

Jader Silveira (Org.)

# EMPREENDEDORISMO

# 360

## Habilidades Essenciais para o Sucesso



Editora  
**MultiAtual**

Jader Silveira (Org.)

# EMPREENDEDORISMO

# 360

## Habilidades Essenciais para o Sucesso



Editora  
**MultiAtual**

© 2023 – Editora MultiAtual

[www.editoramultiatual.com.br](http://www.editoramultiatual.com.br)

editoramultiatual@gmail.com

### **Organizador**

Jader Luís da Silveira

**Editor Chefe:** Jader Luís da Silveira

**Editoração e Arte:** Resiane Paula da Silveira

**Capa:** Freepik/MultiAtual

**Revisão:** Respective autores dos artigos

### **Conselho Editorial**

Ma. Heloisa Alves Braga, Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais, SEE-MG

Me. Ricardo Ferreira de Sousa, Universidade Federal do Tocantins, UFT

Me. Guilherme de Andrade Ruela, Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF

Esp. Rícael Spirandeli Rocha, Instituto Federal Minas Gerais, IFMG

Ma. Luana Ferreira dos Santos, Universidade Estadual de Santa Cruz, UESC

Ma. Ana Paula Cota Moreira, Fundação Comunitária Educacional e Cultural de João Monlevade, FUNCEC

Me. Camilla Mariane Menezes Souza, Universidade Federal do Paraná, UFPR

Ma. Jocilene dos Santos Pereira, Universidade Estadual de Santa Cruz, UESC

Ma. Tatiany Michelle Gonçalves da Silva, Secretaria de Estado do Distrito Federal, SEE-DF

Dra. Haiany Aparecida Ferreira, Universidade Federal de Lavras, UFLA

Me. Arthur Lima de Oliveira, Fundação Centro de Ciências e Educação Superior à Distância do Estado do RJ, CECIERJ

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Silveira, Jader Luís da

S587e Empreendedorismo 360: Habilidades Essenciais para o Sucesso - Volume 1 / Jader Luís da Silveira (organizador). – Formiga (MG): Editora MultiAtual, 2023. 59 p. : il.

Formato: PDF  
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader  
Modo de acesso: World Wide Web  
Inclui bibliografia  
ISBN 978-65-6009-014-9  
DOI: 10.5281/zenodo.8239800

1. Empreendedorismo. 2. Habilidades. 3. Administração. I. Silveira, Jader Luís da. II. Título.

CDD: 658.9  
CDU: 354

*Os artigos, seus conteúdos, textos e contextos que participam da presente obra apresentam responsabilidade de seus autores.*

Downloads podem ser feitos com créditos aos autores. São proibidas as modificações e os fins comerciais.

Proibido plágio e todas as formas de cópias.

Editora MultiAtual  
CNPJ: 35.335.163/0001-00  
Telefone: +55 (37) 99855-6001  
[www.editoramultiatual.com.br](http://www.editoramultiatual.com.br)  
[editoramultiatual@gmail.com](mailto:editoramultiatual@gmail.com)  
Formiga - MG  
Catálogo Geral: <https://editoras.grupomultiatual.com.br/>

Acesse a obra originalmente publicada em:  
<https://www.editoramultiatual.com.br/2023/08/empreendedorismo-360-habilidades.html>



**AUTORES**

**ALEXANDRE DE ARAÚJO LAMATTINA  
BRENDA LOURENÇO BENITES DE ALMEIDA  
JADER LUÍS DA SILVEIRA  
LUCIMARA FIORESEA**

## APRESENTAÇÃO

Bem-vindo ao mundo do empreendedorismo 360, um ecossistema dinâmico e em constante evolução que demanda habilidades, visão e determinação para o sucesso. O livro que você tem em mãos, "Empreendedorismo 360: Habilidades Essenciais para o Sucesso", é uma jornada esclarecedora pelo labirinto do empreendedorismo contemporâneo.

Nos dias de hoje, o empreendedorismo não se limita mais a simplesmente criar um negócio; é uma mentalidade, uma abordagem multifacetada que transcende fronteiras e setores. Este livro não apenas explora os fundamentos clássicos do empreendedorismo, mas também mergulha nas habilidades essenciais que definem o empreendedor moderno, capacitando-o a prosperar em um cenário em constante transformação.

Desde a concepção de uma ideia até a execução de um plano, desde a construção de uma equipe coesa até a navegação pelas complexidades das finanças e do marketing, "Empreendedorismo 360" abrange todas as dimensões críticas que moldam a jornada empreendedora. Com uma abordagem holística, o livro combina princípios consagrados com insights de vanguarda, oferecendo uma visão completa das táticas e estratégias necessárias para se destacar em um mercado cada vez mais competitivo.

"Empreendedorismo 360: Habilidades Essenciais para o Sucesso" não é apenas um guia, mas um recurso confiável que acompanhará você em cada etapa de sua jornada empreendedora. Se você é um aspirante a empreendedor, um proprietário de startup ou um líder empresarial estabelecido, este livro fornecerá insights valiosos para enfrentar os desafios do empreendedorismo moderno.

Preparar-se para o sucesso não é apenas sobre a conquista de metas, mas sobre a construção de uma base sólida de conhecimento e habilidades que impulsionarão sua jornada em direção a um futuro próspero. Então, mergulhe de cabeça no mundo do empreendedorismo 360 e comece a transformar suas aspirações em realizações notáveis.

Que este livro seja o seu guia confiável enquanto você navega pelos mares emocionantes, porém desafiadores, do empreendedorismo.

Boa leitura!

## SUMÁRIO

<b>Capítulo 1</b> <b>CLIMA ORGANIZACIONAL DOS COLABORADORES DA EMPRESA ABC ALIMENTOS</b> <i>Brenda Lourenço Benites de Almeida; Lucimara Fiorese</i>	<b>8</b>
<b>Capítulo 2</b> <b>TECNOLOGIA E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: O NOVO PARADIGMA DO EMPREENDEDORISMO</b> <i>Alexandre de Araújo Lamattina</i>	<b>24</b>
<b>Capítulo 3</b> <b>EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO: UMA ANÁLISE INTERDISCIPLINAR</b> <i>Jader Luís da Silveira</i>	<b>34</b>
<b>Capítulo 4</b> <b>A RELAÇÃO E A IMPORTÂNCIA DO IPO NO EMPREENDEDORISMO DAS EMPRESAS</b> <i>Jader Luís da Silveira</i>	<b>48</b>
<b>AUTORES</b>	<b>58</b>



**Capítulo 1**  
**CLIMA ORGANIZACIONAL DOS COLABORADORES**  
**DA EMPRESA ABC ALIMENTOS**  
*Brenda Lourenço Benites de Almeida*  
*Lucimara Fiorese*



# CLIMA ORGANIZACIONAL DOS COLABORADORES DA EMPRESA ABC ALIMENTOS

**Brenda Lourenço Benites de Almeida**

*Técnica em Administração, luanabrandao6411@gmail.com*

**Lucimara Fiorese**

*Mestranda em Ensino, lucimara@universo.univates.br*

## RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo geral entender o clima organizacional e desenvolver estratégias de melhorias para o desempenho, a motivação e a satisfação no trabalho dos colaboradores da empresa ABC Alimentos de Encantado/RS. A metodologia empregada foi descritiva, quantitativa e qualitativa, levantada por meio de um questionário desenvolvido no Formulário do Google e enviado online aos 17 funcionários. Os resultados evidenciaram que a empresa tem um processo de comunicação que precisa ser melhorado, o relacionamento interpessoal é bom, as necessidades fisiológicas da pirâmide de Maslow também precisa de melhorias, bem como, alguns pontos dos aspectos fisiológicos. Por fim, deixam-se sugestões que podem ser implantadas pela empresa ABC que visam melhorar os aspectos relacionados ao clima organizacional.

**Palavras-chave:** Clima organizacional. Estratégias de melhorias. Satisfação. Motivação.

## ABSTRACT

This research had as general objective understand the organizational climate and develop performance improvement strategies, the motivation and job satisfaction of the company's employees ABC Foods from Encantado / RS. The methodology used was descriptive, quantitative and qualitative, raised through a questionnaire developed on the Google Form and sent online to 17 employees. The results showed that the company has a communication process that needs to be improved, the interpersonal relationship is good, the physiological needs of the Maslow pyramid also need improvement, as well as, some points of the physiological aspects. Lastly, leave suggestions that can be implemented by the company ABC aimed at improving aspects related to the organizational climate.

**Keywords:** Organizational climate. Improvement strategies. Satisfaction. Motivation.

## INTRODUÇÃO

A gestão de pessoas vem evoluindo com os anos, tornando-se fundamental no ambiente organizacional. O capital humano ganhou importância e desenvolveu estratégias que contribuem para um clima organizacional favorável, em que os colaboradores sintam-se capacitados, motivados e seguros para desempenharem suas funções e obter melhores resultados (SILVA; FERNANDES, 2019).

Almeida, Schelske e Rover (2019) enfatizam que o comportamento das pessoas nas empresas provoca o progresso empresarial, apontando que os funcionários produzem mais em ambientes mais agradáveis e, também, tendem ter uma compreensão clara de suas responsabilidades e tarefas.

Outrossim, “embora as organizações modernas já utilizem mais tecnologia do que mão de obra, ainda precisam do ser humano. [...] o ambiente interno da organização é fator relevante para que a empresa consiga aumentar seu desempenho” (SILVA; FERNANDES, 2019, p. 22).

As empresas estão entendendo a relevante importância dos recursos humanos no atual cenário competitivo e globalizado. Assim sendo, as organizações buscam destaque, valorizando o clima organizacional, investindo em colaboradores, motivando e entusiasmando seus funcionários, valorizando seus talentos, reconhecendo o profissionalismo, sendo estes os diferenciais das empresas que almejam destaque e crescimento (SILVA; FERNANDES, 2019).

A Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) envolver o bem-estar e a saúde dos trabalhadores, envolvendo os aspectos físicos, ambientais e psicológicos no âmbito do trabalho. Desta forma, buscam-se maiores níveis de qualidade e produtividade, permitindo que os colaboradores estejam motivados, sejam recompensados e tornem a organização competitiva (FIORESE; MARTINEZ, 2016).

De acordo com Silva e Fernandes (2019, p. 22) “o clima organizacional não é responsabilidade de apenas um indivíduo, mas sim de todos que fazem parte da organização na maneira de pensar e agir”. Ademais, entende-se que o clima organizacional interfere no desempenho dos colaboradores, tanto externos como internos, e reverbera nos clientes, pois se os funcionários estão em um clima organizacional positivo eles falam bem da empresa e procuram atender aos clientes da melhor maneira, já os que atuam em clima negativo tendem ao desânimo, à antipatia, a faltar ao trabalho e exonerar-se (FIORESE; MARTINEZ, 2016).

Diante desta perspectiva, o objetivo geral deste estudo visa entender o clima organizacional e desenvolver estratégias de melhorias para o desempenho, a motivação e a satisfação no trabalho dos colaboradores da empresa ABC Alimentos de Encantado/RS. Tendo como objetivos específicos identificar o perfil dos colaboradores da empresa ABC Alimentos; analisar a motivação intrínseca e extrínseca; analisar a satisfação e/ou insatisfação dos colaboradores da empresa; identificar situações que influenciam no clima no ambiente de trabalho e desenvolver estratégias de melhorias no desempenho.

## **GESTÃO DE PESSOAS E CLIMA ORGANIZACIONAL**

No entendimento de Silva e Fernandes (2019. p. 17),

A importância da gestão de pessoas para as organizações é o que pode definir seu sucesso, muitas das vezes, pois é fundamental para a empresa investir no capital humano, para gerar talentos, conseqüentemente avançar nos objetivos da gestão. Nota-se que quando se referem a gestão de pessoas não se limitam a uma área específica, a tradicional área de RH, mas a gestão de pessoas de maneira atingindo todos os departamentos da organização.

Já com relação ao clima organizacional, Lima, Leuch e Buss (2017, p. 2), esclarece que este:

[...] constitui o meio interno de uma organização, a atmosfera psicológica e característica que existe em cada organização. O clima organizacional é o ambiente humano dentro do qual as pessoas de uma organização executam seu trabalho. O clima pode se referir ao ambiente dentro de um departamento, de uma fábrica ou de uma empresa inteira. O clima não pode ser tocado ou visualizado, mas pode ser percebido psicologicamente.

Na perspectiva do da gestão de pessoas e um bom clima organizacional, sabe-se que há as necessidades humanas para manter as pessoas motivadas, assim, pode-se considerar a pirâmide das necessidades de Maslow como estratégia. De acordo com Almeida, Schelske e Rover (2019), Abraham Maslow (1908-1970), na década de 1940, desenvolveu a teoria da motivação ou Teoria das Necessidades, baseada em observações psicológicas. Maslow investigou a importância do ser humano diante das coisas, como amor, esperança, fé, espiritualidade, individualidade e existência.

De acordo com um dos aspectos fundamentais da sua teoria, para atingir o estado mais desenvolvido de consciência e realizar todo o seu potencial, o indivíduo precisa descobrir qual o seu verdadeiro propósito na vida e sair em busca dele. Maslow definiu esse estado máximo de ser como auto realização (ALMEIDA; SCHELSKE; ROVER, 2019, p. 39).

Conforme Anjos et al. (2018), a motivação resume-se em um ciclo, onde o indivíduo encontra-se satisfeito com suas necessidades psicológicas por um determinado tempo, até que outra necessidade surja. Então a sensação de tensão aparece e o estado de satisfação em que o indivíduo encontrava-se, desaparece. Assim, é necessário uma nova busca para satisfazer a nova necessidade. Se por um momento o mesmo consegue suprir a necessidade, retornará ao seu estado normal, até que reinicie o ciclo. E para Brandão e Freitas (2019, p. 58) “o conceito de motivação possui várias definições, pode ser conceituada basicamente como a força ou impulso que leva a agir de determinada forma, gerando uma atitude específica”.

Assim sendo, a motivação pode ser intrínseca, extrínseca e consciente. Brandão e Freitas (2019, p. 58) conceituam que motivação intrínseca:

[...] é aquela que os indivíduos desempenham ações pelo simples fato de se sentirem satisfeitos realizando-as. A motivação intrínseca tem efeito espontâneo e se materializa em si pelo interesse na atividade, ou seja, pode se dizer que o indivíduo já nasce com essa conduta.

Já “a motivação extrínseca decorre de comportamentos ocasionados na realização de determinadas tarefas que acontece devido a aspectos externos ao indivíduo (BRANDÃO; FREITAS, 2019, p. 58). Além disso, Brandão e Freitas (2019, p. 58) definem que “existem três categorias na motivação extrínseca que podem ser divididas em um contínuo da autodeterminação, sendo classificadas por tipos de regulação, que são a regulação externa, regulação por introjeção e a regulação por identificação”.

Por fim, a motivação consciente decorre da vontade que a pessoa tem de estabelecer suas ações e escolhas, bem como, o torna responsável pelas mesmas. A motivação consciente tem ligação com a conscientização intelectual do indivíduo diante das escolhas que ele encontrou (BRANDÃO; FREITAS, 2019).

## METODOLOGIA

Para Prodanov e Freitas (2013, p. 14) “a palavra Metodologia vem do grego ‘*meta*’ = ao largo; ‘*odos*’ = caminho; ‘*logos*’ = discurso, estudo”.

A Metodologia é compreendida como uma disciplina que consiste em estudar, compreender e avaliar os vários métodos disponíveis para a realização de uma pesquisa acadêmica. A Metodologia, em um nível aplicado, examina, descreve e avalia métodos e técnicas de pesquisa que possibilitam a coleta e o processamento de informações, visando ao encaminhamento e à resolução de problemas e/ou questões de investigação (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 14).

A metodologia empregada neste estudo foi descritiva que, para Gil (2008, p. 28) “as pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”.

A pesquisa trouxe a abordagem quantitativa e qualitativa que segundo Kauark, Manhães e Medeiros (2010 p. 27), “a Pesquisa quantitativa lida com fatos (tudo aquilo que pode se tornar objetivo através da observação sistemática; evento bem especificado, delimitado e mensurável)”. E quanto à pesquisa qualitativa, esta “lida com fenômenos ([do grego *phainomenon*: aquilo que se mostra, que se manifesta] evento cujo sentido existe apenas num âmbito particular e subjetivo)”.

Para realizar a coleta de dados, primeiramente solicitou-se autorização do proprietário da empresa ABC Alimentos por meio de uma carta de anuência, que foi devidamente assinada e autorizada a pesquisa. Salienta-se que por conveniência e visando garantir o sigilo dos dados da empresa, utilizou-se o nome fictício para esta de ABC Alimentos. Após, procedeu-se com a aplicação da pesquisa.

A coleta dos dados ocorreu no período de 18 de agosto a 04 de setembro de 2020 e foi realizada por meio de questionários elaborado no Google Formulário, disponibilizado aos respondentes por meio online (redes sociais, e-mail). As questões foram mistas buscando-se informações com os funcionários sobre a organização, vida pessoal, vida profissional, saúde e segurança na indústria. Foram aplicadas aos 17 funcionários da empresa ABC Alimentos de Encantado/RS, realizando-se um censo.

Oportunamente, esclarece-se que a empresa ABC Alimentos iniciou suas atividades em 2012, fundada por quatro amigos que gostariam de investir na área da alimentação. Estes escolheram seu nicho de mercado focando na produção de

salgadinhos e biscoitos doces artesanais. A empresa tem 54 itens, entre eles 21 salgados e 33 biscoitos doces artesanais.

A análise dos dados ocorreu por meio de gráficos e tabelas, identificando os fatores motivacionais da equipe e mensurando o clima organizacional da empresa. E as respostas das questões abertas foram transcritas na íntegra no processo de análise.

## **PERFIL DOS COLABORADORES**

Na aplicação do questionário percebeu-se que 59% dos colaboradores são do sexo feminino e 41% são do sexo masculino. Ainda, destaca-se que 82% dos contratados são brasileiros e 18% são haitianos, bem como, predominantemente os funcionários têm Ensino Médio (70%), 18% têm Ensino Fundamental e 12% Ensino Superior. Também nota-se que maioria dos colaboradores são casados (59%), já 41% são solteiros, outros estados civis não foram assinalados.

Com relação a idade, percebeu-se uma variação nas respostas, sendo que 41% têm entre 21 e 30 anos, 23% têm entre 31 e 40 anos e 18% têm entre 41 e 50 anos, o mesmo percentual de 18% são os respondentes até 20 anos. Podendo-se perceber que a grande parte dos contratados pela empresa são jovens e adultos com idades entre 21 e 40 anos.

Conforme o Gráfico 6, percebeu-se que a maioria dos colaboradores têm entre 1 e 2 anos (47%) de tempo de empresa e 41% com menos de um 1 ano. Sendo que 12% dos empregados têm de 3 a 4 anos de tempo de empresa. Salienta-se a empresa existe no mercado há 4 anos.

## **CLIMA ORGANIZACIONAL**

O processo de levantamento do questionário sobre clima organizacional utilizou opções de: Discordo totalmente, Discordo, Nem concordo nem discordo, Concordo, Concordo totalmente e Sem condições de opinar. A Tabela 1 apresenta os percentuais respectivos de cada opção.

Tabela 1 – Grau de concordância dos funcionários

	Concordo totalmente	Concordo	Nem concordo nem discordo	Discordo	Discordo totalmente	Sem condições de opinar
Eu gosto da atividade que realizo na empresa.	12%	59%	12%	0%	6%	12%
Tenho chances de crescimento na empresa.	6%	35%	24%	12%	12%	12%
O meu trabalho interfere de forma positiva na minha vida pessoal.	6%	35%	41%	6%	12%	0%
Tenho um bom relacionamento e uma boa comunicação com o encarregado da empresa.	29%	59%	6%	0%	6%	0%
Tenho um bom relacionamento e uma boa comunicação com o dono da empresa.	18%	24%	29%	18%	12%	0%
Percebo que há uma boa relação entre o encarregado e o dono da empresa.	12%	29%	29%	18%	12%	0%
Recebo feedback (retorno) frequentemente sobre a avaliação do meu trabalho.	0%	35%	0%	29%	35%	0%
A empresa me proporciona cursos para melhorar meu trabalho.	0%	47%	24%	24%	0%	6%
A empresa me oferece treinamento prático de como realizar as tarefa que desenvolvo.	0%	18%	12%	41%	24%	6%
Consigo utilizar meus conhecimentos e habilidades para realizar as atividades.	0%	76%	6%	6%	6%	6%
Tenho liberdade para tomar atitudes sozinho(a).	0%	29%	18%	29%	18%	6%
Tenho autonomia para desempenhar minhas funções sem pedir para meus superiores.	0%	53%	6%	24%	12%	6%
Meu encarregado fica o tempo todo cobrando minhas tarefas.	0%	6%	18%	53%	24%	0%
O dono da empresa fica o tempo todo cobrando as tarefas dos subordinados.	6%	53%	0%	24%	12%	6%

## Empreendedorismo 360: Habilidades Essenciais para o Sucesso

A empresa está sempre buscando novas formas para melhorar o trabalho.	18%	65%	0%	6%	6%	6%
Tenho liberdade para criar novas ferramentas de trabalho.	0%	47%	12%	29%	6%	6%
A empresa estimula os colaboradores a dar sugestões de melhorias.	12%	53%	18%	12%	6%	0%
Concordo com o código de conduta que é estabelecido pela empresa.	24%	29%	35%	6%	6%	0%
Tenho um relacionamento de respeito com todos os superiores da empresa.	29%	47%	6%	18%	0%	0%
Tenho um relacionamento bom com os colegas do mesmo setor de trabalho.	18%	59%	12%	6%	0%	6%
Trato com respeito todos os colegas dentro da empresa.	24%	65%	6%	0%	0%	6%
Problemas de trabalho ficam no trabalho, não levo para casa.	24%	41%	12%	6%	6%	12%
Meu encarregado sempre passa informações claras para que eu possa desempenhar bem as minhas tarefas.	12%	47%	6%	12%	12%	12%
A empresa tem um processo de comunicação clara.	6%	24%	35%	18%	12%	6%
Os colaboradores sempre são informados das decisões tomadas pela empresa.	6%	29%	18%	29%	12%	6%
Gosto das alterações de horários de trabalho frequentes.	12%	0%	18%	47%	24%	0%
A empresa me apoia quando tenho problemas pessoais que me impedem de trabalhar.	12%	24%	24%	12%	6%	24%
Meu salário é compatível com minha função.	12%	18%	29%	18%	18%	6%
O volume de serviço sob a minha responsabilidade é compatível com a minha carga horária de trabalho.	6%	35%	29%	6%	24%	0%

Fonte: Da autora (2020).



Relacionada a resposta para a afirmativa: “Eu gosto da atividade que realizo na empresa”, Constatou-se que 71% dos respondentes gostam da atividade desempenhada nas funções do seu dia a dia na empresa ABC. O que denota a percepção de Brandão e Freitas (2019) ao enfatizarem que a motivação intrínseca vem da satisfação dos indivíduos em desempenhar suas funções. Referente a afirmativa “Tenho chances de crescimento na empresa” percebeu-se que houve uma grande variação nas respostas, mesmo assim, 41% concordam que tenham oportunidade de crescer na empresa.

Pondera-se que ao questionar sobre o relacionamento e a comunicação dos funcionários com o encarregado da empresa, seu líder imediato, os respondentes apresentaram um grau de concordância significativo de 88%. Assim, pode-se considerar que de acordo com a Teoria de Maslow, o aspecto Social, sendo o terceiro pilar da pirâmide, no que tange contexto do “chefe amigável” foi contemplada (ALMEIDA; SCHELSKE; ROVER, 2019).

Infere-se que a afirmativa acima, colabora com as respostas sobre o grau de concordância com a afirmativa “Meu encarregado sempre passa informações claras para que eu possa desempenhar bem as minhas tarefas”, com 59%. O que representa um bom relacionamento do encarregado da empresa ABC com seus subordinados. Além disso, constatou-se que 76% dos colaboradores da empresa ABC discordam com da alternativa “Meu encarregado fica o tempo todo cobrando minhas tarefas”.

Na afirmativa “tenho um bom relacionamento e uma boa comunicação com o dono da empresa”, percebe-se que 41% dos funcionários da empresa ABC concordam com a boa comunicação que tem com o dono da empresa e com o bom relacionamento. Porém é importante destacar que 29% nem concordam nem discordam, o que pode sugerir que este relacionamento poderia ser melhor trabalhado na organização, aproximando o dono da organização com seu capital humano. Afinal, Silva e Fernandes (2019) esclarecem que fundamental gerir os talentos para que a empresa avance em seus objetivos e tenha sucesso.

Referente ao ponto: “O dono da empresa fica o tempo todo cobrando as tarefas dos subordinados”, percebeu-se que 59% concordam com essa afirmativa, nota-se que a maioria não está satisfeita com a atitude escolhida pelo dono da empresa no seu relacionamento com os subordinados, o que também completa a inferência apontada no parágrafo anterior.

Por conseguinte, percebeu-se que 41% dos respondentes concordam ou concordam totalmente com a afirmativa “percebo que há uma boa relação entre o encarregado e o dono da empresa”, entretanto, cabe apresentar que 29% nem concordam e nem discordam da afirmativa. O que pode sugerir um desconhecimento ou pouco contato de ambos ou um dos envolvidos com os funcionários, além disso, pode-se considerar pontos divergentes nas decisões entre ambos que acabam impactando no trabalho desenvolvido na organização. Enfatiza-se que Lima, Leuch e Buss (2017) consideram que o clima pode ser sentido psicologicamente, mas não há possibilidade de ser tocado ou visualizado de maneira concreta, assim sendo, podemos elucidar uma percepção relativamente boa na percepção dos funcionários sobre a relação interpessoal dos superiores.

Nota-se que 63% dos funcionários da empresa ABC concordam que os problemas do trabalho ficam no trabalho, não os levam para casa. Desta forma, concreta-se que a motivação tem ligação com a conscientização do intelecto dos indivíduos a respeito das escolhas que ele encontrou (BRANDÃO; FREITAS, 2019). Por conseguinte, destaca-se que a afirmativa de que o trabalho interfere positivamente na vida pessoal, a maioria (41%) dos entrevistados revelam-se indiferentes ao pressuposto, já que nem concordam e nem discordam com a prerrogativa, mas vale considerar uma grande divisão entre as percepções dos entrevistados nesta afirmativa.

Pondera-se que ao questionar sobre a frequência de recebimento de feedback (retorno) sobre a avaliação do seu trabalho, os funcionários demonstraram insatisfação, afinal, 65% dos respondentes discordam com a afirmativa apresentada, bem como, nenhum deles concordou totalmente com esta afirmativa. Nesta perspectiva, este é um ponto a ser trabalhado para a organização, pois uma comunicação eficiente é fundamental em qualquer instituição que busque ter as metas atingidas e seus funcionários alinhados com estas metas.

A afirmativa “a empresa tem um processo de comunicação clara”, agrega-se ao interposto acima, sendo que ambas tratam de comunicação. Nota-se que 35% dos respondentes nem concordam e nem discordam com a afirmativa, pode-se analisar que a maioria dos funcionários acreditam que há muito a melhorar no processo de comunicação da empresa.

Além disso, 41% dos respondentes “não concordam” que “os colaboradores sempre são informados das decisões tomadas pela empresa”, assim, nota-se que os

colaboradores não são informados sempre que a empresa toma uma decisão, como visto até o momento, sobre o processo de comunicação, também obteve-se respostas negativas. Assim, novamente, constata-se que a empresa ABC Alimentos tem a necessidade de trabalhar melhor a comunicação com seus funcionários.

Mesmo assim, alguns processos de comunicação podem ser percebidos, mesmo que de forma tímida, pois 65% dos colaboradores concordam que a empresa ABC estimula-os dar sugestões de melhorias, ao que percebe-se que a empresa abre espaço para o funcionário dar a sua sugestão.

Na afirmativa “a empresa me proporciona cursos para melhorar meu trabalho”, identifica-se que 47% dos colaboradores concordam com a opção apresentada. Observa-se que a empresa proporciona cursos para os funcionários que desejam aprimorar seus estudos e desenvolver melhor seu trabalho, mas é um quesito a ser reavaliada pela empresa, já que nenhum colaborador concordou totalmente com esta afirmativa.

Ao questionar os funcionários se a empresa oferece treinamento prático de como realizar as tarefas do dia a dia, 65% dos respondentes discordam com a afirmativa. Nota-se que ao iniciar na empresa, nenhum funcionário recebe o treinamento básico de trabalho, este ponto contribui com o olhar crítico revelado no parágrafo anterior.

Dando continuidade ao processo analítico, 82% dos respondentes concordam com a afirmativa: “a empresa está sempre buscando novas formas para melhorar o trabalho”. Assim, constata-se que a empresa está sempre em busca de novas alternativas de melhorias com foco no trabalho de todos.

Em resposta da afirmativa “consigo utilizar meus conhecimentos e habilidades para realizar as atividades”, 76% dos respondentes concordam. Pondera-se que mesmo sem nenhum respondente concordando totalmente com a afirmativa, os funcionários ainda têm uma percepção positiva neste contexto.

Pondera-se que ao questionar os colaboradores sobre a liberdade de tomar atitudes sozinhos, constatou-se que houve um grau de discordância de 47%. Percebe-se que há uma dificuldade para os funcionários tomarem uma decisão sozinhos, estando dependentes de retornos e definições dos superiores. Porém, em contrapartida, 53% dos respondentes concordam que têm autonomia para desempenhar suas funções sem pedir para seus superiores. Percebe-se que mesmo sem liberdade para tomarem atitudes, os funcionários da empresa ABC Alimentos

conseguem desenvolver suas funções do dia a dia sem a necessidade de dependência de seus superiores. Vale considerar que de acordo com a Pirâmide de Maslow, a necessidade de estima considera a responsabilidade uma prerrogativa motivacional (Almeida, Schelske e Rover, 2019).

Infere-se que o parágrafo supra descrito, colabora com a análise do grau de concordância com a afirmativa “tenho liberdade para criar novas ferramentas de trabalho”, em que 47% apenas “concordam” com a afirmativa. Mesmo assim, representa um bom resultado sobre a autonomia e a liberdade de criação e desempenho dos funcionários da empresa.

Também, constatou-se que 76% dos respondentes concordam que tenham um relacionamento de respeito com todos os superiores da empresa. Além disso, 76% dos respondentes concordam com a afirmativa “tenho um bom relacionamento com os colegas do mesmo setor de trabalho”. Na afirmativa “trato com respeito todos os colegas dentro da empresa”, observa-se que houve um grau de concordância de 88%. O que indica que o relacionamento interpessoal da organização é bom, ainda, agregasse que “o clima pode se referir ao ambiente dentro de um departamento, de uma fábrica ou de uma empresa inteira” de acordo com Lima, Leuch e Buss (2017, p. 2).

Contudo, percebeu-se que 35% dos respondentes “nem concordam nem discordam” a respeito do código de conduta que é estabelecido pela empresa ABC, o que sugere um desconhecimento dos funcionários sobre regras da organização. Neste contexto, pode-se sugerir que a organização desenvolva uma maneira de estabelecer uma relação de conhecimento neste aspecto.

Outrossim, houve um grau de discordância de 71% com relação a afirmativa “gosto das alterações de horário de trabalho frequentes”. Assim, pode-se considerar que de acordo com a Teoria de Maslow, no aspecto fisiológico, sendo o primeiro pilar da pirâmide, no que tange contexto do “horário de trabalho” não está sendo observado na empresa ABC (ALMEIDA; SCHELSKE; ROVER, 2019).

Na afirmativa “a empresa me apoia quando tenho problemas pessoais que me impedem de trabalhar”, apenas 35% dos respondentes “concordam”, 24% “sem condições de opinar”, 24% “nem concordam e nem discordam” e 18% “discordam” com a afirmativa. Nota-se que o grau de porcentagem das respostas ficaram muito próximas, mesmo com a maioria concordando, os resultados acendem um sinal de alerta e necessidade de análise do aspecto do relacionamento humano na organização.

Também, percebe-se que houve uma grande variação nas respostas, em relação a afirmativa “meu salário é compatível com minha função”, 35% dos respondentes “discordam” e 29% “nem concordam nem discordam”. Observa-se que a Pirâmide de Maslow, sugere no segundo pilar a remuneração e os benefícios no aspecto segurança, o que pode ser pressuposto de que os colaboradores da empresa não estão sentindo-se seguros.

Por fim, percebeu-se que 41% dos respondentes “concordam” com a afirmativa “o volume de serviço sob a minha responsabilidade é compatível com a minha carga horária de trabalho”, assim, pode-se considerar que há uma boa descrição de cargos e organização nas atividades estabelecidas pela empresa.

## **OPINIÕES DOS FUNCIONÁRIOS**

No processo de aplicação do questionário deixou-se disponível uma pergunta aberta para sugestões e elogios, sendo que apenas 4 (23%) respondentes escreveram suas opiniões. Pode-se perceber que a empresa poderia ter uma comunicação mais efetiva com seus colaboradores, diagnóstico que também foi percebido na análise de concordância analisada no subcapítulo 4.2, como percebe-se nas opiniões a seguir: “A opinião do próximo vale muito a pena ser ouvida e estudada” e “[...] pedir opinião dos colaboradores antes de impor as mesmas e de elogios as melhorias para melhorar o ambiente e desempenho do trabalho”. Contribuindo com estas opiniões, a maioria respondeu que “nem concordam nem discordam” com a afirmativa de que o processo de comunicação da empresa é claro, bem como, diversos outros aspectos da comunicação apresentaram-se em condições pouco favoráveis no que diz respeito aos processos que envolvem informar decisões, transmissão de informações e processos comunicativos na relação interpessoal humana.

Outra sugestão apresentada foi “Mais feedback”, podendo-se identificar que a maioria dos colaboradores, no aspecto da afirmativa que recebem feedback, “discordaram” desta. Assim, percebe-se que os respondentes da empresa ABC, estão sugerindo para empresa melhore seu processo comunicativo, o que também poderá impactar em diversos outros aspectos da pesquisa, como no relacionamento com o dono da organização, a liberdade de tomada de decisão, as informações sobre a conduta da empresa, já que se os colaboradores conhecerem a instituição

efetivamente poderão engajar-se para atingir metas e objetivos e o grau de confiança entre a equipe diretiva e os subordinados pode ter significativa melhora.

## SUGESTÕES DE MELHORIAS

Em consequência desta pesquisa, sugere-se que:

- Aprofunde-se o estudo de clima organizacional da empresa ABC;
- Desenvolvam-se estratégias de comunicação na organização;
- Os funcionários recebam treinamento e sejam informados do código de conduta da empresa;
- Efetive-se um processo decisório que englobe toda a equipe de trabalho;
- Ouça seus colaboradores;
- Estipule metas e objetivos claros e dê retorno sobre ter ou não atingido as metas aos seus funcionários;
- Implante um processo de estudo permanente que busque aprimorar o relacionamento humano da organização.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da pesquisa foi possível perceber as demandas que os funcionários têm sobre o clima organizacional da empresa, evidenciando especialmente necessidade de melhoria nos processos de comunicação. Ainda, foi possível apontar sugestões à empresa, visando melhorias em todos os aspectos que envolvem o clima organizacional.

Por fim, é possível perceber que, mesmo com todos os avanços a respeito da necessidade de entender o clima organizacional de uma organização, muito ainda há para ser feito, considerando que nem todas as instituições colocam os talentos como foco principal para seu desenvolvimento no mercado.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ivonez Xavier; SCHELSKE, Franciel Levi; ROVER, Ardinete. Percepção dos fatores motivacionais de Maslow no contexto organizacional. **Unoesc e Ciência – ACSA**, Joaçaba, v.10, n. 1, p. 37-44, 2019.

- ANJOS, Kleber Rodrigo dos et al. Análise da percepção do clima organizacional em uma instituição de ensino superior. In: Colóquio Internacional da Gestão Universitária, 18. 22 a 24 out. 2018. **Anais...** Equador: UTPL, 2018. 14f.
- BRANDÃO, Ana Cristina da Silva; FREITAS, Michelle. A importância da motivação e sua influência no ambiente de trabalho: Um estudo de caso no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso – Campus Juína. **Revista Científica da Ajes**, v. 8, n. 17, p. 56-82, 2019.
- FIGLIARELLI, Lucimara; MARTINEZ, Mariangela. Influência da cultura e clima organizacional na qualidade de vida no trabalho: revisão da literatura. **Revista Destaques Acadêmicos**, Lajeado, v. 8, n. 1, p. 100-113, 2016.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- KAUARK, Fabiana da Silva; MANHÃES, Fernanda Castro; MEDEIROS, Carlos Henrique. **Metodologia da pesquisa**: um guia prático. Itabuna: Via Litterarum, 2010.
- LIMA, Luiz Cesar dos Santos; LEUCH, Veronica; BUSS, Bruno Roberto. A importância da pesquisa de clima organizacional para análise do nível de satisfação dos colaboradores e da estrutura organizacional. **Revista Espacios**, v. 38, n. 28, p. 13, 2017.
- PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de; **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.
- SILVA, Ellen Nayane Oliveira; FERNANDES, Jackson Hermes Meneses. **A influência do clima organizacional no desempenho das organizações**: estudo aplicado em duas empresas no município de Capanema-PA. 2019. 67f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal Rural da Amazônia, Manaus, 2019.



**Capítulo 2**  
**TECNOLOGIA E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: O**  
**NOVO PARADIGMA DO EMPREENDEDORISMO**  
*Alexandre de Araújo Lamattina*



# TECNOLOGIA E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: O NOVO PARADIGMA DO EMPREENDEDORISMO

**Alexandre de Araújo Lamattina**

*Bacharel em Administração. Professor do Centro Paula Souza. E-mail:*

*alexandre.lamattina@etec.sp.gov.br*

## **RESUMO**

Este artigo aborda a temática do empreendedorismo no contexto da tecnologia e da transformação digital. Com o avanço tecnológico acelerado e as constantes mudanças no ambiente de negócios, é essencial que os empreendedores adquiram habilidades essenciais para se adaptarem a esse novo paradigma. Neste estudo, são exploradas a importância da tecnologia como facilitadora e impulsionadora do empreendedorismo, destacando-se seu papel na criação de novas oportunidades de negócio e na transformação dos modelos existentes. Também são discutidas as principais habilidades necessárias para empreender na era digital, com ênfase na importância do pensamento criativo, adaptabilidade, habilidades técnicas e aprendizado contínuo. Além disso, é analisado o impacto da transformação digital no empreendedorismo, examinando-se os benefícios e desafios enfrentados pelos empreendedores nesse contexto. São apresentadas estratégias práticas para aproveitar a transformação digital, incluindo casos de sucesso e dicas para implementar soluções tecnológicas em diferentes áreas de negócio. Ao final, conclui-se que a adoção da tecnologia e a compreensão da transformação digital são fundamentais para o sucesso dos empreendedores no cenário atual. Aqueles que possuem as habilidades necessárias e estão dispostos a se adaptar às mudanças tecnológicas têm maiores chances de prosperar e inovar em seus empreendimentos. Recomenda-se, portanto, que os empreendedores estejam atentos às tendências tecnológicas e busquem atualização constante, a fim de se manterem competitivos nesse novo paradigma.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Tecnologia, Transformação Digital, Habilidades Essenciais, Inovação.

## **ABSTRACT**

This article addresses the theme of entrepreneurship in the context of technology and digital transformation. With the rapid advancement of technology and the constant changes in the

business environment, it is essential for entrepreneurs to acquire essential skills to adapt to this new paradigm. In this study, the importance of technology as a facilitator and driver of entrepreneurship is explored, highlighting its role in creating new business opportunities and transforming existing models. The key skills required to thrive in the digital age are discussed, emphasizing the importance of creative thinking, adaptability, technical skills, and continuous learning. Furthermore, the impact of digital transformation on entrepreneurship is analyzed, examining the benefits and challenges faced by entrepreneurs in this context. Practical strategies for leveraging digital transformation are presented, including successful case studies and tips for implementing technological solutions in different business areas. In conclusion, the adoption of technology and understanding of digital transformation are fundamental to the success of entrepreneurs in the current landscape. Those who possess the necessary skills and are willing to adapt to technological changes have a greater chance of prospering and innovating in their ventures. It is therefore recommended that entrepreneurs stay vigilant to technological trends and seek continuous updates to remain competitive in this new paradigm.

**Keywords:** Entrepreneurship, Technology, Digital Transformation, Essential Skills, Innovation.

## **INTRODUÇÃO**

A presente pesquisa aborda a importância da tecnologia e da transformação digital no contexto do empreendedorismo. O avanço acelerado da tecnologia e as rápidas mudanças no ambiente de negócios têm exigido que os empreendedores compreendam e aproveitem as oportunidades oferecidas por esses elementos.

O objetivo deste artigo é explorar a relevância da tecnologia como facilitadora e impulsionadora do empreendedorismo, bem como examinar a influência da transformação digital no desenvolvimento de novos modelos de negócio. Além disso, serão apresentadas as habilidades essenciais que os empreendedores precisam adquirir para obter sucesso nesse novo cenário.

Para atingir esses objetivos, a estrutura deste artigo está organizada da seguinte forma: inicialmente, na seção “A Importância da Tecnologia no Empreendedorismo”, será discutido o papel crucial da tecnologia para o sucesso empreendedor, examinando como ela impulsiona a inovação e cria oportunidades de negócio. Em seguida, na seção “A Transformação Digital e seus Impactos”, serão

explorados os efeitos da transformação digital no empreendedorismo, abordando aspectos como a mudança de modelos de negócio, a personalização do atendimento ao cliente e a otimização de processos.

Posteriormente, na seção “Habilidades Essenciais para o Empreendedorismo na Era Digital”, serão destacadas as competências fundamentais que os empreendedores devem desenvolver para se adaptar ao novo paradigma, incluindo habilidades técnicas, pensamento estratégico, criatividade e capacidade de gerenciar a inovação.

Por fim, na seção “Estratégias para o Sucesso: Aproveitando a Transformação Digital”, serão apresentadas estratégias práticas que os empreendedores podem adotar para aproveitar ao máximo a transformação digital em seus negócios, desde a implementação de tecnologias emergentes até a criação de parcerias estratégicas.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

A tecnologia e a transformação digital têm desempenhado papéis cada vez mais essenciais no empreendedorismo, impulsionando a inovação, a criação de novos modelos de negócios e o surgimento de startups. Nesta seção, iremos expandir o contexto e ampliar a discussão, explorando de forma mais abrangente a importância da tecnologia como facilitadora e impulsionadora do empreendedorismo na era digital.

A transformação digital, como mencionado anteriormente, envolve a adoção e integração de tecnologias digitais em todas as áreas de uma organização. Ela vai além da mera implementação de ferramentas tecnológicas, envolvendo a reestruturação de processos, a mudança de cultura organizacional e a adaptação às demandas de um mundo cada vez mais digital. Autores como Westerman et al. (2014) destacam que a transformação digital é essencial para a sobrevivência e o crescimento das empresas, permitindo que elas se tornem mais ágeis, eficientes e inovadoras.

No contexto dos modelos de negócios digitais, o livro “Business Model Generation” de Osterwalder e Pigneur (2010) se tornou uma referência importante. Eles desenvolveram uma metodologia para visualizar, analisar e projetar modelos de negócios inovadores, considerando elementos-chave, como proposta de valor, segmento de clientes, canais de distribuição e fontes de receita. A tecnologia desempenha um papel crucial na criação de modelos de negócios digitais, permitindo

a personalização de produtos e serviços, a automação de processos e a ampliação do alcance global.

Além disso, a transformação digital tem impulsionado o surgimento de startups que buscam inovar e criar soluções disruptivas em diversos setores. As startups são empresas jovens, geralmente apoiadas em tecnologia, que têm a capacidade de se adaptar rapidamente e aproveitar as oportunidades oferecidas pelo ambiente digital. Autores como Chesbrough (2003) destacam a importância do empreendedorismo e da inovação aberta no cenário das startups, incentivando a colaboração com outras organizações, clientes e comunidades para impulsionar a criação e o crescimento de novos negócios.

No que diz respeito às habilidades essenciais para empreender na era digital, é fundamental adquirir um conjunto diversificado de competências. O pensamento criativo e a capacidade de encontrar soluções inovadoras para problemas complexos são habilidades essenciais no empreendedorismo (Amabile, 1996). Além disso, a adaptabilidade é crucial para se ajustar rapidamente às mudanças do ambiente de negócios digital, permitindo que os empreendedores aproveitem oportunidades emergentes e enfrentem desafios em constante evolução (TEECE, 2014).

As habilidades técnicas também desempenham um papel significativo na era digital. É essencial que os empreendedores desenvolvam competências em áreas como análise de dados, inteligência artificial, marketing digital, desenvolvimento de aplicativos e segurança cibernética. A aquisição de habilidades técnicas adequadas permite que os empreendedores aproveitem ao máximo as tecnologias disponíveis, entendam as necessidades do mercado e melhorem a eficiência operacional (YASEEN et al., 2019).

Além disso, a aprendizagem contínua é fundamental para se manter atualizado sobre as últimas tendências tecnológicas e práticas de negócios. A tecnologia está em constante evolução e os empreendedores precisam se adaptar a essa dinâmica, buscando constantemente novos conhecimentos, participando de cursos, workshops e conferências, e aproveitando recursos de aprendizagem online (BRYNJOLFSSON e MCAFEE, 2014).

## **METODOLOGIA DA PESQUISA**

Para a realização desta pesquisa sobre o empreendedorismo no contexto da tecnologia e da transformação digital, foi adotada uma abordagem baseada principalmente em revisão bibliográfica e análise de estudos de caso relevantes. A metodologia permitiu obter informações aprofundadas e embasadas em pesquisas anteriores, além de fornecer exemplos práticos para enriquecer a discussão.

Inicialmente, foi realizada uma extensa revisão bibliográfica em livros, artigos acadêmicos e publicações relacionadas ao empreendedorismo, tecnologia, transformação digital e modelos de negócios digitais. Essa revisão permitiu identificar conceitos-chave, teorias, modelos e perspectivas relevantes para embasar a discussão teórica do artigo.

Além da revisão bibliográfica, foram analisados estudos de caso de empresas e empreendedores que se destacaram no contexto da tecnologia e da transformação digital. Os estudos de caso foram selecionados com base em sua relevância para o tema em questão, buscando exemplos que demonstrassem a aplicação prática dos conceitos discutidos.

As informações obtidas por meio da revisão bibliográfica e dos estudos de caso foram analisadas de forma crítica e interpretativa. Os dados foram organizados de acordo com os temas e conceitos abordados nas seções do artigo, permitindo uma estruturação lógica do conteúdo. A análise dos dados foi complementada por reflexões e insights dos autores com base em sua expertise e experiência na área do empreendedorismo e da tecnologia.

## **ANÁLISE DE DADOS**

A análise de dados nesta pesquisa, baseada em uma revisão bibliográfica e na análise de estudos de caso relevantes, proporcionou uma compreensão mais aprofundada dos benefícios e desafios enfrentados pelos empreendedores no contexto da transformação digital. Além disso, permitiu identificar as estratégias adotadas por empreendedores para aproveitar ao máximo a transformação digital. A seguir, serão apresentados estudos de caso ampliados, referenciando autores e datas, que ilustram o impacto da transformação digital no empreendedorismo.

Um exemplo inspirador de como a transformação digital pode impulsionar o empreendedorismo é a empresa Airbnb. Fundada em 2008 por Brian Chesky e Joe Gebbia, a plataforma de hospedagem compartilhada revolucionou a indústria de hospitalidade ao oferecer uma alternativa acessível e personalizada para os viajantes. Por meio da tecnologia, a Airbnb criou um mercado global que conecta anfitriões e hóspedes, transformando casas e apartamentos em acomodações exclusivas. A empresa se destacou ao adotar estratégias inovadoras de marketing digital, aproveitando as redes sociais e a economia compartilhada. O sucesso da Airbnb demonstra como a transformação digital pode abrir novas oportunidades de negócios e criar modelos disruptivos no mercado (GANSKY, 2010).

Outro estudo de caso relevante é o da Tesla, liderada por Elon Musk. A Tesla revolucionou a indústria automotiva ao introduzir veículos elétricos de alto desempenho, combinando inovação tecnológica com design atraente. A empresa não apenas desenvolveu veículos elétricos, mas também construiu uma rede global de estações de carregamento e adotou uma abordagem pioneira de vendas diretas ao consumidor. A Tesla demonstrou que a transformação digital não se limita a setores específicos, mas pode redefinir até mesmo indústrias tradicionais. A empresa aproveitou a tecnologia para criar uma experiência do cliente diferenciada e sustentável (CUSUMANO, 2018).

Além disso, o estudo de caso da plataforma de entrega de alimentos e-commerce Grubhub destaca como a tecnologia pode transformar a indústria de restaurantes. Fundada em 2004 por Mike Evans e Matt Maloney, a empresa conecta restaurantes e consumidores por meio de seu aplicativo e site. A Grubhub usa a tecnologia para facilitar o processo de pedido e entrega de alimentos, oferecendo conveniência e acesso a uma ampla variedade de restaurantes. A empresa se adaptou às mudanças nas preferências dos consumidores e às necessidades do mercado, aproveitando a tecnologia para estabelecer parcerias estratégicas com restaurantes e otimizar a experiência do cliente (KAKAVAND et al., 2019).

No entanto, é importante destacar que a transformação digital também apresenta desafios para os empreendedores. Um exemplo é o caso da Kodak, empresa líder no mercado de fotografia analógica por décadas. Apesar de ser pioneira no desenvolvimento da tecnologia digital, a Kodak não conseguiu se adaptar rapidamente às mudanças do mercado e abraçar a transformação digital. A empresa enfrentou dificuldades financeiras e perdeu sua posição de destaque no setor

fotográfico. Esse caso destaca a importância de os empreendedores estarem atentos às tendências tecnológicas e serem ágeis para se adaptar às mudanças do mercado (CHRISTENSEN, 1997).

Diante desses estudos de caso, é possível perceber que a transformação digital oferece benefícios significativos aos empreendedores, como a criação de novas oportunidades de negócio e a melhoria da eficiência operacional. No entanto, também apresenta desafios, como a necessidade de acompanhar a evolução tecnológica e superar barreiras financeiras e de conhecimento. Estratégias como parcerias estratégicas, capacitação e criação de uma cultura de inovação são essenciais para que os empreendedores aproveitem ao máximo a transformação digital e alcancem o sucesso em seus empreendimentos.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao longo deste artigo, exploramos a importância da tecnologia e da transformação digital no contexto do empreendedorismo, destacando as habilidades essenciais necessárias para obter sucesso nesse novo cenário. Com base nas análises e estudos de caso apresentados, podemos chegar a algumas conclusões importantes.

Em primeiro lugar, ficou evidente que a tecnologia desempenha um papel fundamental como facilitadora e impulsionadora do empreendedorismo. A transformação digital oferece oportunidades de negócios inovadores, permite a personalização de produtos e serviços, melhora a eficiência operacional e amplia o alcance global. Empreendedores que compreendem e adotam estrategicamente as tecnologias emergentes têm maiores chances de sucesso no mercado atual.

Além disso, identificamos que as habilidades empreendedoras são indispensáveis na era digital. O pensamento criativo, a adaptabilidade, as habilidades técnicas e o aprendizado contínuo são competências cruciais para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades oferecidas pela transformação digital. Os empreendedores devem estar dispostos a buscar conhecimento, desenvolver novas habilidades e adotar uma mentalidade inovadora para se destacar em um ambiente de negócios cada vez mais dinâmico e competitivo.

Quanto às tendências futuras no empreendedorismo, é evidente que a tecnologia continuará a desempenhar um papel central. As tecnologias emergentes,

como inteligência artificial, Internet das Coisas, blockchain e realidade virtual, têm o potencial de transformar ainda mais os modelos de negócios existentes e criar novas oportunidades. Portanto, os empreendedores devem estar atentos a essas tendências e buscar maneiras de aplicá-las de forma estratégica em seus empreendimentos.

Sugere-se a continuidade de pesquisas nesse campo, explorando de forma mais aprofundada questões como o impacto da inteligência artificial no empreendedorismo, o papel das startups na inovação tecnológica e as implicações éticas e sociais da transformação digital. Além disso, é importante investigar estratégias específicas que os empreendedores podem adotar para superar os desafios da transformação digital e garantir a sustentabilidade de seus negócios.

Em suma, este artigo reforça a importância das habilidades empreendedoras e da adaptação às mudanças tecnológicas para o sucesso empresarial na era digital. A transformação digital oferece oportunidades sem precedentes para os empreendedores, mas também exige uma mentalidade inovadora e aquisição contínua de conhecimento. Aqueles que conseguirem combinar habilidades empreendedoras sólidas com o aproveitamento estratégico das tecnologias emergentes estarão melhor preparados para enfrentar os desafios e prosperar no cenário do empreendedorismo 360.

## REFERÊNCIAS

AMABILE, Teresa. M. **Creativity in context**: update to the social psychology of creativity. Westview Press, 1996.

BLANK, Steve; DORF, Bob. **The startup owner's manual**: the step-by-step guide for building a great company. K&S Ranch, 2012.

BRYNJOLFSSON, Erik; MCAFEE, Andrew. **The second machine age**: work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies. W. W. Norton & Company, 2014.

CHESBROUGH, Henry W. **Open innovation**: the new imperative for creating and profiting from technology. Harvard Business Press, 2003.

CHRISTENSEN, Clayton M. **The innovator's dilemma**: when new technologies cause great firms to fail. Harvard Business Review Press, 1997.

CUSUMANO, Michael A. **The business of platforms**: strategy in the age of digital competition, innovation, and power. Harper Business, 2018.



DWECK, Carol S. **Mindset**: changing the way you think to fulfil your potential. Robinson, 2017.

GANSKY, Lisa. **The mesh**: why the future of business is sharing. Portfolio, 2010.

JOHNSON, Mark W.; CHRISTENSEN, Clayton M.; KAGERMANN, Henning. Reinventing your business model. **Harvard Business Review**, v. 95, n. 1, 2017, p. 50-59.

KAKAVAND, H.; DARAGAH, N.; HOSSEINI, E. Grubhub's disruptive innovation: a case study on the impact of digital technology on the restaurant industry. **International Journal of Innovation and Economic Development**, v. 5, n. 2, 2019, p. 17-30.

KAWAGUCHI, T.; UMEMURO, H.; BABA, Y. Lifelong learning and entrepreneurship in the digital era. **Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity**, v. 5, n. 3, 2019, p. 58.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business model generation**: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons, 2010.

TEECE, David J. A dynamic capabilities-based entrepreneurial theory of the multinational enterprise. **Journal of International Business Studies**, v. 45, n. 1, 2014, p. 8-37.

WESTERMAN, George; BONNET, Didier; MCAFEE, Andrew. Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation. **Harvard Business Review Press**, 2014.

YASEEN, S. G.; SALAH, K.; MOHAMED, N.; DARABSEH, A. Entrepreneurial skills for digital age: An empirical study. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 22, n. 4.



**Capítulo 3**  
**EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO: UMA**  
**ANÁLISE INTERDISCIPLINAR**  
*Jader Luís da Silveira*

# EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO: UMA ANÁLISE INTERDISCIPLINAR

**Jader Luís da Silveira**

*Professor e empreendedor*

## **RESUMO**

Este artigo discute a relação intrincada entre empreendedorismo e inovação, destacando a importância dessa relação para o desenvolvimento econômico, social e tecnológico. Exploramos como o empreendedorismo desempenha um papel crucial na promoção da inovação e como a inovação, por sua vez, impulsiona a criação de novos empreendimentos. Além disso, examinamos as principais teorias e modelos que sustentam essa relação e discutimos os desafios e oportunidades que os empreendedores enfrentam ao buscar a inovação. Por meio de uma análise interdisciplinar, este artigo oferece insights sobre como as abordagens colaborativas entre empreendedores, pesquisadores, instituições acadêmicas e governamentais podem catalisar um ambiente propício à inovação e ao empreendedorismo.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Inovação, Interdisciplinar.

## **ABSTRACT**

This article discusses the intricate relationship between entrepreneurship and innovation, highlighting the significance of this connection for economic, social, and technological development. We delve into how entrepreneurship plays a pivotal role in fostering innovation and how innovation, in turn, propels the creation of new ventures. Furthermore, we examine key theories and models underpinning this relationship and discuss the challenges and opportunities entrepreneurs encounter in their pursuit of innovation. Through interdisciplinary analysis, this article provides insights into how collaborative approaches among entrepreneurs, researchers, academic and governmental institutions can catalyze an environment conducive to innovation and entrepreneurship.

**Keywords:** Entrepreneurship, Innovation, Interdisciplinary.

## 1. Introdução

O empreendedorismo e a inovação são conceitos intrinsecamente ligados, desempenhando um papel vital na evolução econômica e na progressão da sociedade. Enquanto o empreendedorismo envolve a identificação e exploração de oportunidades para criar valor, a inovação se concentra na geração e aplicação de ideias criativas para desenvolver novos produtos, serviços e processos.

O empreendedorismo e a inovação são dois pilares fundamentais que impulsionam o progresso econômico e social em todas as esferas da sociedade. Esses conceitos estão profundamente entrelaçados, formando uma parceria dinâmica que impulsiona o desenvolvimento de maneira holística. Enquanto o empreendedorismo é o motor que conduz a busca por oportunidades e a transformação de ideias em ações concretas, a inovação é o combustível que alimenta esse motor, capacitando-o a avançar em direção a novas fronteiras.

O empreendedorismo pode ser visto como a mentalidade e a capacidade de identificar lacunas no mercado, necessidades não atendidas ou problemas a serem resolvidos, e, a partir disso, criar e operacionalizar soluções que gerem valor. Os empreendedores são os visionários que enxergam além do óbvio, que ousam desafiar o status quo e que estão dispostos a assumir riscos calculados para transformar suas visões em realidade. Eles são agentes de mudança que buscam constantemente maneiras de melhorar, inovar e criar impacto positivo em suas comunidades e setores de atuação.

Por outro lado, a inovação é o processo pelo qual as ideias se transformam em ações tangíveis. Ela se concentra na geração de novos conhecimentos, abordagens criativas e soluções que transcendem o convencional. A inovação não se limita apenas à criação de produtos tecnologicamente avançados; abrange também novos modelos de negócios, métodos de produção mais eficientes, estratégias de marketing inovadoras e práticas sustentáveis. A inovação é uma resposta ao desejo constante de melhorar e evoluir, permitindo que as empresas se adaptem às mudanças do mercado e às necessidades em constante mutação dos consumidores.

A relação entre empreendedorismo e inovação é simbiótica e reforça-se mutuamente. Os empreendedores, ao identificarem oportunidades de mercado, muitas vezes enfrentam desafios que requerem soluções inovadoras. Eles são motivados a encontrar maneiras criativas de superar obstáculos, melhorar processos

e agregar valor a produtos e serviços existentes. Por sua vez, a inovação possibilita que os empreendedores diferenciem suas ofertas, ganhem vantagem competitiva e se destaquem em mercados saturados.

Esse casamento entre empreendedorismo e inovação tem um impacto significativo em várias dimensões da sociedade. No âmbito econômico, ele impulsiona o crescimento econômico, criação de empregos e aumento da produtividade. No âmbito social, a inovação gerada pelo empreendedorismo pode abordar problemas complexos, como a acessibilidade a serviços básicos, saúde, educação e sustentabilidade ambiental. Além disso, a interação entre esses conceitos nutre uma cultura de aprendizado contínuo, adaptabilidade e resiliência, traços essenciais em um mundo em constante evolução.

O empreendedorismo e a inovação formam um binômio essencial para o avanço da sociedade. Enquanto o empreendedorismo é o motor que impulsiona a busca por oportunidades e soluções, a inovação é o mecanismo que permite a transformação dessas ideias em ações impactantes. Esses dois elementos se entrelaçam para moldar o futuro, inspirando mudanças positivas e criando um ambiente propício para a evolução contínua.

## **2. Empreendedorismo e Inovação: Uma Relação Simbiótica**

O empreendedorismo frequentemente atua como catalisador da inovação, uma vez que os empreendedores buscam constantemente soluções inovadoras para desafios e lacunas identificados no mercado. Por outro lado, a inovação proporciona aos empreendedores uma vantagem competitiva, permitindo-lhes oferecer algo único e valioso aos consumidores. Essa relação simbiótica é evidenciada por casos de sucesso de startups que revolucionaram setores inteiros por meio da introdução de produtos ou serviços inovadores.

O empreendedorismo emerge como um poderoso catalisador da inovação, uma vez que os empreendedores, por sua natureza, estão constantemente em busca de oportunidades para resolver desafios e preencher lacunas no mercado. Essa busca incansável por soluções inovadoras impulsiona a criação e adoção de ideias frescas e criativas, estimulando a evolução dos produtos, serviços e processos existentes. Os empreendedores atuam como agentes de mudança, explorando novas abordagens e questionando convenções estabelecidas para criar valor de maneira inovadora.

Por outro lado, a inovação proporciona aos empreendedores uma vantagem competitiva valiosa. À medida que os mercados se tornam cada vez mais dinâmicos e os consumidores mais exigentes, a capacidade de oferecer algo único e valioso é essencial para se destacar da concorrência. A inovação permite que os empreendedores se diferenciem, criem uma identidade distinta para suas marcas e atraiam a atenção dos consumidores em um mar de opções similares. Ao desenvolver produtos ou serviços que atendam a necessidades não atendidas ou ofereçam uma experiência excepcional, os empreendedores conquistam a lealdade e a confiança de seus clientes.

Essa relação simbiótica entre empreendedorismo e inovação é claramente visível em casos de sucesso de startups e empreendimentos inovadores. Empresas como Uber, Airbnb, Spotify e Tesla são exemplos proeminentes de como a introdução de ideias inovadoras pode revolucionar setores inteiros. Essas startups não apenas identificaram oportunidades não exploradas, mas também abordaram questões preexistentes de maneiras novas e criativas. Ao quebrar paradigmas, elas não apenas transformaram as indústrias em que atuam, mas também redefiniram a forma como as pessoas vivenciam e interagem com esses setores.

A história dessas empresas também ilustra como a inovação pode abrir novos mercados e criar demanda por produtos ou serviços antes desconhecidos. Ao lançarem produtos inovadores, essas startups conseguiram atrair consumidores ávidos por experiências diferenciadas, muitas vezes superando a resistência inicial à mudança. Esses exemplos enfatizam o poder transformador da inovação, que vai além de melhorias incrementais e impacta profundamente a maneira como vivemos, trabalhamos e nos conectamos.

A relação intrincada entre empreendedorismo e inovação é um dos pilares do progresso econômico e social. Os empreendedores impulsionam a inovação ao buscar ativamente soluções criativas para desafios e necessidades de mercado, enquanto a inovação proporciona aos empreendedores uma vantagem competitiva valiosa e a oportunidade de criar impacto duradouro. Os casos de sucesso de startups inovadoras evidenciam essa relação simbiótica, mostrando como ideias disruptivas podem transformar indústrias e moldar o cenário comercial. É essa colaboração entre empreendedorismo e inovação que constrói a base para um futuro mais dinâmico, diversificado e progressista.

### 3. Teorias e Modelos de Empreendedorismo e Inovação

Diversas teorias e modelos sustentam a conexão entre empreendedorismo e inovação. O Modelo de Inovação Aberta, proposto por Chesbrough, enfatiza a colaboração entre empresas, universidades e outras entidades como impulsionadora da inovação. A Teoria Schumpeteriana, por outro lado, destaca o papel disruptivo do empreendedorismo na introdução de inovações radicais, desencadeando ciclos de destruição criativa.

A intersecção entre empreendedorismo e inovação é sustentada por uma variedade de teorias e modelos que oferecem insights valiosos sobre como esses dois conceitos estão interligados e como eles moldam o desenvolvimento econômico e tecnológico. Dois desses modelos notáveis são o Modelo de Inovação Aberta, proposto por Henry Chesbrough, e a Teoria Schumpeteriana, elaborada por Joseph Schumpeter. Cada um desses modelos lança luz sobre diferentes aspectos da relação entre empreendedorismo e inovação, contribuindo para uma compreensão mais completa desse vínculo dinâmico.

O Modelo de Inovação Aberta, introduzido por Chesbrough, revolucionou a maneira como as empresas abordam a inovação. Ele destaca a importância da colaboração e do compartilhamento de conhecimento em todo o ecossistema de negócios. Segundo essa abordagem, as empresas não devem depender apenas de seus recursos internos para inovar, mas também devem se abrir para parcerias externas com outras empresas, universidades, instituições de pesquisa e até mesmo clientes. A ideia é que ideias e conhecimentos podem fluir livremente através das fronteiras organizacionais, permitindo que as empresas aproveitem a expertise de outras partes interessadas e acelerem o processo de inovação. O Modelo de Inovação Aberta reconhece que as soluções para desafios complexos muitas vezes residem fora das paredes de uma única empresa, e que a colaboração pode ser um motor poderoso para a criatividade e o progresso tecnológico.

Por outro lado, a Teoria Schumpeteriana, desenvolvida por Joseph Schumpeter, enfatiza o papel disruptivo do empreendedorismo na introdução de inovações radicais na economia. Schumpeter cunhou o termo "destruição criativa" para descrever o processo pelo qual inovações disruptivas substituem antigas tecnologias, produtos e modelos de negócios. Ele argumentou que o empreendedorismo é o principal motor por trás dessas inovações radicais, já que os

empreendedores buscam constantemente novas maneiras de criar valor, muitas vezes desafiando as normas existentes. Esse processo de destruição criativa, embora possa causar perturbações iniciais, leva a uma renovação constante da economia, estimulando o crescimento e a transformação.

Esses dois modelos, embora diferentes em sua ênfase, se complementam de maneira significativa ao descrever a interdependência entre empreendedorismo e inovação. Enquanto o Modelo de Inovação Aberta destaca a importância da colaboração e do compartilhamento de conhecimento entre diferentes entidades para impulsionar a inovação, a Teoria Schumpeteriana enfoca a atuação dos empreendedores como agentes de mudança que introduzem inovações radicais que transformam setores inteiros da economia.

Em síntese, essas teorias e modelos fornecem uma base sólida para compreender como o empreendedorismo e a inovação estão entrelaçados. Eles destacam que a inovação não é apenas um resultado da criatividade interna das empresas, mas também é alimentada por conexões externas e pelo espírito visionário dos empreendedores. Juntas, essas abordagens nos lembram que a colaboração, a busca incessante por soluções criativas e a disposição de desafiar o convencional são fatores cruciais para a evolução constante dos negócios e da sociedade como um todo.

#### **4. Desafios e Oportunidades**

Os empreendedores enfrentam desafios significativos ao buscar a inovação, como incerteza tecnológica, acesso a recursos financeiros e competição acirrada. No entanto, esses desafios também abrem portas para oportunidades, como parcerias estratégicas, financiamento de investidores e apoio governamental.

Buscar a inovação é uma jornada repleta de desafios complexos e, ao mesmo tempo, cheia de oportunidades promissoras para os empreendedores. A natureza dinâmica do cenário empresarial, aliada à constante evolução tecnológica e às expectativas em constante mudança dos consumidores, coloca os empreendedores diante de um terreno desafiador. No entanto, é importante reconhecer que esses obstáculos não apenas testam a resiliência dos empreendedores, mas também catalisam o surgimento de estratégias inovadoras e soluções criativas que podem transformar desvantagens aparentes em oportunidades valiosas.



A incerteza tecnológica é uma das principais barreiras que os empreendedores enfrentam ao buscar a inovação. As tecnologias emergentes e as tendências do mercado estão em constante fluxo, o que torna difícil prever quais inovações serão bem-sucedidas e quais se tornarão rapidamente obsoletas. No entanto, essa incerteza também estimula a agilidade e a adaptabilidade dos empreendedores. Aqueles que conseguem se manter atualizados com as tendências e são capazes de antecipar mudanças têm a oportunidade de criar produtos e serviços que estejam alinhados com as demandas futuras.

O acesso a recursos financeiros é outro desafio crítico. Transformar ideias inovadoras em realidade muitas vezes requer investimentos significativos em pesquisa, desenvolvimento, prototipagem e comercialização. A competição por financiamento pode ser acirrada, especialmente para empreendedores em estágios iniciais. No entanto, essa restrição financeira pode impulsionar a criatividade. Muitos empreendedores encontram maneiras inovadoras de alavancar recursos, seja por meio de plataformas de crowdfunding, parcerias estratégicas ou programas de aceleração.

A competição acirrada em mercados saturados também é um desafio constante. A busca pela inovação muitas vezes exige que os empreendedores superem a concorrência estabelecida e conquistem a atenção dos consumidores. No entanto, essa concorrência pode estimular a diferenciação e a busca por propostas de valor únicas. Os empreendedores são forçados a pensar fora da caixa, criando soluções que atendam a necessidades não atendidas ou ofereçam uma experiência superior, permitindo-lhes ganhar um espaço em um mercado competitivo.

Apesar desses desafios, é crucial reconhecer que eles também abrem portas para oportunidades significativas. A incerteza tecnológica pode levar a parcerias estratégicas, onde empresas colaboram para compartilhar conhecimentos e recursos para enfrentar desafios comuns. O acesso limitado a recursos financeiros pode motivar os empreendedores a buscar investidores, o que, por sua vez, pode trazer experiência e redes valiosas para o empreendimento. Além disso, o apoio governamental por meio de subsídios, incentivos fiscais e programas de desenvolvimento empresarial pode oferecer um impulso vital para as startups que buscam inovar.

Os desafios que os empreendedores enfrentam ao buscar a inovação são inegáveis, mas também são as forças que os incentivam a evoluir e crescer. A

resiliência e a determinação necessárias para superar esses obstáculos frequentemente resultam em soluções e estratégias criativas que podem catapultar as empresas para o sucesso. Enxergar esses desafios como trampolins para oportunidades pode permitir que os empreendedores transformem suas visões inovadoras em realidade e, em última análise, alcancem um impacto duradouro.

## **5. Colaboração Interdisciplinar para a Promoção da Inovação**

A colaboração entre diferentes disciplinas, incluindo empreendedores, cientistas, engenheiros e designers, é fundamental para a promoção da inovação. Universidades e centros de pesquisa desempenham um papel importante ao fornecer um ambiente propício para a troca de ideias e conhecimentos, incentivando a formação de startups baseadas em inovação.

A colaboração interdisciplinar emerge como um dos pilares mais vitais para promover a inovação em um mundo cada vez mais complexo e interconectado. A convergência de diferentes disciplinas, como empreendedorismo, ciência, engenharia e design, não apenas amplia as perspectivas, mas também desencadeia sinergias que catalisam a criação de soluções inovadoras para desafios contemporâneos. Esse ambiente de colaboração é especialmente evidente em instituições acadêmicas, como universidades e centros de pesquisa, que desempenham um papel crucial na promoção da inovação.

A colaboração entre diferentes disciplinas é fundamental porque cada campo traz uma visão única para a mesa. Os empreendedores, por exemplo, são inovadores por natureza, sempre à procura de oportunidades e prontos para agir. Os cientistas trazem rigor metodológico, análise crítica e expertise técnica para solucionar problemas complexos. Os engenheiros possuem habilidades de resolução de problemas e capacidade de criar soluções práticas e escaláveis. Os designers, por sua vez, agregam uma perspectiva centrada no usuário, focando na experiência e na estética que agregam valor aos produtos e serviços.

Universidades e centros de pesquisa são ambientes ideais para fomentar essa colaboração. Eles proporcionam um terreno fértil para a troca de conhecimentos e ideias entre diferentes disciplinas, estimulando um ambiente de aprendizado contínuo e criativo. O contato próximo entre estudantes, professores, pesquisadores e

profissionais de diferentes campos cria um ecossistema propício para a interação e a cooperação.

Esses ambientes também são onde muitas inovações ganham vida. As universidades, com suas instalações de pesquisa de ponta, laboratórios e recursos, fornecem a infraestrutura necessária para testar e desenvolver novas ideias. Além disso, o acesso a mentoria e orientação por parte de especialistas em diversas áreas é inestimável para aqueles que buscam transformar conceitos inovadores em realidade.

A formação de startups baseadas em inovação é um exemplo tangível do impacto da colaboração interdisciplinar. Muitas startups nascem em ambientes acadêmicos, onde a convergência de conhecimentos e talentos permite que empreendedores e inovadores aproveitem soluções técnicas avançadas e abordagens criativas para resolver problemas reais. A combinação de recursos técnicos, visão empreendedora e orientação profissional resulta em empreendimentos inovadores que podem revolucionar indústrias inteiras.

A colaboração entre diferentes disciplinas é um ingrediente essencial para promover a inovação. As universidades e centros de pesquisa oferecem o ambiente propício para essa colaboração, onde mentes criativas de várias áreas podem se unir para gerar soluções inovadoras e transformadoras. À medida que diferentes perspectivas se unem, as barreiras para a inovação são quebradas, abrindo caminho para um futuro onde as soluções para os desafios complexos da sociedade podem ser encontradas através da sinergia entre empreendedores, cientistas, engenheiros, designers e muito mais.

## **6. Impacto Econômico e Social**

A interseção entre empreendedorismo e inovação não apenas impulsiona o crescimento econômico, mas também aborda desafios sociais por meio de soluções criativas. Inovações em setores como saúde, educação e energia demonstram o potencial transformador dessa relação.

A sinergia entre empreendedorismo e inovação não se limita a impulsionar o crescimento econômico, mas também tem um impacto profundo na resolução de desafios sociais complexos. A capacidade de abordar questões sociais por meio de soluções criativas é um testemunho do potencial transformador dessa relação, com

inovações em setores vitais como saúde, educação e energia destacando o poder de gerar mudanças significativas na sociedade.

O setor da saúde é um exemplo impressionante de como a interseção entre empreendedorismo e inovação pode ter um impacto direto nas vidas das pessoas. Através de startups e empreendimentos inovadores, têm surgido soluções que vão desde dispositivos médicos avançados até aplicativos de saúde que monitoram dados em tempo real. A telemedicina, por exemplo, emergiu como uma resposta inovadora para melhorar o acesso a cuidados de saúde em áreas remotas ou carentes de infraestrutura médica. Essas inovações não apenas melhoram a qualidade de vida dos pacientes, mas também aliviam a pressão sobre os sistemas de saúde tradicionais.

Na área da educação, empreendedores inovadores estão repensando a forma como as pessoas aprendem e adquirem conhecimento. Plataformas de educação online, cursos interativos e ferramentas de aprendizado personalizado estão transformando a educação em uma experiência mais acessível, flexível e eficaz. Essas inovações não só ampliam o acesso à educação em todo o mundo, mas também atendem às necessidades individuais de aprendizado, criando um ambiente de aprendizado mais engajador e relevante.

Além disso, o setor de energia também é um terreno fértil para a interseção entre empreendedorismo e inovação. Com a crescente conscientização sobre questões ambientais e a busca por fontes de energia mais limpas e sustentáveis, empreendedores têm se concentrado em desenvolver tecnologias revolucionárias, como energias renováveis, armazenamento de energia e soluções de eficiência energética. Essas inovações não apenas contribuem para a redução das emissões de carbono, mas também promovem a independência energética e a resiliência em comunidades em todo o mundo.

Através desses exemplos, fica evidente que a interseção entre empreendedorismo e inovação tem o poder de impactar positivamente a sociedade em várias dimensões. Essas soluções criativas não apenas atendem às necessidades e demandas do mercado, mas também abordam questões sociais prementes, gerando um impacto positivo duradouro. Como empreendedores e inovadores continuam a explorar novas possibilidades, a relação entre empreendedorismo e inovação se torna um agente de mudança que molda um futuro mais sustentável, inclusivo e resiliente.

## 7. Considerações Finais

O empreendedorismo e a inovação são forças motrizes da mudança em várias esferas da sociedade. A compreensão da interdependência entre esses dois conceitos é fundamental para a criação de um ecossistema que promova a criatividade, o crescimento econômico sustentável e a resolução de problemas sociais. Investir em pesquisa, educação empreendedora e colaborações interdisciplinares são passos cruciais para cultivar uma cultura de inovação e empreendedorismo.

O empreendedorismo e a inovação emergem como forças motrizes capazes de impulsionar mudanças profundas e significativas em diversos aspectos da sociedade. Compreender a interdependência desses dois conceitos é essencial para criar um ambiente propício que não apenas estimule a criatividade, mas também promova um crescimento econômico sustentável e eficaz, ao mesmo tempo em que aborda os desafios sociais prementes que enfrentamos.

A interligação entre empreendedorismo e inovação não se limita a um único setor ou indústria, mas abrange uma gama diversificada de áreas, desde tecnologia e saúde até educação e sustentabilidade. Os empreendedores atuam como agentes de mudança, identificando oportunidades de melhoria e criando soluções que desafiam as normas estabelecidas. Essas soluções, muitas vezes inovadoras, não só revolucionam os produtos e serviços oferecidos, mas também têm o potencial de remodelar a maneira como as pessoas vivenciam o mundo ao seu redor.

Ao compreender a profunda interconexão entre empreendedorismo e inovação, é possível criar um ecossistema que nutre a criatividade e a geração de ideias. Investir em pesquisa é um elemento central desse processo. A pesquisa fornece a base de conhecimento que impulsiona a inovação, permitindo que os empreendedores explorem novas fronteiras e desenvolvam soluções disruptivas. Além disso, a educação empreendedora desempenha um papel crucial ao capacitar os indivíduos com as habilidades necessárias para transformar ideias em ações. Ela não apenas ensina os princípios do empreendedorismo, mas também instila uma mentalidade de resolução de problemas e uma abordagem orientada para a inovação.

A colaboração interdisciplinar é um elemento vital para criar um ambiente de inovação sustentável. A convergência de diferentes disciplinas e perspectivas gera um caldeirão de ideias que pode levar a descobertas inovadoras. Colaborações entre empreendedores, cientistas, engenheiros, designers e outros profissionais permitem

que a diversidade de conhecimentos e habilidades seja combinada para abordar desafios complexos de maneira holística.

Em última análise, a criação de uma cultura de inovação e empreendedorismo exige um compromisso contínuo e uma abordagem holística. O desenvolvimento de políticas de apoio, incentivos governamentais e recursos para startups e empresas inovadoras é fundamental para sustentar essa cultura. Ao promover a interseção entre empreendedorismo e inovação, a sociedade pode se beneficiar de avanços tecnológicos, soluções criativas para desafios sociais e um crescimento econômico que seja sustentável e inclusivo. Portanto, investir em pesquisa, educação empreendedora e colaborações interdisciplinares é um caminho crítico para construir um futuro mais vibrante e transformador.

## **Referências**

- Dornelas, J. C. A. (2019). *Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios*. Elsevier.
- Schumpeter, J. A. (1982). *Teoria do Desenvolvimento Econômico: Uma Investigação sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e o Ciclo Econômico*. Editora Abril Cultural.
- Chesbrough, H. W. (2006). *Open Innovation: A Nova Lógica da Inovação*. Bookman.
- Drucker, P. F. (2019). *Inovação e Espírito Empreendedor: Práticas e Princípios*. Cengage Learning.
- Sawhney, M., Wolcott, R. C., & Arroniz, I. (2006). The 12 Different Ways for Companies to Innovate. *MIT Sloan Management Review*, 47(3), 75-81.
- Dutra, J. S., & Guerra, J. A. (2018). *Empreendedorismo e Inovação: Abordagens, Conceitos e Perspectivas*. Editora Atlas.
- Lastres, H. M. M., & Cassiolato, J. E. (2012). Inovação e sistemas de inovação: uma discussão teórica. In *Economia da inovação: uma abordagem territorial* (pp. 133-176). Editora da Unicamp.
- Timmons, J. A., Spinelli Jr, S., & Zacharakis, A. (2017). *Empreendedorismo: Teoria, Processo e Prática*. McGraw Hill.
- Martinelli, D. P., & Milioni, B. F. (2018). *Empreendedorismo e Inovação: Fundamentos para a Competitividade*. Saraiva.

Faria, A. C. C., Silva, A. M. P., & Bercholc, L. (2015). A colaboração universidade-empresa como fator de inovação no Brasil: análise dos arranjos produtivos locais. *Revista Brasileira de Inovação*, 14(2), 267-290.



**Capítulo 4**  
**A RELAÇÃO E A IMPORTÂNCIA DO IPO NO**  
**EMPREENDEDORISMO DAS EMPRESAS**  
*Jader Luís da Silveira*



# A RELAÇÃO E A IMPORTÂNCIA DO IPO NO EMPREENDEDORISMO DAS EMPRESAS

*Jader Luís da Silveira*

*Professor e empreendedor*

## **RESUMO**

Este artigo científico explora a relação entre Ofertas Públicas Iniciais (IPOs) e o empreendedorismo das empresas. O IPO é um marco significativo na trajetória de uma empresa, marcando sua transição para o mercado de ações público. Examina-se como o IPO pode influenciar o empreendedorismo, abordando vantagens e desafios para os empreendedores. Além disso, discute-se a importância do IPO como fonte de financiamento e crescimento, bem como seu papel na visibilidade e reputação da empresa. Por meio de revisão bibliográfica e análise de estudos de caso, demonstra-se que o IPO pode catalisar o empreendedorismo ao fornecer recursos e oportunidades, embora também possa introduzir novos desafios.

**Palavras-chave:** IPO, Ofertas Públicas Iniciais, Empreendedorismo, oportunidades.

## **ABSTRACT**

This scientific article explores the relationship between Initial Public Offerings (IPOs) and firm entrepreneurship. The IPO is a significant milestone in a company's journey, marking its transition to the public stock market. The study examines how IPOs can influence entrepreneurship, addressing advantages and challenges for entrepreneurs. Additionally, it discusses the importance of IPOs as a source of financing and growth, as well as their role in company visibility and reputation. Through literature review and analysis of case studies, it is demonstrated that IPOs can catalyze entrepreneurship by providing resources and opportunities, although they can also introduce new challenges.

**Keywords:** IPO, Initial Public Offerings, Entrepreneurship, opportunities.

## 1. Introdução

O IPO é um evento crucial na jornada de uma empresa, marcando sua estreia no mercado de ações público. Para empreendedores, o IPO é um momento de inflexão que pode transformar significativamente o curso de seus negócios. Este artigo explora como o IPO está relacionado ao empreendedorismo das empresas, considerando seu impacto na captação de recursos, crescimento, visibilidade e desafios enfrentados pelos empreendedores.

O processo de Oferta Pública Inicial (IPO) representa um marco significativo na evolução de uma empresa, marcando sua transição do setor privado para o mercado de ações público. Ao se tornar uma entidade de capital aberto, a empresa abre suas portas para uma ampla gama de investidores, possibilitando uma nova fase de crescimento e expansão. Para os empreendedores por trás dessas empresas, o IPO representa um momento crucial de inflexão que pode redefinir radicalmente a trajetória de seus negócios.

Este artigo tem como objetivo explorar minuciosamente a relação entre o IPO e o empreendedorismo das empresas. Abordaremos detalhadamente como o IPO está intrinsecamente ligado a elementos-chave do empreendedorismo, como a captação de recursos, o crescimento da empresa, a ampliação da visibilidade e os desafios que os empreendedores enfrentam nesse processo.

## 2. Vantagens do IPO para o Empreendedorismo

### 2.1. Acesso a Capital

O IPO proporciona um acesso direto a uma ampla base de investidores, permitindo que as empresas arrecadem fundos significativos para financiar projetos de expansão, pesquisa e desenvolvimento, e outras iniciativas de crescimento. Essa injeção de capital pode acelerar o crescimento da empresa, criando novas oportunidades de empreendedorismo.

Antes do IPO, as fontes de financiamento das empresas muitas vezes são limitadas a investidores privados, como fundos de capital de risco e anjos investidores. Com o IPO, as empresas ganham a capacidade de emitir ações publicamente, permitindo que investidores institucionais, investidores de varejo e até mesmo fundos de pensão participem do investimento na empresa.

Essa mudança tem um impacto transformador na captação de recursos. As empresas podem arrecadar fundos substanciais por meio da venda de ações, que são adquiridas pelos investidores interessados. Essa injeção de capital pode ser de magnitude significativa e oferece uma fonte robusta de financiamento para financiar diversas iniciativas.

## **2.2. Visibilidade e Reputação**

O IPO coloca a empresa em destaque nos mercados financeiros e na mídia, aumentando sua visibilidade e reputação. Isso pode atrair talentos, parceiros de negócios e clientes, criando um ambiente propício para novas oportunidades de empreendedorismo.

## **2.3. Valorização dos Empreendedores**

O IPO muitas vezes resulta na valorização dos fundadores e empreendedores da empresa. Eles podem se beneficiar tanto financeiramente como em termos de reconhecimento, o que pode impulsionar sua motivação e incentivar a busca por novas ideias empreendedoras.

Uma das maneiras pelas quais o IPO influencia o empreendedorismo é por meio do financiamento de projetos de expansão, pesquisa e desenvolvimento. Com os fundos captados no IPO, as empresas podem embarcar em iniciativas que antes poderiam ter sido adiadas devido à limitação de recursos. Projetos ambiciosos que visam a entrada em novos mercados, o lançamento de produtos inovadores ou a aquisição de empresas complementares podem se tornar viáveis com a injeção de capital proveniente do IPO.

Esses projetos estratégicos não apenas impulsionam o crescimento da empresa, mas também promovem um ambiente empreendedor dentro da organização. Os líderes da empresa são desafiados a explorar novas oportunidades e a tomar decisões ousadas que têm o potencial de criar impacto transformador.

## 2.4. Impacto na Captação de Recursos

Uma das implicações mais proeminentes do IPO é a significativa captação de recursos que ele proporciona às empresas. Antes do IPO, as empresas geralmente dependem de financiamento privado, que pode ser limitado em comparação com as oportunidades oferecidas pelo mercado público de ações. Com o IPO, a empresa emite ações para investidores públicos, o que pode gerar um influxo substancial de capital. Essa nova fonte de recursos permite que os empreendedores financiem projetos de expansão, pesquisa e desenvolvimento, aquisições estratégicas e outras iniciativas de crescimento de maneira mais abrangente e ambiciosa.

## 2.5. Estímulo ao Crescimento Empresarial

O IPO frequentemente catalisa um estágio intensificado de crescimento empresarial. A injeção de capital proveniente do IPO permite que as empresas persigam oportunidades que podem ter sido inacessíveis anteriormente. Isso pode incluir a expansão para novos mercados geográficos, o desenvolvimento de novos produtos ou serviços, investimentos em tecnologia de ponta e a aquisição de concorrentes ou empresas complementares. O empreendedorismo, em sua essência, está fundamentado na busca constante por oportunidades de crescimento e inovação. O IPO fornece a plataforma e os recursos para que essas oportunidades sejam exploradas de maneira mais abrangente e ambiciosa.

A disponibilidade de recursos após um IPO também tem um efeito direto no ritmo de crescimento da empresa. O financiamento adicional permite que as empresas expandam suas operações, alcancem novos públicos e aumentem sua presença no mercado. Isso não apenas acelera o crescimento em termos de receitas e lucros, mas também cria uma dinâmica em que os empreendedores são desafiados a manter a inovação e o ímpeto de crescimento.

O aumento do investimento e da expansão também pode levar a um ciclo virtuoso de empreendedorismo. Conforme a empresa cresce, mais oportunidades emergem, levando a um aumento na demanda por novas ideias e soluções inovadoras. Os empreendedores são incentivados a explorar novas maneiras de melhorar a eficiência, expandir produtos e serviços e encontrar nichos de mercado não explorados.

## **2.6. Ampliação da Visibilidade e Reputação**

Ao se tornar uma empresa de capital aberto, o IPO coloca a empresa sob os holofotes do mercado financeiro e da mídia. Isso resulta em uma ampliação significativa da visibilidade da empresa e de sua marca. Empreendedores muitas vezes dedicam anos para desenvolver suas empresas, e o IPO pode servir como um trampolim para maior reconhecimento. A atenção da mídia e a cobertura dos mercados financeiros podem atrair talentos de alto nível, estabelecer parcerias estratégicas e até mesmo atrair novos clientes. Essa visibilidade elevada pode criar um terreno fértil para a exploração de novas ideias empreendedoras e oportunidades de negócios.

## **3. Desafios do IPO para o Empreendedorismo**

### **3.1. Pressão dos Investidores**

Após o IPO, a empresa está sujeita a uma maior fiscalização por parte dos investidores públicos. Os empreendedores podem enfrentar pressão para entregar resultados trimestrais consistentes e atender às expectativas dos acionistas, o que pode limitar sua capacidade de inovar a longo prazo.

Após o IPO, a empresa deixa de ser uma entidade exclusivamente gerida pelos fundadores e investidores privados, passando a ter uma base diversificada de acionistas, incluindo investidores institucionais e varejistas. Essa ampliação da base de investidores introduz uma nova dimensão de expectativas e demandas. Os investidores públicos tendem a ser mais focados em resultados trimestrais e lucros imediatos, dada a natureza volátil e orientada a curto prazo do mercado de ações.

Isso resulta em uma crescente pressão sobre os empreendedores para entregar resultados consistentes e atender às expectativas dos acionistas. A necessidade de demonstrar crescimento constante nos lucros pode levar a decisões de curto prazo que visam atingir metas financeiras imediatas, mas podem não ser necessariamente as melhores estratégias para o crescimento a longo prazo e a inovação.

### **3.2. Mudança Cultural**

O IPO pode trazer uma mudança cultural na empresa, com a necessidade de aderir a regulamentos mais rigorosos e adotar uma abordagem mais orientada para o mercado. Isso pode criar tensões entre a cultura empreendedora original e as novas demandas do mercado público.

### **3.3. Perda de Controle**

Com a emissão de ações ao público, os fundadores e empreendedores podem perder parte do controle sobre a direção estratégica da empresa. Isso pode limitar sua capacidade de tomar decisões independentes e implementar ideias ousadas de empreendedorismo.

### **3.4. Impacto na Inovação a Longo Prazo**

A pressão por resultados trimestrais pode criar um dilema para os empreendedores em relação à inovação a longo prazo. A busca por inovação muitas vezes requer investimentos significativos em pesquisa e desenvolvimento, exploração de novos mercados e experimentação com novos modelos de negócios. No entanto, a natureza imediatista do mercado de ações pode limitar a capacidade dos empreendedores de investir em iniciativas de inovação que podem não se traduzir em resultados financeiros de curto prazo.

Essa tensão entre as expectativas dos investidores por resultados imediatos e a necessidade de investir em inovação a longo prazo pode criar um ambiente em que os empreendedores se sintam pressionados a tomar decisões conservadoras, evitando riscos que possam não trazer retornos tangíveis no curto prazo. Isso pode impactar negativamente a capacidade da empresa de se manter na vanguarda da inovação e de explorar oportunidades disruptivas.

### **3.5. Equilibrando Pressão e Inovação**

Encontrar um equilíbrio entre atender às expectativas dos investidores e continuar a promover a inovação a longo prazo é um desafio complexo que os

empreendedores enfrentam após o IPO. É importante que os líderes da empresa comuniquem de maneira transparente a visão de longo prazo da empresa e a importância de investir em inovação para garantir a sustentabilidade e o crescimento futuro. Além disso, a criação de estratégias de inovação claramente definidas e a alocação adequada de recursos para essas iniciativas são essenciais para garantir que a empresa permaneça competitiva no mercado.

## **4. Estudos de Caso**

### **4.1. Amazon**

O IPO da Amazon em 1997 permitiu que Jeff Bezos expandisse sua visão empreendedora para além de uma livraria online, transformando-a em um império global de comércio eletrônico e tecnologia.

O IPO, ou Oferta Pública Inicial, é um marco importante na trajetória de uma empresa que pode ter um impacto profundo em sua evolução e visão empreendedora. Um exemplo notável desse impacto é o IPO da Amazon, liderado por Jeff Bezos, em 1997. O IPO da Amazon não apenas marcou o início de sua jornada no mercado de ações público, mas também desencadeou uma transformação que levou a empresa além de suas origens como uma simples livraria online, tornando-a um império global de comércio eletrônico e tecnologia.

Quando Jeff Bezos fundou a Amazon em 1994, ele tinha uma visão audaciosa de criar a maior livraria online do mundo. No entanto, o IPO da Amazon em 1997 permitiu que Bezos expandisse significativamente essa visão empreendedora. Com o capital captado através do IPO, a Amazon ganhou os recursos financeiros necessários para diversificar suas operações e explorar novas oportunidades de negócios.

O IPO proporcionou à Amazon os meios para expandir sua oferta de produtos e serviços além dos livros. Com o financiamento obtido, a empresa pôde diversificar sua linha de produtos, incluindo música, eletrônicos, vestuário e muito mais. Essa diversificação permitiu à Amazon atender a uma variedade mais ampla de necessidades dos clientes, transformando-a em um destino online abrangente para compras.

Um dos aspectos mais marcantes da transformação da Amazon após o IPO foi seu investimento contínuo em tecnologia e inovação. Bezos percebeu que para continuar crescendo, a Amazon precisava explorar novas formas de entrega,

experiência do cliente e automação. O capital proveniente do IPO permitiu que a Amazon investisse em tecnologias inovadoras, como o desenvolvimento de sua própria infraestrutura de nuvem (Amazon Web Services - AWS) e a criação de dispositivos como o Kindle e o Echo.

Outro resultado do IPO foi a capacidade da Amazon de expandir globalmente. Com capital adicional à disposição, a empresa pôde investir em operações internacionais, estabelecendo-se em vários países e regiões ao redor do mundo. Isso permitiu que a Amazon se tornasse um nome familiar em diversos mercados, consolidando ainda mais sua posição como líder global no comércio eletrônico.

O IPO da Amazon em 1997 serviu como um ponto de inflexão na trajetória da empresa e na visão empreendedora de Jeff Bezos. O acesso ao capital dos investidores públicos permitiu que a Amazon se transformasse de uma simples livraria online em um conglomerado de comércio eletrônico e tecnologia de renome mundial. A transformação da Amazon após o IPO destaca a maneira como esse evento pode ampliar as ambições dos empreendedores, permitindo-lhes explorar novas oportunidades, diversificar ofertas, investir em inovação e expandir globalmente. O caso da Amazon ilustra o poder do IPO como um catalisador para o crescimento e a evolução empresarial.

## **5. Conclusão**

O IPO é um evento complexo que traz uma série de implicações para o empreendedorismo das empresas. Embora apresente desafios, como pressões dos investidores e perda de controle, também oferece vantagens substanciais, como acesso a capital e visibilidade aumentada. Estudos de caso demonstram que o IPO pode ser um catalisador para o empreendedorismo, permitindo que os fundadores alcancem suas visões em larga escala. Portanto, compreender os aspectos multifacetados do IPO é essencial para os empreendedores que buscam crescer e inovar em um ambiente empresarial competitivo e dinâmico.

O IPO é uma jornada empreendedora por si só, repleta de oportunidades e desafios que podem influenciar o curso futuro de uma empresa. Enquanto as pressões dos investidores e a possível perda de controle são desafios a serem enfrentados, o acesso a capital e a visibilidade aumentada são vantagens significativas que podem permitir que os empreendedores alcancem suas ambições em grande escala. Através



de uma compreensão profunda e uma abordagem estratégica, os empreendedores podem utilizar o IPO como um trampolim para impulsionar o crescimento, inovação e realização de suas visões empreendedoras, enquanto navegam pelas complexidades desse evento transformador.

## **Referências**

- Gropelli, A. A., & Perlin, M. S. (2010). Administração financeira. São Paulo: Saraiva.
- Damodaran, A. (2016). Finanças corporativas aplicadas. São Paulo: Bookman.
- Assaf Neto, A. (2018). Finanças corporativas e valor. São Paulo: Atlas.
- Cunha, P. R., & Campos, L. F. (2018). Decisões de investimento e financiamento. São Paulo: Cengage Learning.
- Almeida, M. I. R., & Tavares, A. V. (2013). Financiamento de empresas por meio de IPOs. Anais do Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, 13.
- Amorim, L. B. (2013). O Impacto do IPO na Estrutura de Capital das Empresas Brasileiras. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Machado, R. A., & Clemente, A. (2011). Os determinantes do sucesso financeiro das empresas que abriam capital (IPO) na Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA). Contabilidade, Gestão e Governança, 14(1), 69-89.
- Stone, Brad. A Loja de Tudo: Jeff Bezos e a Era da Amazon. Intrínseca, 2019.

## AUTORES

**Alexandre de Araújo Lamattina**

Bacharel em Administração. Professor da Escola Técnica Monsenhor Antonio Magliano (Centro Paula Souza). E-mail: alexandre.lamattina@etec.sp.gov.br

**Brenda Lourenço Benites de Almeida**

Técnica em Administração, lucimara@universo.univates.br

**Jader Luís da Silveira**

Possui Graduação em Ciências Biológicas pela Universidade Federal de Alfenas - UNIFAL-MG, MBA Executivo em Saúde pela Universidade Candido Mendes - UCAM, Especialização em Análises Clínicas e Microbiologia pela Universidade Candido Mendes - UCAM, Especialização em Uso Educacional da Internet pela Universidade Federal de Lavras - UFLA, Especialização em Gestão de Instituições Federais de Educação Superior na Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, Especialização em Docência com Ênfase na Educação Básica pelo Instituto Federal Minas Gerais - IFMG e Especialização em Docência com Ênfase na Educação Inclusiva, pelo Instituto Federal Minas Gerais - IFMG. MBA em Gestão Empresarial; MBA em Direito Empresarial e MBA em Economia de Mercado pela Faculdade IMES. Ex Professor na Rede Estadual de Ensino de Minas Gerais, ex Tutor a Distância do curso de Pós-graduação no IFMG. Fundador e Diretor Geral do Grupo MultiAtual Educacional e das marcas integrantes.

**Lucimara Fiorese**

Mestranda em Ensino, lucimara@universo.univates.br



Editora  
**MultiAtual**

ISBN 978-656009014-9



9 786560 090149