



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA - CEUB**  
**CURSO: ADMINISTRAÇÃO**

Inovação nas empresas em meio à Pandemia Covid-19

Por

Júlia Roberta Carneiro Alvim

Trabalho de Conclusão de Curso sob a orientação do Professor Ms. Gilmar dos Santos Marques, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Administração - EAD, do Centro Universitário de Brasília (CEB).

**Brasília, DF - 2021**

## Inovação nas empresas em meio à Pandemia Covid-19

**Resumo:** Em 2019, com o início da pandemia Covid-19, as empresas se viram na necessidade de inovar em curto prazo, tanto em novas tecnologias quanto em novas práticas de gestão. Para que fosse possível essa mudança repentina, as empresas tiveram que investir em treinamentos e desenvolvimento para uma adaptação mais acelerada dos seus colaboradores. Para o desenvolvimento deste artigo, foi realizado um estudo transversal com um recorte temporal entre janeiro de 2019 a novembro de 2021 durante a pandemia Covid-19. Foram utilizados como ferramentas de coleta de dados a revisão de literatura e a aplicação de um questionário de pesquisa de opinião elaborado pela própria autora. Foram coletadas 27 respostas. Após análise das respostas recebidas, pode-se constatar que as empresas envolvidas tiveram queda no faturamento e para minimizar os impactos deste problema, as empresas precisaram investir em novas tecnologias e em treinamentos, principalmente para a adaptação do método de trabalho *home office*.

**Palavras-Chave:** Inovação; Empresas; COVID-19.

## 1 Introdução

A inovação sempre teve um papel importante na sociedade, e com a crise da doença Covid-19, o processo de inovação nas empresas acelerou bastante em um curto período de tempo. Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), a Covid-19 foi determinada como uma doença em março de 2020 como uma pandemia (OMS, 2020).

Afirma-se que esta pandemia é a pior crise desde 1929 - Grande Depressão, principalmente pela velocidade que a economia mundial se prejudicou, tendo em vista a piora dos indicadores macros econômicos e sociais que ocorreu em apenas semanas, enquanto nos anos de 1930 se desenvolveu em alguns anos (CARDOSO, 2020).

Com a pandemia, foi aconselhado que a população alterassem suas rotinas em prol do isolamento social, onde foi aconselhado o uso de máscaras faciais para a prevenção do contágio do vírus, o SARS-Cov-2, onde o vírus poderia causar infecções respiratórias graves (GORGULHO *et al.*, 2020 e TONIN *et al.*, 2020). Por isso, muitas empresas optaram pelo meio de trabalho conhecido como Teletrabalho, percebendo assim, a velocidade dessa mudança que já se encontrava em andamento ou discussão, e que agora dificilmente serão revertidas (PASSOS E RIBEIRO, 2021).

Com esse cenário, houve grandes consequências nos negócios em nível mundial, assim, com a adaptação da população com as medidas adotadas no ano de 2020, as empresas privadas e públicas tiveram que considerar novas ações de estratégias (PACHECO, 2021).

O mercado imobiliário no Distrito Federal é um dos setores em que vive um momento de forte inovação durante a pandemia, conquistando a cada dia espaço com novas tecnologias para a melhoria de processos (OAB, 2021). Além disso, a Fundação de apoio à Pesquisa e Inovação do Distrito Federal (FAPDF) contribui fortemente com investimentos em áreas estratégicas de agronegócio, somando um total de trinta milhões investidos (RODRIGUES, 2021).

Este estudo pretende buscar um melhor entendimento do conceito de inovação, principalmente nas empresas do Distrito Federal, bem como às práticas inovadoras em meio à crise da pandemia Covid-19, quando as empresas tiveram que inovar para enfrentar uma situação adversa.

Esse artigo tem por objetivo investigar quais foram as alternativas voltadas para a inovação encontradas por algumas empresas no Distrito Federal frente à pandemia do Coronavírus (COVID -19).

## 2 Fundamentação teórica

### 2.1 Inovação

A inovação, geralmente, pode ser entendida como “efeito de inovar” ou “novidade, aquilo que é novo” (INOVAÇÃO, 2021). Já no meio corporativo, a inovação deve ser compreendida no sentido mais amplo e não só como solução para a tecnologia, por isso, a inovação nas empresas não deve ser restringida a um só departamento e sim ocorrer em diferentes níveis dentro da organização (KOTLER; DE BES, 2011).

Conforme consta nas primeiras edições do Manual de Oslo, a inovação é limitada como um produto e processo tecnológico que possam ser novos ou melhorados (PACHECO, 2021). Na terceira edição do Manual de Oslo, foram mencionados dois tipos de conceitos: organizacional e inovação de marketing, com a inclusão de uma pesquisa que avaliava a evolução da inovação nos países em desenvolvimento (OECD, 2018).

Na segunda edição, foram diminuídos os quatro tipos de inovação (serviço, produto, processo, marketing e organizacional) para dois tipos: inovações de produtos e inovações de processos de negócios. Assim, entende-se que a inovação de produto possa ser um serviço ou bem significativamente aperfeiçoado do que era de quando foi inserido no mercado. Já a inovação de processos de negócios, é um novo processo ou um aprimoramento nos processos de negócios para uma ou mais funções de negócios que devem ser consideravelmente diferentes dos processos anteriores (OECD, 2018).

De acordo com Hérnan (2008), existem vários fatores que podem influenciar a inovação. Entender os motivos e a importância para inovar na empresa, nos auxilia a entender a força que isso pode ocasionar, tais como uma maior competição e ingresso em novos mercados. Porém, pode haver motivos para que a empresa evite inovar ou fatores que afetem negativamente. Incluem-se falta de treinamentos ou de conhecimento dos colaboradores, fatores legais e econômicos e deficiência de demanda.

### 2.2 Pandemia no contexto empresarial

A Covid-19 é uma doença provocada por um retrovírus, o SARS-CoV-2, detectado inicialmente em dezembro de 2019 na província de Hubei, na China (CICILINI *et al.*, 2020). O contágio da doença é de alta transmissibilidade, devido a espirros e tosses de pessoas infectadas ou contato direto em lugares contaminados por meio do toque (CASCELLA *et al.*, 2020).

A pandemia impactou bastante na economia brasileira, tendo em vista que no segundo semestre de 2020 houve uma perda imediata semanal de 20 bilhões de reais (BRASIL, 2020). Uma pesquisa realizada pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) juntamente com a FGV (Fundação Getúlio Vargas) entre os dias 25 de fevereiro a 01 de março de 2021, foi investigado como que o impacto da pandemia coronavírus afetou os pequenos negócios, com intuito de identificar as consequências da crise nas empresas e quais medidas estão sendo adotadas para tentar reduzir o efeito. Para a realização desta pesquisa, foram ouvidos 6.228 empresários espalhados pelo Brasil e foi visto que 57% dos empresários estão inseguros com o futuro das empresas, 66% chegaram a piorar nas vendas e 65% das empresas obtiveram um faturamento anual em 2020 inferior do que alcançaram em 2019. Foi apurado que os setores mais afetados com a crise foram o turismo, economia criativa, beleza, serviços de alimentação e artesanato e os setores que mais se adaptaram foram o agronegócio, saúde, pet shop, serviços empresariais e oficinas. Ainda, foi informado que 45% dos empresários acham que a medida governamental mais importante para compensar a crise é a extensão das linhas de créditos com condições especiais (SEBRAE, 2021).

Ao se deparar com o cenário pela pandemia da Covid 19, muitas empresas encontraram como solução em curto prazo a implementação do *home office*, onde foi necessário que os colaboradores se adaptassem mais rápido que o normal ao novo método de trabalho. O e-learning foi uma forma de treinamento corporativo em que as empresas encontraram para o enfrentamento da crise, uma oportunidade para os colaboradores aperfeiçoar as habilidades para atingir os objetivos organizacionais (BERKENBROCK; TROJAN, 2020).

### **3 Metodologia**

Para o desenvolvimento deste artigo, foi realizado um estudo transversal, na qual foi feito um recorte temporal entre janeiro de 2019 a novembro de 2021, durante a pandemia Covid-19, que com esse cenário, as empresas precisaram se adaptar e criar novas tecnologias e processos de gestão. Segundo Freire e Pattussi (2018), os estudos transversais em vez de testar uma hipótese, são mais adequados para levantar questões quanto à presença de uma associação. Pode-se utilizar dados coletados através de fontes primárias ou secundárias. Algumas vantagens desse estudo é que ela é rápida, com amostras e mensurações controladas e é possível investigar vários efeitos.

Foi utilizado como metodologia principal a revisão de literatura e a pesquisa de opinião com aplicação de questionário (Anexo 1). A revisão de literatura é um método em que

há uma pesquisa e análise acerca de um corpo de conhecimento, com a finalidade de encontrar uma resposta para uma pergunta (MATTOS, 2015). A revisão de literatura foi feita em bases de dados tais como Capes e Ebsco e foram utilizados como principais descritores as seguintes palavras: Inovação, Covid-19 e estratégias empresariais.

Já a aplicação de questionário virtual, é um meio mais rápido para captar participantes, sendo mais positivo do que os questionários impressos realizados convencionalmente. Além disso, o questionário virtual permite a extração de um banco de dados mais completo e sem inconsistências nos resultados (FALEIROS *et al.*, 2016).

A pesquisa deste artigo foi realizada com colaboradores de empresas do Distrito Federal no período de 11 de outubro a 28 de outubro de 2021, do segmento da saúde, indústria, serviços, comércio, imobiliário, educação e setor público. O questionário virtual obteve 27 respostas e foi desenvolvido através da ferramenta google forms, e posteriormente, foi enviado um link por meio de aplicativos de comunicação.

#### **4 Discussão e Resultados**

A análise e discussão dos resultados deste estudo foram realizadas com base na análise das respostas obtidas na aplicação do questionário e seu alinhamento com a literatura. Dentre os principais aspectos discutidos estão: o incentivo profissional voltado para inovação, as principais inovações propostas pelas empresas estudadas, as dificuldades encontradas e o contexto dessas empresas antes e ao longo da pandemia.

Em relação ao incentivo profissional para inovar, o percentual de respostas afirmativas foi de 59,3% (27 profissionais), conforme indicado na Tabela 1, quando questionado aos participantes se a empresa incentiva em programas de treinamento e capacitação para favorecer sua intenção em inovar. É importante que as empresas tenham o entendimento que o incentivo profissional para inovação pode ser adquirido com a capacitação de seus colaboradores em treinamentos em geral ou específicos e participação em palestras e congressos, desta forma, será possível motivar seus colaboradores e ter um ambiente mais benéfico para a criatividade e à inovação. Muitas empresas fracassam pela falta de treinamento, não estimulam os colaboradores a propor melhorias e não os permite correr riscos (ALMEIDA *et al.*, 2016).

Tabela nº 1 - Incentivo Profissional para inovar

<b>Questionamento</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>
A empresa utiliza programas de treinamento e capacitação para favorecer sua intenção de inovar?	59,30%	40,70%

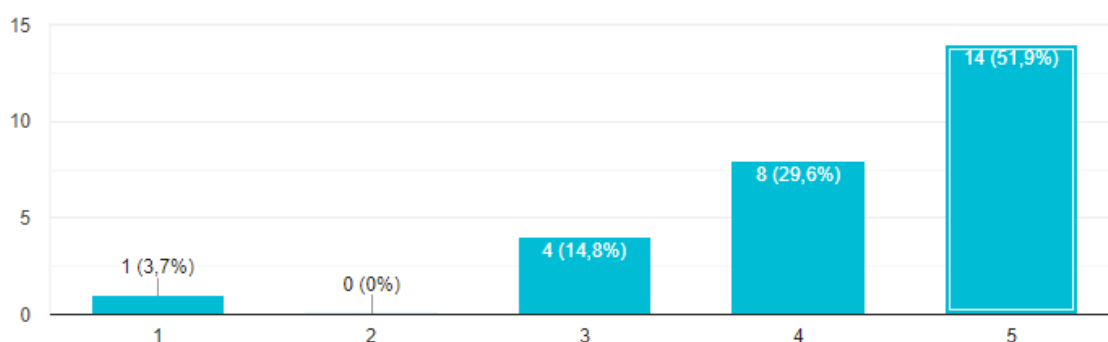
Fonte: Elaborado pela autora

Conforme figura 1 abaixo, ainda em relação ao incentivo profissional para inovar, foi perguntado também aos participantes qual o nível de satisfação que eles têm em trabalhar para a empresa (considerando 1 para pouca intensidade e 5 para muita intensidade) e 51,9% responderam a opção 5. É fundamental realizar mudanças comportamentais dentro da organização, resultando em uma nova filosofia de trabalho. É importante que os colaboradores se sintam motivados, participando de capacitações e se integrando nos processos da empresa. Isso gera ao trabalhador um aprendizado constante, possível reconhecimento, identificação dentro da empresa, confiança e um ambiente motivacional e favorável para inovar. Outro item importante no processo motivacional, é o sistema de recompensa, destacando a recompensa principalmente em relação ao trabalho em equipe, realização e desafios, possibilitando ao colaborador reconhecimento e sentimentos positivos quanto às suas conquistas (VOLPATO; CIMBALISTA, 2002).

Figura nº 1 - Incentivo Profissional para inovar

4. (Sendo 1 = Pouco e 5= Muito) Qual é o seu nível de satisfação em trabalhar para a empresa?

27 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Em se tratando de inovação durante a pandemia, quando questionados as empresas em que eles trabalham investiu em atividades antes da pandemia, a resposta variou entre 3 com 33,3% e 4 com 29,6% (Considerando 1 para pouca intensidade e 5 para muita intensidade). Já para o questionamento em relação à inovação durante a pandemia, a resposta mais afirmativa foi com intensidade 4 com 37% (Considerando 1 para pouca intensidade e 5 para muita intensidade). Conforme estudo realizado da *Accenture* “*Make the Leap, Take the Lead*”, para minimizar os efeitos negativos da crise, várias empresas investiram em inovação tecnológica, essas empresas conseguiram crescer significativamente, obtendo um aumento em suas receitas cinco vezes mais rápido do que os seus concorrentes, com investimentos como nuvem e inteligência artificial (IA). A pesquisa

ainda mostra que a tecnologia tem um papel importante para o sucesso das empresas, não só para a sua sobrevivência, mas também para um crescimento acelerado (SALVADOR, 2021). Ainda, em uma pesquisa chamada Presença Digital, da *HostGator*, uma multinacional de hospedagem de sites e serviços online, avaliou que entre os 5 mil participantes, 58% informaram que começaram a investir no mundo digital durante a pandemia e 64% perceberam que as vendas aumentaram. O esperado para o mercado para os próximos anos é que as vendas só cresçam, levando em consideração que o comportamento dos consumidores está cada vez mais digital, e segundo a pesquisa, foi verificado que 64% dos participantes pretendem aumentar investimento digital mesmo com o fim da pandemia e 7% informaram que pretendem diminuir (ECONOMIASC, 2021).

De acordo com a tabela 2, o percentual de respostas afirmativas variou de 37% a 63%, quando perguntado aos participantes se a empresa em que trabalha havia novos equipamentos em geral, se houve mudança na apresentação produto ou imagem da empresa, se houve novos métodos de operação ou processos e se houve novas ferramentas ou práticas de gestão. Quando falamos em inovação, não nos referimos apenas em alta tecnologia, mas em ações que podem ser aperfeiçoadas, propondo melhorias em produtos e serviços já existentes. Para que os pequenos negócios não tenham muitos prejuízos, se faz necessário uma boa estratégia para que seja evitada a perda de clientes e a queda do faturamento e vendas. Em um restaurante do Distrito Federal, o dono viu o faturamento cair bastante devido ao distanciamento social por causa da pandemia, por isso, resolveu montar uma equipe própria para realizar o serviço de *delivery*, tomando medidas necessárias para que os seus consumidores tenham mais confiança e satisfação. Já uma empresária também do Distrito Federal, dona de uma loja de moda praia, já investia no digital para canais de venda, e com a pandemia, ela investiu muito mais no meio online já que foi bastante reduzido o número de clientes que vão à loja física, tornando o meio digital uma prioridade para as suas vendas (SEBRAE, 2020).

Tabela nº 2 - Inovação durante a pandemia

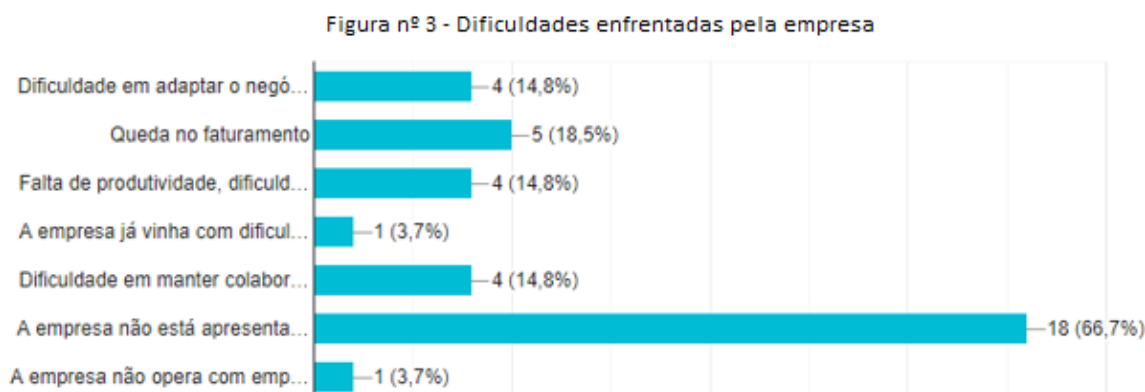
Questionamento	SIM	UM POUCO	NÃO
Houve novas máquinas, novos equipamentos ou novos softwares?	37%	40,70%	22,20%
Houve mudança na apresentação do produto ou imagem da empresa?	29,60%	22,20%	40,10%
Houve novos métodos de operação ou de processos?	40,70%	33,30%	25,90%
Houve novos métodos de organização do trabalho, novas práticas ou ferramentas de gestão	63%	11,10%	25,90%

Fonte: Elaborado pela autora

A Figura 3 a seguir, a maioria dos entrevistados, 66,7% dos participantes, informaram que a empresa não está apresentando dificuldades no momento, em contrapartida, 18,5%



apresentaram que houve queda no faturamento. Em junho de 2021, uma pesquisa realizada pelo Sebrae destacou que as empresas continuam registrando queda no faturamento, verificou-se que o índice é o pior desde 2020, e ainda, foi registrado que as pequenas empresas faturaram 43% a menos do que faturaram antes da pandemia. Por isso, o presidente do Sebrae questiona que foi percebido que a reabertura das empresas não determinou o crescimento do faturamento dos negócios (GUERRA, 2021).



Fonte: Elaborado pela autora

Segundo a tabela 3, foi questionado como as empresas em que eles trabalham estão sendo afetadas em relação ao período anterior à pandemia, quanto ao faturamento mensal, ao lucro da empresa e ao número de clientes, o percentual de respostas afirmativas para esses quesitos variou de 18,50% a 59,30%. De acordo com a Forbes (2020), o lucro da empresa RD, uma rede de varejo farmacêutico, foi afetado devido ao isolamento social, com uma queda do lucro líquido de 60% em relação ao ano de 2019. Com a redução do fluxo de clientes, foi necessário fechar várias lojas temporariamente, reduzir horário de funcionamento, e operar medidas de distanciamento dos clientes quando abriram novamente as lojas. Já uma pesquisa realizada pelo Instituto FSB Pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI), registrou que oito em cada dez indústrias brasileiras conseguiram inovar no ano de 2020 e 2021 e foi verificado que 88% das empresas tiveram ganhos na lucratividade (GARCIA, 2021).

Tabela nº 3 - Relação ao período anterior à pandemia

<b>Questionamento</b>	<b>AUMENTOU</b>	<b>IGUAL</b>	<b>DIMINUIU</b>
Faturamento mensal	18,50%	37%	44,40%
Lucro da Empresa	11,10%	40,70%	48,10%
Número de clientes	59,30%	29,60%	11,10%

Fonte: Elaborado pela autora

## 5 Considerações Finais

Considerando que o objetivo do artigo foi investigar as inovações nas empresas e responder à questão da pesquisa “de que maneira as empresas brasileiras inovaram, frente à pandemia coronavírus (COVID-19)?”, foi visto que mesmo diante das dificuldades que as empresas estão enfrentando durante a pandemia, as organizações estão abertas para mudanças e inovações.

O conceito de inovação vem crescendo significativamente ao longo dos anos, no entanto, as inovações nas empresas ocorridas durante a pandemia acelerou ainda mais alguns processos, principalmente com a potencialização de algumas evoluções tecnológicas disponíveis atualmente. Com a pandemia, algumas tecnologias tiveram sua evolução mais rápido do que o normal, como por exemplo, a aquisição de muitas empresas para o sistema de trabalho *home office*, e mesmo com o fim da pandemia e a volta à normalidade, a probabilidade é que o novo método de trabalho permaneça. Para as empresas permanecerem competitivas no mercado, é necessário também investir em seus colaboradores, com programas de treinamento, como o e-learning, e assim, será possível que os colaboradores consigam acompanhar a evolução tecnológica.

Por fim, constatou-se que na pesquisa realizada neste artigo destacando os segmentos da saúde, indústria, serviços, comércio, imobiliário, educação e setor público, uma das principais dificuldades encontradas pelas empresas foi com a queda do faturamento, por isso, uma alternativa para desviar desse problema seria a criação de novas políticas que acolham os empreendedores e reduza o mais rápido possível o custo dos empréstimos.

## Referências

ALMEIDA *et al.*, 2016. **Inovação e gestão do conhecimento**. Disponível em: [https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/58/o/Inovacao\\_e\\_gestao\\_do\\_conhecimento\\_-\\_FGV.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/58/o/Inovacao_e_gestao_do_conhecimento_-_FGV.pdf) . Acesso em 13 dez 2021

BERKENBROCK, Jordana.; TROJAN, Flávio. **Perspectivas e potencialidades dos treinamentos corporativos no modelo e-learning frente ao cenário pandêmico da COVID-19**. 2020. Disponível em: [https://aprepro.org.br/conbrepro/2020/anais/arquivos/09272020\\_090911\\_5f70891b776bc.pdf](https://aprepro.org.br/conbrepro/2020/anais/arquivos/09272020_090911_5f70891b776bc.pdf) . Acesso em 15 dez 2021.

BRASIL. Ministério da Economia. **Nota Informativa Impactos Econômicos da COVID-19 (13/05/2020): Informativa Impactos Econômicos da COVID-19**. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/notas-informativas/2020/nota-impactos-economicos-da-covid-19.pdf/view#:~:text=A%20Secretaria%20de%20Pol%C3%ADtica%20Econ%C3%B4mica,per%C3%ADodo%20de%20recupera%C3%A7%C3%A3o%3B%20e%20impacto> Acesso em 4 dez 2021.

CARDOSO, José Álvaro. **A grande depressão será bem pior no Brasil**. Disponível em: <https://www.dntemdebate.com.br/a-grande-depressao-sera-bem-pior-no-brasil/> Acesso em 03 dez. 2021

CASCELLA, M. *et al.* Features, Evaluation and Treatment Coronavirus (COVID-19). 2020. NCBI Bookshelf. A service of the National Library of Medicine, National Institutes of Health. Text.

CICILINI, André Luiz *et al.* Caso clínico: tromboembolismo pulmonar secundário em um paciente com covid-19. **Medicina** (Ribeirão Preto), v. 53, n. 3, p. 313-320, 14 out. 2021.

ECONOMIASC. **Quase 60% dos negócios brasileiros passaram a investir na presença digital durante a pandemia**. 2021. Disponível em: <https://www.economiasc.com/2021/10/23/quase-60-dos-negocios-brasileiros-passaram-a-investir-na-presenca-digital-durante-a-pandemia/> Acesso em 13 dez 2021

FALEIROS *et al.*, 2016. **Uso de questionário online e divulgação virtual como estratégia de coleta de dados em estudos científicos**. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71447791004> . Acesso em 13 dez 2021.

FORBES. **Lucro da RD recua 60% no 2º tri com pandemia afetando fluxo de clientes**. 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-money/2020/08/lucro-da-rd-recua-60-no-2o-tri-com-pandemia-afetando-fluxo-de-clientes/> . Acesso em 15 dez 2021.

FREIRE, M.C.M.; PATTUSSI, M.P. Tipos de estudos. IN: **ESTRELA, C.** Metodologia científica. Ciência, ensino e pesquisa. 3ª ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 2018. p.109-127.

GARCIA, Diego. **80% das indústrias inovaram na pandemia e tiveram aumento de lucro e produtividade**. 2021. Disponível em:

<https://noticias.portaldaindustria.com.br/noticias/inovacao-e-tecnologia/80-das-industrias-inovaram-na-pandemia-e-tiveram-aumento-de-lucro-e-productividade/>. Acesso em 15 dez 2021.

GORGULHO, C. *et al.* **Máscaras, Respiradores e variações: um panorama dos pedidos de patentes (PI e MU) e dos registros de desenho industrial (DI) no Brasil**, Disponível em:

[https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/patentes/tecnologias-para-covid-19/Arquivos%20Textos/Estudo7Mascaras\\_ObservCOVID19.pdf](https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/patentes/tecnologias-para-covid-19/Arquivos%20Textos/Estudo7Mascaras_ObservCOVID19.pdf) . Acesso em: 03 dez. 2021

GUERRA, 2021. **Pequenos negócios ainda sentem efeitos da pandemia, diz Sebrae**. Disponível em:

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-06/pequenos-negocios-ainda-sentem-efeitos-da-pandemia-diz-sebrae> . Acesso em 13 dez 2021

HERNÁN, Héctor. **Manual de Inovação**. Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade – IBQP. Curitiba. 2008.

INOVAÇÃO. In: DICIO, **Dicionário Online de Português**. Porto: 7Graus, 2021. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/inovacao/> .Acesso em 09 dez 2021.

KOTLER, Philip; DE BES, Fernando Trías. **Inovar para ganhar: O modelo A-F**. Coimbra: Conjuntura Actual, 2011.

MATTOS, Paulo. **Tipos de revisão de literatura**. Disponível em: <https://www.fca.unesp.br/Home/Biblioteca/tipos-de-revisao-de-literatura.pdf> . Acesso em 15 dez 2021.

OAB. **Para crescer no Distrito Federal, mercado imobiliário busca mais segurança jurídica e se adapta à inovação**. Disponível em <https://oabdf.org.br/noticias/para-crescer-no-distrito-federal-mercado-imobiliario-busca-mais-seguranca-juridica-e-se-adapta-a-inovacao/> . Acesso em 09 dez 2021.

OECD/Eurostat. Oslo **Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation**. 4th Edition, The Measurement Publishing, 2018

OMS. **Histórico de Pandemia de Covid-19**. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em 03 nov. 2021.

PACHECO, et al. **Inovação para o desenvolvimento e a sustentabilidade de negócios: um estudo bibliométrico sobre pesquisas relacionadas à covid-19**. Disponível em: <https://web.s.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=cb8f29bf-e8bd-4fe5-a6be-e840af693347%40redis> . Acesso em 08 dez.2021.

RIBEIRO, Elisabeth.; PASSOS, Paulo. Teletrabalho: Contributos e Desafios para as Organizações. 2021. **Revista Psicologia: Organizações & Trabalho (rPOT)**. 2021. Disponível em: <https://web.p.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=20&sid=73f6a252-5362-407b-9207-bf699ea8b373%40redis> Acesso em 03 dez.2021.

RODRIGUES, Rosualdo. **Painel debate apoio à pesquisa em inovação no DF**. 2021. Disponível em:

<https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2021/09/16/painel-debate-apoio-a-pesquisa-em-inovacao-no-df/> . Acesso em 09 dez 2021.

SALVADOR, Jorge. **Inovação tecnológica eleva rendimento nas empresas.** 2021. Disponível em: <https://www.forbespt.com/inovacao-tecnologica-eleva-rendimento-nas-empresas/> . Acesso em 12 dez 2021

SEBRAE. **Inovar é uma boa saída para pequenos negócios diante de crise.** 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/inovar-e-uma-boa-saida-para-pequenos-negocios-diante-de-crise,609a6eaecc801710VgnVCM1000004c00210aRCRD> . Acesso em 13 dez 2021

SEBRAE. **O Impacto da pandemia de coronavírus nos Pequenos Negócios.** 9ª ed.. 2020. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/3e399a211a5f7cbeb244e4b8a5681f0f/\\$File/30536.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3e399a211a5f7cbeb244e4b8a5681f0f/$File/30536.pdf). Acesso em 4 dez 2021.

TONIN, L. et al. Recomendações em tempos de COVID-19: um olhar para o cuidado domiciliar. **Revista Brasileira de Enfermagem,** Disponível em: <https://www.scielo.br/j/reben/a/wLfpdCbYv4LxQBHhvBzSgij/?format=pdf&lang=pt> Acesso em 03 dez. 2021.

VOLPATO ,Maricilia.; CIMBALISTA, Silmara. **O processo de motivação como incentivo à inovação nas organizações.** 2002. Disponível em: [https://codecamp.com.br/artigos\\_cientificos/processo\\_de\\_motivacao.pdf](https://codecamp.com.br/artigos_cientificos/processo_de_motivacao.pdf) Acesso em 12 dez 2021

## ANEXO I

### Questionário - Inovação nas empresas em meio à pandemia Covid-19

**1. Sexo:**

Feminino

Masculino

**2. Nome da Empresa (Opcional)**

---

**3. Segmento da Empresa:**

Comércio

Indústria

Setor Público

Saúde

Imobiliário

Serviços

Outros

**4. (Sendo 1 = Pouco e 5= Muito) Qual é o seu nível de satisfação em trabalhar para a empresa?**

**5. A empresa utiliza programas de treinamento e capacitação para favorecer sua intenção de inovar?**

Sim

Não

**6. Informe como estava a situação financeira da empresa ANTES da pandemia Covid-19**

Ótima

Boa

Razoável

Ruim

Péssima

**7. (Sendo 1 = Pouco e 5 = Muito) Indique com que intensidade a empresa investiu em atividades de inovação ANTES da pandemia Covid-19:**

**8. (Sendo 1 = Pouco e 5 = Muito) Indique com que intensidade a empresa realizou as seguintes ações DURANTE a pandemia: Novos produtos, tecnologias ou serviços**

**9. Houve novas máquinas, novos equipamentos ou novos softwares?**

Sim

Um pouco

Não

**10. Houve mudança na apresentação do produto ou imagem da empresa?**

Sim

Um pouco

Não

**11. Houve novos métodos de operação ou de processos?**

Sim

Um pouco

Não

**12. Houve novos métodos de organização do trabalho, novas práticas ou ferramentas de gestão?**

- Sim**
- Um pouco**
- Não**

**13. Sinalize as principais dificuldades que a empresa está enfrentando durante o período da pandemia:**

- Dificuldade em adaptar o negócio ao formato digital**
- Queda no faturamento**
- Falta de produtividade, dificuldade no trabalho HomeOffice ou Teletrabalho**
- A empresa já vinha com dificuldades mesmo antes da pandemia**
- Dificuldade em manter colaboradores**
- A empresa não está apresentando dificuldades**
- Outros**

**14. Em relação ao período anterior à pandemia, informe como a empresa está sendo afetada nas seguintes alternativas: 14.1 Faturamento mensal**

- Aumentou**
- Igual**
- Diminuiu**

**14.2 O Lucro da Empresa**

- Aumentou**
- Igual**
- Diminuiu**

**14.3 Número de Clientes**



**Aumentou**

**Igual**

**Diminui**