

A INFLUÊNCIA DA TEORIA DA INOVAÇÃO NO PROGRESSO DOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS

Maylla Wegrzinovski Pickssius¹
Renato da Costa dos Santos ²

RESUMO

O artigo destaca a importância dos MEIs para o crescimento econômico do Brasil. Eles representam 57% dos CNPJs do país, com mais de 10 milhões de registros, e contribuem significativamente para o PIB e o emprego. A capacidade de inovar é essencial para o sucesso dos MEIs, que enfrentam desafios ao longo de sua jornada empreendedora. A inovação permite que as empresas se adaptem às mudanças do mercado e adotem estratégias inovadoras. O objetivo da pesquisa é compreender como a teoria da inovação influencia o desempenho dos MEIs, considerando outros fatores determinantes de sucesso. A inovação é crucial porque o mercado está em constante mudança, com consumidores mais exigentes e concorrência global acirrada devido ao avanço tecnológico e às redes sociais. A inovação pode ser disruptiva, rompendo com os padrões estabelecidos e tornando produtos e serviços acessíveis a uma parcela da população com poder aquisitivo limitado. O MEI oferece formalização aos trabalhadores informais, com benefícios fiscais e previdenciários, simplificando suas obrigações empresariais. Isso inclui acesso a microcrédito, conta corrente, comprovação de renda, emissão de notas fiscais e direitos previdenciários. O estudo desses fatores determinantes e a compreensão da influência da teoria da inovação podem ajudar os MEIs a prosperarem em seus negócios, impulsionando o desenvolvimento econômico do país. A inovação é fundamental para a sobrevivência e o crescimento das empresas em um ambiente empresarial em constante evolução.

Palavras-Chave: Inovação, Estratégia. Microempreendedor Individual.

ABSTRACT

The article highlights the importance of MEIs for Brazil's economic growth. They represent 57% of the country's CNPJs, with more than 10 million registrations, and contribute significantly to GDP and employment. The ability to innovate is essential for the success of MEIs, who face challenges along their entrepreneurial journey. Innovation allows companies to adapt to changes in the market and adopt innovative strategies. The objective of the research is to understand how the theory of innovation influences the performance of MEIs, considering other determinants of success. Innovation is crucial because the market is constantly changing, with more demanding consumers and fierce global competition due to technological advancement and social networks. Innovation can be disruptive, breaking with

¹Mestranda no Programa de Mestrado Profissional em Administração -PMPA, UNC Mafrá, SC, Brasil. maylla.pickssius@aluno.unc.br.

² Professor do Programa de Mestrado Profissional em Administração. Universidade do Contestado (UNC). E-mail: renato.santos@professor.unc.br. Doutor em Administração pela PUCPR.

established standards and making products and services accessible to a portion of the population. population with limited purchasing power. MEI offers formalization to informal workers, with tax and social security benefits, simplifying their business obligations. This includes access to microcredit, current account, proof of income, issuing invoices and social security rights. Studying these determining factors and understanding the influence of innovation theory can help MEIs prosper in their businesses, boosting the economic development of country. Innovation is fundamental for the survival and growth of companies in a constantly evolving business environment.

Keywords:Innovation, Strategy. Individual Microentrepreneur.

1. INTRODUÇÃO

Atualmente, segundo o Mapa de empresas do Governo Federal, existem 10.927.708 MEIs registrados no Brasil, ou seja, 57% dos CNPJs do País são MEIs, sendo que desses, 270 mil tiveram sua abertura em 2022. Zafar & Mustafa (2017) acrescentam que, em média, nas economias desenvolvidas (países de alta renda), no geral, as PMEs contribuem com 55% e 65% para o Produto Interno Bruto (PIB) e emprego, respectivamente. Nos países em desenvolvimento (países de renda média), as PME contribuem em média com 70% do PIB e 95% do emprego total. Da mesma forma, nas economias de baixa renda, eles contribuem com 60% para o PIB e 70% para o emprego total. Portanto é possível concluir a importância dos MEI'S para o crescimento econômico e desenvolvimento de qualquer nação.

Empreender é e sempre será um desafio independente do ramo ou da região, assim como descreve Dolabela (2012) o empreendedor deve aprender a pensar e agir por conta própria, com criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato também em prazer e emoção. Existem vários fatores determinantes em relação ao sucesso e ao insucesso de uma organização, pois após a formalização em um enquadramento empresarial, outros desafios podem surgir, assim como inovações no ambiente em que o empresário está inserido, e também podem ocorrer situações em que o empreendedor precisa adaptar as suas estratégias de acordo com as mudanças do mercado.

Existem vários fatores determinantes em relação ao sucesso e ao insucesso de uma organização, e um deles é a capacidade de inovar assim como conceitua Joseph Schumpeter conhecido como o pai da inovação, o termo não se reduz pura e simplesmente àquilo que é novo ou a alguma novidade vendável. Muito mais do que isto, a "inovação" é o principal mecanismo pelo qual o capitalismo se desenvolve. Nesse contexto, o problema a ser

investigado é: Como a teoria da inovação pode influenciar no bom desempenho dos MEI'S em relação aos demais fatores determinantes de sucesso? Obtendo-se conseqüentemente o objetivo geral desta pesquisa que é compreender os fatores que podem intervir no avanço do MEI por uma ótica da teoria da inovação.

Delineamos assim por consequência os objetivos específicos, sendo eles: Realizar uma revisão bibliográfica da literatura para identificar os principais estudos e teorias relacionados ao tema da pesquisa, incluindo teoria da inovação, micro empreendedorismo individual e fatores determinantes do crescimento dos negócios. Analisar a influência de fatores determinantes no crescimento dos MEIs. Identificar como a teoria da inovação influencia em relação aos fatores determinantes.

Existem muitos Microempreendedores individuais que iniciam seus projetos e em pouco tempo conseguem o crescimento desejado, porém também existem muitos que permanecem anos no mesmo enquadramento empresarial e acabam não desenvolvendo o seu negócio ou com o tempo infelizmente acabam encerrando suas atividades.

Analisando os fatores determinantes e identificando as estratégias mais eficazes segundo a ótica da teoria da inovação, será possível auxiliar muitos empreendedores a prosperarem cada vez mais em seus negócios, tendo em vista de que não há dúvidas da grande colaboração que o MEI proporciona para a economia do País, portanto quanto mais prosperarem, melhor para o desenvolvimento da nossa economia.

1.1 Inovação

Ao longo dos anos as empresas passam cada vez mais pelo desafio de se reinventar, assim como uma necessidade constante de inovação e adaptação no mercado que muda rapidamente e incessantemente. Madrid-Guijarro, et al (2009), discorre sobre a diminuição dos ciclos do produto, as rápidas mudanças nas demandas de consumo, assim como o aumento da capacidade tecnológica das empresas que potencializa cada vez mais a busca constante da inovação como forma de alavancar seu crescimento econômico e, conseqüentemente, afetar o mercado local no qual está inserido.

Quando se analisa alguns anos atrás, é possível perceber a diferença entre a prestação de serviços e a entrega de produtos com os dias atuais. Antigamente, as organizações podiam se estabelecer em mercados estáveis, oferecendo produtos ou serviços sem grandes mudanças por longos períodos de tempo. No entanto, isso já não é mais possível, tendo em vista que o comportamento do consumidor se tornou imediatista e cada vez mais personalizado. Cabe à

empresa nesta situação saber inovar, termo o qual Joseph Schumpeter (1982) descreve como a inovação, aquilo que destrói constantemente os antigos produtos e processos, criando assim uma economia em constante renovação.

Essa concorrência global passou a crescer cada vez mais com o desenvolvimento da tecnologia, pois com o aumento da utilização das redes sociais, o consumidor passa a ter um novo mundo e novas formas de demonstrar seus desejos. De acordo com Ferrell e Hartline (2016), "Com o crescimento contínuo da internet, as empresas estão vasculhando sites sociais, como Facebook, Twitter e MySpace, para obter informações de conteúdo cultural dos consumidores, utilizando as redes sociais onde os consumidores passam a mostrar seus desejos e necessidades" (página 135).

Em resumo, ao longo dos anos, as empresas têm enfrentado a necessidade crescente de se inovar devido à intensificação da concorrência, ao avanço tecnológico acelerado e às mudanças nas expectativas dos consumidores. A inovação se tornou uma condição indispensável para a sobrevivência, o crescimento e a diferenciação em um ambiente empresarial em constante evolução. Aquelas empresas que compreendem essa realidade e adotam a inovação como um pilar fundamental de sua cultura têm maiores chances de alcançar o sucesso ao longo do tempo.

Conforme a análise de Drucker (1986), a inovação se revela como um produto ou serviço distintivo que traz consigo novas modalidades de satisfação ao consumidor. A inovação traz consigo uma geração de valor, diferenciando-se das meras invenções que possuem somente um significado tecnológico. O autor destaca que a inovação não se limita a aspectos meramente tecnológicos e econômicos, podendo, adicionalmente, contribuir para a transformação da forma como a empresa gerencia seus recursos.

1.2 Teoria da Inovação disruptiva

Os ensinamentos repassados pelo autor Clayton Christensen (2016), ocasionaram grandes reflexões quanto ao que se trata da concorrência e da sobrevivência da empresa no mercado. Em sua obra "O dilema da inovação" o autor descreve dois tipos de inovação sendo elas a disruptiva e a incremental, as quais nesta pesquisa o enfoque fica na inovação disruptiva, um termo que ganhou bastante destaque e atenção nos últimos tempos. Ela se refere a um tipo de inovação que rompe com os padrões estabelecidos no mercado, ao introduzir produtos, serviços ou modelos de negócio que provocam uma transformação completa na forma como as indústrias funcionam.

De acordo com Christensen (2006), a inovação disruptiva descreve um processo em que um produto ou serviço começa com aplicações simples, atendendo inicialmente a uma demanda de mercado na "parte inferior" e, gradualmente, avança para o "topo do mercado", deslocando ou eliminando concorrentes estabelecidos. Esse modelo de inovação proporciona acesso a produtos e serviços que anteriormente eram inacessíveis para uma parte da população com poder aquisitivo limitado.

1.3 Microempreendedor Individual

Conforme informações do levantamento do IBGE e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas – SEBRAE (2003) no Brasil, foi possível identificar que existiam mais de dez Milhões de trabalhadores atuando de forma informal. Após ter acesso a essa informação, o governo decidiu agir de forma que esses trabalhadores pudessem ser formalizados, o que resultou no nascimento da figura do MEI (Microempreendedor individual) com a Lei complementar 128/2008 sendo ela a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas.

A Lei 128/2008 possibilita que milhares de trabalhadores informais possam formalizar seus serviços, se beneficiando de diversas maneiras fiscais e previdenciárias. Essencialmente, do ponto de vista das políticas públicas, existem ao menos quatro razões para o tratamento diferenciado de micro e pequenas empresas (MPE) no Brasil: o combate à informalidade e ao desemprego, o estímulo à inclusão previdenciária diferenciada, a regressividade dos custos de conformidade à tributação e o incentivo à inovação tecnológica (Pessôa, 2020; Appy, 2017).

Nosso País possui uma média atual de 4,82% de formalizações do MEI segundo dados da ASBRAAF - Associação Brasileira de Franqueados (2022), sendo que a maioria são de empreendedores do sexo masculino e com faixas etárias de 16 a 20 anos, confirmando que os jovens possuem um grande desejo em empreender. Os ramos que mais obtiveram crescimento foram os de internet e de máquinas autônomas, apesar de os ambulantes e prestadores de serviço permanecerem significando uma grande parte dos MEIs do Brasil.

O MEI abrange diversas áreas de atuação, sendo elas do comércio até prestação de serviços, ele é uma figura que trabalha de forma autônoma e que realiza as principais atividades de gestão da empresa, podendo contratar no máximo um funcionário. Para ser um MEI, conforme informa o Senado Federal (2018), as exigências não são muitas: basta ter um faturamento anual, mesmo que modesto em valores de hoje, até R\$ 81.000,00 e não ter

participação em outra empresa seja como sócio, administrador ou titular, nem possuir outro estabelecimento.

De acordo com Bottan e Lima (2012, p. 32) “O MEI objetiva ir ao encontro daqueles empreendedores menores, como autônomos ou ambulantes - cabeleireiros, sapateiros, costureiras, pedreiros, entre outros, sendo mais de quatrocentas atividades aprovadas pelo Comitê Gestor do Simples Nacional – CGSN através da Resolução CGSN nº. 58, de 27 de abril de 2009 e relaciona as atividades que podem ser exercidas pelo Microempreendedor Individual”.

Como o MEI é um regime de enquadramento empresarial mais simples, consequentemente as suas obrigações são mais simplificadas. A principal responsabilidade que o empreendedor possui ao se cadastrar no MEI é a de realizar o pagamento do Documento de Arrecadação do Simples Nacional do MEI (DAS), esta guia possui um valor fixo calculado a partir do salário-mínimo vigente, e nela estão agrupados todos os impostos devidos. Atualmente ela está no valor de R\$65,00 mensais.

O MEI pode realizar a emissão de Notas Fiscais de compra ou de prestação de serviços, e a mesma é obrigatória caso o cliente se trate de uma pessoa jurídica, já em caso de pessoas físicas, ela passa a ser facultativa. A emissão deste documento pode ser realizada de forma eletrônica gratuitamente. Além, do pagamento mensal da guia DAS o MEI precisa realizar um envio anual de uma declaração de faturamento, constando até o dia 31 de maio do ano seguinte, e este faturamento deve ser de no máximo R\$81.000,00, caso contrário será obrigatória a solicitação de mudança de enquadramento para ME ao Simples Nacional.

Dentre os benefícios atrelados ao modelo podem ser citados: existência de linhas de microcrédito, abertura de conta corrente, comprovação de renda, taxas de juros reduzidas, emissão de notas fiscais proporcionando maior credibilidade ao negócio, além da possibilidade de oferecer produtos e serviços para pessoas físicas e jurídicas.(Lei Complementar 128/2008).

Após a formalização, o MEI garante os seus direitos previdenciários como a aposentadoria, auxílio-doença, auxílio maternidade, auxílio reclusão e a pensão por morte, que são direitos que protegem não só o futuro do empresário, mas também o de sua família.

Outra facilidade é a possibilidade de emissão de Notas Fiscais de compra ou de prestação de serviços, o que traz mais credibilidade e segurança perante seus clientes e fornecedores. Um dos principais benefícios do MEI também são as tributações simplificadas e a oportunidade de crédito facilitado em instituições financeiras, ou seja, devido a formalização e a garantia de um CNPJ, o empresário possui muito mais oportunidades na hora

de realizar um empréstimo, uma carta de crédito ou outros produtos que são mais escassos para aqueles trabalhadores informais.

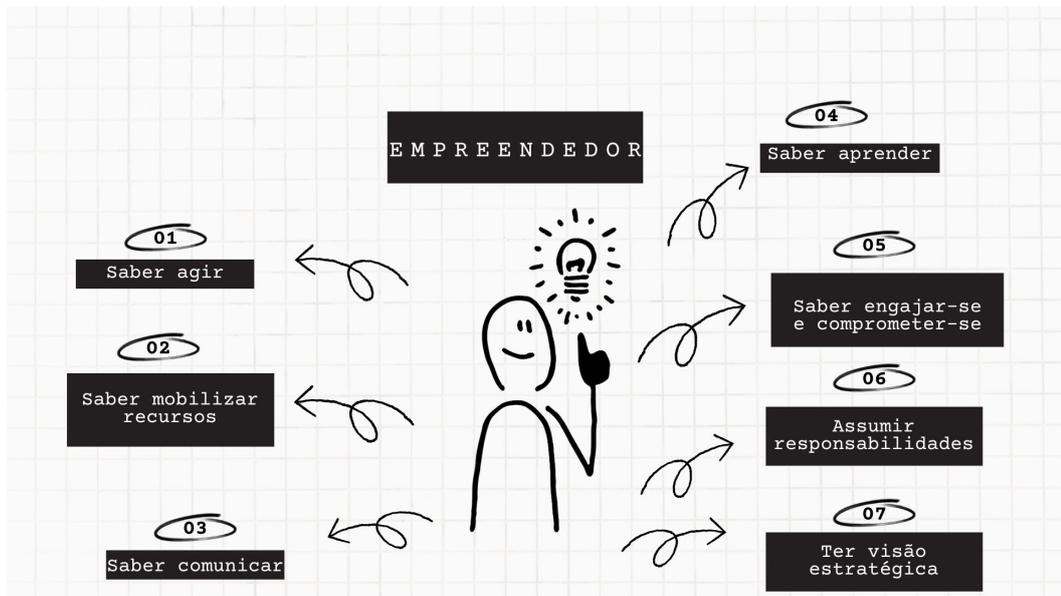
1.4 Fatores determinantes para o sucesso

Ao pesquisar assuntos relacionados ao sucesso de empreendimento é possível notar a importância do papel do empreendedor, principalmente nas pequenas e médias empresas, Dolabela (2006, p.29) diz que “os empreendedores nada mais são do que o “motor da economia, um agente de mudança “. O empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”.

O sucesso e o insucesso das organizações são na maioria das vezes determinadas pelo desempenho de seus organizadores, sendo eles os responsáveis na busca e no emprego de habilidades para o bom desenvolvimento do seu empreendimento. O SEBRAE (2009) realizou uma pesquisa com alguns microempreendedores, onde eles descreveram quais as principais competências que um empreendedor precisa ter para o bom desenvolvimento do negócio, resultando nas principais respostas no bom conhecimento do mercado onde atua, e na boa estratégia de vendas, além de capacidades empreendedoras como perseverança, visão de futuro, planejamento e capacidade de liderança. Ou seja, saber realizar um bom planejamento estratégico e ter conhecimento sobre a segmentação de mercado em que o empreendimento estará inserido é uma competência indispensável para o empreendedor, além da aplicação de talentos e conhecimentos individuais.

Neste contexto Fleury e Fleury (2001) desenvolveram um estudo teórico que aponta as principais competências requeridas de um empreendedor, os quais estão descritos no seguinte mapa mental:

Figura 1 - Capacidades de um empreendedor



Fonte: Fleury e Fleury (2001)

Quanto aos fatores determinantes de sucesso para o empreendimento, a influência da Administração nas Micro e Pequenas Empresas é fundamental para sua sustentabilidade e consolidação no mercado. De acordo com pesquisas realizadas pelo SEBRAE em 2016, constatou-se que 76,6% das MPEs conseguem sobreviver nos dois primeiros anos. No entanto, os índices de sobrevivência diminuem para 45% até o quinto ano de vida. Entre as empresas que conseguem sobreviver nos primeiros dois anos, predominam aquelas que adotam práticas como planejamento de longo prazo e assertivo, utilização de gestão empresarial e investimento em capacitação gerencial contínua.

2. METODOLOGIA

Para que se possa compreender os fatores que influenciam no crescimento dos MEI e analisar a influência da teoria da inovação nos mesmos, foram realizadas pesquisas que quanto a natureza podem ser enquadradas como uma pesquisa básica.

Em relação à abordagem da pesquisa foram utilizados métodos qualitativos, a abordagem qualitativa, segundo Minayo (2014), se preocupa com o nível de realidade que não pode ser quantificado, ou seja, ela trabalha com o universo de significados, de motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes.

Em relação aos objetivos específicos foi realizada uma pesquisa descritiva com técnicas de análise de conteúdo que como de acordo com Hair, Jr. et al (2005, p. 85) “[...] tem seus planos estruturados e especificamente criados para medir as características descritas em uma questão de pesquisa. As hipóteses derivadas da teoria, normalmente servem para guiar o processo e fornecer uma lista do que precisa ser mensurado”.

Também foram utilizados estudos bibliográficos, a pesquisa bibliográfica está inserida principalmente no meio acadêmico e tem a finalidade de aprimoramento e atualização do conhecimento, através de uma investigação científica de obras já publicadas.(DE SOUZA e col, 2021).Esta pesquisa bibliográfica além de permitir que a análise acontecesse de forma mais eficiente, possibilitou também compilar dados encontrados em materiais impressos além de artigos, mas também livros, revistas, teses e materiais digitais disponibilizados online. Para a resolução dos objetivos foi realizada uma análise de conteúdo de dos artigos e informações encontradas de forma descritiva que segundo Bardin (1977, p.30 apud TRIVIÑOS, 1987, p.160) e definida como:

“um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, obter indicadores quantitativos ou não, que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção variáveis inferidas das mensagens”.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Durante a pesquisa foi possível identificar que além da inovação, outros fatores determinantes podem influenciar o sucesso dos MEIs. Esses fatores podem incluir habilidades gerenciais, conhecimento do mercado, acesso a recursos financeiros, capacidade de networking e estratégias de marketing. É importante analisar como a teoria da inovação se relaciona com esses fatores e como pode potencializar o desempenho dos MEIs.

3.1 Segmentação de mercado e inovação

A segmentação de mercado permite que a empresa direcione seus esforços de forma estratégica, atendendo às necessidades específicas dos clientes, otimizando recursos e aumentando sua competitividade. É uma abordagem fundamental para alcançar o sucesso e a sustentabilidade no mercado atual. Ferrell e Hartline (2016) conceituam a segmentação de

mercado como, o processo de divisão do mercado total de determinado produto ou categoria de produtos em segmentos ou grupos relativamente homogêneos.

É um procedimento extremamente importante para o bom desempenho da organização, por diversas razões, sendo a principal delas a definição correta do seu público-alvo, assim a empresa não corre o risco de realizar investimentos em áreas onde o seu consumidor não está interessado.

“Na economia atual, a segmentação é frequentemente determinada pelos clientes devido à sua busca por produtos diferenciados e pela mudança dos meios de comunicação utilizados. O resultado final é que os segmentos de clientes se tornaram ainda mais fragmentados e mais difíceis de alcançar. Muitas empresas hoje levam a segmentação ao extremo, visando pequenos nichos de mercado ou mesmo o menor dos segmentos de mercado: os indivíduos” (Ferrell e Hartline, 2016, p. 149).

Com o passar dos anos essa busca por produtos e serviços se tornou cada vez mais digital, por esse motivo a inovação é imprescindível para a empresa, não só na disponibilização de seus produtos e serviços mas também na divulgação e na procura de demanda do mercado. Segundo Garcia (2017) o marketing digital tem como principal objetivo promover uma marca com foco nos resultados e na conversão de clientes fidelizando os à mesma. As redes sociais tornaram-se um meio para partilha de experiências, onde os consumidores podem oferecer os seus comentários e avaliações, vindo estas influenciar a tomada de decisão de outros.

Ou seja, situações em que antes era possível retiradas e atendimentos apenas fisicamente, atualmente se a empresa não inovar e não conseguir atender o mercado de forma diferenciada e digital, o consumidor pode acabar perdendo o interesse de compra.

Em resumo, a inovação desempenha um papel crucial na segmentação de mercado, proporcionando a identificação de oportunidades, a personalização das ofertas, a diferenciação da concorrência, a ampliação do mercado e a capacidade de adaptação às mudanças. É por meio da inovação que as empresas podem conquistar e manter uma posição de destaque no mercado, atendendo às necessidades específicas de cada segmento de clientes.

3.2 Planejamento estratégico da inovação

O Planejamento Estratégico da Inovação (PEI) é alinhado com o Planejamento Estratégico (PE) geral da empresa que conforme discorre Peter Drucker (1986), no seu livro Introdução à Administração “Planejamento Estratégico é um processo contínuo de,

sistematicamente e com o maior conhecimento possível do futuro contido, tomar decisões atuais que envolvam riscos; organizar sistematicamente as atividades necessárias à execução destas decisões e, através de uma retroalimentação organizada e sistemática, medir o resultado dessas decisões em confronto com as expectativas alimentadas”.

O PEI começa coletando informações sobre o ambiente interno e externo, identificando oportunidades e ameaças. Essas informações são analisadas pelo empreendedor para orientar a implementação do planejamento estratégico, visando melhorar o desempenho da empresa. O planejamento estratégico da inovação, por sua vez, define a estratégia tecnológica da empresa e estabelece diretrizes para implementar as ações estabelecidas. (GEISLER; CORAL, 2008).

Para que se tenha sucesso no planejamento estratégico da inovação, é importante que as informações estejam organizadas, e que o grupo de pessoas do planejamento seja definido, assim como é essencial o apoio do empreendedor.

A inovação exerce uma influência significativa no planejamento estratégico de uma empresa, sendo um elemento essencial para o seu sucesso a longo prazo. Ela permite identificar oportunidades de crescimento, diferenciar-se da concorrência, adaptar-se às mudanças do mercado e melhorar a eficiência. Além disso, estimula uma cultura de inovação, garantindo que a empresa esteja sempre à frente das transformações e pronta para os desafios futuros. Em suma, a inovação impulsiona o sucesso a longo prazo, proporcionando vantagens competitivas no ambiente empresarial dinâmico e competitivo.

4. CONCLUSÃO

O crescimento dos Microempreendedores Individuais (MEIs) tem se mostrado fundamental para o desenvolvimento econômico e social do Brasil. Com mais de 10 milhões de MEIs registrados no país, representando 57% dos CNPJs, esses empreendedores desempenham um papel significativo na geração de empregos e contribuição para o Produto Interno Bruto (PIB). No entanto, é importante destacar que nem todos os MEI'S conseguem prosperar e crescer em seus negócios. Existem vários fatores determinantes para o sucesso ou insucesso de uma organização, e a capacidade de inovar é apenas um deles.

A teoria da inovação desempenha um papel excepcional no sucesso dos MEIs, permitindo com que possam se adaptar e inovar em um ambiente de negócios em constante evolução. O conceito abordado da inovação disruptiva, em particular, tem o potencial de

transformar completamente indústrias e abrir novas oportunidades de mercado ao romper com os padrões estabelecidos.

Também foi possível observar como a forma de se oferecer produtos e serviços está sendo modificada com o tempo, o que se faz necessário ainda mais a inovação da empresa em seus modelos de negócio, oportunizando que elas atendam a demandas específicas e alcancem uma parte da população que anteriormente não tinha acesso a eles.

Além da capacidade de inovar, se faz necessário também considerar aspectos como gestão eficiente, planejamento estratégico e conhecimento de mercado. Ao compreender os fatores que podem influenciar no desempenho dos MEI 'S, especialmente sob a ótica da teoria da inovação, é possível fornecer orientações e estratégias eficazes para auxiliar esses empreendedores a prosperarem em seus negócios. A revisão bibliográfica realizada neste estudo permitiu identificar os principais estudos e teorias relacionados ao tema, contribuindo para uma compreensão mais ampla dos fatores determinantes do crescimento dos negócios dos MEIs.

Os resultados obtidos indicam que a inovação desempenha um papel central no sucesso dos MEIs, permitindo-lhes se diferenciar no mercado e atender às necessidades dos consumidores. No entanto, é necessário considerar que a inovação não se limita apenas a aspectos tecnológicos, mas também envolve a transformação da forma como a empresa gerencia seus recursos e oferece valor aos clientes.

Em conclusão, os MEI 'S desempenham um papel vital na economia do Brasil, e a inovação é um fator determinante para o seu sucesso. Ao compreender e aplicar os princípios da teoria da inovação, os MEIs podem enfrentar os desafios do mercado e prosperar em seus negócios. Essa prosperidade não apenas beneficia os empreendedores individualmente, mas também contribui para o desenvolvimento econômico geral do país. Portanto, é essencial apoiar e promover o crescimento dos MEIs, fornecendo-lhes o suporte necessário para inovar e alcançar o sucesso em seus empreendimentos.

REFERÊNCIAS

MADRID-GUIJARRO, A.; GARCIA, D.; VAN-AUKEN, H. Barriers to Innovation among Spanish Manufacturing SMEs. *Journal of Small Business Management*, v. 47, n. 4, pp. 465-488, 2009.

DRUCKER, P. *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper Perennial, 1986.

FERRELL, O. C.; HARTLINE, Michael D. *Estratégia de Marketing - Teoria e Casos: Tradução da 6ª edição norte-americana*.

CHRISTENSEN, Clayton. **O dilema da inovação: quando as novas tecnologias levam as grandes empresas ao fracasso**. Tradução de Beatriz Medina. 12ª ed. São Paulo: Editora Harvard Business Review Press, 2019.

PESSÔA, Leonel Cesarino et al. **Qualidade dos gastos tributários no Brasil: o Simples Nacional**. 2020.

FLEURY, M. T. L.; FLEURY, A. **Construindo o Conceito de Competência**. *Revista de Administração Contemporânea - RAC*, Edição Especial, p. 183-196, 2001.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf>. Acesso em 24/05/2023.

DRUCKER, Peter F. *Introdução à administração*. Tradução Carlos A. Malferrari. São Paulo: Pioneira, 1984.

MINAYO, M.C. de S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo-Rio de Janeiro, HUCITEC-ABRASCO, 1992.

HAIR JUNIOR, J. F. et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005b.

DE SOUZA e col. **A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos**. *Revista Fucamp*, 2021.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa na educação**. São Paulo: Atlas, 1987.