Centro Universitário Santo Agostinho

revistafsa

www4.Unifsanet.com.br/revista
Rev. FSA, Teresina, v. 23, n. 7, art. 1, p. 3-21, jul. 2026
ISSN Impresso: 1806-6356 ISSN Eletrônico: 2317-2983
http://dx.doi.org/10.12819/2026.23.7.1

A Dimensão da Inovação em Micro e Pequenas Empresas do Setor de Serviços: Análise do Radar de Inovação a Partir do Programa Ali

The Dimension of Innovation in Micro and Small Enterprises in the Service Sector: Analysis of the Innovation Radar Based on the Ali Program

Lucas Matheus Macieira da Silva
Mestrando em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT)
Universidade Federal da Bahia (UFBA)
E-mail: lucasmacieira_18@hotmail.com

Olivan da Silva Rabêlo
Doutor em Economia pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
Professor da Universidade Federal da Bahia (UFBA)
E-mail: olivanrabelo@gmail.com

Endereço: Lucas Matheus Macieira da Silva
PROFNIT – Universidade Federal da Bahia (UFBA)
Instituto de Química – Campus Universitário de Ondina
Rua Barão de Jeremoabo, nº 147, Condomínio Edifício Campus Universitário, Brasil.
Ondina, Salvador – BA
CEP: 40170-115 **Endereço: Olivan da Silva Rabêlo**
Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia (EAUFBA). Escola de Administração da UFBA
Canela, 40110903 - Salvador, BA - Brasil

Editor-Chefe: Dr. Tonny Kerley de Alencar Rodrigues

Artigo recebido em 31/05/2026. Última versão recebida em 15/06/2026. Aprovado em 16/06/2026.

Avaliado pelo sistema Triple Review: a) Desk Review pelo Editor-Chefe; e b) Double Blind Review (avaliação cega por dois avaliadores da área).

Revisão: Gramatical, Normativa e de Formatação

RESUMO

A inovação ocupa posição relevante na discussão sobre competitividade empresarial, especialmente no contexto das micro e pequenas empresas (MPEs), que operam com restrições de recursos e forte dependência da capacidade de adaptação ao mercado. No setor de serviços, a inovação frequentemente se manifesta por meio de melhorias incrementais em processos, atendimento, organização e relacionamento com clientes. Nesse contexto, o presente artigo teve por objetivo analisar o comportamento da dimensão inovação em micro e pequenas empresas do setor de serviços da cidade de Salvador/BA, a partir dos resultados do Radar de Inovação obtidos no âmbito do Programa Agentes Locais de Inovação (ALI), executado pelo Sebrae Bahia, no período de 2022 a 2024. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa descritiva, de abordagem qualitativa, com apoio de procedimentos quantitativos, desenvolvida por meio de revisão bibliográfica, análise documental, prospecção tecnológica em bases de patentes e comparação entre os resultados do radar inicial e final. Os resultados indicam avanços em controles gerenciais, marketing e transformação digital, enquanto a dimensão inovação apresentou evolução mais limitada. A prospecção tecnológica evidenciou a existência de métodos, ferramentas e soluções voltadas à gestão da inovação, revelando um descompasso entre sua disponibilidade e a capacidade das empresas de incorporá-las de forma estruturada. Conclui-se que o fortalecimento da inovação em MPEs de serviços depende da integração entre diagnóstico organizacional, monitoramento tecnológico, experimentação e tomada de decisão.

Palavras-chave: Inovação. Micro e Pequenas Empresas. Radar de Inovação. Gestão da Inovação. Prospecção Tecnológica.

ABSTRACT

Innovation plays a relevant role in the discussion of business competitiveness, especially in the context of micro and small enterprises (MSEs), which operate under resource constraints and depend heavily on their ability to adapt to market demands. In the service sector, innovation often occurs through incremental improvements in processes, customer service, organizational practices, and client relationships. In this context, this study aimed to analyze the behavior of the innovation dimension in micro and small enterprises in the service sector of Salvador, Bahia, based on the results of the Innovation Radar obtained through the Local Innovation Agents Program (ALI), implemented by Sebrae Bahia between 2022 and 2024. Methodologically, this is a descriptive study with a qualitative approach supported by quantitative procedures, developed through a literature review, document analysis, technological prospecting based on patent databases, and a comparison between initial and final Innovation Radar results. The findings indicate advances in managerial controls, marketing, and digital transformation, while the innovation dimension showed more limited progress. Technological prospecting revealed the existence of methods, tools, and solutions aimed at innovation management, highlighting a gap between their availability and the ability of firms to incorporate them in a structured manner. It is concluded that strengthening innovation in service-sector MSEs depends on the integration of organizational diagnosis, technological monitoring, experimentation, and decision-making.

Keywords: Innovation. Micro and Small Enterprises. Innovation Radar. Innovation Management. Technological Forecasting.

1 INTRODUÇÃO

A inovação tem sido reconhecida como um elemento importante para a competitividade das organizações e para o desenvolvimento econômico. No plano conceitual, o Manual de Oslo define inovação a partir da implementação de produtos, processos, métodos organizacionais ou práticas de marketing novos ou significativamente melhorados, o que amplia a compreensão do fenômeno para além da inovação tecnológica estrita (MANUAL DE OSLO, 2018).

No caso das micro e pequenas empresas, essa discussão ganha ainda mais relevância. Esse segmento possui forte peso na estrutura empresarial brasileira e, ao mesmo tempo, enfrenta maiores dificuldades para sustentar práticas inovadoras, especialmente quando comparado às empresas de maior porte (IBGE, 2024).

Esse cenário se torna especialmente sensível no setor de serviços. No recorte baiano, o setor ocupa posição central na economia estadual e tem apresentado crescimento recente, o que reforça sua relevância para a dinâmica econômica e para a discussão sobre competitividade empresarial (FECOMÉRCIO-BA, 2024).

Do ponto de vista teórico, essa dificuldade pode ser compreendida porque a inovação em pequenos negócios tende a depender menos de estruturas formais de pesquisa e desenvolvimento e mais da capacidade de organizar processos, aprender com o cliente e transformar melhorias em práticas consistentes. Nessa direção, Drucker (2002) trata a inovação como disciplina, e não como acontecimento casual.

No contexto dos serviços, essa discussão adquire especificidades próprias. Kotler e Keller (2006) definem serviço como um desempenho essencialmente intangível, o que ajuda a compreender por que a inovação nesse setor frequentemente se manifesta em ajustes na entrega, no atendimento e na relação com o cliente.

Diante dessas limitações, instrumentos de diagnóstico ganham importância porque permitem identificar o grau de maturidade das empresas em diferentes dimensões e orientar prioridades de melhoria. Entre esses instrumentos, destaca-se o Radar de Inovação, modelo originalmente proposto por Sawhney, Wolcott e Arroniz (2006), que passou a ser utilizado como referência para avaliar múltiplas formas de inovação nas organizações.

No contexto deste estudo, o Radar de Inovação é analisado a partir de sua aplicação no âmbito do Programa Agentes Locais de Inovação (ALI), executado pelo Sebrae Bahia junto a micro e pequenas empresas do setor de serviços da cidade de Salvador/BA, no período de 2022 a 2024. Esse recorte é relevante porque permite observar o comportamento da dimensão

inovação em um conjunto de empresas acompanhadas por um instrumento estruturado de diagnóstico e orientação gerencial (SEBRAE, 2022).

A análise consolidada mostra que, embora tenham ocorrido ganhos mais claros em controles gerenciais, marketing e transformação digital, a dimensão inovação apresentou evolução mais tímida (SEBRAE, 2022).

Esse resultado é relevante porque sugere uma diferença entre avanços mais operacionais e gerenciais e a consolidação da inovação como prática contínua nas micro e pequenas empresas de serviços. Em outras palavras, as empresas parecem conseguir melhorar a organização interna com mais facilidade do que estruturar ciclos consistentes de ideação, teste e implementação de novas soluções, o que reforça a importância da experimentação e da aprendizagem no processo inovativo (RIES, 2012).

Apesar dos avanços observados em dimensões ligadas à gestão, marketing e transformação digital, a dimensão inovação apresentou evolução mais limitada, indicando possível desalinhamento entre a disponibilidade de instrumentos e tecnologias voltadas à inovação e sua efetiva incorporação pelas micro e pequenas empresas do setor de serviços. Diante disso, o presente artigo tem por objetivo analisar o comportamento da dimensão inovação em micro e pequenas empresas do setor de serviços, a partir dos resultados do Radar de Inovação obtidos no âmbito do Programa Agentes Locais de Inovação (ALI), executado pelo Sebrae Bahia, no período de 2022 a 2024. Ao fazer esse recorte, o estudo busca discutir em que medida o desempenho mais limitado dessa dimensão ajuda a compreender os desafios da inovação em pequenos negócios e a apontar caminhos para o fortalecimento da gestão da inovação nesse contexto (SEBRAE, 2022).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Inovação em micro e pequenas empresas

A inovação ocupa posição central na discussão sobre competitividade empresarial porque se relaciona diretamente à capacidade de adaptação das organizações diante de mudanças econômicas, tecnológicas e mercadológicas. No referencial adotado neste estudo, o ponto de partida é o Manual de Oslo, que compreende a inovação como a implementação de um produto, processo, método organizacional ou prática de marketing nova ou significativamente melhorada, enfatizando que inovar não se resume à invenção, mas à

incorporação efetiva de melhorias no funcionamento da organização (MANUAL DE OSLO, 2018).

Essa definição é especialmente relevante para o contexto das micro e pequenas empresas, pois amplia a compreensão da inovação para além de estruturas formais de pesquisa e desenvolvimento. Ao considerar inovação em produto ou serviço, processo, organização e marketing, o Manual de Oslo permite reconhecer a importância de melhorias incrementais, algo muito mais aderente à realidade das MPEs do que a ideia de inovação restrita à tecnologia de alto custo (MANUAL DE OSLO, 2018).

Na literatura de gestão, Drucker (2002) trata a inovação como disciplina, e não como acontecimento casual. Nessa perspectiva, inovar exige método, observação e exploração sistemática de oportunidades, o que aproxima a inovação da prática gerencial e reforça que ela pode ser desenvolvida mesmo em organizações de menor porte, desde que haja capacidade mínima de organizar processos e aprender com a experiência.

Em complemento, Trías de Bes e Kotler (2011) defendem que inovações incrementais e recorrentes podem preparar o terreno para transformações mais amplas. Essa leitura é especialmente útil no caso das micro e pequenas empresas, nas quais mudanças graduais reduzem riscos, amadurecem competências e tornam mais viável a consolidação de uma cultura de inovação no cotidiano do negócio.

A dimensão de resultado também é central nessa discussão. Para Serafim (2011), a inovação no ambiente empresarial precisa gerar valor econômico, ou seja, não basta haver novidade; é necessário que a mudança produza efeitos concretos no desempenho da organização. Essa formulação é particularmente importante para as MPEs, que operam sob maior pressão por resultados imediatos e menor margem para experimentações prolongadas sem retorno perceptível.

2.2 Inovação em serviços

Kotler e Keller (2006) definem serviço como qualquer ato ou desempenho essencialmente intangível que uma parte oferece a outra, sem resultar necessariamente na posse de um bem, o que ajuda a entender por que a inovação nesse setor frequentemente se manifesta em mudanças na experiência, no atendimento e nos processos de prestação do serviço.

Essa particularidade se torna ainda mais evidente nas micro e pequenas empresas. Em negócios de menor porte, a inovação em serviços pode estar associada à melhoria de produtos,

processos e relacionamento com clientes, sobretudo em contextos nos quais a qualidade da entrega e a capacidade de adaptação ao mercado são fatores decisivos. Nessa realidade, inovar muitas vezes significa reorganizar rotinas, qualificar o atendimento e utilizar melhor os recursos disponíveis (TAJRA; RIBEIRO, 2020).

Lovelock e Wirtz (2006) argumentam que a inovação em serviços exige estratégias específicas, justamente porque o valor entregue depende da combinação entre pessoas, processos e percepção do cliente. Isso significa que, em empresas de serviços, a inovação não pode ser pensada apenas como criação de algo novo, mas também como aprimoramento da forma como o serviço é experimentado, percebido e sustentado na rotina organizacional.

Tajra e Ribeiro (2020) observam que a inovação em serviços pode decorrer da criação de soluções inéditas, mas também da recombinação de tecnologias e práticas já existentes. Essa leitura é especialmente útil para o presente estudo, porque dialoga com a realidade das micro e pequenas empresas de serviços, nas quais a inovação tende a aparecer menos como ruptura tecnológica e mais como melhoria progressiva, aplicada ao cotidiano do negócio e orientada por problemas concretos.

2.3 Radar de Inovação como instrumento de diagnóstico

O Radar de Inovação foi desenvolvido por Sawhney, Wolcott e Arroniz como um modelo capaz de identificar múltiplas formas pelas quais as empresas podem inovar. Sua contribuição principal está em oferecer uma leitura multidimensional da inovação, afastando a visão restrita de que inovar significa apenas lançar novos produtos. Ao representar diferentes dimensões em um mesmo instrumento, o radar permite visualizar áreas mais desenvolvidas e áreas mais frágeis dentro da organização (SAWHNEY *et al*., 2006).

O Radar de Inovação pode ser compreendido como um instrumento de diagnóstico da capacidade inovadora das empresas. Nessa perspectiva, Serafim (2011) destaca sua função de avaliar o grau de inovação organizacional, reforçando que o radar não serve apenas para registrar uma situação, mas também para orientar a leitura da maturidade das empresas em relação às práticas inovadoras.

Cavalcanti Filho, Oliveira e Cavalcanti (2012) observam que a aplicação do radar ocorre por meio de questionários respondidos pelos dirigentes das empresas, gerando uma representação visual que permite avaliar o nível de inovação sem depender, necessariamente, de consultorias externas em todas as etapas. Essa característica confere ao instrumento

relevância prática, especialmente em contextos de atendimento a micro e pequenas empresas, nos quais simplicidade e aplicabilidade são fundamentais.

No contexto desta pesquisa, é importante considerar que a versão utilizada não corresponde exatamente ao modelo original de doze dimensões. No âmbito do Programa ALI, o Radar de Inovação foi adaptado para contemplar seis dimensões: controles gerenciais, gestão das operações, gestão de marketing, práticas de inovação, transformação digital e ambiente, social e governança. Essa adaptação evidencia que o instrumento pode ser ajustado ao contexto de aplicação sem perder sua função diagnóstica (SEBRAE, 2022).

Neste artigo, o interesse central no Radar de Inovação não está em descrever o instrumento, mas em compreender o que ele revela sobre o comportamento da dimensão inovação nas micro e pequenas empresas de serviços. Nesse sentido, o radar constitui a base empírica da análise, permitindo observar a diferença entre avanços mais evidentes em dimensões gerenciais e a menor evolução da dimensão inovação, que se apresenta como o problema analítico central do estudo (SEBRAE, 2022).

2.4 Prospecção tecnológica

A prospecção tecnológica pode ser entendida como uma atividade sistemática de análise voltada à antecipação de desenvolvimentos científicos e tecnológicos, contribuindo para a gestão da inovação e para a tomada de decisão estratégica (KUPFER; TIGRE, 2004).

No contexto da inovação, essa abordagem permite identificar tendências, mapear tecnologias emergentes e compreender a dinâmica de desenvolvimento em diferentes áreas do conhecimento. Além disso, pode contribuir para a identificação de oportunidades e para o direcionamento de estratégias em cenários marcados por mudanças e incertezas (AMPARO; RIBEIRO; GUARIEIRO, 2012).

Ainda segundo Amparo, Ribeiro e Guarieiro (2012), a análise de bases de patentes se destaca nesse tipo de estudo, pois permite acessar informações sobre tecnologias protegidas e acompanhar o desenvolvimento tecnológico em diferentes áreas. Nesse sentido, o uso de documentos de patentes tem se mostrado relevante como ferramenta de apoio à prospecção tecnológica e à tomada de decisão.

Dessa forma, a prospecção tecnológica pode atuar como instrumento complementar ao diagnóstico organizacional, contribuindo para a identificação de lacunas e para a construção de práticas mais estruturadas de gestão da inovação.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como um estudo de natureza aplicada, com abordagem predominantemente qualitativa e finalidade exploratório-descritiva. Pesquisas dessa natureza buscam compreender fenômenos e gerar conhecimentos com potencial de aplicação prática, especialmente quando voltadas à análise de processos organizacionais e instrumentos de gestão (GIL, 2008).

Do ponto de vista dos procedimentos metodológicos, o estudo foi desenvolvido em duas etapas complementares. A primeira etapa consistiu na análise dos resultados obtidos por meio da aplicação do Radar de Inovação em micro e pequenas empresas do setor de serviços da cidade de Salvador, Bahia. A segunda etapa envolveu uma análise prospectiva voltada à identificação de tecnologias, metodologias e soluções relacionadas à gestão da inovação em micro e pequenas empresas, realizada com base na plataforma Orbit Intelligence (2026).

3.1 Base empírica: Radar de Inovação

A base empírica do estudo deriva da aplicação do Radar de Inovação em micro e pequenas empresas participantes do Programa Agentes Locais de Inovação (ALI), executado pelo Sebrae Bahia, no período de 2022 a 2024.

O instrumento utilizado foi o Radar de Inovação, adaptado no contexto do Programa ALI para contemplar seis dimensões: controles gerenciais, gestão das operações, gestão de marketing, práticas de inovação, transformação digital e ambiente, social e governança. Cada dimensão é avaliada por meio de indicadores que resultam em uma pontuação em escala de 1 a 5, permitindo observar o nível de maturidade das empresas em relação às práticas de gestão e inovação (SEBRAE, 2022).

Para fins deste artigo, o foco analítico recai sobre a dimensão inovação, buscando compreender seu comportamento em comparação às demais dimensões avaliadas pelo instrumento. A análise considera os resultados consolidados das empresas participantes ao longo do período investigado, com o objetivo de identificar padrões de evolução e possíveis limitações relacionadas à incorporação de práticas inovadoras.

3.2 Procedimentos de prospecção tecnológica

Com o objetivo de complementar a análise empírica, realizou-se uma etapa de prospecção tecnológica voltada à identificação de tecnologias, métodos e soluções relacionadas à gestão da inovação.

A prospecção foi conduzida por meio da plataforma Orbit Intelligence (2026), que reúne informações provenientes de bases internacionais de patentes. A estratégia de busca foi estruturada a partir da combinação de termos em inglês relacionados ao tema, com uso dos operadores booleanos OR e AND, conforme a seguinte expressão: ("innovation management" OR "innovation model" OR "innovation framework") AND (tool OR method OR system).

As buscas foram realizadas nos campos de título, resumo e palavras-chave, de modo a ampliar a abrangência dos resultados recuperados. A aplicação dessa estratégia resultou em 273 documentos, que compuseram a base de análise da etapa prospectiva.

A partir desse conjunto, foram analisados indicadores como evolução temporal dos depósitos de patentes, principais países depositantes, principais organizações depositantes e domínios tecnológicos associados.

Esses indicadores permitiram identificar tendências e padrões de desenvolvimento tecnológico relacionados à gestão da inovação, contribuindo para ampliar a discussão dos resultados obtidos na análise empírica.

3.3 Procedimentos de análise

Os dados provenientes do Radar de Inovação foram analisados de forma descritiva, buscando identificar o comportamento da dimensão inovação em comparação às demais dimensões avaliadas pelo instrumento.

Posteriormente, os resultados foram discutidos à luz das evidências obtidas na prospecção tecnológica, com o objetivo de compreender de que forma tecnologias, métodos e abordagens identificados nas bases analisadas podem contribuir para o fortalecimento da gestão da inovação em micro e pequenas empresas do setor de serviços.

A articulação entre os resultados empíricos e a prospecção tecnológica permitiu ampliar a compreensão do fenômeno estudado, combinando diagnóstico organizacional e identificação de tendências tecnológicas.

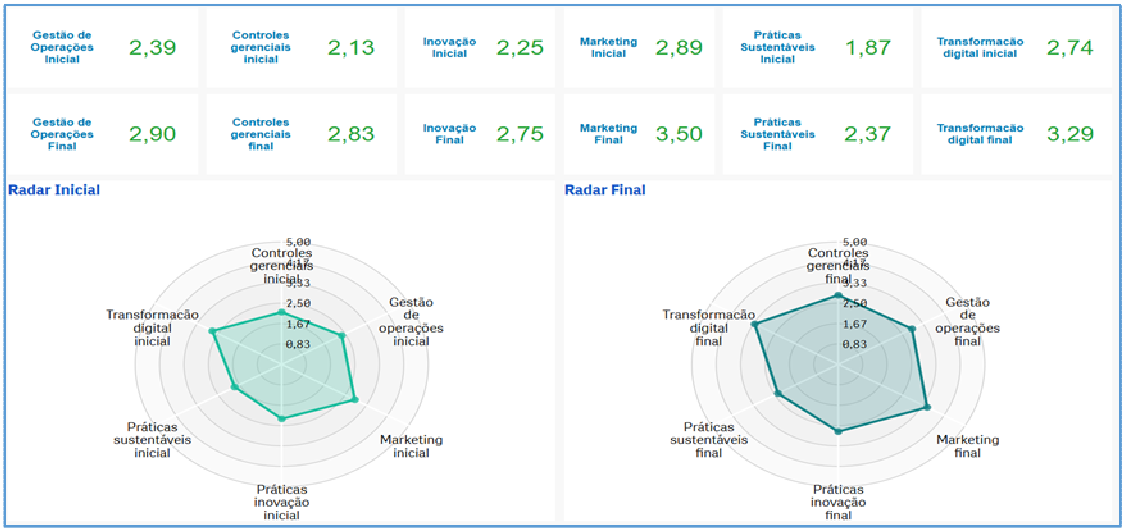
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Comportamento das dimensões do Radar de Inovação

A análise dos dados obtidos por meio da aplicação do Radar de Inovação nas micro e pequenas empresas do setor de serviços de Salvador permite observar diferenças relevantes entre as dimensões avaliadas. O instrumento possibilita identificar o grau de maturidade das empresas em diferentes aspectos relacionados à gestão e à inovação organizacional, contribuindo para a compreensão das áreas em que as empresas apresentam maior ou menor desenvolvimento (SAWHNEY; WOLCOTT; ARRONIZ, 2006).

A Figura 1 apresenta a representação gráfica das dimensões avaliadas pelo Radar de Inovação, considerando os resultados consolidados obtidos no período de 2022 a 2024.

Figura 1 - Radar de Inovação das micro e pequenas empresas analisadas



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados do ALI SEBRAE-BA (2022–2024).

A leitura do Radar de Inovação permite observar diferenças no comportamento das dimensões avaliadas ao longo do período analisado. Entre as dimensões que apresentaram evolução mais evidente, destacam-se controles gerenciais, marketing e transformação digital, que registraram crescimento mais consistente em comparação às demais.

Esses resultados indicam que as empresas analisadas avançaram principalmente em aspectos relacionados à organização interna, ao relacionamento com o mercado e à incorporação de ferramentas digitais. Em muitos casos, esses avanços podem estar associados

à melhoria de processos administrativos, à adoção de instrumentos de controle e ao uso mais estruturado de canais digitais para comunicação com clientes.

Por outro lado, a dimensão inovação apresentou evolução menos expressiva em relação às demais dimensões avaliadas. Esse resultado é relevante porque evidencia uma diferença entre os avanços observados em práticas gerenciais e operacionais e a consolidação de práticas inovadoras mais estruturadas nas empresas analisadas. Esse comportamento reforça a ideia de que melhorias operacionais, embora importantes, não se configuram automaticamente como inovação, sendo necessário que as organizações desenvolvam práticas mais estruturadas e orientadas à geração de valor, conforme discutem Drucker (2002) e De Bes e Kotler (2011).

4.2 Evolução da dimensão inovação

A comparação entre o Radar Inicial e o Radar Final mostra que, no caso específico da dimensão inovação, a pontuação média passou de 2,25 para 2,75, em uma escala de 1 a 5. Embora esse resultado represente crescimento aproximado de 22% em relação ao valor inicial, o nível alcançado ainda permanece abaixo de um patamar mais estruturado de maturidade inovadora.

Esse resultado evidencia que, mesmo quando ocorrem avanços em outras áreas da gestão empresarial, a consolidação da inovação como prática sistemática ainda enfrenta desafios nas micro e pequenas empresas. Parte dessas dificuldades pode estar associada à ausência de processos formais de experimentação, ao desenvolvimento ainda limitado de novos serviços e à incorporação pouco estruturada de práticas inovadoras.

Drucker (2002) argumenta que a inovação não deve ser compreendida como um evento ocasional, mas como uma disciplina que exige organização, método e capacidade de aprendizagem. Nessa direção, a menor evolução da dimensão inovação observada no radar pode indicar que as empresas analisadas avançaram mais rapidamente em práticas gerenciais e operacionais do que na incorporação de rotinas voltadas à geração e implementação sistemática de novas ideias.

4.3 Prospecção tecnológica aplicada à gestão da inovação

Os resultados do Radar de Inovação indicam que, embora as empresas analisadas tenham avançado em dimensões ligadas à gestão, ao marketing e à transformação digital, a

dimensão inovação apresentou evolução mais limitada. Esse comportamento sugere que a consolidação da inovação como prática sistemática ainda representa um desafio no contexto das micro e pequenas empresas de serviços.

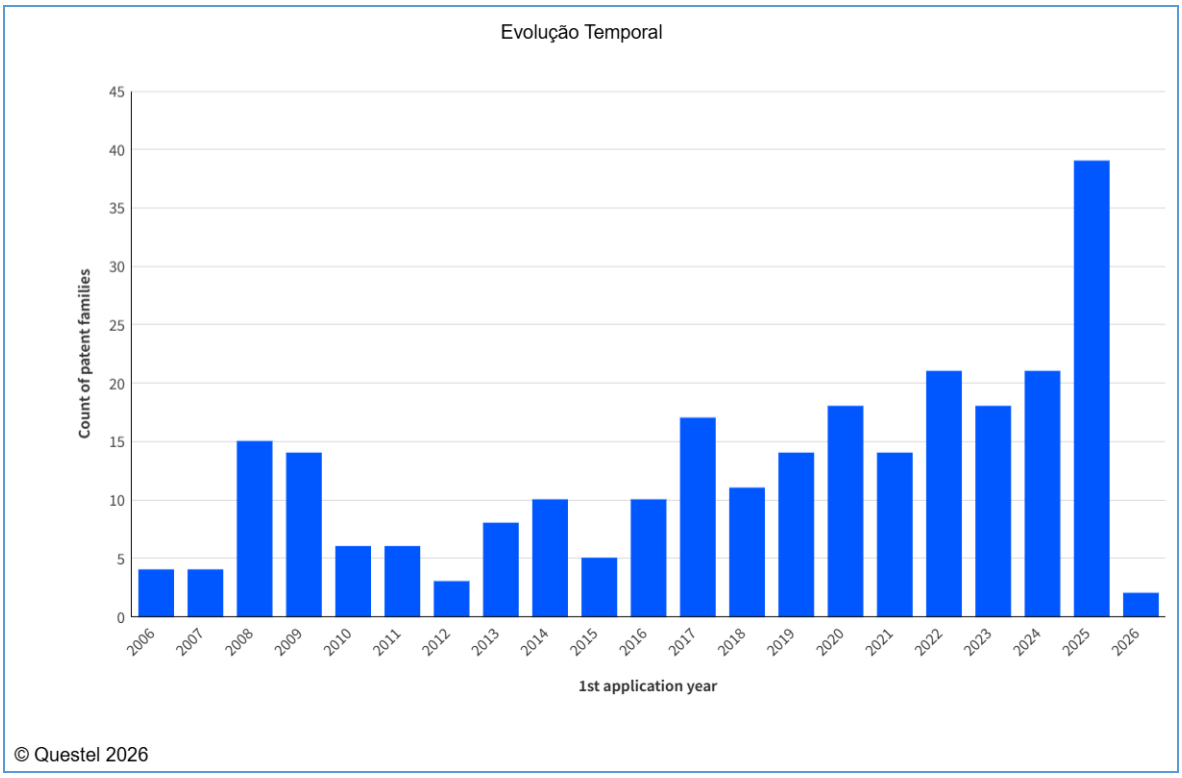
Diante disso, buscou-se ampliar a análise por meio de uma etapa de prospecção tecnológica, com o objetivo de identificar tecnologias, métodos e soluções relacionadas à gestão da inovação. A intenção, nesse caso, não foi substituir a leitura do radar, mas complementá-la, de modo a compreender se o desempenho mais limitado da dimensão inovação ocorre em um contexto de escassez de soluções ou, ao contrário, em um cenário no qual já existem tecnologias disponíveis, mas ainda pouco incorporadas pelas empresas.

A análise prospectiva foi realizada com base na plataforma Orbit Intelligence (2026), a partir de buscas voltadas à identificação de tendências tecnológicas, principais países depositantes e domínios tecnológicos associados à gestão da inovação. Essa etapa permitiu deslocar a discussão do nível estritamente organizacional para uma perspectiva mais ampla, voltada à compreensão do ambiente tecnológico relacionado ao tema.

4.3.1 Evolução temporal das tecnologias

A análise da evolução temporal dos depósitos de patentes permite observar o crescimento do interesse tecnológico em soluções relacionadas à gestão da inovação, conforme a figura 2.

Figura 2 - Evolução temporal dos depósitos de patentes relacionados à gestão da inovação



Fonte: Orbit Intelligence (2026).

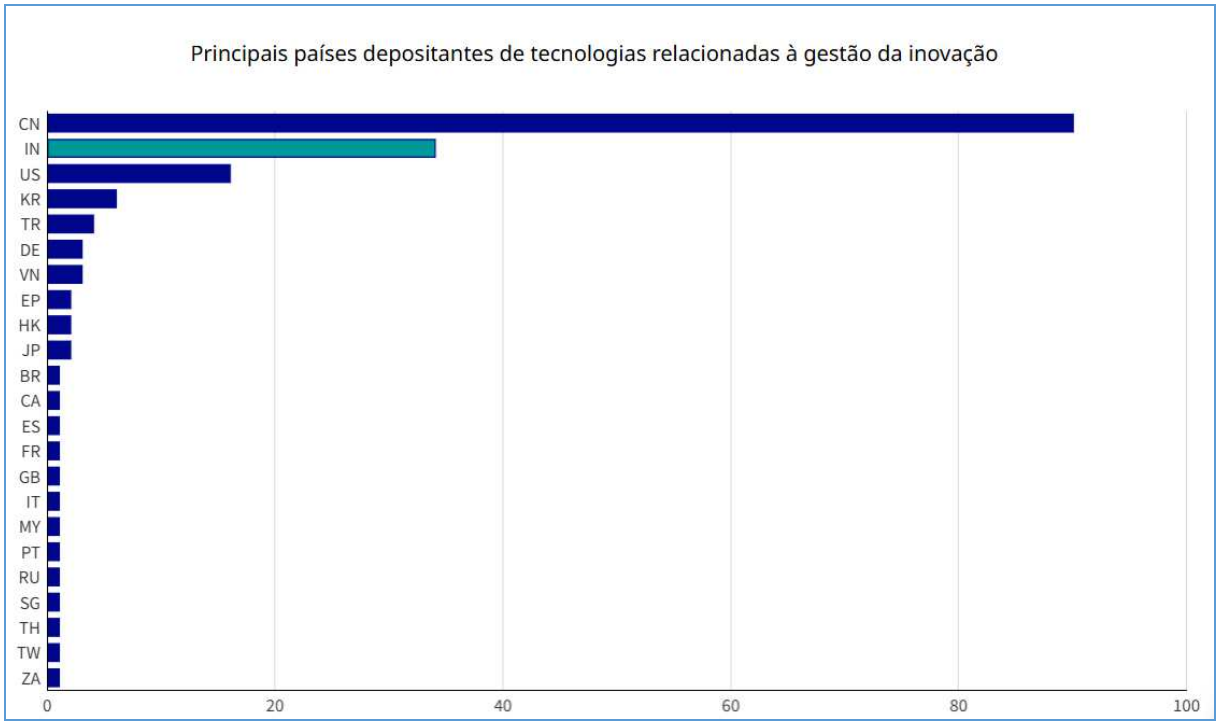
A evolução temporal dos depósitos de patentes evidencia um crescimento ao longo do período analisado, com maior intensidade a partir da segunda metade da série. Observa-se que, especialmente nos anos mais recentes, há aumento no número de registros, indicando maior interesse no desenvolvimento de tecnologias relacionadas à gestão da inovação.

Esse comportamento sugere que o tema tem ganhado relevância no ambiente tecnológico, refletindo a ampliação de soluções voltadas à organização de processos inovadores, desenvolvimento de métodos e apoio à tomada de decisão. O pico observado nos anos mais recentes reforça a ideia de que a gestão da inovação tem sido tratada de forma cada vez mais estruturada no campo tecnológico.

4.3.2 Países com maior atividade tecnológica

Outro indicador relevante obtido por meio da prospecção tecnológica refere-se aos países com maior atividade em depósitos de patentes relacionadas ao tema.

Figura 3 - Principais países depositantes de patentes na área de gestão da inovação



Fonte: Orbit Intelligence (2026).

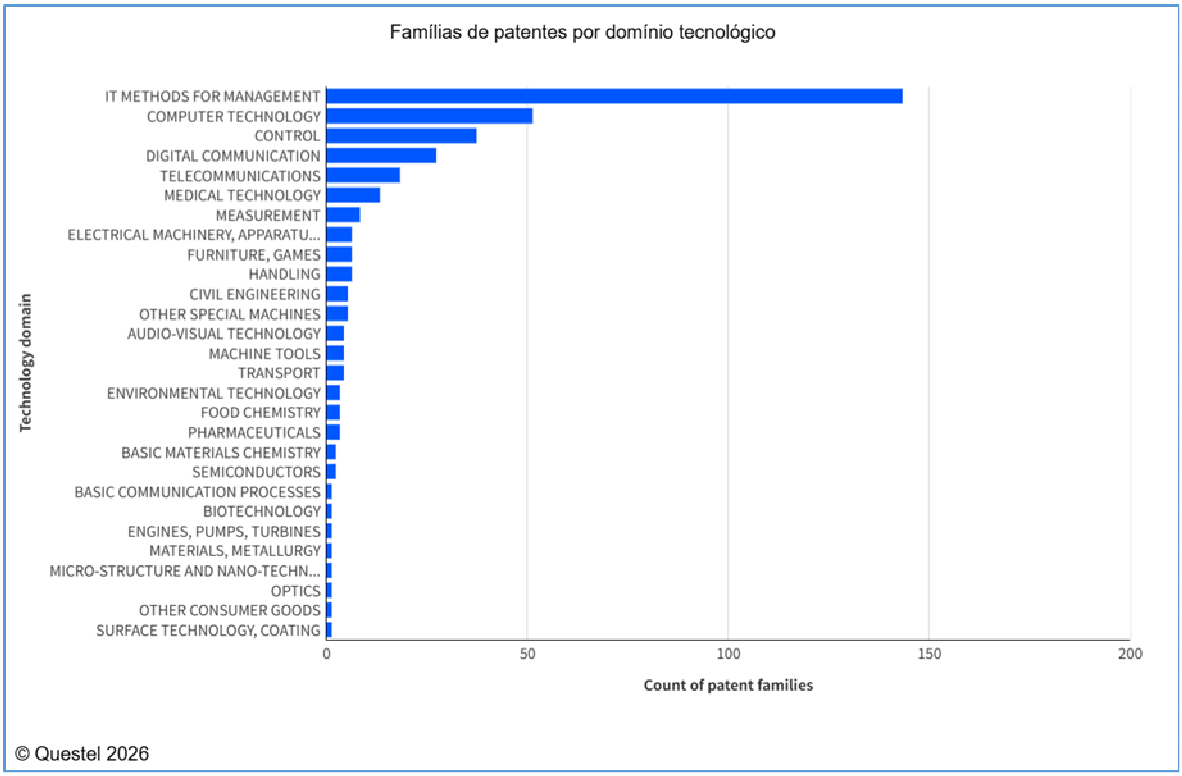
A distribuição geográfica dos depósitos revela forte concentração em determinados países, com destaque para a China, seguida por Índia e Estados Unidos. Esse cenário indica que a produção tecnológica relacionada à gestão da inovação está concentrada em economias com elevada capacidade de investimento em desenvolvimento tecnológico.

A presença dominante desses países sugere que o avanço em soluções voltadas à inovação está associado a ambientes que combinam escala produtiva, políticas de incentivo e forte articulação entre tecnologia e mercado. Em contraste, observa-se participação mais limitada de outros países, indicando uma distribuição desigual da produção tecnológica nesse campo.

4.3.3 Principais organizações depositantes

A análise também permite identificar organizações responsáveis pelos depósitos de patentes, incluindo empresas, universidades e centros de pesquisa.

Figura 4 - Principais organizações depositantes



Fonte: Orbit Intelligence (2026).

A análise dos domínios tecnológicos evidencia a predominância de áreas relacionadas à tecnologia da informação, com destaque para métodos de gestão baseados em sistemas computacionais. Também se observam contribuições de áreas como comunicação digital, controle e telecomunicações, reforçando o caráter transversal da gestão da inovação.

Esse resultado indica que a inovação, no contexto tecnológico, está fortemente associada ao uso de ferramentas digitais, sistemas de informação e soluções baseadas em tecnologia. Ao mesmo tempo, a presença de múltiplos domínios demonstra que a gestão da inovação não se restringe a um único campo, mas envolve a integração de diferentes áreas do conhecimento.

4.4 Análise integrada dos resultados

A análise combinada dos resultados do Radar de Inovação e da prospecção tecnológica permite evidenciar uma relação importante entre diagnóstico organizacional e tendências tecnológicas. Enquanto o radar indica que a dimensão inovação apresentou evolução mais limitada nas empresas analisadas, a prospecção tecnológica revela a existência de diferentes soluções, métodos e ferramentas voltadas ao fortalecimento da gestão da inovação.

Esse contraste evidencia que o desafio enfrentado pelas micro e pequenas empresas não está necessariamente na ausência de tecnologias ou abordagens disponíveis, mas na dificuldade de incorporar essas soluções à rotina organizacional de forma estruturada. Em outras palavras, observa-se um distanciamento entre a disponibilidade de soluções no ambiente tecnológico e a capacidade das empresas de internalizá-las no contexto da gestão.

Nesse sentido, instrumentos de diagnóstico como o Radar de Inovação podem desempenhar papel relevante ao identificar lacunas nas práticas empresariais e orientar processos de melhoria, na medida em que permitem avaliar a maturidade organizacional em relação às práticas inovadoras (SERAFIM, 2011). Ao mesmo tempo, a prospecção tecnológica amplia a compreensão sobre o repertório de soluções já existentes, contribuindo para a identificação de caminhos que possam apoiar o desenvolvimento de práticas inovadoras, especialmente quando apoiada em informações extraídas de documentos de patentes e voltada ao monitoramento tecnológico (AMPARO; RIBEIRO; GUARIEIRO, 2012)

A articulação entre diagnóstico organizacional e monitoramento tecnológico pode, portanto, contribuir para o desenvolvimento de abordagens mais estruturadas de gestão da inovação, especialmente no contexto das micro e pequenas empresas do setor de serviços.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar o comportamento da dimensão inovação em micro e pequenas empresas do setor de serviços da cidade de Salvador/BA, com base nos resultados obtidos por meio da aplicação do Radar de Inovação no período de 2022 a 2024 pelo Sebrae-Ba.

A análise evidenciou que, embora tenham ocorrido avanços em diferentes dimensões relacionadas à gestão empresarial, como controles gerenciais, marketing e transformação digital, a dimensão inovação apresentou evolução mais restrita. Mesmo com crescimento ao longo do período analisado, o nível alcançado permaneceu relativamente inferior quando comparado às demais dimensões do radar.

Esse resultado reforça a percepção de que a inovação em micro e pequenas empresas, especialmente no setor de serviços, ainda encontra barreiras ligadas à organização interna, à limitação de recursos e à dificuldade de transformar melhorias pontuais em práticas inovadoras mais estruturadas, conforme a perspectiva adotada pelo Manual de Oslo (MANUAL DE OSLO, 2018).

Nesse contexto, o Radar de Inovação mostrou-se um instrumento relevante para o diagnóstico da capacidade inovadora das empresas, permitindo identificar áreas de maior maturidade e dimensões que ainda demandam maior desenvolvimento (SERAFIM, 2011).

A etapa de prospecção tecnológica contribuiu para ampliar essa discussão ao evidenciar a existência de tecnologias, métodos e ferramentas voltadas à gestão da inovação em diferentes contextos organizacionais. A análise das bases de patentes revelou que diferentes países, instituições e organizações têm desenvolvido soluções relacionadas ao tema, demonstrando crescente interesse tecnológico em instrumentos e metodologias voltados ao fortalecimento da inovação. Além disso, a literatura indica que o uso de técnicas de avaliação e prospecção tecnológica pode contribuir para ampliar a capacidade das organizações de identificar oportunidades e ameaças futuras, fortalecendo sua consciência sobre o futuro e suas condições de inovar (OZAKI; FONSECA; WRIGHT, 2013).

A articulação entre os resultados empíricos obtidos por meio do Radar de Inovação e as evidências identificadas na prospecção tecnológica permitiu observar que o desafio enfrentado pelas micro e pequenas empresas pode estar menos relacionado à ausência de soluções e mais à dificuldade de incorporar essas práticas de forma estruturada no cotidiano organizacional.

Dessa forma, instrumentos de diagnóstico, aliados ao monitoramento tecnológico e à adoção de métodos de gestão da inovação, configuram-se como elementos relevantes para o fortalecimento da capacidade inovadora das micro e pequenas empresas, especialmente no setor de serviços.

Como limitação da pesquisa, destaca-se que o estudo se baseia em um recorte específico de empresas participantes de um programa de apoio à inovação, localizado em um contexto regional delimitado. Pesquisas futuras podem ampliar essa análise para outros setores econômicos e regiões, bem como investigar de forma mais aprofundada os fatores organizacionais que influenciam o desenvolvimento da inovação em pequenos negócios.

REFERÊNCIAS

AMPARO, K. K. S.; RIBEIRO, M. C. O.; GUARIEIRO, L. L. N**. Estudo de caso utilizando mapeamento de prospecção tecnológica como principal ferramenta de busca científica.** Perspectivas em Ciência da Informação, v. 17, n. 4, p. 195-209, out./dez. 2012.

CAVALCANTI FILHO, A. M.; OLIVEIRA, M. R. G.; CAVALCANTI, A. M. Análise do desempenho em inovação das micro e pequenas empresas de TIC em Pernambuco. **Revista Brasileira de Administração Científica,** Aquidabã, v.3, n.2, p.41□56, 2012.

DE BES, F. T.; KOTLER, P. **A bíblia da inovação**. São Paulo: Lua de Papel, 2011.

DRUCKER, P. F. The discipline of innovation. **Harvard Business Review,** Boston, v. 80, n. 8, p. 95-104, 2002.

FECOMÉRCIO BA. **Cenário positivo:** setor de Serviços na Bahia registra expansão de 6,7% em 2023, ultrapassando estados da região e a média nacional. Disponível em: https://fecomercioba.com.br/cenario-positivo-setor-de-servicos-na-bahia-registra-expansao-de-67-em-2023-ultrapassando-estados-da-regiao-e-a-media-nacional/. Acesso em: 29 mar. 2026.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. p. 2-200.

IBGE. **Pesquisa de Inovação Semestral 2023:** indicadores básicos. Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/ciencia-tecnologia-e-inovacao/35867-pesquisa-de-inovacao-semestral.html\>. Acesso em: 15 mar. 2026.

KOTLER, P; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. Tradução de Mônica Rosenberg, Cláudia Freire, Brasil Ramos Fernandes. 12. ed. São Paulo - SP: Pearson Prentice Hall, 2006.

KUPFER, D.; TIGRE, P. B Prospecção tecnológica. In: CARUSO, L. A; TIGRE, P. B. (Org.). **Modelo SENAI de prospecção**: documento metodológico. Montevideo: OIT/CINTERFOR, 2004. (Papeles de la Oficina Técnica, n. 14).

LOVELOCK, C; WIRTZ, J. **Marketing de serviços**: pessoas, tecnologia e resultados. Tradução de Arlete Simille Marques; Revisão de Edson Crescitelli. 5.ed. São Paulo - SP: Pearson Prentice Hall, 2006.

MANUAL DE OSLO. **Manual de Oslo – OCDE 4ª Edição 2018**. Disponível em: <https://www.gov.br/agu/pt-br/composicao/cgu/cgu/modelos/cti/consulta/manual-de-oslo-ocde-4a-edicao-2018.pdf/view>. Acesso em: 29 mar. 2026.

ORBIT INTELLIGENCE. **Orbit Intelligence**. Disponível em: https://www.orbit.com/. Acesso em: 29 mar. 2026.

OZAKI, A. M.; FONSECA, F.; WRIGHT, J. T. C. **Prospecção tecnológica e consciência sobre o futuro:** um estudo sob a ótica das capacidades dinâmicas utilizando modelagem de

equações estruturais**.** RAI – Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 98-118, jan./mar. 2013. DOI: 10.5773/rai. v10i1.1078.

RIES, E. **A Startup Enxuta:** Como os Empreendedores Atuais Utilizam a Inovação Contínua para Criar Empresas Extremamente Bem-sucedidas. São Paulo: Leya, 2012.

SAWHNEY *et al.* The 12 different ways for companies to innovate: Companies with a restricted view of innovation can miss opportunities. A new framework called the "innovation radar" helps avoid that. **MIT Sloan Management Review**, Cambridge, v. 47, n. 3, p. 75-81, abr./2006. Disponível em: https://sloanreview.mit.edu/article/the-different-ways-for-companies-to-innovate/. Acesso em: 13 dez. 2025.

SEBRAE. **Manual de metodologia da capacitação do programa ALI**. Universidade Corporativa SEBRAE: Brasília, 2022.

SERAFIM, L. **O Poder da Inovação**: Como alavancar a inovação na sua empresa. 1. ed. São Paulo - SP: Saraiva, 2011. p. 5-237.

TAJRA, S.; RIBEIRO, J. **Inovação na prática:** Design Thinking e Ferramentas Aplicadas a Startups**.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.

Como Referenciar este Artigo, conforme ABNT:

SILVA, L. M. M; RABÊLO, O. S. A Dimensão da Inovação em Micro e Pequenas Empresas do Setor de Serviços: Análise do Radar de Inovação a Partir do Programa Ali. **Rev. FSA**, Teresina, v. 23, n. 7, art. 1, p. 3-21, jul. 2026.

Contribuição dos Autores	**L. M. M. Silva**	**O. S. Rabêlo**
1) concepção e planejamento.	X	X
2) análise e interpretação dos dados.	X	
3) elaboração do rascunho ou na revisão crítica do conteúdo.	X	X
4) participação na aprovação da versão final do manuscrito.	X	X