



## **A COMPETITIVIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS INDUSTRIAIS DO RAMO METALMECÂNICO SITUADAS NO MUNICÍPIO DE CHAPECÓ, SC**

Roberto M. Dall'Agnol <sup>1</sup>

Jéssica Lucia Gomes Dos Santos <sup>2</sup>

Jaqueline Dall'Aqua <sup>3</sup>

Uma atuação bem sucedida no mercado empresarial requer a busca contínua por alternativas de manutenção competitiva. Nesse sentido, é fundamental que as organizações busquem formas que as diferenciem de seus concorrentes, seja em produtos ou em processos, que possam refletir em vantagens percebidas pelos seus clientes e delimitadoras de um posicionamento estratégico frente ao mercado. Uma importante alternativa para se obter maior competitividade é a adoção de práticas voltadas à inovação. Embora essa busca se apresente desafiadora, especialmente em empresas micro e pequenas, há indicativos que demonstram serem mais exitosas, em seu objetivo, as organizações que mantêm foco na inovação. Mesmo que a inovação seja uma alternativa notadamente bem sucedida, a mesma parece não se mostrar como uma prática constante e integrada ao cotidiano das micro e pequenas empresas, o que se refletiu como problemática a ser estudada no presente trabalho, para isso se estabeleceu como recorte um conjunto de micro e pequenas empresas do ramo metalmeccânico do município de Chapecó/SC, associadas entre si via representação sindical, com o objetivo de diagnosticar a situação, especialmente quanto as suas práticas ligadas a promoção da inovação em seus produtos e processos. A pesquisa encontra justificativa na pretensão de se conhecer o ambiente estrutural e de compreensão dessas organizações quanto a inovação e, conseqüentemente, a sua situação competitiva, produzindo elementos que possibilitem projetos e ações futuras visando potencializar a percepção da importância da inovação e contribuir indicando a adoção de práticas inovadoras voltadas à competitividade, favorecendo a manutenção dessas organizações e dos empregos gerados, além de adicionar valor à economia local, favorecendo potencialmente o desenvolvimento. O estudo realizado adotou uma metodologia sistêmica visando interrelacionar a teoria acerca da inovação e da competitividade com as constatações práticas; a abordagem foi qualitativa, de caráter exploratório e descritivo; os procedimentos constaram de revisão bibliográfica e questionários,

---

<sup>1</sup> Doutor em Engenharia e Gestão do Conhecimento e Mestre em Engenharia de Produção (UFSC). Professor adjunto do Curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS, Campus de Chapecó(SC). Coordenador de projeto de pesquisa submetido e aprovado no edital 218/UFFS/2013 [roberto.dallagnol@uffs.edu.br](mailto:roberto.dallagnol@uffs.edu.br)

<sup>2</sup> Acadêmica concluinte do curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS, Campus de Chapecó(SC). Pesquisadora voluntária de projeto de pesquisa submetido e aprovado no edital 218/UFFS/2013. [jessylg2009@hotmail.com](mailto:jessylg2009@hotmail.com)

<sup>3</sup> Acadêmica concluinte do curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS, Campus de Chapecó(SC). Pesquisadora voluntária de projeto de pesquisa submetido e aprovado no edital 218/UFFS/2013. [jvdallaqua@gmail.com](mailto:jvdallaqua@gmail.com)

adaptados do Pintec (IBGE, 2011) e Silva, Hartman e Reis(2008), dirigidos a gestores de 28 micro e pequenas empresas instaladas em Chapecó(SC), associadas sindicalmente, cuja atividade principal seja a fabricação de produtos que utilizam como principal matéria-prima o metal. As perguntas levaram em consideração o período de 2010 a 2013. Dentre as 28 empresas pesquisadas, foram obtidas 20 respostas, correspondendo a 71,43% da população. Quanto aos produtos, os resultados apontaram que 55% produziu inovações, sendo 81,8% aprimoramentos e 22,2% novos; o desenvolvimento ocorreu 100% internamente. Em relação aos processos, apenas 15% indicaram ter inovado, sendo 66,6% aprimoramentos e 33,3% novos; o desenvolvimento ocorreu 100% internamente. Referente a inovação em Marketing, Atividades inovativas internas e fontes de inovação, se observaram relatos em menos de 40% das respondentes. Sobre os impactos da inovação, se destacaram a redução de custos e a ampliação de mercados. No tocante aos obstáculos à inovação, se verificou não haver muitos esforços internos para inovar; também, as respondentes relataram dificuldades financeiras, tecnológicas e de pessoal como as maiores barreiras. Concluiu-se que as inovações incipientes, apenas baseadas no aprimoramento; não havendo cooperação externa, limita a capacidade competitiva, o financiamento e, conseqüentemente, a manutenção e expansão da atividade.

**Palavras chave:** Inovação. Vantagem Competitiva. Indústria.