

A INOVAÇÃO COMO PILAR DO EMPREENDEDORISMO

Wlademir Leite Correia Filho - Universidade do Estado do Amazonas (UEA)

Orlem Pinheiro de Lima - Universidade do Estado do Amazonas (UEA)

Andréa Lanza Cordeiro de Melo - Universidade do Estado do Amazonas (UEA)

Márcia Ribeiro Maduro - Universidade do Estado do Amazonas (UEA)

Resumo

O presente artigo busca refletir sobre a inovação como pilar do empreendedorismo moderno, que exige cada vez mais a percepção e o aproveitamento de oportunidades em um ambiente em constante evolução. Foi realizada uma pesquisa exploratória, bibliográfica e documental, relacionando os temas com base nas principais ideias publicadas no período de 2020 a 2025. Foram abordados os temas empreendedorismo e inovação, apresentando seus principais conceitos e perspectivas recentes. Concluiu-se que a inovação constitui um pilar fundamental para o desenvolvimento do empreendedorismo, apoiada pelas capacidades dinâmicas organizacionais, especialmente diante das rápidas mudanças às quais as organizações precisam se adaptar para atender às demandas do mercado.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, Inovação, Capacidades Dinâmicas.

Edição

Sistema revisado por pares

Recebido: 10/02/2026

Revisado: 28/08/2026

Aceito: 29/09/2026

INNOVATION AS A PILLAR OF ENTREPRENEURSHIP

Abstract

This article aims to reflect on innovation as a pillar of modern entrepreneurship, which increasingly requires the perception and exploitation of opportunities in a constantly evolving environment. An exploratory, bibliographic, and documentary study was conducted, relating the themes based on the main ideas published between 2020 and 2025. Entrepreneurship and innovation were addressed by presenting their main concepts and recent perspectives. It was concluded that innovation constitutes a fundamental pillar for the development of entrepreneurship, supported by organizational dynamic capabilities, especially in light of the rapid changes to which organizations need to adapt to meet market demands.

KEYWORDS: Entrepreneurship, Innovation, Dynamic Capabilities.

INTRODUÇÃO

Cada dia mais, o empreendedorismo tem transformado o sistema econômico e a forma de gerar renda para os brasileiros, em especial a partir dos anos 1980, quando houve uma série de mudanças na gestão política e econômica do Brasil que favoreceram a transformação de desejos e ideias em negócios. A capacidade de agir e de transformar problemas em oportunidades por meio da criatividade faz com que milhões de empreendedores no Brasil busquem melhorias nas suas próprias condições econômicas e sociais, gerando renda, emprego e valor em produtos e serviços que atendam às demandas da sociedade. Dessa forma, esses empreendedores saem de uma condição inicial de empreender por necessidade e passam a empreender por oportunidade, conforme a classificação do Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Para a GEM (2024), o empreendedor por necessidade é aquele que abre um negócio porque não possui alternativas adequadas de geração de renda, como emprego formal ou outras fontes de sustento. Já o empreendedor por oportunidade

inicia um negócio porque identifica uma chance de mercado, deseja melhorar sua renda, inovar ou aproveitar uma demanda crescente. O relatório ainda destaca que o Brasil continua com alta taxa de empreendedorismo motivado por necessidade, embora o empreendedorismo por oportunidade também seja expressivo e cresça em cenários de maior estabilidade econômica.

É pela prática da capacidade inovadora que os empreendedores brasileiros têm se destacado no mercado altamente competitivo, onde aqueles que entregam maior valor ao cliente permanecem e se desenvolvem, principalmente diante de fatores como o avanço da tecnologia, a mudança comportamental e a busca de novos conhecimentos e habilidades que tragam soluções aos problemas existentes. Questões como agrotecnologia, sociobioeconomia, ESG (Environmental, Social and Governance), que corresponde às práticas ambientais, sociais e de governança de uma organização, Indústria 4.0, inteligência artificial, sustentabilidade e energia renovável são alguns dos principais fatores que estão à frente da ação empreendedora no contexto contemporâneo.

Este artigo busca relacionar a inovação e o empreendedorismo como oportunidades para aproveitar as grandes ondas de mudanças que estão formadas e se formando na sociedade brasileira nos últimos e nos próximos anos, utilizando-se de uma pesquisa exploratória, bibliográfica e documental, fazendo uma ligação entre os assuntos com base nas principais ideias publicadas no período de 2020 a 2025. Dessa forma, busca-se contribuir para que os temas sejam discutidos nos meios acadêmicos e pelos empreendedores.

REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta parte são apresentados alguns dos principais e recentes conceitos sobre os temas deste artigo, como a inovação e o empreendedorismo, considerando que esses assuntos promovem o desenvolvimento econômico e a melhoria da competitividade empresarial por meio da oferta de novos modelos de negócios, novos produtos, novos serviços, novos processos e do desenvolvimento de novos mercados, necessários para atender às demandas de mercado.

Santos Costa (2023) afirma que esses dois conceitos, empreendedorismo e inovação, estão intrinsecamente ligados à mentalidade empreendedora e desempenham um papel vital no sucesso de uma empresa.

Empreendedorismo

As mudanças ocorridas a partir do evento COVID-19 moldaram a ação empreendedora, influenciada pelas transformações tecnológicas aceleradas, mudanças socioculturais e novos modelos de consumo. O empreendedorismo passa a estar alicerçado na capacidade de inovar e competir em ambientes dinâmicos, e ao empreendedor cabe o desenvolvimento da capacidade de articulação dos seguintes pilares: visão empreendedora, gestão estratégica, liderança e capital humano, orientação para o mercado, capacidade de inovação e sustentabilidade, conforme destaca o GEM (2024).

Segundo o relatório do World Economic Forum (2023), empreendedores bem-sucedidos são aqueles capazes de antecipar mudanças estruturais e reposicionar seus modelos de negócio rapidamente. Assim, a visão empreendedora passa a ser um processo contínuo de leitura do ambiente e adaptação estratégica.

Santos e Santos (2024), citando autores como Souza e Azevedo (2024), afirmam que o empreendedor deve aprender a gerenciar seu próprio negócio e, na perspectiva de Bandeira e Silva (2023), esses empreendedores são extremamente observadores e atentos às demandas dos mercados. Já para Silva (2021), o empreendedor deve ter uma visão clara do futuro, estabelecer metas e planejar detalhadamente suas ações para minimizar os riscos.

Quanto à gestão estratégica, na visão de Santos e Santos (2024), citando Kaplan e Norton, esta é orientada por dados, agilidade e experimentação. As autoras destacam que organizações empreendedoras utilizam métricas integradas e ciclos curtos de planejamento para responder a mercados voláteis. A estratégia deixa de ser um plano rígido e se torna um sistema adaptativo, que combina análise, execução e aprendizado constante. Para essas autoras, a implementação da estratégia começa pela capacitação e pelo envolvimento das pessoas que devem executá-la. Dessa forma, todos devem compreender a estratégia e estar comprometidos, uma vez que suas ações individuais afetam os resultados esperados.

Quanto à liderança empreendedora, as mesmas autoras enfatizam que a colaboração, a cultura de inovação, a diversidade e o bem-estar aumentam significativamente a capacidade de gerar soluções inovadoras. Nesse sentido, o capital humano é visto como ativo estratégico, impulsionado por aprendizagem contínua, autonomia e ambientes psicologicamente seguros.

A liderança empreendedora deve guiar e inspirar a equipe em um ambiente de negócios, promovendo inovação e adaptabilidade por meio de uma abordagem prática e orientada para resultados (Melo, 2023).

A orientação para o mercado evoluiu para uma lógica centrada no cliente e baseada em dados. Kotler, Kartajaya e Setiawan (2021) afirmam que o marketing contemporâneo exige compreender profundamente comportamentos digitais,

comunidades online e jornadas híbridas de consumo. Negócios orientados ao mercado utilizam análises preditivas e feedback contínuo para ajustar produtos e serviços em tempo real.

A inovação permanece como o motor do empreendedorismo, mas assume novas dimensões: inovação aberta, digital, sustentável e social. Chesbrough (2022) reforça que empresas inovadoras colaboram com ecossistemas externos, tais como startups, universidades e governos, para acelerar descobertas e reduzir riscos. A inovação, portanto, depende diretamente da integração dos pilares anteriores.

A partir de 2022, a sustentabilidade tornou-se um imperativo estratégico. O relatório ESG Trends (2024) mostra que consumidores e investidores priorizam empresas comprometidas com impacto ambiental e social positivo. A sustentabilidade deixa de ser diferencial e se torna requisito para competitividade, reputação e acesso a capital (Leite et al., 2025).

Os pilares do empreendedorismo moderno não atuam isoladamente. A visão empreendedora identifica oportunidades; a gestão estratégica organiza recursos; a liderança mobiliza pessoas; a orientação para o mercado direciona esforços; a sustentabilidade garante perenidade; e a inovação conecta todos esses elementos, transformando ideias em valor. Dessa forma, o empreendedor contemporâneo deve combinar competências técnicas, socioambientais e colaborativas para se manter competitivo em um cenário global em constante transformação.

Inovação

Pilar fundamental para o desenvolvimento econômico, social e tecnológico no século XXI, a inovação empreendedora não se limita à criação de novos produtos, mas envolve a reconfiguração de modelos de negócios, processos e formas de interação com o mercado (Christensen et al., 2020).

Para Nambisan (2020), a inovação empreendedora emerge da interseção entre criatividade, tecnologia e comportamento estratégico. O empreendedor contemporâneo atua em ecossistemas complexos, nos quais plataformas tecnológicas ampliam o alcance das ideias inovadoras e aceleram a experimentação. Essa perspectiva reforça a noção de que a inovação não é um evento isolado, mas um processo contínuo e colaborativo.

A inovação empreendedora depende de forças no ambiente que sejam favoráveis, tais como políticas públicas, redes de apoio e acesso a recursos financeiros. Dessa forma, o fortalecimento da competitividade regional e nacional é promovido por ecossistemas empreendedores robustos, que estimulam a criação de novos negócios inovadores, conforme afirmam Audretsch e Belitski (2021). No contexto contemporâneo, ela é multifacetada, dinâmica e profundamente influenciada por fatores tecnológicos, sociais e ambientais. O empreendedor inovador é aquele capaz de navegar em ambientes complexos, integrar conhecimentos diversos e transformar desafios em oportunidades. A literatura recente reforça que a inovação continuará sendo um elemento central para o desenvolvimento sustentável e para a construção de futuros mais resilientes e inclusivos.

Assim, a inovação, para Davenport e Ronanki (2021), está cada vez mais associada à geração de valor e ao acompanhamento de mudanças culturais e de processos que favoreçam a experimentação, a colaboração e a tomada de decisão baseada em evidências. Assim, a inovação emerge como resultado da interação entre capacidades tecnológicas, competências humanas e estruturas institucionais, gerando um ecossistema capaz de enfrentar os desafios globais do século XXI.

A inovação é fruto das mudanças da sociedade, sejam elas tecnológicas, sociais ou econômicas, e atende diretamente às necessidades e aos desejos da sociedade, que cada dia mais exige maior qualidade, melhor eficiência e superior agregação de valor (Campos et al., 2023).

Campos (2022) reafirma a ideia de outros autores, dizendo que a inovação impulsiona a criação de novas ideias, produtos, processos e modelos de negócio, gerando vantagens competitivas para as empresas e promovendo avanços tecnológicos, científicos e sociais.

Segundo Pisano (2022), a inovação moderna exige uma abordagem sistêmica, na qual organizações precisam integrar capacidades tecnológicas, culturais e estratégicas para gerar valor contínuo em ambientes altamente voláteis. O conceito contemporâneo de inovação tem se ampliado significativamente, acompanhando transformações tecnológicas, sociais e econômicas que redefinem a dinâmica competitiva global. A inovação deixa de ser entendida apenas como criação de novos produtos ou processos e passa a incorporar dimensões como sustentabilidade, impacto social, transformação digital e colaboração em ecossistemas.

A inovação para Mazzucato (2023) é vista como um processo orientado por propósito, ampliando o papel da inovação que deixa de ser apenas um mecanismo de mercado e passa a atuar como instrumento de transformação social, envolvendo empresas, sociedade e governo.

Tecnologias como inteligência artificial, computação em nuvem e análise avançada de dados redefinem a forma como organizações aprendem, experimentam e tomam decisões. A integração entre inovação e transformação digital é altamente relevante neste momento do século XXI, conforme o pensamento de Davenport e Mittal (2023).

Nessas condições, o sistema de inovação passa a funcionar com diversas hélices que movem a estrutura de apoio e de ações coletivas, que compartilham recursos, conhecimento e infraestrutura, como afirmam Autio, Nambisan e Thomas (2022). Nesse sentido, a inovação contemporânea é simultaneamente tecnológica, social, colaborativa e orientada por propósito.

METODOLOGIA

O método de pesquisa utilizado foi teórico-conceitual, com revisão da literatura existente por meio de pesquisa bibliográfica na base de dados Web of Science (WOS). Esse tipo de pesquisa explica um problema por meio de referenciais teóricos publicados em documentos (Gil, 2021), caracterizando-se como uma pesquisa de abordagem qualitativa, por utilizar pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e análise qualitativa dos resultados.

Para Tranfield (2003), a revisão da literatura é uma forma metodizada de coletar e resumir pesquisas anteriores que, ao ser corretamente conduzida como método de pesquisa, desenvolve um alicerce sólido para o avanço do conhecimento e simplifica a evolução da teoria, reforçando o pensamento de Webster e Watson (2002).

A escolha da base Web of Science deveu-se ao predomínio de periódicos de qualidade elevada, revisados por pares, que abordam temas associados ao empreendedorismo e à inovação, contribuindo para o rigor acadêmico e a qualidade dos trabalhos que compõem este estudo.

Segundo Demo (2014, p. 20), “a pesquisa teórica não implica imediata intervenção na realidade, mas nem por isso deixa de ser importante, pois seu papel é decisivo na criação de condições para a intervenção”. Dessa forma, a pesquisa teórica baseia-se na ampliação de generalizações ou princípios já pesquisados. A seleção da literatura foi direcionada para obras mais recentes, com publicação a partir de 2020. A partir das leituras realizadas em artigos e livros, foram extraídas as ideias e os conceitos principais sobre o tema. As possibilidades de análise se encaminharam para a análise qualitativa, as discussões e as abordagens críticas acerca das ideias dos autores estudados. A coleta das informações foi realizada nos meses de janeiro e fevereiro de 2026, e buscou-se relacionar os temas inovação e empreendedorismo.

DISCUSSÃO

Os termos inovação e empreendedorismo são usados de forma bastante relevante por parte dos teóricos estudados, principalmente aqueles ligados às áreas da administração e da economia. Desses estudos emergem questões fundamentais para o entendimento das suas vertentes, tais como a relação entre inovação e empreendedorismo.

Santos Costa (2023) aborda a questão da capacidade de gerar abordagens diferentes e originais na gestão dos negócios, trabalhando de forma estratégica e aprimorando processos, produtos e serviços. Esta indicação da autora leva diretamente à necessidade que a gestão moderna deve possuir de buscar inovar de forma que a empresa se mostre sustentável com o correr do tempo, atendendo às demandas da dinâmica do mercado.

Nos trabalhos que norteiam este artigo, a relação entre a capacidade de inovar e a mentalidade empreendedora desempenha um papel vital no sucesso de uma empresa, caracterizando-se como fator interdependente que impulsiona o crescimento e a adaptação das organizações.

Assumir riscos, identificar oportunidades e ter visão de futuro são alguns dos pilares que constroem a ponte entre o empreendedorismo e a inovação, fortalecendo a competitividade das empresas e dos empreendedores que devem estar sempre buscando informações e desenvolvendo suas capacidades dinâmicas de absorção, adaptação e inovação.

A ação empreendedora decorre da capacidade de realização, alinhada à capacidade de planejar de forma estratégica e de ampliar a capacidade de agir por meio de recursos próprios ou, ainda, da coopetição.

A coopetição é uma estratégia organizacional que busca cooperar para competir e tem sua base nas alianças e nas redes de cooperação, desenvolvendo e aperfeiçoando as capacidades por meio do conhecimento, da informação e das novas oportunidades de mercado (Ernst, 2023).

A incerteza do ambiente de negócios impõe aos empreendedores e gestores a necessidade de inovar constantemente para acompanhar as mudanças e se manter competitivos. As parcerias são fundamentais para fortalecer suas capacidades empresariais e buscar novos conhecimentos e habilidades.

Bengtsson e Raza-Ullah (2016) afirmam que os motivos da coopetição podem ser classificados em três categorias: motivos externos, específicos da relação e internos. Os motivos externos abrangem as condições ambientais, como características industriais, procuras tecnológicas e influências de stakeholders externos, impulsionando as empresas a se envolverem em coopetição. Os motivos específicos da relação referem-se às características do parceiro e do relacionamento, facilitando a formação coopetitiva. Já os motivos internos estão relacionados com o ambiente interno da empresa, como seus objetivos, recursos e capacidades específicas (Ernst, 2023, p. 23).

Essas capacidades referem-se à habilidade de a empresa integrar, construir e reconfigurar competências internas e externas para enfrentar ambientes em constante mudança, conforme Teece (2007), citado por Siqueira et al. (2024). Esses autores afirmam que são três as capacidades dinâmicas: absorptiva, adaptativa e inovativa.

A capacidade absorptiva se caracteriza pela aquisição, assimilação, transformação e exploração do conhecimento externo, aproveitando e possibilitando o pleno desenvolvimento de suas potencialidades internas, ampliadas com o conhecimento externo. É fundamental que os colaboradores estejam alinhados às estratégias para que desenvolvam essa capacidade relacionada ao conhecimento e tratamento das informações externas e internas. Essa capacidade desempenha um papel relevante, uma vez que as empresas operam em ambientes de rápida mudança e incerteza, em que a inovação, alinhada às demandas e especificações dos clientes, é essencial para sua sobrevivência e crescimento (Castro & Lanzara, 2023).

O conhecimento externo é uma oportunidade para o desenvolvimento das potencialidades empresariais, potencializando os atributos e aumentando a velocidade para agir e reagir no mercado, de maneira a obter vantagens competitivas. As informações são absorvidas, assimiladas, transformadas e exploradas de forma a favorecer a inovação e integradas à base de conhecimento da organização, promovendo o desenvolvimento de resiliência em um ambiente altamente dinâmico, como indicam os estudos de Siqueira et al. (2024). Esses mesmos autores, citando (Zahra & George, 2002), afirmam que os estudos sobre a Capacidade Absortiva a dividem em dois grupos distintos, mas complementares: Capacidade Absortiva Potencial e Capacidade Absortiva Realizada.

Siqueira et al. (2024), citando Cruz e Corrêa (2018) e Zahra e George (2002), afirmam que, com o fim de construir vantagem competitiva, a capacidade absorptiva é composta por quatro dimensões: aquisição, assimilação, transformação e aplicação do conhecimento. Para o grupo potencial verifica-se como se adquire, incorpora e assimila o conhecimento externo. E para a capacidade absorptiva realizada trata de como a organização modifica e concentra as informações externas para incorporá-las, além dos mecanismos de transformação e aplicação desse conhecimento.

Quanto à capacidade adaptativa as empresas devem identificar as mudanças que ocorrem no ambiente, analisar e reconhecer as tendências de mercado e destinar recursos para mudar, adaptando-se ao novo momento e atualizando suas metas e estratégias planejadas. Dessa forma, as empresas podem reestruturar suas operações e desenvolver melhorias para alcançar vantagens competitivas, permitindo gerir de forma mais eficaz seus recursos focando em áreas, projetos, produtos, serviços e mercados com maior potencial de sucesso. Dessa forma, podem aproveitar as oportunidades de maneira a fortalecer seu posicionamento mercadológico.

Leite et al (2023) mencionam que foi a partir da pesquisa de Wang e Ahmed (2007) que a capacidade de adaptação foi inserida na gestão organizacional, alertando para que as organizações precisam se adaptar de maneira eficaz a mudanças no contexto ambiental em que estão inseridas ou a novos ambientes. Outros autores como Zhou e Li (2010) afirmam que a capacidade de adaptação é uma maneira de reconfigurar a gestão organizacional de forma ágil para responder às mudanças no ambiente em que atuam.

Desenvolvidas as capacidades absorptiva e adaptativa, pode-se então aproveitar o fortalecimento das capacidades organizacionais e incrementar a capacidade inovativa, visto que o conhecimento está instalado e os processos atualizados e estabelecidos. Parte-se, então, para o grande salto no desenvolvimento organizacional concebendo, desenvolvendo e implementando novos modelos de negócios, novos mercados, novos produtos, novos serviços e novos processos, ou significativamente melhorados, com o uso do capital intelectual para sobressair no mundo competitivo.

As organizações devem estar focadas em desenvolvimento e não unicamente em sobrevivência, correndo riscos e aproveitando oportunidades que se apresentam no dia a dia. A aprendizagem deve ser um item privilegiado na cultura baseada na inovação da organização e o estabelecimento de parcerias coopetitivas é fundamental para a formação de estruturas sólidas de atuação no mercado.

Modelos de negócios disruptivos conseguem melhor posicionamento mercadológico desde que criem valor para os clientes e gerem vantagens competitivas por meio de estratégias inovadoras.

Silva et al. (2024, p. 6), citando Tidd, Bessant e Pavitt (2008), afirmam que a inovação é a exploração de novas ideias com êxito. Para Miranda et al. (2015), a inovação requer a integração de diversos conhecimentos, não se limitando à obtenção de novos achados, mas também à capacidade de reunir e combinar informações já existentes.

CONCLUSÃO

A inovação é essencial para o empreendedorismo, pois gera maior competitividade e contribui para o êxito organizacional, principalmente diante das rápidas mudanças que o mercado demanda. O papel das organizações está em adotar e implementar soluções e entregar melhores resultados para seus clientes.

O ambiente interno deve estar devidamente alinhado e qualificado para identificar necessidades e implementar essas soluções, trabalhando como um time focado em aumentar sua performance. Para isso, a gestão empreendedora deve atrair, reter e desenvolver talentos, aumentando a capacitação e gerando conhecimentos para garantir a sustentabilidade organizacional necessária aos processos de inovação.

REFERÊNCIAS

AUDRETSCH, D. B., e BELITSKI, M. Towards an entrepreneurial ecosystem typology. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2021. Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/348208985> Acesso em 31/01/2026.

AUTIO, E.; NAMBIAN, S.; THOMAS, L. *Innovation Ecosystems in the Digital Age*. Oxford: Oxford University Press, 2022. Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/318405429>. Acesso em 02/02/2026.

BANDEIRA, Paulo; SILVA, Thiago. Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade e Oportunidade. *Revista de psicologia*, v. 17, n. 66, p. 190-208, 2023. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/3771>. Acesso em 31/01/2026.

BENGTSOON, Maria; RAZA-ULLAH, Tatbeeq. A systematic review of research on coopetition: Toward a multilevel understanding. *Industrial Marketing Management*, v. 57, p. 23-39, 2016.

CAMPOS, J. A.; SILVA, R. S.; CORRÊA, R. O.; DE CARVALHO, G. D. G. e CARVALHO, A. J. C. Conceitos e tipologias de inovação: uma revisão bibliométrica. *Revista De Gestão E Secretariado*, 2023. Disponível em <https://doi.org/10.7769/gesec.v14i9.2772> Acesso em 01/02/2026.

CAMPOS, J. A. Adoção ou não? Eis a questão! Adoção da inovação e competitividade na micro e pequena empresa: uma análise no contexto da crise ocasionada pela covid-19. 2022. Dissertação (mestrado em administração) – Universidade Federal de Sergipe, Sergipe, 2022. Disponível em <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/16321> Acesso em 02/02/2026.

CASTRO, M. H. de O. & LANZARA, A. P. Capacidades estatais e capacidades dinâmicas para o enfrentamento de crises: o sucesso do Vietnã contra a COVID-19. *Revista Instituto de Políticas Públicas de Marília*, 2023. Disponível em <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/RIPPMAR/article/view/14356>. Acesso em 06/02/2026.

CRUZ, Marina Almeida; CORRÊA, Victor Silva. Capacidade absorptiva e laços sociais: um modelo teórico integrado. *Revista de Administração de Roraima-RARR*, v. 8, n. 2, p. 504-525, 2018.

CHESBROUGH, H. *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston, MA: Harvard Business School Press. 2022. Disponível em *Ecosystem effectuation: creating new value through open innovation during a pandemic - Radziwon - 2022 - R&D Management - Wiley Online Library*, Acesso em 30/01/2026.

CHRISTENSEN, C. M.; RAYNOR, M.; & MCDONALD, R. What is disruptive innovation? *Harvard Business Review*. 2020. Disponível em *What Is Disruptive Innovation? - Article - Faculty & Research - Harvard Business School*. Acesso em 31/01/2026.

DAVENPORT, T.; MITTAL, S. *All-in on AI: How Smart Companies Win Big with Artificial Intelligence*. Boston: Harvard Business Review Press, 2023. Disponível em <https://hbsp.harvard.edu/product/10599>. Acesso em 02/02/2026.

DAVENPORT, Thomas H.; RONANKI, Rajeev. Artificial Intelligence for the real world (2018). Harvard Business Review, v. 108, p. 112, 2021.

DEMO, Pedro. Educação científica. Revista Brasileira de Iniciação Científica, p. PDF-PDF, 2014.

ERNST, Ravine Jaice. O Processo de Coopetição no Contexto das PME: Uma perspectiva de gestores farmacêuticos. Dissertação apresentada à Universidade Beira Interior: Covilhã. 2023. Disponível em https://scholar.google.com/scholar?as_ylo=2022&q. Acesso em 04/02/2026

GIL, Antônio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 7ª, edição. São Paulo. Atlas, 2021.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Empreendedorismo no Brasil 2024: Relatório Executivo. 2024. Disponível em <https://api.pr.sebrae.com.br> Acesso em 27/01/2026.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 5.0: tecnologia para a humanidade. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

LEITE, A. A.; VANETTI, D.; NUNES, E. B.; GONÇALVES, E. O.; & RAMOS, P. R. Sustentabilidade como Imperativo Ético, Social e Ambiental: uma análise crítica. Revista Contemporânea, 2025. Disponível em <https://doi.org/10.56083/RCV5N11-118>. Acesso em 01/02/2026.

MAZZUCATO, M. Mission Economy: A Moonshot Guide to Changing Capitalism. Updated ed. London: Penguin, 2023. Disponível em <https://www.penguin.co.uk/books/315191>. Acesso em 01/02/2026.

MELO, André Carlos Nogueira de. O Intraempreendedorismo e a Liderança> consolidação de boas práticas através de uma revisão da literatura. Dissertação apresentada ao programa de pós-graduação em mestrado profissional em empreendedorismo da USP 2023. Disponível em <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12142/tde-09102023-192659>. Acesso em 02/02/2026.

MIRANDA, Kléber Formiga et al. A capacidade inovativa eo desempenho econômico-financeiro de empresas inovadoras brasileiras. REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre), v. 21, n. 2, p. 269-299, 2015.

NAMBISAN, S. Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice. 2020. Disponível em <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/etap.12254>. Acesso em 01/02/2026.

PISANO, G. The Practice of Innovation: Managing Uncertainty in a Changing World. Boston: Harvard Business School Publishing, 2022. Disponível em <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/profile.aspx?facId=6530&view>. Acesso em 01/02/2026.

SANTOS, Ana Victória Gomes dos; SANTOS, Vívian Pereira Moraes de Moraes. Empreendedorismo no Brasil: O Perfil Empreendedor e a Criação de Novos Negócios. Revista Científica Sistemática. Maceió, v, 14, n.7.p. 268-287, novembro 2024. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/386082539>. Acesso em: 31/01/2026.

SANTOS COSTA, Kellen Cristina David dos. Empreendedorismo e Inovação: Conceitos e Desafios. Caderno Intersaberes, v. 12 n. 41. 2023. Disponível em v. 12 n. 41 (2023): Políticas Públicas para a Educação de Jovens e Adultos (EJA) | Caderno Intersaberes. Acesso em 28/01/2026.

SILVA, Brenda. Empreendedorismo feminino: Análise das mulheres microempreendedoras do município de Tabatinga-AM, 2021. Disponível em: <https://riu.ufam.edu.br/handle/prefix/6043>. Acesso em 31/01/2026.

SILVA, Thiago Victor; BUENO, Janaína Moreno; DOMINGUES, Carlos Roberto; PADRÃO, Luis Carlos. A Relação entre Modelos de Negócios e Capacidade Inovativa nas Organizações: uma revisão da literatura. Disponível em <https://periodicos.ufms.br/index.php/deson/article/view/20146/14468>. Acesso em 06/02/2026.

SIQUEIRA, T. R.; DE PAULA, P. P.; ATHAYDE, A. I. M.; e COUTO, F. F. Explorando a relação entre capacidades dinâmicas e o desempenho de inovação em startups de base tecnológica. Revista Alcance (online), 2024. Disponível em <https://periodicos.univali.br/index.php/ra/article/view/20076>. Acesso em 04/02/2026.

SOUZA, Cleber; AZEVEDO, Anamaria. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio na cidade de Janaúba/MG. *Revista de Gestão e Secretariado*, v.15, n. 5, 2024. Disponível em: <https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/3698>. Acesso em: 31/01/2026.

TEECE, David J. Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic management journal*, v. 28, n. 13, p. 1319-1350, 2007.

TIDD, Joe; BESSANT, John; PAVITT, Keith. *Gestão da inovação*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008. 600 p.

TRANFIELD, David; DENYER, David; SMART, Palminder. Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British journal of management*, v. 14, n. 3, p. 207-222, 2003.

WANG, Catherine L.; AHMED, Pervaiz K. Dynamic capabilities: A review and research agenda. *International journal of management reviews*, v. 9, n. 1, p. 31-51, 2007.

WEBSTER, Jane; WATSON, Richard T. Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. *MIS quarterly*, v. 26, n. 2, p. xiii-xxiii, 2002.

ZAHRA, Shaker A.; GEORGE, Gerard. The net-enabled business innovation cycle and the evolution of dynamic capabilities. *Information systems research*, v. 13, n. 2, p. 147-150, 2002.

ZHOU, Kevin Zheng; LI, Caroline Bingxin. How strategic orientations influence the building of dynamic capability in emerging economies. *Journal of Business Research*, v. 63, n. 3, p. 224-231, 2010.