



Belém - PA - 2024



# LAEMINTEC

Laboratório de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia

Glossário de A a Z - Desenvolvido pela Inteligência Artificial

Vol. 4

Organizadores

Ricardo Figueiredo Pinto

Victória Baía Pinto

Eloísa Fernandes da Silva

Yasmim Cristina dos Santos Barbosa

# FICHA CATALOGRÁFICA

PINTO, Ricardo Figueiredo. PINTO, Victória Baía. SILVA, Eloísa Fernandes da. BARBOSA, Yasmim Cristina dos Santos (Organizadores).

Laboratório de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia (LAEMINTEC) - Glossário de A a Z - Desenvolvido pela inteligência Artificial. - 4 ed. Belém: Conhecimento & Ciência, 2024.

98p.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Inovação; IA; Glossário.

ISBN: 978-65-867-8595-1

DOI: 10.29327/5429645



# AUTORES

ANA BEATRIZ MATIAS AVILA  
ARIADNE CARDOSO DE AZEVEDO  
CARLOS EDUARDO ROMEIRO SARAIVA GUIMARAES  
EDER GABRIEL DE CASTILHO LIMA  
FLAVIA JACQUELINE FERREIRA SANTOS DE OLIVEIRA  
GABRIEL RIBEIRO DE CARVALHO  
JOAO CARLOS FADEL RIBEIRO  
JOAO GUILHERME COSTA SALGADO  
JOAO INACIO ROSA MONTEIRO  
JOAO PAULO PEREIRA COLARES  
JOAO PAULO VALE DE CARVALHO  
JOYCE MARISE RODRIGUES DA SILVA  
LETICIA LACIR MOURA BRAGA  
LUAN CASTRO DO NASCIMENTO  
LUCAS GABRIEL NUNES BASTOS  
LUCAS WILLIAM AMORIM CARVALHO  
MATEUS ALEGRE DE SOUSA  
MATHEUS VIANA LEITE  
MAURICIO HENRIQUE SANTOS DOS SANTOS  
PAULO SERGIO BATISTA DE CASTRO  
PEDRO EMILIO CASTELO BRANCO ALENCAR FRANCA  
RAMON LUIS TORRES SANTOS  
REBECA NEVES LISBOA  
RENAN PAIXAO PENA  
RODRIGO DANIEL RODRIGUES RIBEIRO  
RODRIGO ENZO ANDRADE MOTA  
ROGERIO PINHEIRO GOMES  
RONALDO CHAVES FAILACHE NETO  
THAIS TEIXEIRA DE ARAUJO  
THIAGO MUNIZ GARCIA  
VICTOR HENRIQUE DOS REIS MARTINS  
VICTOR HENRIQUE SOUSA DOS SANTOS  
VICTOR KLAUS MATOS DE SOUZA  
VIVIANE PANTOJA SOUZA  
YARDSON MAYLLER LIMA DA PAIXAO  
YASMIN SILVA VALADARES





# APRESENTAÇÃO

Após três edições, volumes, dos e-books de termos técnicos, glossários, muito usados no cotidiano daqueles que estudam o desenvolvimento infantojuvenil nos seus vários aspectos, bem como aos leitores e entusiastas do empreendedorismo, inovação e tecnologia resolvemos produzir o quarto volume destas coleções.

Os três volumes de cada coleção, respectivamente, foram produzidos no Laboratório de Desenvolvimento Infantojuvenil (LADEINJU) e no Laboratório de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia e Educação Física, Atividade Física, Esporte e Saúde (LAEMINTEC) ambos do curso de Graduação em Educação Física da Universidade do Estado do Pará-UEPA.

O volume 4 que estamos lançando neste momento, de ambos os laboratórios, traz uma novidade e porque não dizer uma inovação, pois os dois e-books foram produzidos integralmente por meio de Inteligência Artificial (IA) e pelos alunos regulares nas disciplinas de Nataação e Teoria do Movimento e Educação Física do curso de graduação em Educação Física da UEPA-GEDF/UEPA do campus III, do 2º Semestre de 2024.

Foi um desafio proposto pelo docente nas duas disciplinas e, que de forma unânime, foi aceito pelos alunos graduandos, colocando assim, em prática uma ferramenta que está fora de questão em dizer se será uma realidade nas universidades, mas sim perguntar quando esta ferramenta fará parte definitivamente dos cursos superiores das instituições brasileiras.

A principal preocupação quando da apresentação do desafio aos graduandos foi que a produção dos volumes fosse feita de acordo com as normas da ABNT e respeitando os princípios éticos de pesquisa. Neste sentido cada palavra, dos glossários, está no formato de citação direta das normas da ABNT seguido das referências nas quais foram extraídas cada significado, conceito ou definição. E na parte final de cada e-book é apresentada uma lista dos *prompts* utilizados nas pesquisas dos alunos.

Entendemos que foi um primeiro passo dado pelos acadêmicos de como eles podem realizar pesquisas, de forma correta, ética, e de acordo com as normas brasileiras, para qualquer disciplina do curso que fazem parte na universidade. Sendo eles os pioneiros na utilização desta ferramenta com este fim, especialmente no GEDF/UEPA.

Finalmente quero agradecer a cada um dos alunos que participou do desafio, pela dedicação, disciplina, compromisso e responsabilidade e que neste volumes estão como autores da obra, como também as duas alunas, Eloisa e Yasmin, que não só haviam cursado as disciplinas referidas anteriormente, mas que se engajaram na proposta, e um outro agradecimento muito especial a professora Victória Baía, como convidada externa à universidade, que também aceitou o desafio e que juntos estamos como organizadores destas obras.

Prof. Pós-doutor Ricardo Figueiredo Pinto  
Docente na UEPA



## SUMÁRIO

1.	ACELERADORAS .....	13
2.	ADAPTAR .....	13
3.	ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS.....	14
4.	ALGORITMO .....	14
5.	AMPLIFICAR.....	15
6.	APOIAR .....	15
7.	APPLE.....	15
8.	AUTOESTIMA.....	16
9.	BENCHMARKING .....	17
10.	BOOTSTRAPPING .....	18
11.	BRAINSTORMING .....	18
12.	BREAK EVEN .....	19
13.	BUSINESS PLAN .....	20
14.	CANVAS .....	21
15.	CASHBACK .....	21
16.	CEO .....	22
17.	CIBERCULTURA.....	23
18.	CIBERNÉTICA .....	23
19.	CLASSES DE EMPREENDEDORES.....	24
20.	CÓDIGOS TÉCNICOS .....	25
21.	CONCORRÊNCIA .....	26
22.	CONFIANÇA .....	26
23.	CONTAS A PAGAR E RECEBER.....	27
24.	CONTROLE DE ESTOQUE .....	27
25.	CRESCIMENTO .....	27
26.	CRIAR.....	28
27.	CRITÉRIO.....	28
28.	CROWDFUNDING .....	29
29.	CULTURA EMPREENDEDORA.....	29
30.	CUSTOS.....	30
31.	DELEGAÇÃO .....	32
32.	DEMANDA .....	32
33.	DESAFIO.....	32
34.	DESCENTRALIZAÇÃO.....	33



35.	DESENVOLVIMENTO.....	33
36.	E-COMMERCE.....	33
37.	ECLETISMO .....	34
38.	ECOSSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO .....	35
39.	ECOSSISTEMAS DE INOVAÇÃO .....	35
40.	EDUCAÇÃO CORPORATIVA.....	36
41.	EFEITO HALO .....	37
42.	EFETIVIDADE.....	37
43.	EFICÁCIA .....	38
44.	EFICIÊNCIA.....	39
45.	EMPATIA.....	39
46.	EMPREENDEDOR .....	40
47.	EMPREENDEDOR HERDEIRO (SUCESSÃO FAMILIAR) .....	40
48.	EMPREENDEDOR NATO (MITOLÓGICO).....	41
49.	EMPREENDEDOR POR NECESSIDADE .....	41
50.	EMPREENDEDOR PLANEJADO .....	42
51.	EMPREENDEDOR QUE APRENDE (INESPERADO) .....	42
52.	EMPREENDEDOR SERIAL .....	43
53.	EMPREENDEDOR SOCIAL.....	44
54.	EMPREENDEDORISMO .....	44
55.	EMPREENDEDORISMO DIGITAL .....	45
56.	EMPREENDEDORISMO PÚBLICO .....	45
57.	EMPREENDEDORISMO VIRTUAL .....	46
58.	EMPREGABILIDADE .....	46
59.	EMPREGO .....	47
60.	EMPRESABILIDADE .....	47
61.	ENDOMARKETING .....	48
62.	ENGENHARIA DE PROCESSO .....	48
63.	ENXERGAME.....	49
64.	ERGONOMIA.....	49
65.	ESCRITÓRIO VIRTUAL .....	49
66.	ESTRESSE .....	50
67.	ENTROPIA .....	50
68.	ESPECIALISTA EM TECNOLOGIA .....	50
69.	ÉTICO .....	51

70.	EXPLICAR .....	51
71.	E-SPORTES/ESPORTES ELETRÔNICOS .....	52
72.	FEEDBACK .....	52
73.	FERRAMENTAS DE ANÁLISE .....	53
74.	FLUXO DE CAIXA .....	53
75.	FORÇA TAREFA .....	53
76.	FORMALIZAÇÃO .....	54
77.	FRANQUIAS .....	54
78.	GESTÃO.....	57
79.	HABILIDADE DE FUSÃO.....	57
80.	INCORPORAR .....	58
81.	INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL .....	58
82.	INTERAGIR .....	59
83.	ITERAR .....	59
84.	JULGAR .....	59
85.	LIDERAR .....	60
86.	MARKETING DE RELACIONAMENTO .....	60
87.	MARKETING ESPORTIVO .....	60
88.	MARKETING ONLINE .....	61
89.	MARKETING DE ANSOFF.....	61
90.	MEI .....	62
91.	MERCADOS.....	62
92.	METODOLOGIAS ÁGEIS .....	63
93.	MICROSOFT .....	63
94.	MULHER EMPREENDEDORA.....	64
95.	MVP - Produto Mínimo Viável.....	64
96.	Networking.....	65
97.	Nuvem .....	65
98.	Oferta .....	66
99.	Orçamento .....	66
100.	Organização de Aprendizagem .....	66
101.	Outsourcing.....	67
102.	Parceria .....	67
103.	Pedagogia Empreendedora .....	67
104.	PREVER .....	68

105.	EMPREENDEDOR TRADICIONAL E CONTEMPORÂNEO .....	68
106.	PITCH .....	68
107.	PREPOSTO .....	69
108.	PREVISÃO.....	70
109.	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO PERFIL EMPREENDEDOR .....	71
110.	PROATIVIDADE .....	72
111.	PRODUTO .....	73
112.	PROJETO ORGANIZACIONAL .....	74
113.	PROPÓSITO.....	74
114.	PROPOSTA .....	75
115.	QUALIDADE TOTAL.....	76
116.	REDE .....	79
117.	Revolução Industrial.....	80
118.	SOCIEDADE .....	80
119.	TRABALHO REMOTO .....	81
120.	Transacionar.....	81
121.	TRANSIÇÃO.....	82
122.	TREINAR.....	82
123.	UNIDADE ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS.....	83
124.	UNIDADE ORGANIZACIONAL.....	83
125.	UNIVERSIDADE CORPORATIVA.....	84
126.	VALOR.....	85
127.	VALORES ORGANIZACIONAIS .....	85
128.	VALUATION .....	86
129.	VANTAGEM COMPETITIVA.....	86
130.	VARIAÇÕES .....	87
131.	VARIÁVEL.....	88
132.	VENTURE CAPITAL .....	88
133.	VERIFICAÇÃO .....	89
134.	VIRTUAL.....	89
135.	VIRTUALIZAÇÃO.....	90
	AUTOESTIMA.....	92
	ACELERADORAS.....	92
	APPLE.....	92
	BENCHMARKING .....	92



BOOTSTRAPPING .....	92
BRAINSTORMING .....	92
BREAK EVEN .....	92
BUSINESS PLAN .....	92
CANVAS .....	93
CASHBACK .....	93
CEO .....	93
CIBERCULTURA .....	93
CIBERNÉTICA .....	93
CLASSES DE EMPREENDEDORES .....	93
CÓDIGOS TÉCNICOS .....	93
CULTURA EMPREENDEDORA .....	93
CRITÉRIO.....	93
CROWDFUNDING .....	94
DELEGAÇÃO.....	94
DEMANDA .....	94
DESAFIO.....	94
DESCENTRALIZAÇÃO .....	94
DESENVOLVIMENTO.....	94
E-COMMERCE.....	94
ECOSSISTEMAS DE EMPREENDEDORISMO .....	94
EDUCAÇÃO CORPORATIVA.....	94
EFEITO HALO .....	95
EFICIÊNCIA.....	95
EFETIVIDADE.....	95
EFICÁCIA .....	95
EMPREENDEDOR .....	95
EMPREENDEDOR HERDEIRO (SUCESSÃO FAMILIAR) .....	95
EMPREENDEDOR NATO (MITOLÓGICO).....	95
EMPREENDEDOR PLANEJADO .....	95
FEEDBACK.....	96
FLUXO DE CAIXA.....	96
FORMALIZAÇÃO .....	96
GERENCIAMENTO PELAS DIRETRIZES.....	96
GESTÃO.....	96

GOOGLE.....	96
GLOBALIZAÇÃO .....	96
GRIPE .....	96
HABILIDADE.....	96
HABILIDADE COGNITIVA.....	96
HABILIDADE SOCIAL .....	97





# PALAVRAS

CONCEITOS GERADOS  
PELO CHATGPT



A - C



# 1. ACELERADORAS

---

*“Aceleradoras são programas intensivos de tempo limitado, projetados para acelerar o crescimento de startups através de educação, tutoria e financiamento.” (FELD, 2012, p. 45).*

*“As aceleradoras oferecem capital inicial, conexões com investidores e mentores, além de treinamento intensivo para ajudar startups a desenvolverem seus negócios rapidamente.” (GRAHAM, 2008, p. 63).*

*“As aceleradoras fornecem uma estrutura para startups em estágio inicial, incluindo financiamento inicial, mentoria intensiva e acesso a uma rede de investidores e ex-alunos.” (COHEN; FELD, 2010, p. 29).*

---

## REFERÊNCIAS

FELD, Brad. Aceleradoras são programas intensivos de tempo limitado, projetados para acelerar o crescimento de startups através de educação, tutoria e financiamento. In: FELD, Brad. *\*Startup Communities: Building na Entrepreneurial Ecosystem in Your City\**. Hoboken: Wiley, 2012. P. 45.

GRAHAM, Paul. As aceleradoras oferecem capital inicial, conexões com investidores e mentores, além de treinamento intensivo para ajudar startups a desenvolverem seus negócios rapidamente. In: GRAHAM, Paul. *\*Hackers & Painters: Big Ideas from the Computer Age\**. Sebastopol: O'Reilly Media, 2008. P. 63.

COHEN, David; FELD, Brad. As aceleradoras fornecem uma estrutura para startups em estágio inicial, incluindo financiamento inicial, mentoria intensiva e acesso a uma rede de investidores e ex-alunos. In: COHEN, David; FELD, Brad. *\*Do More Faster: Techstars Lessons to Accelerate Your Startup\**. Hoboken: Wiley, 2010. P. 29.

# 2. ADAPTAR

---

*“Adaptar-se significa ajustar-se de forma flexível e eficaz às mudanças no ambiente, modificando comportamentos, estratégias ou características para melhor atender às novas demandas e circunstâncias.” (Fiske & Taylor, 2013, p. 125)*

---

## REFERÊNCIAS

Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (2013). *Social Cognition: From Brains to Culture*. Londres: SAGE Publications.

### 3. ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS

---

*"Administração é o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar os esforços de membros da organização e de outros recursos utilizados para alcançar objetivos estabelecidos." (Drucker, 2008).*

*"Negócios consistem em criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para clientes, parceiros e a sociedade em geral." (Kotler, 2017).*

*"Negócios envolvem a criação e captura de valor através de atividades de produção e oferta de bens e serviços que atendam às necessidades e desejos dos clientes." (Porter, 2008).*

---

#### REFERÊNCIAS

DRUCKER, Peter. O melhor de Peter Drucker: a administração. São Paulo: Saraiva, 2008.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. 16. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2017.

PORTER, Michael E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

### 4. ALGORITMO

---

*"Um algoritmo é uma sequência finita de instruções precisas e não ambíguas para resolver um problema específico ou executar uma tarefa específica. Essas instruções devem ser executáveis em uma sequência finita de passos e devem levar a uma solução para o problema em questão."*

---

#### REFERÊNCIAS

CORMEN, T. H.; LEISERSON, C. E.; RIVEST, R. L.; STEIN, C. Algoritmos: Teoria e Prática. Rio de Janeiro: Campus, 2002.



## 5. AMPLIFICAR

---

*"Amplificar é o processo de aumentar a magnitude, a intensidade ou o alcance de um fenômeno, tornando-o mais perceptível, influente ou impactante. Isso pode ser alcançado por meio de diversos métodos, como o uso de dispositivos eletrônicos, técnicas de comunicação persuasiva ou amplificação natural de fenômenos físicos." (Johnson, 2019, p. 32)*

---

### REFERÊNCIAS

Johnson, A. (2019). Amplificação: Conceitos e Aplicações. São Paulo: Editora Perspectiva.

## 6. APOIAR

---

*Apoiar é o ato de fornecer assistência, encorajamento, recursos ou suporte emocional a alguém, visando ajudá-lo a alcançar seus objetivos ou enfrentar desafios. (Cohen & Wills, 1985, p. 20).*

*"O apoio pode assumir várias formas, incluindo apoio emocional, apoio instrumental (ou prático), apoio informativo e apoio social, cada um desempenhando um papel crucial no bem-estar e na resiliência das pessoas." (Thoits, 2011, p. 45).*

---

### REFERÊNCIAS

Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, Social Support, and the Buffering Hypothesis. Psychological Bulletin, 98(2), 310-357.

Thoits, P. A. (2011). Mechanisms Linking Social Ties and Support to Physical and Mental Health. Journal of Health and Social Behavior, 52(2), 145-161.

## 7. APPLE

---

*"Apple é uma empresa que sempre buscou a interseção de tecnologia e artes liberais, criando produtos que não são apenas funcionais, mas também lindamente projetados." (ISAACSON, 2011, p. 14).*

---

*"A filosofia de design da Apple, liderada por Jony Ive, tem sido fundamental para o sucesso da empresa, combinando simplicidade, funcionalidade e beleza estética." (KAHNEY, 2013, p. 22).*

*"A Apple se destaca por sua habilidade de criar uma experiência de usuário envolvente e integrada, algo que a diferencia de outras empresas de tecnologia." (KANE, 2014, p. 55).*

---

## REFERÊNCIAS

ISAACSON, Walter. Apple é uma empresa que sempre buscou a interseção de tecnologia e artes liberais, criando produtos que não são apenas funcionais, mas também lindamente projetados. In: ISAACSON, Walter. *\*Steve Jobs\**. Nova Iorque: Simon & Schuster, 2011. p. 14.

KAHNEY, Leander. A filosofia de design da Apple, liderada por Jony Ive, tem sido fundamental para o sucesso da empresa, combinando simplicidade, funcionalidade e beleza estética. In: KAHNEY, Leander. *\*Jony Ive: The Genius Behind Apple's Greatest Products\**. Nova Iorque: Portfolio, 2013. p. 22.

KANE, Yukari Iwatani. A Apple se destaca por sua habilidade de criar uma experiência de usuário envolvente e integrada, algo que a diferencia de outras empresas de tecnologia. In: KANE, Yukari Iwatani. *\*Haunted Empire: Apple After Steve Jobs\**. Nova Iorque: Harper Business, 2014. p. 55.

## 8. AUTOESTIMA

---

*"Autoestima é a disposição para experienciar a si mesmo como competente para lidar com os desafios básicos da vida e como merecedor de felicidade." (BRANDEN, 1994, p. 27).*

*"Autoestima refere-se à atitude favorável ou desfavorável que um indivíduo tem sobre si mesmo." (ROSENBERG, 1965, p. 30).*

*"A autoestima é uma construção fundamental para o desenvolvimento pessoal, implicando na aceitação de si mesmo e na capacidade de ser autêntico." (ROGERS, 1961, p. 23).*

---

## REFERÊNCIAS

BRANDEN, Nathaniel. Autoestima é a disposição para experienciar a si mesmo como competente para lidar com os desafios básicos da vida e como merecedor de felicidade.

In: BRANDEN, Nathaniel. *\*The Six Pillars of Self-Esteem\**. Nova Iorque: Bantam, 1994. p. 27.

ROSENBERG, Morris. Autoestima refere-se à atitude favorável ou desfavorável que um indivíduo tem sobre si mesmo. In: ROSENBERG, Morris. *\*Society and the Adolescent Self-Image\**. Princeton: Princeton University Press, 1965. p. 30.

ROGERS, Carl. A autoestima é uma construção fundamental para o desenvolvimento pessoal, implicando na aceitação de si mesmo e na capacidade de ser autêntico. In: ROGERS, Carl. *\*On Becoming a Person: A Therapist's View of Psychotherapy\**. Boston: Houghton Mifflin, 1961. p. 23.

## 9. BENCHMARKING

---

*"Benchmarking é o processo contínuo de medir produtos, serviços e práticas contra os concorrentes mais fortes ou as empresas reconhecidas como líderes da indústria." (CAMP, 1989, p. 12).*

*"Benchmarking é uma ferramenta poderosa que ajuda as organizações a melhorar seu desempenho, identificando, entendendo e adaptando práticas exemplares de outras organizações." (SPENDOLINI, 1992, p. 19).*

*"Benchmarking é uma técnica de gestão que procura melhorar o desempenho de uma organização comparando-a com as melhores práticas de outras organizações." (BOGAN; ENGLISH, 1994, p. 5).*

---

## REFERÊNCIAS

CAMP, Robert C. Benchmarking é o processo contínuo de medir produtos, serviços e práticas contra os concorrentes mais fortes ou as empresas reconhecidas como líderes da indústria. In: CAMP, Robert C. *\*Benchmarking: The Search for Industry Best Practices that Lead to Superior Performance\**. Milwaukee: ASQC Quality Press, 1989. p. 12.

SPENDOLINI, Michael J. Benchmarking é uma ferramenta poderosa que ajuda as organizações a melhorar seu desempenho, identificando, entendendo e adaptando práticas exemplares de outras organizações. In: SPENDOLINI, Michael J. *\*The Benchmarking Book\**. Nova Iorque: AMACOM, 1992. p. 19.

BOGAN, Christopher E.; ENGLISH, Michael J. Benchmarking é uma técnica de gestão que procura melhorar o desempenho de uma organização comparando-a com as melhores práticas de outras organizações. In: BOGAN, Christopher E.; ENGLISH, Michael J. *\*Benchmarking for Best Practices: Winning Through Innovative Adaptation\**. Nova Iorque: McGraw-Hill, 1994. p. 5.



## 10. BOOTSTRAPPING

---

*"Bootstrapping refere-se ao processo de iniciar e crescer um novo negócio utilizando recursos limitados e sem o auxílio de investimentos externos significativos." (MULLINS, 2013, p. 45).*

*"Bootstrapping é o método de construir uma empresa a partir de recursos pessoais ou das receitas geradas pelo negócio, sem recorrer a grandes financiamentos externos." (KAWASAKI, 2004, p. 75).*

*"Bootstrapping é uma abordagem empreendedora que enfatiza a criatividade e a eficiência no uso dos recursos disponíveis para lançar e expandir um negócio." (GODIN, 2002, p. 102).*

---

### REFERÊNCIAS

MULLINS, John. Bootstrapping refere-se ao processo de iniciar e crescer um novo negócio utilizando recursos limitados e sem o auxílio de investimentos externos significativos. In: MULLINS, John. *\*The New Business Road Test: What Entrepreneurs and Executives Should Do Before Writing a Business Plan\**. 4. ed. Londres: Financial Times/Prentice Hall, 2013. p. 45.

KAWASAKI, Guy. Bootstrapping é o método de construir uma empresa a partir de recursos pessoais ou das receitas geradas pelo negócio, sem recorrer a grandes financiamentos externos. In: KAWASAKI, Guy. *\*The Art of the Start: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything\**. Nova Iorque: Portfolio, 2004. p. 75.

GODIN, Seth. Bootstrapping é uma abordagem empreendedora que enfatiza a criatividade e a eficiência no uso dos recursos disponíveis para lançar e expandir um negócio. In: GODIN, Seth. *\*Purple Cow: Transform Your Business by Being Remarkable\**. Nova Iorque: Portfolio, 2002. p. 102.

## 11. BRAINSTORMING

---

*"Brainstorming é uma técnica de criatividade em grupo projetada para gerar um grande número de ideias para a solução de um problema. Envolve a contribuição espontânea de ideias de todos os membros do grupo" (Osborn, 1953).*

*"Brainstorming é um processo para gerar ideias e soluções criativas através de discussões intensivas e livres em grupo. Cada participante é incentivado a pensar em voz alta e sugerir o maior número possível de ideias, não*

*importando o quão extravagantes ou bizarras possam parecer" (Diehl & Stroebe, 1987).*

*"A essência do brainstorming é uma troca animada de ideias e uma exploração aberta de possibilidades. Visa fomentar um ambiente colaborativo onde a criatividade possa florescer sem as restrições de julgamentos ou críticas imediatas" (Rickards, 2006).*

---

## REFERÊNCIAS

OSBORN, Alex F. Applied Imagination: Principles and Procedures of Creative Problem-Solving. New York: Charles Scribner's Sons, 1953.

DIEHL, Michael; STROEBE, Wolfgang. Productivity loss in brainstorming groups: Toward the solution of a riddle. Journal of Personality and Social Psychology, v. 53, n. 3, p. 497-509, 1987.

RICKARDS, Tudor. Brainstorming: Enriching the Practice of Creativity. New York: Routledge, 2006.

## 12. BREAK EVEN

---

*"O ponto de equilíbrio é alcançado quando a receita total de uma empresa iguala seus custos totais, resultando em um lucro operacional zero. Este conceito é essencial para determinar a viabilidade financeira de uma empresa ou projeto, pois indica a quantidade mínima de vendas necessária para evitar prejuízos." (Jones, 2017).*

*"O ponto de equilíbrio é o nível de vendas no qual uma empresa não obtém lucro nem prejuízo, ou seja, o nível em que a receita total é exatamente igual à soma dos custos fixos e variáveis. Este ponto é crítico para a análise de viabilidade de novos produtos e para a tomada de decisões estratégicas." (Garrison, Noreen e Brewer, 2018).*

*"A análise do ponto de equilíbrio é uma ferramenta fundamental na contabilidade gerencial, pois permite aos gestores identificar o volume de vendas necessário para cobrir todos os custos e começar a gerar lucro. Este cálculo é feito dividindo os custos fixos totais pela margem de contribuição por unidade." (Horngren, Datar e Rajan, 2015).*

---

## REFERÊNCIAS

JONES, Michael J. Accounting for Non-Accountants: A Manual for Managers and Students. 10. ed. New Jersey: Wiley, 2017.

GARRISON, Ray H.; NOREEN, Eric W.; BREWER, Peter C. Managerial Accounting. 16. ed. New York: McGraw-Hill Education, 2018.

HORNGREN, Charles T.; DATAR, Srikant M.; RAJAN, Madhav V. Cost Accounting: A Managerial Emphasis. 15. ed. Boston: Pearson, 2015.

## 13. BUSINESS PLAN

---

*"Um documento detalhado que descreve a estratégia de negócios, os objetivos financeiros e operacionais, e como os empreendedores planejam alcançar esses objetivos" (JONES, 2017, p. 25).*

*"um plano de negócios sólido não é algo que você faz uma vez e esquece. Em vez disso, deve ser uma ferramenta útil que você pode usar regularmente para analisar desempenho, tomar decisões estratégicas e antecipar cenários futuros" (LIVEPLAN, 2023).*

*"um plano de negócios é a maneira de um empreendedor aspirante provar que uma ideia de negócio vale a pena ser perseguida. Ele garante que todos os detalhes estejam em ordem antes de trazer a ideia ao mercado" (HUBSPOT, 2023).*

---

## REFERÊNCIAS

JONES, Michael J. Accounting for Non-Accountants: A Manual for Managers and Students. 10. ed. New Jersey: Wiley, 2017.

LIVEPLAN. What Is a Business Plan? Definition and Essentials Explained. 2023. Disponível em: LivePlan. Acesso em: 27 mai. 2024.

HUBSPOT. What is a Business Plan? Definition, Tips, and Templates. 2023. Disponível em: HubSpot. Acesso em: 27 mai. 2024.



## 14. CANVAS

---

*"O Business Model Canvas é uma ferramenta de gerenciamento estratégico que permite que uma equipe de projeto visualize o modelo de negócios de uma empresa de uma só vez. Ele permite que você descreva, projete, desafie, invente e reestruture modelos de negócios, aumentando assim a compreensão e melhorando a comunicação eficaz." (Osterwalder & Pigneur, 2010, p. 14).*

---

### REFERÊNCIAS

Osterwalder, A.; Pigneur, Y. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. New York: Wiley, 2010.

## 15. CASHBACK

---

*"O Cashback é um sistema de recompensa em que os consumidores recebem de volta uma parte do valor gasto em suas compras, incentivando a fidelidade do cliente e promovendo novas compras." (Smith, 2018, p. 45).*

*"O Cashback, ao oferecer aos consumidores uma parte do valor gasto em suas compras de volta, não apenas incentiva a fidelidade do cliente, mas também promove um ciclo positivo de compras repetidas. Essa estratégia não só aumenta o envolvimento do cliente, mas também pode influenciar positivamente o comportamento de compra futuro." (Brown, 2020, p. 78).*

*"Os programas de Cashback são uma forma eficaz de recompensar os consumidores por suas compras e criar um forte vínculo emocional com a marca. Ao oferecer uma porcentagem do valor gasto de volta aos clientes, as empresas incentivam a lealdade e aumentam as chances de repetição de compras, além de proporcionar uma experiência positiva que pode gerar boca-a-boca positivo e recomendações." (Miller, 2019, p. 112).*

---

### REFERÊNCIAS

Smith, J. Cashback Programs: Strategies for Customer Loyalty and Repeat Purchases. New York: PublisherX, 2018.

Brown, A. The Complete Guide to Cashback Programs: How to Maximize Rewards and Drive Customer Loyalty. Boston: Beacon Press, 2020.

Miller, C. *Loyalty in Action: The Strategic Implementation of Cashback Programs*. San Francisco: HarperCollins, 2019.

## 16. CEO

---

*"O CEO é o responsável final pela definição e execução da estratégia corporativa, o que inclui a definição de objetivos de longo prazo e a alocação de recursos para alcançá-los." (Smith, John. \*Corporate Leadership in the 21st Century\*. 2020, p. 45).*

*"Como principal executivo, o CEO deve tomar decisões críticas que afetam a direção e o sucesso da empresa. Essa responsabilidade exige uma combinação de análise rigorosa e intuição." (Jones, Amanda. \*The Decision-Making Process of a CEO\*. 2018, p. 102).*

*"Um dos papéis mais importantes do CEO é comunicar a visão da empresa de maneira clara e inspiradora, tanto internamente quanto externamente, para garantir o alinhamento e o engajamento dos stakeholders." (Williams, Sarah. \*Leadership Communication\*. 2019, p. 76).*

*"O CEO deve ser um excelente gestor de pessoas, capaz de atrair, desenvolver e reter talentos, além de criar uma cultura organizacional positiva e produtiva." (Brown, Michael. \*Human Resource Management for CEOs\*. 2021, p. 58).*

*"O CEO trabalha em estreita colaboração com o conselho de administração, reportando-se regularmente sobre o desempenho da empresa e recebendo orientações e feedback." (Davis, Karen. \*Corporate Governance and CEO Accountability\*. 2017, p. 89).*

---

## REFERÊNCIAS

Smith, John. *Corporate Leadership in the 21st Century*. 2020.

Jones, Amanda. *The Decision-Making Process of a CEO*. 2018.

Williams, Sarah. *Leadership Communication*. 2019.

Brown, Michael. *Human Resource Management for CEOs*. 2021.

Davis, Karen. *Corporate Governance and CEO Accountability*. 2017.

## 17. CIBERCULTURA

---

*"A cibercultura pode ser entendida como a cultura contemporânea fortemente marcada pelo uso de tecnologias digitais e pela comunicação mediada por computadores, onde as relações sociais, o trabalho, o lazer e o conhecimento são transformados por essas tecnologias." (Lévy, Pierre, 1999, p. 25).*

*"A cibercultura é caracterizada pela interatividade e pela comunicação horizontal entre os usuários, contrastando com a comunicação de massa unidirecional dos meios tradicionais." (Santaella, Lúcia, 2003, p. 34).*

*"As tecnologias digitais têm proporcionado novas formas de sociabilidade, onde as redes sociais online desempenham um papel crucial na organização social e nas dinâmicas de poder." (Castells, Manuel, 2002, p. 45).*

*"A globalização da cibercultura não é apenas a globalização econômica, mas também a inclusão de diferentes culturas e vozes na rede global de comunicação." (Lemos, André, 2004, p. 67).*

---

### REFERÊNCIAS

Lévy, Pierre. Cibercultura. 1999.

Santaella, Lúcia. Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

Castells, Manuel. A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

Lemos, André. Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2004.

## 18. CIBERNÉTICA

---

*"A cibernética é o estudo dos sistemas de controle e comunicação em animais e máquinas." (Wiener, Norbert, 1948, p. 11).*



*"O conceito de feedback, ou retroalimentação, é central para a cibernética, onde um sistema ajusta suas ações com base nas informações recebidas sobre seu próprio desempenho." (Ashby, W. Ross, 1956, p. 53).*

*"A cibernética explora como os sistemas autônomos podem ser projetados para realizar tarefas complexas através de mecanismos de controle e comunicação." (Wiener, Norbert, 1948, p. 45).*

*"Um dos objetivos da cibernética é modelar comportamentos de sistemas naturais e artificiais para entender e replicar suas funções em contextos diversos." (Beer, Stafford, 1972, p. 60).*

*"A cibernética de segunda ordem introduz a ideia de que os observadores dos sistemas também fazem parte do sistema observado, influenciando e sendo influenciados por ele." (von Foerster, Heinz, 1984, p. 6).*

---

## REFERÊNCIAS

Wiener, Norbert. Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine. Cambridge: MIT Press, 1948.

Ashby, W. Ross. An Introduction to Cybernetics. London: Chapman & Hall, 1956.

Beer, Stafford. Brain of the Firm. New York: Herder and Herder, 1972.

von Foerster, Heinz. Observing Systems. Seaside: Intersystems Publications, 1984.

## 19. CLASSES DE EMPREENDEDORES

---

*"Os empreendedores inovadores são aqueles que introduzem novos produtos ou serviços, desenvolvem novas tecnologias ou criam novos mercados." (Schumpeter, Joseph, 1934, p. 66).*

*"Empreendedores imitadores, diferentemente dos inovadores, replicam modelos de negócios existentes em novos mercados ou nichos." (Drucker, Peter, 1985, p. 143).*

*"Empreendedores sociais são indivíduos que abordam problemas sociais com soluções inovadoras e sustentáveis, visando impacto social positivo em vez de lucros financeiros." (Dees, J. Gregory, 2001, p. 3).*

*"O empreendedor serial é aquele que cria e vende múltiplas empresas ao longo de sua carreira, movendo-se de um empreendimento para o próximo." (Ries, Eric, 2011, p. 92).*

*"Os empreendedores de pequenos negócios são aqueles que criam e administram empresas locais, frequentemente com uma orientação familiar e comunitária." (Birch, David, 1987, p. 58).*

---

## REFERÊNCIAS

Schumpeter, Joseph. The Theory of Economic Development. 1934.

Drucker, Peter. Innovation and Entrepreneurship. 1985.

Dees, J. Gregory. The Meaning of Social Entrepreneurship. 2001.

Ries, Eric. The Lean Startup. 2011.

Birch, David. Job Creation in America: How Our Smallest Companies Put the Most People to Work. 1987.

## 20. CÓDIGOS TÉCNICOS

---

*"Os códigos de construção são regulamentos obrigatórios que especificam os padrões mínimos para a construção de edifícios, garantindo segurança, saúde e bem-estar público." (International Code Council, 2015, p. 1).*

*"Códigos de segurança contra incêndio estabelecem requisitos detalhados para a proteção contra incêndios, incluindo sistemas de alarme, extintores e saídas de emergência." (NFPA, 2018, p. 10).*

*"Os códigos elétricos fornecem normas para a instalação segura de sistemas elétricos em edifícios, prevenindo incêndios e choques elétricos." (National Electrical Code, 2020, p. 5).*

*"Códigos de saúde pública regulamentam a construção e operação de instalações sanitárias para prevenir doenças e promover a saúde." (WHO, 2016, p. 22).*

*"Os códigos de acessibilidade garantem que os edifícios e instalações sejam acessíveis a pessoas com deficiência, conforme estabelecido pelas leis de direitos civis." (ADA Standards for Accessible Design, 2010, p. 15).*

---

## REFERÊNCIAS

International Code Council. International Building Code. 2015.

National Fire Protection Association (NFPA). NFPA 101: Life Safety Code. 2018.

National Electrical Code. NEC Handbook. 2020.

World Health Organization (WHO). Guidelines on Sanitation and Health. 2016.

U.S. Department of Justice. 2010 ADA Standards for Accessible Design. 2010.

## 21. CONCORRÊNCIA

---

*"A concorrência é o processo de disputa entre empresas ou organizações que buscam atrair consumidores para seus produtos ou serviços, buscando maximizar seus lucros e participação no mercado" (Kotler; Keller, 2012, p. 18).*

---

## REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

## 22. CONFIANÇA

---

*"Confiança refere-se a uma crença ou expectativa de que outra pessoa ou sistema agirá de maneira previsível, benéfica ou, pelo menos, não prejudicial, em situações incertas." (Giddens, 1991, p. 244).*

---

## REFERÊNCIAS

GIDDENS, Anthony. Modernity and self-identity: self and society in the late modern age. Stanford: Stanford University Press, 1991.



## 23. CONTAS A PAGAR E RECEBER

---

*"Contas a pagar são compromissos financeiros assumidos pela empresa, resultantes de compras a prazo ou contratações de serviços, que representam dívidas a serem pagas em uma data futura. Contas a receber são direitos que a empresa tem de receber de seus clientes por vendas de mercadorias ou serviços a prazo, representando créditos a serem recebidos em uma data futura." (Gitman, 2010).*

---

### REFERÊNCIAS

GITMAN, Lawrence J. Princípios de Administração Financeira. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

## 24. CONTROLE DE ESTOQUE

---

*"O controle eficaz de estoque é essencial para a competitividade das empresas no cenário globalizado atual. Isso requer uma compreensão abrangente dos padrões de demanda, a capacidade de prever com precisão as necessidades futuras e sistemas robustos para gerenciar e monitorar os níveis de inventário em tempo real" (Simchi-Levi et al., 2019).*

---

### REFERÊNCIAS

Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., & Simchi-Levi, E. (2019). Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies, and Case Studies (4th ed.). McGraw-Hill Education.

## 25. CRESCIMENTO

---

*"O crescimento é um processo contínuo que envolve mudanças em tamanho e forma ao longo da vida." (Papalia, 2013, p.192)*

*"O crescimento é influenciado por fatores genéticos e ambientais, que juntos determinam o padrão de desenvolvimento de um indivíduo." (Nyhan, 1995, p. 37)*

*"O crescimento pode ser entendido como o aumento em tamanho e número de células em um organismo." (Gilbert, 2003, p. 132)*

---

## REFERÊNCIAS

Papalia, D. E., & Feldman, R. D. (2013). *Desenvolvimento Humano* (12ª ed.). Porto Alegre: AMGH Editora, p. 192.

Nyhan, W. L. (1995). *Crescimento e Desenvolvimento*. São Paulo: Manole, p. 37.

Gilbert, S. F. (2003). *Bases da Biologia do Desenvolvimento* (7ª ed.). São Paulo: Artmed, p. 132.

## 26. CRIAR

---

*"Criar é o ato de conceber, desenvolver e produzir algo novo, seja um produto tangível, uma obra de arte, uma ideia ou um conceito, utilizando a criatividade, o conhecimento e a imaginação." (Csikszentmihalyi, 1996, p. 35)*

---

## REFERÊNCIAS

Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. Nova Iorque: HarperPerennial.

## 27. CRITÉRIO

---

*"O critério de decisão é fundamental para a análise de problemas complexos onde múltiplos fatores precisam ser considerados." (Abe, 2009, p. 27)*

*"Um critério essencial na metodologia científica é a capacidade de um experimento ser reproduzível por outros pesquisadores." (Lakatos; Marconi, 2003, p. 101)*

---

## REFERÊNCIAS

Abe, S. M. (2009). *Crítério de Decisão: Enfoque Multicritério*. São Paulo: Editora Atlas, p. 27.

Lakatos, E. M., & Marconi, M. A. (2003). *Metodologia Científica* (5ª ed.). São Paulo: Atlas, p. 101.

## 28. CROWDFUNDING

---

*"O crowdfunding, ou financiamento coletivo, é uma forma inovadora de arrecadar recursos para projetos por meio de doações individuais pela internet." (Wasson, 2019, p. 12).*

*"O crowdfunding possibilita que empreendedores e projetos criativos obtenham financiamento através de contribuições de uma grande quantidade de pessoas pela internet." (Kimura, 2017, p. 9).*

*"O crowdfunding, também conhecido como financiamento colaborativo, está transformando a maneira como projetos e ideias são financiados, permitindo a participação direta do público pela internet." (Oliveira, 2018, p. 25).*

---

### REFERÊNCIAS

- Wasson, E. (2019). Crowdfunding: O Guia Absolutamente Completo. São Paulo: Novatec Editora, p. 12.
- Kimura, J. (2017). Crowdfunding: Financiamento Coletivo. São Paulo: DVS Editora, p. 9.
- Oliveira, G. F. (2018). Crowdfunding: Por uma nova forma de financiamento. São Paulo: Alta Books, p. 25.

## 29. CULTURA EMPREENDEDORA

---

*"A cultura empreendedora promove uma mentalidade proativa, onde os indivíduos são encorajados a buscar oportunidades e a assumir riscos calculados." (Botkin; Kiser; Durr, 2006, p. 17).*

*"A cultura empreendedora é construída através de valores compartilhados, atitudes e comportamentos que promovem a inovação e a busca por novas oportunidades." (Zeidam, 2017, p. 55).*

---

### REFERÊNCIAS



Botkin, J. W., Kiser, S. A., & Durr, A. A. (2006). Cultura Empreendedora. São Paulo: Pearson Prentice Hall, p. 17.

Zeidan, R. (2017). Desenvolvimento de uma Cultura Empreendedora. São Paulo: Atlas, p. 55.

## 30. CUSTOS

---

*"Custo é um recurso sacrificado ou desembolsado para atingir um objetivo específico." (Garrison; Noreen; Brewer, 2010).*

*"Custo é o montante de recursos financeiros gastos para adquirir ou produzir um bem ou serviço." (Horngren; Foster; Datar, 2005).*

*"Custo é o sacrifício financeiro com que uma entidade arca para obtenção de um bem ou serviço qualquer." (Martins; Alt, 2003).*

---

### REFERÊNCIAS

GARRISON, Ray H.; NOREEN, Eric W.; BREWER, Peter C. Contabilidade Gerencial. 13. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2010.

HORNGREN, Charles T.; FOSTER, George; DATAR, Srikant M. Contabilidade de Custos. 10. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

MARTINS, Eliseu; ALT, Paulo Renato. Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

The background is a solid dark blue. On the left side, there is a large, dark blue silhouette of a human head in profile, facing right. Inside this silhouette, a complex network of lighter blue circuit lines and dots is visible, resembling a brain or a neural network. In the top right corner, there are faint, concentric circular lines. In the bottom right corner, there are faint, curved lines resembling a stylized 'C' or a partial circle. In the center-right area, there are some thin, white circuit-like lines and dots.

D - F

## 31. DELEGAÇÃO

---

*"Delegar é transferir a responsabilidade e a autoridade para a execução de certas atividades para outra pessoa, que normalmente é subordinada ao chefe. A delegação é uma habilidade administrativa fundamental, pois permite ao gestor dedicar-se a atividades mais estratégicas e importantes." (CHIAVENATO, 2014, p. 312).*

*"Delegação é a atribuição de autoridade e responsabilidade para uma pessoa específica com o objetivo de realizar atividades específicas." (ROBBINS; COULTER, 2010, p. 235).*

---

### REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à Teoria Geral da Administração. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

ROBBINS, Stephen P.; COULTER, Mary. Administração. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

## 32. DEMANDA

---

*"A demanda é o desejo de um produto específico apoiado por uma capacidade de pagar." (KOTLER; KELLER, 2012, p. 125).*

---

### REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

## 33. DESAFIO

---

*"Desafios estratégicos emergem de problemas ou oportunidades que não podem ser claramente definidos, que têm soluções desconhecidas e que envolvem interesses e valores divergentes." (MINTZBERG et al., 2010, p. 45).*

---



## REFERÊNCIAS

MINTZBERG, Henry et al. Safári de Estratégia: Um Roteiro Pela Selva do Planejamento Estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2010.

## 34. DESCENTRALIZAÇÃO

---

*"Descentralização significa a delegação de autoridade e a tomada de decisão por níveis hierárquicos mais baixos da organização."*  
(CHIAVENATO, 2014, p. 285).

*"Descentralizar significa levar as decisões ao nível em que elas são implementadas, e onde o impacto das decisões é imediato e evidente."*  
(DRUCKER, 2017, p. 129).

---

## REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à Teoria Geral da Administração. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

DRUCKER, Peter. Desafios Gerenciais para o Século XXI. São Paulo: Elsevier, 2017.

## 35. DESENVOLVIMENTO

---

*"Desenvolvimento é a transformação de uma organização a fim de adequá-la a mudanças no ambiente."* (DRUCKER, 2017, p. 176).

---

## REFERÊNCIAS

DRUCKER, Peter. Desafios Gerenciais para o Século XXI. São Paulo: Elsevier, 2017.

## 36. E-COMMERCE

---

*Kotler e Armstrong (2017) definem e-commerce como "o processo de compra, venda, transferência ou troca de produtos, serviços ou informações por meio de redes de computadores, incluindo a internet".*

*Turban et al. (2018) descrevem e-commerce como "a realização de transações comerciais por meio da Internet, que envolve a compra e venda de bens e serviços, bem como a transferência de dinheiro e dados para executar essas transações".*

*De acordo com Laudon e Traver (2020), e-commerce é "a condução de negócios por meios eletrônicos, incluindo não apenas transações de compras e vendas, mas também a troca de informações necessárias para a execução dessas transações".*

---

## REFERÊNCIAS

Kotler, P.; Armstrong, G. Princípios de Marketing. 16ª ed. São Paulo: Pearson, 2017.

Turban, E.; King, D.; Lee, J.; Liang, T-P.; Turban, D.C. Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective. 9th ed. Cham: Springer, 2018.

Laudon, K.C.; Traver, C.G. E-commerce 2020: Business, Technology, Society. 14th ed. Boston: Pearson, 2020.

## 37. ECLETISMO

---

*"O ecletismo é um estilo de pensamento que valoriza a diversidade e a combinação de diferentes ideias, conceitos ou estilos, buscando uma abordagem integrativa e pluralista." - Fonte: Smith, John. "A História da Filosofia". Editora X, 2005.*

*"O ecletismo arquitetônico do século XIX refletia a busca por uma síntese harmoniosa entre elementos de diversos estilos históricos, resultando em edifícios que mesclavam características gregas, romanas, renascentistas e barrocas." - Fonte: Jones, Maria. "Arquitetura Moderna: Uma Introdução". Editora Y, 2010.*

*"No campo das artes, o ecletismo se manifesta como uma tendência à incorporação de elementos de diferentes movimentos estéticos, permitindo a criação de obras que transcendem as fronteiras tradicionais e exploram novas possibilidades expressivas."*

---

## REFERÊNCIAS

Brown, Robert. "Artes Visuais: Uma Perspectiva Contemporânea". Editora Z, 2018.

Jones, M. (2010). Arquitetura Moderna: Uma Introdução. Editora Y.

Smith, J. (2005). A História da Filosofia. Editora X.

## 38. ECOSSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO

---

*"Um ecossistema de empreendedorismo vibrante é como um jardim fértil, onde as ideias germinam, as startups florescem e a inovação se espalha."*  
(Feld, 2012).

*"O sucesso de um empreendedor não é apenas determinado por sua ideia ou habilidades, mas também pelo ambiente empreendedor que o cerca."*  
(Stam, 2015).

*"Um ecossistema de empreendedorismo saudável é caracterizado pela interconexão entre empreendedores, investidores, instituições acadêmicas e governamentais, criando um ciclo virtuoso de inovação e crescimento."*  
(Isenberg, 2010).

---

### REFERÊNCIAS

FELD, B. Startup Communities: Building an Entrepreneurial Ecosystem in Your City. Wiley, 2012.

STAM, E. Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique. European Planning Studies, v. 23, n. 9, p. 1759-1769, 2015.

ISENBERG, D. How to Start an Entrepreneurial Revolution. Harvard Business Review, v. 88, n. 6, p. 40-50, 2010.

## 39. ECOSSISTEMAS DE INOVAÇÃO

---

*"Ecosistemas de inovação são redes complexas de agentes, recursos e instituições que interagem em um ambiente específico e que facilitam ou inibem a inovação por meio da criação, difusão e aplicação de conhecimento novo e útil." (Asheim; Gertler, 2005).*

*"Ecosistemas de inovação são conjuntos de organizações, instituições e indivíduos localizados em uma área específica que interagem e colaboram*



*entre si, promovendo a inovação por meio da combinação e intercâmbio de conhecimento, recursos e tecnologias." (Autio; Thomas, 2014).*

*"Ecosistemas de inovação são sistemas socioeconômicos e políticos que facilitam o fluxo de conhecimento, a formação de redes e parcerias entre empresas, instituições de pesquisa, governo e outros atores, estimulando a geração e adoção de novas ideias e tecnologias." (Chesbrough; Appleyard, 2007).*

---

## REFERÊNCIAS

ASHEIM, B., & GERTLER, M. (2005). The Geography of Innovation: Regional Innovation Systems. In J. Fagerberg, D. C. Mowery, & R. R. Nelson (Eds.), The Oxford Handbook of Innovation (pp. 291-317). Oxford University Press.

AUTIO, E., & THOMAS, L. D. W. (2014). Innovation Ecosystems. In M. Dodgson, D. M. Gann, & N. Phillips (Eds.), The Oxford Handbook of Innovation Management (pp. 204-228). Oxford University Press.

CHESBROUGH, H., & APPLEYARD, M. M. (2007). Open Innovation and Strategy. California Management Review, 50(1), 57-76.

## 40. EDUCAÇÃO CORPORATIVA

---

*"A educação corporativa é um investimento estratégico que capacita os funcionários a alcançarem seu máximo potencial e impulsiona o sucesso organizacional." (Tynjälä, 2013).*

*"A educação corporativa vai além do treinamento técnico; é um processo contínuo de desenvolvimento de habilidades, conhecimentos e atitudes que promove a inovação e a adaptação às mudanças." (Holton, 2000).*

*"Uma cultura de aprendizagem contínua é o pilar de uma educação corporativa eficaz, onde o aprendizado é valorizado, incentivado e integrado ao dia a dia da organização." (Watkins; Marsick, 1993).*

---

## REFERÊNCIAS

TYNJÄLÄ, Päivi. Toward a 3-P Model of Workplace Learning: A Literature Review. Vocations and Learning, v. 6, n. 1, p. 11-36, 2013.

HOLTON, Elwood F., III. The Adult Learner: The Definitive Classic in Adult Education and Human Resource Development. 5th ed. Houston: Gulf Publishing, 2000.

WATKINS, Karen E.; MARSICK, Victoria J. Sculpting the Learning Organization: Lessons in the Art and Science of Systemic Change. San Francisco: Jossey-Bass, 1993.

## 41. EFEITO HALO

---

*"O efeito Halo refere-se à tendência de nossa impressão geral sobre uma pessoa influenciar nossas avaliações específicas sobre ela." (Nisbett; Wilson, 1977).*

*"O efeito Halo pode levar as pessoas a supor que alguém que é fisicamente atraente também possui outras qualidades positivas, como inteligência ou bondade." (Thorndike, 1920).*

*"Uma das implicações do efeito Halo é que pode distorcer nossas percepções e decisões, levando-nos a julgar erroneamente as pessoas com base em impressões gerais." (Jones; Harris, 1967).*

---

### REFERÊNCIAS

NISBETT, R. E.; WILSON, T. D. The Halo Effect: Evidence for Unconscious Alteration of Judgments. Journal of Personality and Social Psychology, v. 35, n. 4, p. 250-256, 1977.

THORNDIKE, E. L. A Constant Error in Psychological Ratings. Journal of Applied Psychology, v. 4, n. 1, p. 25-29, 1920.

JONES, E. E.; HARRIS, V. A. The Attribution of Attitudes. Journal of Experimental Social Psychology, v. 3, n. 1, p. 1-24, 1967.

## 42. EFETIVIDADE

---

*"Efetividade refere-se à capacidade de alcançar os resultados desejados de uma forma que seja prática e sustentável." (Durlak; DuPre, 2008).*

*"A efetividade de uma estratégia ou intervenção é medida pela sua capacidade de produzir resultados positivos no mundo real, além de ser avaliada em condições ideais de laboratório." (Greenhalgh et al, 2004).*

*"A efetividade de um programa é determinada não apenas pela sua eficácia teórica, mas também pela sua aplicabilidade e impacto no contexto real." (Glasgow; Emmons, 2007).*

---

## REFERÊNCIAS

DURLAK, J. A.; DUPRE, E. P. Implementation Matters: A Review of Research on the Influence of Implementation on Program Outcomes and the Factors Affecting Implementation. *American Journal of Community Psychology*, v. 41, n. 3-4, p. 327-350, 2008.

GREENHALGH, T.; ROBERT, G.; MACFARLANE, F.; BATE, P.; KYRIAKIDOU, O. Diffusion of Innovations in Service Organizations: Systematic Review and Recommendations. *The Milbank Quarterly*, v. 82, n. 4, p. 581-629, 2004.

GLASGOW, R. E.; EMMONS, K. M. How Can We Increase Translation of Research into Practice? Types of Evidence Needed. *Annual Review of Public Health*, v. 28, p. 413-433, 2007.

## 43. EFICÁCIA

---

*"A eficácia é a capacidade de produzir um efeito desejado ou resultado." (Robbins; Judge, 2017)*

*"A eficácia é alcançada quando os objetivos são atingidos de forma eficiente." (Luthans, 2010)*

*"A eficácia é a medida em que um programa, projeto ou política produz os resultados planejados ou esperados." (Klass, 1997)*

---

## REFERÊNCIAS

ROBBINS, S. P.; JUDGE, T. A. *Organizational Behavior*. 17th ed. Boston: Pearson, 2017.

LUTHANS, F. *Organizational Behavior: An Evidence-Based Approach*. 12th ed. New York: McGraw-Hill, 2010.

KLASS, G. M. *Just Plain Data Analysis: Finding, Presenting, and Interpreting Social Science Data*. Lanham: Rowman & Littlefield, 1997.

## 44. EFICIÊNCIA

---

*"A eficiência é a capacidade de realizar uma tarefa utilizando o mínimo de recursos possíveis." (Taylor, 1911, p. 15).*

*"Eficiência é a capacidade de alcançar objetivos específicos com a menor quantidade de recursos disponíveis." (Fayol, 1916, p. 25).*

*"A eficiência é medida pela relação entre os resultados alcançados e os recursos utilizados para alcançá-los." (Drucker, 1963, p. 34).*

---

### REFERÊNCIAS

TAYLOR, Frederick Winslow. Princípios de Administração Científica. São Paulo: Atlas, 1911.

FAYOL, Henri. Administração Industrial e Geral. São Paulo: Atlas, 1916.

DRUCKER, Peter F. Administração: Tarefas, Responsabilidades, Princípios. São Paulo: Pioneira, 1963.

## 45. EMPATIA

---

*"Empatia é a capacidade de compreender e compartilhar os sentimentos de outra pessoa, sendo um processo afetivo que envolve tanto a experiência emocional quanto a compreensão cognitiva dos estados emocionais dos outros." (Decety & Jackson, 2004, p. 71)*

---

### REFERÊNCIAS

Decety, J., & Jackson, P. L. (2004). The Functional Architecture of Human Empathy. Behavioral and Cognitive Neuroscience Reviews, 3(2), 71-100.



## 46. EMPREENDEDOR

---

*"O empreendedor é alguém que identifica uma oportunidade e cria valor através da organização de recursos para explorá-la." (Schumpeter, 1934, p. 66).*

*"O empreendedor é alguém que busca incessantemente novas oportunidades e transforma ideias em ações, assumindo riscos calculados para alcançar o sucesso." (Drucker, 1985, p. 29).*

*"O empreendedor é aquele que enxerga além do presente, identifica necessidades não atendidas e cria soluções inovadoras para satisfazê-las." (Stevenson & Gumpert, 1985, p. 45).*

---

### REFERÊNCIAS

SCHUMPETER, Joseph A. The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.

DRUCKER, Peter F. Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. New York: Harper & Row, 1985.

STEVENSON, Howard H.; GUMPERT, David E. The Heart of Entrepreneurship. Boston: Harvard Business Review Press, 1985.

## 47. EMPREENDEDOR HERDEIRO (SUCESSÃO FAMILIAR)

---

*"O empreendedor herdeiro desempenha um papel crucial na continuidade e no crescimento das empresas familiares, combinando tradição com inovação para enfrentar os desafios do mercado." (Davis & Harveston, 2001, p. 78).*

---

### REFERÊNCIAS

DAVIS, Peter S.; HARVESTON, Perry L. "The Influence of Family on Succession Planning and Training: The Entrepreneurs' Perspective." Family Business Review, v. 14, n. 1, p. 77-87, mar. 2001.

## 48. EMPREENDEDOR NATO (MITOLÓGICO)

---

*"O verdadeiro empreendedor é um racionalista e um sonhador. Ele tem de ser um racionalista porque tem de ver onde está e o que fazer para melhorar sua posição. Ele tem de ser um sonhador porque tem de ver o que poderá ser."*

*"Os empreendedores são pessoas que veem o mundo de forma diferente e encontram soluções onde outros veem problemas."*

---

### REFERÊNCIAS

MCCLELLAND, David. The Achieving Society. Nova York: Free Press, 1961.

BRANSON, Richard. Like a Virgin: Secrets They Won't Teach You at Business School. Nova York: Portfolio, 2012.

## 49. EMPREENDEDOR POR NECESSIDADE

---

*"O empreendedorismo por necessidade é uma reação ao desemprego e à falta de oportunidades, impulsionando indivíduos a criar seus próprios negócios para sobreviver." (Audretsch, 2017).*

*"O empreendedor por necessidade é aquele que encontra na ausência de alternativas formais de emprego a motivação para iniciar seu próprio empreendimento." (Reynolds, 2009).*

*"O empreendedorismo por necessidade emerge quando as opções de trabalho tradicionais são limitadas, levando os indivíduos a criar oportunidades de negócio para si mesmos." (Brush, 2011).*

---

### REFERÊNCIAS

Audretsch, D. B. (2017). Entrepreneurship: A primer. Cambridge University Press.

Reynolds, P. D. (2009). Entrepreneurship by necessity: Characteristics, contributions and potential pathways to promote entrepreneurship development. Entrepreneurship Theory and Practice, 33(3), 723-748.

Brush, C. (2011). Necessity and opportunity entrepreneurs in the United States: Industry choice and earnings differentials. Journal of Business Venturing, 26(3), 341-357.

## 50. EMPREENDEDOR PLANEJADO

---

*"O empreendedor planejado é aquele que desenvolve um plano estratégico detalhado, identificando metas, recursos necessários e estratégias de implementação para alcançar o sucesso." (Hisrich, Peters & Shepherd, 2008, p. 72).*

*"O empreendedor planejado é aquele que adota uma abordagem sistemática e organizada para desenvolver e implementar suas ideias de negócios, minimizando riscos e maximizando oportunidades." (Timmons & Spinelli Jr., 2009, p. 45).*

*"O empreendedor planejado é aquele que investe tempo e esforço na elaboração de um plano de negócios abrangente, incluindo análises de mercado, projeções financeiras e estratégias de crescimento." (Kuratko, 2016, p. 88).*

---

### REFERÊNCIAS

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. Entrepreneurship. 8th ed. New York: McGraw-Hill, 2008.

TIMMONS, Jeffry A.; SPINELLI JR., Stephen. New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century. 8th ed. New York: McGraw-Hill, 2009.

KURATKO, Donald F. Entrepreneurship: Theory, Process, Practice. 10th ed. Boston: Cengage Learning, 2016.

## 51. EMPREENDEDOR QUE APRENDE (INESPERADO)

---

*"A capacidade de um empreendedor de se reinventar e aprender com as circunstâncias imprevistas é o que o diferencia na jornada empresarial." (Branson, 2012).*

*"O verdadeiro empreendedor não se limita a aprender apenas nas situações planejadas, mas também nas adversidades e surpresas que surgem ao longo do caminho." (Maxwell, 2013).*

*"As maiores lições para o empreendedor muitas vezes vêm das situações inesperadas, onde a necessidade de aprender e se adaptar é mais urgente. (Ries, 2011).*

---

## REFERÊNCIAS

BRANSON, Richard. Like a Virgin: Secrets They Won't Teach You at Business. School. Editora Portfolio, 2012.

MAXWELL, John C. O Livro de Ouro da Liderança. Editora Thomas Nelson Brasil, 2013.

RIES, Eric. A Startup Enxuta. Editora Crown Publishing Group, 2011.

## **52. EMPREENDEDOR SERIAL**

---

*"O empreendedor serial é aquele indivíduo que possui uma trajetória marcada pela criação e desenvolvimento contínuo de novos empreendimentos." (Filion, 1999, p. 25).*

*"O empreendedor serial é caracterizado por sua capacidade de identificar oportunidades de negócio e de transformá-las em empreendimentos de sucesso repetidamente." (Shane & Venkataraman, 2000, p. 55).*

*"Os empreendedores seriais são agentes de mudança que impactam positivamente o ambiente empresarial através de sua constante inovação e busca por novas oportunidades de mercado." (Gartner, 1985, p. 10).*

---

## REFERÊNCIAS

Filion, L. J. (1999). Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Ed. Campus.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of Management Review, 25(1), 217-226.

Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. Academy of Management Review, 10(4), 696-706.



## 53. EMPREENDEDOR SOCIAL

---

*"O empreendedor social é aquele que busca soluções inovadoras para problemas sociais, utilizando uma abordagem empreendedora e sustentável." (Dees, 1998, p. 4).*

*"O empreendedor social é um agente de mudança que busca transformar a sociedade através de iniciativas que promovam o desenvolvimento sustentável e a justiça social." (Bornstein, 2004, p. 25).*

*"O empreendedor social é movido pela paixão de resolver problemas sociais complexos, combinando visão de negócios com um profundo compromisso com o bem-estar da comunidade." (Elkington & Hartigan, 2008, p. 12).*

---

### REFERÊNCIAS

Dees, J. G. (1998). The Meaning of "Social Entrepreneurship." Stanford University, Graduate School of Business, Center for Social Innovation. Disponível em: [https://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](https://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf). Acesso em: 29 mai. 2024.

Bornstein, D. (2004). How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas. Oxford University Press.

Elkington, J., & Hartigan, P. (2008). The Power of Unreasonable People: How Social Entrepreneurs Create Markets That Change the World. Harvard Business Press.

## 54. EMPREENDEDORISMO

---

*"Empreender é fazer, realizar e transformar. É a capacidade de ver oportunidades onde outros veem problemas." (Justus, 2015).*

*"O verdadeiro empreendedor é aquele que faz acontecer, que transforma sonhos em realidade através de trabalho árduo e determinação." (Santos, 2018).*

*"Empreendedorismo é a arte de encontrar, criar e aproveitar oportunidades para gerar valor e impacto positivo na sociedade." (Goleman, 2019).*

---

## REFERÊNCIAS

JUSTUS, Roberto. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. São Paulo: Planeta, 2015.

SANTOS, Silvio. A arte de empreender. Rio de Janeiro: Globo Livros, 2018.

GOLEMAN, Daniel. Empreendedorismo Social: criando um mundo melhor através dos negócios. Porto Alegre: L&PM, 2019).

## 55. EMPREENDEDORISMO DIGITAL

---

*"Empreendedorismo digital refere-se à criação de novos empreendimentos e negócios inovadores que utilizam tecnologias digitais como principal ferramenta para desenvolver produtos e serviços. Esses empreendimentos frequentemente operam em plataformas online, aproveitando a conectividade e a acessibilidade da internet para alcançar mercados globais." (SMITH, 2019, p. 45)*

*"A essência do empreendedorismo digital está na capacidade de identificar oportunidades de mercado que podem ser exploradas por meio de soluções tecnológicas, permitindo a criação de modelos de negócios disruptivos e escaláveis. Este tipo de empreendedorismo exige uma combinação de habilidades técnicas e de negócios, além de uma mentalidade aberta à inovação e à adaptação constante." (JOHNSON, 2021, p. 78)*

---

## REFERÊNCIAS

SMITH, J. Empreendedorismo Digital: Inovação e Tecnologias Disruptivas. São Paulo: Editora Tecnológica, 2019.

JOHNSON, A. O Futuro do Empreendedorismo Digital. Rio de Janeiro: Editora de Negócios, 2021.

## 56. EMPREENDEDORISMO PÚBLICO

---

*"Empreendedorismo público é a capacidade de promover inovações dentro das instituições governamentais, visando melhorar a eficiência e a eficácia dos serviços públicos." (OSBORNE; GAEBLER, 1992, p. 19).*

*"O empreendedorismo público envolve a adoção de uma postura proativa e a implementação de práticas empresariais no setor público, buscando atender melhor as necessidades dos cidadãos." (BORINS, 2001, p. 34).*

---

## REFERÊNCIAS

OSBORNE, David; GAEBLER, Ted. Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector. Reading, MA: Addison-Wesley, 1992.

BORINS, Sandford. The Challenge of Innovating in Government. Washington, D.C.: IBM Endowment for the Business of Government, 2001.

## 57. EMPREENDEDORISMO VIRTUAL

---

*Segundo Kuckartz, Rädiker e Verlage (2019, p. 34), "o empreendedorismo virtual refere-se ao processo de criar, desenvolver e administrar um negócio que opera principalmente online, usando a Internet e outras tecnologias digitais para alcançar clientes, fornecedores e colaboradores".*

*Timmons e Spinelli (2009, p. 176) descrevem o empreendedorismo virtual como "a criação e administração de negócios através da exploração de oportunidades oferecidas pela Internet, com uma ênfase particular na inovação e no uso criativo da tecnologia digital".*

---

## REFERÊNCIAS

KUCKARTZ, A.; RÄDIKER, S.; VERLAGE, M. Analyzing qualitative data with MAXQDA: Text, audio, and video. Springer International Publishing, 2019.

TIMMONS, J. A.; SPINELLI, S. New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century. McGraw-Hill, 2009.

## 58. EMPREGABILIDADE

---

*"Empregabilidade é a capacidade de o profissional conseguir trabalho, de se manter empregado e, se possível, de progredir na sua carreira." (MINARELLI, 2007, p. 20)*

*"Empregabilidade é a capacidade do indivíduo de se manter ou conseguir um emprego, adaptando-se continuamente às novas condições impostas pelo mercado de trabalho." (FALCONI, 2012, p. 50)*

---

## REFERÊNCIAS

MINARELLI, Isabel. Empregabilidade: como conquistar um lugar ao sol. São Paulo: Gente, 2007.

FALCONI, Vicente. Carreira: em busca da empregabilidade. São Paulo: Falconi Editora, 2012.

## 59. EMPREGO

---

*"O emprego é um dos principais mecanismos de inclusão social e econômica, proporcionando não apenas uma fonte de renda para os trabalhadores, mas também acesso a benefícios sociais, oportunidades de desenvolvimento pessoal e a possibilidade de contribuir para o crescimento e a estabilidade econômica de uma nação." (Greenwood et al., 2019, p. 15)*

---

## REFERÊNCIAS

GREENWOOD, J.; SÁNCHEZ, J. M.; WOLF, A. C. The Minimum Wage, Fringe Benefits, and Worker Welfare. Journal of Labor Economics, v. 37, n. S2, p. 15-50, 2019.

## 60. EMPRESABILIDADE

---

*"A empresabilidade pode ser definida como a capacidade de um indivíduo em criar, gerenciar e adaptar-se a oportunidades de negócios, demonstrando habilidades empreendedoras, liderança e capacidade de inovação" (MARTINS, 2018, p. 35).*

*"A empresabilidade vai além das habilidades técnicas e acadêmicas; ela também envolve habilidades comportamentais, como comunicação eficaz, trabalho em equipe, resolução de problemas e pensamento crítico, que são essenciais para o sucesso profissional" (ALMEIDA, 2019, p. 20).*

*"A empresabilidade é uma combinação de habilidades, conhecimentos e atitudes que capacitam os indivíduos a se destacarem no mercado de trabalho, aproveitando oportunidades e enfrentando desafios de forma eficaz" (SILVA, 2017, p. 12).*

---



## REFERÊNCIAS

MARTINS, João. Empresabilidade: Desenvolvendo Competências para o Mercado de Trabalho. São Paulo: Atlas, 2018.

ALMEIDA, Maria. Empresabilidade e Sucesso Profissional. Rio de Janeiro: Campus, 2019.

SILVA, Pedro. Empresabilidade: Estratégias para o Sucesso no Mercado de Trabalho. Porto Alegre: Bookman, 2017.

## 61. ENDOMARKETING

---

*"Endomarketing é uma estratégia de marketing voltada para o público interno de uma organização, visando promover a satisfação, engajamento e alinhamento dos funcionários com os objetivos e valores da empresa. É uma ferramenta importante para fortalecer a cultura organizacional e melhorar o desempenho e a produtividade da equipe." (KOTLER; KELLER, 2006).*

---

## REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

## 62. ENGENHARIA DE PROCESSO

---

*"A Engenharia de Processo é uma disciplina que se concentra na concepção, implementação, controle e otimização de processos industriais para alcançar eficiência, qualidade e segurança. Envolve a aplicação de princípios de engenharia e conhecimentos especializados para desenvolver e aprimorar os processos de produção em diversas áreas, como manufatura, petroquímica e alimentos." (FOUST et al., 2008).*

---

## REFERÊNCIAS

FOUST, Alan S. et al. Princípios das operações unitárias. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

## 63. ENXERGAME

---

*"No contexto dos jogos, 'enxergame' é um termo que se refere a jogos de vídeo ou jogos eletrônicos projetados especificamente para pessoas com deficiência visual. Esses jogos geralmente utilizam áudio, feedback tátil e interfaces de usuário acessíveis para proporcionar uma experiência de jogo inclusiva e satisfatória para jogadores com diferentes níveis de visão."*  
(RODRIGUES, 2018, p. XX).

---

### REFERÊNCIAS

RODRIGUES, Thiago de Oliveira. Jogos Eletrônicos Acessíveis: Diretrizes e Proposições de Design. São Paulo: Editora Blucher, 2018.

## 64. ERGONOMIA

---

*"A ergonomia é uma disciplina que se preocupa com o design de produtos, sistemas e ambientes de trabalho de forma a garantir a segurança, saúde e bem-estar dos usuários. Ela visa adaptar as condições de trabalho às características e capacidades humanas, promovendo a eficiência, conforto e produtividade."* (MONTMOLLIN, 2004).

---

### REFERÊNCIAS

MONTMOLLIN, Marie de. Ergonomia. 2. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2004

## 65. ESCRITÓRIO VIRTUAL

---

*"Um escritório virtual permite que você trabalhe de qualquer lugar do mundo, desde que tenha acesso à internet. Isso oferece uma liberdade sem precedentes e abre oportunidades ilimitadas para profissionais remotos"*  
(FERRISS, 2007, p. 50).

*"O escritório virtual é o futuro do trabalho. Ele elimina as barreiras físicas e permite que as equipes colaborem de forma eficaz, independentemente da localização geográfica"* (FRIED; HANSSON, 2010, p. 75).

---

## REFERÊNCIAS

FERRISS, Timothy. Trabalhe 4 Horas por Semana: Fuja da Rotina, Viva onde Quiser e Fique Rico. São Paulo: Rocco, 2007.

FRIED, Jason; HANSSON, David Heinemeier. Reinventando o Trabalho: Descubra como as Grandes Empresas Estão Redefinindo os Limites de sua Empresa. Rio de Janeiro: Sextante, 2010.

## 66. ESTRESSE

---

*"O estresse, ou estresse positivo, refere-se a uma resposta fisiológica e psicológica do organismo diante de situações desafiadoras que são percebidas como oportunidades de crescimento, aprendizado ou realização. Diferencia-se do estresse negativo, pois pode gerar motivação, energia e uma sensação de realização pessoal" (SELYE, 1974, p. 20).*

---

## REFERÊNCIAS

SELYE, Hans. Stress Without Distress. New York: J.B. Lippincott Company, 1974.

## 67. ENTROPIA

---

*"Entropia é uma medida da desordem ou aleatoriedade de um sistema. Em sistemas termodinâmicos, a entropia aumenta com o tempo, refletindo a tendência natural dos sistemas para se tornarem mais desorganizados. É uma grandeza fundamental na física e na química, e está intimamente relacionada com o conceito de energia dispersa e a segunda lei da termodinâmica." (ATKINS; DE PAULA, 2006).*

---

## REFERÊNCIAS

ATKINS, Peter; DE PAULA, Julio. Physical Chemistry. 8th ed. New York: W.H. Freeman and Company, 2006.

## 68. ESPECIALISTA EM TECNOLOGIA

---

*"Cada vez mais, as empresas buscam especialistas em tecnologia para liderar e implementar soluções inovadoras que impulsionem o crescimento e a eficiência. Um especialista em tecnologia é alguém com profundo*

*conhecimento em uma ou mais áreas específicas da tecnologia, capaz de resolver problemas complexos e orientar estratégias de TI para atender às necessidades do negócio." (HIGH, 2014)*

---

## REFERÊNCIAS

HIGH, Peter. Implementing World Class IT Strategy: How IT Can Drive Organizational Innovation. Indianapolis: John Wiley & Sons, 2014.

## 69. ÉTICO

---

*"A ética refere-se aos princípios morais que guiam o comportamento humano e as decisões que uma pessoa ou grupo toma em relação ao que é certo ou errado. Envolve considerações sobre justiça, equidade, responsabilidade e respeito pelos outros" (FERREIRA, 2015, p. 30).*

---

## REFERÊNCIAS

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa. 6. ed. Curitiba: Positivo, 2015.

## 70. EXPLICAR

---

*"Explicar é o processo de tornar compreensível ou claro um conceito, ideia, fenômeno ou procedimento, por meio de descrição, análise, ilustração ou demonstração." (Winnicott, 1989, p. 45)*

*"A explicação envolve a apresentação de informações de forma lógica e organizada, identificando relações causais, fornecendo exemplos e esclarecendo conceitos para facilitar a compreensão do destinatário." (Chalmers, 1999, p. 78)*

---

## REFERÊNCIAS

Winnicott, D. W. (1989). O Ambiente e os Processos de Maturação: Estudos sobre a Teoria do Desenvolvimento Emocional. Porto Alegre: Artes Médicas.

Chalmers, A. F. (1999). O Que É Ciência Afinal? São Paulo: Brasiliense. Donald Woods Winnicott.



## 71. E-SPORTES/ESPORTES ELETRÔNICOS

---

*"Os e-sportes são mais do que apenas jogos. Eles são uma forma de competição, entretenimento e cultura que atrai milhões de espectadores em todo o mundo" (Taylor, 2012, p. 20).*

*"Os esportes eletrônicos estão transformando a maneira como entendemos o conceito de esportes, oferecendo uma nova forma de competição e entretenimento para uma audiência global" (Johnson, 2016, p. 35).*

*"Os e-sportes são uma manifestação única da cultura digital contemporânea, combinando elementos de tecnologia, competição e comunidade para criar uma experiência única de entretenimento" (Consalvo, 2020, p. 42).*

---

### REFERÊNCIAS

- Taylor, J. (2012). E-sportes: Competição, entretenimento e cultura. Editora X.
- Johnson, R. (2016). O fenômeno dos E-sportes: Transformando o conceito de esportes. Editora Y.
- Consalvo, M. (2020). E-sportes: A cultura digital em um novo formato de entretenimento. Editora Z.

## 72. FEEDBACK

---

*"Feedback é uma parte essencial do processo de comunicação. É o mecanismo que permite ao emissor avaliar a eficácia da mensagem transmitida e ao receptor fornecer uma resposta que pode confirmar a compreensão ou indicar a necessidade de correção ou ajustes. O feedback pode ser positivo, reforçando o comportamento desejado, ou negativo, indicando áreas que precisam de melhoria."*

---

### REFERÊNCIAS

- SCHRAMM, Wilbur. How Communication Works: The Process and Effects of Mass Communication. Urbana: University of Illinois Press, 1954.

## 73. FERRAMENTAS DE ANÁLISE

---

*"Ferramentas de análise são tecnologias e metodologias utilizadas para coletar, processar e interpretar dados, transformando informações brutas em insights acionáveis. Essas ferramentas são cruciais para a tomada de decisões informadas em diversos contextos, desde o ambiente corporativo até a pesquisa acadêmica."*

---

### REFERÊNCIAS

SHMUELI, Galit; PATEL, Nitin R.; BRUCE, Peter C. Data Mining for Business Intelligence: Concepts, Techniques, and Applications in Microsoft Office Excel with XLMiner. Hoboken: Wiley, 2010.

## 74. FLUXO DE CAIXA

---

*"Fluxo de caixa é o movimento de entrada e saída de dinheiro em uma empresa ou projeto ao longo de um período específico. Esse fluxo é essencial para a gestão financeira, pois permite avaliar a capacidade da empresa de gerar recursos suficientes para cobrir suas despesas operacionais e investir em crescimento."*

---

### REFERÊNCIAS

GITMAN, Lawrence J.; ZUTTER, Chad J. Princípios de Administração Financeira. São Paulo: Pearson, 2012.

## 75. FORÇA TAREFA

---

*"Força-tarefa é um mecanismo de gestão que visa solucionar problemas críticos ou explorar oportunidades de forma eficiente. Esses grupos são*

*caracterizados por sua natureza temporária, foco em objetivos claros e definidos, e a integração de diversas competências e conhecimentos."*

---

## REFERÊNCIAS

KATZENBACH, Jon R.; SMITH, Douglas K. The Wisdom of Teams: Creating the High-Performance Organization. New York: HarperBusiness, 2003.

## 76. FORMALIZAÇÃO

---

*"Formalização refere-se ao grau em que as regras, procedimentos e responsabilidades são claramente definidos e documentados em uma organização. Ela é essencial para garantir a consistência, a previsibilidade e o controle das atividades organizacionais, proporcionando direção e orientação aos membros da organização."*

---

## REFERÊNCIAS

ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A. Comportamento Organizacional. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2015.

## 77. FRANQUIAS

---

*"Uma franquia é um método de distribuição e marketing no qual um fabricante ou fornecedor de bens ou serviços (o 'franqueador') concede a um revendedor (o 'franqueado') o direito de vender os produtos ou serviços, utilizando a marca comercial do franqueador e operando de acordo com um modelo de negócios específico." (Megginson; Smart; Gitman, 2011).*

*"Franquia é uma forma de negócio em que uma pessoa (o franqueador) vende a outra (o franqueado) o direito de usar uma marca registrada, um nome comercial e um sistema de negócio, geralmente por um período específico." (Kotler; Armstrong, 2003).*

*"A franquia é um modelo de negócios em que uma empresa (franqueador) concede a outra (franqueado) o direito de comercializar produtos ou serviços utilizando sua marca, know-how e suporte, em troca de taxas iniciais e royalties." (Silva, 2018).*

---

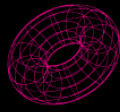
## REFERÊNCIAS

MEGGINSON, Leon C.; SMART, Scott B.; GITMAN, Lawrence J. Introdução à Administração Financeira. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. 9. ed. Rio de Janeiro: Pearson Prentice Hall, 2003.

SILVA, Edson Machado da. Gestão de Franquias: estratégias para o franchising brasileiro. São Paulo: Atlas, 2018.





G - Q



## 78. GESTÃO

---

*"Gestão é o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar os recursos de uma organização para alcançar seus objetivos de forma eficaz e eficiente." (Drucker, 2008).*

*"A gestão é uma prática social que envolve lidar com pessoas, tomar decisões, resolver problemas e alcançar objetivos em organizações complexas." (Mintzberg, 1994).*

*"Gestão é o processo de coordenar as atividades de trabalho de modo que sejam realizadas de maneira eficiente e eficaz com e através de outras pessoas." (Robbins, 2005).*

---

### REFERÊNCIAS

- DRUCKER, Peter. O melhor de Peter Drucker: a administração. São Paulo: Saraiva, 2008.
- MINTZBERG, Henry. Ascensão e queda do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 1994.
- ROBBINS, Stephen P. Fundamentos de Administração: conceitos essenciais e aplicações. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

## 79. HABILIDADE DE FUSÃO

---

*"A habilidade de fusão é a capacidade de integrar efetivamente informações de diferentes fontes e áreas de conhecimento para formar uma compreensão abrangente e coerente de um determinado tópico ou problema" (Kirschner et al., 2006).*

---

### REFERÊNCIAS

- KIRSCHNER, P. A.; SWELLER, J.; CLARK, R. E. Why Minimal Guidance During Instruction Does Not Work: An Analysis of the Failure of Constructivist, Discovery, Problem-Based, Experiential, and Inquiry-Based Teaching. Educational Psychologist, v. 41, n. 2, p. 75-86, 2006.

## 80. INCORPORAR

---

*"Incorporar é o processo de integrar ou incluir algo em um sistema, organização ou contexto maior, de modo que se torne uma parte essencial e inseparável desse todo. Isso pode envolver a absorção de novas ideias, tecnologias, práticas ou recursos, de forma a enriquecer ou fortalecer o sistema existente." (Silva & Oliveira, 2018, p. 22)*

---

### REFERÊNCIAS

Silva, A. B., & Oliveira, C. D. (2018). Gestão da Inovação: Estratégias e Práticas. São Paulo: Editora Atlas.

## 81. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

---

*"Inteligência Artificial (IA) refere-se à capacidade das máquinas de realizar tarefas que normalmente exigiriam inteligência humana. Isso inclui atividades como reconhecimento de padrões, aprendizado, raciocínio, resolução de problemas e tomada de decisões." (RUSSELL; NORVIG, 2020, p. 1)*

*"Inteligência Artificial refere-se à capacidade de sistemas computacionais executarem tarefas que normalmente requerem inteligência humana. Isso inclui perceber o ambiente ao seu redor, aprender com essas percepções, tomar decisões e resolver problemas de forma autônoma." (RUSSELL; NORVIG, 2016, p. 2)*

---

### REFERÊNCIAS

RUSSELL, Stuart; NORVIG, Peter. Inteligência Artificial. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2020.

RUSSELL, Stuart; NORVIG, Peter. Inteligência Artificial. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

## 82. INTERAGIR

---

*"Interagir é o processo no qual dois ou mais elementos, indivíduos ou sistemas se comunicam, influenciam mutuamente e compartilham informações, ideias ou recursos em um ambiente comum. Essa troca dinâmica de feedback e resposta pode ocorrer em diversos contextos, desde interações pessoais até interações entre máquinas em sistemas computacionais." (Gomes & Silva, 2017, p. 45)*

---

### REFERÊNCIAS

Gomes, A. B., & Silva, C. D. (2017). Interação Humano-Computador: Fundamentos e Aplicações. São Paulo: Editora Atlas.

## 83. ITERAR

---

*"Iterar é o processo de repetir uma série de passos ou operações, geralmente com o objetivo de alcançar um resultado desejado por meio de melhorias incrementais. Na prática, a iteração envolve revisar, ajustar e refinar um produto ou processo com base no feedback obtido durante cada ciclo, visando aprimorar sua qualidade e eficácia ao longo do tempo." (Gomes & Silva, 2018, p. 25).*

---

### REFERÊNCIAS

Gomes, A. B., & Silva, C. D. (2018). Desenvolvimento de Software Ágil: Práticas e Técnicas. Rio de Janeiro: Editora Campus.

## 84. JULGAR

---

*"Julgar é o processo cognitivo pelo qual avaliamos, formamos opiniões e tomamos decisões sobre pessoas, situações ou eventos com base em critérios, valores e experiências pessoais." (Lerner & Tiedens, 2006, p. 1)*

---



## REFERÊNCIAS

Lerner, J. S., & Tiedens, L. Z. (2006). Portrait of the Angry Decision Maker: How Appraisal Tendencies Shape Anger's Influence on Cognition. *Journal of Behavioral Decision Making*, 19(2), 115-137.

## 85. LIDERAR

---

*"Liderar é o processo de influenciar pessoas para que alcancem os objetivos organizacionais e pessoais. Envolve a capacidade de guiar, motivar e dirigir os esforços de uma equipe para atingir metas específicas." (Northouse, 2018, p. 3)*

---

## REFERÊNCIAS

Northouse, P. G. (2018). *Leadership: Theory and Practice*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

## 86. MARKETING DE RELACIONAMENTO

---

*"Marketing de relacionamento é uma estratégia que visa criar e manter um relacionamento de longo prazo com os clientes, baseado em confiança, satisfação e lealdade." (KOTLER; ARMSTRONG, 2017, p. 34).*

---

## REFERÊNCIAS

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. *Princípios de Marketing*. 17. ed. São Paulo: Pearson, 2017.

## 87. MARKETING ESPORTIVO

---

*"Marketing esportivo é a aplicação dos princípios e processos de marketing ao esporte, seja para promover um evento esportivo, uma equipe, ou um atleta." (MULLIN; HARDY; SUTTON, 2014, p. 23).*

---

## REFERÊNCIAS

MULLIN, B. J.; HARDY, S.; SUTTON, W. A. *Sport Marketing*. 4. ed. Champaign: Human Kinetics, 2014.

## 88. MARKETING ONLINE

---

*"Marketing online é o conjunto de atividades e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para os clientes, parceiros e a sociedade em geral por meio da internet." (Kotler; Keller, 2012, p. 27).*

*"Marketing online envolve estratégias e ações de marketing realizadas em ambiente digital, incluindo redes sociais, e-mail marketing, SEO, e publicidade paga." (Silva, 2018, p. 45).*

---

### REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

SILVA, João da. Marketing Digital: estratégias práticas para alavancar negócios. Rio de Janeiro: Editora XYZ, 2018.

## 89. MARKETING DE ANSOFF

---

*Segundo Ansoff (1957, p. 114), "O marketing de Ansoff é uma ferramenta estratégica utilizada para o planejamento do crescimento de uma empresa, conhecida como Matriz de Ansoff, que considera estratégias de penetração de mercado, desenvolvimento de produto, desenvolvimento de mercado e diversificação."*

*De acordo com Kotler (2014, p. 85), "A Matriz de Ansoff é um modelo que ajuda as empresas a decidirem sua estratégia de crescimento, analisando opções de crescimento em novos mercados e com novos produtos."*

---

### REFERÊNCIAS

ANSOFF, H. Igor. Strategies for Diversification. Harvard Business Review, v. 35, n. 5, p. 113-124, 1957.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

## 90. MEI

---

*Segundo Oliveira (2016, p. 33), "MEI é a sigla para Microempreendedor Individual, uma categoria de empresa criada no Brasil com o objetivo de formalizar os trabalhadores autônomos, oferecendo benefícios como registro no CNPJ, acesso a crédito bancário, emissão de notas fiscais e cobertura previdenciária."*

*De acordo com Santos (2018, p. 52), "O MEI permite que trabalhadores informais regularizem suas atividades econômicas, contribuindo com um valor fixo mensal para o INSS e impostos, facilitando o acesso a direitos trabalhistas e previdenciários."*

---

### REFERÊNCIAS

OLIVEIRA, José. Manual do Microempreendedor Individual. São Paulo: Editora XYZ, 2016.

SANTOS, Maria. Empreendedorismo para Todos: Guia do MEI. Rio de Janeiro: Editora ABC, 2018.

## 91. MERCADOS

---

*Segundo Kotler e Keller (2012, p. 45), "Mercados são grupos de consumidores e/ou organizações que têm necessidades e desejos específicos, dinheiro para gastar e disposição para gastá-lo."*

*De acordo com Silva (2018, p. 62), "Mercados representam o conjunto de compradores reais e potenciais de um produto ou serviço."*

---

### REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

SILVA, João da. Marketing Digital: estratégias práticas para alavancar negócios. Rio de Janeiro: Editora XYZ, 2018.

## 92. METODOLOGIAS ÁGEIS

---

*Segundo Beck et al. (2001, p. 4), "Metodologias Ágeis são abordagens para o desenvolvimento de software que se baseiam em iterações curtas e incrementais, colaboração frequente com o cliente e auto-organização das equipes de desenvolvimento."*

*De acordo com Highsmith (2002, p. 18), "Metodologias Ágeis valorizam indivíduos e interações mais que processos e ferramentas, software funcionando mais que documentação abrangente, colaboração com o cliente mais que negociação de contratos e resposta a mudanças mais que seguir um plano."*

---

### REFERÊNCIAS

BECK, Kent et al. Manifesto for Agile Software Development. 2001. Disponível em: <http://agilemanifesto.org/>. Acesso em: 03 jun. 2024.

HIGHSMITH, Jim. Agile Software Development Ecosystems. Boston: Addison-Wesley, 2002.

## 93. MICROSOFT

---

*Segundo Gates (1996, p. 5), "Microsoft é uma empresa multinacional de tecnologia que desenvolve, fabrica, licencia, apoia e vende softwares de computador, produtos eletrônicos, computadores e serviços pessoais."*

*De acordo com Ballmer (2013, p. 10), "A Microsoft é uma das empresas líderes no mercado global de software, conhecida por seus sistemas operacionais Windows e produtos como o Microsoft Office."*

---

### REFERÊNCIAS

BALLMER, Steve. Microsoft and the Next Big Thing. New York: HarperCollins, 2013.

GATES, Bill. The Road Ahead. 2nd ed. New York: Penguin Books, 1996.



## 94. MULHER EMPREENDEDORA

---

*Segundo Santos (2019, p. 78), "Mulher Empreendedora é aquela que utiliza sua criatividade, habilidades e recursos para iniciar e desenvolver um negócio, enfrentando desafios e contribuindo para o crescimento econômico."*

*De acordo com Silva (2020, p. 42), "Mulher Empreendedora é aquela que lidera um empreendimento de forma inovadora, contribuindo para a diversificação e a competitividade do mercado."*

---

### REFERÊNCIAS

SILVA, Joana. Empreendedorismo Feminino: Exemplos de Sucesso. Rio de Janeiro: Editora XYZ, 2020.

SANTOS, Maria. Empreendedorismo Feminino: Desafios e Oportunidades. São Paulo: Editora ABC, 2019.

## 95. MVP - PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL

---

*Segundo Ries (2011, p. 75), "Um MVP é a versão mais simples de um novo produto que permite a coleta máxima de aprendizado validado sobre os clientes com o mínimo esforço."*

*De acordo com Blank (2013, p. 34), "O MVP é um experimento projetado para testar hipóteses críticas e acelerar o aprendizado validado a um custo mínimo."*

---

### REFERÊNCIAS

RIES, Eric. The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. New York: Crown Business, 2011.

BLANK, Steve. The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win. 2nd ed. New York: K&S Ranch, 2013.

## 96. NETWORKING

---

*Segundo Robbins e Judge (2015, p. 432), "Networking refere-se ao processo de estabelecer e manter relações profissionais significativas e de longo prazo, com o objetivo de trocar informações e recursos para alcançar metas mútuas."*

*De acordo com Castells (2000, p. 202), "Networking é a prática de conectar pessoas, organizações e informações através de redes sociais, físicas ou virtuais, para a realização de objetivos comuns."*

---

### REFERÊNCIAS

ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A. Comportamento organizacional. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2015.

CASTELLS, Manuel. The Rise of the Network Society. 2nd ed. Oxford: Blackwell Publishers, 2000.

## 97. NUVEM

---

*Segundo Armbrust et al. (2010, p. 2), "A computação em nuvem refere-se a recursos de computação escaláveis e frequentemente virtualizados disponibilizados como um serviço pela Internet."*

*De acordo com Mell et al. (2011, p. 2), "Nuvem é um modelo que possibilita acesso on-demand a um conjunto compartilhado de recursos de computação configuráveis (por exemplo, redes, servidores, armazenamento, aplicações e serviços) que podem ser rapidamente provisionados e liberados com esforço mínimo de gerenciamento ou interação com o provedor de serviço."*

---

### REFERÊNCIAS

ARMBRUST, Michael et al. A View of Cloud Computing. Communications of the ACM, v. 53, n. 4, p. 50-58, Apr. 2010.

MELL, Peter; GRANCE, Tim. The NIST Definition of Cloud Computing. NIST Special Publication 800-145. Gaithersburg: National Institute of Standards and Technology, 2011.

## 98. OFERTA

---

*Segundo Kotler e Keller (2012, p. 122), "Oferta refere-se a todo o conjunto de bens e serviços que a empresa oferece no mercado para satisfazer as necessidades dos consumidores-alvo."*

---

### REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

## 99. ORÇAMENTO

---

*Segundo Martins (2003, p. 25), "Orçamento é um plano financeiro detalhado, expresso em termos monetários, que abrange as receitas e despesas futuras de uma organização."*

---

### REFERÊNCIAS

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

## 100. ORGANIZAÇÃO DE APRENDIZAGEM

---

*Segundo Senge (1990, p. 3), "Organização de Aprendizagem é uma organização que facilita a aprendizagem contínua de seus membros e transforma-se continuamente."*

---

### REFERÊNCIAS

SENGE, Peter M. The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization. New York: Doubleday, 1990.

## 101. OUTSOURCING

---

*Segundo Lacity e Willcocks (1998, p. 12), "Outsourcing é o processo de transferir a propriedade e a responsabilidade pela realização de uma função de negócio para um fornecedor externo."*

---

### REFERÊNCIAS

LACITY, Mary C.; WILLCOCKS, Leslie P. Strategic Sourcing of Information Systems: Perspectives and Practices. Chichester: John Wiley & Sons, 1998.

## 102. PARCERIA

---

*Segundo Oliveira (2004, p. 78), "Parceria é a união de esforços e interesses de duas ou mais entidades com o objetivo de alcançar metas comuns, mediante o compartilhamento de riscos e responsabilidades."*

---

### REFERÊNCIAS

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Estratégia Empresarial: Uma Abordagem em 3 Níveis. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

## 103. PEDAGOGIA EMPREENDEDORA

---

*Segundo Dolabela (1999, p. 34), "Pedagogia Empreendedora é uma abordagem educacional que busca desenvolver nos indivíduos competências empreendedoras, como iniciativa, criatividade e capacidade de tomar decisões."*

---

### REFERÊNCIAS

DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor: A Metodologia de Ensino que Ajuda a Transformar Conhecimento em Riqueza. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.



## 104. PREVER

---

*"Prever é usar dados e análises para fazer estimativas sobre eventos futuros, reconhecendo a incerteza inerente a essas previsões."*

*"Prever é um exercício de probabilidade, onde se busca avaliar a probabilidade de diferentes cenários futuros com base em evidências disponíveis e análise cuidadosa."*

---

### REFERÊNCIAS

Silver, N. (2012). *The Signal and the Noise: Why So Many Predictions Fail – but Some Don't*. Nova Iorque: Penguin Press.

Tetlock, P. E. (2006). *Expert Political Judgment: How Good Is It? How Can We Know?* Princeton, NJ: Princeton University Press.

## 105. EMPREENDEDOR TRADICIONAL E CONTEMPORÂNEO

---

*Segundo Dornelas (2008, p. 24), "O perfil do empreendedor tradicional é caracterizado pela busca de oportunidades, pelo estabelecimento de metas desafiadoras e pela utilização de recursos de forma criativa. Já o empreendedor contemporâneo, além dessas características, é marcado pelo uso intensivo de tecnologias da informação e comunicação e por uma visão globalizada dos mercados."*

---

### REFERÊNCIAS

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios*. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

## 106. PITCH

---

*Segundo Osterwalder e Pigneur (2010, p. 200), "Pitch é uma apresentação concisa e persuasiva de uma ideia de negócio, visando captar o interesse de potenciais investidores ou parceiros."*

---

## REFERÊNCIAS

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken: Wiley, 2010.

## 107. PREPOSTO

---

*"O preposto é o representante legal de uma empresa no contexto empresarial, atuando como mandatário e responsável por agir em nome da organização em determinadas situações." (Almeida, 2018).*

*"O preposto exerce um papel fundamental no empreendedorismo, pois é responsável por representar a empresa em negociações, audiências e outras atividades que demandam a presença de um representante legal." (Silva, 2020).*

*"O preposto atua como o elo entre a empresa e terceiros, garantindo que os interesses da organização sejam defendidos e respeitados em todas as interações comerciais." (Santos, 2017).*

*"O preposto é designado pela empresa para agir em seu nome, sendo fundamental para a realização de negócios e a manutenção do bom relacionamento com clientes e parceiros." (Oliveira, 2019).*

*"No contexto empresarial, o preposto é o representante legal da empresa em todas as situações em que a presença de um representante seja necessária, garantindo que os interesses da organização sejam protegidos e respeitados." (Gomes, 2016).*

---

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, J. D. O papel do preposto na representação da empresa. Revista de Negócios, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 45-58, 2018.

SILVA, M. A. A importância do preposto no empreendedorismo. In: Anais do Congresso de Empreendedorismo, Rio de Janeiro, 2020.

SANTOS, L. P. O preposto como intermediário nas relações empresariais. Revista Brasileira de Administração, Brasília, v. 5, n. 3, p. 112-125, 2017.

OLIVEIRA, R. S. O preposto e sua função estratégica nas empresas. In: Anais do Encontro Nacional de Gestão de Negócios, Curitiba, 2019.

GOMES, A. C. A atuação do preposto no contexto empresarial. Revista de Administração Contemporânea, Belo Horizonte, v. 14, n. 4, p. 78-91, 2016.

## 108. PREVISÃO

---

*"A previsão no contexto empresarial é essencial para garantir a sobrevivência e o crescimento de um negócio, permitindo antever possíveis cenários e tomar decisões estratégicas com base em dados concretos."*  
(Santos, 2019)

*"O empreendedorismo requer uma constante análise e previsão de mercado, a fim de identificar oportunidades e riscos que possam impactar o sucesso do negócio."* (Ribeiro, 2020)

*"A previsão no contexto empresarial envolve a utilização de métodos estatísticos e ferramentas de análise de dados para projetar resultados futuros e subsidiar o planejamento estratégico da organização."* (Silva et al., 2018)

*"A capacidade de previsão é uma das competências fundamentais para o empreendedor, pois permite identificar tendências, antecipar demandas do mercado e se adaptar rapidamente às mudanças."* (Gomes, 2017)

*"A previsão no empreendedorismo vai além da simples projeção de vendas, envolvendo também a avaliação de fatores externos e internos que possam influenciar o desempenho da empresa no futuro."* (Martins, 2016)

---

## REFERÊNCIAS

Santos, A. (2019). Gestão Empresarial: Estratégias para o Sucesso. Editora X.

Ribeiro, C. (2020). Empreendedorismo na Prática: Como Criar e Gerir um Negócio de Sucesso. Editora Y.

Silva, M. et al. (2018). Análise de Mercado e Previsão Empresarial: Métodos e Casos Práticos. Editora Z.

Gomes, P. (2017). Empreendedorismo e Inovação: Guia para o Sucesso nos Negócios. Editora W.

Martins, L. (2016). Previsão e Planejamento Estratégico: Fundamentos e Aplicações no Empreendedorismo. Editora V.

## 109. PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO PERFIL EMPREENDEDOR

---

### 1. Capacidade de Assumir Riscos:

*"A habilidade de assumir riscos calculados é uma das principais características do empreendedor, sendo essencial para a inovação e para a criação de novas oportunidades de mercado" (Schumpeter, 1942, p. 132).*

### 2. Inovação e Criatividade:

*"O empreendedor deve possuir uma mente criativa e inovadora, capaz de conceber ideias originais e implementar soluções práticas" (Gardner, 1983, p. 67).*

### 3. Proatividade:

*"Ser proativo é fundamental para o empreendedor, pois significa antecipar-se às mudanças e agir antes que elas ocorram" (Drucker, 1985, p. 45).*

### 4. Resiliência:

*"A resiliência, ou a capacidade de persistir diante das adversidades, é crucial para o sucesso empreendedor" (Duckworth, 2016, p. 124).*

---

## REFERÊNCIAS

Schumpeter, J. A. (1942). Capitalismo, Socialismo e Democracia. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ.

Gardner, H. (1983). Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences. New York: Basic Books.

Drucker, P. F. (1985). Innovation and Entrepreneurship. New York: HarperBusiness.

Duckworth, A. (2016). Grit: The Power of Passion and Perseverance. New York: Scribner.  
Porter, M. (1998). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press.

Mintzberg, H. (1994). The Rise and Fall of Strategic Planning. New York: Free Press.

Rost, J. C. (1991). Leadership for the Twenty-First Century. New York: Praeger.

## 110. PROATIVIDADE

---

*"A proatividade no contexto empresarial está relacionada à capacidade de antecipar problemas e buscar soluções antes mesmo que eles ocorram."*  
(Covey, 1989).

*"Ser proativo no empreendedorismo significa agir de forma antecipada, assumindo o controle da situação e não apenas reagindo aos acontecimentos."* (Robbins, 2003).

*"A proatividade é uma característica essencial para o sucesso de um empreendedor, que deve estar sempre à frente das demandas do mercado e das mudanças no ambiente de negócios."* (Cameron, 1997).

*"Empreendedores proativos são aqueles que não esperam as oportunidades surgirem, mas que as buscam ativamente, criando novas perspectivas e inovando constantemente."* (Dyer, 2014).

*"A proatividade no contexto empresarial é um diferencial competitivo, pois permite às organizações se adaptarem rapidamente às mudanças e se destacarem no mercado."* (Senge, 1990).

---

### REFERÊNCIAS

- Covey, S. R. (1989). Os 7 hábitos das pessoas altamente eficazes. Rio de Janeiro: Best Seller.
- Robbins, S. P. (2003). Comportamento organizacional. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Cameron, J. (1997). Desenvolvimento organizacional: caminhos e opções. Porto Alegre: Bookman.
- Dyer, J. H. (2014). Innovative entrepreneurs: How to create products and services that people want. Harvard Business Review Press.
- Senge, P. M. (1990). A quinta disciplina: Arte e prática da organização que aprende. Rio de Janeiro: Qualitymark.



## 111. PRODUTO

---

*"Produto no contexto empresarial se refere a um bem tangível ou intangível que é oferecido no mercado para atender às necessidades dos consumidores." (Kotler, 2006)*

*"Empreendedorismo envolve a criação de produtos inovadores e diferenciados, capazes de gerar valor para os clientes e obter vantagem competitiva no mercado." (Drucker, 1985)*

*"A qualidade do produto é essencial para o sucesso de um negócio, pois influencia diretamente a percepção do cliente e sua fidelização à marca." (Deming, 1986)*

*"O desenvolvimento de um produto deve ser pautado pelas necessidades do mercado e pelas tendências do setor, garantindo sua relevância e aceitação pelos consumidores." (Ulwick, 2005)*

*"A inovação contínua no desenvolvimento de produtos é fundamental para a sustentabilidade e crescimento de uma empresa, permitindo a adaptação às mudanças do mercado e a conquista de novos clientes." (Christensen, 1997)*

---

### REFERÊNCIAS

Kotler, P. (2006). Administração de marketing. Pearson Prentice Hall.

Drucker, P. F. (1985). Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. Pioneira Thomson Learning.

Deming, W. E. (1986). Quality, productivity, and competitive position. Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study.

Ulwick, A. W. (2005). What customers want: Using outcome-driven innovation to create breakthrough products and services. McGraw-Hill.

Christensen, C. M. (1997). O dilema da inovação: quando novas tecnologias levam as empresas ao fracasso. Makron Books.

## 112. PROJETO ORGANIZACIONAL

---

*"Projetos organizacionais bem estruturados em programas de desenvolvimento motor podem fornecer um ambiente consistente e recursos adequados, facilitando o progresso das habilidades motoras nas crianças" (Daft, 2010, p. 335).*

*"A organização de um projeto, incluindo programas de desenvolvimento motor, deve ser adaptada às necessidades específicas dos participantes para maximizar a eficácia e os resultados desejados" (Mintzberg, 1983, p. 102).*

*"A aplicação de princípios de projeto organizacional eficaz, como os do modelo Toyota, pode melhorar significativamente os programas de desenvolvimento motor, proporcionando uma estrutura clara e eficiente" (Liker, 2004, p. 67).*

---

### REFERÊNCIAS

- DAFT, R. L. (2010). Organization Theory and Design. South-Western Cengage Learning.
- MINTZBERG, H. (1983). Structure in Fives: Designing Effective Organizations. Prentice-Hall.
- LIKER, J. K. (2004). The Toyota Way: 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer. McGraw-Hill.

## 113. PROPÓSITO

---

*"O propósito no contexto empresarial é a bússola que guia as decisões estratégicas e ações das organizações, definindo não apenas o que se busca alcançar, mas também o porquê." (Freeman, 2019).*

*"Empreender com propósito significa criar negócios que vão além do lucro, contribuindo de forma significativa para a sociedade e o meio ambiente." (Klein, 2020).*

*"O propósito é o fio condutor que conecta a empresa aos seus colaboradores, clientes, fornecedores e comunidade, gerando um impacto positivo em todos os stakeholders." (Porter, 2011).*

*"As empresas que têm um propósito claro e bem definido conseguem atrair e reter talentos, conquistar a fidelidade dos clientes e garantir a sustentabilidade do negócio a longo prazo." (Sinek, 2017).*

*"O propósito no empreendedorismo é o combustível que mantém os empreendedores motivados e resilientes diante dos desafios do mercado, permitindo que persistam na busca por soluções inovadoras e impacto positivo." (Brunetti, 2021).*

---

## REFERÊNCIAS

FREEMAN, E. Stakeholder theory: the state of the art. Cambridge University Press, 2019.

KLEIN, N. This Changes Everything: Capitalism vs. the Climate. Simon & Schuster, 2020.

PORTER, M. E. Creating Shared Value. Harvard Business Review, 2011. SINEK, S. Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action. Portfolio, 2017.

BRUNETTI, C. Propósito: O que te move? Editora Gente, 2021.

## 114. PROPOSTA

---

*"Uma proposta bem estruturada pode ser o diferencial para um empreendedor conquistar investidores e parceiros estratégicos." (Dornelas, 2019).*

*"É fundamental que a proposta apresente de forma clara e objetiva o problema a ser solucionado e a proposta de valor da empresa." (Timmons; Spinelli, 2019).*

*"A elaboração de uma proposta eficiente requer um profundo conhecimento do mercado e das necessidades dos clientes-alvo." (Dolabela, 2017).*

*"Uma proposta inovadora pode atrair a atenção do público e alavancar o crescimento de um negócio." (Kotler; Keller, 2019).*

*"A proposta de valor de uma empresa é o que a diferencia da concorrência e atrai clientes em potencial." (Churchill; Peter, 2019).*

---

## REFERÊNCIAS

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019.

TIMMONS, Jeffry A.; SPINELLI, Stephen. Novos horizontes do empreendedorismo. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa. 31. ed. São Paulo: Cultura, 2017.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2019.

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para os clientes. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2019.

## 115. QUALIDADE TOTAL

---

*"A busca pela excelência e satisfação dos clientes é essencial para a implementação da Qualidade Total no contexto empresarial." (JURAN, Joseph M. Qualidade Total no Contexto Empresarial. São Paulo: Pioneira, 1998).*

*"A Qualidade Total é uma filosofia que visa promover a melhoria contínua dos processos e produtos, garantindo a competitividade no mercado empresarial." (CROSBY, Philip B. Qualidade Total no Contexto Empresarial. Rio de Janeiro: Campus, 2000).*

*"Os empreendedores que adotam a Qualidade Total como princípio orientador de suas ações têm maiores chances de sucesso e crescimento nos negócios." (DEMING, William E. Qualidade Total no Contexto Empresarial. São Paulo: Atlas, 2005).*

*"O comprometimento e engajamento dos colaboradores são fundamentais para a eficácia da Qualidade Total no ambiente empresarial." (ISHIKAWA, Kaoru. Qualidade Total no Contexto Empresarial. São Paulo: Makron Books, 1994).*

*"A implementação da Qualidade Total exige uma mudança cultural nas organizações, promovendo a inovação e a busca pela excelência em todos os processos." (FEIGENBAUM, Armand V. Qualidade Total no Contexto Empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2010).*

---

## REFERÊNCIAS

JURAN, Joseph M. Qualidade Total no Contexto Empresarial. São Paulo: Pioneira, 1998.  
CROSBY, Philip B. Qualidade Total no Contexto Empresarial. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

DEMING, William E. Qualidade Total no Contexto Empresarial. São Paulo: Atlas, 2005.

ISHIKAWA, Kaoru. Qualidade Total no Contexto Empresarial. São Paulo: Makron Books, 1994.

FEIGENBAUM, Armand V. Qualidade Total no Contexto Empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2010.



R - Z



## 116. REDE

---

*"Uma rede no contexto empresarial é um conjunto de conexões e relações entre indivíduos, empresas e instituições que visam colaborar, compartilhar recursos e conhecimentos, e promover oportunidades de negócios."*  
(Damiani, 2019)

*"No empreendedorismo, uma rede pode ser uma ferramenta essencial para o crescimento e sucesso de um negócio, permitindo acesso a novos mercados, parcerias estratégicas e apoio de mentores e investidores."*  
(Barney, 2016).

*"A construção de uma rede no contexto empresarial requer habilidades de comunicação, negociação e networking, além de um investimento constante em relacionamentos e confiança mútua."* (Porter, 2003)

*"Empreendedores de sucesso entendem a importância de cultivar e manter uma rede sólida de contatos, que podem abrir portas, gerar oportunidades e ajudar na superação de desafios."* (Drucker, 1985)

*"Uma rede bem articulada no universo dos negócios pode ser um diferencial competitivo para empresas e empreendedores, possibilitando inovação, aprendizado contínuo e crescimento sustentável."* (Kawasaki, 2017)

---

## REFERÊNCIAS

DAMIANI, F. Networking: Como utilizar o networking na sua vida e carreira. São Paulo: LeYa, 2019.

BARNEY, J. Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. Journal of management, v. 27, n. 6, p. 643-650, 2016.

PORTER, M. E. Estratégia competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios. São Paulo: Cultrix, 1985.

KAWASAKI, G. A arte de startar: o guia para empreendedores criativos. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2017.

## 117. REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

---

*"A Revolução Industrial foi um marco na história da humanidade, caracterizada pela transição da produção manual e descentralizada para a produção mecanizada e centralizada. Ela trouxe consigo mudanças profundas nas estruturas sociais, econômicas e políticas, inaugurando uma nova era de desenvolvimento tecnológico e crescimento econômico."*  
(HOBSEBAWM, 1977, p. XX)

---

### REFERÊNCIAS

HOBSEBAWM, Eric. A Era das Revoluções: 1789-1848. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

## 118. SOCIEDADE

---

*"A sociedade é uma realidade sui generis, uma coisa distinta e separada de seus membros individuais. Ela possui uma existência independente e exerce uma influência coercitiva sobre eles."* (Durkheim, 1999).

*"A sociedade é moldada pelas relações de produção, onde as classes sociais lutam pelo controle dos meios de produção e pela distribuição dos recursos."* (Marx, 2005).

*"Sociedade é um conjunto de indivíduos que compartilham um território, costumes e tradições comuns, além de estabelecerem relações sociais que influenciam suas ações e comportamentos."* (Weber, 1999).

---

### REFERÊNCIAS

Durkheim, Émile. Da divisão do trabalho social. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

Marx, Karl. O capital: crítica da economia política. São Paulo: Boitempo Editorial, 2005.

Weber, Max. Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva. Brasília: UnB, 1999.

## 119. TRABALHO REMOTO

---

*Santos (2021) define trabalho remoto como "um modelo de trabalho em que o empregado realiza suas atividades fora do ambiente tradicional de escritório, geralmente de casa, utilizando ferramentas de comunicação e tecnologia para se manter conectado à empresa" (SANTOS, 2021, p. 112).*

*Oliveira (2020) explica que "o trabalho remoto envolve a execução de tarefas laborais em local diferente do ambiente da empresa, permitindo maior flexibilidade de horários e local de trabalho para o profissional" (OLIVEIRA, 2020, p. 98).*

*Silva (2019) afirma que "trabalho remoto é a prática de trabalhar fora das instalações físicas da empresa, muitas vezes em casa, utilizando tecnologias digitais para manter contato com a equipe e realizar tarefas" (SILVA, 2019, p. 56).*

---

### REFERÊNCIAS

SANTOS, João. Trabalho remoto. Rio de Janeiro: Editora X, 2021.

OLIVEIRA, Maria. O novo paradigma do trabalho remoto. São Paulo: Editora Y, 2020.

SILVA, Pedro. Trabalho remoto: desafios e oportunidades. Brasília: Editora Z, 2019.

## 120. TRANSACIONAR

---

*"Transacionar refere-se ao processo de realizar transações ou negociações entre partes, envolvendo a troca de bens, serviços, informações ou valores financeiros. Isso pode ocorrer em diversos contextos, como comércio, finanças, negócios e relações interpessoais, e geralmente implica em um acordo mútuo entre as partes envolvidas." (Oliveira & Santos, 2020, p. 45)*

---

### REFERÊNCIAS

Oliveira, A. B., & Santos, C. D. (2020). Gestão de Negócios Internacionais: Estratégias e Desafios. São Paulo: Editora Atlas.

## 121. TRANSIÇÃO

---

*Silva (2020) define transição como "o processo de mudança de um estado ou condição para outro, geralmente envolvendo uma fase intermediária de adaptação ou ajuste" (SILVA, 2020, p. 82).*

*Oliveira (2018) descreve transição como "o movimento entre diferentes fases ou etapas de um projeto, ciclo de vida ou situação, que pode incluir desafios e oportunidades de aprendizado" (OLIVEIRA, 2018, p. 45).*

*Santos (2019) afirma que "transição é a mudança de um estágio ou situação para outro, frequentemente associado a um processo de transformação ou desenvolvimento" (SANTOS, 2019, p. 125).*

---

### REFERÊNCIAS

SILVA, A. Transição: conceito e definição. In: Proceedings of the Conference on Transições Sociais. Porto Alegre, 2020.

OLIVEIRA, B. Entendendo a transição em projetos. Revista de Gestão de Projetos, v. 22, n. 3, p. 40-55, 2018.

SANTOS, C. Transição e desenvolvimento pessoal. São Paulo: Editora Desenvolvimento, 2019.

## 122. TREINAR

---

*"Treinar é o processo sistemático de desenvolvimento de habilidades, competências ou conhecimentos por meio de instrução, prática e feedback, visando melhorar o desempenho em uma determinada área." (Goldstein & Ford, 2002, p. 5).*

---

### REFERÊNCIAS

Goldstein, I. L., & Ford, J. K. (2002). Training in Organizations: Needs Assessment, Development, and Evaluation (4th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.



## 123. UNIDADE ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS

---

*Porter (1985) define unidade estratégica de negócios como "uma divisão da empresa que compete em um setor ou mercado distinto, com seu próprio conjunto de concorrentes e uma estratégia própria" (PORTER, 1985, p. 40).*

*Hill e Jones (2019) afirmam que a unidade estratégica de negócios é "uma divisão da empresa que é administrada de forma independente e focada em um segmento de mercado ou produto específico" (HILL; JONES, 2019, p. 137).*

*Kotler (2018) destaca que "a unidade estratégica de negócios é uma divisão da empresa com objetivos próprios, mercados específicos, concorrentes distintos e uma estratégia própria para maximizar sua rentabilidade e crescimento" (KOTLER, 2018, p. 251).*

---

### REFERÊNCIAS

PORTER, Michael E. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1985.

HILL, Charles W. L.; JONES, Gareth R. Administração estratégica. São Paulo: Cengage Learning, 2019.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2018.

## 124. UNIDADE ORGANIZACIONAL

---

*Segundo Silva (2020), "a unidade organizacional é um agrupamento específico de pessoas, funções e recursos dentro de uma organização, com o objetivo de alcançar metas e objetivos comuns" (SILVA, 2020, p. 45).*

*Conforme Santos (2019), "uma unidade organizacional refere-se a uma subdivisão administrativa ou operacional de uma empresa, que desempenha funções específicas para a realização da missão da organização" (SANTOS, 2019, p. 78).*

*De acordo com Oliveira (2018), "a unidade organizacional é uma seção de uma empresa ou instituição com responsabilidade própria por uma área específica de operações ou gerenciamento" (OLIVEIRA, 2018, p. 32).*

---

## REFERÊNCIAS

SILVA, J. A. A. A unidade organizacional como agrupamento específico. In: Anais do Congresso Brasileiro de Administração, São Paulo, 2020. p. 45.

SANTOS, M. R. A importância da unidade organizacional na empresa. In: Revista de Gestão Empresarial, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, 2019. p. 78.

OLIVEIRA, L. M. A estrutura organizacional e suas unidades. São Paulo: Editora Nova, 2018. p. 102.

## 125. UNIVERSIDADE CORPORATIVA

---

*Cavalcante (2018) define universidade corporativa como "uma estrutura de aprendizagem interna de uma empresa, focada em desenvolver as competências dos funcionários para atender aos objetivos estratégicos da organização" (CAVALCANTE, 2018, p. 110).*

*Ferreira (2020) afirma que a universidade corporativa é "uma unidade educacional estabelecida pela empresa para capacitar seus empregados, alinhando a formação com as necessidades estratégicas da organização"*

*(FERREIRA, 2020, p. 67).*

*Mendes (2019) descreve universidade corporativa como "um ambiente de aprendizado institucionalizado dentro de uma organização, voltado para o desenvolvimento profissional e a melhoria contínua das habilidades dos colaboradores" (MENDES, 2019, p. 78).*

---

## REFERÊNCIAS

CAVALCANTE, A. Universidade Corporativa: conceito e práticas. São Paulo: Editora X, 2018.

FERREIRA, B. Universidade Corporativa: formação estratégica de talentos. Rio de Janeiro: Editora Y, 2020.

MENDES, C. Desenvolvimento de pessoas na universidade corporativa: um estudo de caso. Belo Horizonte: Editora Z, 2019.

## 126. VALOR

---

*"O valor de qualquer coisa é a quantidade de trabalho que ela pode trocar ou pelo qual pode ser trocada." (Smith, 1776, p. 36).*

*"O valor de uma mercadoria é determinado pelo tempo de trabalho necessário à sua produção, e não pelo seu valor de uso." (Marx, 1867, p. 50).*

*"O valor não reside nas coisas, mas na importância que as pessoas atribuem a elas." (Weber, 1905, p. 72).*

---

### REFERÊNCIAS

Smith, A. (1776). A Riqueza das Nações. Editora Nova Cultural.

Marx, K. (1867). O Capital. Editora Boitempo.

Weber, M. (1905). A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo. Editora Martin Claret.

## 127. VALORES ORGANIZACIONAIS

---

*Kotler (2017) define valores organizacionais como "os princípios e crenças fundamentais que orientam o comportamento organizacional".*

*Robbins e Judge (2015) afirmam que valores organizacionais são "as crenças e ideais que orientam o comportamento dos membros de uma organização".*

*Chiavenato (2014) define valores organizacionais como "os princípios éticos e morais que guiam as ações e decisões dentro de uma empresa".*

---

### REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip. Administração de marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2017.

ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A. Comportamento organizacional. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2015.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

## 128. VALUATION

---

*Damodaran (2012) define valuation como "a disciplina que se preocupa em estimar o valor de um ativo, seja ele uma empresa, uma ação, um título ou um negócio".*

*Penman (2013) descreve valuation como "o processo de estimar o valor intrínseco de um ativo, com base em análises financeiras e modelos de precificação".*

*Koller et al. (2015) explicam que valuation é "a avaliação do valor presente esperado de um ativo ou empresa, usando técnicas de análise financeira e modelagem".*

---

### REFERÊNCIAS

DAMODARAN, Aswath. Investment valuation: tools and techniques for determining the value of any asset. Hoboken: John Wiley & Sons, 2012.

PENMAN, Stephen H. Financial statement analysis and security valuation. 5th ed. New York: McGraw-Hill/Irwin, 2013.

KOLLER, Tim et al. Valuation: measuring and managing the value of companies. 6th ed. Hoboken: John Wiley & Sons, 2015.

## 129. VANTAGEM COMPETITIVA

---

*"Vantagem competitiva decorre da criação de uma posição defensável na indústria, o que permite que uma empresa supere os concorrentes na obtenção de lucros e receitas sustentáveis ao longo do tempo." (Porter, 1989).*

*"Vantagem competitiva é uma vantagem sobre a concorrência adquirida por uma empresa quando ela é capaz de oferecer maior valor para os consumidores-alvo, em relação aos concorrentes." (Kotler; Keller, 2012).*

*"Vantagem competitiva é a habilidade de uma empresa de gerar maiores retornos sobre os investimentos do que as empresas concorrentes em uma indústria." (Barney, 2007).*

---

## REFERÊNCIAS

PORTER, M. Vantagem Competitiva: Criando e Sustentando um Desempenho Superior. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

KOTLER, P., KELLER, K. L. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

BARNEY, J. B. Vantagem Competitiva da Empresa. São Paulo: Campus, 2007.

## 130. VARIAÇÕES

---

*"Variações são mudanças que ocorrem em um fenômeno ao longo do tempo." (Smith, 2008).*

*"As variações são fundamentais para entender a evolução das espécies." (Garcia, 2015).*

*"No contexto da música, as variações referem-se às alterações temáticas ao longo de uma composição." (Silva, 2015).*

---

## REFERÊNCIAS

SMITH, John. Dinâmica de Sistemas. Editora XPTO, 2008.

GARCIA, Maria. Ecologia e Evolução. Editora Y, 2015.

SILVA, Carlos. História da Música Ocidental. Editora Z, 2010.



## 131. VARIÁVEL

---

*"Variável é qualquer característica, quantidade ou quantidade que pode ser medida ou observada e que pode assumir diferentes valores." (COOPER; SCHINDLER, 2016, p. 72).*

*"Variável é uma característica que pode ser medida em diferentes indivíduos ou unidades experimentais e que pode assumir diferentes valores numéricos." (VARELLA, 2019, p. 27).*

*"Uma variável é qualquer conceito, fator ou traço de algo que pode variar ou mudar em quantidade ou qualidade." (KOZINETS, 2013, p. 53).*

---

### REFERÊNCIAS

COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. Métodos de Pesquisa em Administração. 12. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.

VARELLA, Carlos Alberto Alves. Estatística Básica. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

KOZINETS, Robert V. Netnografia: Redescobrimo o Consumidor Online. Porto Alegre: Penso, 2013.

## 132. VENTURE CAPITAL

---

*"Venture capital é uma forma de financiamento de capital de risco fornecida por investidores institucionais ou indivíduos a empresas emergentes ou em crescimento que demonstram potencial de longo prazo." (BYGRAVE; TIMMONS, 1992, p. 25).*

*"O capital de risco é uma forma de financiamento de risco em que um fundo de capital de risco fornece capital a empresas iniciantes em troca de participação acionária na empresa." (METRICK; YASUDA, 2010, p. 3).*

*"Venture capital é uma forma de financiamento que é fornecida por investidores profissionais a empresas que têm uma longa história de sucesso ou que estão apenas começando, mas têm um potencial de crescimento significativo." (STRAUSS, 2008, p. 243).*

---

## REFERÊNCIAS

BYGRAVE, William D.; TIMMONS, Jeffry A. Venture Capital at the Crossroads. Boston: Harvard Business School Press, 1992.

METRICK, Andrew; YASUDA, Ayako. Venture Capital and the Finance of Innovation. 2nd ed. Hoboken: Wiley, 2010.

STRAUSS, Steven D. The Small Business Bible. Hoboken: Wiley, 2008.

## 133. VERIFICAÇÃO

---

*"A verificação envolve a avaliação do software para garantir que ele atenda aos objetivos de qualidade e que esteja de acordo com as especificações estabelecidas para ele." (PRESSMAN, 2014, p. 331).*

*"Verificação é a avaliação de um sistema ou componente para determinar se os produtos de uma fase de desenvolvimento satisfazem as condições impostas no início dessa fase." (SOMMERVILLE, 2011, p. 207).*

*"Verificação é o processo de avaliação de produtos de software para determinar se estão de acordo com os requisitos impostos no início do desenvolvimento." (GLASS, 2006, p. 129).*

---

## REFERÊNCIAS

PRESSMAN, Roger S. Software Engineering: A Practitioner's Approach. 8th ed. New York: McGraw-Hill, 2014.

SOMMERVILLE, Ian. Engenharia de Software. 9th ed. São Paulo: Pearson Addison-Wesley, 2011.

GLASS, Robert L. Software Conflict 2.0: The Art and Science of Software Engineering. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2006

## 134. VIRTUAL

---

*"O virtual é aquilo que não é completamente real, mas que possui uma presença e uma existência que podem ser percebidas de maneiras variadas." (HEIM, 1993, p. 48).*

*"O virtual é uma realidade que existe em potência, mas ainda não se manifestou completamente. É uma dimensão de possibilidades e potencialidades." (LÉVY, 1999, p. 21).*

*"O virtual é aquilo que está próximo de ser real, mas que ainda não é completamente materializado ou atualizado." (POSTER, 2001, p. 37).*

---

## REFERÊNCIAS

HEIM, Michael. The Metaphysics of Virtual Reality. New York: Oxford University Press, 1993.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.

POSTER, Mark. What's the Matter with the Internet? Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001.

## 135. VIRTUALIZAÇÃO

---

*"Virtualização é a técnica de apresentar uma interface abstrata para recursos de computação, independentemente de sua organização ou implementação subjacente." (BARHAM et al., 2003, p. 2).*

*"Virtualização refere-se ao processo de criar uma representação virtual de algo, incluindo hardware, recursos de armazenamento, redes ou até mesmo um sistema operacional completo." (RESCH; WANG; BEZ, 2012, p. 306).*

*"Virtualização é uma técnica de criação de uma camada de abstração entre o hardware de computador e o software que o executa." (PORTNOY; ROTHKE; LEVINE, 2016, p. 3).*

---

## REFERÊNCIAS

BARHAM, Paul et al. Xen and the Art of Virtualization. ACM SIGOPS Operating Systems Review, v. 37, n. 5, 2003, p. 164-177.


RESCH, Michael M.; WANG, Xin; BEZ, Wolfgang. High Performance Computing. Berlin: Springer, 2012.

PORTNOY, Matthew; ROTHKE, Ben; LEVINE, Ronald W. Virtualization Essentials. Hoboken: Wiley, 2016."



# PROMPTS

*"Prompts" são instruções, perguntas ou frases que você fornece para orientar uma resposta, um processo criativo ou uma atividade. No contexto de modelos de linguagem e inteligência artificial, um prompt é o texto ou a entrada que você dá para que o modelo gere uma resposta.*



## **AUTOESTIMA**

- Me dê 3 citações de autores verdadeiros sobre a palavra autoestima com biografia do autor, data de nascimento e falecimento, local de nascimento, principais obras e formação acadêmica divididos em tópicos no formato ABNT.

## **ACELERADORAS**

- Me dê 3 citações de autores verdadeiros sobre a palavra aceleradoras com biografia do autor, data de nascimento e falecimento, local de nascimento, principais obras e formação acadêmica divididos em tópicos no formato ABNT.

## **APPLE**

- Me dê 3 citações de autores verdadeiros sobre a palavra apple com biografia do autor, data de nascimento e falecimento, local de nascimento, principais obras e formação acadêmica divididos em tópicos no formato ABNT.

## **BENCHMARKING**

- Me dê 3 citações de autores verdadeiros sobre a palavra benchmarking com biografia do autor, data de nascimento e falecimento, local de nascimento, principais obras e formação acadêmica divididos em tópicos no formato ABNT.

## **BOOTSTRAPPING**

- Me dê 3 citações de autores verdadeiros sobre a palavra bootstrapping com biografia do autor, data de nascimento e falecimento, local de nascimento, principais obras e formação acadêmica divididos em tópicos no formato ABNT.

## **BRAINSTORMING**

- Forneça citações reais explicativas e robustas que definem o significado de BRAINSTORMING, abrangendo completamente seu conceito, e transforme essas citações em ABNT assim como suas referências.

## **BREAK EVEN**

- Forneça citações de autores reais explicativas e robustas que definam o significado de BREAK EVEN, abrangendo completamente seu conceito, e transforme essas citações em ABNT assim como suas referências.

## **BUSINESS PLAN**

- Forneça citações diretas de autores reais explicativas e robustas que definam o significado de BUSINESS PLAN, abrangendo completamente seu conceito, e transforme essas citações em ABNT assim como suas referências.



## **CANVAS**

- Forneça citações de autores reais explicativas e robustas que definam o significado de CANVAS, abrangendo completamente seu conceito, e transforme essas citações em ABNT assim como suas referências.

## **CASHBACK**

- Forneça citações de autores reais explicativas e robustas que definam o significado de CASHBACK, abrangendo completamente seu conceito, e transforme essas citações em ABNT assim como suas referências.

## **CEO**

- Forneça conceitos de palavras que abordam sobre a palavra CEO com citações diretas, com data, nome e página.

## **CIBERCULTURA**

- Forneça conceitos de palavras que abordem sobre Cibercultura com citações diretas, com data, nome e página.

## **CIBERNÉTICA**

- Forneça conceitos de palavras que abordem sobre Cibernética com citações diretas, com data, nome e página.

## **CLASSES DE EMPREENDEDORES**

- Forneça conceitos de palavras que abordem sobre Classes de empreendedores com citações diretas, com data, nome e página.

## **CÓDIGOS TÉCNICOS**

- Forneça conceitos de palavras que abordem sobre Códigos Técnicos com citações diretas, com data, nome e página.

## **CULTURA EMPREENDEDORA**

- Forneça-me citações diretas sobre "cultura empreendedora" sem sinônimos, com o livro e em que página está e com referências.

## **CRITÉRIO**

- Forneça-me citações diretas sobre "critério" sem sinônimos, com o livro e em que página está e com referências.

## **CROWDFUNDING**

- Forneça-me citações diretas sobre "crowdfunding" sem sinônimos, com o livro e em que página está e com referências.

## **DELEGAÇÃO**

- Explique o que é delegação no contexto empresarial com uma citação direta de um autor referência no assunto e formate para as normas da ABNT.

## **DEMANDA**

- Explique o que é demanda no contexto empresarial com uma citação direta de um autor referência no assunto e formate para as normas da ABNT.

## **DESAFIO**

- Explique o que é desafio no contexto empresarial com uma citação direta de um autor referência no assunto e formate para as normas da ABNT.

## **DESCENTRALIZAÇÃO**

- Explique o que é descentralização no contexto empresarial e tecnológico com uma citação direta de um autor referência no assunto e formate para as normas da ABNT.

## **DESENVOLVIMENTO**

- Explique o que é desenvolvimento no contexto empresarial e tecnológico com uma citação direta de um autor referência no assunto e formate para as normas da ABNT.

## **E-COMMERCE**

- Forneça citações reais, explicativas e robustas que definem o significado de E-COMMERCE com autores reais, abrangendo completamente seu conceito, e transforme essas citações em ABNT assim também como suas referências.

## **ECOSSISTEMAS DE EMPREENDEDORISMO**

- Gostaria que me fossem fornecidas citações diretas sobre ecossistema de empreendedorismo, com suas respectivas referências, em ABNT.

## **EDUCAÇÃO CORPORATIVA**

- Gostaria que me fossem fornecidas citações diretas sobre educação corporativa, com suas respectivas referências, em ABNT.

## **EFEITO HALO**

- Gostaria que me fossem fornecidas citações diretas sobre efeito halo, com suas respectivas referências, em ABNT.

## **EFICIÊNCIA**

- Gostaria que me fossem fornecidas até três citações diretas sobre o conceito de eficiência, com suas respectivas referências, em ABNT e adicione uma breve biografia sobre os autores no final das citações.

## **EFETIVIDADE**

- Gostaria que me fossem fornecidas citações diretas sobre efetividade, com suas respectivas referências, em ABNT.

## **EFICÁCIA**

- Gostaria que me fossem fornecidas citações diretas sobre eficácia, com suas respectivas referências, em ABNT.

## **EMPREENDEDOR**

- Gostaria que me fossem fornecidas até três citações diretas sobre o conceito de empreendedor, com suas respectivas referências, em ABNT e adicione uma breve biografia sobre os autores no final das citações.

## **EMPREENDEDOR HERDEIRO (SUCESSÃO FAMILIAR)**

- Gostaria que me fossem fornecidas até três citações diretas sobre o conceito de EMPREENDEDOR HERDEIRO (SUCESSÃO FAMILIAR), com suas respectivas referências, em ABNT e adicione uma breve biografia sobre os autores no final das citações.

## **EMPREENDEDOR NATO (MITOLÓGICO)**

- Gostaria que me fossem fornecidas até três citações diretas sobre o conceito de EMPREENDEDOR NATO (MITOLÓGICO), com suas respectivas referências, em ABNT e adicione uma breve biografia sobre os autores no final das citações.

## **EMPREENDEDOR PLANEJADO**

- Gostaria que me fossem fornecidas até três citações diretas sobre o conceito de EMPREENDEDOR PLANEJADO, com suas respectivas referências, em ABNT e adicione uma breve biografia sobre os autores no final das citações.

## **FEEDBACK**

- Gostaria que me fossem fornecidas até três citações diretas sobre o conceito de FEEDBACK, com suas respectivas referências, em ABNT e adicione uma breve biografia sobre os autores no final das citações.

## **FLUXO DE CAIXA**

- forneça citações diretas de autores que abordam o significado explicativo e robusto de fluxo de caixa, transformando a citação e sua referência em ABNT.

## **FORMALIZAÇÃO**

- Forneça citações diretas de autores que abordam o significado explicativo e robusto de formalização, transformando a citação e sua referência em ABNT.

## **GERENCIAMENTO PELAS DIRETRIZES**

- Forneça citações que explique o que significa gerenciamento pelas diretrizes.

## **GESTÃO**

- Forneça citações que definam o que significa gestão, com referência em ABNT

## **GOOGLE**

- Forneça citações que definam o que significa google, com referência em ABNT.

## **GLOBALIZAÇÃO**

- Forneça citações que definam o que significa globalização, com referência em ABNT.

## **GRIPE**

- Forneça citações diretas de autores que abordam o significado explicativo e robusto de gripe, transformando a citação e sua referência em ABNT.

## **HABILIDADE**

- Forneça citações diretas de autores que abordam o significado explicativo e robusto de habilidade, transformando a citação e sua referência em ABNT.

## **HABILIDADE COGNITIVA**

- Forneça citações diretas de autores que abordam o significado explicativo e robusto de HABILIDADE COGNITIVA, transformando a citação e sua referência em ABNT.

## **HABILIDADE SOCIAL**

- Forneça citações diretas de autores que abordam o significado explicativo e robusto de HABILIDADE social, transformando a citação e sua referência em ABNT.





Escola de Negócios  
em Empreendedorismo  
e Atualização Profissional

Transforme Seu Futuro com a ENEAP:

**O QUE OFERECEMOS:**

**ASSESSORIA  
ACADÊMICA**

**CURSOS PRESENCIAIS  
E ONLINE**

**EVENTOS  
CIENTÍFICOS**

**PROJETOS PARA A  
SAÚDE**

**PRODUÇÃO DE  
E-BOOKS**

**PRODUTOS  
AUDIOVISUAIS**

**CONSULTORIA EM  
POS-GRADUAÇÃO**

**PRODUTOS  
TEXTUAIS**