

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



PERCEPÇÃO DOS MICRO E PEQUENOS EMPRESÁRIOS DO COMÉRCIO VAREJISTA DE CAMPOS NOVOS EM RELAÇÃO À INOVAÇÃO E SUAS PRÁTICAS NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Pesquisador(es): LEAL RAMOS, Felipe; POPP, Tadiane Regina

Instituição de Ensino Superior/Curso: Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc),
Curso de Administração

Área: Área das Ciências Sociais.

Introdução: O empreendedor deve estar sempre atento às transformações e envolver seus colaboradores para trabalharem de modo compartilhado, pois a necessidade de atualização é constante (BARBOSA; COSTA, 2015). Sejam micro sejam grandes empresas, o comércio tem um papel fundamental na sociedade, e o varejo gera uma disputa acirrada, o que faz com que os empresários sejam forçados a buscar inovações para atrair o consumidor, gerar receitas e, por consequência, girar a economia local. **Objetivo:** conhecer quem está por trás das fachadas e diagnosticar como e quando as técnicas de inovação são aplicadas no dia a dia das empresas e qual o seu grau de necessidade para cada negócio. **Método:** Inicialmente a pesquisa foi desenvolvida para ser aplicada de forma on-line, através da ferramenta Google Forms. A captação dos entrevistados foi feita via, e-mail e visita dos empreendedores. Para a definição da população no escopo do estudo foram utilizados dados do Sebrae (2020), que apresentam as informações estatísticas sobre o comércio de Campos Novos/SC e posteriormente utilizado o cálculo amostral para determinar a quantidade de estabelecimentos a serem entrevistados. **Resultados:** Dos 216 empreendedores, 17,6% atuam no comércio varejista de vestuário e acessórios, 15,7%, no ramo de materiais de construção, seguidos por 11,6% no ramo alimentício e 7,9% no setor de mecânicas de veículos. O perfil empresarial do Município sempre foi focado no comércio, o que resultou em estabelecimentos consolidados no mercado atual, pois 42,1% dos entrevistados possuem mais de 10

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



anos de atuação, 35%, de um a cinco anos, e 20%, de cinco a 10 anos. Uma das características evidentes dos comércios locais são as equipes de cada empresa, geralmente formadas por familiares ou amigos próximos. A pesquisa contava com uma questão aberta, na qual ficou evidenciada a interferência da pandemia de Covid-19, decretada pela Organização Mundial de Saúde (OMS) em 2020. A situação dos empresários mudou repentinamente, forçando-os a mudar a direção das suas estratégias, visto que os clientes que eram certos tiveram que ser reconquistados, e o mercado que era consolidado se tornou instável, o que fez com que a população mudasse seus hábitos de consumo e empresas buscassem inovação.

Conclusão: O comércio camponovense é representado, em sua maioria, pelo ramo de vestuário e acessórios (17,6%), seguido pelo ramo de material de construção (15,7%). Dentre os 216 entrevistados, 71,3% consideram como prioridade em sua empresa usar como prática inovadora a estratégia de negócio, seguida de tecnologia (57%) e comunicação (56%). Avaliando as questões abordadas, percebe-se que o varejista camponovense acredita que a inovação é necessária, no entanto é uma pequena parcela que deseja implantar a inovação em seu estabelecimento, ficando limitados a fazer "mais do mesmo", com receio de tomar uma atitude diferente que coloque a vida da sua empresa em risco.

Palavras-chave: Inovação. Práticas inovadoras. Varejo. Empreendedorismo.

E-mails: lealrfelipe@gmail.com; tadiane.popp@unoesc.edu.br