



FACULDADE METROPOLITANA DO ESTADO DE SÃO PAULO

GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

SARA PRISCILA DA SILVA

**EMPREENDEDORISMO, INOVAÇÃO E TECNOLOGIA: IMPACTOS NO CENÁRIO**

RIBEIRÃO PRETO  
2025

SARA PRISCILA DA SILVA

**EMPREENDEDORISMO, INOVAÇÃO E TECNOLOGIA: IMPACTOS NO CENÁRIO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Faculdade Metropolitana do Estado de São  
Paulo como exigência parcial para obtenção do  
título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Julyette Priscila Redling

RIBEIRÃO PRETO - SP

2025

SARA PRISCILA DA SILVA

## **EMPREENDEDORISMO, INOVAÇÃO E TECNOLOGIA: IMPACTOS NO CENÁRIO**

Trabalho apresentado para a disciplina Administração (Trabalhos de conclusão de curso) ministrada pelos professores Prof. Daniel Borges Cardoso, Prof.<sup>a</sup> Sara Cristina Marques Amâncio e Prof. André Alves de Souza.

RIBEIRÃO PRETO

2025

## **RESUMO**

Este estudo examina a relação entre inovação, tecnologia e empreendedorismo como fundamentos estratégicos que afetam o desempenho das empresas na atualidade. A pesquisa, que é qualitativa e baseada em literatura, procura entender de que forma a combinação desses fatores impacta a competitividade, a sustentabilidade e a capacidade de adaptação das corporações. Além da análise teórica, foram considerados casos práticos como Nubank, iFood e Magazine Luiza, evidenciando práticas inovadoras apoiadas por novas tecnologias e uma mentalidade voltada para o empreendedorismo. A conclusão é que essa união não é apenas benéfica, mas fundamental para a continuidade das empresas.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Inovação; Tecnologia; Gestão empresarial; Competitividade.

## **ABSTRACT**

This study analyzes the interaction between entrepreneurship, innovation, and technology as strategic pillars shaping business performance in the contemporary context. The research, qualitative and bibliographic in nature, seeks to understand how the synergy among these elements influences organizational competitiveness, sustainability, and adaptability. In addition to the theoretical review, case studies such as Nubank, iFood, and Magazine Luiza were analyzed, highlighting innovation practices supported by emerging technologies and entrepreneurial mindset. It is concluded that this integration is not only advantageous but essential for business survival.

**Keywords:** Entrepreneurship; Innovation; Technology; Business Management; Competitiveness.

## SUMÁRIO

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| 1 INTRODUÇÃO .....                                          | 7  |
| 2 DESENVOLVIMENTO .....                                     | 8  |
| 2.1 Panorama do Empreendedorismo no Século XXI .....        | 8  |
| 2.2 Inovação como Motor de Crescimento .....                | 8  |
| 2.3 Tecnologia e Transformação dos Negócios .....           | 9  |
| 2.4 Desafios e Oportunidades no Cenário Atual .....         | 9  |
| 3 REFERENCIAL TEÓRICO .....                                 | 10 |
| 4 METODOLOGIA .....                                         | 11 |
| 5 ESTUDO DE CASOS .....                                     | 12 |
| 5.1 Nubank Revolução no setor financeiro .....              | 12 |
| 5.2 iFood Logística, dados e inovação aberta .....          | 13 |
| 5.3 Magazine Luiza Digitalização do varejo .....            | 13 |
| 5.4 Amazon Expansão global e ecossistema digital .....      | 14 |
| 6 RESULTADOS E DISCUSSÕES .....                             | 15 |
| 6 ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE OS CASOS .....                  | 16 |
| 7.1 Cultura de Inovação .....                               | 16 |
| 7.2 Adoção Tecnológica .....                                | 16 |
| 7.3 Modelo de Negócio .....                                 | 16 |
| 7.4 Escalabilidade de Crescimento .....                     | 16 |
| 7.5 Impacto Social e Sustentabilidade .....                 | 17 |
| 7.6 Lições para Empreendedores .....                        | 17 |
| 8 ANÁLISE CRÍTICA SOBRE A SUSTENTABILIDADE .....            | 18 |
| 8.1 Inovação em Prol da Sustentabilidade .....              | 18 |
| 8.2 Tecnologia e Responsabilidade das Empresas .....        | 18 |
| 8.3 A importância do Empreendedorismo Consciente .....      | 18 |
| 9 PERSPECTIVAS FUTURAS PARA INOVAÇÃO E TECNOLOGIA .....     | 19 |
| 9.1 Inteligência Artificial e Automação de Ponta .....      | 19 |
| 9.2 Crescimento da Economia Digital e Plataformas .....     | 19 |
| 9.3 Enfoque na Sustentabilidade com Estratégia .....        | 19 |
| 9.4 Web3, Blockchain e Descentralização .....               | 20 |
| 9.5 Inclusão Digital e Novos Perfis de Empreendedores ..... | 20 |
| 10 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....                               | 21 |
| 11 REFERÊNCIA .....                                         | 22 |



## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente, o mundo dos negócios se transforma rapidamente, impulsionado pela globalização, pelas tecnologias digitais e por um mercado que exige cada vez mais. Nesse ambiente, juntar empreendedorismo, inovação e tecnologia se tornou essencial para que as empresas continuem existindo e crescendo de forma sustentável. Empreender não é mais apenas criar um negócio, mas sim uma estratégia para se adaptar, transformar e gerar valor.

Quando a inovação se une ao empreendedorismo, com o apoio de novas tecnologias, as empresas ganham vantagens sobre a concorrência. Isso permite criar soluções inovadoras, melhorar processos e desenvolver novas formas de fazer negócios.

Pensando nisso, este estudo busca entender como a união entre empreendedorismo, inovação e tecnologia afeta o mundo empresarial. Queremos mostrar como essa combinação ajuda as empresas a serem mais competitivas, sustentáveis e a gerar mais valor.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

O capítulo em questão visa explorar os principais princípios teóricos que fundamentam a análise feita neste estudo, concentrando-se na conexão entre empreendedorismo, inovação e tecnologia. Primeiramente, examinam-se as alterações no perfil do empreendedor do século XXI, seguidas da avaliação da inovação como um componente estratégico para a expansão organizacional. Depois, discute-se a função da tecnologia como um elemento que transforma os modelos de negócios e, por último, são expostos os desafios e oportunidades que surgem da interligação entre esses três pilares no contexto empresarial atual.

### **2.1 Panorama do Empreendedorismo no Século XXI**

No século XXI, o empreendedorismo ascendeu como uma força vital para a economia mundial. Longe do modelo clássico, que o restringia à criação de empresas, ele agora personifica uma forma de pensar focada em inovação, flexibilidade e resolução de desafios. Este novo tipo de empreendedor busca oportunidades em cenários de incerteza, prioriza a geração de valor social, econômico e ambiental e acompanha de perto as evoluções tecnológicas e de mercado.

A aceleração da transformação digital e da globalização impuseram novos obstáculos e caminhos, demandando dos empreendedores maior habilidade para se adaptar, resistir e ter uma visão estratégica. A ideia de empreendedorismo não se limita mais a pessoas, mas também a empresas que implementam abordagens inovadoras, sem considerar o tamanho ou a área de atuação.

### **2.2 Inovação como Motor de Crescimento**

O impulso primordial para o progresso financeiro e a firmeza das companhias é, sem dúvida, a inovação. Segundo Tidd e Bessant (2015), o conceito de inovar vai além do simples desenvolvimento de itens inéditos; abrange a otimização de métodos, estruturas empresariais, suportes e até mesmo a mentalidade da corporação.

As empresas que elevam a inovação a um alicerce primordial em sua estratégia conseguem reagir com agilidade às exigências do mercado, arquitetar soluções singulares e agregar relevância para seus consumidores e participantes. Assim, a inovação transcende a mera vantagem, tornando-se imperativa para quem almeja sobressair na competitividade do panorama hodierno. Formatos como a inovação colaborativa, a criação conjunta e a conversão digital têm sido vastamente incorporados pelas entidades contemporâneas.

### **2.3 Tecnologia e Transformação dos Negócios**

Hoje, a tecnologia não é mais um simples acessório, mas sim um elemento central na tática de qualquer negócio. Ferramentas como a inteligência artificial, o aprendizado de máquina, o big data, a internet das coisas e o blockchain estão reinventando o jeito como as empresas funcionam, se comunicam com o público e criam seus produtos e ofertas.

As empresas que apostam na modernização digital conseguem aperfeiçoar seus métodos, diminuir despesas, aprimorar a satisfação do cliente e criar novas formas de ganhar dinheiro. Em contrapartida, as que evitam as inovações tecnológicas arriscam perder terreno, ficando atrás de rivais mais rápidos e atualizados. A modernização digital também afeta diretamente como as empresas contratam, treinam e lideram suas equipes, já que as habilidades digitais se tornaram cruciais em quase todos os setores.

### **2.4 Desafios e Oportunidades no Cenário Atual**

Embora a junção de empreendedorismo, inovação e tecnologia traga muitas vantagens, ela também impõe dificuldades importantes. O rápido avanço tecnológico obriga as empresas a se manterem sempre atualizadas, investindo em estrutura e no treinamento de seus funcionários. Além disso, o gerenciamento das mudanças dentro da empresa, a proteção dos dados e a preocupação com o meio ambiente são questões cruciais que precisam ser bem pensadas.

No entanto, as chances de sucesso são enormes. As empresas que conseguem combinar esses três elementos — empreendedorismo, inovação e tecnologia — estão mais aptas a superar momentos difíceis, atender às necessidades dos clientes e

desenvolver soluções benéficas para a economia, a sociedade e o meio ambiente. A criação de negócios online, plataformas de serviços, startups e empresas que usam dados para tomar decisões mostram como esse contexto abre caminho para o desenvolvimento, a criação de empregos e um impacto positivo na comunidade.

### **3 REFERENCIAL TEÓRICO**

O empreendedorismo, a inovação e a tecnologia estão cada vez mais conectados, formando uma tríade estratégica fundamental para o crescimento de empresas competitivas no século XXI. De acordo com Schumpeter (1982), o empreendedor é aquele que realiza a “destruição criativa”, mudando o estado atual ao trazer novas combinações produtivas que podem revolucionar mercados inteiros. Conforme explicado por Dornelas (2018), o empreendedor contemporâneo possui uma visão de futuro, habilidade para inovar e disposição para enfrentar riscos calculados, seja ao iniciar novos empreendimentos ou ao revigorar organizações já existentes.

A inovação, conforme ressaltam Tidd e Bessant (2015), consiste em converter ideias em soluções práticas e viáveis comercialmente. Dentre os diversos tipos de inovação, a inovação disruptiva, conceito introduzido por Christensen (1997), acontece quando produtos ou serviços simples, acessíveis e direcionados inicialmente a segmentos negligenciados pelo mercado, acabam por dominar amplos setores.

Esse fenômeno inovador é potencializado pela tecnologia, especialmente na Quarta Revolução Industrial. Tecnologias como inteligência artificial, big data, blockchain e a internet das coisas estão alterando a maneira como as empresas operam, se relacionam com seus clientes e criam valor (Chiavenato, 2014). Além disso, segundo Brynjolfsson e McAfee (2014), a aplicação estratégica da tecnologia pode elevar a produtividade, oferecer maior personalização e acelerar a tomada de decisões baseada em dados.

No entanto, como indicam Kshetri (2017) e Venkatesh et al. (2003), a adoção de tecnologia também traz desafios, como resistência à mudança, a ausência de habilidades digitais e riscos relacionados à segurança da informação. Schein (2010) enfatiza que a cultura organizacional é um aspecto crucial para o êxito da transformação digital, sendo necessário fomentar ambientes que valorizem a aprendizagem contínua e a experimentação.

Exemplos como os da Nubank, que revolucionou o setor bancário; do iFood, que alterou a logística de entrega; e do Magazine Luiza, que digitalizou o varejo nacional, demonstram como a combinação de empreendedorismo, inovação e tecnologia pode gerar modelos de negócios sustentáveis, escaláveis e adaptados às necessidades do futuro.

#### **4 METODOLOGIA**

Este estudo utiliza uma abordagem qualitativa, de natureza investigativa e com fundamentação em literatura relevante. O principal objetivo é entender como o empreendedorismo, a inovação e a tecnologia se relacionam para afetar a competitividade das empresas no cenário atual. A pesquisa baseia-se na análise de teorias existentes e na observação de exemplos práticos, empregando fontes secundárias confiáveis, como livros, artigos acadêmicos, relatórios institucionais e dados disponíveis publicamente.

Conforme mencionado por Gil (2010), a pesquisa exploratória busca oferecer maior entendimento sobre o problema, tornando-o mais claro e contribuindo para a formulação de hipóteses. Dessa forma, essa metodologia se mostra adequada para examinar fenômenos complexos, como a influência da inovação tecnológica nos modelos de negócios atuais.

A escolha pela abordagem qualitativa é justificada pela vontade de compreender, em profundidade, os significados e estratégias subjacentes às decisões nos negócios. Essa visão possibilita a análise de percepções, tendências e comportamentos organizacionais, indo além dos dados numéricos.

Na seleção dos casos estudados, foi adotado o critério de relevância e prestígio no mercado brasileiro. Foram escolhidas empresas que exemplificam de forma nítida a interação entre os três elementos principais do estudo: Nubank (setor financeiro), iFood (alimentação e logística) e Magazine Luiza (venda no varejo). Essas companhias são reconhecidas pela inovação digital no Brasil e apresentam modelos de operação distintos.

A coleta de dados foi realizada por meio de: análise de artigos acadêmicos disponíveis em bases como Scielo, Google Scholar e periódicos na área de Administração; relatórios institucionais de entidades como Sebrae, IBGE, FGV e OCDE; websites das empresas analisadas; Fontes de notícias respeitáveis (Valor Econômico,

Exame, Época Negócios); pesquisas acadêmicas previamente publicadas sobre os tópicos abordados.

A interpretação dos dados seguiu a metodologia de análise de conteúdo, focando em padrões de inovação, estratégias de adoção tecnológica e comportamentos empreendedores observados nos casos analisados. As informações foram organizadas para possibilitar uma discussão crítica e consistente com os objetivos da pesquisa.

Na próxima seção, os estudos de caso serão apresentados em detalhes, mostrando como a aplicação prática dos conceitos teóricos resulta em resultados concretos no mercado.

## **5 ESTUDO DE CASOS**

O capítulo a seguir oferece uma análise detalhada de quatro companhias, tanto brasileiras quanto internacionais, que se destacam pela combinação de empreendedorismo, inovação e tecnologia em suas operações comerciais. As organizações escolhidas; Nubank, iFood, Magazine Luiza e Amazon ilustram diversas maneiras de unir esses três aspectos estratégicos, proporcionando aprendizados significativos para administradores e acadêmicos da área de gestão.

### **5.1 Nubank- Revolução no setor financeiro**

Estabelecido em 2013, o Nubank nasceu como uma startup financeira com a missão de tornar o acesso a serviços bancários no Brasil mais democrático, em uma realidade onde esses serviços eram tradicionalmente vinculados a grandes instituições, caracterizadas por taxas elevadas e falta de transparência. A companhia foi inovadora ao adotar o modelo de banco digital, funcionando sem agências físicas e com foco em um aplicativo móvel. Seu diferencial competitivo se fundamenta na utilização intensiva de tecnologia e na melhoria da experiência do usuário. Com a ajuda de análise de dados, inteligência artificial e um design centrado no cliente, o Nubank conseguiu oferecer um serviço que é ao mesmo tempo, eficiente, acessível e fácil de entender. Em 2021, essa fintech se posicionou entre os maiores bancos digitais do planeta, contando com milhões de usuários no Brasil, México e Colômbia. Sob a ótica do empreendedorismo, o Nubank exemplifica como uma visão empresarial voltada para solucionar um problema real do consumidor – neste caso, a burocracia e os altos custos bancários – pode resultar em um modelo de negócio altamente escalável. Sua contínua inovação e estrutura organizacional com pouca hierarquia também são fatores essenciais para seu sucesso. A proposta de valor do Nubank é baseada na simplicidade, na autonomia do cliente e na velocidade. A empresa está sempre investindo em inovações incrementais, ampliando seu leque de serviços para incluir ofertas como seguros, créditos e investimentos. O

modelo disruptivo da fintech revolucionou o comportamento dos consumidores de serviços bancários no Brasil, levando instituições financeiras tradicionais a digitalizarem suas atividades.

## **5.2 iFood- Logística, dados e inovação aberta**

O iFood se destaca como uma das principais empresas de alimentação digital na América Latina, tendo mudado como o delivery de comida funciona no Brasil. Lançada em 2011, a companhia rapidamente se firmou como a principal no setor ao combinar tecnologia, logística e uma experiência do usuário em uma plataforma digital fácil de usar e eficaz. A abordagem empresarial do iFood está baseada na percepção de uma oportunidade subjacente: o aumento da demanda por conveniência e rapidez nas entregas de refeições. Por meio de uma cultura que valoriza a inovação e a tecnologia, a empresa criou um ecossistema forte que liga restaurantes, entregadores e consumidores em tempo real. No que diz respeito à inovação, o iFood investe constantemente em tecnologias como inteligência artificial, otimização de rotas, algoritmos de previsão de demanda e sistemas de avaliação de desempenho. Esses recursos ajudam a tornar as rotas de entrega mais eficientes, diminuir o tempo de espera e elevar a qualidade do atendimento. Adicionalmente, a empresa implementa o conceito de inovação aberta, formando alianças com startups, instituições acadêmicas e centros de pesquisa para acelerar o desenvolvimento de novos produtos e serviços. Um aspecto importante do iFood é seu compromisso com a sustentabilidade e seu impacto social. A empresa tem realizado iniciativas como a compensação de emissões de carbono nas entregas, a capacitação digital de seus entregadores e o suporte a pequenos estabelecimentos. Essas ações reforçam a função social do empreendedorismo contemporâneo, que vai além do simples lucro e busca criar valor compartilhado. Com uma estrutura organizacional ágil e baseada em dados, o iFood exemplifica como a aplicação estratégica da tecnologia, juntamente com uma visão empreendedora e inovação contínua, pode revolucionar um setor tradicional, criando novas dinâmicas de consumo e ampliando o acesso a serviços.

## **5.3 Magazine Luiza- Digitalização do varejo**

O Magazine Luiza, uma renomada rede de varejo brasileira fundada em mil novecentos e cinquenta e sete, se destaca como um dos principais exemplos de transformação digital no Brasil. Nesta última década, a companhia passou por uma reinvenção total, implementando uma estratégia audaciosa para digitalizar seus processos, canais de vendas e sua cultura organizacional. A mudança tecnológica começou sob a orientação de Luiza Helena Trajano e, depois, de Frederico Trajano, que facilitaram a migração de um modelo convencional de lojas físicas para uma plataforma digital unificada. O Magazine Luiza investiu em inovação como sua vantagem competitiva, desenvolvendo o conceito de “empresa digital com presença física e um

toque humano”. O plano de transformação envolveu o lançamento de um superapp, que agrega compras, pagamentos, um marketplace e serviços financeiros. A empresa também adquiriu diversas startups nas áreas de tecnologia e logística, incorporando soluções como inteligência artificial, realidade aumentada e análise preditiva de dados ao seu ecossistema. Do ângulo empreendedor, o Magazine Luiza quebrou com o modelo de varejo tradicional ao implementar práticas ágeis, descentralização nas decisões e foco na experiência do cliente. Houve um investimento significativo na capacitação dos funcionários, promovendo o que é conhecido como “inclusão digital” tanto interna quanto externamente. Ademais, durante a pandemia de COVID-19, a empresa acelerou sua digitalização ainda mais, oferecendo ajuda a pequenos lojistas através da plataforma Parceiro Magalu, o que possibilitou que esses lojistas realizassem vendas online mesmo sem a infraestrutura tecnológica necessária. O êxito da transformação digital do Magazine Luiza sustenta a ideia principal deste trabalho: a junção de uma mentalidade empreendedora, uma cultura voltada para a inovação e uma utilização estratégica da tecnologia é fundamental para a adaptação e o crescimento sustentável das empresas em cenários desafiadores.

#### **5.4 Amazon- Expansão global e ecossistema digital**

A Amazon se destaca como uma das principais corporações de tecnologia e varejo em nível mundial, sendo um modelo emblemático de como a combinação de empreendedorismo, inovação constante e uso eficiente da tecnologia pode reformular setores inteiros da economia. Segundo Stone (2013), Jeff Bezos fundou a Amazon com o objetivo de aproveitar o crescimento acelerado da internet para criar uma empresa de varejo com escala global e se transformou em um ecossistema digital que inclui comércio eletrônico, serviços de computação em nuvem, streaming de vídeos, inteligência artificial e dispositivos conectados. O seu modelo eficiência operacional e uma diversificação ampla de serviços. A Amazon Web Services (AWS), por exemplo, é uma das plataformas de computação em nuvem mais populares do mundo, fornecendo infraestrutura digital para milhões de empresas, startups e governos. A cultura organizacional da Amazon promove constantemente a experimentação, mesmo que isso envolva riscos. De acordo com Stone (2013), essa abordagem estratégica sempre integrou a visão de Jeff Bezos, que encorajava seus funcionários a se arriscarem, experimentarem e aprenderem com suas falhas, para garantir que a empresa permanecesse em um constante estado de inovação. A empresa realiza investimentos significativos em inovações disruptivas, como evidenciado pelo desenvolvimento da assistente de voz Alexa, dos centros de distribuição automatizados e do uso de drones para entregas. Além disso, a Amazon está engajada em iniciativas voltadas à sustentabilidade, como o “The Climate Pledge”, um compromisso de alcançar emissões líquidas de carbono zero até 2040, e projetos logísticos que utilizam veículos elétricos. No Brasil, a Amazon ampliou suas operações, atuando como marketplace e oferecendo serviços de nuvem para empresas locais. Sua

presença tem facilitado a digitalização do setor varejista e estabelecido novos padrões de competitividade, especialmente em agilidade logística e atendimento ao cliente. Sob a perspectiva do empreendedorismo, a Amazon exemplifica como uma visão de longo prazo, foco na experiência do usuário e coragem para reinventar modelos consolidados podem resultar em uma vantagem competitiva duradoura e global.

## **6 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Ao analisarmos os casos estudados, tornou-se claro que a relação entre empreendedorismo, inovação e tecnologia é fundamental para que as empresas permaneçam competitivas e robustas no mercado.

O Nubank, por exemplo, utilizou a tecnologia para tornar os serviços bancários mais simples, oferecendo aos clientes uma experiência digital prática e livre de taxas excessivas. Sua abordagem, que foca em inovações que mudam o setor, desafiou a maneira convencional de operação dos bancos, atraindo muitos clientes tanto no Brasil quanto em outros países.

O iFood transformou o serviço de entregas ao empregar dados e inteligência artificial de maneira intensiva, melhorando as rotas e reduzindo o tempo de entrega. Ademais, investe constantemente em inovações abertas, parcerias tecnológicas e soluções sustentáveis.

Por sua parte, o Magazine Luiza foi um dos pioneiros na transformação digital do comércio no Brasil, integrando lojas físicas com plataformas online, criando um sistema digital abrangente que proporciona uma experiência unificada para os consumidores.

A Amazon, por outro lado, serve como um exemplo de como a fusão de uma visão empreendedora audaciosa, inovação contínua e o uso estratégico da tecnologia pode reformular setores inteiros da economia. Atuando em escala global, a empresa diversificou seu portfólio, abrangendo não apenas o comércio eletrônico, mas também serviços como computação em nuvem (AWS), dispositivos inteligentes, logística automatizada e iniciativas ecológicas. Sua cultura de experimentação e busca incessante por eficiência a transformaram em um modelo de referência no ecossistema digital e na escalabilidade.

Estes casos demonstram que as empresas que combinam uma mentalidade empreendedora, foco em inovação e o uso de tecnologias recentes não apenas conseguem se manter no mercado, mas também se tornam líderes em seus setores, oferecendo valor a todos os envolvidos e gerando um impacto positivo para a sociedade.

## **7 ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE OS CASOS**

A comparação entre os casos do Nubank, iFood, Magazine Luiza e Amazon permite detectar padrões, divergências e boas práticas no entrelaçamento de empreendedorismo, inovação e tecnologia. Cada uma dessas empresas opera em setores diversos, mas compartilham estratégias que fortalecem sua competitividade e adaptabilidade no mercado atual.

### **7.1 Cultura de Inovação**

Todos os casos evidenciam um forte comprometimento com a inovação contínua. O Nubank adotou a inovação como forma de desafiar a burocracia bancária tradicional, priorizando a experiência do consumidor. O iFood, por sua vez, está sempre transformando sua plataforma com base em algoritmos e inteligência artificial. O Magazine Luiza investe em startups e cultiva uma cultura interna focada na digitalização, enquanto a Amazon promove experimentação e o lançamento ágil de novos produtos e serviços, mesmo que nem todos sejam instantaneamente bem-sucedidos.

### **7.2 Adoção Tecnológica**

Em todos os modelos analisados, a tecnologia desempenha um papel central. No Nubank, ela assegura agilidade e baixos custos operacionais. No iFood, está no cerne da logística inteligente e da experiência do usuário. O Magazine Luiza incorporou a tecnologia para integrar o varejo físico ao digital. A Amazon, por sua vez, não apenas se utiliza de tecnologia, mas também a desenvolve e comercializa por meio da AWS, tendo uma grande influência na infraestrutura digital global.

### **7.3 Modelo de Negócio**

Os modelos de negócio das empresas avaliadas variam entre disrupção, plataformas e integração. O Nubank opera com um modelo digital centrado, eliminando intermediários nos processos bancários. O iFood funciona como uma plataforma que intermedia múltiplos agentes (restaurantes, entregadores, consumidores). O Magazine Luiza passou de uma varejista convencional para um marketplace digital. A Amazon combina comércio eletrônico, serviços em nuvem e dispositivos físicos em um ecossistema extenso e altamente integrado.

### **7.4 Escalabilidade e Crescimento**

A escalabilidade é uma característica comum entre as empresas. Nubank e iFood se expandiram rapidamente no Brasil e na América Latina com estruturas enxutas. O

Magazine Luiza ampliou seu alcance ao digitalizar seu portfólio e incluir lojistas parceiros. A Amazon é o exemplo máximo de escalabilidade global, com presença em diversos países, logística própria e milhões de produtos e serviços à disposição.

### **7.5 Impacto Social e Sustentabilidade**

Cada uma das empresas analisadas tem iniciativas focadas na responsabilidade social e ambiental. O iFood possui programas para capacitação de entregadores e compensação de carbono. O Magazine Luiza apoia a inclusão digital e fornece assistência a pequenos negócios. O Nubank se dedica a promover educação financeira e transparência nos serviços bancários. A Amazon, apesar das críticas sobre suas práticas trabalhistas, estabeleceu compromissos significativos com a sustentabilidade, como o uso de energia renovável e metas ambientais específicas.

### **7.6 Lições para Empreendedores**

A análise revela que a inovação deve ser contínua e bem estruturada; A tecnologia precisa ser utilizada estrategicamente para criar valor ao cliente; A cultura empreendedora deve ser incentivada em todos os níveis organizacionais; A escalabilidade depende de modelos flexíveis e digitais; O engajamento em causas sociais e ambientais fortalece a legitimidade da empresa no mercado.

## **8 ANÁLISE CRÍTICA SOBRE A SUSTENTABILIDADE NAS EMPRESAS**

A sustentabilidade empresarial evoluiu de ser um mero diferencial competitivo para um aspecto fundamental para a continuidade dos negócios no século XXI. Para prosperar em ambientes dinâmicos e complexos, as empresas devem considerar não só a lucratividade, mas também os impactos sociais, ambientais e éticos de suas ações. Nesse cenário, a fusão entre empreendedorismo, inovação e tecnologia torna-se vital para o desenvolvimento de modelos mais sustentáveis.

### **8.1 Inovação em Prol da Sustentabilidade**

A inovação pode atuar como uma ferramenta eficaz na resolução de questões sociais e ambientais. Tanto startups quanto grandes corporações têm implementado soluções que diminuem o desperdício, utilizam fontes de energia renováveis, melhoram cadeias produtivas e promovem a inclusão social. O conceito de inovação sustentável sugere a criação de produtos, processos e modelos de negócios que equilibrem a eficiência econômica com a responsabilidade ambiental e a justiça social. Por exemplo, as iniciativas do iFood de compensação de carbono e incentivo ao uso de veículos elétricos nas entregas demonstram como tecnologia e inovação podem ajudar a reduzir os impactos ambientais. Por outro lado, a Magazine Luiza, ao digitalizar pequenos comerciantes e adotar políticas de diversidade, se dedica ao fortalecimento do desenvolvimento socioeconômico local.

### **8.2 Tecnologia e Responsabilidade das Empresas**

Embora a tecnologia seja frequentemente considerada neutra, ela possui implicações éticas e sociais significativas. A utilização de algoritmos, big data, inteligência artificial e plataformas digitais deve levar em conta princípios como transparência, justiça e privacidade. O Nubank, ao disponibilizar produtos financeiros simplificados e a baixo custo, apoia a inclusão bancária, mas também deve assegurar a proteção das informações dos clientes. A Amazon, apesar de sua posição de destaque na inovação, é alvo de críticas em relação às condições laborais em seus centros de distribuição e ao impacto ambiental de sua cadeia de suprimentos. Essa dicotomia evidencia a importância de equilibrar a expansão com a responsabilidade, especialmente para grandes empresas.

### **8.3 A importância do Empreendedorismo Consciente**

O empreendedorismo contemporâneo deve adotar práticas de gestão mais éticas, humanas e sustentáveis. O conceito de capitalismo consciente sugere que as empresas atuem como promotoras de mudanças positivas, buscando gerar valor para todos os

interessados: clientes, colaboradores, parceiros, sociedade e meio ambiente. Nos quatro casos analisados, percebe-se que o foco do empreendedorismo não é apenas no lucro, mas também em um propósito maior. O êxito dessas empresas se fundamenta em lideranças visionárias que reconhecem a importância de inovar de maneira responsável e de construir reputações robustas frente a consumidores cada vez mais exigentes e informados.

## **9 PERSPECTIVAS FUTURAS PARA INOVAÇÃO E TECNOLOGIA**

O rápido avanço tecnológico e as alterações no comportamento dos consumidores estão criando novas tendências que exigem que as empresas se adaptem de forma ágil e estratégica. Com base no panorama atual e nas análises de casos, é possível detectar movimentos emergentes que moldarão o futuro do empreendedorismo e da inovação.

### **9.1 Inteligência Artificial e Automação de Ponta**

A Inteligência Artificial (IA) está deixando de ser uma vantagem competitiva para se transformar em uma base fundamental para as empresas. Ferramentas como IA generativa, chatbots avançados, automação de processos e análise preditiva estão se tornando cada vez mais comuns para otimizar operações, personalizar experiências e agilizar decisões. O iFood já emprega IA para antecipar demandas e otimizar rotas de entrega, enquanto o Nubank utiliza algoritmos para avaliar riscos e analisar comportamentos dos clientes. No futuro, a integração da IA com outras tecnologias, como aprendizado de máquina e automação, deverá avançar ainda mais, inclusive em pequenas empresas.

### **9.2 Crescimento da Economia digital e Plataformas**

O modelo de negócios centrado em plataformas digitais continuará a se expandir, impactando setores tradicionais, como saúde, educação, logística, energia e serviços financeiros. As empresas que conseguirem conectar audiências diversas e criar ecossistemas digitais coesos terão mais capacidade de crescer e diversificar suas fontes de receita. A Amazon, por exemplo, funciona como uma Plataforma flexível que junta varejistas, consumidores, criadores de conteúdos e companhias que fazem uso de sua infraestrutura em nuvem. O Magazine Luiza, por meio do “Parceiro Magalu”, também se adapta da essa mudança ao incluir pequenos comerciantes em seu marketplace.

### **9.3 Enfoque na Sustentabilidade como Estratégia**

A questão ambiental e social está se tornando cada vez mais crucial na abordagem inovadora das empresas. Ideias como "inovação ecológica" e a necessidade de práticas sustentáveis nas cadeias de suprimento e logística devem se firmar como

condições indispensáveis para entidades que desejam atuar em mercados internacionais, captar investimentos e preservar uma boa imagem. As companhias que lograrem alinhar suas metas à inovação estarão em uma posição mais sólida para atender consumidores bem-informados e se adequar a legislações ambientais que se tornam cada vez mais rigorosas. O comprometimento com os critérios ESG (ambiental, social e de governança) será essencial.

#### **9.4 Web3, Blockchain e Descentralização**

O progresso da Web3 e das inovações relacionadas ao blockchain tem a capacidade de revolucionar drasticamente as estruturas de propriedade, métodos de pagamento e gerenciamento de informações. A descentralização sugere devolver maior controle aos usuários sobre seus dados, promovendo ambientes mais colaborativos e transparentes. Ainda em seus estágios iniciais, essa tendência já demonstra impactos significativos em setores como finanças, educação, arte, logística e até mesmo governança corporativa.

#### **9.5 Inclusão Digital e Novos Perfis de Empreendedores**

A melhoria no acesso à internet, ao crédito digital e à educação tecnológica tem permitido a emergência de novos tipos de empreendedores, incluindo mulheres, jovens de regiões periféricas, pessoas negras e grupos tradicionais. Ferramentas digitais e redes sociais tornaram-se aliadas poderosas para que pequenos empreendimentos obtenham visibilidade e expandam suas atividades. As empresas que apostam na inclusão digital e capacitação empreendedora para diferentes públicos não apenas promovem a inovação, mas também favorecem o crescimento social e econômico do país.

## 10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo realizado durante este projeto possibilitou uma clara compreensão de como a combinação de empreendedorismo, inovação e tecnologia é crucial para a sobrevivência e o êxito das empresas na atualidade. Os casos examinados, Nubank, iFood, Magazine Luiza e Amazon, evidenciam como esses três pilares, quando implementados de forma estratégica, podem revolucionar modelos de negócios, criar valor e elevar a competitividade organizacional. Foi observado que o empreendedorismo moderno vai além da simples fundação de empresas. Está relacionado à habilidade de reconhecer oportunidades, tomar riscos calculados, se adaptar rapidamente às transformações e liderar com um propósito. A mentalidade empreendedora é visível tanto em startups quanto em grandes corporações, sendo cada vez mais necessária em um cenário caracterizado por incertezas e mudanças constantes.

A inovação, por sua vez, evoluiu de uma opção para uma necessidade para empresas que almejam manter-se relevantes. Seja por meio de inovações incrementais ou disruptivas, os casos analisados mostram que investir em novas ideias, produtos, processos e modelos é um diferencial competitivo essencial. A cultura de inovação, que envolve liberdade para experimentar, errar e aprender, tem sido uma característica comum em organizações bem-sucedidas. Quanto à tecnologia, foi possível notar seu papel como agente catalisador dessas transformações. A digitalização de serviços, a aplicação de big data, inteligência artificial, plataformas de comércio eletrônico e sistemas automatizados são ferramentas que permitem escalar operações, diminuir custos e proporcionar experiências mais personalizadas aos consumidores. Entretanto, é crucial que a adoção de tecnologia venha acompanhada de responsabilidade, ética e consideração aos impactos sociais e ambientais. Além disso, as tendências futuras indicam um ambiente de negócios ainda mais dinâmico, caracterizado pela expansão da economia digital, pelo avanço da inteligência artificial e pela importância da sustentabilidade e inclusão. As empresas que almejam prosperar nesse novo cenário precisarão adotar uma abordagem proativa, colaborativa e voltada para o valor partilhado com a sociedade. Portanto, conclui-se que a integração entre empreendedorismo, inovação e tecnologia não é apenas uma vantagem competitiva, mas uma condição imprescindível para o desenvolvimento sustentável das organizações. Essa tríade forma a base sobre a qual se erguem os negócios mais resilientes, adaptáveis e relevantes atualmente. Como proposta para investigações futuras, sugere-se aprofundar a análise sobre os desafios enfrentados por micro e pequenas empresas na aplicação de estratégias inovadoras e tecnológicas, assim como avaliar o efeito dessas práticas na inclusão social e na diminuição das desigualdades no Brasil e na América Latina.

## 11 REFERÊNCIAS

- BANCO MUNDIAL. *Relatório sobre economia digital no Brasil*. Washington, 2023. Disponível em: <https://www.worldbank.org>. Acesso em: 20 jun. 2025.
- BRYNJOLFSSON, Erik; MCAFEE, Andrew. *The second machine age: work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. New York: W. W. Norton & Company, 2014.
- CHIAVENATO, Idalberto. *Administração: teoria, processo e prática*. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- CHRISTENSEN, Clayton M. *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*. Boston: Harvard Business Review Press, 1997.
- DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.
- FGV. *Relatórios de competitividade e transformação digital no Brasil*. São Paulo, 2024. Disponível em: <https://portal.fgv.br>. Acesso em: 20 jun. 2025.
- GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- IBGE. *Indicadores de inovação e tecnologia nas empresas brasileiras*. Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 20 jun. 2025.
- KSHTRETI, Nir. *Big data for development: challenges and opportunities*. IEEE Computer Society, 2017.
- OCDE. *Panorama da inovação 2023*. Paris: OECD Publishing, 2023. Disponível em: <https://www.oecd.org>. Acesso em: 20 jun. 2025.
- SCHEIN, Edgar. *Cultura organizacional e liderança*. São Paulo: Atlas, 2009.
- SCHUMPETER, Joseph A. *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1982.
- SCHUMPETER, Joseph A. *Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- SEBRAE. *Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo*. Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 20 jun. 2025.
- STONE, Brad. *A loja de tudo: Jeff Bezos e a era da Amazon*. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.
- TIDD, Joe; BESSANT, John. *Gestão da inovação*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.
- VARIAN, Hal R. *How the web challenges managers*. *Communications of the ACM*, v. 54, n. 7, p. 60–67, 2011.
- VENKATESH, Viswanath; MORRIS, Michael G.; DAVIS, Gordon B.; DAVIS, Fred D. User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, v. 27, n. 3, p. 425–478, 2003.