisas nas quais os autores se dedicaram a exaltar a importância das PMEs na eficácia das estratégias para um desenvolvimento aperfeiçoado.

Quadro 1 - A importância das PMES na eficiência das estratégias

ESTUDO	ABORDAGEM TEMÁTICA
La Rovere (2019)	Com o objetivo de identificar a importância das pequenas e médias empresas (PMEs) para o crescimento econômico, vem sendo rediscutida a consolidação do paradigma techno-econômico da Era do Conhecimento. Concluindo-se que o período pós-fordista permitiu a coexistência de diferentes sistemas de produção, mantendo a grande escala em alguns setores, enquanto em outros permitindo o modelo e especialização flexível.
Rodrigues (2022)	A pesquisa analisa a influência de fontes de ganhos relacionais no nível de maturidade digital (MD) das pequenas e médias empresas (PMEs). Resultados indicam que ativos específicos do relacionamento, rotinas de compartilhamento de conhecimento e recursos/capacidades complementares ajudam as PMEs a alcançar maior maturidade digital. No entanto, governança efetiva do relacionamento pode restringir essa maturidade. PMEs com maior maturidade digital apresentam desempenho superior.
Santos <i>et al.</i> (2023)	Os autores investigam os obstáculos que o Brasil enfrenta na integração efetiva da tecnologia em sua estrutura econômica, abordando barreiras institucionais, desafios infraestruturais e questões educacionais, sendo necessário para compreender e superar esses desafios a fim de promover o crescimento econômico sustentável e a inovação tecnológica no país. Conclui-se que para impulsionar a inovação tecnológica no Brasil, é fundamental implementar políticas públicas com incentivos fiscais, melhorar a infraestrutura digital, investir em educação e formar ecossistemas inovadores, enquanto explorar modelos de cooperação internacional e considerar a interseção entre inovação e sustentabilidade para promover um desenvolvimento equitativo e sustentável.

Garcia, Botura Junior e Silva (2023)	Os autores dedicaram-se a examinar as estratégias de marketing aderidas pelas empresas de diferentes origens nos processos de negócios, aplicando as inovações prescritas no Manual de Oslo (4ª edição). Com base nisso, os autores reafirmam e exploram as inovações de marketing em uma escala global e argumenta o ponto de vista sobre as estratégias empresariais, revelando os intervalos.
Silva <i>et al.</i> (2020)	Os autores relataram uma prática extensionista cujo objetivo foi aproximar o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN) e PME, por meio da construção de uma base de conhecimento ampliada com informações sobre o perfil de gestão da inovação de PME.

Fonte: dados da pesquisa.

As pequenas e médias empresas enfrentam uma série de desafios na busca pelas estratégias de inovação em decorrência dos recursos limitados, conforme mensurado, a concorrência acirrada e as demandas operacionais, sendo que a inovação é essencial para o crescimento e a competitividade a longo prazo, sendo assim, é necessária a abordagem sobre algumas estratégias eficazes para a inovação, conforme discutido por Santos *et al.*, (2023).

A cultura organizacional que valoriza a inovação é fundamental para o sucesso das estratégias de inovação das PMEs, o que envolve encorajar a criatividade, o pensamento fora da caixa e a experimentação, além de reconhecer e recompensar ideias inovadoras. Líderes empresariais podem promover uma cultura de inovação ao dar o exemplo, fornecimento de recursos e suporte, e criar um ambiente que estimule a colaboração e o compartilhamento de ideias (La Rovere, 2019).

As PMEs podem diferenciar-se no mercado ao adotar uma abordagem centrada no cliente para a inovação, como no caso da compreensão com ênfase nas necessidades, desejos e problemas dos clientes e desenvolver soluções inovadoras que atendam a essas demandas. Ao angariar feedback dos clientes, realizar pesquisas de mercado e analisar tendências, elas podem identificar oportunidades de inovação e desenvolver produtos ou serviços que agreguem valor aos clientes (Garcia; Botura Júnior; Silva, 2023).

A adoção de tecnologias inovadoras é essencial para o sucesso das estratégias de inovação, o que pode incluir investimentos em hardware, software e infraestrutura de TI que permitam melhorar a eficiência operacional, automatizar processos e desenvolver produtos ou serviços inovadores. Além disso, as PMEs podem explorar tecnologias emergentes, como inteligência artificial, *big data*, internet das coisas (IoT) e *blockchain*, para encontrar novas oportunidades de inovação e diferenciação no mercado (Santos; Rocha, 2017).

4.2 ESTRATÉGIAS PARA DESENVOLVIMENTO E PERMANÊNCIA NO MERCADO

As estratégias para inovar nas PMEs envolvem adaptações nas organizações, como implementar uma cultura de inovação, dar mais atenção aos clientes, adquirir parcerias, investir em tecnologia e desenvolver talentos. Ao utilizar esses métodos e o engajamento com a inovação, as PMEs podem se destacar no mercado, despertando o crescimento e mantendo sua competitividade a longo prazo (Santos *et al.*, 2023). Nessa perspectiva, O Quadro 2 destaca pesquisas que analisaram as estratégias eficazes para um desenvolvimento contínuo nas PMEs.

Quadro 2 – Estratégias eficazes para um desenvolvimento contínuo

ESTUDO	ABORDAGEM TEMÁTICA
Milan e Machado (2020)	Com o objetivo de compreender os fatores internos e externos que interferem na persistência das PMEs brasileiras nas exportações, os autores realizaram uma pesquisa com método QCA com base em 14 PMEs gaúchas que exportaram ininterruptamente de 2003 a 2017. Concluindo-se que os fatores internos presentes na persistência de PMEs exportadoras provêm da combinação dos recursos humanos, dos ganhos financeiros da exportação, da existência da inovação e de competências de marketing.
Souza <i>et al.</i> (2020)	Os autores analisaram um modelo de gerenciamento de projetos adequado ao contexto de pequenas e médias empresas (PME). Os pesquisadores concluem que os modelos utilizados, são relevantes a descoberta de novas características, de processos e de benefícios, o que possibilita às PME se antecipar aos problemas, e o desenvolvimento de competências no gerenciamento de projetos e na gestão de negócios.
Lobato e Santos (2023)	Os autores identificam como a implementação da matriz 5W2H influência na qualidade dos serviços desempenhados pelo setor financeiro das PMEs. Concluindo-se que a matriz 5W2H é uma ferramenta que auxilia no plano de ação financeira, de modo que possa apresentar informações do parâmetro da qualidade que o serviço planejado possa oferecer. Desse modo, o planejamento financeiro precisa garantir a qualidade das atividades que irão ser desempenhadas para alcançar os objetivos e metas traçados no plano de ação.
Serpe e Kaniak (2021)	Os autores dedicaram-se a mapear as principais problemáticas que foram levantadas em estudos nos últimos anos. Com base nisso, os estudos avaliados versaram sobre assuntos relacionados às vantagens e necessidades de inovações em pequenos negócios, conexões para o aprendizado em inovações, e inovações como vantagens competitivas.
Fassini (2021)	O autor investigou o impacto da adoção de tecnologias da Indústria 4.0 na inovação dos modelos de negócios de PMEs, por meio de um estudo de caso múltiplo. Os resultados forneceram argumentos aos gestores sobre a importância da adoção de tecnologia e destacaram a necessidade de inovação nos modelos de negócios para a competitividade das empresas.

Fonte: dados da pesquisa.

Para tanto, como estratégia de permanência no mercado competitivo, é necessário analisar como as empresas são percebidas pela sociedade. Segundo Drachler e Oliveira (2019), a sustentabilidade e a responsabilidade social devem ser inseridas nas estratégias empresariais, uma vez que custos e riscos podem ser transformados em oportunidades por meio de investimentos em produtos e serviços sustentáveis. Alinhado a essa perspectiva, apresenta-se o Quadro 3, que reúne estudos voltados à gestão socioambiental em pequenas e médias empresas (PMEs).

Quadro 3 – Gestão Socioambiental em PMEs

ESTUDO	ABORDAGEM TEMÁTICA
Pereira <i>et al.</i> (2021)	Com o objetivo de identificar a gestão socioambiental em PMEs, foi elaborado uma pesquisa de natureza quantitativa de natureza descritiva e exploratória, onde foi possível analisar que as PMEs realizam a implementação de programas de capacitação profissional e incentivos aos colaboradores.
Paiva <i>et al.</i> (2019)	Os autores analisaram a associação entre as práticas de responsabilidade socioambiental e o desempenho econômico em PMEs brasileiras. Os pesquisadores concluem que as empresas demonstraram maior preocupação em evidenciar as práticas de responsabilidade social.
Silva (2023)	A fim de apoiar a transformação de pequenas empresas para a sustentabilidade, o autor realizou uma pesquisa-ação e investigou como implementar medidas para melhorar

	indicadores socioambientais em pequenas empresas. Isso resultou na identificação de lições valiosas de outras organizações com potencial de aplicação nas PMEs.
--	---

Fonte: dados da pesquisa.

Segundo Pereira *et al.* (2021), a gestão socioambiental é de grande importância para a sociedade, o que desafia as PMEs buscarem soluções que promovam o crescimento econômico atreladas a temática socioambiental para que possa cada vez mais fazer parte diariamente da vida dos cidadãos, e assim transcender a organização, chegando até as comunidades. Diante disso, é possível observar a visão estratégica da organização para ser vista pela sociedade de forma positiva, trazendo consigo benefícios que podem ser usufruídos pelos cidadãos, colaboradores, clientes e fornecedores.

Para Paiva *et al.* (2019), as empresas buscam modificar suas estratégias na busca pela vantagem competitiva ou até mesmo por sua sobrevivência, de acordo com os interesses dos *stakeholders*. Nessa visão, o sucesso da organização pode ser ajustado as exigências do mercado e suas tendências.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos estudos selecionados, verificou-se que a inovação é um fator central para o crescimento e a competitividade das pequenas e médias empresas brasileiras. As inovações tecnológicas, organizacionais e de marketing, associadas ao desenvolvimento de competências internas e à formação de parcerias estratégicas, são fundamentais para a adaptação das PMEs às exigências do mercado atual.

A adoção de tecnologias emergentes, a consolidação de uma cultura organizacional voltada para a inovação, a gestão de projetos, o uso de ferramentas como a matriz 5W2H e a incorporação de práticas de responsabilidade socioambiental ampliam as possibilidades de crescimento sustentável.

Apesar das limitações financeiras, da necessidade de atualização tecnológica e das pressões competitivas, as PMEs que investem em inovação e sustentabilidade conseguem superar barreiras e construir vantagens competitivas duradouras. Assim, os resultados reafirmam que a inovação e o desenvolvimento contínuo são indispensáveis para a permanência e o fortalecimento das PMEs no mercado, contribuindo para o crescimento econômico e social do país.

No entanto, esta pesquisa, por se tratar de uma revisão bibliográfica, limita-se a um conjunto específico de PMEs brasileiras, não abrangendo toda a diversidade empresarial nacional. Também foi constatada a escassez de estudos sobre inovações socioambientais, reflexo da recente valorização desse tema em função das questões ambientais contemporâneas. Para pesquisas futuras, recomenda-se a investigação das práticas de inovação socioambiental em PMEs, bem como o estudo de inovações tecnológicas emergentes, como inteligência artificial e internet das coisas, áreas que tendem a ganhar relevância nos próximos anos.

REFERÊNCIAS

- ANVISA. **Porte de empresas: esclareça todas as suas dúvidas**. 2019. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2019/porte-de-empresas-esclareca-to-das-as-suas-duvidas>. Acesso em: 23 jun. 2024.
- DANTAS, J. G., MOREIRA, A. C. O Processo de Inovação. 2011. Lisboa: LIDEL.
- DISTRITO. **Inovação incremental, radical e disruptiva e suas diferenças**. 2022. Disponível em: <https://distrito.me/blog/inovacao-disruptiva-radical-e-incremental-qual-a-diferenca/#:~:text=Diferen%C3%A7as%20entre%20inova%C3%A7%C3%A3o%20incremental%20e%20radical&text=Nesse%20sentido%2C%20a%20inova%C3%A7%C3%A3o%20incremental,o%20crescimento%20a%20longo%20prazo>. Acesso em: 12 maio 2024.
- DRACHLER, Hébert Weber; OLIVEIRA, Marco Antonio Fernandes de. **A Gestão Socioambiental Como Estratégia Empresarial: Diagnóstico Das Médias e Grandes Empresas De Santa Cruz Do Sul (Rs)**. 2019. 19 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2019. Disponível em: <https://repositorio.unisc.br/jspui/bitstream/11624/2687/1/H%c3%a9berty%20Weber%20Drachler.pdf> Acesso em: 04 jun. 2024.
- FASSINI, Raquel. **Inovação Em Modelo De Negócios Através Do Uso De Tecnologias Da Indústria 4.0 Em Pequenas e Médias Empresas**. 2021. 111 f. Dissertação (Doutorado) - Curso de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021. Disponível em: <https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/9893> Acesso em: 28 mar. 2024.
- FONTANA, Felipe. Técnicas de pesquisa. In: MAZUCATO, Thiago *et al.* **Metodologia da Pesquisa e do Trabalho Científico**. Penápolis-Sp: Funepe, 2018. Cap. 8. p. 59-77.
- GARCIA, Lucas Jorge; BOTURA JUNIOR, Galdenoro; SILVA, João Carlos Riccó Plácido da. Inovação e estratégia de marketing. **International Journal Of Innovation**, v. 11, n. 3, p. 1-25, 10 maio 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.5585/2023.23150>. Acesso em: 02 abr. 2024.
- GIANNINI, Alessandro. **Estudo analisa crescimento das empresas brasileiras de médio porte**. Revista Veja, 2022. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/ciencia/estudo-analisa-crescimento-das-empresas-brasileiras-de-medio-porte>. Acesso em: 11 mar. 2024.
- LA ROVERE, Renata Lèbre. Pequenas e médias empresas na economia do conhecimento. 2019. Artigo Acadêmico – Universidade Federal de Santa Catarina. **Revista VIA**. Santa Catarina, 2019.
- LOBATO, Eric Davi Coelho; SANTOS, Renan Baltazar dos. Planejamento Financeiro: uma proposta de implementação da matriz 5W2H como ferramenta da qualidade no setor financeiro das pequenas e médias empresas (PMEs). **Revista Foco**, v. 16, n. 6, p. 01-13, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.54751/revistafoco.v16n6-016>. Acesso em 20 maio 2024.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Fundamentos de administração**. São Paulo: Atlas, 2016.

MILAN, Edmilson; MACHADO, Marcelo. Persistência das PMEs brasileiras na exportação: uma análise dos fatores internos e externos de estímulo. **Revista Economia & Gestão**, Belo Horizonte, v. 20, n. 56, maio/ago. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.5752/P.1984-6606.2020v20n56p99-117>. Acesso em 20 maio 2024.

PAIVA, Luis Eduardo Brandão; ARAUJO, Francisca Juliana de Andrade; LUCA, Márcia Martins Mendes de; VASCONCELOS, Alessandra Carvalho de. Práticas de Responsabilidade Socioambiental e o Desempenho em Pequenas e Médias Empresas Brasileiras. **Revista Gestão e Regionalidade**, v. 35, n. 106, set./dez. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.13037/gr.vol35n106.5184>. Acesso em: 22 maio 2024.

PEREIRA, Marcelo Augusto Viana; MOREIRA, Marcia Athayde; MARTINS, Cyntia Meireles; MOURA, Bruna Vaz da Costa de. Gestão Socioambiental em Pequenas e Médias Empresas. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, São Paulo, v. 15, p. 01-18, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.24857/rgsa.v15i2.2731>. Acesso em: 21 maio 2024.

RIBAU, Cláudia Pires; MOREIRA, Antônio C.; RAPOSO, Mário. The Role of Exploitative and Exploratory Innovation in Export Performance: Na Analysis of Plastics Industry SMEs. **European Journal of International Management**. v. 13, n. 2, p. 224-246, 2019. DOI: 10.1504/EJIM.2019.098149. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/331584915_The_role_of_exploitative_and_exploratory_innovation_in_export_performance_An_analysis_of_plastics_industry_SMEs. Acesso em: 22 maio 2024.

RODRIGUES, Roberto Andrei Bastos. **A influência da colaboração interorganizacional para a estratégia e crescimento digital de pequenas e médias empresas**. 2022. 100 f. Dissertação (Mestrado) - Repositório Digital da Biblioteca da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2022. Disponível em: <https://repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/11433>. Acesso em: 02 maio 2024.

SANTOS, Felipe Freire dos; ROCHA, Livia de Carvalho; GIRALDI, Lucas Quirino; ALVES, Vanessa. **Inovação Tecnológica e Desenvolvimento Econômico: Experiências Internacionais, Desafios Brasileiros e Perspectivas Para o Futuro**. 2023. 37 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Econômicas, Universidade Anhembí Morumbi, São Paulo, 2023. Disponível em: <https://repositorio-api.animaeducacao.com.br/server/api/core/bitstreams/6bb51d2d-1e31-4520-8378-6d2093ff2f2b/content>. Acesso em: 29 dez. 2025.

SCHUMPETER, Joseph A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SCHUMPETER, Joseph A. **Capitalism, Socialism and Democracy**. Routledge, 2013.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - **Qual o papel das pequenas empresas na economia brasileira**. 2023. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/qual-o-papel-das-pequenas-empresas-na-economia-brasileira>. Acesso em: 22 abr. 2024.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - **Pequenas e médias empresas cresceram o dobro do PIB de 2023, mostra índice**. 2024. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/economia-e-politica/pequenas-e-medias-empresas-cresceram-o-dobro-do-pib-de-2023-mostra-indice/>. Acesso em: 23 jun. 2024.

SERPE, Luís Filipe; KANIAK, Vivien Mariane Massaneiro. A GESTÃO DA INOVAÇÃO EM PME'S E SUAS PERSPECTIVAS ATUAIS: UM ESTUDO DE META-SÍNTESE. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, v. 9, n. 1, p. 165–192, 2021. Disponível em: <https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/RBGI/article/view/9094>. Acesso em: 01 jun. 2024.

SERRA, Fernando Ribeiro; FERREIRA, Manuel Portugal; MORAES, Maricelia de; FIATES, Gabriela S. A Inovação Numa Empresa de Base Tecnológica: O Caso da Nexxera. **Journal of Technology Management and Innovation**, Santiago, Chile, v. 3, n. 3, p. 129–141, 2008. DOI: 10.4067/S0718-27242008000100013. Disponível em: <https://www.jotmi.org/index.php/GT/article/view/cas14>. Acesso em: 01 jun. 2024.

SILVA, F. Sustentabilidade socioambiental em pmes: pesquisa-ação em uma jornada de preparação para certificação como Empresa B. São Paulo, 2023. **Repositório FGV**. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/11da5e2d-beb5-4b2f-b380-de1753bfb40e/content>. Acesso em: 11 abr. 2024.

SILVA, Leticia Bezerra da; NASCIMENTO, Talita Primo do; BINFARÉ, Paula Wabner; DA SILVA, Helber Wagner. Articulação do setor produtivo local com a rede federal de educação: um relato de experiência com Pequenas e Médias Empresas do Rio Grande do Norte. **Revista Brasileira de Extensão Universitária**, Brasil, v. 11, n. 2, p. 145–151, 2020. DOI: 10.36661/2358-0399.2020v11i2.10901. Disponível em: <https://periodicos.uffs.edu.br/index.php/RBEU/article/view/10901>. Acesso em: 29 dez. 2025.

DE SOUZA, Rodrigo Menezes; DOS SANTOS, Taina Alves; MACCARI, Emerson Antonio; MAZIERI, Marcos Rogerio. Proposição de um modelo de gerenciamento de projetos para pequenas e médias empresas (PME). **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 9, n. 3, p. 384-407, maio/ago. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.14211/regepe.v9i3.1475>. Acesso em: 20 maio 2024.

ZIMMERMANN, Ricardo; FERREIRA, Luís Miguel D.F.; MOREIRA, Antônio Carrizo. How Supply Chain Strategies Moderate the Relationship between Innovation Capabilities and Business Performance. 2020 **Journal of purchasing and supply management**, v. 26, n. 5, p.

100658. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2020.100658>. Acesso em: 25 maio 2024.

SOBRE OS AUTORES

Yeda Trigueiro

Graduada em Administração pela Faculdade Sul-Americana (FASAM).

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6093425701674268>

Contato: yedatrigueiro.yt@gmail.com

Maíra Jessika Fernandes Silva

Mestre em Administração pela (UFG). Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Docente do curso de Ciências Contábeis na Universidade Estadual de Goiás (UEG). Docente do curso de Ciências Contábeis e Administração no Centro Universitário Unifasam (UNIFASAM).

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3234623116261521>

Contato: maira.ufg@gmail.com

Paulo Alexandre Oliveira de Faria

Mestrando em Contabilidade Financeira pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Graduado em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Docente de Ciências Contábeis do Instituto Acadêmico de Ciências Sociais Aplicadas (IACSA) da Universidade Estadual de Goiás (UEG).

Lattes: <https://lattes.cnpq.br/0299566385427785>

Contato: paulo.faria@ueg.br

Vera Lúcia Francisco

Mestre em Desenvolvimento e Planejamento Territorial pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC). Pós-graduada em Gerenciamento de Micro e Pequenas Empresas pela Universidade Federal de Lavras (UFLA). Graduada em Administração pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC). Professora efetiva da Universidade Estadual de Goiás (UEG).

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6564287994146876>

Contato: vera.dias@ueg.br

Como citar este artigo

TRIGUEIRO, Yeda; SILVA, Máira Jessika Fernandes; DE FARIA, Paulo Alexandre Oliveira; FRANCISCO, Vera Lúcia. Inovações em Pequenas e Médias Empresas (PMES) Brasileiras: Estratégias Eficazes Para um Desenvolvimento Contínuo. **Revista de Administração da Universidade Estadual de Goiás (RAUEG)**. Anápolis, v.17 , n. Fluxo Cont., p. 1-18, Dez 2025. Disponível em: link do artigo. Acesso em: dd mês ano (Ex.: 10 set. 2025).

Recebido em: 27/04/2025

Aprovado em: 16/12/2025

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

Editor Científico: Dr. Marco Aurélio Pedrosa de Melo