



FACULDADE METROPOLITANA DO ESTADO DE SÃO PAULO

GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Empreendedorismo e Inovação como Estratégias de Competitividade no Ambiente Empresarial Contemporâneo

Ana Beatriz
Isabelle Clemente

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar o papel do empreendedorismo e da inovação como elementos estratégicos para o fortalecimento da competitividade empresarial. Diante das rápidas mudanças tecnológicas e sociais, busca-se compreender de que forma essas práticas influenciam o crescimento e a sustentabilidade dos negócios em um mercado cada vez mais globalizado e dinâmico. A pesquisa adota uma metodologia qualitativa, com base em revisão bibliográfica, explorando conceitos fundamentais, experiências aplicadas e estudos atuais relacionados ao tema.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Inovação, Competitividade, Sustentabilidade.

ABSTRACT

This article aims to analyze the role of entrepreneurship and innovation as strategic elements for strengthening business competitiveness. In the face of rapid technological and social changes, it seeks to understand how these practices influence the growth and sustainability of businesses in an increasingly globalized and dynamic market. The research adopts a qualitative methodology, based on a literature review, exploring fundamental concepts, applied experiences and current studies related to the theme.

Keywords: Entrepreneurship, Innovation, Competitiveness, Sustainability.

INTRODUÇÃO

O ambiente empresarial contemporâneo passa por transformações constantes, impulsionado principalmente pelos avanços tecnológicos, pela digitalização dos processos e pela intensificação da competitividade entre as organizações. Neste cenário dinâmico, as empresas enfrentam desafios como a rápida evolução do mercado, a necessidade de adaptação a novos modelos econômicos e a busca por soluções que atendam às demandas de um público cada vez mais exigente e conectado.

Diante dessas mudanças, o empreendedorismo e a inovação se destacam como elementos fundamentais para a sustentabilidade e o crescimento dos negócios. Além de serem ferramentas para enfrentar os desafios do mercado, essas práticas também contribuem diretamente para que as empresas se mantenham competitivas e preparadas para lidar com as transformações que surgem de forma cada vez mais acelerada.

O conceito de empreendedorismo, nas últimas décadas, deixou de ser associado apenas à criação de novos negócios. Hoje, ele é visto como a capacidade de identificar oportunidades, desenvolver soluções, gerar valor e promover mudanças que impactam não só o aspecto econômico, mas também o social e, em muitos casos, o ambiental. O empreendedor passou a ser compreendido como alguém capaz de provocar transformações, seja no mercado, na comunidade ou na própria cultura organizacional.

Da mesma forma, a inovação se consolidou como um recurso estratégico indispensável. É por meio dela que as empresas conseguem se reinventar, aprimorar seus produtos, serviços, processos e até seus modelos de negócios. No cenário atual, inovar não é mais uma escolha, mas sim uma necessidade. As empresas que não acompanham essas mudanças acabam perdendo espaço no mercado e, muitas vezes, comprometendo sua própria continuidade.

Por isso, é cada vez mais evidente que a combinação entre empreendedorismo e inovação se tornou essencial para qualquer organização que deseja se manter relevante e competitiva. Essa integração permite que negócios de todos os tamanhos – especialmente os de pequeno e médio porte – consigam não apenas sobreviver, mas também crescer, se adaptar e prosperar em um ambiente de constantes mudanças e exigências.

Este artigo tem como objetivo analisar a relação entre empreendedorismo e inovação, buscando compreender como essas práticas, quando aplicadas de forma conjunta, contribuem para o fortalecimento da competitividade empresarial. A partir dessa análise, espera-se apresentar reflexões sobre como as empresas podem utilizar esses conceitos como estratégias para alcançar crescimento sustentável, diferenciação no mercado e melhores resultados.

A estrutura do trabalho está organizada em cinco seções: introdução, que apresenta o tema, os objetivos e a importância do estudo; referencial teórico, que discute os principais conceitos que embasam a pesquisa; metodologia, que descreve os procedimentos adotados; análise e discussão dos dados, baseada em informações e exemplos práticos; e, por fim, as considerações finais, que reúnem os principais resultados e conclusões obtidos a partir da pesquisa.

REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Empreendedorismo no Contexto Empresarial Contemporâneo

O empreendedorismo tem se consolidado como um dos principais vetores do desenvolvimento econômico e da transformação social no cenário atual. Ele ultrapassa a simples abertura de novos negócios, abrangendo também a capacidade de inovar, assumir riscos e gerar soluções criativas diante das mudanças constantes do mercado (DORNELAS, 2018).

De acordo com Drucker (1987), o empreendedor é aquele que “busca a mudança, responde a ela e a explora como uma oportunidade” (p.30). Essa visão destaca a importância do comportamento proativo na identificação de possibilidades e na transformação de ideias em resultados concretos, mesmo diante da instabilidade.

Além disso, Chiavenato (2014) ressalta que o empreendedorismo pode se manifestar tanto fora quanto dentro das organizações, o chamado intraempreendedorismo. Neste caso, são os próprios colaboradores que adotam posturas empreendedoras ao propor melhorias, desenvolver novos produtos ou otimizar processos internos.

No ambiente empresarial contemporâneo – globalizado, competitivo e tecnológico – espera-se que os empreendedores estejam aptos a lidar com mudanças rápidas, exigindo adaptabilidade, criatividade e visão estratégica. Como observa Fillion (1999), os empreendedores são visionários que criam valor ao mobilizar recursos de forma inovadora para alcançar objetivos específicos.

O empreendedor atual precisa ser flexível, saber lidar com a incerteza, pensar de forma criativa e ter iniciativa para aproveitar as oportunidades que surgem. Ele deve ser capaz de enxergar além do óbvio, assumir riscos calculados e transformar ideias em resultados, mesmo diante de um ambiente cada vez mais instável e competitivo. (DORNELAS, 2018, p.42).

Dessa forma, o empreendedorismo é cada vez mais reconhecido como uma competência essencial para a sobrevivência e o crescimento das organizações. O estímulo à mentalidade empreendedora dentro das empresas contribui significativamente para o seu posicionamento competitivo e sustentável no mercado.

2.2. Inovação como Fator Estratégico de Competitividade

No ambiente empresarial contemporâneo, a inovação é amplamente reconhecida como um elemento estratégico central para a construção de vantagem competitiva. Em mercados altamente dinâmicos, globalizados e tecnológicos, a capacidade de inovar tornou-se determinante para a diferenciação, adaptação e sustentabilidade das empresas (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008).

Schumpeter (1942) foi um dos primeiros teóricos a associar inovação ao crescimento econômico, introduzindo o conceito de “destruição criativa”, segundo o qual inovações substituem tecnologias e modelos obsoletos, abrindo espaço para novas oportunidades de mercado. Esse processo torna a inovação não apenas um diferencial, mas uma exigência para a sobrevivência empresarial.

Segundo Porter (1999), empresas inovadoras são capazes de criar valor superior ao cliente, ampliando seu posicionamento competitivo dificultando a imitação por parte de concorrentes. A inovação, nesse sentido, deixa de ser uma prática pontual e passa integrar o planejamento estratégico das organizações, sendo articulada com objetivos de longo prazo.

Christensen (1997) distingue dois tipos principais de inovação: a inovação incremental, voltada à melhoria contínua de produtos, serviços e processos existentes; e a inovação disruptiva, que rompe com padrões estabelecidos e cria novas categorias de mercado.

A inovação deve ser entendida como um processo sistêmico que conecta conhecimento, criatividade e estratégia organizacional. Quando bem aplicada, ela se torna o principal motor para que empresas se destaquem e sustentem sua posição diante de transformações constantes. (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008, p. 52).

Dessa forma, a inovação extrapola o campo tecnológico e passa a ser compreendida como uma competência organizacional, associada à cultura interna, ao perfil de liderança, à gestão do conhecimento e à capacidade de execução. Empresas que estruturam seus modelos de negócio com base na inovação tendem a obter melhores resultados, maior fidelização de clientes e maior capacidade de adaptação frente às mudanças do mercado (DRUCKER, 1987).

Portanto, a inovação, quando estrategicamente orientada, se consolida como um dos principais fatores de vantagem competitiva sustentável, sendo indispensável no cenário de competição global e avanço tecnológico acelerado.

2.3. A relação entre Empreendedorismo, Inovação e Competitividade

A combinação entre espírito empreendedor e práticas inovadoras representa uma alavanca essencial para o fortalecimento do desempenho organizacional. Em um cenário de rápidas transformações, essas abordagens, quando integradas, ampliam a habilidade das empresas de se reinventarem, responderem a demandas emergentes e se destacarem frente à concorrência.

Dornelas (2018) destaca que o empreendedorismo atua como facilitador da inovação, promovendo a identificação de oportunidades, a geração de soluções criativas e a adoção de modelos de negócio diferenciados. Em contrapartida, o processo inovador alimenta a ação empreendedora ao oferecer meios, tecnologias e metodologias que viabilizam novas iniciativas.

Schumpeter (1942) já evidenciava essa conexão ao reconhecer o empreendedor como o principal agente de ruptura, responsável por inaugurar novas configurações econômicas e transformar setores estagnados por meio da introdução de novidades.

A essência do processo de desenvolvimento capitalista está na introdução de inovações por empreendedores que transformam setores, criam novas demandas e redefinem padrões de concorrência. Esses agentes são os responsáveis por romper com o equilíbrio e inaugurar ciclos de crescimento baseados em novas combinações produtivas (SCHUMPETER, 1942, p. 106).

Porter (1999) complementa que a vantagem competitiva não decorre apenas da redução de custos ou eficiência operacional, mas sobretudo da habilidade de se adaptar continuamente, o que exige uma postura proativa, criativa e aberta ao novo.

Na mesma linha, Tidd, Bessant e Pavitt (2008) ressaltam que a ausência de inovação torna o empreendedorismo ineficaz, ao passo que práticas empreendedoras sem respaldo inovador se mostram limitadas. A união dessas forças resulta em organizações mais preparadas, versáteis e aptas a explorar novas oportunidades.

Conclui-se que a sinergia entre inovação e empreendedorismo constitui um eixo estratégico para o posicionamento competitivo das empresas. Ao incorporarem essas práticas de forma integrada, as organizações elevam sua capacidade de adaptação, renovação e crescimento em contextos marcados pela volatilidade e pela complexidade dos mercados.

2.4. Sustentabilidade e Competitividade no Mercado Globalizado

Em um contexto econômico globalizado, a sustentabilidade deixou de ser apenas um diferencial reputacional para se tornar uma exigência estratégica. A pressão por práticas responsáveis, aliada à crescente consciência socioambiental, transformou os critérios de competitividade, incorporando aspectos ambientais, sociais e de governança (ESG) às decisões empresariais.

Segundo Barbieri (2011), organizações sustentáveis não apenas cumprem obrigações legais e ambientais, mas desenvolvem soluções que conciliam desempenho econômico com responsabilidade social e preservação dos recursos naturais. Esse novo padrão de gestão amplia o escopo da competitividade,

valorizando empresas que demonstram capacidade de inovar com consciência e de operar com propósito.

No cenário global, consumidores, investidores e parceiros têm priorizado empresas alinhadas com os princípios da sustentabilidade. Essa mudança no comportamento do mercado exige uma revisão profunda das estratégias corporativas, que passam a integrar indicadores socioambientais como critérios fundamentais para geração de valor a longo prazo.

Ser competitivo neste novo ambiente de negócios implica repensar processos, produtos e relações com os stakeholders, incorporando dimensões éticas e sustentáveis ao modelo empresarial. A sustentabilidade torna-se, assim, uma das principais alavancas para a construção de uma vantagem duradoura (ELKINGTON, 2012, p. 94).

Além disso, a Agenda 2030 da ONU e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) reforçam a urgência de práticas corporativas comprometidas com impactos positivos. Empresas que aderem a esses princípios tendem a se posicionar melhor internacionalmente, atraindo investimentos, fortalecendo sua imagem institucional e garantindo maior resiliência frente a crises econômicas e ambientais (SEM; SILVA, 2020).

Portanto, no mercado globalizado, a competitividade passa a depender também da capacidade de gerar valor compartilhado, com modelos de negócio que promovam não apenas lucros, mas também benefícios sociais e ambientais concretos.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS OU MÉTODO

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa de natureza qualitativa, com enfoque exploratório e descritivo, tendo como principal técnica a revisão bibliográfica. O objetivo foi reunir, analisar e interpretar contribuições teóricas sobre os conceitos de empreendedorismo, inovação e competitividade no ambiente empresarial contemporâneo, visando compreender suas inter-relações e impactos na sustentabilidade organizacional.

A pesquisa foi realizada com base em fontes secundárias, compostas por livros, artigos científicos, dissertações, teses e documentos institucionais publicados nos últimos quinze anos, priorizando autores consagrados e publicações indexadas em bases acadêmicas, como Scielo, Google Scholar e periódicos da Capes.

Os critérios de seleção dos materiais incluíram: relevância para o tema, atualidade das discussões, coerência com os objetivos do estudo e consistência teórica. Foram excluídas obras opinativas ou não respaldadas por rigor acadêmico.

O processo metodológico compreendeu as seguintes etapas:

- Levantamento e triagem de materiais teóricos;
- Leitura exploratória e seletiva das fontes;
- Fichamento dos principais conceitos, definições e relações entre os temas;
- Análise e interpretação crítica do conteúdo selecionado;
- Estruturação do referencial teórico com base na convergência dos autores e tendências observadas.

Por tratar-se de um estudo de base teórica, não foi realizada coleta de dados primários, como entrevistas ou questionários. A opção metodológica adotada, fundamentada em revisão bibliográfica, permite replicação do estudo por outros pesquisadores interessados na análise das mesmas variáveis sob diferentes contextos ou enfoques temáticos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

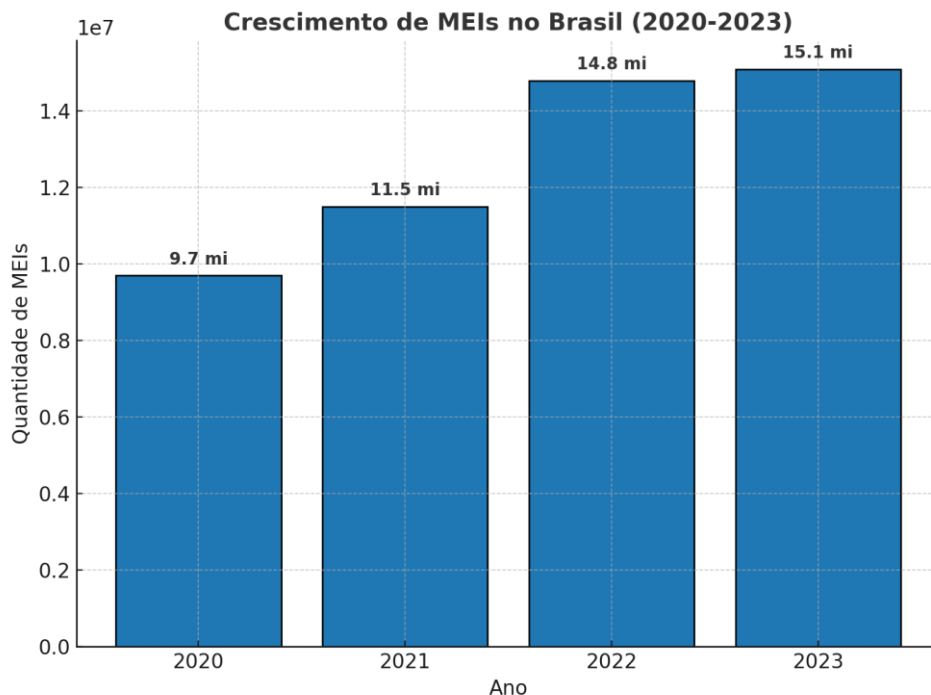
À luz do referencial teórico abordado, constata que o empreendedorismo e a inovação são elementos indispensáveis para que as organizações se destaquem em um ambiente empresarial marcado por rápidas transformações e alta competitividade. Empreender, na atualidade, vai além da simples criação de novos negócios, constituindo-se como uma postura estratégica voltada à identificação de oportunidades, geração de valor e promoção da melhoria contínua.

Nesse cenário, a inovação se consolida como ferramenta essencial para que as empresas não apenas acompanhem as mudanças, mas também se antecipem a elas. Trata-se de um fator determinante na construção de diferenciais competitivos sustentáveis, viabilizando a evolução de processos, produtos, serviços e modelos de negócio.

A sinergia entre empreendedorismo e inovação favorece o desenvolvimento de organizações mais resilientes, dinâmicas e adaptáveis aos desafios do mercado contemporâneo. Esse alinhamento estratégico impulsiona não apenas o crescimento sustentável, mas também contribui para a consolidação da competitividade no longo prazo.

O gráfico 1 apresenta o crescimento do número de Microempreendedores Individuais (MEIs) no Brasil entre os anos de 2020 e 2023. Nesse período, o total de MEIs passou de 9,7 milhões em 2020 para 15,1 milhões em 2023, representando um aumento superior a 55%. Essa tendência evidencia que o empreendedorismo tem se consolidado como alternativa econômica relevante frente à instabilidade do mercado formal de trabalho, especialmente em contextos de crise e transição econômica.

Gráfico 1 – Crescimento de MEIs no Brasil (2020-2023).

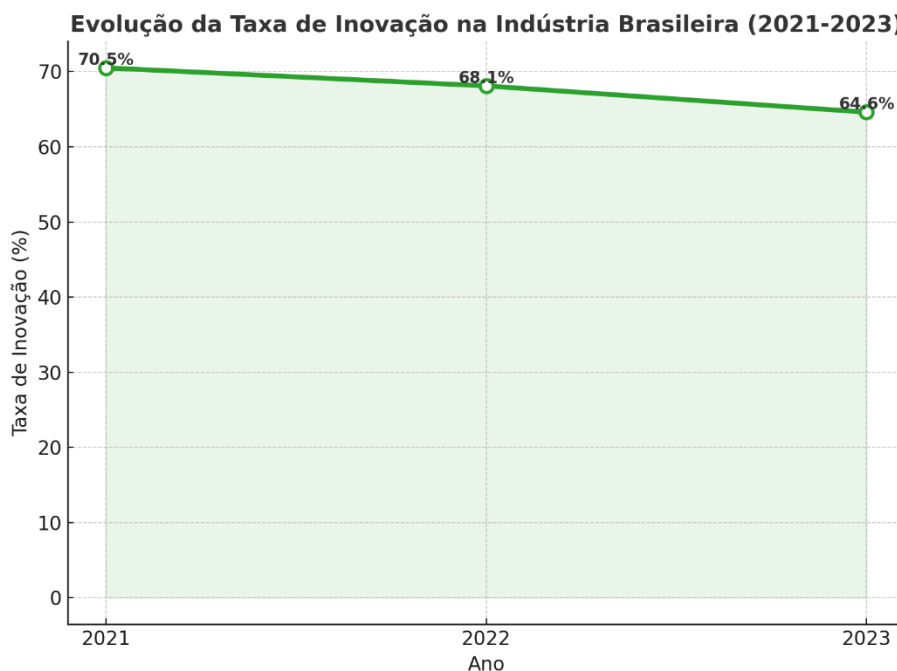


Fonte: Sebrae, 2023 e IBGE, 2024.

O gráfico a seguir demonstra a evolução da taxa de inovação na indústria brasileira entre os anos de 2021 e 2023. Nota-se uma leve tendência de queda, passando de 70,5% em 2021 para 64,6% em 2023, o que pode sinalizar um recuo

estratégico diante de cenários econômicos adversos ou a necessidade de políticas públicas mais eficazes de incentivo à inovação.

Gráfico 2 – Evolução da Taxa de Inovação na Indústria Brasileira (2021-2023).



Fonte: IBGE – PINTEC Semestral, 2023.

A Tabela 1 apresenta os investimentos realizados em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) pela indústria brasileira nos anos de 2022 e 2023. Observa-se um crescimento no montante investido, passando de R\$ 36,8 bilhões em 2022 para R\$ 38,3 bilhões em 2023. Esse aumento, ainda que moderado, demonstra a importância contínua da inovação no setor industrial como fator estratégico para a competitividade, indicando que, mesmo em contextos de incerteza econômica, as empresas mantêm o compromisso com o desenvolvimento tecnológico.

Tabela 1 – Investimentos em P&D na Indústria (2022-2023).

Ano	Montante em P&D (R\$ bilhões)
2022	36,8
2023	38,3

Fonte: IBGE – PINTEC Semestral, 2023.

A Tabela 2 apresenta o percentual de empresas brasileiras que realizaram inovações em produtos, processos e práticas organizacionais, segmentadas por porte. Observa-se que quanto maior o porte da empresa, maior a probabilidade de implementação de práticas inovadoras. As grandes empresas lideram todos os indicadores: 61,7% inovam em produtos, 58,2% em processos e 66,8% em organização. Por outro lado, as micro e pequenas empresas apresentam percentuais bem inferiores, o que indica desigualdade de acesso a recursos, tecnologias e qualificação profissional. Esses dados reforçam a necessidade de políticas de incentivo à inovação entre os pequenos negócios, ampliando a competitividade em todo o ecossistema empresarial.

Tabela 2 – Inovação por porte de empresa no Brasil.

Porte da Empresa	Inovação de Produto (%)	Inovação de Processo (%)	Inovação Organizacional (%)
Microempresa	12.4	8.1	15.2
Pequena empresa	21.6	16.5	25.7
Média empresa	34.9	29.3	38.4
Grande empresa	61.7	58.2	66.8

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2024), com base em dados da PINTEC/IBGE

A Tabela 3 apresenta os setores mais inovadores do Brasil em 2023, com base na taxa de inovação registrada pelas empresas. Os dados indicam que os setores de produtos químicos (88,7%), máquinas e equipamentos (88,0%) e eletrônicos e ópticos (85,3%) se destacam pela elevada adoção de práticas inovadoras. Essa concentração sugere que segmentos ligados à indústria de transformação mantêm forte compromisso com pesquisa, desenvolvimento e modernização tecnológica, sendo protagonistas no cenário da inovação nacional.

Tabela 3 – Setores mais inovadores no Brasil em 2023.

Setor	Taxa de Inovação (%)
Produtos químicos	88,7%
Máquinas e equipamentos	88,0%
Eletrônicos e ópticos	85,3%

Fonte: IBGE – PINTEC Semestral, 2023.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo evidenciou que o empreendedorismo, aliado à inovação, configura-se como um dos principais motores para o fortalecimento da competitividade empresarial em um mercado dinâmico e globalizado. A análise dos dados demonstrou que, mesmo diante de desafios econômicos e instabilidades no mercado de trabalho, o número de Microempreendedores Individuais (MEIs) tem crescido de forma expressiva no Brasil, revelando o empreendedorismo como uma alternativa viável e estratégica para geração de renda.

Os gráficos e tabelas apresentados reforçam a relevância da inovação como diferencial competitivo. Setores como produtos químicos, máquinas e equipamentos, e eletrônicos e ópticos, com altas taxas de inovação, mostram que o investimento em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) permanece sendo uma prioridade em segmentos industriais mais dinâmicos. Apesar de uma leve queda na taxa geral de inovação entre 2021 e 2023, os dados indicam que ainda há um compromisso substancial com a modernização e o desenvolvimento tecnológico, como evidenciado pelo aumento dos investimentos em P&D.

Além disso, a sustentabilidade desponta como elemento essencial na construção de uma competitividade duradoura. Empresas que integram práticas sustentáveis aos seus processos demonstram maior capacidade de adaptação, perenidade e valorização no mercado.

Portanto, conclui-se que o fortalecimento da competitividade empresarial no Brasil depende diretamente da capacidade das organizações de inovar continuamente, empreender com visão estratégica e adotar práticas sustentáveis, criando valor tanto para o negócio quanto para a sociedade. A articulação desses fatores torna-se fundamental para o posicionamento das empresas em um cenário cada vez mais exigente e interconectado.

REFERÊNCIAS

Livro

BARBIERI, J. C. Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor nas organizações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

CHRISTENSEN, C. M. O dilema da inovação: quando as novas tecnologias levam empresas ao fracasso. São Paulo: Makron Books, 1997.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.

DUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

ELKINGTON, J. Sustentabilidade: canibais com garfo e faca. São Paulo: M. Books, 2012.

PORTER, M. E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SCHUMPETER, J. A. Capitalismo, socialismo e democracia. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1942.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. Gestão da inovação. 3. ed. Porto Alegre: BOOKMAN, 2008.

Artigo em periódico científico (até três autores)

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

SEN, A.; SILVA, T.R. Sustentabilidade e estratégia empresarial: uma abordagem baseada nos ODS. Revista Gestão Sustentável, v. 7, n. 2, p. 85-101, 2020.

Autoria institucional

IBGE. Cadastro Central de Empresas (CEMPRE). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 14 maio 2025.

IBGE. Pesquisa de Inovação Semestral – PINTEC. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 14 maio 2025.

SEBRAE. Dados sobre formalização de Microempreendedores Individuais no Brasil. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 14 maio 2025.

SEBRAE. Inovação nas empresas brasileiras: análise por porte e setor. Brasília: SEBRAE, 2024. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos>. Acesso em: 14 maio 2025.

SEBRAE. Sustentabilidade nas empresas: como tornar seu negócio mais competitivo. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 14 maio 2025.

Meios Eletrônicos

IBGE. Cadastro Central de Empresas (CEMPRE). Instituto de Geografia e Estatística, 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 14 maio 2025.

IBGE. Pesquisa de Inovação Semestral – PINTEC. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 14 maio 2025.

SEBRAE. Dados sobre formalização de Microempreendedores Individuais no Brasil. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 14 maio 2025.

SEBRAE. Inovação nas empresas brasileiras: análise por porte e setor. Brasília: SEBRAE, 2024. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos>. Acesso em: 14 maio 2025.

SEBRAE. Sustentabilidade nas empresas: como tornar seu negócio mais competitivo. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 14 maio 2025.