

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA CENTRO DE CIÊNCIAS DA
ADMINISTRAÇÃO E SOCIOECONÔMICAS- ESAG PROGRAMA DE PÓS-
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

Curso: MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO

**Grupo de Pesquisa: Athena - Laboratório de estudos em organizações, inovação e
colaboração Área de especialidade: Indivíduos, grupos e organizações**

**A INTELIGÊNCIA ANALÍTICA COMO MOTOR DA INOVAÇÃO: O IMPACTO
DOS DADOS NA CRIAÇÃO E SUSTENTABILIDADE DE NOVOS NEGÓCIOS**

089.794.939-08

FLORIANÓPOLIS

2025

PROPOSTA DE PESQUISA: A INTELIGÊNCIA ANALÍTICA COMO MOTOR DA INOVAÇÃO: O IMPACTO DOS DADOS NA CRIAÇÃO E SUSTENTABILIDADE DE NOVOS NEGÓCIOS

1. INTRODUÇÃO

1.1. Contextualização do Tema

O avanço das tecnologias digitais e a crescente disponibilidade de dados remodelaram a dinâmica dos negócios, tornando a inteligência analítica um fator determinante para o sucesso organizacional. No cenário empresarial contemporâneo, a capacidade de coletar, processar e interpretar dados não apenas otimiza processos internos, mas também impulsiona a inovação, permitindo que as organizações se antecipem a tendências de mercado, personalizem experiências para os consumidores e identifiquem oportunidades estratégicas com maior precisão.

A era da transformação digital trouxe consigo ferramentas avançadas, como Big Data, Machine Learning e Business Intelligence, que viabilizam análises preditivas e a automatização da tomada de decisão. Essas tecnologias não estão mais restritas às grandes corporações; cada vez mais, startups e pequenas empresas têm acesso a soluções que lhes permitem competir em condições mais equilibradas. No entanto, a simples disponibilidade dessas ferramentas não garante o sucesso. Para que a inteligência analítica seja de fato um diferencial competitivo, é necessário desenvolver uma cultura organizacional orientada por dados (data-driven), onde a tomada de decisão seja fundamentada em evidências e não apenas em intuições ou experiências passadas.

No contexto do empreendedorismo e da criação de novos negócios, a análise de dados desempenha um papel crítico. Modelos de negócios inovadores, como fintechs, healthtechs e marketplaces digitais, dependem fortemente da capacidade de transformar grandes volumes de dados em insights acionáveis. Desde a validação de ideias e segmentação de mercado até o monitoramento de desempenho e ajuste de estratégias, a inteligência analítica pode definir a viabilidade e a sustentabilidade de uma empresa em um ambiente competitivo e dinâmico.

Entretanto, apesar dos avanços tecnológicos e da democratização do acesso às ferramentas de análise, muitas startups e pequenas empresas ainda enfrentam desafios na adoção de uma abordagem baseada em dados. Esses desafios podem ser técnicos (como a falta de infraestrutura adequada), culturais (resistência dos gestores a mudanças) ou financeiros (custos elevados de implementação). Além disso, há um obstáculo educacional significativo:

muitos empreendedores não possuem conhecimento suficiente sobre como extrair valor estratégico dos dados disponíveis, limitando o potencial da inteligência analítica como motor da inovação.

Diante desse cenário, torna-se essencial investigar de que forma os dados podem ser utilizados de maneira estratégica para impulsionar a criação e a sustentabilidade de novos negócios. Esta pesquisa busca explorar como a inteligência analítica pode ser integrada à gestão empresarial desde as fases iniciais do empreendimento, possibilitando maior eficiência operacional, inovação contínua e vantagem competitiva sustentável.

1.2. Delimitação do Problema

Em um ambiente empresarial cada vez mais orientado por dados, compreender como a inteligência analítica impacta a criação e a sustentabilidade de novos negócios torna-se uma questão central. O avanço das tecnologias digitais permitiu que organizações de diferentes portes e setores acessassem volumes massivos de informações, transformando a forma como tomam decisões estratégicas, inovam e se posicionam no mercado. No entanto, o processo de integração de uma cultura data-driven ainda enfrenta desafios significativos, especialmente entre startups e pequenas empresas, que podem ter restrições em termos de conhecimento técnico, infraestrutura e recursos financeiros.

Diante desse contexto, esta pesquisa busca responder à seguinte questão-problema: Como a inteligência analítica influencia a criação e a sustentabilidade de novos negócios?

Para explorar essa questão, a investigação abordará a forma como dados estruturados e não estruturados impactam diretamente a formulação de estratégias empresariais, a inovação de produtos e serviços e a longevidade dos negócios emergentes. Além disso, pretende-se identificar os principais desafios enfrentados por empreendedores na adoção de um modelo de gestão orientado por dados, bem como as barreiras culturais, financeiras e operacionais que podem limitar o uso da inteligência analítica como diferencial competitivo.

A tese central defendida nesta pesquisa é que a inteligência analítica não é apenas um recurso adicional, mas um motor fundamental para a inovação e o crescimento sustentável. Acredita-se que a adoção de práticas analíticas bem estruturadas possibilita que novos negócios maximizem sua competitividade, antecipem tendências de mercado, personalizem suas ofertas e otimizem a tomada de decisão, garantindo assim uma posição mais sólida no ecossistema empresarial.

1.3. Objetivos da Pesquisa

1.3.1. Objetivo Geral

Investigar o impacto da inteligência analítica na criação e sustentabilidade de novos negócios, analisando como a utilização estratégica de dados pode impulsionar inovação, competitividade e crescimento sustentável.

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Identificar as principais ferramentas e metodologias de análise de dados utilizadas por startups e pequenas empresas, mapeando seu impacto na gestão e na formulação de estratégias.
2. Examinar como a cultura data-driven influencia a inovação, a adaptação ao mercado e a competitividade empresarial, analisando casos reais de negócios que incorporaram essa abordagem.
3. Avaliar os desafios enfrentados por empreendedores na adoção de práticas analíticas, incluindo barreiras culturais, técnicas e financeiras que dificultam a implementação de um modelo de gestão baseado em dados.
4. Propor um modelo conceitual que auxilie novos negócios a integrarem a inteligência analítica em suas estratégias operacionais e de crescimento, fornecendo diretrizes para um uso mais eficaz dos dados.

1.4. Justificativa e Contribuição da Pesquisa

1.4.1. Relevância Teórica e Empírica

A transformação digital e a crescente importância da análise de dados no contexto empresarial têm sido amplamente discutidas na literatura acadêmica. No entanto, ainda há lacunas significativas sobre como pequenas empresas e startups podem integrar inteligência analítica em suas operações desde a fase inicial do negócio. Esta pesquisa busca contribuir para o avanço do conhecimento na área de gestão da inovação e análise de dados aplicados ao empreendedorismo, fornecendo insights teóricos e práticos sobre como empresas emergentes podem alavancar o uso estratégico dos dados para garantir crescimento sustentável.

Além disso, a pesquisa pode servir como um referencial para gestores, empreendedores e investidores, oferecendo uma abordagem estruturada para a implementação de uma cultura data-driven e para a superação dos desafios associados à adoção da inteligência analítica.

1.4.2. Vinculação com o Programa de Pós-Graduação

A pesquisa se alinha ao campo da administração estratégica e da inovação, abordando temáticas essenciais para a gestão de negócios no século XXI. Dentro do programa de pós-graduação da UDESC, este estudo dialoga diretamente com linhas de pesquisa voltadas para transformação digital, gestão de dados e empreendedorismo inovador, contribuindo para o desenvolvimento de estudos acadêmicos sobre o impacto da análise de dados na competitividade empresarial.

1.4.3. Justificativa Pessoal

Minha trajetória profissional sempre esteve fortemente vinculada à análise de dados e à utilização de informações estratégicas para embasar a tomada de decisão. Ao longo dos anos, tive a oportunidade de acompanhar de perto o impacto positivo da inteligência analítica em organizações de diferentes segmentos, o que despertou meu interesse em aprofundar o estudo sobre o tema.

A motivação para esta pesquisa surge da interseção entre minha experiência prática e minha curiosidade acadêmica, combinando conhecimentos adquiridos no mercado com o desejo de contribuir para o avanço da literatura e para o desenvolvimento de soluções aplicáveis a novos negócios. Acredito que entender como as startups e pequenas empresas podem utilizar a inteligência analítica para fortalecer sua atuação no mercado é um desafio atual e relevante, cujas respostas podem gerar impactos diretos no sucesso e na longevidade dessas organizações.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA PRELIMINAR

A inteligência analítica refere-se ao uso de dados, análises estatísticas e modelos quantitativos para orientar a tomada de decisões e ações organizacionais. Davenport e Harris destacam que empresas que competem com base em análises utilizam dados e modelos para fundamentar suas estratégias, diferenciando-se significativamente no mercado. Com o advento do Big Data, a capacidade de coletar, armazenar e analisar grandes volumes de dados tornou-se um diferencial competitivo essencial, permitindo que as organizações compreendam melhor seus mercados e clientes, além de aprimorar processos internos.

Brynjolfsson e McAfee argumentam que o Big Data possibilita medições e conhecimentos mais precisos sobre os negócios, traduzindo-se em melhorias na tomada de decisões e no desempenho organizacional. Essa revolução digital transformou a maneira como as empresas operam, exigindo uma adaptação contínua às novas tecnologias e práticas analíticas.

No contexto das startups e pequenas empresas, a implementação de inteligência analítica pode ser desafiadora devido a limitações de recursos e infraestrutura. No entanto, a adoção eficaz dessas práticas pode resultar em vantagens competitivas significativas, permitindo uma compreensão mais profunda do mercado e facilitando a inovação.

2.1. Inteligência Analítica e Competitividade

Empresas que adotam uma abordagem orientada por dados tendem a apresentar desempenho superior em áreas como inovação, eficiência operacional e satisfação do cliente. Davenport introduziu o conceito de "Analytics 3.0", destacando que a integração de análises avançadas nos processos de negócios permite que as empresas não apenas analisem dados passados, mas também prevejam tendências futuras e tomem decisões proativas.

Entretanto, pequenas empresas frequentemente enfrentam desafios na implementação de práticas analíticas devido a restrições financeiras, falta de expertise e infraestrutura tecnológica limitada. Brynjolfsson e McAfee ressaltam que, embora o Big Data ofereça oportunidades significativas, também impõe desafios gerenciais reais, exigindo que os tomadores de decisão aprendam a formular as perguntas corretas e adotem uma abordagem baseada em evidências.

A superação desses desafios pode permitir que pequenas empresas utilizem dados para identificar oportunidades de mercado, personalizar ofertas e melhorar a eficiência operacional, resultando em uma vantagem competitiva sustentável.

2.2. Cultura Data-Driven e Inovação

A adoção de uma cultura data-driven está diretamente associada à capacidade de inovação das empresas. Ao fundamentar decisões em dados concretos, as organizações podem testar hipóteses, adaptar estratégias em tempo real e desenvolver produtos e serviços alinhados às necessidades do mercado.

Davenport e Harris enfatizam que a construção de uma cultura analítica requer não apenas a implementação de tecnologias avançadas, mas também o desenvolvimento de competências analíticas entre os colaboradores e a promoção de uma mentalidade que valorize a tomada de decisões baseada em dados.

Empresas que conseguem integrar efetivamente a inteligência analítica em sua cultura organizacional estão mais bem posicionadas para inovar continuamente, adaptando-se às mudanças do mercado e atendendo às expectativas dos clientes de maneira mais eficaz.

2.3. Lacunas na Literatura

Embora a importância da inteligência analítica seja amplamente reconhecida, há uma lacuna na literatura no que diz respeito ao impacto específico dessas práticas na sustentabilidade de novos negócios, especialmente no contexto de startups e pequenas empresas.

Sultana, Akter e destacam que, embora a inovação orientada por dados tenha o potencial de transformar empresas em todos os setores, são necessárias mais pesquisas para compreender como as pequenas empresas podem implementar efetivamente essas práticas para melhorar o desempenho e a competitividade.

Esta pesquisa busca preencher essa lacuna ao investigar empiricamente como startups e pequenas empresas podem utilizar a inteligência analítica para impulsionar a inovação, crescer de forma sustentável e superar os desafios associados à adoção de uma abordagem orientada por dados.

3. METODOLOGIA

A metodologia adotada nesta pesquisa visa compreender, de maneira estruturada e rigorosa, como a inteligência analítica impacta a inovação e a sustentabilidade de novos negócios. Para isso, será utilizada uma abordagem qualitativa e exploratória, com o objetivo de analisar o fenômeno em seu contexto real e proporcionar uma visão aprofundada sobre a aplicação da análise de dados em startups e pequenas empresas.

A pesquisa seguirá um delineamento de estudo de casos múltiplos, permitindo comparar diferentes realidades e identificar padrões que possam contribuir para a formulação de um modelo conceitual aplicável a negócios emergentes.

3.1. Definição Epistemológica

Do ponto de vista epistemológico, a pesquisa está ancorada na perspectiva construtivista, que reconhece que o conhecimento é construído com base na interação entre o pesquisador e o fenômeno estudado, conforme afirma Creswell. Essa abordagem é apropriada para a investigação de um tema dinâmico e em constante evolução, como a inteligência analítica, pois permite explorar percepções, experiências e práticas organizacionais de maneira contextualizada.

A pesquisa também se enquadra na tradição qualitativa, pois busca entender "como" e "por que" as startups adotam inteligência analítica e quais os impactos dessa adoção em sua inovação e crescimento. Yin destaca que a pesquisa qualitativa é eficaz para estudar fenômenos

complexos em seu ambiente natural, possibilitando uma compreensão rica e detalhada dos fatores envolvidos.

3.2. Método de Pesquisa

Conforme destacado por Yin, para alcançar os objetivos da pesquisa, será adotado o método de estudo de casos múltiplos. Esse método é adequado porque permite uma análise comparativa entre diferentes startups, possibilitando identificar padrões e variabilidades no uso da inteligência analítica.

A escolha de múltiplos casos possibilita a triangulação de dados, aumentando a validade dos resultados e permitindo uma análise mais robusta do fenômeno estudado. Como destacado por Eisenhardt, o estudo de múltiplos casos possibilita a formulação de teorias emergentes, que podem ser posteriormente testadas em contextos mais amplos.

Critérios para a seleção dos casos:

- Empresas que utilizam inteligência analítica em diferentes níveis de maturidade, desde aquelas que estão iniciando sua jornada data-driven até as que já possuem processos analíticos bem estabelecidos.
- Setores diversos para avaliar se o impacto da inteligência analítica varia conforme o mercado de atuação.
- Disponibilidade dos gestores para entrevistas e acesso a documentos internos, possibilitando uma investigação mais profunda.

3.3. Estratégia de Pesquisa

A estratégia de pesquisa adotada combina diferentes técnicas para obter uma visão abrangente e detalhada do tema. Serão utilizadas as seguintes abordagens:

1. Entrevistas em profundidade com gestores de startups e pequenas empresas para compreender suas percepções, desafios e benefícios da adoção da inteligência analítica.
2. Análise documental, incluindo relatórios financeiros, estratégias de mercado, dados operacionais e adoção de tecnologia.
3. Base de dados secundária, englobando artigos acadêmicos, pesquisas de mercado e relatórios de consultorias especializadas em transformação digital e inovação.

O uso de múltiplas fontes de dados permite corroboração de evidências, fortalecendo a confiabilidade dos achados, como argumenta Tracy.

3.4. Coleta de Dados

A coleta de dados será realizada por meio de três técnicas principais:

1. Entrevistas semiestruturadas:
 - Serão conduzidas com gestores e empreendedores das startups analisadas.
 - O roteiro das entrevistas será baseado em categorias como maturidade analítica, desafios de implementação e impacto na inovação.
 - As entrevistas serão gravadas e transcritas para análise posterior.
2. Análise documental:
 - Relatórios financeiros, apresentações internas e materiais estratégicos das startups serão analisados para complementar as entrevistas e identificar padrões na adoção da inteligência analítica.
 - Essa etapa permitirá validar as informações obtidas nas entrevistas e aprofundar a análise dos impactos reais da análise de dados nos negócios.
3. Base de dados secundária:
 - Serão analisadas pesquisas de mercado sobre a adoção da inteligência analítica por startups e pequenas empresas.
 - Serão revisados artigos acadêmicos e relatórios de consultorias especializadas em Business Intelligence e inovação digital.

A combinação dessas abordagens garantirá uma visão holística do tema, fornecendo insights tanto qualitativos quanto quantitativos sobre a relação entre inteligência analítica e inovação empresarial.

3.5. Análise de Dados

Os dados coletados serão analisados por meio da análise de conteúdo, técnica recomendada para pesquisas qualitativas, conforme proposta por Bardin. Essa técnica permite categorização, interpretação e extração de padrões a partir dos dados obtidos.

As etapas da análise seguirão os seguintes processos:

- Codificação dos dados: identificação de temas emergentes a partir das entrevistas e documentos analisados.
- Agrupamento por categorias: classificação dos insights em temas como "maturidade analítica", "benefícios percebidos", "desafios enfrentados" e "impacto na inovação".
- Interpretação dos resultados: síntese das descobertas, relacionando-as com a literatura existente e identificando possíveis contribuições para o campo da administração e inovação.

Para garantir maior rigor na interpretação dos dados, será utilizada a técnica de triangulação, confrontando as informações obtidas nas entrevistas com a análise documental e os dados secundários, como traz Denzin.

3.6. Limitações da Pesquisa

Apesar do rigor metodológico, esta pesquisa possui algumas limitações que devem ser consideradas:

1. Acesso a informações sensíveis: Startups e pequenas empresas podem relutar em compartilhar dados estratégicos sobre sua adoção de inteligência analítica. Para mitigar esse problema, será garantido o anonimato dos participantes e o uso das informações apenas para fins acadêmicos.
2. Viés das respostas: As entrevistas podem conter vieses, pois os entrevistados podem enfatizar os benefícios e minimizar os desafios da inteligência analítica. Para reduzir essa limitação, será utilizada a triangulação de fontes e a análise documental para verificar a coerência das informações.
3. Generalização dos resultados: Como o estudo se baseia em um número limitado de startups, os achados podem não ser totalmente generalizáveis para todas as empresas. No entanto, conforme Yin, o objetivo de um estudo de caso não é a generalização estatística, mas sim a generalização analítica, ou seja, a identificação de padrões que possam ser aplicados em contextos similares.
4. Mudanças tecnológicas rápidas: O campo da inteligência analítica evolui constantemente, e novas ferramentas podem surgir ao longo da pesquisa, alterando o contexto analisado. Para lidar com essa questão, será considerada a literatura mais recente e os relatórios de mercado atualizados.

4. CRONOGRAMA

O cronograma detalhado a seguir apresenta as principais etapas da pesquisa, distribuídas ao longo de 15 meses. Ele foi elaborado para garantir o cumprimento dos prazos acadêmicos e a realização das atividades de maneira estruturada e eficiente.

Etapa	Atividade	Detalhamento	Período
1. Revisão Bibliográfica	Levantamento de literatura	Busca em bases acadêmicas (Scopus, Web of Science, SciELO, etc.).	1º - 2º mês

	Organização das referências	Fichamento e categorização dos textos relevantes.	2º - 3º mês
2. Definição da Metodologia	Estruturação do estudo	Definição do estudo de caso e critérios de seleção das startups.	4º mês
	Elaboração dos instrumentos	Construção do roteiro de entrevistas e seleção de bases de dados.	5º mês
3. Coleta de Dados	Contato com participantes	Formalização da participação das startups.	6º mês
	Entrevistas e análise documental	Realização de entrevistas e análise de relatórios internos.	7º - 9º mês
4. Análise e Interpretação dos Dados	Processamento dos dados	Transcrição, organização e categorização das informações.	10º mês
	Aplicação da análise de conteúdo	Identificação de padrões e comparação com a literatura.	11º - 12º mês
5. Escrita e Revisão	Redação inicial	Desenvolvimento dos capítulos de análise de resultados.	13º mês
	Revisão e ajustes finais	Feedback do orientador e adequação às normas acadêmicas.	14º - 15º mês

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.

CHEN, H.; CHIANG, R. H.; STOREY, V. C. Business Intelligence and Analytics: From Big Data to Big Impact. *MIS Quarterly*, v. 36, n. 4, p. 1165-1188, 2012.

CRESWELL, J. W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2014.

DAVENPORT, T. H.; HARRIS, J. G. *Competing on Analytics: The New Science of Winning*. Harvard Business Review Press, 2017.

DENZIN, N. K. *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. 2nd ed. New York: McGraw-Hill, 1978.

EISENHARDT, K. M. Building Theories from Case Study Research. *Academy of Management Review*, v. 14, n. 4, p. 532-550, 1989.

MCAFEE, A.; BRYNJOLFSSON, E. Big Data: The Management Revolution. *Harvard Business Review*, v. 90, n. 10, p. 60-68, 2012.

YIN, R. K. *Pesquisa Qualitativa do Início ao Fim*. Porto Alegre: Penso, 2016.