

**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico  
**Evento:** XXIII Seminário de Iniciação Científica

## **INOVAÇÃO DE VALOR: UM ESTUDO DAS PRÁTICAS REALIZADAS PELO SEBRAE – UNIDADE DE SANTA ROSA PARA DESBRAVAR O MERCADO INEXPLORADO<sup>1</sup>**

**Lucas Adiel Escher<sup>2</sup>, Daniel Wilkomm<sup>3</sup>, Jacson Machter Martens<sup>4</sup>, Tiago Montini<sup>5</sup>, Sandro Rafael Nedel<sup>6</sup>.**

<sup>1</sup> Estudo de Jogos Empresariais. Grupo de pesquisa sobre o livro “A estratégia do oceano azul” resgatando estratégias utilizadas no relatório de Práticas Organizacionais.

<sup>2</sup> Estudante do Curso de administração e aluno do Componente curricular Jogos Empresariais; E-mail: lucas.escher77@gmail.com

<sup>3</sup> Aluno do Curso de administração e aluno do Componente curricular Jogos Empresariais

<sup>4</sup> Aluno do Curso de administração e aluno do Componente curricular Jogos Empresariais

<sup>5</sup> Aluno do Curso de administração e aluno do Componente curricular Jogos Empresariais

<sup>6</sup> Aluno do Curso de administração e aluno do Componente curricular Jogos Empresariais

### **INTRODUÇÃO**

O presente estudo aborda sobre as estratégias para o sucesso, com vista as práticas realizadas e utilizadas pelo Sebrae – Unidade de Santa Rosa. Atualmente o mercado encontra-se em aglomerados de concorrentes, é preciso desbravar nichos de mercados ainda inexplorados, a fim de alcançar um grande crescimento.

Hoje em um mercado cada vez mais competitivo empresas buscam maior produtividade e rapidez em atingir seus objetivos. A velocidade e a flexibilidade são essenciais para isso acontecer, a busca dessas necessidades faz com que as empresas busquem algo que lhes proporcione um diferencial competitivo.

Para Kim (2005), com a grande velocidade dos avanços tecnológicos gera grandes aumentos significativos na produtividade de setores, e com isso cria condições para o fornecimento sem precedentes de produtos e serviços.

O objetivo principal é identificar estratégias com grande potencial competitivo, adotadas pelo Sebrae – Unidade de Santa Rosa, diagnosticadas através do estudo em práticas organizacionais associando ao livro “A estratégia do Oceano Azul”.

### **METODOLOGIA**

Para atender os objetivos a metodologia se dá através de pesquisa exploratória que busca qualificar os dados que levarão a um método adequado de planejamento e desenvolvimento da pesquisa.

De acordo com Vergara (1998) a pesquisa exploratória é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado. Por sua natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia, poderão surgir durante ou ao final da pesquisa.

**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico

**Evento:** XXIII Seminário de Iniciação Científica

Quanto aos meios: Gil (2002), Machado e Silva (2007) apud, Teixeira, Zamberlan, Rasia (2009, pag. 118) a investigação será Bibliográfica, documental e estudo de caso.

Bibliográfica porque abrange todo o referencial teórico já tornado público em relação ao tema de estudo, como publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico, meios de comunicação orais (rádio e gravações em fita magnética) e audiovisuais (filmes e televisão) (Lakatos; Marconi, 2002).

Documental, pois serão utilizados documentos e/ou materiais que ainda não foram analisados, mas que, de acordo com a questão e objetivos da pesquisa, podem ter valor científico (Gil, 2002).

Estudo de caso, por ser “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (YIN, 2001, p. 32).

Pesquisa qualitativa segundo Zamberlan (2014, p.94) “considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números”. Para a pesquisa qualitativa não há a necessidade de uso de métodos e técnicas estatísticas.

## RESULTADOS

O estudo foi baseado na leitura do livro “A estratégia do oceano azul”, e no resgate documental do relatório do componente de Práticas Organizacionais, onde o trabalho realizado foi no Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) – Unidade de Santa Rosa.

A partir do livro, o autor traz as concepções de que atualmente o enfrentamento com os principais concorrentes não basta para as organizações atingirem seus objetivos. O cenário pode ser bem mais complexo, ou seja, a busca pelo sucesso parte pelo pressuposto de que os gestores tenham a capacidade de identificar novos nichos de mercados, visando assim o grande potencial de crescimento.

O Sistema SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - é uma entidade privada de interesse público que se propõe a estimular o espírito empreendedor e promover a competitividade e o desenvolvimento autossustentável dos pequenos negócios.

Desde 2003, além da abordagem de solução individual aos clientes, tem-se intensificado o atendimento das necessidades e oportunidades de forma coletiva, sempre respeitando as diferenças de cada região. Priorizando alguns setores da economia como Agronegócios, Comércio e Serviços, Couro e Calçados, Indústria da Moda, Madeira e Móveis, Metal-mecânico e Turismo, formando redes de trabalho para fomentar a competitividade e a sustentabilidade de micro e pequenas empresas destas cadeias produtivas. Este trabalho focado em ações setoriais vem ampliando significativamente o número de empresas atendidas, oferecendo soluções em educação, consultoria, acesso ao crédito e ao mercado, além de incentivar a abertura de novos pequenos negócios e a qualificação das empresas já existentes. Tudo para estar sempre ao lado da micro e pequena empresa e fomentar o progresso econômico e social.

Analisando o Sebrae Unidade Santa Rosa, pode-se identificar a imagem da organização, a qual se consolida pelo serviço realizado perante a sociedade, o aspecto da localização contribui para a logística da organização, pois encontra-se localizada no centro de Santa Rosa, nas proximidades da

**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico

**Evento:** XXIII Seminário de Iniciação Científica

estação rodoviária, facilitando assim o deslocamento dos empreendedores da região até a unidade de atendimento, a qual é de fácil acesso, pois os pontos de referência nas proximidades já estão consolidados.

Um dos grandes diferenciais é o atendimento especializado pelos técnicos e assistentes que auxiliam em todas as dúvidas, aos empreendedores, e a agilidade que os mesmos dão ao processo de formalização, e outros processos que são burocráticos.

A facilidade com o acesso às informações caracteriza-se como força, pois no Sebrae há possibilidade de buscar muitas informações, leituras, materiais, e participar de capacitações, fazendo com que os empreendedores tenham sucesso.

Tendo como base a pesquisa bibliográfica no livro a “Estratégia do Oceano Azul”, que as empresas criadoras de oceanos azuis não recorrem aos concorrentes como paradigmas, em vez disso, adotam uma lógica estratégica diferente, que segundo o autor Kim (2005), denomina a “Inovação de valor”. Sendo que o Sebrae não busca superar seus concorrentes, e sim oferecer os melhores serviços aos empreendedores locais, seja pela alta qualidade, e pelos benefícios que o cliente encontra na organização.

A inovação de valor atribui a mesma ênfase ao valor e à inovação. Valor sem inovação tende a concentrar-se na criação de valor em escala incremental, algo que aumenta valor, mas não é suficiente para sobressair-se no mercado. Inovação sem valor tende a ser movida a tecnologia, promovendo pioneirismos ou futurismos que talvez se situem além do que os compradores estejam dispostos a aceitar e a comprar. A inovação de valor é uma nova maneira de raciocinar sobre a execução da estratégia, que resulta na criação de um novo espaço de mercado e no rompimento com a concorrência.

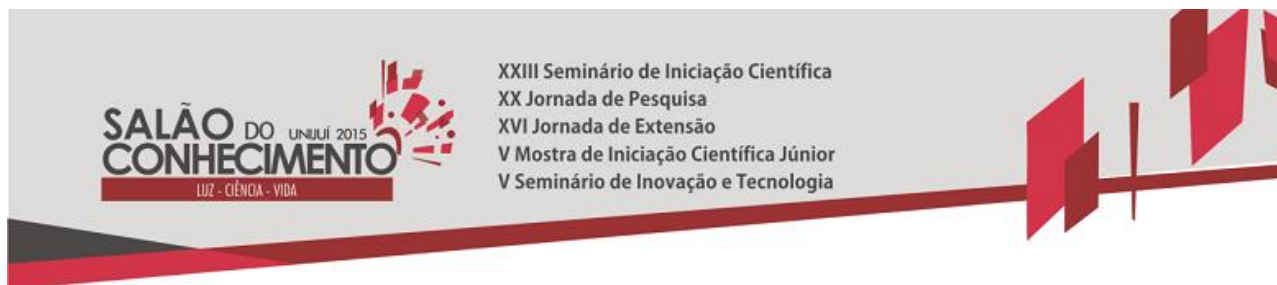
Os resultados dependem do desempenho de todos, do topo às linhas de frente. E ela se destaca dos concorrentes por sua capacidade de execução somente quando todos os membros da organização estão alinhados com a estratégia e sempre dispostos a apoiá-la em todas as circunstâncias. A empresa precisa recorrer à base mais primordial de qualquer iniciativa: as atitudes e os comportamentos das pessoas, como parte integrante dos valores da organização. Quanto mais afastadas estiverem do topo e quanto menos houverem participado do desenvolvimento da estratégia, mais as pessoas sentirão a turbulência.

No Livro “a estratégia do oceano azul” mostra que o processo justo é fator crítico que distingue as estratégias do oceano azul bem-sucedidas daquelas que não deram certo. A presença ou ausência do processo justo pode construir ou destruir as melhores incentivas de execução da estratégia.

## CONCLUSÕES

A gestão de uma empresa tem que estar o tempo todo se atualizando diante de um mercado em que a velocidade das mudanças é cada vez maior, analisando os fatores estudados, a organização está bem estruturada, percebe-se que seu quadro funcional está alinhado com os objetivos da organização.

A unidade do Sebrae vem atuando de forma muito qualificada na cidade de Santa Rosa, isso se dá pela qualidade do atendimento prestado, e também pela qualificação contínua dos colaboradores,



**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico

**Evento:** XXIII Seminário de Iniciação Científica

trabalhando de forma a garantir satisfação dos clientes atendendo e solucionando todas as demandas dos micro empreendedores e empresários.

#### PALAVRAS CHAVES

Oceano-Azul; Empreendedores; Produtividade; Diferenciais;

#### REFERENCIAS

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em Administração. São Paulo: Atlas, 2004.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. In: Revista de Administração de empresas – ERA, v.35, n.2, mar./abr., 1995, p.57-63.

KIM, W. Chan. A estratégia do oceano azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante/W. Chan Kim, Renée Mauborgne: tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2005 – 12ª Reimpressão – 241 p.

VERGARA, S. C. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. São Paulo: 1998. 2ª edição.

ZAMBERLAN, Luciano. Pesquisa em ciências sociais aplicadas [et al.]. Ijuí: ed. Unijuí, 2014. – 208 p