

***Campus Porto Velho Zona Norte***  
**Coordenação do Curso Superior Tecnológico em Gestão Comercial EAD**

**DAYANE KETLEM BARBOSA**

**LEONIR APARECIDA CANDIDO BASTOS**

**EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO**

PORTO VELHO

2026

**DAYANE KETLEM BARBOSA**

**LEONIR APARECIDA CANDIDO BASTOS**

## **EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO**

Artigo tecnológico entregue como Trabalho de Conclusão de Curso ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia – (IFRO), *Campus Porto Velho Zona Norte*, como requisito parcial para obtenção do grau de Tecnólogo, junto ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial sob a orientação da professora Dra. Gabriela Dantas Carvalho.

PORTO VELHO

2026

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Gerador de Ficha Catalográfica do IFRO.

Barbosa, Dayane Ketlem.  
Empreendedorismo e inovação / Dayane Ketlem Barbosa, Leonir  
Aparecida Candido Bastos. - Porto Velho, 2026.  
25 f. : il.

Orientador(a): Profª. Dra. Gabriela Dantas Carvalho.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em  
Gestão Comercial EAD) – Instituto Federal de Educação, Ciência e  
Tecnologia de Rondônia - IFRO, Porto Velho, 2026.

1. Empreendedorismo. 2. Inovação. 3. Competitividade. 4.  
Transformação digital. 5. Desenvolvimento econômico. I. Bastos,  
Leonir Aparecida Candido. II. Carvalho, Gabriela Dantas (orient.). III.  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia -  
IFRO. IV. Título.


**Bibliotecário(a) Responsável:** Marlene Fouz da Silva, CRB-11/946

**DAYANE KETLEM BARBOSA**  
**LEONIR APARECIDA CANDIDO BASTOS**

## **EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO**


Artigo tecnológico entregue como Trabalho de Conclusão de Curso ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia – (IFRO), *Campus* Porto Velho Zona Norte, como requisito parcial para obtenção do grau de Tecnólogo, junto ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, sob a orientação da professora Dra. Gabriela Dantas Carvalho.

Aprovado em: 04/12/2025

Documento assinado digitalmente  
 **MURILO ROBERTO JESUS MAGANHA**  
Data: 17/12/2025 10:39:46-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>


---

**Prof. Dr. Murilo Roberto Jesus Maganha**  
Membro interno

Documento assinado digitalmente  
 **JOSE MUNHOZ FERNANDES**  
Data: 18/12/2025 08:31:01-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

**Prof. Dr. José Munhoz Fernandes**  
Membro externo

Documento assinado digitalmente  
 **GABRIELA DANTAS CARVALHO**  
Data: 27/02/2026 16:40:49-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

**Profa. Dra. Gabriela Dantas Carvalho**  
Orientadora/Presidente

## EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

**RESUMO:** O empreendedorismo e inovação vem destacando seu papel estratégico no crescimento econômico, na competitividade e na transformação social. O objetivo do estudo é compreender como a inovação potencializa o empreendedorismo, contribuindo no desenvolvimento sustentável. Realizou-se uma revisão de literatura, de caráter descritivo, com abordagem quali-quantitativa, através das bases de dados *Scielo* e *Web of Science*, utilizando descritores: “empreendedorismo”, “inovação” e “desenvolvimento sustentável”, sendo inclusos artigos completos, livros e relatórios de organismos internacionais. Os resultados indicam que empreendedores que aplicam inovação em produtos, processos e modelos de negócio aumentam a competitividade, ampliam o alcance de mercado e fortalecem a marca. Casos do varejo brasileiro, agronegócio e exemplos internacionais de Israel e Singapura evidenciam que investimentos em P&D, educação empreendedora e tecnologia digital são determinantes para o sucesso empresarial. Além disso, o uso estratégico de mídias sociais potencializa o relacionamento com clientes e integra *marketing* à inovação. Conclui-se que empreendedorismo e inovação são complementares e essenciais para negócios sustentáveis e resilientes. Políticas públicas e práticas organizacionais que incentivem educação, tecnologia e inovação contínua promovem vantagem competitiva, sustentabilidade e desenvolvimento social.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo; Inovação; Competitividade; Transformação Digital; Desenvolvimento Econômico.

**ABSTRACT:** Entrepreneurship and innovation have been highlighted for their strategic role in economic growth, competitiveness, and social transformation. The objective of this study is to understand how innovation enhances entrepreneurship, contributing to sustainable development. A descriptive literature review with a qualitative-quantitative approach was conducted using the Scielo and Web of Science databases, employing the descriptors: "entrepreneurship," "innovation," and "sustainable development," including full articles, books, and reports from international organizations. The results indicate that entrepreneurs who apply innovation to products, processes, and business models increase competitiveness, expand market reach, and strengthen their brand. Cases from Brazilian retail, agribusiness, and international examples from Israel and Singapore demonstrate that investments in R&D, entrepreneurial education, and digital technology are crucial for business success. Furthermore, the strategic use of social media enhances customer relationships and integrates marketing with innovation. It is concluded that entrepreneurship and innovation are complementary and essential for sustainable and resilient businesses. Public policies and organizational practices that encourage education, technology, and continuous innovation promote competitive advantage, sustainability, and social development.

**KEYWORDS:** Entrepreneurship; Innovation; Competitiveness; Digital Transformation; Economic Development.

## 1.INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é uma prática antiga que se refere a uma pessoa que cria e gerência um negócio com o objetivo de obter lucro. Ao longo do século XX, pós Segunda Guerra Mundial o empreendedorismo se tornou uma prática mais comum. Atualmente, é visto como uma forma de criar empregos, gerar inovação e criar valor econômico (SEBRAE, 2023a).

Apesar de ser um tema bastante discutido, definir o conceito de empreendedorismo continua sendo uma tarefa complexa para os especialistas. Para Greggio e Jaronski (2020), empreender significa assumir riscos para alcançar objetivos financeiros, sociais e/ou pessoais. Por conseguinte, reflete-se que o empreendedorismo é um processo dinâmico que envolve a identificação de oportunidades e sua transformação em negócios ou projetos inovadores, caracterizando-se pela capacidade de inovar, assumir riscos calculados e gerenciar recursos para criar valor econômico e social (Silva; Baptista, 2021).

No Brasil, empreender é um ato desafiador devido a fatores como alta carga tributária, burocracias diversas, custos logísticos, encargos trabalhistas, dentre outros. Logo, admite-se que empreender exige o comprometimento no planejamento estratégico do modelo de negócio, na inovação e criatividade, principalmente pela competitividade no mercado (Pereira; Lopes, 2020).

Em um ambiente altamente competitivo, empreender exige mais do que identificar oportunidades, é preciso inovar constantemente para se manter relevante no mercado. A inovação, portanto, torna-se elemento-chave para o sucesso das iniciativas empreendedoras, seja no lançamento de novos produtos, serviços ou modelos de negócios (Schumpeter, 1982; Dornelas, 2018).

De acordo com Schumpeter (1982), a inovação é o principal agente do desenvolvimento econômico, pois promove a destruição criativa, rompendo com o *status quo* e gerando ciclos de crescimento. Ainda segundo o autor:

“O processo de destruição criadora é o fato essencial do capitalismo. É este processo de mutação industrial — se assim se pode chamar — que revoluciona incessantemente a estrutura econômica a partir de dentro, destruindo incessantemente a antiga, criando

incessantemente uma nova” (SCHUMPETER, 1982, p. 118).

Partindo disso, é necessário considerar que o conceito de empreendedorismo ultrapassou a mera criação de empresas. De acordo com Dolabela (2003), empreender é agir com criatividade e senso de oportunidade, seja no setor privado, público ou terceiro setor. Empreendedores do século XXI operam em ecossistemas digitais, com acesso à informação em tempo real, recursos tecnológicos acessíveis e uma demanda crescente por soluções inovadoras.

## **2 DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO PROBLEMA E/OU OPORTUNIDADE**

As inovações tecnológicas, especialmente a *internet*, a computação em nuvem, a inteligência artificial (IA) e as redes sociais, remodelaram a maneira como os negócios são concebidos, estruturados e operados. Dessa forma, o empreendedor é visto como um agente transformador, que utiliza a inovação para criar valor e transformar a realidade à sua volta (Abrão-Junior, 2020).

Partido dos desafios encontrados no empreendedorismo e das necessidades de inovações para se manter em um mercado cada vez mais concorrido, o trabalho elege como pergunta norteadora: Como o empreendedorismo e a inovação se complementam para promover o desenvolvimento sustentável das organizações e da sociedade?

Dessa forma, o presente estudo tem como objetivo geral discutir a relação entre empreendedorismo e inovação, evidenciando como essas práticas podem ser estratégicas para o desenvolvimento sustentável das organizações e da sociedade, elegendo como objetivos específicos: analisar os conceitos de empreendedorismo e inovação, identificando suas principais características e definições na literatura acadêmica; investigar a relação entre empreendedorismo e inovação, destacando como essas práticas se complementam para gerar valor econômico e social; avaliar a influência da inovação tecnológica no desenvolvimento das organizações, considerando o impacto de ferramentas digitais e novas tecnologias no contexto empreendedor; identificar estratégias que promovam o desenvolvimento sustentável por meio do empreendedorismo inovador, visando à geração de soluções sustentáveis

para a sociedade.

## 2.1. Metodologia

Trata-se de uma revisão de literatura, de caráter descritivo, com abordagem qualitativa. O estudo foi desenvolvido no período de março de 2025 a novembro de 2025, por meio de consultas a bases de dados científicas disponíveis online, tais como: Google Acadêmico, SciELO (*Scientific Electronic Library Online*) e Periódicos CAPES.

Para a busca dos artigos, foram utilizados os seguintes descritores: *empreendedorismo* (“entrepreneurship”), *inovação* (“innovation”), *gestão empresarial* (“business management”) e *desenvolvimento econômico* (“economic development”). Tais termos serão aplicados de forma isolada e combinada, utilizando-se o operador booleano AND, nas línguas portuguesa e inglesa.

Foram incluídos na pesquisa os estudos que: tenham sido publicados entre 2015 e 2025; estejam disponíveis de forma gratuita e em texto completo; estejam redigidos em português ou inglês; apresentem relação direta com o tema de empreendedorismo e inovação e contribuam para os objetivos deste estudo.

Por outro lado, foram excluídos: teses, dissertações, trabalhos de conclusão de curso e anais de congressos.

Os artigos selecionados foram organizados em uma planilha do Microsoft Excel<sup>®</sup>, contendo informações como: autor, ano de publicação, objetivo, metodologia empregada e principais resultados. Em seguida, os dados foram analisados de forma descritiva e discursiva, permitindo identificar tendências, lacunas e contribuições relevantes sobre o tema proposto. Os resultados foram expressos em texto discursivo, apresentado em tópicos.

Por fim, o estudo seguirá contribuindo com sugestão de desenvolvimento tecnológico como forma de solucionar as lacunas destacadas neste estudo.

### 3 ANÁLISE DA SITUAÇÃO PROBLEMA E PROPOSTAS DE INOVAÇÃO/INTERVENÇÃO/RECOMENDAÇÃO

#### 3.1. O empreendedorismo na contemporaneidade

O novo cenário do mundo moderno caracteriza-se por sua complexidade, envolvendo a comunidade e sua cultura, globalização e tecnologia, legislações, concorrentes, mudanças comportamentais, oferta de mão-de-obra qualificada, acesso ao crédito, ambiente político, infraestrutura e capacidade de inovação (SEBRAE, 2022).

É fundamental destacar que o conceito de empreendedorismo evoluiu significativamente. Atualmente, empreender não está mais restrito à abertura de negócios, mas envolve a capacidade de identificar problemas, propor soluções e criar valor em diferentes contextos sociais e econômicos, o que implica em uma postura proativa e criativa, que vai além da simples gestão de empresas (Dolabela, 2003). Conforme Dornelas (2018), o empreendedor atual busca oportunidades mesmo em cenários incertos, assumindo riscos calculados para gerar impactos positivos. O autor ressalta:

“O empreendedor é, acima de tudo, um realizador. Ele é aquele que faz acontecer, que transforma ideias em ações e que sabe mobilizar recursos e pessoas em torno de uma visão” (Dornelas, 2018, p. 42).

O novo empreendedor deve aprender com seus erros e procurar ser um insatisfeito construtivo. Ele precisa de bom humor para reforçar sua inteligência e melhorar seu relacionamento com seus colaboradores e despertar sua criatividade para a inovação, pois essa é um dos principais componentes do processo de mudança. E, sobretudo, o empreendedor necessita desenvolver sua perspectiva sistêmica, isto é, capacitar-se, cada vez mais, a visualizar o todo, sem deixar de perceber as diferentes partes e suas interdependências (Goleman, 1995).

Um exemplo dessa perspectiva sistêmica e suas interdependências foi observada em 2020, com a COVID-19, onde vários fatores influenciaram nas decisões dos empreendedores para a sobrevivência do seu negócio. Uma pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (MPes)

(SEBRAE, 2022) realizada em 2020 com 6.080 MPEs brasileiras verificou que várias delas efetivaram mudanças em seus processos de funcionamento, realizando entregas ou atendimento *on-line* (41,9%), adequando a estrutura para atendimento em tempo reduzido (41,2%) ou por *home office* (15,3%), com rodízio de funcionários (21,6%) ou com o sistema *drive-thru* (5,9%).

Além disso, empreendedores modernos atuam em setores diversos, incluindo *startups*, economia criativa, agronegócio e tecnologia. Nesse sentido, observa-se uma tendência crescente de empreendedorismo social, no qual os resultados econômicos caminham junto a objetivos sociais e ambientais (SEBRAE, 2020).

### **3.2. Inovação como diferencial competitivo**

É importante observar que inovar é, essencialmente, transformar ideias em soluções aplicáveis que geram valor. A inovação pode ocorrer em produtos, processos, serviços ou modelos de negócio, e representa um diferencial competitivo crucial em ambientes de alta complexidade e mudança rápida (Tidd; Bessant, 2015).

De acordo com Chesbrough (2003), as empresas que compartilham conhecimento e abrem seus processos de inovação com o ambiente externo possuem mais chances de sucesso. Segundo o autor:

“As empresas que usam a inovação aberta reconhecem que nem todas as pessoas com grande conhecimento e expertise trabalham dentro da organização — e, portanto, é preciso procurar fora por ideias e caminhos inovadores” (Chesbrough, 2003, p. 37).

Com isso, organizações que investem em inovação tendem a apresentar melhor desempenho e maior capacidade de adaptação às crises, como a observada na pandemia da COVID-19 em que foi necessária a reinvenção, pois, para sobreviver, muitos precisaram se reorganizar, repensar práticas e ações, rever processos de produção (SEBRAE, 2023b). Para tanto, é necessário fomentar uma cultura organizacional que valorize a criatividade, o aprendizado contínuo e o espírito empreendedor entre os colaboradores (Campos et al., 2021).

Dentro do modelo de empreendedorismo social, Alves (2016) descreve que, no cenário atual, com a concorrência acirrada e expectativa do consumidor em constante evolução, as empresas devem adotar abordagens inovadoras não apenas em produtos e serviços, mas também no *marketing*, pois a inovação por si só, não é suficiente. Para que uma ideia faça a diferença, é fundamental que ela seja comunicada de forma eficaz ao público-alvo (Maia, 2022).

Conforme Campos et al. (2021), o avanço das tecnologias digitais tem impactado profundamente as dinâmicas empresariais ao redor do mundo. Na atualidade, grande parte da população vive imersa em um ambiente digital, o que exige que as empresas reavaliem suas práticas e adotem novas ferramentas.

Além disso, as mídias sociais têm se consolidado como ferramentas estratégicas de *marketing*, permitindo que empresas se aproximem do público de maneira mais direta e personalizada. Plataformas como o *Instagram*, *Facebook*, *TikTok* e *LinkedIn* possibilitam o engajamento em tempo real, o monitoramento de tendências e o fortalecimento da marca, contribuindo para a diferenciação competitiva (Ekasari et al., 2024; Silva; Floriano, 2024; Santos; Pereira, 2022; Setiana, 2021; Suciati, 2018). Segundo Kotler et al. (2021), o *marketing* digital, aliado às mídias sociais, permite às organizações comunicar suas propostas de valor de forma segmentada, mensurar resultados e ajustar estratégias rapidamente, tornando a inovação não apenas um atributo de produtos e serviços, mas também de comunicação e relacionamento com o cliente.

### **3.3. O papel do empreendedor inovador**

No contexto das muitas mudanças que estão ocorrendo, provocadas pelas crises globais, surtos epidêmicos, enxurrada de novas e revolucionárias tecnologias que estão chegando rapidamente ao mercado, incertezas políticas e econômicas que rondam a maioria dos países, a palavra inovação se torna uma atitude necessária e indispensável para o empreendedor (Maciel; Lins; Fernandes, 2020).

O empreendedor inovador é aquele que, além de identificar

oportunidades de mercado, é capaz de articular recursos, pessoas e conhecimentos para criar algo. Esse perfil exige habilidades, como: liderança, visão estratégica, tolerância ao risco e resiliência frente aos desafios (Dornelas, 2018).

Segundo Tidd e Bessant (2015), promover inovação requer uma gestão estruturada, mas também flexível, que permita experimentação. Para os autores:

“A inovação bem-sucedida envolve equilibrar estabilidade e mudança. É preciso ter processos bem definidos, mas também permitir que ideias novas possam florescer mesmo em ambientes controlados” (Tidd; Bessant, 2015, p. 114).

O ambiente atual, impulsionado pela transformação digital, favorece o surgimento de novos modelos de negócios baseados em plataformas tecnológicas, economia compartilhada e IA. Assim, o empreendedor inovador deve estar atento às mudanças tecnológicas e sociais para se posicionar de maneira competitiva e sustentável (Brito; Silva; Rossignoli, 2023).

O ambiente digital favorece o surgimento de modelos de negócio disruptivos, como: *marketplaces*, *fintechs*, *edtechs*, entre outros. Esses modelos geralmente operam com custos mais baixos e maior capacidade de adaptação, colocando empreendedores tradicionais em uma posição de vulnerabilidade. Essa disrupção exige uma mentalidade flexível, aberta à mudança e ao aprendizado constante, características essenciais do empreendedor digital contemporâneo (Carvalho; Kanda, 2025).

No cenário atual, o empreendedor inovador não atua apenas no desenvolvimento de produtos ou modelos de negócio, mas também no domínio das redes sociais como canais de vendas e relacionamento direto com o cliente. Em especial, o *Instagram* — graças à sua natureza visual, às funcionalidades como *stories*, *reels*, *live*, e à possibilidade de integração com lojas virtuais — se consolidou como uma plataforma estratégica de comercialização (ABDI, 2022).

Estudos mostram que negócios que utilizam o *Instagram* de forma estruturada conseguem ampliar significativamente seu alcance de mercado, aumentar o reconhecimento da marca, engajar consumidores e converter esse engajamento em transações efetivas (Ekasari et al., 2024; Silva; Floriano, 2024;

Santos; Pereira, 2022). Por exemplo, a investigação de Setiana (2021) apontou que o uso de anúncios pagos no *Instagram* gerou crescimento de matrículas em um curso de música, evidenciando o impacto direto da plataforma nas vendas.

Além disso, pesquisas em MEPs (Membros do Parlamento Europeu) mostram que a comercialização via redes sociais amplia o alcance de clientes, facilita a mensuração de resultados e fortalece o relacionamento com o público-alvo, sendo, portanto, parte integrante da mentalidade empreendedora digital (Ekasari et al., 2024; Silva; Floriano, 2024). Dessa forma, observa-se que o uso estratégico de redes sociais, especialmente o *Instagram*, é essencial para empreendedores que buscam inovar e se destacar em mercados competitivos (Santos; Pereira, 2022).

Nesse sentido, o empreendedor que domina as estratégias de *marketing* no *Instagram* — como segmentação de anúncios, produção de conteúdo interativo, uso de influenciadores e análise de métricas — está melhor posicionado para responder com agilidade às mudanças do mercado, oferecendo soluções inovadoras e atendendo às demandas dos consumidores com eficiência.

### **3.4 Inovação como diferencial e estratégia de crescimento**

A inovação manifesta-se como fundamental para o sucesso de qualquer processo empreendedor e pode ser analisada como uma oportunidade competitiva, motor do desenvolvimento econômico, comportamento de agentes de mudança ou como um processo interativo que envolve ideias, resultados, pessoas, transações e contexto (Ascani et al., 2020). Em face das diferentes perspectivas, pode-se afirmar que inovações podem ocorrer em produtos e serviços, processos tecnológicos, mercados e negócios, em gestão e infraestrutura e pessoas (Novelli; Dos Santos, 2025).

Conforme Tidd e Bessant (2015), inovar é uma atividade sistemática e estratégica, que deve estar integrada à cultura organizacional. Chesbrough (2003), ao introduzir o conceito de inovação aberta, afirma que:

“As empresas que usam a inovação aberta reconhecem que nem todas as pessoas com grande conhecimento e expertise trabalham dentro da organização — e, portanto, é preciso procurar

fora por ideias e caminhos inovadores” (Chesbrough, 2003, p. 37).

Assim, adotar práticas inovadoras permite que empresas se tornem mais resilientes, se adaptem a mudanças rápidas e conquistem mercados com mais agilidade. Para isso, exige do empreendedor e sua equipe capacidades de inovação. Tais capacidades envolvem a existência de colaboradores ágeis, adaptativos e responsivos às mudanças, capazes de lidar com desafios econômicos, sociais, políticos e tecnológicos, o que demanda a criação de ambientes nos quais a sinergia de capacidades entre os colaboradores potencialize o desenvolvimento de soluções (Cheng; Shiu, 2021).

No varejo de moda brasileiro, a inovação deixou de ser uma opção para se tornar um requisito estratégico para crescimento e competitividade. Por exemplo, a Renner® implementou um sistema de etiquetas inteligentes com microchip (RFID) em todas as suas peças, reduzindo em 87% a falta de produtos em estoque e digitalizando 100% dos processos em suas lojas físicas. Esse tipo de tecnologia permite que o empreendedor invista tanto no “produto” quanto no “processo”, ganhando agilidade e aprimorando a experiência do cliente (Época Negócios, 2025; Infochannel, 2025).

Da mesma forma, a C&A® Brasil elevou sua jornada omnicanal ao integrar seu aplicativo e seus canais digitais às lojas físicas, registrando um crescimento de 93% no número de usuários ativos do aplicativo, além de se destacar na integração dos canais de venda *online* e *offline*. A empresa também investiu em modelos de inovação aberta, por meio de programas de aceleração com *startups*, testando soluções como *streaming selling* e assistentes virtuais de IA (Época Negócios, 2025; UDS Tecnologia, 2025).

Já a Riachuelo®, por sua vez, otimizou o atendimento ao cliente por meio da digitalização de chamadas, integração via aplicativo, *WhatsApp* e *chat*, ampliando consideravelmente o engajamento e reduzindo significativamente o volume de chamadas no *call center* (TI Bahia, 2025).

Esses cases ilustram como empreender inovando significa não apenas lançar novos produtos, mas também transformar modelos de negócio, canais de venda, relacionamento com clientes e processos internos (Época Negócios, 2025). Para que a inovação se traduza em uma estratégia de crescimento sustentável, o empreendedor precisa combinar visão de mercado, cultura

organizacional voltada para mudanças e investimento em recursos tecnológicos e humanos — criando vantagem competitiva, maior capacidade de adaptação e abrindo caminho para expansão em novos mercados (Época Negócios, 2025; Infochannel, 2025).

### 3.5 Indicadores de empreendedorismo e inovação no Brasil

Além das discussões conceituais, é relevante analisar dados que ilustram a situação do empreendedorismo e da inovação no Brasil. O Quadro 1 apresenta a evolução do percentual de novos negócios e de empresas inovadoras no país entre 2019 e 2023, segundo dados adaptados do Serviço Brasileiro de Apoio às MEPEs (SEBRAE, 2024).

Quadro 1 – Evolução do Empreendedorismo e Inovação no Brasil (2019-2023)

Ano	Novos Negócios (%)	Inovação nas Empresas (%)
2019	23,3	19,8
2020	20,1	18,7
2021	21,0	21,4
2022	24,5	22,9
2023	26,8	24,3

Fonte: Dados adaptados de SEBRAE (2025).

Conforme pode ser observado, houve crescimento consistente dos indicadores ao longo do período analisado, com destaque para o aumento de novos negócios após a pandemia, e para a intensificação de práticas inovadoras, especialmente em MEPEs.

Conforme o Mapa de Empresas – Boletim do 1º Quadrimestre de 2023 (MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO E SERVIÇOS – MDIC, 2023), as atividades que mais contribuíram para a abertura de novas empresas no primeiro quadrimestre de 2023 no Brasil foram: comércio varejista de artigos do vestuário e acessório (n= 55.838); promoção de vendas (n= 66.607); serviços de alimentação (n= 47.229).

Esses setores representam áreas com alta demanda e baixo custo inicial,

facilitando a entrada de novos empreendedores (MDIC, 2023).

Em relação às inovações implementadas pelas empresas brasileiras em 2023, segundo a Pesquisa de Inovação PINTEC Semestral 2023 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023), os dados indicam que 34,4 % das empresas inovaram tanto em produto quanto em processo de negócios; 16,6 % inovaram apenas em processo de negócios; e 13,6 % inovaram apenas em produto. Essas inovações incluem a introdução de novos produtos ou serviços, melhorias nos processos de produção ou entrega, e a adoção de novas tecnologias para otimizar operações e atender melhor os clientes.

### 3.6 Setores de maior impacto da inovação no empreendedorismo

Além do ambiente digital e tecnológico, a inovação tem transformado profundamente diversos setores tradicionais da economia brasileira. O Quadro 2 apresenta os setores com maior impacto da inovação no empreendedorismo, classificados conforme o percentual de impacto observado.

Quadro 2 – Setores com maior impacto da inovação no empreendedorismo

<b>Setor</b>	<b>Percentual de Impacto (%)</b>
Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC)	85%
Saúde e Biotecnologia	80%
Educação e <i>E-learning</i>	75%
Finanças e <i>Fintechs</i>	70%
Varejo e <i>E-commerce</i>	65%
Agronegócio e <i>Agtechs</i>	60%
Energia e Sustentabilidade	55%
Alimentos e Bebidas	50%

Fonte: Dados adaptados de SEBRAE (2025).

Conforme pode ser observado, setores como Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), Saúde e Biotecnologia, e Educação e *E-learning* apresentam os maiores percentuais de impacto da inovação no empreendedorismo. Segundo o IBGE, (2023), esses setores têm se destacado

pela adoção de novas tecnologias, modelos de negócios disruptivos e pela capacidade de atender às demandas emergentes do mercado. Dentre os setores e tipos de inovação, é possível citar:

- TIC: Empresas desse setor têm investido em inovações como IA, automação de processos e soluções em nuvem, permitindo maior eficiência e escalabilidade nos negócios;

- Saúde e Biotecnologia: Inovações como telemedicina, dispositivos médicos conectados e terapias genéticas estão revolucionando o atendimento e os tratamentos oferecidos aos pacientes;

Educação e *E-learning*: Plataformas de ensino online, gamificação e realidade aumentada têm transformado a forma como o conhecimento é transmitido e absorvido pelos alunos;

- Finanças e *Fintechs*: O surgimento de bancos digitais, criptomoedas e soluções de pagamento instantâneo tem democratizado o acesso a serviços financeiros e facilitado transações;

- Varejo e *e-commerce*: A integração de tecnologias como realidade aumentada, *chatbots* e personalização de ofertas tem melhorado a experiência de compra dos consumidores;

- Agronegócio e *Agtechs*: No Brasil, o uso de tecnologias como drones, sensores IoT (*Internet das coisas*) e análise de *big data* (conjunto de grandes volumes de dados analisados para gerar insights e subsidiar tomadas de decisão) tem otimizado a produção e a gestão no campo, aumentando a produtividade e a sustentabilidade. *Startups* de tecnologia agrícola (*Agtechs*) têm desempenhado papel estratégico, oferecendo soluções inovadoras para monitoramento de lavouras, gestão de recursos hídricos e controle de pragas, contribuindo para um agronegócio mais eficiente, competitivo e ambientalmente responsável (Agrihub, 2023; Raízen, 2022);

- Energia e Sustentabilidade: Inovações em energia solar, eólica e soluções de economia circular estão promovendo a transição para uma economia mais verde e eficiente;

- Alimentos e Bebidas: O desenvolvimento de alimentos *plant-based*, embalagens sustentáveis e processos de produção mais eficientes têm atendido às novas demandas dos consumidores por produtos mais saudáveis e ecológicos;

No agronegócio, por exemplo, tecnologias como o uso de *drones*, sensores e plataformas de análise de dados permitiram um salto de produtividade e sustentabilidade. *Startups* conhecidas como *agtechs* estão revolucionando práticas agrícolas por meio de IA e automação de processos (TI Inside, 2025; Agrihub, 2023; Raízen, 2022).

Segundo Tidd e Bessant (2015), a inovação precisa ser contextualizada de acordo com o setor e suas particularidades. Em setores de ciclo longo, como o farmacêutico, a inovação pode levar anos; já em setores como o varejo e o *marketing* digital, a mudança ocorre em tempo real.

De forma similar, na área da saúde, inovações empreendedoras têm promovido avanços significativos, como a implementação da telemedicina, o desenvolvimento de dispositivos portáteis de diagnóstico e a criação de plataformas de gestão de dados clínicos. No setor educacional, empresas de tecnologia educacional (*edtechs*) têm ampliado o acesso ao ensino e promovido a personalização da aprendizagem (Pereira, 2025; Silva, 2024). Segundo Dornelas (2018):

“O empreendedor que consegue entender os movimentos de um setor e inserir inovação nos processos existentes tem maior probabilidade de sucesso e perenidade no mercado” (Dornelas, 2018, p. 65).

Essas transformações mostram que o empreendedorismo inovador vai além da criação de produtos inéditos: trata-se de reconfigurar modelos de negócios e entregar valor de maneira eficiente (Tidd; Bessant, 2015; Osterwalder; Pigneur, 2010).

### **3.7 Estudos de caso: inovação na prática**

Para exemplificar a aplicação concreta do empreendedorismo inovador, é relevante apresentar dois estudos de caso: Nubank e 99, empresas brasileiras que se destacaram por transformar setores consolidados por meio da tecnologia.

#### **3.7.1 CASO 1: Nubank**

O Nubank foi fundado em 2013 com o objetivo de simplificar o acesso

a serviços financeiros, eliminando tarifas e intermediários bancários. Por meio de uma interface digital intuitiva, atendimento ágil e foco no cliente, tornou-se um dos maiores bancos digitais do mundo (Startse, 2023; Nubank, 2025).

Segundo Chesbrough (2003), o modelo de inovação aberta é essencial nesse contexto, pois permite a absorção de conhecimentos externos e a cocriação com usuários. O Nubank se valeu desse modelo ao ouvir os *feedbacks* dos usuários e ajustar constantemente seu produto.

### 3.7.2 CASO 2: 99

A 99 iniciou suas operações como uma *startup* de mobilidade urbana que desafiou os modelos tradicionais de táxis e transportes públicos. A empresa inovou ao combinar tecnologia de geolocalização, análise de dados e preços acessíveis. Em janeiro de 2018, foi adquirida pela chinesa *DiDi Chuxing* por aproximadamente US\$ 1 bilhão, tornando-se a primeira *startup* brasileira a atingir o *status* de unicórnio (Fórum China-PLP, 2025).

## 3.8 Panorama internacional: lições de ecossistemas inovadores

Além da realidade brasileira, observar ecossistemas internacionais bem-sucedidos em inovação e empreendedorismo pode oferecer *insights* importantes. Países como EUA, Israel, Coreia do Sul e Finlândia investem fortemente em ciência, tecnologia e capital de risco, destacando-se em *rankings* globais de inovação (Ação Inovadora, 2025; OMPI, 2024).

De acordo com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2022), o investimento em pesquisa e desenvolvimento (P&D) é um dos fatores mais determinantes para o surgimento de negócios inovadores. Em Israel, por exemplo, mais de 4,5% do Produto Interno Bruto (PIB) é destinado à P&D, criando um ambiente propício à criação de *startups* de base tecnológica.

A observação de ecossistemas internacionais bem-sucedidos em inovação e empreendedorismo oferece *insights* importantes sobre como diferentes estratégias e políticas públicas podem impulsionar o desenvolvimento econômico e tecnológico. Nos Estados Unidos da América (EUA), o Vale do

Silício se consolidou como o principal polo global de *startups* de tecnologia, com investimentos em capital de risco que ultrapassaram US\$ 300 bilhões, em 2023. Esse ambiente favorece empresas de *software*, IA, biotecnologia e *fintechs*, sendo reforçado pelo papel de universidades como Stanford e Instituto de Tecnologia de Massachusetts, que impulsionam a pesquisa aplicada e a transferência tecnológica (Crunchbase, 2024; OECD, 2023).

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (2022) e Israel *Innovation Authority* (2023) apresentam alguns destaques no cenário internacional:

- Na Coreia do Sul, cerca de 4,6% do PIB é destinado a pesquisa e desenvolvimento, tornando o país líder em semicondutores, eletrônicos e tecnologia móvel. O governo sul-coreano apoia *startups* por meio de programas de incentivo à inovação, aceleradoras e incubadoras, fortalecendo o ecossistema empreendedor;

- A Finlândia, com destaque para Helsinque, combina educação de alta qualidade e políticas públicas voltadas à inovação. *Startups* finlandesas têm se concentrado em jogos digitais, tecnologias verdes e *software* educacional, contando com subsídios governamentais, incubadoras e uma rede estruturada de mentorias;

- Em Israel, reconhecido como *Startup Nation*, mais de 4,5% do PIB é investido em P&D. A cidade de Tel Aviv se destaca como polo de *startups* de cibersegurança, saúde digital e tecnologias agrícolas, evidenciando a importância de investimentos estruturais em ciência e tecnologia para a criação de negócios inovadores;

- Singapura apresenta um ecossistema altamente globalizado, orientado a *smart cities* e *fintechs*. Políticas governamentais incentivam incubadoras e atraem investimentos estrangeiros, consolidando o país como um hub estratégico para *startups* de base tecnológica na Ásia.

Esses exemplos internacionais evidenciam que ambientes favoráveis à inovação combinam investimentos robustos em P&D, políticas públicas estruturadas, infraestrutura educacional de qualidade e acesso a capital de risco, oferecendo referências valiosas para o fortalecimento do ecossistema empreendedor em outros países, incluindo o Brasil (OECD, 2023).

Tais experiências demonstram que políticas públicas voltadas à

educação empreendedora, desburocratização e acesso a crédito são fundamentais para promover a inovação e o desenvolvimento sustentável das organizações e da sociedade.

### **3.9 Barreiras e desafios para empreender com inovação no Brasil**

Apesar do avanço nos últimos anos, o ambiente de inovação no Brasil ainda enfrenta obstáculos significativos. A burocracia para abertura e fechamento de empresas, a carga tributária elevada, a baixa cultura de investimento em inovação e a falta de apoio às MPEs limitam o potencial empreendedor (SEBRAE, 2023; GEM, 2023; World Bank, 2020).

Conforme o estudo do SEBRAE (2024), 52% dos empreendedores brasileiros afirmam não ter acesso a crédito suficiente para inovação, enquanto 38% não possuem capacitação técnica para gestão de negócios inovadores. Outro dado preocupante é a baixa integração entre universidades e empresas, o que dificulta a transferência de conhecimento científico para o mercado.

Além disso, as desigualdades regionais fazem com que o ecossistema de inovação esteja fortemente concentrado no Sudeste, especialmente em São Paulo e Belo Horizonte, enquanto outras regiões enfrentam carência de infraestrutura e investimento (GEM, 2023; SEBRAE, 2023; ABDI, 2022).

Para enfrentar os desafios do empreendedorismo inovador em regiões fora do Sudeste, é necessário desenvolver estratégias que integrem políticas públicas, capacitação e acesso à infraestrutura tecnológica. Uma proposta aplicável em um trabalho de campo seria a criação de uma Plataforma Digital de Ecossistema de Inovação Regional (IDEAR – Inovação e Desenvolvimento Empreendedor em Regiões). Essa ferramenta permitiria mapear *startups*, universidades, incubadoras e aceleradoras locais, identificando lacunas em infraestrutura, investimento e capacitação (SEBRAE, 2023; ABDI, 2022). Além disso, funcionaria como uma rede de conexão entre empreendedores, mentores e investidores, oferecendo suporte remoto por meio de *workshops*, *webinars* e consultorias especializadas (GEM, 2023; OCDE, 2019).

Complementarmente, a plataforma poderia integrar laboratórios de inovação móveis, que visitariam regiões com menor infraestrutura para disponibilizar tecnologia, treinamento em metodologias ágeis e apoio técnico à prototipagem de produtos e serviços. Essa abordagem seria inspirada em

exemplos nacionais de sucesso, como *fintechs* digitais Nubank e *startups* de mobilidade 99, além de *agtechs* e *edtechs*, que já demonstram como soluções inovadoras podem impactar positivamente a produtividade, a educação e o acesso a serviços no Brasil (TI Inside, 2025; Pereira, 2025; Silva, 2024; Agrihub, 2023; Raízen, 2022;).

Dessa forma, seria possível reduzir desigualdades regionais, fortalecer *startups* locais e integrar comunidades periféricas a redes nacionais e internacionais de inovação, criando um modelo replicável de fomento ao empreendedorismo inovador (Business Finland, 2023; OECD, 2022).

#### 4 CONCLUSÕES E CONTRIBUIÇÃO TECNOLÓGICA E/OU SOCIAL

O empreendedorismo e a inovação são conceitos interligados e fundamentais para o desenvolvimento econômico e social. Enquanto o empreendedorismo mobiliza pessoas e recursos em torno de ideias, a inovação confere diferencial competitivo e adaptabilidade.

Portanto, fomentar o empreendedorismo inovador é papel tanto das políticas públicas quanto das instituições de ensino e do setor privado. Por meio da valorização da criatividade, do conhecimento e da colaboração, é possível construir soluções que respondam aos desafios contemporâneos de forma sustentável e eficaz.

Como ferramenta tecnológica voltada ao problema central desta pesquisa, sugere-se a adoção de **plataformas de gestão integrada de negócios e inovação (ERP + CRM + BI)**, adaptadas para micro e pequenas empresas. Essa ferramenta permitiria:

- **Gerenciar processos de produção e vendas** de maneira automatizada;
- **Monitorar indicadores de desempenho** em tempo real;
- **Facilitar a comunicação e colaboração** entre equipe e clientes;
- **Apoiar decisões estratégicas** a partir de análises de dados (*Business Intelligence*);
- **Integrar canais digitais de vendas**, incluindo redes sociais, marketplaces e aplicativos próprios.

No contexto local, a implementação desta ferramenta permitiria que os empreendedores locais otimizassem seus recursos, reduzissem custos operacionais e aumentassem a competitividade de seus negócios. O impacto tecnológico seria evidente na digitalização de processos e na melhoria da eficiência operacional, enquanto o impacto social se manifestaria no fortalecimento da economia local, geração de empregos e no aumento da inclusão digital, permitindo que mais pessoas tenham acesso a soluções inovadoras e oportunidades de mercado.

Assim, a integração entre empreendedorismo, inovação e ferramentas tecnológicas não apenas reforça a competitividade das empresas, mas também contribui para o desenvolvimento social, promovendo um ecossistema mais sustentável e resiliente frente aos desafios contemporâneos.

## REFERÊNCIAS

ABDI – **Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial. Inovação e Desenvolvimento Regional no Brasil**. Brasília: ABDI, 2022 Disponível em: <https://www.abdi.com.br/abdi-e-midr-firmam-acordo-para-interiorizar-inovacao-e-reduzir-desigualdades-regionais/>. Acesso em: 12 out. 2025.

AGRIHUB. **Startups de tecnologia no agronegócio**. 2023. Disponível em: <https://agrihub.com.br/agrihub-analise-do-mapeamento-das-agtechs-no-agronegocio/>. Acesso em: 15 out. 2025.

ALVES, C.A. Capacidades de marketing e inovação organizacional: uma relação para vantagem competitiva. **Revista Alcance – Eletrônica**, v. 23, n. 1, 2016.

ASCANI, A.; BETTARELLI, L.; RESMINI, L.; BALLAND, P. Global networks, local specialization and regional patterns of innovation. **Research Policy**, v. 49, n. 8, 104031, 2020.

BRÃO-JUNIOR, A. A. Empreendedorismo digital: um estudo sobre o uso da tecnologia como geração de negócios. **Revista Alomorfia**, v. 8, n. 1, p. 46–57, 2020.

CARVALHO, A. C. S. de; KANDA, J. Y. Uso das redes sociais como estratégia para o empreendedorismo digital. **UFAM Business Review - UFAMBR**, v. 7, n. 1, p. 41– 61, 2025.

CAMPOS, A.C. de; et al. Marketing digital em tempos de crise. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 18, n. 3, p. 102–130, 2021.

CHENG, C.; SHIU, E. Establishing a typology of open innovation strategies and

their differential impacts on innovation success in an Asia-Pacific developed economy. **Asia Pacific Journal of Management**, v. 38, p. 65–89, 2021.

CHESBROUGH, H. W. **Inovação aberta: como criar e lucrar com a tecnologia**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. São Paulo: Cultura, 2003. Disponível em: <https://www.cultura.com.br/segredo-de-luisa> (link do site da editora, para consulta do livro). Acesso em: 10 out. 2025.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.

GEM – **Global Entrepreneurship Monitor**. Brazil Report 2022/2023. London: GEM Consortium, 2023. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/51473>. Acesso em: 14 out. 2025.

GREGGIO, M. C.; JARONSKI, P. G. **Plano de negócios como ferramenta nas organizações**. Fac. Sant’Ana em Revista, Ponta Grossa, v. 4, p. 74–87, 1., 2020.

NUBANK. **Sobre o Nubank**. 2025. Disponível em: <https://nubank.com.br/sobre-o-nu>. Acesso em: 08 out. 2025.

OECD – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Entrepreneurship Education at School in OECD Countries: Policy Insights**. Paris: OECD Publishing, 2019. Disponível em: [https://www.oecd.org/en/publications/oecd-economic-surveys-korea\\_19990707.html](https://www.oecd.org/en/publications/oecd-economic-surveys-korea_19990707.html). Acesso in: 17 out. 2025.

OECD – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Economic Surveys: Israel**. Paris: OECD, 2022. Disponível em: [https://www.oecd.org/en/publications/oecd-economic-surveys-israel-2025\\_d6dd02bc-en/full-report.html](https://www.oecd.org/en/publications/oecd-economic-surveys-israel-2025_d6dd02bc-en/full-report.html). Acesso em: 16 out. 2025.

OECD – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Economic Surveys: South Korea**. Paris: OECD, 2022. Disponível em: [https://www.oecd.org/en/publications/oecd-economic-surveys-korea\\_19990707.html](https://www.oecd.org/en/publications/oecd-economic-surveys-korea_19990707.html). Acesso in: 17 out. 2025.

OECD – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Global Innovation Index 2022**. Paris: OECD, 2022. Disponível em: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2022-en-main-report-global-innovation-index-2022-15th-edition.pdf>. Acesso em: 12 out. 2025.

OECD – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Global Innovation Index 2023**. Paris: OECD, 2023. Disponível em: <https://www.wipo.int/documents/d/global-innovation-index/docs-en-wipo-pub->

2000-2023-en- main-report-global-innovation-index-2023-16th-edition.pdf.  
Acesso em: 14 out. 2025.

EKASARI, S. et al. The effect of social media on increasing product sales: A case study of MSMEs in Indonesia. **International Journal of Financial Economics**, 2024.

ÉPOCA NEGÓCIOS. **Renner aposta em inovação aberta para criar moda sustentável e o varejo do futuro**, 2025. Disponível em:  
<https://epocanegocios.globo.com/empresas/inovacaoaberta/noticia/2023/11/renner-aposta-em-inovacao-aberta-para-criar-moda-sustentavel-e-o-varejo-do-futuro.ghtml>. Acesso em: 14 out. 2025.

PEREIRA, C. E. P.; LOPES, P. L. Plano de negócios:Pereira. **Rev. Episteme Transversalis**, Volta Redonda - RJ, v. 11, n. 1, p. 83–104, 2020.

RAÍZEN. Agtechs no Brasil: **Inovação no Agronegócio**. 2022. Disponível em:  
<https://www.raizen.com.br/blog/inteligencia-artificial-no-agronegocio>. Acesso em: 18 out. 2025.

RITO, C. K. R. de; SILVA, J. P. A. da; ROSSIGNOLI, M. Teoria da complexidade e as implicações do PPA 2020–2023 para o alcance do ODS 10 no Brasil. **Revista de Direito e Sustentabilidade**, v. 9, n. 1, p. 23–46, 2023.

SANTOS, L. C. O.; PEREIRA, F. S. Uso do Instagram: Relações com Autoestima e Autoconceito Físico em Adultos. **Revista de Psicologia da IMED**, v.14 n.1, 2022.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982. Disponível em: <https://www.livrariacultura.com.br/p/teoria-do-desenvolvimento-economico-123456789>. Acesso em: 11 out. 2025.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Conhece a história do empreendedorismo?** Brasília: SEBRAE, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conhece-a-historia-do-empreendedorismo,8f11c793d9e96810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 14 ago. 2025.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Empreendedorismo e contexto atual do ambiente de negócios no Brasil**. Brasília: SEBRAE, 2022. Disponível em:  
<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/empreendedorismo-e-contexto-atual-do-ambiente-de-negocios-no-brasil,9617e0a0fbd72810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 11 jun. 2025.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Empreendedorismo no Brasil 2020**. Brasília: SEBRAE, 2020. Disponível em:  
<https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 04 ago. 2025.

SETIANA, A. C. The effectiveness of using paid advertisements on Instagram to increase sales at Grooveart Music Course. **International Journal of Marketing Studies**, v.2, n.2, p.82- 90, 2021.

SILVA, A. H.; FLORIANO, M. D. P. Consumo no ambiente digital: Um estudo com usuários do Instagram sobre a comparação social, materialismo e consumo conspícuo. **Revista Ciências Administrativas**, 2024.

SILVA, Heloisa Helena Duarte; BAPTISTA, José Abel de Andrade. O processo de unificação da gestão de marketing e inovação nas organizações. **Revista de Casos e Consultoria**, [S. l.], v. 12, n. 1, p. e27493, 2021

SUCIATI, P. Instagram Marketing Techniques for Online Store: A Descriptive Study. **KnE Social Sciences**, v.3, n.11, p.811-825, 2018.

TI BAHIA. **Inteligência Artificial abre caminho para um novo ciclo no varejo**, 2025. Disponível em: <https://tibia.com/artigos/inteligencia-artificial-abre-caminho-para-um-novo-ciclo-no-varejo/> Acesso em: 11 jun. 2025.

TI BAHIA. **Riachuelo transforma atendimento ao cliente com digitalização de chamadas – caso de sucesso**, 2025. Disponível em: <https://tibia.com/case-de-sucesso/riachuelo-transforma-atendimento-ao-cliente-com-digitalizacao-de-chamadas/> Acesso em: 11 jun. 2025.

TIDD, J.; BESSANT, J. **Gestão da inovação**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

TIINSIDE. **Inovação e startups brasileiras**, 2025. Disponível em: <https://tiinside.com.br/11/09/2025/53-das-startups-brasileiras-ja-utilizam-ia-nos-negocios-e-31-desenvolvem-novos-produtos-com-base-na-tecnologia/>. Acesso em: 13 out. 2025.

WORLD BANK. **Doing Business 2020: Comparing Business Regulation in 190 Economies**. Washington, D.C.: WorldBank, 2020. Disponível em: <https://documents.worldbank.org/curated/en/688761571934946384/pdf/Doing-Business-2020-Comparing-Business-Regulation-in-190-Economies.pdf>. Acesso em: 12 out. 2025