

INOVAÇÃO DE PRODUTOS NA PEQUENA EMPRESA AGROINDUSTRIAL EM MOÇAMBIQUE

André Maputa¹
Caroline Rodrigues Vaz²
Mauricio Uriona Maldonado³

Resumo

Desta forma, o artigo tem por objetivo investigar o processo de inovação de produtos em pequenas empresas agroindustrial em Moçambique. Trata-se da abordagem qualitativa- exploratória, cujo método foi o estudo multicaso. Como instrumento de coleta de dados, usou-se o questionário por meio do *Google Forms* e o estudo dos dados foi feito pela análise de conteúdo. Como resultado, a inovação de itens está centrada nos projetos de incubação que visam garantir a competitividade do produto, a interação entre trabalhadores por intermédio da apresentação de novos produtos ou de novas ideias que visam aprimorar os produtos lançados no mercado. Sobre o melhoramento da qualidade da farinha de milho branca fortificada produzida, o desafio das empresas analisadas centra-se na incitação de trabalhadores a fomentarem novas ideias.

Palavras-chave: *agroindustrial; inovação de produtos; pequena empresa.*

Abstract

Therefore, the article aims to investigate the process of product innovation in small agro-industrial companies in Mozambique. This is a qualitative-exploratory approach, whose method was the multi-case study. As a data collection instrument, a questionnaire was used through Google Forms and the data was studied using content analysis. As a result, item innovation is centered on incubation projects that aim to ensure product competitiveness, interaction between workers through the presentation of new products or new ideas that aim to improve products launched on the market. Regarding improving the quality of the fortified white corn flour produced, the challenge for the companies analyzed focuses on encouraging workers to encourage new ideas.

Keywords: *agroindustrial; products innovation; small business.*

¹ Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Floripa – Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5201-0249>. email: amaputa2@gmail.com

² Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Floripa – Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0378-2533>. e-mail: caroline.vaz@ufsc.br

³ Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Floripa – Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1174-4828>. e-mail: m.uriona@ufsc.br

Resumen

Por tanto, el artículo tiene como objetivo investigar el proceso de innovación de productos en pequeñas empresas agroindustriales en Mozambique. Se trata de un enfoque cualitativo-exploratorio, cuyo método fue el estudio de casos múltiples. Como instrumento de recolección de datos se utilizó un cuestionario a través de Google Forms y los datos se estudiaron mediante análisis de contenido. Por ello, la innovación de item se centra en proyectos de incubación que tienen como objetivo asegurar la competitividad de los productos, la interacción entre los trabajadores a través de la presentación de nuevos productos o nuevas ideas que tienen como objetivo mejorar los productos lanzados al mercado. En cuanto a mejorar la calidad de la harina de maíz blanco fortificada producida, el desafío para las empresas analizadas se centra en incentivar a los trabajadores a impulsar nuevas ideas.

Palabras llave: *agroindustrial; innovación de producto; pequeños negocios.*

1 INTRODUÇÃO

A literatura considera que as tecnologias adaptadas pelas empresas de grande e pequeno porte influenciam significativamente a alteração de ações relacionadas à produção, aos processos de negócios, às capacidades humanas e ao estilo empresarial. Isso acontece de modo que, estrategicamente, essas atividades possam contribuir para a introdução de mudanças e de oportunidades em relação às fontes tecnológicas. Nessa perspectiva, a sociedade se constitui em promotora principal dessas mudanças que englobam o processo de promoção da inovação, sem uma limitação de ruptura de paradigma ou exploração de meios computacionais (Oliveira *et al.*, 2021).

Em um outro entendimento aborda-se que as pequenas empresas que utilizam o modelo de gestão de inovação tradicional têm o desafio de desdobrar esforços de toda a equipe de trabalho, a fim de garantir seu progresso por meio da aplicação de conhecimentos inovadores. Dessa forma, é possível obter resultados diferentes das grandes empresas que utilizam alta tecnologia. Nesse contexto inovador, para que essas empresas tirem as vantagens sustentadas pela inovação, devem tanto obter como gerir os meios disponíveis para tal empreendimento. (G. Silva & Di Serio, 2021).

Um estudo realizado recentemente considera que para que haja incremento na atuação no ambiente competitivo, as pequenas empresas devem focar na busca de soluções alternativas baseadas em inovação tanto nos produtos quanto na gestão ou em seus processos. No mercado competitivo, a inovação de processo possibilita às empresas identificar, analisar, compreender e manipular certas variáveis que norteiam o processo dinâmico em um determinado contexto, agregando valor à empresa e aos acionistas (Serafin *et al.*, 2022).

A justificativa de tal estudo reside no entendimento do que a literatura recomenda para desenvolver pesquisas nas micro e pequenas empresas, abordando a inovação, focadas em outros setores de atividades, independente da região, de maneira a comparar os resultados obtidos em outras pesquisas (R. F. dos Santos & Callado, 2022).

A pesquisa realizou busca nos bancos de dados que abordam a inovação e o ecossistema de inovação ou sistema de inovação no contexto Moçambicano, tendo como resultado a identificação da Estratégia de Ciência, Tecnologia e Inovação de Moçambique (ECTIM) aprovada pelo Conselho de Ministros na 15ª Sessão ordinária de 27 de junho de 2006, do Código da Propriedade Industrial de Moçambique. Esses documentos foram identificados no Google por meio do Portal do Governo de Moçambique e no artigo *The Agribusiness Innovation Center of Mozambique: Developing Value Adding Market - led Post - harvest Processing Enterprises in Mozambique*.

A literatura apresenta aos dirigentes-proprietários das pequenas empresas as características ou atributos pessoais que podem concorrer para dificultar o processo de inovação dentro de uma empresa como: a fraca disponibilidade financeira para investir em ações de inovação; a falta de tempo para dedicar-se ao processo; e a inexistência de um plano de ação que otimize o processo, de uma cultura de inovação, de um apoio institucional, de cooperação, de flexibilidade interna e de programas de treinamento (G. Silva & Di Serio, 2021). A lacuna da pesquisa a ser preenchida com este artigo é: qual é o desafio em relação à realização do processo de inovação e registro de produtos na pequena empresa agroindustrial em Moçambique?

Desta forma, o objetivo da pesquisa é investigar o processo de inovação de novos produtos em pequenas empresas agroindustrial de Moçambique. O material analisado mostra que há escassez de publicações que abordam o tema estudado no contexto moçambicano e abre, dessa forma, oportunidades de pesquisas por conta das lacunas existentes.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para este trabalho será apresentado dois tópicos detalhados de conceitos e definições que ajudaram ao entendimento para os resultados e discussões, sendo eles: i) inovação de produtos; ii) panorama de pequenas empresas agroindustriais de Moçambique.

2.1 INOVAÇÃO DE PRODUTOS

Inovação é uma ferramenta que beneficia os empresários nos negócios, em novos produtos, em uma nova tecnologia, em aprimoramento de produtos e criação de serviços

competitivos. Outrossim, permite enxergar novos horizontes do mundo comercial e social, interagir com outras pessoas não apenas em ambientes corporativos como também em ambientes sociais em que os indivíduos tornam-se mentores de iniciativas e criadores de novos valores. Nos serviços e processos, a inovação permite aumentar a eficiência e reduzir o uso de meios e custos (Genauch *et al.*, 2023).

De acordo com Alcântara *et al.* (2023), a inovação compreende um conjunto de técnicas que envolvem a concepção, o desenvolvimento, o planejamento e a estruturação resultante da aplicação de novos e/ou aprimoramento de produtos e processos. O casamento entre a inovação e o ambiente organizacional pode apresentar maior impacto quando se trata de pequenas empresas, devido à maior vulnerabilidade ligada à influência de fatores externos e devido às vantagens competitivas que esse segmento apresenta. Quando comparado com as grandes empresas, os pequenos negócios estão se tornando cada vez menos sustentáveis.

Considera-se que existe disparidade entre as empresas inovadoras e as empresas tradicionais em relação à forma de atuação no mercado genérico por meio da conectividade digital, por apresentarem uma característica proativa no trabalho resiliente assim como agilidade em se adaptar com muita facilidade ao ambiente em que atuam. A dinâmica do trabalho corrige o papel desempenhado pelos colaboradores na esfera empresarial, onde a criatividade se constitui em uma ação promotora de inovação, diferenciação, aceitabilidade, adequação e utilidade (Mota *et al.*, 2022).

A inovação radical de produtos é vista como um projeto que majoritariamente passa por um novo cenário de desenvolvimento de itens considerados altamente inovadores, com registro de significativas melhorias de performance, que possibilitam contribuir para a geração de novos produtos, embora com tendências alinhadas a incertezas e riscos. Nesse viés, a inovação incremental de produtos e serviços – um processo que trata do enquadramento de pequenas melhorias parciais – a partir dos conhecimentos que no passado foram consolidados, de certa maneira, registram a possibilidade de incorrer também não apenas em pequenos riscos como também em incertezas (Araújo & Jugend, 2016; Lobo & Pitassi, 2022; Oliveira *et al.*, 2021).

2.2 PANORAMA DE PEQUENAS EMPRESAS AGROINDUSTRIAIS DE MOÇAMBIQUE

Em Moçambique, a categorização das PMEs obedece a dois critérios fundamentais: volume de negócios e número de trabalhadores, sendo válidos para todos os setores de atividades econômicas, de acordo com o Estatuto Geral das Micro, Pequenas e Médias Empresas

(Decreto nº 44/2011, de 11 de setembro). A agroindústria é uma parte importante do setor da agricultura como um todo, onde a indústria alimentar, de bebidas e de tabaco constituem aproximadamente 70% de toda a indústria manufatureira do país (Brethenoux *et al.*, 2013). Para os autores em Moçambique o agroprocessamento ainda está muito abaixo das oportunidades oferecidas pelo potencial agrícola dada a inexistência de um setor privado forte e vibrante, pré-requisito para um crescimento econômico e social inclusivo, conducente à redução da pobreza e das desigualdades sociais. Grande parte das explorações agrícolas são de subsistência ou emergentes, cuja produção não está voltada ao mercado, não gerando assim excedentes, ingrediente essencial para o desenvolvimento da agroindústria ou agroprocessamento.

Assim, existe um grande potencial para o desenvolvimento de várias cadeias de valor que apoiem o processamento pós-colheita na horticultura, na ração animal, nas oleaginosas e nas amêndoas (Brethenoux *et al.*, 2013).

As pequenas empresas da indústria alimentar e de bebidas contribuem com 25% e 13% respectivamente para toda a produção industrial moçambicana. Cerca de 55% das indústrias do país estão localizadas na Cidade e Província de Maputo e de Sofala. No entanto, estão surgindo com destaque para a zona sul várias pequenas indústrias alimentares de processamento do amendoim, tapioca (farinha de mandioca), farinha de coco, mapira e soja (Brethenoux *et al.*, 2013).

Na Indústria do Açúcar, a produção nacional quase duplicou nos últimos 5 anos e deve continuar a crescer. O clima favorável e a disponibilidade de terras de alta qualidade beneficiam o crescimento do setor. Acordos de comércio preferencial com a União Europeia (UE) e a SACU (União Aduaneira da África Austral) permitem a exportação do açúcar nacional em condições favoráveis (Brethenoux *et al.*, 2013).

Para esses autores, as fábricas obtêm a cana-de-açúcar a partir das suas próprias plantações e de pequenos produtores locais o que estimula a geração de renda para as famílias de camponeses envolvidas na produção da cana-de-açúcar e permite a melhoria das condições de vida dessas populações. A produção atual de açúcar é cerca de 355.000 toneladas por ano, ficando um excedente de 106 toneladas, cujo mercado é a exportação. Estima-se que o consumo nacional do açúcar *per capita* é de 8,3 quilos (kg) por ano, correspondente a 249.000 tons por ano. A refinação do açúcar iniciou em novembro de 2018 na Refinaria de Xinavane e marcou o fim do pacto colonial, até então vigente, que não permitia a refinação no país.

As pequenas empresas processadoras de óleo alimentar, segundo Oppewal, Cruz e Nhabinde (2016), para muitos países da África Subsaariana o peso do óleo alimentar nas importações é bastante elevado. Esses autores apontam que o potencial agrícola do continente –

o óleo alimentar – parece ser um candidato natural para uma agenda de substituição de importações. Moçambique não foge à regra, pois produz um variado conjunto de sementes oleaginosas que fornece às fábricas locais para fabricação de óleos alimentares. Esse conjunto inclui o algodão, o coco, a soja, o girassol, o amendoim e o sésamo/gergelim.

As pequenas empresas moageiras são responsáveis pela moagem de milho e de trigo e estão localizadas nas cidades de Maputo, Beira, Nampula e Nacala. Existe também um número considerável de moleiros instalados em aldeias por todo o país. O milho é utilizado como matéria-prima e 90% desse resulta de produções agrícolas familiares. O trigo é praticamente todo importado e é moído por quatro grandes fábricas de farinha de trigo, localizadas junto aos portos de Maputo (2) Beira e Nacala, o qual é posteriormente utilizado para a produção de pão, massa e bolachas (Oppewal *et al.*, 2016).

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

A presente pesquisa classifica-se como exploratória e uma abordagem qualitativa. De acordo com o seu objetivo, adotou-se o método múltiplos casos e a análise de conteúdo para verificação dos dados coletados por meio da aplicação de questionário a duas pequenas empresas agroindustriais de Moçambique, usando a plataforma *Google Forms*.

Para a revisão da literatura, usou-se a *string* de busca “*innovation*” OR “*business innovation*” OR “*product innovation*”, na qual foram utilizadas para identificar conteúdos que discutem inovação nas pequenas empresas com o objetivo de identificar materiais que tratam do tema estudado nos periódicos científicos e bancos de dados. As buscas destes artigos brutos ocorreram no período de abril a maio de 2023.

Nos filtros dos bancos de dados, usou-se o critério de seleção “somente artigos” em inglês e portuguesa e revisões publicadas em periódicos científicos e nos bancos de dados como *Elsevier*, *Google Acadêmico* e *Scopus* de 2019 até 2023 e o *site* do Portal do Governo de Moçambique. A delimitação de estudo, considerando sobretudo os artigos em inglês, foi por entender que os periódicos científicos e os bancos de dados apresentam predominância de artigos em língua inglesa como também uma prática disseminada nos periódicos de artigos em língua vernácula, incrementando a abrangência de leitores como nos documentos Estratégia de Ciência, Tecnologia e Inovação de Moçambique, Código da Propriedade Industrial de Moçambique e *The Agribusiness Innovation Center of Mozambique Developing Value Adding Market led Post harvest Processing Enterprises in Mozambique* que foram identificados no *Google*. No entanto, para a filtragem dos artigos brutos nessa etapa da pesquisa, foram excluídos os artigos que apresentavam publicações duplicadas bem como as que não eram artigos

científicos, destacando os que não apresentavam relação com o tema estudado. Esse trabalho resultou na extração de 312 artigos.

O passo subsequente foi a realização de uma leitura de todos os títulos, com o intuito de aferir o alinhamento desses com o tema estudado e, para tal, os títulos que não tratavam especificamente do tema foram excluídos, resultando a inclusão de 104 artigos. Utilizou-se como base i) período de publicação, ii) análise de números de citações, considerando no mínimo 11 que corresponde a 95% das citações de todos os artigos e iii) artigos com autorias mais citados, para verificar a relevância científica desses e por último, até ao final do processo prevaleceram os artigos cujos resumos estavam alinhados com a temática, sendo que 78 artigos foram submetidos a ilegitimidade para leitura integral, resultando, assim, a exclusão de 16 artigos, tendo prevalecido 62, desses, 40 artigos compuseram o embasamento teórico. Os dados empíricos foram obtidos mediante aplicação do questionário, conforme citado anteriormente, como instrumento de coleta de dados.

3.1 PATENTE *VERSUS* PATENTÁRIO

Patentes são consideradas resultados tangíveis em uma organização, por meio da qual utiliza-se o conhecimento. Esses resultados podem ser replicados a nível do sistema por possuir maiores detalhes considerados necessários para desenvolver pesquisa de inovação tecnológica. Nesse viés, informações são conservadas em um histórico da organização relacionado ao conhecimento tecnológico e à proteção tecnológica que se dá a nível nacional ou internacional, sendo que essa última pode ocorrer por meio do Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes (Fiates *et al.*, 2017; Thiago *et al.*, 2016).

Patentário é visto como um processo de registro de um produto inovador ou de uma ideia de forma a conceder direitos de propriedade intelectual ao titular da iniciativa, visando permitir e legitimar não apenas a apropriação de conhecimentos indígenas e locais, mas também a apropriação privada de um determinado bem considerado fundamental para sua salvaguarda (Teixeira, 2018).

No contexto Moçambicano, segundo o Conselho de Ministro (CM, 2006) a propriedade intelectual como conhecida é composta por dois componentes – os direitos de autor e a propriedade industrial. No entanto, essa última divide-se em patentes, marcas, modelos de utilidade e denominações de origem. Os resultados da ciência e da tecnologia expressam-se fundamentalmente pelos direitos de autor, as patentes e os desenhos industriais que constituem valores intangíveis e têm hoje uma importância crescente no comércio.

Para os países com economias vulneráveis, para além dos direitos de autor e das patentes, é estratégica a questão das denominações de origem e das marcas e considera-se a importância da gestão desses recursos intangíveis quer para o estabelecimento de parcerias externas quer para proteção dos direitos de comercialização do que é produzido no país, da regulação e de gestão da importação de transferência de tecnologia. Por considerar Moçambique membro da Organização Mundial de Propriedade Intelectual (*World Intellectual Property Organisation*), o Conselho de Ministros recomendou a consolidação do quadro legal e do regulador no componente de Direito de Propriedade Intelectual, devendo o país estar preparado tecnicamente para poder com segurança debater e fazer parte dos que apontam a solução para os assuntos que mereçam o envolvimento dos países.

Ainda no contexto moçambicano, segundo o Instituto de Propriedade Intelectual (IPI, 2015), o processo patentário é realizado mediante a solicitação de pedidos de registro de patente, marca, modelo de utilidade, desenho industrial e de outros direitos da propriedade industrial que são, no momento da sua apresentação, registrados segundo os processos legais, nos quais se indica o número, o dia e a hora da recepção, o nome e a residência do requerente, do seu mandatário, se houver, e a categoria dos direitos de propriedade industrial.

Para esta pesquisa, foram inquiridos dois dirigentes-proprietários e quatro trabalhadores das empresas pesquisadas que responderam as seguintes perguntas: 1) Quais projetos de inovação de produtos a empresa tem desenvolvido no seu dia a dia? 1.1) Qual tem sido a colaboração e o envolvimento dos trabalhadores nos projetos de inovação de produtos da empresa? 2) A empresa possui as condições necessárias que viabilizem a inovação de produtos? 2.1) Como ocorre o processo da inovação de produtos na empresa? 3) Qual o desafio da empresa face ao processo de inovação de produtos? 3.1) Como dirigente-proprietário que estratégias tem usado para se capacitar em matéria de gerenciamento? 4) Como é feita a gestão de projetos de inovação de produtos? 4.1) Como são conduzidos os projetos de inovação da empresa que estão em andamento? 5) Como tem sido o processo de registro de produtos, marca, ideias, embalagens etc. para a obtenção do título de patenteário?

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste tópico, será apresentado os resultados e discussão da pesquisa, que estão divididos em: i) Caracterização das pequenas empresas; ii) Capacidade de inovação dos produtos; iii) Processo da inovação de produtos; iv) Desafios da inovação de produtos; v) Projetos de inovação.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS PESQUISADAS

Essa parte destina-se à apresentação e discussão de informações empíricas, apresentadas e discutidas com a pretensão de atender o objetivo previamente definido como categorias na análise de conteúdo. A pesquisa foi realizada em duas pequenas empresas agroindustriais de Moçambique. Como forma de manter o anonimato das empresas pesquisadas elas são designadas pelos nomes fictícios de Empresa Agroindustrial Alfa e Empresa Agroindustrial Ômega.

4.1.1 Empresa Alfa

A empresa Alfa foi uma das empresas pesquisadas nesse estudo. Para análise foi feita entrevista com o dirigente – proprietário (28 anos) que possui licenciatura em Contabilidade e atua na empresa há 2 anos, ocupando a função de gerente. Além desse gerente, foram entrevistados 2 funcionários de 32 e 41 anos de idade com formação média. Atuam na empresa há 3 e 4 anos e ocupam os cargos de chefe do setor de produção e operário.

Fundada em 2020, com base nas cotas dos sócios (administradores) razão pela qual chama-se Sociedade Alfa. Antes da sua fundação, desenvolveram um estudo de viabilidade sobre o mercado (oportunidades e ameaças) e *a posteriori* desenvolveu-se o planejamento estratégico que foi conduzido pelos sócios. Especializada no processamento de milho em farinha fortificada tem 30 trabalhadores efetivos e 12 trabalhadores eventuais. Presta serviços de entrega de produto processado aos potenciais compradores, trabalha com pequenos e grandes revendedores, sediados na região norte e outras regiões do país, e com consumidores.

O grupo alvo são os pequenos consumidores, os revendedores grossistas/retalhistas (varejistas) e os supermercados sediados na província de Nampula e em outras regiões do país. Produz por mês no mínimo 1.000 toneladas de farinha de milho fortificada. A meta alcançada é em função da demanda por mês, ou seja, quanto mais a demanda maior é o processamento da farinha.

4.1.2 Empresa Ômega

A empresa Ômega é a outra empresa pesquisada nesse estudo. Para a análise foi feita entrevista com o dirigente - proprietário (55 anos), possui formação de pós-graduação em Gestão e Administração de Negócio e atua na empresa há 14 anos, ocupando a função de diretor da empresa. Foram entrevistados também 2 funcionários, 28 e 29 anos de idade, e possu-

em licenciatura. Atuam na empresa há 4 anos e há 45 dias, ocupando os cargos de oficial do agronegócio e oficial de projeto, respectivamente.

Fundada em 2016, a empresa é resultado da experiência adquirida pelos sócios na área do agronegócio e até de bolsa de desenvolvimento comunitário. Para consolidar essa experiência, decidiram criar essa empresa, e na sua criação foi desenvolvido um planejamento resultante da análise do ambiente externo, que contribuiu na definição de estratégia bastante clara e diferenciada ao nível do mercado, visando manter a competitividade. Esse processo foi conduzido pelos membros fundadores, resultando na elaboração do plano de negócio para identificar as oportunidades e garantir a diferenciação do mercado, tendo em conta que muitas vezes o mercado não é muito exigente na qualidade. A Ômega é especializada na produção de farinha de milho branca fortificada e farinha mista de milho e soja (papas enriquecidas) e presta serviços de desenvolvimento de negócios como as de assistência às Pequenas e Médias Empresas, cooperativas como associações em todo ciclo de atividades, desde o processo da criação, registro, desenvolvimento de estruturação, modelo de sistema de gestão, planejamento de negócio, ligação do mercado, entre outros. Como pequenos produtores também desenvolvem modelos de incubação de produtos, orientados para o mercado que permitem influenciar a mudança da prática de agricultura de subsistência comercial. Isso ajuda a criar maior capacidade do mercado para tornar-se mais competitivo como também para criar desenho de projetos, assessoria a sua implementação, estudo de base, avaliação de projetos, entre outros.

O grupo alvo são as pequenas e médias empresas, as cooperativas de diferentes ramos, associações de produtores emergentes, assessorias de agências de desenvolvimento criadas pelo governo, consumidores, pequenos e grandes revendedores, supermercados, entre outros. A empresa estabelece metas e objetivos mensais ou semestrais e anuais e baseia-se nos planos setoriais de trabalho para atingir as metas estabelecidas.

4.2 CAPACIDADE DA INOVAÇÃO DE PRODUTOS

Ficou claro que na empresa Alfa a inovação de produtos está centrada nos projetos de incubação que visam garantir a competitividade da empresa e desafia os trabalhadores a trazerem novas ideias. Em contrapartida, a empresa Ômega considera que a inovação ocorre nas embalagens e no incremento da qualidade do produto processado. Nesse contexto, as sugestões de novas ideias devem ser capitalizadas para que os conhecimentos e a inteligência possam contribuir significativamente neste processo, por exemplo, inovação inteligente no empacotamento de produtos. A inovação de produtos nas pequenas empresas exige uma capacidade adequada em termos hierárquicos, tecnológicos e comunicativos capazes de contribuir para

flexibilizar o processo, o compartilhamento, a captação de novos conhecimentos, a difusão de opiniões de trabalhadores a nível interno, aproveitamento de opiniões bem sucedidas, assim como manter o sistema de aprendizado organizacional mediante às falhas ocorridas dentro da empresa (M. J. dos Santos *et al.*, 2018).

4.3 PROCESSO DA INOVAÇÃO DE PRODUTOS

Para o entrevistado da Empresa Alfa a condução do processo de inovação passa pela interação entre trabalhadores por intermédio de apresentação de propostas de novas ideias para a inovação ou o aprimoramento de produtos lançados no mercado. Assim como o núcleo das indústrias moageiras que para analisar a relevância das ideias como a inovação de novos projetos, possui condições necessárias para implementá-los. Não tendo essas condições, a empresa recorre ao banco. Já a Empresa Ômega afirmou que, no caso de prestação de serviço, os recursos têm base no conhecimento e considera que o fator humano constitui uma peça-chave para garantir o sucesso da empresa.

A inovação de produtos nas pequenas empresas é vista como um processo de administração de recursos que visa contribuir para a criação de um procedimento. Uma técnica de desenvolvimento de um produto inédito, não somente mediante a efetiva aplicação prática de uma invenção e conceituação, mas também para estruturação e desenvolvimento, verificação e correção de problemas, oferta do produto ao mercado e *feedback* de diferentes consumidores (Knebel & Silva, 2022; Soares & Carvalho, 2022).

4.4 DESAFIO DA INOVAÇÃO DE PRODUTOS

Perguntado sobre os desafios enfrentados, o dirigente-proprietário da Empresa Alfa afirma que a empresa passa pelo desafio de adequar os instrumentos utilizados a uma dada inovação de produtos, ou seja, os instrumentos são diversificados, dependendo da inovação. Com o exemplo de embalagem há a diferenciação no que concerne à inovação para aumentar a qualidade do produto. O dirigente da Alfa se capacita em inovação por meio de pesquisa na internet e troca de experiência com as pessoas e as empresas que atuam em diferentes áreas. Ao passo que o dirigente da Empresa Ômega afirma que os instrumentos utilizados pela empresa são mais voltados para abordagens metodológicas no intuito de aprimorar o conhecimento ou a inovação de produtos de forma a garantir o alcance dos propósitos traçados.

Na atualidade, a empresa de pequeno porte enfrenta desafios relacionados com a utilização das tecnologias para inovação de produtos e serviços e com o uso dessas como suporte de gestão, das questões financeiras e estruturais que possam permitir ampliação do mercado,

quando comparada com as grandes empresas, que possuem recursos humanos qualificados tecnicamente, capazes de contribuir efetivamente na inovação de novos produtos (NUNES *et al.*, 2022).

4.5 PROJETOS DE INOVAÇÃO

De acordo com o dirigente – proprietário da Empresa Alfa – a gestão de inovação de novos produtos é um processo de previsão de atividades e o registro constitui uma das prioridades da empresa. Ele considera ainda que a empresa não tem projetos de inovação em curso, e a Empresa Ômega afirma que a gestão tem sido um processo de construção de conhecimentos a ser testado e aprovado, podendo ser utilizado em diferentes aspectos como a de venda de produtos inovados. Para essa empresa, os projetos em curso são ajustados em função das necessidades do mercado onde a gestão da inovação impacta o processo. Essa gestão, como um processo de planejamento de atividade concreta, passa por uma fase inicial, desenvolvimento e conclusão ou por entradas, processamentos e geração de resultados finais, mediante aplicação de métodos e formas adequadas que contribuem para agregar valor e pôr em prática as ideias (Knebel & Silva, 2022).

4.6 REGISTRO DE PRODUTOS

O dirigente-proprietário da Empresa Alfa afirmou que o registro de produtos, marcas, ideias dentre outros constitui um processo difícil de ter respostas no momento desejado, devido à amorosidade e à burocracia excessiva por parte do governo, no entanto, a empresa tem algumas marcas registradas e certificadas, e a Empresa Ômega esclareceu que o registro de qualquer ideia, embalagem de um produto, produto ou marca constitui um grande desafio para adquirir a propriedade intelectual no país e considera que as empresas estão empreendendo esforços para obter os títulos. Registro de marca de produto ou de serviço é um processo pelo qual uma empresa, um grupo de pessoas ou um indivíduo solicita a uma entidade legal para lhe conferir uma distinção de determinado produto ou serviço de outro que possa apresentar características semelhantes ou afins, visando facilitar sua identificação e proteção contra plágio e tem por finalidade a certificação da marca do produto ou serviço com algumas normas ou especificações técnicas com destaque de relevância para a qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada (Gomes *et al.*, 2022; Pinto *et al.*, 2018).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa concluiu que as empresas estudadas consideram que a inovação de produtos está centrada nos projetos de incubação que visam garantir a competitividade assim como no aprimoramento da qualidade da farinha de milho branca fortificada produzida. No entanto, o grande desafio para essas empresas é despertar nos trabalhadores a iniciativa de trazerem novas ideias e capitalizá-las para que os conhecimentos e as habilidades possam contribuir significativamente nesse processo, a exemplo da inovação inteligente no empacotamento de produtos.

As informações colhidas nas entrevistas mostram que as empresas pesquisadas, por um lado consideram que a condução do processo de inovação passa pela interação entre trabalhadores, por intermédio da apresentação de propostas de novas ideias para a inovação de novos ou aprimoramento de produtos lançados no mercado. No caso da inovação de novos projetos, uma das empresas pesquisadas apresenta condições necessárias para o efeito, caso não tenha condições desejadas, recorre-se ao banco, enquanto no processo de prestação de serviço os recursos têm-se baseado no conhecimento onde o fator humano é visto como uma peça-chave. As empresas não se centram apenas na diversificação de instrumentos utilizados para a inovação como a embalagem e o empacotamento, mas também as abordagens metodológicas para aprimorar o conhecimento ou a inovação de produtos. Os dirigentes das empresas pesquisadas, para manter a inovação de produtos e manter a empresa no mercado, se capacitam por meio da pesquisa na internet, da troca de experiência com diferentes pessoas e empresas, que atuam em diferentes ramos de atividades, implementação de diversas técnicas, processos de gestão e estratégias de desenvolvimento na busca por ciclos de evolução mais curtos.

Finalmente o registro de novos produtos, marcas, ideias, embalagens entre outros constitui um processo complexo. Para obter o título de propriedade intelectual, devido à morosidade e burocracia excessiva por parte do governo, constitui um desafio para as empresas, mesmo considerando que uma das empresas pesquisadas tem marca registrada e certificada. A gestão de inovação de novos produtos constitui não apenas um processo de previsão de atividades em que o registro de produtos, marcas, ideias, embalagens entre outros como também um processo de produção de novos conhecimentos utilizados para diversas finalidades como a de venda de produtos.

Desta forma, o trabalho recomenda como pesquisas futuras explorar como os métodos da inovação e a capacidade dinâmica absorptiva afetam o processo decisório estratégico em empresas de diferentes setores de atividades, visando o aprimoramento de seus produtos e serviços.

AGRADECIMENTO

Endereçamos o nosso agradecimento especial à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES/PROEX), pela participação na pesquisa através de financiamento 001.

REFERÊNCIAS

- Alcantara, I. R. de, Campo, R. B. de B., Careta, C. B., & Vian, C. E. de F. (2023). _____ *Peer Review under the responsibility of Escola de Administração e Negócios da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. ESAN/UFMS. This is an open access article.*
- Brethenoux, J., Costa, C., Giddings, S., Olafsen, E., Rebello, M., & Thaller, J. (2013). *The Agribusiness Innovation Center of Mozambique: Developing Value Adding Market led Post harvest Processing Enterprises in Mozambique.*
- Conselho de Ministros. (2006). *Estratégia de Ciência, Tecnologia e Inovação de Moçambique (ECTIM).*
- Fiates, G. G. S., Martins, C., Piccinini, A. C. G., & Coral, E. (2017). Sistema de Inovação Brasileiro, Desafios, Estratégias, Atores: um Benchmarking a partir de Sistemas Internacionais de Inovação. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia Da Fundace*, 8(3). <https://doi.org/10.13059/racef.v8i3.187>
- Genauch, C. D., Moinho, J., Silva, R. D. F., & Moinho, J. (2023). *Inovação no setor público: revisão sistemática de literatura Innovation in the public sector: systematic literature review.* 2955–2975. <https://doi.org/10.34117/bjdv9n1-206>
- Gomes, W. R. B., Oliveira, R. C. de, & Kieling, A. C. (2022). Propriedade Intelectual: Breve Panorama Sobre Indeferimento De Marcas No Brasil. *Administração de Empresas em Revista*, 4(30), 414–435.
- IPI. (2015). *CÓDIGO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL DE MOÇAMBIQUE.*
- Knebel, F., & Silva, R. M. (2022). *CENTRO DE ENSINO SUPERIOR DOS CAMPOS GERAIS – CESCAGE* http://www.cescage.edu.br/new/main.php?module=edit_edicoes ISSN 2175-8247 / 9ª Edição / Jan - Jul / 2010. c, 193–215.
- Medley, S., Teixeira, B., Alexandre, C., & Silva, D. F. (2023). *Artigo original inovação nas contratações públicas : uma análise das vantagens e desafios da implantação do almoxarifado virtual no âmbito do ifrn original article innovation in public procurement : an analysis of the advantages and challenges of deployin.* 50–81.
- Mota, T. L. N. da G., Galdino, S. M., Grangeiro Filho, J. W. A., Martins, Q. L. F., & Leal, F. D. P. (2022). Empreendedores “pós” pandemia: contribuição na gestão da inovação. *Revista de Administração Da UFSM*, 15(2), 370–387. <https://doi.org/10.5902/1983465968131>

- Nunes, C. L., Yamaguchi, C. K., & Facó, J. F. B. (2022). Inovação, Empreendedorismo E Pequenas Empresas. *Administração: Princípios de Administração e Suas Tendências - Volume 4*, 91–97. <https://doi.org/10.37885/220308212>
- Oliveira, R. R., Oliveira, R. R., & Ziviani, F. (2021). *Processo De Inovação No Contexto De Transformação Digital : Framewor para gestao da inovacao. 11*, 2–15.
- Oppewal, J., Cruz, A. da, & Nhabinde, V. (2016). *Estudo Sectorial : Cadeia de Valor do Frango em Moçambique*.
- Paschoiotto, W. P., Oliveira, V. de, Cunha, C. J. C. de A., & Silva, S. M. da. (2023). *Antecedentes do comportamento de inovação e empreendedorismo no setor público : caminhos para pesquisas futuras Antecedents of innovation and entrepreneurship behavior in the public sector : ways for future research*. 1062–1081. <https://doi.org/10.55905/revconv.16n.3-006>.
- Pinto, R. P., Missio, G., Saraiva, T. L., Filho, G. P., & Gomes, F. E. (2018). *REGISTRO DE MARCAS COMO PASSO INICIAL PARA MAIOR COMPETITIVIDADE ECONÔMICA DAS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE*. 1–23.
- Santos, M. J. dos, Perin, M. G., & Sampaio, C. H. (2018). Capacidade de inovação de produto: percepção dos gestores. *Revista Pretexto*, 19(1), 43–55. <https://doi.org/10.21714/pretexto.v19i1.3775>
- Santos, R. F. dos, & Callado, A. A. C. (2022). Balanced Scorecard e gestão do conhecimento em micro e pequenas empresas. *Revista Perspectivas Em Gestão & Conhecimento*, 82–106.
- Serafin, V. F., Severo, E. A., De Guimarães, J. C. F., Rotta, C., & Philereno, D. C. (2022). Innovation and human resources practices in companies of Southern Brazil. *Revista de Administração Da UFSM*, 15(1), 37–61. <https://doi.org/10.5902/1983465963785>
- Silva, M. V. V. da, & Silva, J. E. da. (2016). A Organização mundial da propriedade intelectual e a necessidade de adoção transnacional de medidas para promoção das patentes verdes. *Análise Social*, 1(1), 16. <https://doi.org/10.21902/Organiza>
- Silva, G., & Di Serio, L. C. (2021). Inovação em pequenas empresas: rumo a uma abordagem de inovação centrada no proprietário. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 23(3), 519–535.
- Soares, G., & Carvalho, M. R. de O. (2022). *Aplicação do radar da inovação em pequenas empresas : dimensão ambiência inovadora application of the innovation radar in small companies : innovative ambience dimension. 2018*, 271–280.
- Teixeira, A. V. (2018). Revista de Direito, Inovação, Propriedade Intelectual e Concorrência. *Revista de Direito, Inovação, Propriedade Intelectual e Concorrência*, 4(1), 37–58.
- Thiago, J. C. C., Ana, L. V, Marcelo, S., & Frederico, G. P. (2016). *O sistema de inovação brasileiro : uma análise crítica e reflexões*.