

UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ

PAULO CÉSAR RIBEIRO DA SILVA

VINICIUS FRANÇA GONZALEZ DA SILVA

EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

Taubaté – SP

2019

**PAULO CÉSAR RIBEIRO DA SILVA
VINICIUS FRANÇA GONZALEZ DA SILVA**

EMPREENDEADORISMO E INOVAÇÃO

Trabalho de Graduação, modalidade de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Gestão e Negócios da Universidade de Taubaté para obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Me. Robson de Moraes Rocha
Medeiros Freitas Lourenço

**Taubaté – SP
2019**

Sistema Integrado de Bibliotecas SIBi/UNITAU
Biblioteca Setorial de Gestão e Negócios/Civil

S586e Silva, Vinicius França Gonzalez da
Empreendedorismo e Inovação / Vinicius França Gonzalez da Silva;
Paulo Cesar Ribeiro da Silva - 2019.
31f.

Monografia (graduação) - Universidade de Taubaté, Departamento
de Gestão e Negócios da Universidade de Taubaté, 2019.

Orientação: Prof. Me. Robson de Moraes Rocha Medeiros Freitas
Lourenço, Departamento de Gestão e Negócios da Universidade de
Taubaté.

1. Empreendedorismo. 2. Inovação. 3. Vantagem Competitiva.
I. Título. II. Silva, Paulo Cesar Ribeiro da.

CDD 658.421

PAULO CÉSAR RIBEIRO DA SILVA
VINICIUS FRANÇA GONZALEZ DA SILVA

EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

Trabalho de Graduação, modalidade de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Gestão e Negócios da Universidade de Taubaté para obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Orientador (a): Prof. Me. Robson de Moraes Rocha
Medeiros Freitas Lourenço

Data: _____

Resultado: _____

COMISSÃO JULGADORA

Prof. _____ Universidade de Taubaté

Assinatura _____

Prof. _____ Universidade de Taubaté

Assinatura _____

Prof. _____ Universidade de Taubaté

Assinatura _____

AGRADECIMENTOS

Agradeço de modo imensurável o apoio de meus avós durante toda a minha caminhada e o apoio e estrutura fornecida pelos mesmos.

Agradeço a Deus por ter a oportunidade de ter chego até aqui, e ter tido a oportunidade de realizar este curso.

Ao professor Robson de Moraes pelas excelentes aulas concebidas à nós e pelo apoio durante a execução deste trabalho.

“100% dos clientes são pessoas. 100% dos empregados são pessoas. Se você não entende de pessoas, você não entende de negócios” (SIMON SINECK).

SILVA, V.F.G.; SILVA, P.C.R. **Empreendedorismo e Inovação**. 2019. 31 f. Trabalho de Graduação, modalidade Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do Certificado do Título em Bacharel, do Departamento de Gestão de Negócios da Universidade de Taubaté.

O tema empreendedorismo e inovação tornou-se algo de extrema importância no ambiente contemporâneo, uma vez que intensificou-se ainda mais a concorrência direta e indireta entre as empresas por meio da globalização e dos avanços tanto externos quanto internos às organizações. O conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido no Brasil nos últimos anos, intensificando-se no final da década de 1990, mas como marco na consolidação do tema e de sua relevância para o país, ocorreu a partir do ano 2000. Existem vários fatores que talvez expliquem esse interesse pelo assunto, já que, principalmente no Estados Unidos, país no qual o capitalismo tem sua principal caracterização, o termo *entrepreneurship* (empreendedor) é conhecido e referenciado há muitos anos, não sendo, portanto, novo ou desconhecido. Já a inovação é o instrumento específico dos empreendedores, por meio do qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. Ela pode bem ser apresentada como uma disciplina, ser aprendida e ter um viés prático. Este trabalho tem como objetivo demonstrar o quão benéfico tornou-se nos dias atuais obter conhecimento sobre o tema empreendedorismo e inovação, demonstrando de forma objetiva seus privilégios e vantagens no ambiente de negócios, visto que o empreendedorismo e a inovação tornaram-se temas de suma relevância, fato este devido em sua grande parte pela globalização e por um ambiente marcado pela hiper concorrência, não só, como também, buscar atingir um nível de prestígio e de diferenciação neste cenário com o intuito de não ficar pareado com nossos concorrentes, mas sim a frente dos mesmos a fim de gerar vantagens competitivas, diferenciações e valor agregado ao consumidor. Para a realização deste trabalho utilizou-se a pesquisa bibliográfica esta baseada principalmente em livros, sites e monografias. Em suma este trabalho tem como principal função demonstrar que atualmente necessita-se de forma urgente tomar conhecimento sobre o tema empreendedorismo e inovação para que realmente os administradores e empresários consigam-se alavancar de modo competitivo e que obtenham-se vantagens competitivas no cenário atual e nos cenários futuros, antecipando-se aos riscos e inovando cada vez mais.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Inovação e Vantagem Competitiva.

SUMÁRIO

RESUMO	06
SUMÁRIO	07
1 INTRODUÇÃO	08
1.1 Objetivo do trabalho.....	08
1.2 Relevância do Estudo.....	09
1.3 Delimitação do estudo.....	09
1.4 Metodologia.....	09
1.5 Organização do Trabalho.....	10
2 EMPREENDEDORISMO	11
2.1 Empreendedorismo: formação do conceito.....	11
2.2 Empreendedorismo no Brasil.....	14
2.3 Diferenças e similaridades entre o empreendedor e o administrador...	16
2.4 O processo empreendedor.....	17
3 INOVAÇÃO	20
3.1 O que pode ser mudado com a inovação.....	20
3.2 Gestão da inovação.....	21
3.3 Vantagem competitiva.....	24
3.4 A quarta revolução industrial.....	24
3.5 Startups	25
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
REFERÊNCIAS	29

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo e a inovação se tornaram algo de extrema importância no ambiente contemporâneo, uma vez que se intensificou ainda mais a concorrência direta e indireta entre as empresas através da globalização e dos avanços tanto externos quanto internos as organizações.

O conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido no Brasil nos últimos anos, intensificando-se no final da década de 1990, mas cujo início, como marco na consolidação do tema e de sua relevância para o país, ocorreu a partir do ano 2000. Existem vários fatores que talvez expliquem esse interesse pelo assunto, já que, principalmente no Estados Unidos, país no qual o capitalismo tem sua principal caracterização, o termo *entrepreneurship* (empreendedor) é conhecido e referenciado há muitos anos, não sendo, portanto, novo ou desconhecido (DORNELAS, 2015, p.2)

De acordo com Drucker (2003, p.25) “a inovação é o instrumento específico dos empreendedores, por meio do qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. Ela pode bem ser apresentada como uma disciplina, ser aprendida e ter um viés prático. Os empreendedores precisam buscar, com propósito deliberado, as fontes de inovação, as mudanças e seus sintomas que indicam oportunidades para que uma inovação obtenha excelência. E os empreendedores precisam conhece-la e coloca-la em prática os princípios de uma inovação bem sucedida”.

1.1 OBJETIVO DO TRABALHO

O objetivo deste trabalho é demonstrar o quão benéfico e de suma importância torna-se obter conhecimento sobre o processo de empreendedorismo juntamente com a inovação no ambiente contemporâneo, buscando-se atingir um nível de prestígio e diferenciação em um cenário extremamente competitivo para não ficar pareado com nossos concorrentes mas sim à frente dos mesmos.

1.2 RELEVÂNCIA DO ESTUDO

Este estudo é de suma importância pois vive-se em um cenário marcado pela forte concorrência e cada vez mais a dificuldade de superar seus concorrentes, a partir deste trabalho busca-se demonstrar que ao obter-se conhecimentos sobre o empreendedorismo e inovação conseguir-se-á alavancar de forma competitiva e diferenciada no mercado.

1.3 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

Este trabalho será focado em específico aos benefícios que o empreendedorismo e a inovação trás a uma empresa ou pessoa que deseje se manter no mercado atual. Não sendo focado em alguma região específica do Brasil, levando-se em conta os aspectos gerais e as vantagens que tais conhecimentos oferecem a uma pessoa individual ou uma empresa.

1.4 METODOLOGIA

Esta pesquisa se configura como uma pesquisa bibliográfica, ou seja, procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em artigos, livros, internet. Segundo Gil (2008, p.50) A pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, concebido principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho deste âmbito, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas. Parte dos estudos exploratórios podem ser denominados como pesquisas bibliográficas, assim como certo número de pesquisas desenvolvidas a partir da técnica de análise de conteúdo.

A principal vantagem da pesquisa bibliográfica é observada no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma vasta gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Esta vantagem se configura particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço.

1.5 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

Este trabalho está estruturado em 4 (quatro) capítulos, de forma que a seqüência das informações ofereça um perfeito entendimento de seu propósito.

No Capítulo 1, apresenta-se uma introdução, abordagem aos objetivos, relevância do estudo, delimitação do estudo e metodologia.

O Capítulo 2 trata da revisão bibliográfica, necessária para fundamentar a pesquisa, acerca de temas como o Empreendedorismo.

O Capítulo 3 envolve a revisão bibliográfica, onde esta visa fundamentar a pesquisa acerca de temas como a Inovação, Vantagem Competitiva, Quarta Revolução industrial e Startups.

No Capítulo 4 serão realizadas as considerações finais.

2 EMPREENDEDORISMO

2.1 Empreendedorismo: formação do conceito

Atualmente o mundo está em um ritmo acelerado onde as mudanças estão cada vez mais acentuadas e velozes, exigindo cada vez mais a busca pelo conhecimento e interação com o ambiente tanto externo quanto interno das empresas fazendo com que as pessoas busquem empreender e inovar para se manterem vivas e competitivas no mercado. Jeffrey Timmons (1990) “O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX.” (apud DORNELAS, 2015).

O conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido no Brasil nos últimos anos, intensificando-se no final da década de 1990, mas cujo início, como marco na consolidação do tema e de sua relevância para o país, ocorreu a partir do ano 2000. Existem vários fatores que talvez expliquem esse interesse pelo assunto, já que principalmente nos Estados Unidos, país no qual o capitalismo tem sua principal caracterização, o termo entrepreneurship é conhecido e referenciado há muitos anos, não sendo, portanto, novo ou desconhecido. Já no Brasil tal fato ocorre devido ao grande número de desempregos visto que diante da tentativa de estabilização econômica diversas empresas reduziram ou cortaram seus custos ocasionando em um alto índice de desemprego fazendo com que os colaboradores buscassem abrir seu próprio empreendimento. (DORNELAS, 2015, p.2).

Para Dornelas (2001) “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”. (apud DORNELAS, 2015).

Para o economista o empreendedor é aquele que faz a combinação de seus recursos, trabalho e materiais afim de lhe gerar um valor maior que antes, introduzindo então mudanças e inovações. Já para alguns homens de negócio o empreendedor pode ser visto como aquele que lhe oferece riscos, ao passo que para outros pode ser notado como um aliado, alguém que de maneira eficiente consegue utilizar seus recursos reduzindo desperdícios e gerando empregos. (HISRICH; PETERS, 2004, p.29).

Segundo Ludwig von Mises (1949) “o empreendedor é tomador de decisões” (apud CHIAVENATO, 2012, p.6).

Nas palavras de Joseph Schumpeter (1949) “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.” (apud DORNELAS, 2015, p.28).

Kirzner (1973), afirma que o empreendedor é aquele capaz de gerar um equilíbrio mesmo em um ambiente caótico e turbulento identificando oportunidades (apud DORNELAS, 2015, p.28).

- **Análise histórica do surgimento do empreendedorismo primeiro uso do termo empreendedorismo.**

Para Dornelas (2015, p. 19) Um primeiro passo e exemplo de tal definição pode ser titulado a Marco Polo, na tentativa de firmar um acordo comercial para com o Oriente. Marco Polo então assinou um acordo com um homem que possuía dinheiro hoje em dia mais conhecido como capitalista este assumia o risco de forma passiva já o empreendedor correndo riscos de forma ativa e ficou conhecido como “Aventureiro Empreendedor”.

Segundo Hisrich e Peters (2004, p.27) Um acordo ou contrato comum na época oferecia-se ao comerciante conhecido geralmente por aventureiro, um empréstimo a uma taxa de 22,5% onde incluía-se um seguro, enquanto o capitalista corria riscos passivos, já o comerciante assumia o papel ativo no negócio sendo ele o sustentador dos riscos tanto emocionais quanto físicos.

- **Empreendedorismo na idade média**

O termo “empreendedor” na Idade Média, era atribuído para definir quem comandava e gerenciava grandes projetos de produção. Segundo Dornelas (2015, p. 19) “Esse indivíduo não assumia grandes riscos, e apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo do país”.

Para Hisrich e Peters (2004, p.27) Um exemplo claro de empreendedorismo em tal época são os clérigos estes eram encarregados de obras arquitetônicas, tais como castelos e fortificações, abadias, catedrais e etc.

- **Empreendedorismo no século XVII**

Neste período que ocorreram os primeiros indícios da relação de assumir risco e empreendedorismo, onde segundo Dornelas (2015, p.20) “o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos. Como geralmente os preços eram prefixados qualquer lucro ou prejuízo era exclusivo do empreendedor”.

Neste mesmo período Richard Cantillon foi considerado por muitos um dos criadores do termo empreendedorismo uma vez que este delimitou diferenciações entre o empreendedor e o capitalista segundo. De acordo com Hisrich e Peters (2004, p.28) o empreendedor era visto como aquele que corria riscos, observando a partir de que os fazendeiros, artesãos e outros proprietários adquiriam seus produtos pelo preço certo e vendiam por um valor incerto sendo assim operavam com risco.

- **Empreendedorismo no século XVIII**

Neste período é que finalmente ocorre a diferenciação entre o empreendedor e o capitalista tendo como uma de suas principais causas a Industrialização que ocorria pelo mundo. (DORNELAS, 2015, p.20).

Nas palavras de Hisrich e Peters (2004, p.28) “Muitas das invenções desenvolvidas durante esse período eram reações as mudanças no mundo, como foi o caso das invenções de Eli Whitney e de Thomas Edison”. Ambos os dois desenvolveram novas tecnologias porém estes eram incapazes de financiar suas invenções, enquanto Whitney buscava financiar seu descaroçador de algodão Edison buscava capital para realizar experimentos ligados ao campo de eletricidade e da química. (HISRICH; PETERS, 2004, p.28).

- **Empreendedorismo no século XIX e XX**

No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores segundo Dornelas (2015, p. 20) eram frequentemente confundidos com os gerentes ou administradores. Podemos diferenciar então o empreendedor como aquele que deve ser um bom administrador para criar algo perene, porém nem todo administrador é um bom empreendedor, sendo atrelado ao empreendedor características que o diferencie de um administrador.

Para Hisrich e Peters (2004, p. 28) Andrew Carnegie é um dos melhores exemplos dessa definição uma vez que Carnegie não inventou nada, porém adaptou e desenvolveu tecnologias novas na criação de produtos para alcançar a vitalidade econômica,

Segundo Queiroz (2016) Andrew Carnegie “foi um industrial e filantropo. Nascido na Escócia em 1835, mudou-se para os Estados Unidos aos 13 anos e trabalhou no ramo das ferrovias e posteriormente com aço.”

2.2 Empreendedorismo no Brasil

Começou a ter relevância e obter impulso na década de 1990, quando houve a criação de empresas como o Sebrae e a Softex. Antes de tal época praticamente o tema era omissivo, visto que as características tanto políticas quanto econômicas não eram favoráveis para o estímulo de tal ferramenta e pouco se tinha de conhecimento sobre tal área. O Sebrae se tornou um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro auxiliando em sua jornada empreendedora (DORNELAS, 2015, p.14).

Sebrae é uma entidade privada que não possui fins lucrativos é uma capacitadora ao desenvolvimento de pequenos negócios no país todo desde 1972, trabalha visando o estímulo ao empreendedorismo visando a competição e a sustentabilidade de empreendimentos de micro e pequeno porte (SEBRAE, 2019).

O histórico da entidade Softex pode ser confundido com o do empreendedorismo no Brasil na década de 1990. A entidade foi criada com o intuito de levar as empresas de software do país ao mercado externo, por meio de várias ações que proporcionavam ao empresário de informática a capacitação em gestão e tecnologia. (DORNELAS, 2015, p.14).

Segundo Dornelas (2015, p.18) originaram-se duas definições para o empreendedorismo no Brasil, o primeiro é o empreendedorismo de oportunidade, este é o empreendedorismo em que o empreendedor visionário sabe aonde deseja chegar e o que deseja alcançar através de um planejamento prévio, tendo em mente o crescimento de sua empresa, a geração de lucros, empregos e riquezas, já a segunda definição do empreendedorismo é a de necessidade, o qual possui um

empreendedor que esteja disposto a se aventurar muitas vezes este estimulado principalmente pelo desemprego, falta de opções, esses negócios geralmente são criados de maneira informal sem planos, e que na maioria das vezes fracassam rapidamente, intensificando cada vez mais as estatísticas de criação e morte dos negócios.

No Brasil, até 2002, o índice de empreendedorismo de oportunidade era inferior ao de empreendedorismo de necessidade, mas, nos últimos anos, tem-se percebido uma melhoria e até reversão dessa tendência. Como exemplo, em 2012, para cada empreendedor de necessidade havia 2,3 empreendedores de oportunidade no Brasil, ou seja, mais de 69% dos empreendedores no país empreendiam por oportunidade. Espera-se que, para os próximos anos, cada vez mais empreendedores focados em oportunidades surjam, promovendo o desenvolvimento econômico e social do país (DORNELAS, 2015, p.18).

Outro fator que vem se intensificando é a consolidação do capital de risco e os investidores anjos (angel investor – investidor pessoa física), motivando ainda mais o estabelecimento de cenários promissores e otimistas para próximos anos. Por fim os brasileiros devem começar a enxergar homens e mulheres de sucesso como algo motivador, admirável e reconhecido, onde grande parte das vezes são julgados como pessoas que deram sorte ou que venceram somente por meios alheios, porém este pensamento moldado a admiração e não por “inveja” ainda levará alguns anos para se tornar perene (DORNELAS, 2015, p.18-19).

Para Maximiano (2006, p.6), a probabilidade de se manter um novo negócio por mais de 3 anos no Brasil é relativamente baixa, tendo como um dos principais motivos para tal fato a falta de políticas públicas que criem viabilidade para a concretização de novos empreendimentos, visto que o país não agrega benefícios ao pequeno empreendedor, com poucas linhas de crédito, juros altos, tributos e obrigações trabalhistas dentre outros.

2.3 Diferenças e similaridades entre o administrador e o empreendedor

De acordo com uma abordagem clássica ou processual, focada na impessoalidade, em sua organização e hierarquia propõe-se que os esforços e trabalhos do administrador esteja voltado aos atos de planejar, organizar, dirigir e controlar, tendo como principal divulgador destes ideais Henry Fayol. (DORNELAS, 2015. p.21).

Logo surgiram outras abordagens com relação ao tema como a de Rosemary Stewart (1982), do Oxford Center Management Studies, esta acredita que o trabalho dos administradores fossem similar ao dos empreendedores uma vez que compartilhassem de três características heterogêneas entre si, que são elas: demanda que é aquilo que deve ser realizado, restrições este compreende limitações internas e externas da organização que geram limitações ao trabalho que o administrador pode fazer, e por fim as alternativas onde estas são as opções na determinação do ato do que fazer e como fazer (apud DORNELAS, 2015, p.21).

Para Hampton (1991) os administradores ainda se distinguem em dois aspectos: o nível ocupado na hierarquia, o qual define como os processos administrativos serão conquistados, e o conhecimento que possuem podendo este ser funcional ou geral. Em relação ao níveis o administrador pode ser classificado em: supervisor, médio e alto, os detentores do cargo de supervisor tratam de operações em uma unidade específica sendo elas por exemplo uma seção ou um departamento, aqueles que detêm o nível médio são aqueles intermediários entre a baixa administração e a alta administração, os administradores de nível alto são aqueles que possuem a maior responsabilidade, já no que tange o conhecimento os funcionais são os que estão incumbidos de uma parcela específica da organização, já os gerais são aqueles que arcam com as responsabilidades gerais da organização. (apud DORNELAS, 2015, p.21).

Outra abordagem que exprime relevância sobre o tema refere-se ao estudo de Kotter (1982) sobre os atributos dos gerentes gerais buscando demonstrar o que os gerentes eficientes fazem.

Segundo Kotter, esses administradores criam e modificam agendas, incluindo metas e planos para sua organização, e desenvolvem redes de relacionamentos cooperativos para implementa-los. Em sua

maioria, esses gerentes são ambiciosos, buscam o poder, são especializados, tem temperamento imparcial e muito otimismo (apud DORNELAS, 2015, p.21).

2.4 O Processo empreendedor

Grande parte dos indivíduos tem dificuldades em disseminar suas ideias e iniciar um novo negócio, ainda assim, surgiu um grande número de empresas iniciadas no mundo todo, independentemente de inflações elevadas, altas taxas de juros, insegurança econômica e possibilidades altas de obter fracasso mediante estes fatos. (HISRICH; PETERS, 2004, p.30).

A decisão de se tornar empreendedor pode ocorrer aparentemente por acaso. Esse fato pode ser testado fazendo-se uma pergunta básica a qualquer empreendedor que você conhece: O que o levou a criar sua empresa? Não se surpreenda se a resposta for: “Não sei, foi por acaso...” Na verdade, essa decisão ocorre devido a fatores externos, ambientais e sociais, a aptidões pessoais ou a um somatório de todos esses elementos, críticos para o surgimento e o crescimento de uma nova empresa. (DORNELAS, 2015, p.30).

No que tange a inovação o processo empreendedor está interligado naturalmente a inovação tecnológica, sendo esta inovação o grande diferencial econômico em escala mundial. O processo empreendedor é influenciado por 4 pilares o primeiro trata-se do talento das pessoas resultante de ações perceptivas, direcionadas e dedicadas e de pessoas especiais que fazem isto acontecer. Porém pessoas com talento mas que não detenham boas ideias acabam se tornando uma semente sem água sendo este o segundo pilar. Este talento somado as questões tecnológicas e ideias que possuam viabilidade fazem com que o processo empreendedor possua potencial para se realizar, contudo para que o que fora idealizado saia dos papéis se concretize deve haver o capital sendo este considerado o terceiro pilar do processo empreendedor. Já o quarto pilar mas não menos importante o Know-How é o viabilizador de fazer a união de todos os outros pilares já citados se convergirem em um mesmo ambiente. (TORNATZKY et al., 1996 apud DORNELAS, 2015, p.31).

O processo de inicializar um novo negócio ou empreendimento está ligado ao processo de empreender, onde este envolve mais do que somente uma simples

solução de uma situação administrativa típica, o empreendedor deve buscar, avaliar e desenvolver oportunidades que superem forças que desestimulem a criação de um novo negócio. Este processo é composto por quatro fases distantes sendo a primeira a identificação e análise da oportunidade, já segunda fase o desenvolvimento do plano de negócios, a terceira fase a determinação dos recursos que serão necessários e por fim a quarta fase sendo esta a administração da empresa. Estas fases devem então conversar entre si para que haja um viés para que se realizem em um todo. (HISRICH; PETERS, 2004, p.53).

A identificação e análise de oportunidade não são tarefas fáceis, a maioria das boas oportunidades não aparecem de forma repentina e explícita e sim são resultantes de uma boa análise e interpretação do empreendedor. Por exemplo, o empreendedor realiza pesquisas em locais que comparece para analisar a resposta e preferencia sobre determinado produto para determinado público alvo, visando buscar uma oportunidade para desenvolver algo melhor, através da necessidade exposta por seus consumidores, distribuidores etc. No entanto estas oportunidades devem ser avaliadas de forma crítica afim de analisar se tal oportunidade observada lhe oferecerá o retorno exigido em relação aos recursos (HISRICH; PETERS, 2004 p.53-54).

Segundo Hisrich e Peters (2004, p.54) “seus riscos e possibilidades de retorno, sua adequação às habilidades e metas pessoais do empreendedor e sua vantagem diferencial em seu ambiente competitivo”.

Para Hisrich e Peters (2004, p.55) “Deve-se desenvolver um bom plano de negócio para explorar a oportunidade definida”. Talvez esta fase seja a mais árdua no processo empreendedor, visto que grande parte dos empreendedores não se antecipam em realizar um plano de negócios e não detêm recursos disponíveis e necessários para a realização de um bom trabalho.

De acordo com Hisrich e Peters (2004, p.56) os recursos que possuem necessidade também devem ser estabelecidos. Este processo tem início com uma verificação dos atuais recursos que o empreendedor detêm. Os recursos fundamentais então devem ser distintos dos demais que são apenas úteis. Deve-se tomar precauções para que não haja a subestimação da quantidade e variedade dos

recursos que serão necessários. Os riscos que possuem associação a recursos insuficientes e inadequados também devem ser avaliados e analisados.

Adquirir os recursos necessários de modo oportuno, evitando ceder parte do controle da empresa, é o próximo passo no processo de empreender. O empreendedor deve lutar para manter a posição de proprietário o máximo que puder, especialmente no estágio inicial. À medida que o negócio se desenvolve, provavelmente serão necessários mais recursos para financiar o crescimento da empresa, exigindo que o empreendedor ceda parte do controle. Todo empreendedor só deve ceder em sua posição de proprietário no empreendimento depois que todas as outras opções já foram exploradas. Devem-se identificar fornecedores alternativos desses recursos, com suas necessidades e reivindicações. Compreendendo a necessidade do fornecedor de recursos, o empreendedor pode estruturar um acordo que possibilite que os recursos sejam adquiridos ao mais baixo custo possível e com a menor perda de controle. (HISRICH; PETERS, 2004, p.56).

Por fim a administração da empresa, está é feita depois dos recursos serem adquiridos e devem ser implementadas ao plano de negócios, os problemas operacionais que a empresa demonstrar devem então ser cuidadosamente controlados e analisados, criando-se então um sistema para que quaisquer problemas sejam monitorados. (HISRICH; PETERS, 2004, p.56).

Existe outra forma de se analisar os aspectos críticos do processo empreendedor. Segundo Timmons (1994) é fundamentado através de três fatores fundamentais, sendo estes o primeiro a oportunidade, o qual esta deve ser analisada e avaliada para decidir se o projeto irá ou não ter continuidade. O segundo é a equipe empreendedora que são as pessoas que além do empreendedor compõe o projeto, e por fim os recursos, e aonde esta equipe irá consegui-los e de que forma iram consegui-los. (apud DORNELAS, 2015, p. 34-35).

3 INOVAÇÃO

Segundo Drucker (2003, p.25) “a inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente. Ela pode bem ser apresentada como uma disciplina, ser aprendida e ser praticada. Os empreendedores precisam buscar, com propósito deliberado, as fontes de inovação, as mudanças e seus sintomas que indicam oportunidades para que uma inovação tenha êxito. E os empreendedores precisam conhecer e pôr em prática os princípios da inovação bem sucedida”.

De acordo com Bessant e Tidd (2009, p. 29) “o dicionário a define como uma mudança – a palavra tem origem no latim in e novare – fazer algo novo, alterar. Definição útil, mas um pouco vaga, se realmente pretendemos gerenciá-la.

Bessant e Tidd (2009, p.29) também definem como “ a inovação não implica, necessariamente, a comercialização apenas de grandes avanços tecnológicos (uma inovação radical), mas também inclui a utilização de mudanças em pequena escala no saber tecnológico (uma melhora ou inovação incremental).

Para Keleey (2015) as inovações devem retroceder um valor para você ou seu empreendimento, se quiser ter a vantagem de fazer outra inovação no futuro.

Segundo Smith a inovação seria a parte resultante do aprender-fazendo, ou seja, através da busca pelo aprimoramento das formas tradicionais da realização de tarefas produtivas através da absorção e da experiência (apud TIGRE, 2006).

Bes e Kotler (2011, p.18) diz que a inovação “deve ser entendida como o desenvolvimento de uma cultura de inovação dentro da empresa que é aquilo que permite produzir e levar ao mercado um fluxo constante de inovações menores e incrementais”

3.1 O que pode ser mudado com a inovação

A inovação pode obter diferentes formas, como por exemplo:

- Inovação de produto – Segundo Bessant e Tidd (2009, p.46) é aquela mudança ocorrida em produtos e serviços oferecidos por uma empresa que implica na forma como é percebido pelo cliente. Nas palavras de Bes e Kotler

(2011, p.44) a inovação de produto consiste em “mudança tecnológica, novos modelos ou linhas expandidas direcionadas para os mesmos consumidores, necessidades e situações.” Hagel e Singer afirmavam que a inovação de produto seria “desenvolver produtos e serviços novos e atraentes (apud OSTERWALDER; PIGNEUR, 2011, p.58).

- Inovação de processo – Segundo Bessant e Tidd (2009, p.46) trata-se de mudança no processo de como o produto e ou serviço, são produzidos, ofertados e apresentados “não gera impacto no produto final”. De acordo com Bes e Kotler (2011, p.43) “a inovação de processo significa mudanças na logística, nas vendas ou nas operações de produção atuais da empresa.” Para Keeley (2015) a inovação de processo deve conter métodos ou capacidades substancialmente divergentes e superiores em relação as normas estabelecidas pelo setor.
- Inovação no modelo de negócios – Para Bes e Kotler (2011, p. 43) a inovação no modelo de negócios requer uma mudança profunda do modo em que a empresa gera valor e por isso reivindica uma reestruturação de suma importância da organização ou da formação de uma nova unidade de negócios ou divisão. Para Bessant e Tidd (2009, p. 589) é aquele processo de inovação que descreve como o valor é criado e capturado

3.2 Gestão da inovação

A gestão da inovação envolve varias possibilidades onde são exploradas as inovações tanto de produto quanto de processo bem como as tecnologias. Muitas pessoas não hesitam que a inovação e a sua necessidade em suas vidas tanto para o desenvolvimento quanto para a sobrevivência sejam de suma importância porem para que a mesma ocorra deve-se gerencia-la de maneira ativa (BESSANT; TIDD, 2009, p.26).

Podemos traçar um paralelo entre inovação e biologia considerando a teoria da evolução de Darwin. Os organismos vivos sobrevivem e crescem por meio da geração de variação, selecionando os novos

elementos que permitem a adaptação a ambientes específicos e sua propagação através das espécies. Aqueles que o fazem corretamente sobrevivem; aqueles que não conseguem, desaparecem. É a sobrevivência dos mais fortes, pura e simplesmente. Mas há uma diferença bastante significativa. No caso de empresas, construímos e trabalhamos – diferentemente da evolução natural – e temos a capacidade de interferir no processo. Em vez de mutações aleatórias e golpes de sorte, conseguimos ser um pouco mais estratégicos e objetivos, buscando e gerando nossa própria variedade, fazendo escolhas sobre quais inovações perseguiremos e gerenciando o processo de implementação e difusão, no sentido de garantir que sejam bem-sucedidas (BESSANT; TIDD, 2009, p.26-27).

O processo da gestão da inovação pode ser dividido em 3 fatores principais sendo eles: Geração de novas ideias, seleção das melhorias e implementação.

- Geração de novas ideias – “pode surgir por meio da inspiração, da transferência de outro contexto, de questionamento sobre necessidade de clientes ou usuários, de pesquisa de ponta ou de combinação de ideias já existentes em algo novo” (BESSANT ; TIDD, 2009, p.27). Segundo Bessant e Tidd (2009, p.27) podem surgir a partir da construção de modelos interpolados, porém se buscamos obter sucesso devemos estruturar formas abundantes de adquirir estes sinais primários proporcionando assim vastas variações. Para Barbieri, Álvares e Cajazeira (2008) deve-se estimular através de ferramentas tais como a chuva de ideias, pensamento lateral, árvore de relevância dentre outros. De acordo com Girota, Terwiesch e Ulrich (2010) praticamente todos os processos inovadores incorporam a geração de ideias e a seleção de oportunidades ou mesmo de ideias (apud DOROW; SOUZA; DANDOLINI, 2014).
- A seleção de melhores ideias parece bastante simples – ao menos que só saibamos quais realmente são as melhores após experimentarmos as mesmas. A inovação é repleta de incertezas e a única maneira de realmente analisar se uma ideia é passível de ser levada a frente ou não é desenvolvendo-a. Sendo assim, o processo de decisão estratégica a frente de que possui inúmeras possibilidades que podem ser examinadas levando em

conta a delimitação de seus recursos tornando-se então um grande desafio, visto que talvez se escolhermos a ideia errônea poderemos ser abolidos do jogo (BESSANT; TIDD, 2009, p.27). Já para Kotler (2000), Kotler e Armstrong (2003) este estágio de seleção das melhores ideias se torna algo muito cauteloso para a empresa visando evitar dois tipos de erros sendo o primeiro aquele em que a empresa acaba que abandonando e dispensando uma ideia boa por uma falta de análise criteriosa de suas potencialidades, e o segundo erro é aquele de aprovação este ocorre quando uma empresa permite que uma ideia ruim chegue até as etapas de desenvolvimento e as demais etapas (apud DREHMER; CRUZ; MEDEIROS, 2006, p.5-6). Segundo Siqueira e Almeida Filho (2011) Esta fase tem como pretensão eleger as melhores ideias para serem desenvolvidas no portfólio de projetos inovadores.

- Implementação da nova ideia – transformando-a, de um estímulo, em um produto, processo e serviço finalizado que as pessoas possam desfrutar. Essa é uma jornada árdua, amparada pela lei de Murphy – se existe algo eminente a dar errado, é bem provável que isto se concretize (BESSANT; TIDD, 2009, p.27). Segundo Bessant e Tidd (2009, p.27) “Não é apenas uma questão de gestão de projetos – equilibrando recursos contra-tempo e verbas – mas fazê-lo sob condições de grande incerteza.” Mesmo que haja um viés para que o projeto possa ser concretizado surgindo então novos produtos, serviços etc, nada lhe garante que as pessoas irão abraça-lo e que irão consumir e disseminar aquilo que fora criado. (BESSANT; TIDD, 2009, p.27). Segundo Scherer e Carlomagno (2009) é a fase em que coloca-se em funcionamento em grande proporção o potencial da ideia com o objetivo de submetê-la a se tornar uma inovação de potencial (apud Oliveira, 2012, p.19). Carvalho, Reis e Cavalcante (2011) afirmam que é a etapa em que ocorre a implantação e execução dos projetos inovadores com o acompanhamento de seu desenvolvimento em termos de prazo, custos e qualidade sempre com a união dos demais setores da empresa como marketing, vendas, dentre outros devendo-se então nesta etapa utilizar ferramentas que apoiem tal gerenciamento a fim de não desperdiçar os recursos, cumprir os prazos e a

qualidade das oportunidades de inovação que serão desenvolvidas ou implementadas.

O empreendedorismo junto a inovação irá então garantir vantagens competitivas no cenário o qual estamos vivenciando cenário este conhecido como a quarta revolução industrial.

3.3 Vantagem competitiva

Segundo Mendes (2012), “vantagem competitiva é a condição que diferencia uma empresa ou um profissional da concorrência” ou seja, o que faz você adquirir um produto supondo da Honda ao invés da Yamaha, estas perguntas ao serem respondidas nos mostram que de alguma forma tal marca possui, design, preço, qualidade maiores ou melhores que a de seu concorrente.

Segundo Barney e Hesterly (2011), a vantagem competitiva dá-se quando uma empresa consegue atingir maior valor econômico que seu concorrente, este fato ocorre diante do esforço de uma determinada empresa buscar demonstrar em seus produtos ou serviço maior qualidade que de seu concorrente (apud FARIA, 2014 p.19).

Para Rovina (2018) “vantagem competitiva é o resultado da capacidade da empresa em neutralizar ou diminuir a ação da concorrência no segmento de mercado em que atua por meio da diferenciação.”

Cool, Costa e Dierickx (2002) afirmam que a vantagem competitiva “podem ser advindas tanto de recursos e competências únicas da empresa específica quanto da exploração de uma posição específica e protegida da estrutura do mercado. (apud BRITO; VASCONCELOS, 2004).

Vantagens competitivas no cenário da quarta revolução industrial irão nos colocar a frente dos nossos concorrentes de forma prestigiosa.

3.4 A quarta revolução industrial

Segundo Schwab (2016, p.16), a quarta revolução industrial não diz respeito apenas a sistemas e máquinas inteligentes e conectadas mas sim engloba um prisma muito maior onde as novas descobertas acontecem de forma rápidas e vão

desde a sequenciamento genético até nanotecnologias. O fator que diferencia a quarta revolução das demais é justamente o fato das fusões das tecnologias e a conexão entre os domínios físicos, digitais e biológicos. Nesta revolução as inovações e tecnologias são difundidas de maneira muito mais veloz do que nas revoluções anteriores, e que esta revolução será tão poderosa e impactante quanto as demais foram para suas épocas, porém para isto deve-se fazer com que os níveis de liderança e compreensão sofram uma mudança drástica para poder acompanhar tal mudança em nível mundial.

Segundo Magaldi e Neto (2018, p.44) a 4ª Revolução Industrial, tem como sua fundamental base a era tecnológica, e esta é caracterizada por uma internet muito mais onipresente e móvel, por sensores cada vez menores e mais eficientes não só como também pela inteligência de máquinas que aprendem funções, e acaba-se por tornar um grande desafio para os gestores e líderes que cada vez mais terão de se aprimorar e buscar formas cada vez mais eficazes de gerenciar seus talentos, empresas como o Google, Facebook, Amazon são referências deste novo contexto o qual estamos inseridos.

Segundo Heidrich et al, (2017) a quarta revolução industrial é aquela em que tem início com a consolidação de instrumentos e ferramentas da tecnologia da informação com o uso de simulações, computações em nuvens dentre outros (apud MOREIRA, 2017, p.13).

3.5 Startups

De acordo com Rodrigues (2016) as startups são uma forma relativamente nova de empreender onde está começando a ganhar impulso ao final da década de 90 e que ganharam força nos Estados Unidos na década posterior com o apoio tecnológico e da globalização e com o surgimento da famosa bolha da internet esta que teve caráter especulativo, o qual ocorreu uma alta em ações de empresas denominadas de “ponto com” e de empresas intensivas em tecnologia, por volta dos anos 2000 revelou-se então que tais especulações e projeções eram infundadas e demasiadamente otimistas, o que gerou uma drástica queda nos preços das ações e a grande maioria dessas empresas acabaram em fusão, venda ou desaparecimento.

Gitahy afirma que “uma startup é um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza” (apud RODRIGUES, 2016).

Ries (2012) afirma que pode ser considerado como um novo conceito de empreendedorismo que preza pelo feedback contínuo (apud HARTMANN, 2013).

Blank (2006) diz que startup é uma organização formada com o objetivo de pesquisar um modelo de negócio que possa ser repetido e escalável, desta forma para gerar uma ideia de estabilidade será necessário estipular se para o crescimento do negócio será indispensável um aporte maior de capital e/ou pessoal na mesma proporção (apud SIGNORI et al, 2014).

Blank e Dorf (2014) afirmam que uma startup nada mais é que um empreendimento de fé que baseia-se em uma visão dos fundadores e em uma notória ausência de fatos.

Nas palavras de Cruz (2015) “este tipo de empresa nasce com tempo de vida útil definido, buscam novos produtos ou serviços, os quais possam ser escaláveis e atuam num ambiente de extrema incerteza” (apud SILVA, 2017).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao iniciar-se o trabalho de pesquisa observou-se que o tema empreendedorismo e inovação é um tema de extrema relevância pois vivemos em um cenário demarcado pela forte concorrência e que cada vez mais se torna árduo superar nossos concorrentes frente aos desafios tanto internos quanto externos às organizações, onde uma organização só se mantém em nível competitivo se a mesma tiver conhecimento sobre o mercado e as inovações cada vez mais constantes.

Buscou-se então por meio de artigos, livros, internet buscar informações confiáveis e de grande relevância para agregar ao conteúdo da pesquisa.

Diante desses fatos a pesquisa teve como principal objetivo demonstrar o quão benéfico tornou-se obter conhecimento sobre o tema empreendedorismo e inovação no ambiente contemporâneo, para obter-se vantagens competitivas e alavancar-se de forma positiva e prestigiosa frente a concorrência, tais objetivos foram atendidos ao demonstrar os processos empreendedores e inovadores que somados resultam na sobrevivência da empresa no cenário atual frente a hiper concorrência, demonstrando também as novas formas de empresas que surgem através de startups está que une ideias inovadoras e empreendedoras em um modelo de negócios altamente escalável e repetível em um cenário extremamente incerto mas que tendo conhecimentos sobre empreendedorismo e inovação há grandes chances de serem bem sucedidos.

Portanto esta pesquisa nos mostra que acerca do tema empreendedorismo e inovação para fins de trabalhos futuros deve-se cada vez mais dar atenção a estes temas, uma vez que se desejamos ter uma empresa ou empreendimento a nível competitivo, temos de sempre estar atento as mudanças mundiais tanto no quesito empreendedorismo quanto no quesito inovação para que possamos nos alavancar de forma positiva frente ao mercado e nossos concorrentes visto que se não obtivermos conhecimento sobre tais temas estaremos em posição de desvantagem diminuindo cada vez mais as chances de sobrevivência frente ao mercado.

Em suma podemos concluir que tal pesquisa foi de extrema relevância para o conhecimento dos temas empreendedorismo e inovação, não só como também

demonstrar que para manter uma empresa saudável e a nível competitivo devemos nos atentar cada vez mais a estes temas. O empreendedorismo e inovação nos expandem ideias de como conduzir de forma acertiva e competitiva nossas empresas ou empreendimentos quaisquer no ambiente atual buscando amenizar os riscos e controla-los de forma à não ficarmos pareados aos nossos concorrentes mas sim a frente dos mesmos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBIERI, J.C.; ÁLVARES, A.C.T.; CAJAZEIRA, J.E.R. **Geração de ideias para inovações**: estudos de casos e novas abordagens. 2008. Disponível em: https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/barbieri_-_gestao_de_ideiaspara_inovacoes_estudos_.pdf. Acesso em: 22 jul. 2019.
- BES, F.T.; KOTLER, P. **A bíblia da inovação**: princípios fundamentais para levar a cultura da inovação contínua às organizações. São Paulo: Lua de Papel; 2011.
- BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e Empreendedorismo**. São Paulo: Bookman; 2009.
- BLANK, S.; DORF, B. **Startup**: manual do empreendedor. 2014. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=RfiaAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=DEFINI%C3%87%C3%83O+DE+STARTUP&ots=kJhRguKLMv&sig=QtyyLdriHn0tPvSEQIXRH8PsJ6M#v=onepage&q=conceito&f=false>. Acesso em: 30 set. 2019.
- BRITO, L.A.L.; VASCONCELOS, F.C. **A Heterogeneidade do Desempenho, suas Causas e o Conceito de Vantagem Competitiva**: proposta de uma Métrica. 2004. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/21683/S1415-65552004000500007.pdf?sequence=2&isAllowed=y>. Acesso em: 27 jul. 2019.
- CARVALHO, H.G.; REIS D.R.; CAVALCANTE, M.B. **Gestão da Inovação**. Curitiba; 2011. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/150137624.pdf>. Acesso em: 27 jul. 2019.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. São Paulo: Manole; 2012.
- DOROW, P.F.; SOUZA, J.A.; DANDOLINI, G.A. **Geração de ideias**: uma análise bibliométrica do estado da literatura. 2014. Disponível em: <http://incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/IJKEM/article/view/2780/3468>. Acesso em: 23 jul. 2019.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Ltc - Livros Técnicos e Científicos Editora Ltda.; 2015.
- DREHMER, C.A.; CRUZ C.M.L.; MEDEIROS, J.F. **Desenvolvimento de novos produtos com ênfase nas etapas de geração e seleção de ideias**: o estudo em uma Indústria de Implementos Agrícolas. 2006. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ema2006-mkctc-160.pdf>. Acesso em: 23 jul. 2019.
- DRUCKER, P.F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship) prática e princípios**. São Paulo: Thomson Pioneira; 2003.
- FARIA, T. **Uma análise sobre os aspectos fundamentais do mix de marketing e sua relação como vantagem competitiva**. 2014. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/42702/R%20-%20E%20-%20THIAGO%20FARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 14 jun. 2019.
- GIL, A.C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. Disponível em: <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2019.

- HARTMANN, V.H.P. **Startup: uma nova forma de empreender**. 2013. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/3966/1/20962401.pdf>. Acesso em: 01 out. 2019.
- HISRICH, R.D.; PETERS, M.P. **Empreendedorismo**. 5. ed. São Paulo: Bookman; 2004.
- KELEEY, L. et al. **Dez tipo de inovação: a disciplina de criação de avanços de ruptura**. São Paulo: Dvs Editora, 2015.
- MAGALDI, S.; SALIBI NETO, J. **Gestão do Amanhã: tudo o que você precisa saber sobre gestão, inovação e liderança para vencer na 4ª Revolução Industrial**. 7. ed. São Paulo: Gente; 2018.
- MAXIMIANO, A.C.A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall; 2006.
- MENDES, J. **Quais são as vantagens competitivas do seu negócio?** 2012. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/quais-sao-as-vantagens-competitivas-do-seu-negocio>. Acesso em: 30 ago. 2019.
- MOREIRA, L.D. **Indústria 4.0: estudo da cadeia produtiva da madeira no paraná**. Curitiba; 2017. Disponível em: <http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/8493>. Acesso em: 27 jul. 2019
- OLIVEIRA, M.M. **Gestão da inovação nas organizações: estudo sobre o nível de inovação nas empresas que prestam serviços logísticos**. Ponta Grossa, 2012. Disponível em: http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/1396/1/PG_CEGI-CI_VII_2012_15.pdf. Acesso em: 25 jul. 2019.
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation: inovação em Modelos de Negócios**. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: https://books.google.com.br/books/about/Business_Model_Generation_Inova%C3%A7%C3%A3o_em.html?id=UYqVAwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 22 jul. 2019
- QUEIROZ, L. **Líder: Andrew Carnegie**. 2016. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/lider-andrew-carnegie>. Acesso em: 12 jul. 2019.
- RODRIGUES, P.L. **Empreendedorismo no Brasil: um olhar sobre as startups**. 2016. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/148414>. Acesso em: 30 set. 2019
- ROVINA, J. **Vantagem competitiva: o que é, exemplo e como identificar na empresa**. 2018. Disponível em: <https://www.euax.com.br/2018/01/vantagem-competitiva-como-identificar>. Acesso em: 27 jul. 2019.
- SCHWAB, K. **A Quarta Revolução Industrial**. São Paulo: Edipro; 2016.
- SEBRAE. **O que é o Sebrae**. 2019. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/o_que_fazemostigre. Acesso em: 13 jul. 2019.
- SIGNORI, G.G et al. **Startup e inovação: inovando na forma de pensar e decretando o fim das velhas ideias**. 2014. Disponível em: <http://www.anprotec.org.br/Relata/ArtigosCompleto/ID%20107.pdf>. Acesso em: 01 out. 2019.

SILVA, E.E. **Ciclo de vida das empresas startups**. 2017. Disponível em:
http://www.faccamp.br/new/arq/pdf/mestrado/Documentos/producao_discente/EdmilsonEstevoSilva.pdf. Acesso em: 01 out. 2019.

SIQUEIRA, G.B.A.; ALMEIDA FILHO, A.T. **Aplicação do método electre I para seleção de ideias de inovação**. Ubatuba, 2011. Disponível em:
<http://ws2.din.uem.br/~ademir/sbpo/sbpo2011/pdf/88080.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2019

TIGRE, P.B. **A economia da tecnologia no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda; 2006.