



**FÓRUM**  
**EMPRESARIAL**  
de Inovação e Desenvolvimento

BOLETIM DE CONJUNTURA  
**ECONÔMICA**

Nº **01**



## Palavra do Presidente



**José Adriano - Presidente da FIEAC**

O Fórum é um organismo vivo de espaço permanente de diálogo com a sociedade. Foi criado a partir da discussão e convergência das três federações, que compõem o Fórum, Fieac, Faeac e Fecomércio, e se tornou essencial em qualquer debate do ponto de vista de desenvolvimento e melhoria do estado do Acre. Quando o Fórum Empresarial se reúne, conecta todos, nivela e alinha os temas, buscando um direcionamento para o setor produtivo e discutindo as necessidades de aperfeiçoamento para que sejam adotadas decisões mais assertivas do ponto de vista dessa representação.

No Acre temos uma logística muito complexa, a carga tributária do Brasil é muito grande e a do Estado tem um gancho muito maior em função de sua localização geográfica. Temos uma série de variáveis que influenciam na área do desenvolvimento. Ao se construir uma estrada, por exemplo, será a mais cara do Brasil. Já o incentivo fiscal se torna complexo porque influencia diretamente no custo de vida do consumidor. Hoje, o Fórum Empresarial tem como pauta principal a atualização de dados econômicos baseados nas ferramentas digitais, na inovação e em como pode ajudar e orientar o consumidor e iniciativa privada.

Outra questão importante é que a economia acreana é muito dependente dos investimentos públicos, então, a máxima hoje é a seguinte: os investimentos dos governos estaduais, municipal e federal estão interagindo com o desenvolvimento do Estado? Está sendo eficaz todo esse investimento? O Fórum Empresarial faz esse tipo de debate. Para acompanhar esses investimentos e apresentar propostas em quais áreas e setores podem ser investidos, contratamos um grupo de doutores acreanos da Universidade Federal do Acre, que conhecem de perto nossa realidade, para elaboração de um boletim econômico que será divulgado mensalmente. Esses dados econômicos se baseiam em informações que precisamos saber na hora de fazer qualquer investimento ou decisão.

Os boletins terão projeções e levantamentos que, normalmente, são publicados com atraso e queremos isso de forma mais real e presente. As informações a nível nacional são levantadas com dados gerais, não observam particularidades por estado e isso leva um tempo para ser formatado e entregue para o consumidor, empresários e investidores.

Ao se regionalizar esses dados, é possível desenvolver estudos baseados na realidade local e obter projeções mais precisas e objetivas, tais como quais setores perdem mais mão de obra, qual necessita de mais capacitação, qual está crescendo e qual está decrescendo, viabilizando a comunicação com a força de trabalho do setor produtivo. Os impactos gerados na economia durante algumas eventualidades, como enchentes e secas severas que afetam a produção local, serão avaliados e comparados com o custo de vida acreano para elencar os desafios de ser empresário no Acre.

A Fundape é um sonho e vem somar com as ações e projetos já desenvolvidos pelas federações que são mantenedoras do Fórum. Estamos muito confiantes na execução dos levantamentos dos dados e estudos propostos.

# 1 DINÂMICA DA INFLAÇÃO ACREANA

Muito embora do ponto de vista formal, não se possa falar de um índice de inflação do estado do Acre, pois o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) estima o IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo) para o município de Rio Branco, é possível que o IPCA da capital seja utilizado como referência para o estado. Apesar da existência de diferenças estruturais significativas intra-estadual o IPCA - Rio Branco é uma boa aproximação da dinâmica da variação de preços no Acre.

É preciso destacar que a utilização de um índice de preço regional para avaliar o nível de bem-estar de uma comunidade é mais aderente à realidade, quanto mais próximo este índice é do indivíduo. Neste cenário, O IPCA - Rio Branco é a melhor aproximação do nível de bem-estar dos acreanos.

Este capítulo encontra-se dividido em duas seções. A primeira elabora uma descrição do comportamento da inflação local e posteriormente, serão apresentadas diferentes medidas do núcleo de inflação estadual e sua tendência no curto prazo.

## A inflação acreana em 2023

A partir da inspeção visual da figura 1.1 é possível afirmar a existência de cointegração entre a inflação nacional e local, ou seja, ambos os indicadores inflacionários caminham juntos ao longo do tempo. Contudo, observa-se que a inflação local na maioria das vezes apresenta variações mensais superiores a nacional.

Este fenômeno ocorre em função de diversas fragilidades da economia acreana. Entre as diversas fragilidades podem-se destacar:

- a) baixo nível de industrialização local,
- b) dependência extrema da economia estadual do transporte rodoviário,
- c) impactos consideráveis das variações dos preços dos combustíveis sobre fretes e mercadorias, e
- d) baixo dinamismo do comércio local na importação de itens de primeira necessidade dos países fronteiriços.

As fragilidades elencadas não correspondem a integrabilidade dos problemas que impactam sobre a inflação estadual. Contudo, constituem-se em oportunidade aos gestores públicos na constituição de políticas econômicas locais que possam mitigar estes impactos negativos.

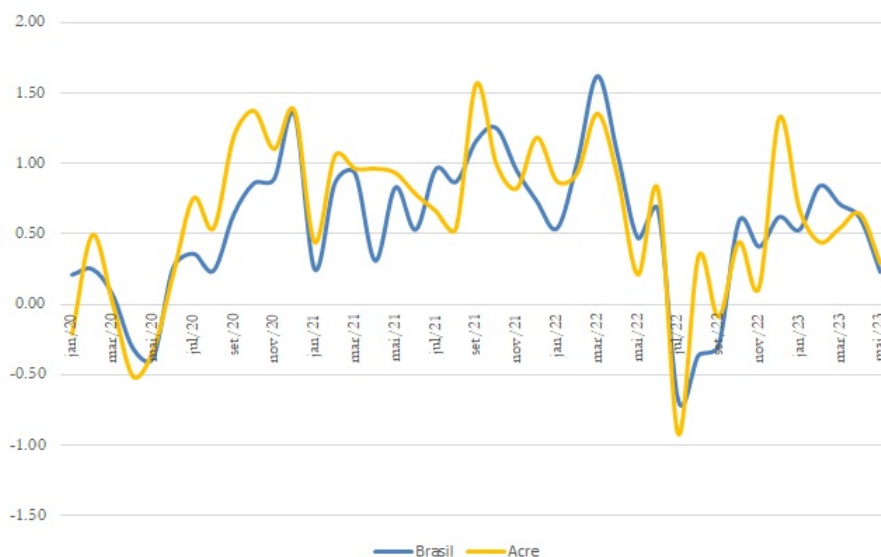


Figura 1.1: IPCA do Brasil e Acre no período de janeiro de 2020 a maio de 2023

Observe que em 2020 e 2022 a figura 1.1, indica a ocorrência de deflação em meses específicos. Especificamente, em 2020 a deflação ocorreu em função de três motivos:

- a queda da demanda interna: Medidas restritivas e medos de contágio reduziram significativamente a atividade econômica e a demanda por bens e serviços no Brasil. Como menos pessoas consumiam e as empresas operam com capacidade reduzida, as pressões deflacionárias prevaleceram,
- b queda nos preços dos combustíveis: Os preços do petróleo diminuíam significativamente no início de 2020 devido a uma queda na demanda global e uma guerra de preços entre os principais produtores. Essa queda se refletiu nos preços dos combustíveis no Brasil, impactou o índice de preços ao consumidor e contribuiu para a deflação, e
- c diminuição na demanda por bens e serviços não essenciais: devido ao aumento do desemprego e à incerteza econômica. As famílias no Brasil direcionaram seus gastos para necessidades como alimentos e produtos de higiene. Em consequência, a procura por outros bens e serviços diminuiu, o que pressionou a deflação.

Já o segundo movimento de deflação no Brasil e Acre, verificado em 2022 à véspera da eleição presidencial, é em grande parte reflexo de políticas econômicas de curto prazo que impactaram nos preços dos combustíveis. Parte da inflação nacional e local em 2023 é reflexo das políticas econômicas eleitoreiras posta em práticas à véspera da eleição presidencial.



Em relação a inflação acumulada no período de 2020 a maio de 2023, observou-se que nos anos de 2020 e 2021, a inflação acreana apresentou um significativo deslocamento da inflação nacional, pois foi superior a inflação nacional em 35,40% e 13,62%, respectivamente. Contudo, em 2022 até maio de 2023, observa-se um comportamento antagônico.

Para 2021 houve uma diferença de aproximadamente 40% no grupo de alimentação e bebidas no IPCA-Acre em relação ao nacional, isso ocorreu em função de elevados aumentos de preços no subgrupo alimentação no domicílio. O mesmo fenômeno ocorreu em 2020 com magnitudes diferentes.

Faz necessário destacar que a repercussão do preços dos combustíveis no IPCA-Acre apresentou em 2020 e 2021 variação de preço superior a nacional. Destacando que os combustíveis são preços essenciais no mercado de fatores de produção dos principais produtos do grupo alimentação e bebidas.

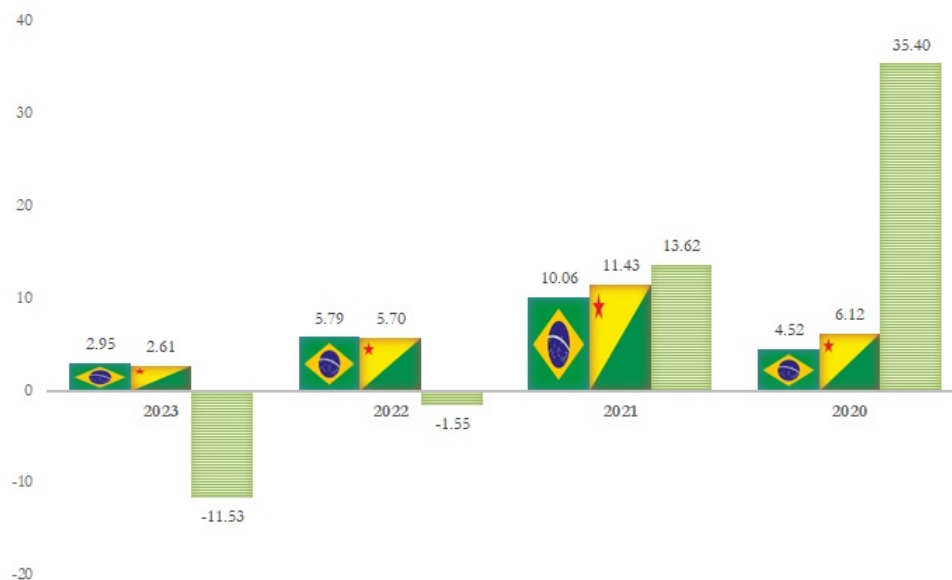


Figura 1.2: IPCA do Brasil, Acre e variação % no período de janeiro de 2020 a maio de 2023 acumulado anualmente

No tocante a inflação acumulada em 2023, a decomposição em grupos mostra que o grupo de transporte apresentou a maior variação de preços acumulada de janeiro a maio de 2023, seguido do grupo de educação e saúde e cuidados pessoais.

Especificamente, no tocante a variação de preços do grupo de transporte, o preço dos combustíveis teve uma variação de aproximadamente, 10%. Além disso, somente este grupo possui um peso de 22,92% sobre o IPCA, e o subgrupo de combustível, 6,21% . Espera-se que com a nova política de preços da Petrobras, os impactos da transmissão de preços do combustíveis sobre a inflação sejam menores.

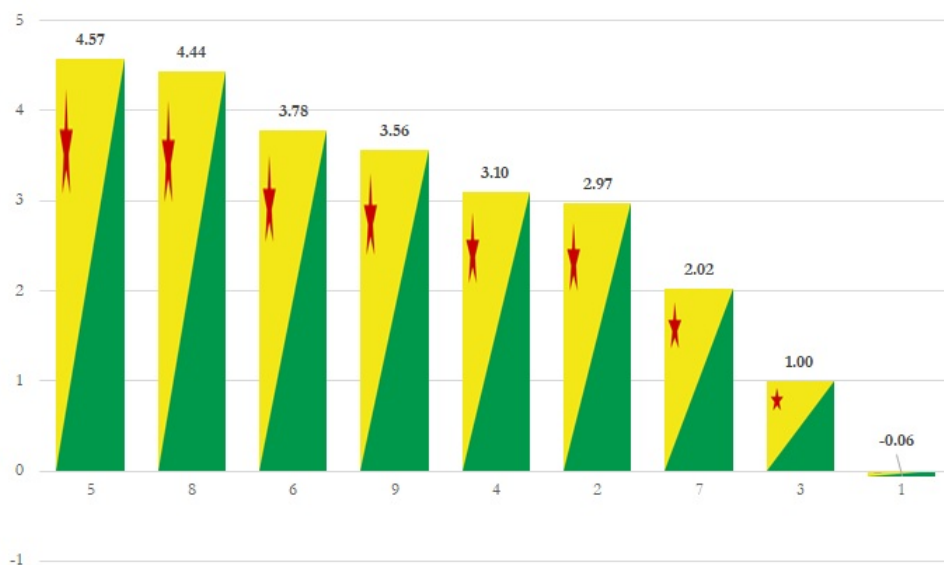


Figura 1.3: IPCA - Acre decomposto em grupo acumulado até maio de 2023

Legenda: 1. Alimentação e bebidas; 2. Habitação; 3. Artigos de residência; 4. Vestuário; 5. Transportes; 6. Saúde e cuidados pessoais; 7. Despesas pessoais; 8. Educação e 9. Comunicação.

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos microdados do IPCA disponibilizados pelo IBGE.

A variação positiva e significativa do grupo de educação ocorreu em função da volta às aulas. O subgrupo de papelaria apresentou uma alta acumulada de 7,74% no período, este aumento de preço já era esperado.

A variação positiva do grupo saúde e cuidados pessoais ocorreu em decorrência da liberação por parte do governo federal de um aumento de 5,6% em 31 de março de 2023 no preços dos medicamentos, sendo válido destacar que o grupo 6. Saúde e cuidados pessoais representa 12,71% do peso do IPCA para Rio Branco, ou seja, possui impacto relativamente significativo sobre o IPCA.

A notícia boa está no grupo de alimentação em função da inflação acumulada ser de -0,06%, inferior a nacional que foi de 1,69%. Sendo o destaque significativo a redução dos seguintes itens:

- a 1103. Tubérculos, raízes e legumes: -12,64%,
- b 1113. Óleos e gorduras: -15,85%, e
- c 1107. Carnes: -4,42%.

O destaque negativo fica por conta do item "Cereais, leguminosas e oleaginosas" que apresentou uma variação percentual acumulada de 11,53%. Aqui temos que o feijão e arroz apresentaram até maio de 2023 um aumento de 21,94% e 9,23% respectivamente. Variações positivas bem superior a nacional, que foi de 11,99% no feijão e 6,88% no arroz.

## O núcleo de inflação no Acre

O cálculo no núcleo de inflação para uma unidade da federação não é algo comum e muito menos trivial. As medidas de núcleo nos permitem um melhor diagnóstico da tendência inflacionária, pois expurga do índice de inflação variações atípicas.

Especificamente, no tocante as diferentes medidas de núcleo de inflação local, é possível observar, conforme indica a figura 1.4 a existência de uma tendência a redução da inflação acreana. Observe que todas as medidas de núcleo inflacionários são decrescentes.

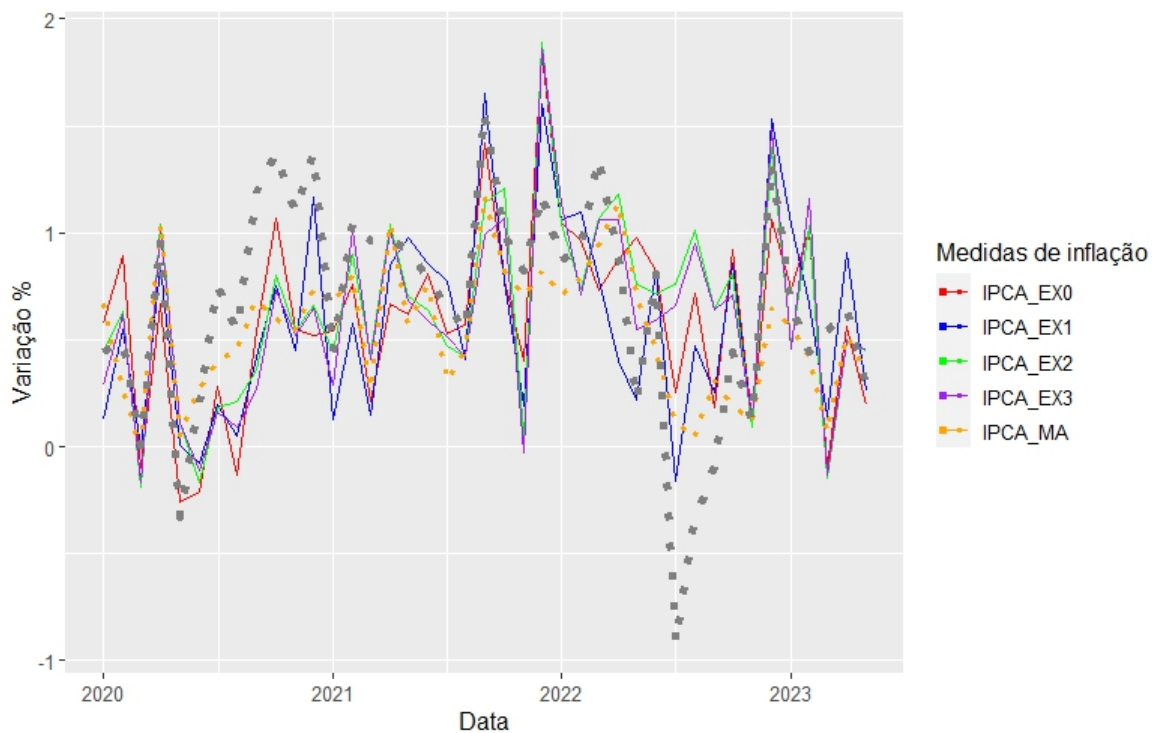


Figura 1.4: Medidas de núcleos de inflação calculado até maio de 2023  
Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos microdados do IPCA disponibilizados pelo IBGE.



A tabela 1.1 nos permite visualizar com maior detalhamento a dinâmica do núcleo de inflação.<sup>1</sup> As medidas presentes indicam a existência de uma tendência robusta de redução inflacionária no Acre. Observa-se que todas as medidas de núcleos de inflação apresentadas na tabela 1.1 indicam redução da pressão inflacionária a partir de abril de 2023. Observe que é claro a existência de uma desaceleração inflacionária local de abril/2023 a maio/2023.

Tabela 1.1: Medidas do núcleo de inflação acreano de janeiro a maio de 2023

Meses	Ipca EX0	Ipca EX1	Ipca EX2	Ipca EX3	Ipca geral	Ipca MA
Janeiro	0.740	1.040	0.470	0.460	0.670	0.560
Fevereiro	1.010	0.670	1.030	1.160	0.440	0.420
Março	-0.090	0.140	-0.150	-0.130	0.540	0.070
Abril	0.560	0.910	0.490	0.500	0.640	0.520
Maio	0.200	0.260	0.450	0.450	0.290	0.350

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de estimativas próprias.

Observa-se na tabela 1.1 que as medidas IPCA-EX2 e IPCA-EX3 apresentam maior nível de inflação, pois excluíram do IPCA recalculado, os itens que apresentaram grande variação ao longo do período.

Espera-se que a inflação brasileira fique acima do limite superior da meta de inflação oficial do Banco Central do Brasil (BCB) que é de 3,25%, com intervalo de tolerância de 1,5 ponto percentual para cima ou para baixo. Ou seja, o limite inferior é 1,75% e o superior 4,75%.

---

1

- a IPCA-EX0: exclui os preços dos produtos alimentícios e da energia elétrica. Esses itens são removidos porque suas variações são consideradas mais voláteis e podem distorcer a análise da inflação subjacente. O IPCA-EX0 é útil para avaliar as pressões inflacionárias na economia, desconsiderando fatores sazonais e flutuações abruptas nos preços de alimentos e energia elétrica.
- b IPCA-EX1: exclui os preços dos produtos alimentícios. Essa medida é semelhante ao IPCA-EX0, mas inclui os preços da energia elétrica. A exclusão dos alimentos é feita porque seus preços podem ser influenciados por fatores climáticos e agrícolas, que nem sempre estão diretamente relacionados às pressões inflacionárias da economia.
- c IPCA-EX2: Exclui cereais, leguminosas e oleaginosas; farinhas, féculas e massas; Tubérculos, raízes e legumes; Açúcares e derivados; Hortaliças e Verduras; Frutas; Carnes; Pescados; Aves e ovos; Leite e derivados; Óleos e gorduras; Sal e condimentos; Aparelhos eletroeletrônicos; Automóvel novo; Automóvel usado; Etanol; Fumo; Serviços Ex-Subjacente; Monitorados.
- d IPCA-EX3: Exclui alimentação no domicílio; aparelhos eletroeletrônicos; automóvel novo; automóvel usado; etanol; fumo; Serviços exsubjacente; monitorados.
- e IPCA-MA: exclui os itens cuja variação mensal se situe, na distribuição, acima do percentil 80 ou abaixo do percentil 20. Os 60% restantes são utilizados para calcular a variação mensal do núcleo.

As previsões do mercado oscilam entre 4,5% e 6%. Neste diapasão, com base em estimativas próprias, no curto prazo, a transmissão da inflação nacional para local é integral. Consequentemente, a taxa de inflação acumulada no Acre em 2023 oscilará próximo ao IPCA nacional. É preciso destacar que a meta de inflação estipulada pelo BCB não é crível para 2023 e a busca para colocá-la próxima a meta faz com que o BCB mantenha a taxa de juros reais da economia um das maiores do planeta terra.

No entanto, salienta-se que sempre existe a possibilidade de choques na economia que ocasionem o deslocamento no curto prazo da inflação nacional da local.

Em julho de 2023 haverá um aumento da inflação, em função do fim da desoneração dos impostos federais sobre a gasolina, que deve ocasionar um aumento médio de R\$ 0,34 por litro. Em 30 de junho de 2023, a Petrobras reduziu o preço da gasolina em 5,3% (R\$0,14). O aumento que chegará ao consumidor final será bem superior a R\$ 0,20 (diferença entre R\$ 0,34 - R\$ 0,14). O grande impacto sobre a inflação ocorrerá no final do ano com a desoneração sobre o preço do diesel, pois este impacta diretamente o preço do frete, e o frete impacta o preço dos alimentos.

## 2 O DESEMPENHO E ALGUMAS ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO DE EMPRESAS DO ACRE EM TEMPOS DE CRISE

O objetivo deste artigo foi analisar o desempenho e aprendizado das empresas de pequeno porte participantes no Programa Brasil Mais no estado do Acre, durante o período pós crise pandêmica, por meio do acompanhamento dos indicadores de produtividade e da metodologia Radar de Inovação. As empresas foram acompanhadas por cinco Agentes Locais de Inovação (ALIs), em que foram destacados problemas, soluções implantadas em cada dificuldade e acompanhamento de desempenho de indicadores e dimensões de inovação.

O capitalismo é um sistema de produção dinâmico, marcado pela busca do lucro em meio a um processo de muita concorrência. Nesse sentido, o mundo está inserido num sistema de intensas movimentações e que requer adaptações constantes para as inúmeras evoluções e transformações denominadas como inovações tecnológicas ou simplesmente, inovações. De acordo com Schumpeter (1997), um dos teóricos pioneiros desta temática, as inovações são revoluções que se caracterizam por novos “jeitos” de fazer as coisas, resultando em novos produtos, novos processos de produção, novos tipos de transporte, dos novos mercados e das novas formas de organização industrial. Nesse sentido, a inovação tecnológica pode ser compreendida como a introdução de um novo produto. A listagem abaixo expõe essa variedade:

- a Dosi (1988): consite, em sua essência, na busca e descoberta, experimentação desenvolvimento e adoção de novos produtos ou novos processos produtivos,
- b Lei nº 10.973 (2004): Introdução de novidades ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo ou social que resulte em novos produtos, processos ou serviços,
- c Shumpeter (1912): Força central no dinamismo do sistema capitalista. Caracteriza-se pela abertura de um novo mercado,
- d Kline e Rosemberg (1986): Conjunto de atividades relacionadas umas com as outras e cujos resultados são frequentemente incertos, sendo que em muitos casos é necessário voltar à fases anteriores do processo inovado, para a resolução dos problemas,
- e Manual de Oslo (1987): Implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um porcesso, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas,
- f MCT (2002): Inovação relacionada a um conjunto complexo de vários fatores e agentes,
- g Porter (1985): Processo que engloba melhorias tecnológicas, melhorias do método e de realizar tarefas,

- h Hamel (1999): Processo estratégico de reinvenção contínua do próprio negócio e da criação de novos conceitos de negócios,
- i Dillon. Lee e Matheson (2005): Inovação como fonte criadora de valor para o cliente,
- j Gundling (1999): Ideia implementada com sucesso que produz resultados econômicos, e
- k Saés e Garcia Capote (2002): Processo pelo qual as empresas dominam e implementam o desenho da produção de bens e serviços que são novas para elas, independente de serem novos para os seus competidores.

Por fazer a aplicação deste estudo a Micro e Empresas de Pequeno Porte, apontamos similitudes conceituais com o Manual de OECD (2005) e chamamos atenção para o papel decisivo para a figura do empreendedor. Segundo Schumpeter (1997) o empreendedor assume o papel de protagonismo no processo de inovação, atribuindo sua responsabilidade em função dos riscos e do sucesso em suas ideias inovadoras. A esse respeito, outros autores destacam:

A inovação é função específica do espírito empreendedor, [...] Ele é o meio pelo qual o empreendedor cria novos recursos produtores de riqueza ou investe recursos existentes com maior potencial para a criação de riqueza. [...] Existem, é claro, inovações que brotam de um lampejo de genialidade. Entretanto, a maior parte delas, em especial as bem-sucedidas, resultam de uma busca intencional e consciente de oportunidades de inovação, as quais são encontradas somente em poucas situações. (Drucker, 2002, p. 49-50)

Os estudos de Caron (2004) apresentam de forma hierárquica de importância as dificuldades enfrentadas pelas pequenas e médias empresas para inovar, são elas: ausência de recursos para investir em inovação; dificuldades de acesso a financiamento para inovação; ausência de informações sobre entidades de apoio à inovação tecnológica; baixa capacitação de pessoal; falta de máquinas e equipamentos; baixa disponibilidade de informações sobre mudanças tecnológicas; necessidade de estabelecer confiança em parcerias e alianças para inovação tecnológica e informações sobre mercados.

O faturamento é um importante indicador que demonstra os valores que uma determinada empresa movimenta a partir de suas atividades num determinado período de tempo. A tabela 2.1 destaca o faturamento médio das empresas visitadas pelos ALIs no período inicial e final de nossa pesquisa. Os dados destacam que houve aumento no faturamento médio nas empresas dos diversos setores econômicos pesquisados. Isso foi possível mediante a ação efetiva do empresariado que aplicou de modo satisfatório as propostas de soluções para cada problema encontrado em seu empreendimento. Percebeu-se uma mudança na cultura do empresariado local que foi um maior investimento em conteúdos criativos e interativos nas mídias digitais visando ampliar a cartela de clientes e aumentar

o volume de vendas. Por outro lado, houve redução no faturamento nos setores econômicos pesquisados pelo ALI 02, que atuou como doceria e academia, e em função da crise pandêmica precisou de maior tempo para se adaptar à nova realidade e teve de fazer uma reorganização das atribuições dos colaboradores e realocação de atividades, não dando tempo de recuperar o faturamento até a coleta de dados no período final desta pesquisa.

Tabela 2.1: Faturamento Médio das Empresas visitadas pelos ALIs

Agentes	T0	TF	Variação %
ALI 01	49.604,15	74.488,79	0,50
ALI 02	63.883,00	54.609,97	-0,15
ALI 03	15.041,43	19.507,00	0,30
ALI 04	71.218,71	90.298,88	0,27
ALI 05	21.863,67	29.922,00	0,37

Fonte: Souza and Silva (2022)

Os custos variáveis de uma determinada empresa tem uma relação diretamente proporcional com seu volume de produção ou nível de atividade. Ou seja, à medida que as operações aumentam, os custos variáveis também aumentam. A tabela 2.2 destaca que nos períodos analisados houve aumento nos custos variáveis médios das empresas visitadas pelos ALIs, comprovando que elas ampliaram seus negócios, resultando em maiores custos variáveis. Por conta da reorganização das atividades e dos processos das empresas que compreenderam os setores econômicos pesquisado pelo ALI 02, estes custos variáveis diminuíram a uma variação de 52%, evidenciando uma grande dificuldade e o baixo volume de vendas e matrículas que impactou, também, nos custos necessários à manutenção dos segmentos de doceria e academia durante o período pesquisado.

Tabela 2.2: Custo Variável Médio das Empresas

Agentes	T0	TF	Variação %
ALI 01	26.916,10	36.145,27	0,34
ALI 02	49.236,00	23.621,66	-0,52
ALI 03	1.356,00	1.600,00	0,18
ALI 04	33.077,90	46.536,13	0,41
ALI 05	5.364,42	26.364,15	3,91

Fonte: Souza and Silva (2022)

O número de pessoal ocupado serve para identificar o porte da empresa. Neste estudo, foi identificado que as empresas visitadas tinham ocupação de até 12 funcionários, revelando que todas eram empresas de pequeno porte. A figura 2.1 revela a variação percentual de pessoal empregado nas empresas visitadas pelos ALIs no T0 e TF. Percebeu-se que no período da pesquisa a maioria das empresas reduziu os indicadores de ocupação em função da estagnação econômica e crise financeira em decorrência da pandemia. Já o setor econômico de academia na cidade de Cruzeiro do Sul- AC, pesquisado pelo ALI 05, cuja ocupação é composta por recepcionistas para cadastramento e matrícula de alunos;

gerentes para trabalhar com a reposição de estoques e produtos de limpeza; auxiliares de serviços gerais para fazer limpeza e professores aumentou em função da contratação como horistas visando cobrir férias de professores, recepcionistas e limpeza. É comum algumas empresas aumentarem contratações temporárias neste setor econômico para cobrir as férias ou folga de algum colaborador. Já o setor econômico pesquisado pelo ALI 03 manteve o mesmo quantitativo de pessoal ocupado sem fazer alteração entre os períodos.

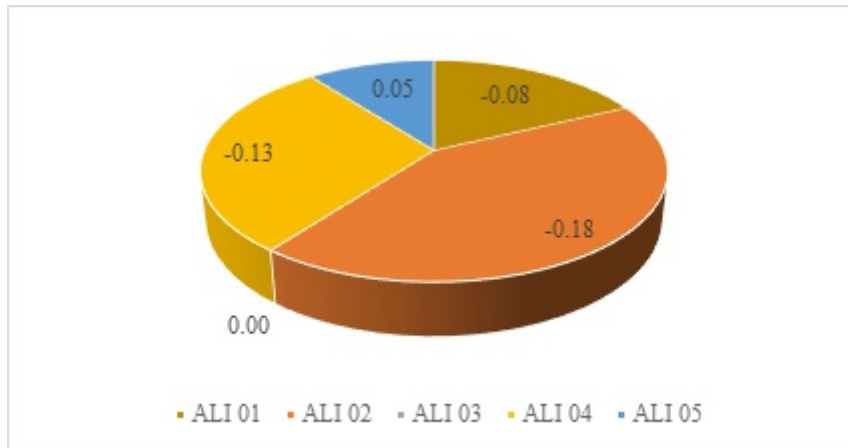


Figura 2.1: Pessoal Empregado nas Empresas (Variação Percentual)  
 Fonte: Souza and Silva (2022)

A produtividade expressa a capacidade de uma dada empresa em executar suas atividades de forma eficiente, considerando a melhoria na qualidade dos produtos e serviços, a redução nos custos produtivos, tornando a atuação da empresa mais eficiente.

A figura 2.2 apresenta a variação percentual de pessoal da produtividade das empresas visitadas pelos ALIs nos períodos inicial e final deste estudo. Ficou evidente que todas as empresas tiveram aumento de produtividade no segundo período, o que ratifica de modo positivo o alcance dos objetivos do Programa Brasil Mais em garantir o aumento de produtividade. O principal destaque foi o segmento de cosméticos e perfumaria, pesquisado pelo ALI 04. Foi perceptível que esta variação positiva nas taxas de produtividade está fortemente ligada a diferentes ações das empresas, dentre as principais, destacamos: expansão de mercado por meio da ampliação da cartela de clientes, aumento no faturamento, aumento dos investimentos em propaganda, marketing, mídias digitais, maior interatividade no atendimento ao cliente.



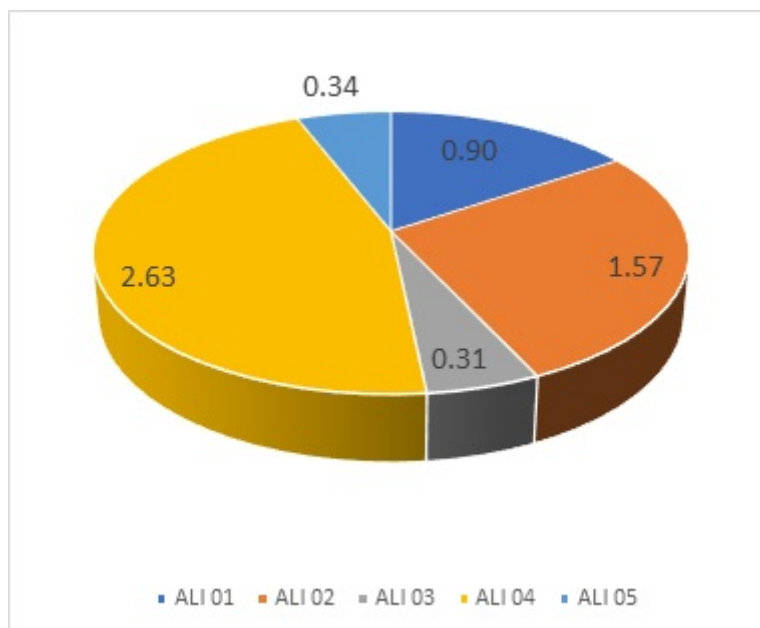


Figura 2.2: Produtividade nas Empresas visitadas pelos ALIs (Variação percentual  
Fonte: Souza and Silva (2022))

A Tabela 2.3 se reporta à Dimensão Gestão por Indicadores, composta pelos temas: indicadores-chave, estabelecimento de metas, monitoramento. A maioria dos setores econômicos visitados pelos ALIs teve melhoria de desempenho na referida Dimensão, com destaque para os segmentos visitados pelos ALI 2, relativo aos setores econômicos de doceria e academia em Rio Branco – AC, e o segmento imobiliário visitado pelo ALI 03, as empresas obtiveram bom desempenho devido a uma boa gestão de equipes e boas práticas no sentido de garantir o envolvimento dos colaboradores nas ações. Em relação a avaliação no setor de Perfumaria e Cosméticos, o ALI 04 identificou uma variação de - 0,13% entre o período inicial e o final. Esse desempenho foi em função de troca de sistemas e ajustes na gestão durante o período de pesquisa, mesmo assim, a Dimensão Gestão por Indicadores não sofreu impactos significativos.

Tabela 2.3: Dimensão Gestão por Indicadores nas Empresas visitadas pelos ALIs

Agentes	T0	TF	Variação %
ALI 01	2,00	2,07	0,03
ALI 02	2,34	3,50	0,50
ALI 03	2,67	4,00	0,50
ALI 04	3,83	3,34	-0,13
ALI 05	1,33	1,78	0,34

Fonte: Souza and Silva (2022)

A tabela 2.4 apresenta a Dimensão Gestão das Operações e utilizou os temas: operação enxuta, gestão por processos, cultura de alta performance. Os dados revelam que houve melhoria no desempenho das empresas pesquisadas pelos ALIs nesta dimensão, com destaque ao segmento imobiliário de Rio Branco – AC, pesquisados pelo ALI 03, que apresentou maior maturidade nesta dimensão e para as empresas dos segmentos doceria e academia em Rio Branco - AC, pesquisados pelo ALI 02, que apresentou maior evolução na comparação entre os períodos. A pesquisa revelou como ponto favorável a busca pela manutenção de um ambiente propício ao desenvolvimento ou melhoramento de ideias que resultaram na obtenção de melhorias operacionais, além de valorizar os colaboradores com algum tipo de bonificações para as metas atingidas, melhoria nos processos internos de planejamento, acompanhamento e controle, especialmente, com a adoção de sistemas para acompanhamento de desempenho econômico e organizacional.

Tabela 2.4: Dimensão Gestão das Operações nas Empresas visitadas pelos ALIs

Agentes	T0	TF	Variação %
ALI 01	2,87	3,66	0,28
ALI 02	2,50	3,50	0,40
ALI 03	3,00	4,00	0,33
ALI 04	3,00	2,50	-0,17
ALI 05	2,56	2,67	0,04

Fonte: Souza and Silva (2022)

A tabela 2.5, apresenta o nível de maturidade das Empresas visitadas pelos ALIs no que se refere à Dimensão Marketing, que incorporou os temas: satisfação do cliente, formação de preços, publicidade. O maior destaque de desempenho foi no setor econômico imobiliário de Rio Branco – AC, visitado pelo ALI 03, que apresentou a maior variação entre os períodos e o melhor desempenho de maturidade na Dimensão citada. Nem todos os empreendimentos tinham o hábito de utilizar o marketing como estratégia de expansão de mercados, mas com o advento da pandemia o marketing se tornou um requisito para a sobrevivência das empresas. Esta evolução nos temas de marketing se justificou em decorrência das melhorias ocorridas no marketing digital das empresas. Outro fator a ser considerado foi de que a partir da pandemia os empreendimentos intensificaram as atividades nas redes sociais; além de realizar um forte acompanhamento de indicadores de marketing.

Tabela 2.5: Dimensão Gestão das Operações nas Empresas visitadas pelos ALIs

Agentes	T0	TF	Variação (%)
ALI 01	2,87	3,66	0,28
ALI 02	2,50	3,50	0,40
ALI 03	3,00	4,00	0,33
ALI 04	3,00	2,50	-0,17
ALI 05	2,56	2,67	0,04

Fonte: Souza and Silva (2022)

A tabela 2.6, refere-se à Dimensão Práticas Sustentáveis com os temas: gestão de energia, gestão de água, redução de desperdícios. Os dados revelam que em todos os setores econômicos houve baixo desempenho nesta dimensão com baixa ou nenhuma inovação no que se refere a práticas sustentáveis. Para piorar este cenário, quando fazemos comparação entre o período inicial e o final do estudo constatamos que houve decréscimo no desempenho da maioria dos segmentos. Para além da preocupação com o lucro, a produtividade e a redução dos custos, as práticas empresariais devem manifestar preocupação com as ações desenvolvidas para a manutenção dos ecossistemas, a qualidade de vida dos clientes e colaboradores de modo que as ações sejam refletidas positivamente na sociedade como um todo e neste sentido, desenvolver práticas sustentáveis passa a ser uma necessidade urgente. Contudo, os dados revelam pouca ou nenhuma inovação nesta direção.

Tabela 2.6: Dimensão Práticas Sustentáveis nas Empresas visitadas pelos ALIs

Agentes	T0	TF	Variação (%)
ALI 01	1,73	1,80	0,04
ALI 02	1,76	1,33	-0,24
ALI 03	1,33	1,67	0,26
ALI 04	1,67	1,17	-0,30
ALI 05	1,44	1,22	-0,15

Fonte: Souza and Silva (2022)

A tabela 2.7 se refere à Dimensão Inovação, com os temas: inovação de processos, inovação de produtos e serviços, cultura de inovação. Os dados da evidenciam em todos os setores econômicos pesquisados que o nível de maturidade desta Dimensão é considerado satisfatório, percebe-se também que não houve decréscimo na comparação entre períodos T0 e TF. O maior destaque foi para o setor econômico imobiliário de Rio Branco – AC, visitados pelo ALI 03. Percebeu-se que este êxito ocorreu a partir da utilização de forma diferenciada da rede social pessoal e empresarial anunciando os imóveis, realizou-se também a padronização nas postagens de anúncios, ser ativamente disponível nas redes sociais para aumentar a captação de clientes.

Tabela 2.7: Dimensão Inovação nas Empresas visitadas pelos ALIs

Agentes	T0	TF	Variação (%)
ALI 01	2,67	3,47	0,30
ALI 02	3,00	3,33	0,11
ALI 03	2,00	4,00	1,00
ALI 04	4,67	4,67	0,00
ALI 05	2,56	2,56	0,00

Fonte: Souza and Silva (2022)

A tabela 2.8, aborda a Dimensão Transformação Digital, com os temas: digitalização interna, presença digital e meios eletrônicos de pagamento. Dentre os principais problemas detectados, destacou-se a falta de digitalização nos processos internos, interação com clientes muito incipiente em redes sociais. Os dados do Radar de Inovação revelam que nesta dimensão o nível e maturidade de inovação pode ser considerado satisfatório. Isso se justifica que a partir da participação da empresa no Programa Brasil Mais, as soluções para esses dilemas foram a digitalização interna de processos, aumentar a interação com clientes em redes sociais e uso de indicadores financeiros para a tomada de decisão. Contudo, a variação nos dois períodos analisados não é expressiva, carece de mais esforços para atingir melhor resultado.

Tabela 2.8: Dimensão Transformação Digital nas Empresas visitadas pelos ALIs

Agentes	T0	TF	Variação (%)
ALI 01	3,60	4,00	0,11
ALI 02	3,17	3,17	0,00
ALI 03	3,33	3,33	0,00
ALI 04	4,50	3,84	-0,15
ALI 05	2,89	3,11	0,08

Fonte: Souza and Silva (2022)

A pesquisa revelou que houve aumento no faturamento médio e dos custos médios variáveis nas empresas dos diversos setores econômicos que participaram do Programa, graças ao maior investimento em conteúdos criativos e interativos nas mídias digitais visando ampliar a cartela de clientes e aumentar o volume de vendas. Por considerar a ocorrência da pesquisa no período de baixa atividade econômica em decorrência da pandemia, percebeu-se que a maioria das empresas reduziu os indicadores de ocupação. Em relação ao aumento de produtividade, percebeu-se um amplo conjunto de diferentes ações das empresas voltadas para a expansão de mercado com maior esforço na captação de futuros clientes, aumento dos investimentos em propaganda, marketing e mídias digitais, o que por sua vez, culminou com o elevação dos valores referentes ao faturamento das empresas.

A gestão por indicadores se trata de uma importante atividade que mede em tempo real o andamento das operações de uma determinada empresa. Dentre os principais problemas encontrados nas empresas visitadas pelos ALIs eram ligados à falta de comunicação, planejamento e execução de ações cotidianas, descontrole na gestão financeira. A participação das empresas no Programa Brasil Mais permitiu trazer soluções como realização reuniões periódicas com foco em resultados e, periodicamente realizar ajustes no planejamento.

A gestão das operações expressa como a uma dada empresa planeja, executa e acompanha o desempenho das diferentes tomadas de decisão e dos variados fluxos de processos que compõe o cotidiano do mundo dos negócios, com vistas a aumentar a produtividade e reduzir os custos. Nesta dimensão, um problema detectado é o comodismo e a falta de produtividade gerado pela rotina. Como soluções para estes problemas foi a adoção de estratégias de bonificação por faixa de faturamento, esta ação foi testada e que trouxe bons resultados com perceptíveis reflexos no aumento dos indicadores de produtividade.

O Marketing de uma empresa se caracteriza pelo conjunto de estratégias e soluções visando uma contínua evolução no desempenho empresarial. Tem como característica principal de abrigar o conjunto ações a serem aplicadas no cotidiano com o foco de atrair novos clientes, além de garantir o atendimento das demandas dos clientes que já possui. A melhoria desempenho da maioria dos setores econômicos acompanhados pelos ALIs durante esse estudo se deu por meio da aposta em alternativas de divulgação orgânica, com destaques para os posts otimizados no site de busca Google e impulsionamento de anúncios. Foi constatada a estratégia de adoção de reels com teor mais cômico, houve investimento em postagens diárias nos storys de status de celular instagram e facebook, também cabe o destaque para as promoções como meses temáticos e padronização de imagens aumentam consideravelmente o engajamento das páginas para despertar o pela busca de informações. A participação da empresa no Programa Brasil Mais permitiu trazer soluções aos principais problemas relacionados aos fluxos de processos internos ligados ao marketing das empresas.

Nos últimos anos, a preocupação com os recursos naturais e a temática da sustentabilidade vem ocupando maior espaço no mundo empresarial, pois essas ações trazem imagem positiva diante do público. Como principais problemas nesta dimensão foram detectados falta de controle quanto ao consumo de energia elétrica, ocorrência de desperdícios de insumos, matérias primas e água. Poucas empresas desenvolveram soluções para melhorar esses problemas. Dentre as poucas iniciativas adotadas por algumas empresas, convém citar: a contratação de uma consultoria para monitorar o uso da energia elétrica, utilização de ficha técnica para reduzir desperdícios. A pesquisa evidenciou que esta foi a dimensão que menos evoluiu e que foram raras a iniciativas voltadas para práticas sustentáveis, o que requer atenção maior para monitoramento e maior incentivo para desenvolvimento desta dimensão em edições futuras do Programa Brasil Mais.

A inovação pode ser expressa pelo conjunto de iniciativas que melhore produtos, processos serviços e ampliação de mercados. No mundo competitivo a inovação é importante porque ajuda a identificar ações que podem ser melhoradas com vistas a capacitar a empresas a serem mais competitivas e diferenciadas no mercado. Como principais problemas, foram detectados cardápios pouco atrativos e repetitivos, falta de interação com os clientes, trabalho mecanizado sem motivação. A partir do contato com o Programa Brasil Mais, as soluções propostas para estes problemas foram adoção de sugestões de clientes e colaboradores para incrementar opções novas aos cardápios e oferta de novos produtos, participação de capacitação com melhoria na adoção de novos processos de trabalho.

O mundo passa por intensas transformações em função dos avanços tecnológicos e a adoção de tecnologia pode proporcionar mudanças na mentalidade do empresariado com o objetivo de tornar suas empresas mais modernas e se inserirem na transformação digital. Como principais problemas, destacavam-se: a falta de inserção do fluxo de processos internos em meios digitais, baixa interação com clientes em redes sociais, não utilização de informações financeiras e operacionais na tomada de decisões. As soluções propostas adoção de digitalização interna de todos os fluxos de processos internos, aumentar a interação com clientes por meio de forte participação em redes sociais e uso de indicadores financeiros para a tomada de decisão.

Por fim, concluímos que o Programa Brasil Mais atingiu a seus objetivos com as micro e pequenas empresas assistidas pelos Agentes Locais de Inovação no estado do Acre. Foi comprovado que os indicadores de produtividade apresentaram melhoria de desempenho e que todos os problemas apresentados foram sanados com soluções eficazes. Fica como aprendizado para as empresas a necessidade de investir em inovação para superar os dilemas e operar no mercado com maior produtividade, redução nos custos e ampliação da cartela de clientes.



## Referências

- Caron, A. (2004). Inovação tecnológica em pequenas e médias empresas. *Revista FAE BUSINESS*, (8).
- Drucker, P. F. (2002). *Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios*. Pioneira Thomson Learning, São Paulo.
- OECD (2005). *Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação*. Finep, Brasília, 3. ed. edition.
- Schumpeter, J. A. (1997). Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico; tradução de maria sylvia possas. *São Paulo: Nova Cultural*.
- Souza, E. F. and Silva, V. R. O. (2022). *Inovações e produtividade em tempos de crise: a experiência de pequenos negócios nas cidades de Rio Branco e Cruzeiro do Sul, Acre, Brasil*, volume 1. Sebrae Acre, Rio Branco, 1. ed. edition.