

Empreendedorismo Corporativo: Fator Necessário para Inovação da Corporação

*Corporate Entrepreneurship:
Necessary Factor for Innovation of the Corporation
Emprendimiento Corporativo:
Factor Necesario para la Innovación Corporativa*

Ali Antonio Abrão Junior¹

ali.abrao@fatec.sp.gov.br

Mauricio Moreira de Paulo¹

mauricio.paula@fatec.sp.gov.br

Felipe da Silva Santos¹

felipe.santos@fatec.sp.gov.br

Wendel Silva do Amaral¹

wendel.amaral@fatec.sp.gov.br

1 – Fatec de Itaquaquetuba

Resumo: Esse trabalho tem como objetivo geral demonstrar como o empreendedor corporativo pode tornar a inovação dentro da empresa mais liberal, definindo não apenas o que é o empreendimento corporativista, mas também a contextualização para descrever o processo de implementação e incentivos no empreendedor organizacional. A justificativa do trabalho, é baseado nas dificuldades de inovação que as empresas possuem para resolver os problemas que podem surgir, como forma de auxiliar a melhora nos resultados e rentabilidade dos negócios. A metodologia aplicada é o uso de pesquisas bibliográficas visando o objetivo geral de como demonstrar os benefícios do empreendedorismo corporativo no ambiente organizacional das empresas. Os resultados do trabalho visam aprimorar os processos corporativistas, implementando conceitos de empreendedorismo, do mesmo modo capacitando os colaboradores de compreenderem sua aplicabilidade nas empresas, além de explicar os processos gerencias, pois podem ser utilizados como um plano de ação para atingir o objetivo principal da estratégia de gestão.

Palavras-chave: Empreendedor Corporativo; Práticas de empreendedorismo; Segmentação de empreendimento; Inovação corporativa.

Abstract: This work has as general objective to demonstrate how the corporate entrepreneur can make innovation within the company more liberal, defining not only what is the corporativist enterprise, but also the contextualization to describe the implementation process and incentives in the organizational entrepreneur. The justification of the work is based on the innovation difficulties that companies have to solve the problems that may arise, as a way to help improve the results and profitability of business. The applied methodology is the use of bibliographical research aiming at the general objective of how to demonstrate the benefits of corporate entrepreneurship in the organizational environment of companies. The results of the work aim to improve corporate processes, implementing concepts of entrepreneurship, likewise enabling employees to understand their applicability in companies, as well as explaining management processes, because they can be used as an action plan to achieve the main objective of the management strategy.

Recebido
Received
Recibido
Dezembro, 2024
December, 2024
Diciembre, 2024

Aceito
Accepted
Aceptado
Março, 2025
March, 2025
Marzo, 2025

Publicado
Published
Publicado
Abril, 2024
April, 2024
Abril, 2024

<https://git.fateczl.edu.br>

e_ISSN
2965-3339

DOI
10.29327/2384439.3.3-2

São Paulo
v. 3 | n. 3
v. 3 | i. 3

e33254

Abril-Junho
April-June
Abril-Junio
2025



Keywords: *Corporate entrepreneur; Entrepreneurshippractices; Entrepreneurshippractices; Corporate innovation.*

Resumen: Este trabajo tiene como objetivo general demostrar cómo el empresario corporativo puede hacer la innovación dentro de la empresa más liberal, definiendo no solo lo que es el emprendimiento corporativista, pero también la contextualización para describir el proceso de implementación y los incentivos en el emprendedor organizacional. La justificación del trabajo se basa en las dificultades de innovación que las empresas tienen para resolver los problemas que pueden surgir, como forma de ayudar a mejorar los resultados y rentabilidad de los negocios. La metodología aplicada es el uso de investigaciones bibliográficas con el objetivo general de cómo demostrar los beneficios del emprendimiento corporativo en el entorno organizacional de las empresas. Los resultados del trabajo tienen como objetivo mejorar los procesos corporativos, implementando conceptos de emprendimiento, capacitando a los empleados para comprender su aplicabilidad en las empresas, además de explicar los procesos gerenciales, porque pueden ser utilizados como un plan de acción para alcanzar el objetivo principal de la estrategia de gestión.

Palabras clave: *Emprendedor Corporativo; Prácticas de emprendimiento; Segmentación de emprendimientos; Innovación corporativa.*

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo no Brasil tem se expandido constantemente, o empreendedor não é apenas quem dá início a inovações, mas também quem dinamiza a economia do país, gera transformações, cria oportunidades de emprego, identifica talentos, desenvolve competências. Dessa forma o presente estudo se focaliza em aprofundar um determinado tipo de empreendedor o corporativo, que merece atenção de empresas e pesquisadores em face da necessidade de as empresas inovarem continuamente. Essas inovações geram diferenciais que permitem às organizações aumentar sua competitividade e aprimorar suas condições de sobrevivência no mercado.

Além do empreendedorismo, é importante destacar o conceito de intraempreendedorismo. Intraempreendedores são aqueles que implementam inovações de diversos tipos dentro das organizações, confirmando que suas ações existem uma possibilidade de risco moderado, refletindo o sucesso ou insucesso de uma determinada ação.

A globalização do comércio amplia-se para outros campos, como governos, educação, tecnologia, varejo e assim continuamente. A utilização do empreendedorismo corporativo dentro das organizações tem por objetivo incentivar o desenvolvimento empreendedor no colaborador, gerando novas ideias ou estratégias para o negócio.

Com a utilização do empreendedorismo corporativo, dentro das empresas de forma eficaz, os colaboradores têm maior liberdade para sugerir inovações, podendo ter uma melhora no resultado e elevar a sustentabilidade do negócio. Tendo enquanto ponto de partida responder a questão problema: como o empreendedor corporativo pode garantir resultados significativos para empresa?

Para tanto, o objetivo geral do estudo é analisar os benefícios do empreendedorismo corporativo no ambiente organizacional das empresas, enquanto fator necessário para inovação do ambiente corporativo. Como objetivos específicos, têm-se: i) conceituar empreendedorismo corporativo; ii) descrever o intraempreendedorismo entre os colaboradores; iii) exemplificar o empreendedorismo corporativo por meio de empresas transnacionais.

A justificativa deste estudo, se deve pelo fato de que o empreendedorismo corporativo tem sido pouco estudado. Ele se diferencia do empreendedorismo tradicional pois, enquanto um busca assumir os riscos de uma nova oportunidade ou negócio novo, o outro busca a melhor maneira de agir frente a velhos hábitos de uma organização, focando na dificuldade que as empresas enfrentam para inovar, e com a elevação da concorrência no mercado, as corporações buscam atualizar seus conceitos, produtos e métodos de fabricação para manter a competitividade, utilizando um processo de evolução contínua.

Para elaboração desta pesquisa foi aplicado a metodologia exploratória com abordagem qualitativa, explicativa não estruturada por intermédio de uma entrevista com um empreendedor corporativo, de forma focalizada com perguntas abertas, como procedimento para estudo de caso. Ao elaborar uma pesquisa, a entrevista é um recurso eficiente do qual consegue-se reunir dados

reais, evidenciando claramente seu objetivo, de forma planejada e coerente (Andrade, 2010). Utilizando-se o estudo bibliográfico. Com aplicação dos conceitos bibliográficos, o pressuposto dos resultados esperados é demonstrar como as ações do empreendedor corporativo podem melhorar o desempenho da empresa e estimular a inovação no ambiente de trabalho.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Uma das noções do empreendedorismo, seja ele imparcial ou organizacional, é a inovação. Ao empreendedor autônomo, inovação é essencial para modificar a realidade e moldar seu sonho. Ao empreendedor corporativo, inovação é valiosa porque esta é a causa do seu empenho individual, de adesão pelos seus semelhantes e de progressão na ocupação profissional. Dessa forma, refere-se ao debate da inovação e sua notoriedade no ambiente do empreendedorismo e posteriormente a questão do empreendedorismo corporativo e dos processos de inspiração.

2.1 Empreendedorismo Corporativo

De acordo com Dornelas (2007), não existe apenas um único tipo de empreendedor, ou um único modelo-padrão que possa ser identificado. Na obra intitulada Empreendedorismo na prática, o autor apresenta oito tipos de empreendedores: o empreendedor nato; o empreendedor que aprende; o empreendedor serial; o empreendedor corporativo; o empreendedor social; o empreendedor por necessidade; o empreendedor herdeiro; o "normal".

Drucker (1985), alega que o empreendedorismo não é uma ciência nem uma arte, mas uma prática. O empreendedorismo não deve ser assimilado como um dom, mas iniciativa por parte dos colaboradores, ou seja, exercer e comandar. Deste modo, deve-se abordar atitudes e condutas do empreendedor e não facilmente de sua mente. Hisrich e Peters (2004, p. 29) compreendem empreendedorismo como “o feito de produzir algo vigente com valentia fornecendo o período e a dedicação necessária, calculando os riscos, psíquicos e sociais equivalentes e contendo as decorrentes gratificações da satisfação e autonomia econômica/individual”.

O empreendedorismo é considerado um terreno de pesquisa em crescimento que abrange os temas de inovação, criação e expansão de novos empreendimentos nas dimensões individuais e organizacionais, realçando a particularidade de empreendedorismo interno nas corporações atuais (Antoncic & Hisrich, 2003).

Com a evolução do mercado e elevados níveis de concorrência, empresas que buscam inovar, desenvolver novos meios de produção e oferecer melhores opções de serviços e produtos aos seus clientes, mantendo um ciclo econômico sustentável, melhorando seus resultados financeiros e participação no mercado (Dornelas, 2017).

Portanto, o empreendedorismo corporativo mostra-se dentro da empresa como

um novo sistema de trabalho, instruído de estimular a ação autônoma de maneira que os talentos descobertos por suas ideias fazem a diferença, na aptidão competitiva da empresa. Dessa forma, muitas corporações estão percebendo a importância de fomentar o lado empreendedor de seus colaboradores, desejando acrescentar audácia para as tarefas realizadas e começar novos programas internos nos inúmeros graus da organização, e incentivar a inovação.

Baseado no princípio de que as grandes empresas conseguem e necessitam se aperfeiçoar ao ambiente competitivo em que empreendem, estudiosos do empreendedorismo corporativo, entre eles Peters; Waterman (1982), Ghoshal; Bartlett (1995), Kanter (1989), e Tushman; O'Reilly III (2004) recomendam que esse ajuste se interliga por meio de modificações na cultura e dos agrupamentos organizacionais. As mudanças inspiram as pessoas dentro das organizações a agirem de forma empreendedora, autorizando que se ampliem o número de ideias sujeitas de sondagem e a qualidade dos programas que seriam dessas ideias (IBIE, 2006).

Empresas os empreendedores corporativos participam juntos do desenvolvimento econômico como criatividade para melhorar seu desempenho, e desenvolver novas oportunidades na empresa, sendo eles indivíduos com vínculo a uma organização, mas que sente a necessidade de assumir um risco controlado para implantar inovações nos negócios atuantes (Barbosa, 2012). O empreendedor corporativo, desenvolve melhores soluções para os problemas, pois sentem-se mais envolvidos no trabalho, e podem sugerir inovações com mais incentivo para apoiar a empresa buscando soluções de melhoria organizacional.

2.2 Desenvolvimento do intraempreendedorismo corporativo

De acordo com Tavares (2020) a evolução do mercado de fornecimento de produtos ou serviços, empresas que não buscam por inovação e criação de novos produtos, métodos de fabricação, meios de gestão e modelos de negócios, diminui o tempo de permanência no mercado, se tornando empresa com resultado menores ou obsoletos.

Para Dornelas (2003, p.11) um dos maiores problemas que leva as organizações e seus funcionários a atuarem de maneira reacionária, onde as atividades ocorrem de cima para baixo, resumindo a divulgação de uma compreensão intraempreendedora nos mais diversificados níveis empresariais, é a ocorrência de inserir aqueles gestores e empresários melhor situados como singulares a criarem condutas de índole empreendedora.

O ponto de análise do autor é pertinente, visto que na área competitiva em que as maiores corporações se deparam, necessitam de uma variante considerável em seu ambiente interno, no qual precisa ter um bom endomarketing entre líderes e liderados, dá mesma forma que o livre-arbítrio de linguagem entre eles beneficia o aprimoramento de boas propostas salientando o desenvolvimento da criatividade.

De acordo com Dornelas (2003, p.13):

[...] determinados indivíduos tendenciam a correr atrás de mais chances que os outros, ainda que possuindo atitudes empreendedoras e executar sua influência empreendedora. No entanto, isso será muito mais eficaz se a corporação permanecer devidamente pronta para estimular a conduta do aspecto correto, definindo instrumentos que proporcionem as diferentes categorias empresariais realizarem práticas mais empreendedoras.

Conforme Henrique e Cunha (2012, p. 103) relatam “Entretanto, o desenvolvimento de atividades de empreendedorismo dentro de uma corporação foi e continua sendo de difícil execução, por envolver mudanças internas radicais e alterar o comportamento organizacional.”, dessa forma algumas empresas desestimulam os seus colaboradores, com os processos de gestão centralizados, tirando a autonomia do mesmo, não investindo em capital para inovação e desenvolvimento, e mantendo a burocracia no processo, dificultando a implantação de novos métodos.

Para Abranches e Damaceno (2005, p. 87) “[...] colaboradores com perfil empreendedor dentro das empresas, algumas condições se fazem necessárias, como o estímulo a novas ideias, autonomia, proatividade e incentivo para que os funcionários assumam riscos calculados.”, somente empresa que desenvolve um ambiente propício para que os colaboradores tenha autonomia e vontade de realização profissional, consegue aproveitar melhor esses empreendedores.

Além disso, segundo Gehlen (2024, p. 63), as empresas têm de adotar algumas práticas para estimular o empreendedorismo corporativo, entre elas está a receptividade da empresa em inovar e conceber a mudança como oportunidade para crescer; mensurar e avaliar sistematicamente sua capacidade empreendedora; ter uma cultura voltada para as práticas do empreendedorismo, expressa na sua estrutura e na sua política de recursos humanos.

Com a utilização das práticas citadas acima, os autores Henrique e Cunha (2012, p. 106) “Enfatizou-se a renovação estratégica com sendo os esforços corporativos que resultam em mudanças significativas no negócio da organização, em suas estratégias ou estrutura.” Buscando melhorias para a empresa e seus colaboradores.

Com uma cultura organizacional voltada para desenvolvimento de inovação e a criação com apoio dos colaboradores, Gehlen (2024, p. 64) pontua que: “As empresas que institucionalizam a inovação estão assegurando o longo prazo.”, dessa forma as organizações podem manter a sustentabilidade do negócio e atender as demandas dos consumidores.

2.3 Exemplificação do empreendedorismo corporativo

Segundo Dornelas (2003, p. 35) o intraempreendedorismo não se trata diretamente de alguma coisa nova ou de um ponto de vista apropriado do empreendedorismo, e sim do desenvolvimento e proveito de diferentes setores, no entanto sem a perda do ideal, visto que, habitualmente se adaptam este assunto à criação de recentes organizações, cujas iniciam usualmente pequenas,

com recursos limitados, e com o decorrer das estratégias tomam formas para chegar ao sucesso.

É deduzido que o empreendedorismo corporativo é uma sequência de atitudes que geram inovação e renovação aplicada pelas corporações com os esforços cruciais para estabelecer novos acordos. Assim segundo Dornelas (2003, p. 44) “Des do momento da tomada de decisão em se comportar-se empreendedora, o desenvolvimento introduz, observando e pontuando a oportunidade, projetando o novo negócio e estabelecendo ações primordiais para alcançar o sucesso”.

É imperativo que o processo principal de efetivação do intraempreendedorismo seja formado incondicionalmente na corporação, ou seja, contornando variadas condutas de grupo de pessoas em relação como se deve realizar determinada atividade dentro da organização, permitindo a inovação, os riscos e a proatividade visando o melhor desempenho organizacional.

A principal barreira encontrada pelo intraempreendedor é relacionada aos riscos que eles correm dentro das corporações, porém, é propício ressaltar que não é um risco individual, notando que ao incentivar o exercício de sua ideia busca reunir pessoas ao mesmo propósito, o que retrata suas qualidades.

Comumente se associa o empreendedorismo corporativo à inovação, esperando-se que os colaboradores possam elaborar métodos eficazes para aprimorar a sua função dentro do ambiente organizacional, todavia, para esse objetivo ser alcançado, determinadas atitudes precisam ser adotadas para se realizar e se praticar o empreendedorismo nas organizações.

Nesse sentido, Dornelas (2003) ao longo de sua obra indica, de forma abreviada, cinco propostas, sendo a primeira ligada a corporação das empresas dar mais atenção ao empreendedorismo, sendo liderada pelo nível estratégico; a segunda proposta onde deve colocar um executivo para tomar conta de implementar essa cultura dentro da empresa; a terceira junto aos recursos humanos, deve-se desenvolver estratégias para aprimorar o empreendedorismo corporativo no ambiente interno, realizando treinamentos, encorajando um ambiente interno assumindo pequenos riscos, a quarta proposta proporcionar um ambiente mais flexível para os colaboradores, onde todos possam expressar suas ideias de forma espontânea, criando uma estrutura mais adequada para implementar essa nova cultura organizacional; sendo a quinta e última realizar um acompanhamento após a implementação, medindo e identificando pontos de melhoria, com tempo de maturação para começar a ser bem-sucedida.

Analisa-se que esses processos são primordiais quando se visa cultivar o intraempreendedorismo. Porém, os colaboradores precisam praticar suas atividades rotineiras e reservar parte do seu tempo para os projetos, dessa forma se desenvolve umas das habilidades do empreendedorismo.

Observa-se que é necessário desenvolver uma conduta empreendedora, e que os recursos se encontram no próprio ambiente interno organizacional com os desafios diários que cada colaborador enfrenta no desempenho de sua função.

A realização da inovação pode vir por meio de projetos que possam mapear e desenvolver o perfil empreendedor nos colaboradores/administradores da

empresa, dessa forma disponibilizar treinamentos que ajudam nesse papel.

No entanto, a proatividade também precisa vir por parte do colaborador, conforme Dolabela (2004, p. 221) “O empreendedor deve ter muito compromisso com a empresa, em todos os seus pontos: cidadania, ética, economia, justiça social, ecologia. Consolidando e mantendo a sua cultura, cooperando com a economia, e criando um ambiente melhor para o seu desenvolvimento pessoal e empresarial”.

Evidencia-se que quando a corporação não proporciona autonomia ao empreendedor corporativo, problemas surgem durante o progresso de suas ideias, isso ocorre por conta de administradores que possuem uma conduta mais rígida, e não acatam o ponto de vista diferente do colaborador, nem mesmo colocando em prática o que ele viu como melhoria ou inovação. Neste tipo de situação, o empreendedor corporativo pode tentar se afiliar a um executivo de alto escalão da empresa para apoiar suas ideias. Segue abaixo exemplos de empresas que possuem programas relacionados ao intraempreendedorismo:

A P&G criou uma equipe interna de desenvolvimento conhecida como Growth Works, que é um exemplo do modelo de produtor. A equipe trabalha para inovar, desenvolver novos produtos e promover a colaboração em toda a empresa. Um excelente exemplo de uma inovação desenvolvida por esse grupo é a escova de dentes elétrica Oral-B.

O Google é um excelente exemplo do modelo facilitador. O Google é considerado um negócio poderoso, investindo continuamente em novas ideias e as mantém funcionando em todos os estágios de desenvolvimento. Muitas dessas ideias ajudam a dar suporte ao negócio principal do Google. Exemplos de inovação do Google incluem o Google Maps, o Google Earth ImmersiveView e o AdSense (Savoia e Copeland, 2011).

A Intel é outro exemplo do modelo corporativista. A empresa tem sua própria empresa de capital de risco, a Intel Capital, que investe em várias startups. Outro exemplo de como a Intel inova é por meio de sua conferência de tecnologia, a Intel Innovation, que incentiva o desenvolvimento de ideias empreendedoras exclusivas da empresa (Verre, s.d.).

O empreendedorismo corporativo foi fundamental para o sucesso da 3M. A empresa permite que seus funcionários usem um tempo significativo para trabalhar em projetos pessoais, em um processo chamado de “bootlegging”, o que incentiva a inovação interna (Verre, s.d.).

O grande destaque de empreendedorismo corporativo na Dream Works é o seu programa de ideias: qualquer profissional — em qualquer posição ou cargo — é convidado a oferecer sugestões para as produções, compartilhando suas ideias de filme (Verre, s.d.).

3. MÉTODO

Neste estudo foi adotada uma abordagem qualitativa classificada como descritiva, qual, de acordo com Gerhardt e Silveira (2009), o foco não está

representatividade numérica, mas sim com o aprofundamento da compreensão de um grupo social ou de uma organização.

Dessa forma, dando sequência ao estudo, foi realizada uma coleta de dados com uma única entrevista com um empreendedor corporativo, caracterizando um estudo de caso. No que se refere ao estudo de caso, este é considerado como o método que possui o intuito de compreender fenômenos sociais de forma mais completa, preservando as características e significâncias dos eventos da vida real (Silva & Menezes, 2005).

Com o objetivo de aprofundar o conhecimento sobre empreendedorismo foi realizada uma entrevista com um empreendedor corporativo Carlos Eduardo Dantas, 40 anos de idade, formado em logística pela faculdade ENIAC de Guarulhos, atual gerente da RioJet Logística.

Na entrevista foram abordados os temas que o levaram a empreender dentro da organização, suas motivações, resultados e métodos que o influenciaram nessas mudanças.

O empreendedor relata que por meio de mudanças no seu *layout* de processos, ele obteve resultados de 150% no aumento da produtividade em descarga de caminhões na empresa, sendo que antes eram descarregados dois caminhões de forma simultânea, e com as alterações sugeridas, a empresa passou a descarregar cinco caminhões.

Com base em suas experiências anteriores, relatou que conseguiu inovar dentro da organização, pois por meio do empreendedorismo corporativo pode propor melhorias constantes e mudanças na forma de desempenhar uma função, visando resultados positivos e simplificação dos processos.

Pode-se perceber que o empreendedor corporativo é responsável pela implementação de estratégias que amenizam os gastos da empresa e simplificam o processo executado pelos colaboradores, o respondente diz que é necessário ser dotado de conhecimento para inovar de forma empresarial dentro da regra do plano de negócios da organização no ramo de transportes.

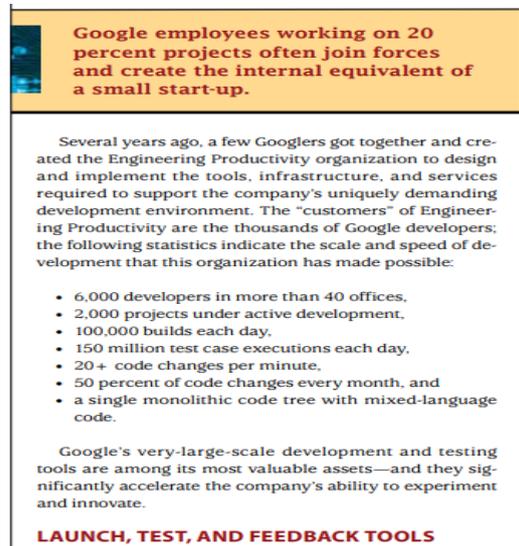
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A discussão a seguir tem como base o referencial apresentado neste estudo juntamente com as informações encontradas na entrevista com um empreendedor corporativo. O objetivo é analisar a relevância do empreendedorismo corporativo e o seu papel significativo, com auxílio dos objetivos específicos deste estudo.

O estudo foi realizado inicialmente de exemplificações de empresas, mas posteriormente foi acrescentada ao longo do trabalho uma entrevista voltada ao perfil de empreendedor corporativo. Os dados apresentados a seguir, foram baseados através da pesquisa bibliográfica na exemplificação das empresas que obtiveram sucesso com o empreendedor corporativo, tais discussões estabelecem o resultado favorável deste perfil empreendedor.

Por meio do exemplo da empresa Google que é considerada uma das pioneiras no desenvolvimento do empreendedor corporativo e d sua dinâmica com os funcionários mediante o liberalismo nas atividades profissionais, foi possível alcançar novos mecanismos e gestão de ferramentas criadas por seus colaboradores, conforme informações da figura 1.

Figura 1 - Artigo empresarial sobre inovação interna na empresa Google



Fonte: Lee Computer Society (2011) Texto de Origem Norte Americana

No texto de Savoia e Copeland (2011), a Google defende que a adoção de ferramentas e processos deve ser definida no nível do projeto individual. Essa abordagem leva a uma quantidade saudável de caos, mas as melhores ideias tendem a ganhar mais visibilidade e ser difundidas e adotadas por outras equipes. Igualmente importante é a construção de equipes com habilidades multidisciplinares.

O interesse sério pelo público em geral foi estimulado recentemente pela notícia amplamente divulgada de que a empresa de *software* Google (agora parte da Alphabet, Inc.) fornece tempo livre para os funcionários se envolverem em qualquer atividade de sua própria escolha, sem qualquer obrigação com relação ao seu trabalho regular. Vários produtos comercialmente bem-sucedidos foram relatados como tendo vindo de funcionários livres-pensadores envolvidos em desenvolver (Savoia e Copeland, 2011).

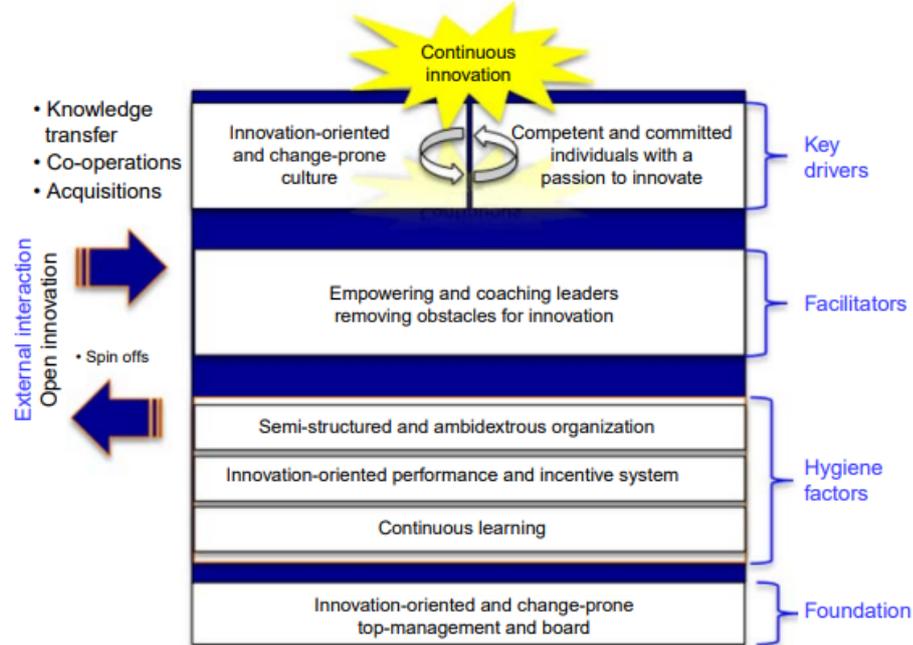
Como ressalva Steiber (2011), este alicerce consiste em duas características, sendo a primeira voltada para o meio organizacional, onde cultura é focado na inovação de indivíduos competentes, comprometidos e ansiosos por inovar. A cultura fortemente orientada para a inovação, aliada a uma cultura criativa e inteligente indivíduos que têm paixão por mudar o mundo e inovar, geraram um forte impulso para a inovação contínua interna.

Entretanto, para Tidd (2003), o papel de ideias para inovações sustentadas de uma empresa não é o foco principal dos estudos empresariais, mas a maioria deles comenta explicitamente a necessidade de consideração externa.

Tal entendimento foi indicado pelos dois artigos de pesquisa baseados em casos de empresas tecnológicas com grande relevância no mercado, uma empresa

madura adentrando em mudanças descontínuas, como a 3M, a empresa que em muitas práticas parece mais semelhante ao Google.

Figura 2 - Artigo sobre Sistema corporativo do Google para inovação contínua



Fonte: *European journal of Innovation management* (2011) Texto de origem européia

Figura 3 - Revista 3M sobre operações de crescimento

The McKnight Principles

William McKnight became president of 3M Company in 1929 and chairman of the board in 1949. The principles that he set out during his tenure remain the backbone of our values and culture today. Among them are the principles of initiative and autonomy, captured in his words from 1948:

“As our business grows, it becomes increasingly necessary to delegate responsibility and to encourage men and women to exercise their initiative.

“Mistakes will be made. But if a person is essentially right, the mistakes he or she makes are not as serious in the long run as the mistakes management will make if it undertakes to tell those in authority exactly how they must do their jobs.

“Hire good people and leave them alone.”

Creative freedom

Ideas need the freedom to grow, which is why our culture works hard to cultivate creative thinking. It is found in every corner of our business. We encourage our employees to challenge the status quo and give them the freedom to explore new ideas.

Our researchers and scientists have the opportunity to spend 15 per cent of their time on projects of their own choice. This frees them up from their day-to-day work and fuels their enthusiasm to identify innovative solutions to the challenges facing our customers.

This is the culture that lies behind thousands of products that 3M has introduced over the years.

Fonte: 3M company (2015) Texto de origem norte americano

Assim, segundo afirma Mandala (2011), a 3M investe na “Regra dos 15%” onde a empresa incentiva os funcionários a gastarem 15% do seu tempo trabalhando em projetos internos e externos que lhes interessam, com o entendimento de que alguns desses projetos podem eventualmente se tornar produtos ou serviços que a empresa pode vender.

Portanto, a literatura liberalista sobre empreendedorismo corporativo mostra que existem certas características ao nível da empresa que pode explicar a condutividade do empreendedor corporativo em seu ambiente. Incluindo apoio à gestão, recompensa, sistemas e discricionariedade no trabalho examinando a relação entre empreendedorismo corporativo e inovação.

5. CONCLUSÃO

Em virtude do estudo apresentado, pode ser considerado que o motivo para a realização se justifica pela importância do empreendedor corporativo dentro das organizações atualmente, como forma de aprimorar os processos gerenciais e enfatizar a utilização de mecanismos, do mesmo modo que, a implementação seja observada e acompanhada periodicamente com o fim de exercer os possíveis resultados de seu empreendimento.

O problema de pesquisa implica em como o empreendedor corporativo pode garantir resultados significativos para empresa? Demonstrando que o perfil de empreendedor corporativo (ou intraempreendedor) é um profissional que, dentro de uma organização, aplica suas habilidades empreendedoras para criar, inovar e gerar valor, muitas vezes com menos risco pessoal, mas com um grande impacto no negócio. Ele é capaz de pensar como um empreendedor, mas opera dentro dos limites e das estruturas de uma empresa maior, demonstrando a importância o apoio dos colaboradores dentro das empresas.

Com o método de pesquisa bibliográfico, foi possível imergir nos conjuntos de dados pesquisados, compreendendo o tema de acordo com os princípios específicos, não apenas com os documentos registrados, bem como outras publicações e impressões sobre o assunto. Ademais, os resultados mais significativos para consideração, revela que tanto o problema de pesquisa quanto os objetivos foram alcançados, visto que as resoluções apresentadas, demonstram como o empreendedor corporativo impacta significativamente nas lideranças organizacionais, melhorando a eficiência nos negócios de sua própria organização.

Portanto, iniciar projetos de empreendedorismo corporativo é uma tarefa vital para a o sucesso das organizações. Muitas empresas começam com pequenas equipes e mandatos da alta liderança com a finalidade de obter o consentimento da alta gerência em relação aos objetivos, metas e caminho adequado do projeto.

O corporativismo eficaz entre a gerência e a força de trabalho é importante para o consenso. Ele garantirá suporte para a iniciativa e promoverá as partes interessadas internas. A união de colaboradores é um fator crucial mesmo depois que um programa de empreendedorismo corporativo tenha um histórico comprovado, a construção de novos negócios geralmente requer ajuda de

pessoas de toda a empresa, especialmente durante o nascimento até expansão do negócio.

Por fim, importante ressaltar que o estudo foi desenvolvido de forma qualitativa, pois não utiliza métodos de medição como gráficos, números ou estatísticas, sendo apresentado um único estudo de caso específico, por meio de um empreendedor corporativo. Como estudos futuros, sugere-se investigar e desenvolver um novo estudo com uma metodologia quantitativa, que possa aprofundar o conhecimento na área, estendendo a outros empreendedores na mesma categoria e testar sua eficácia de forma específica, usando ferramentas de comparação e resultados.

REFERÊNCIAS

ABRANCHES, R. DAMACENO, K. F. **Empreendedorismo corporativo: Uma mudança no comportamento organizacional para obtenção da competitividade.** Revista da Faculdade de Ciências sociais aplicadas do Sul de Minas - Facesm. 2005. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos05/303_Empreend.Corporativo.revisadokarina.pdf. Acesso em: 15 Set. 2024.

ANDRADE, M.M. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico.** 10ª ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2010.

ANTONCIC, B.; HISRICH, RD (2003) **Esclarecendo o conceito de intraempreendedorismo.** *Journal Of Small Business and Enterprise Development.* Vol. 10 nr.1, pp. .7-24. Acesso em:08/09/2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/14626000310461187>.

BARBOSA, R. E. **Empreendedorismo: Seu desenvolvimento, como é o seu ensino, e a sua importância aos jovens.** Revista do Departamento de Administração da FEA. Ed, Vol. 7, 2012. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/caadm/article/view/27391>. Acesso em: 31 Ago. 2024.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa.** 3 ed. São Paulo: Cultura, 2004.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo Corporativo: Como ser um empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa.** Rio de Janeiro: LTC, 2017.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor e se diferenciar em organizações estabelecidas.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DRUCKER, P. F. (1985). **Innovation and entrepreneurship.** New York: Harper & Row.

GEHLEN, L. **Empreendedorismo corporativo: Aspectos de inovação e mudança organizacional.** Revista Gestão e Desenvolvimento. 2024. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/download/1050/1471/2986>, Acesso em: 15 Set. 2024.

GERHARDT, T. E., & SILVEIRA, D. T. (2009). **Métodos de pesquisa.** (Organizadores) Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de

Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. Porto Alegre: Editora da UFRGS.

GHOSHAL, S.; BARTLETT, C. A. **Changing the role of top management: beyond structure to process.** Harvard Business Review, 1995. Jan.-Feb., p. 86-96.

HENRIQUE, Daniel Cristian, CUNHA, Sieglinde Kindl da. **Definições e formas de empreendedorismo corporativo: uma revisão teórica.** Revista Administração de empresas. Vol. 1, 2012. Acesso em: 15 Set. 2024.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael. P. **Empreendedorismo.** 5° ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBIE - Instituto Brasileiro de Intraempreendedorismo. 2006. **O Valor das pessoas no desafio de inovar.** Revista Exame. Ed. 864, ano 40, no. 6, p. 65-78.

MANDALA, S. **Why Leading Companies Like Google and 3M Encourage a Flow State at Work | Sneha Mandala - Specialist in Sustainable Peak Performance.** Disponível em: <https://snehamandala.com/why-leading-companies-like-google-and-ideo-encourage-a-flow-state-at-work/>. Acesso em: 28 Set. 2024.

PETERS, T.J.; WATERMAN, R.H. **In search of excellence. Lessons from America's best-run companies.** London: Harper & Row, 1982.

SAVOIA, Alberto; COPELAND, Patrick. **Entrepreneurial Innovation at Google.** 2011 – IEEE Computer Society. Disponível em: <https://static.googleusercontent.com/media/research.google.com/pt-BR//pubs/archive/41469.pdf> Acesso em: 26 dez. 2024.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. (2005). **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação.** 4. ed. Rev. Atual. Florianópolis: UFSC.

TAVARES, Francisco Claudio; SILVA, Gerson Gonçalves da; VIEIRA, Telma Maria. **Gestão Comercial: Olhares múltiplos na gerência de recursos.** Rio de Janeiro: Rede, 2020.

TIDD, J., BESSANT, J. E PAVITT, K. (2003), **Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change.** John Wiley & Sons, Chichester.

3M COMPANY. **A century of innovation: the 3M story.** St. Paul, Mn: 3M Co, 2015.

TUSHMAN, M. L. O'REILLY III, C. **The Ambidextrous Organization. Managing Evolutionary and Revolutionary Change.** In: TUSHMAN, M.L.; ANDERSON, P. (Eds.), **Managing Strategic Innovation and Change - A Collection of Readings.** New York: Oxford University Press, 2004, 2nd edition, 2004. p. 276-291.

VERRE, Caroline. **O que é empreendedorismo corporativo e qual é seu impacto?** Disponível em: <https://blog.singularityubrazil.com/blog/empreendedorismo-corporativo/#:~:text=A%20empresa%20permite%20que%20seus,como%20uma%20I%C3%ADder%20nesse%20sentido>. Acesso em: 27 dez. 2024

"Os conteúdos expressos no trabalho, assim como os direitos autorais de figuras e dados, bem como sua revisão ortográfica e das normas ABNT são de inteira responsabilidade do(s) autor(es)."