

COMO O MODELO CROWDSOURCING PODE AJUDAR AS EMPRESAS DESENVOLVER DE MANEIRA EFICIENTE UM PLANO DE NEGÓCIO

Hedney Carlos Gomes ¹

RESUMO

A elaboração de um plano de negócios é crucial para empresas em crescimento, oferecendo direção e estratégias para alcançar o sucesso. Este artigo quer trazer para o entendimento como o uso do *crowdsourcing*, um modelo produtivo baseado na internet, como essa técnica pode ajudar na melhoria da elaboração desse tipo de documento. O *crowdsourcing* tem como conceito de que empresas exponham um problema e busquem soluções por meio da contribuição de um grupo indefinido de pessoas ou grupos. Ele utiliza o conhecimento coletivo e voluntário para resolver problemas e desenvolver soluções. Por isso, nesse artigo será explorado a estrutura e o processo criativo do crowdsourcing, destacando sua funcionalidade e benefícios. Esses benefícios incluem o envolvimento amplo de stakeholders, estímulo à geração de novas ideias, fomento à inovação contínua, aproveitamento do conhecimento compartilhado e coleta de dados valiosos. Conclui-se que o *crowdsourcing* pode ser uma ferramenta poderosa na construção de planos de negócios, pois envolve uma ampla gama de perspectivas e contribuições, impulsionando a criatividade, a inovação e o conhecimento compartilhado. O artigo utilizará uma metodologia de pesquisa bibliográfica, por meio de revisão literária, para apresentar as melhores práticas na construção de um plano de negócios eficiente junto às práticas de *crowdsourcing*.

Palavras-chave: Plano de negócios. *Crowdsourcing*. Inovação. Conhecimento coletivo

ABSTRACT

Crafting a business plan is crucial for growing companies, offering direction and strategies to achieve success. This article wants to bring to the understanding how the use of crowdsourcing, a productive model based on the internet, how this technique can help in improving the preparation of this type of document. Crowdsourcing has the concept that companies expose a problem and seek solutions through the contribution of an undefined group of people or groups. It uses collective and voluntary knowledge to solve problems and develop solutions. Therefore, this article will explore the structure and creative process of crowdsourcing, highlighting its functionality and benefits. These benefits include broad stakeholder engagement, stimulating the generation of new ideas, fostering continuous innovation, harnessing shared knowledge, and collecting valuable data. It is concluded that crowdsourcing can be a powerful tool in building business plans, as it involves a wide range of perspectives and contributions, boosting creativity, innovation, and shared knowledge. The article will use an exploratory research methodology, through literary review, to present the best practices in building an efficient business plan together with crowdsourcing practices.

Keywords: Plano of business. Crowdsourcing. Innovation. Collective knowledge

¹ Especialização em MBA em Supply Chain e Logística Integrada- Universidade Cruzeiro do Sul_ SP, Licenciatura em Pedagogia- Universidade Cidade de São Paulo- Unicid, Tecnólogo em Processos Gerenciais e Logística – Universidade Cidade de São Paulo- Unicid. Mestrando em Desenvolvimento de Negócios e Inovação pela Must University. E-mail: hedney.gomes@etec.sp.gov.br

Introdução

A elaboração de um plano de negócios é essencial para qualquer empresa que busca crescer e se expandir no mercado. Afinal, um plano de negócios bem protegido pode ser a chave para atrair investidores, definir estratégias de marketing eficazes e tomar decisões financeiras. No entanto, a elaboração de um plano de negócios preciso e eficiente pode ser um processo complexo e desafiador, especialmente em um mercado em constante evolução.

Com essa visão, começaremos a explorar nosso assunto com um olhar para a construção e desenvolvimento do “Plano de Negócio” na questão estrutura, funcionalidade e objetivo de um negócio antes de ser implantado no mercado.

Também será trazido junto a esse estudo como uma possível solução junto a construção de Planos de Negócios, uma técnica ou um conceito que está sendo aplicado em empresas digitais e empresas que buscam solucionar problemáticas com “Inovação Aberta”, sendo algo que pode trazer grandes benefícios, pois é um modelo de produção do conhecimento que se usa dos conhecimentos coletivos e voluntários (recrutados especialmente na internet) para solucionar problemas do dia a dia, onde pode ser desde o desenvolver novas tecnologias, criar conteúdo ou prover serviços, assim estamos falando de “*Crowdsourcing*”, onde que essa técnica pode alcançar ganhos e eficiência com a ajuda de métodos novos no mercado, trazendo uma melhor eficiência na construção de “Planos de Negócios” para futuras negócios.

Para finalizar o estudo apresentado, vamos trazer algumas reflexões sobre o principal papel que o modelo de estratégia “*Crowdsourcing*” como ele pode ou vai acrescentar na construção e desenvolvimento de novos modelos de planos de negócios eficientes e como as empresas podem maximizar o potencial com o uso dessa técnica.

Para tudo isso ser construído, o artigo vai abordar a pesquisa bibliográfica, com abordagem qualitativa e exploratória, por meio de revisão de literatura, através da coleta e análise de informações, interpretações de autores e estudiosos, subsidiadas em livros, artigos, monografias, tendo como ponto importante a busca das melhores informações que mostrem qual melhor prática na construção de um bom “Plano de Negócio” eficiente, sendo que a técnica “*Crowdsourcing*” será explorada como uma possível forma de ferramenta onde ela pode trazer aumentos importantes e uma melhor visão de como a construir um modelo perfeito de documento.

Plano de negócios e sua construção para novos mercados

Vemos que ao longo do tempo a humanidade vem criando diversas formas para poder se manter ativa no mercado de trabalho e também construir negócios que tragam rentabilidade e empregabilidade para a pessoa e seus familiares, sendo que durante gerações a forma de construir negócios passou por várias transformações e ajustes.

Isso não é diferente na questão da construção estrutural de um novo negócio, pois sempre que alguém enxerga uma oportunidade de negócio ele já pensa como seria a viabilidade dessa estrutura e quais são os pontos importantes para começar o negócio.

Para que possamos compreendermos e entender melhor quem são essas pessoas no mundo da construção de novos negócios o autor Juliano (2011,p.2) trouxe em seu artigo a seguinte definição de empreendedorismo: “empreendedor é aquele indivíduo que resolve assumir o risco de iniciar uma organização, é o indivíduo que imagina, desenvolve e realiza o que imaginou”. MAXIMIANO (2006).

Assim, quando um indivíduo começar a construir uma ideia junto a um negócio, ele já percebe que em todo início da jornada será preciso ter em mãos uma boa estratégia definida e que tipo de pontos devem ser importantes para o seu negócio , por isso, todo bom empreendedor vai perceber que precisa começar sua jornada construindo um bom “Plano de Negócio” e que esse documento será para ele como se fosse um mapa da mina de um pirata , pois sem esse documento bem descrito , nunca vai alcançar a sua arca do tesouro.

Existem vários conceitos do documento, mais de acordo com Dornelas (2021, p. 99), um Plano de Negócios é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa”. A sua elaboração envolverá um processo de aprendizagem e autoconhecimento que permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócio.

Estrutura de um Plano de Negócios

Um bom Plano Negócio abrange os diversos aspectos do empreendimento, ele analisa as oportunidades que originaram a ideia do negócio; examina o mercado, os aspectos técnico e financeiros; analisa os aspectos jurídicos e organizacionais da abertura do empreendimento e, finalmente, avalia a viabilidade da implantação da ideia.

Nesse documento deve-se ter uma estrutura sequencial e lógica, que permite ao empreendedor planejar os seus próprios esforços pessoais para elaboração dos estudos

necessários: levantamento de dados, análise das informações, consultas a terceiros, decisões a serem tomadas, entre outras ações.

Na literatura existem vários modelos de estrutura que os novos negócios podem construir, porém, conforme defende Dornelas (2020), qualquer plano de negócios deve possuir um mínimo de seções, as quais proporcionarão um entendimento aprofundado do empreendimento como novo negócio, principalmente definindo qual é o negócio, qual é o ambiente em que ele será realizado, quais são os clientes, os concorrentes e os recursos para sua execução.

Um exemplo seria para empresas pequenas e prestadoras de serviços, onde a estrutura é composta por: 1. Capa; 2. Sumário; 3. Sumário Executivo; 4. O negócio; 5. Dados financeiros; 6. Anexos.

Por isso entendemos que a construção desse documento tem um longo caminho e que o empreendedor precisa fazer primeiro um bom planejamento, buscar diversas informações junto ao seu mercado e seu público-alvo, entendendo que além de um compilado de informações e estratégias de seu negócio o plano de negócio serve para dar segurança à criação de uma empresa, evitando assim riscos e incertezas durante a construção do negócio.

Portanto não há dúvidas sobre a importância e a eficácia de elaborar um plano de negócios.

Importância da técnica crowdsourcing para os negócios

O mercado está cheio de técnicas e ferramentas que podem ajudar o empreendedor a ter ganhos nos seus negócios, podendo ser, uma melhoria na produtividade, eficiência nos resultados e ganhos junto aos seus mercados que estão construindo com o plano de negócios, sendo que muitos desses modelos estão sendo usados em diversos tipos de maneiras.

Por isso, os autores Diamandis e Kotler (2018, p. 5) quando citam que “os maiores problemas do mundo são exatamente as maiores oportunidades de negócio”, é importante aprender e tentar enxergar potencialidade em várias frentes, como por exemplo num modelo de produção novo “Crowdsourcing” onde que ele possa alavancar o processo de construção junto a estrutura de um plano de negócio, não importando qual será formato dela e porte, mas sim que esse plano de negócio traga bons resultados para esse negócio.

Crowdsourcing é um modelo de negócio, baseado na Internet, no qual as empresas expõem um problema específico e buscam soluções por meio da contribuição de um grupo indefinido e extenso de indivíduos.

Também é visto como um modelo de produção e de estruturação de processos que utiliza a sabedoria e os aprendizados coletivos para a resolução de problemas ou desenvolvimento de uma solução. Geralmente, essas pessoas estão geograficamente distribuídas, trabalham independentemente, detêm conhecimentos úteis para a companhia e, voluntariamente, usam suas ideias para criar e sugerir meios de solucionar os problemas expostos. (Howe, 2008)

Funcionalidade e estrutura de processo criativo de crowdsourcing

Para Malone, Laubacher e Dellarocas (2009), os sistemas de crowdsourcing são bastante diversificados, entretanto, os autores identificaram quatro elementos essenciais presentes nesse tipo de organização, classificados na Tabela 1 por meio das seguintes questões:

Tabela 1: Questões para criação de resposta no crowdsourcing

Quem está encarregado da tarefa?	Por que as pessoas estão executando esta tarefa?
O que está sendo realizado?	Como está sendo realizado?

Fonte: Autoria Própria

Para cada uma dessas questões na tabela, os stakeholders definem uma resposta específica associada a uma determinada tarefa no problema ou processo apresentado. Nesse contexto, por meio da resposta que vão sendo trazidas, é possível identificar, definir e classificar os elementos, mais importantes trazidos pelos stakeholders.

Diferente das organizações que têm uma estrutura hierarquizada, no crowdsourcing, as atividades podem ser desenvolvidas por qualquer indivíduo ou grupo de pessoas, de vários lugares e níveis, sem a ordem de alguém em cargo superior.

Além disso, temos nesse modelo de construção de respostas, a dependência e pontos que em particular pode ajudar na construção das melhores soluções, sendo que nesse modelo de processo é maior os adeptos a trabalharem por motivações intrínsecas como prazer, socialização, sentimento de contribuição e reconhecimento, do que os normais.

Em algumas vezes, os sistemas de crowdsourcing, as tarefas podem ser divididas por elementos como: **a criação**, caracterizada pelo efeito de algo novo pelos participantes do processo; **e decisão**, determinada pela apreciação e seleção das melhores alternativas para o problema. Dessa forma, procura-se analisar se os diferentes stakeholders realizam contribuições e decisões independentemente ou se existem fortes dependências entre as contribuições.

As decisões independentes variam de acordo com as possibilidades disponíveis no mercado, já as decisões em grupo dependem de votações, consenso, média aritmética ou previsões do mercado.(Malone, Laubacher e Dellarocas, 2009)

Benefícios do *crowdsourcing*

O *crowdsourcing* ganha destaque como uma abordagem eficaz para a resolução de problemas e geração de ideias inovadoras. Ao envolver diversas pessoas e profissionais em um projeto, essa prática multidisciplinar oferece uma série de benefícios que impulsionam a criatividade, a inovação e o conhecimento compartilhado.

Neste tópico vamos explorar os principais benefícios do *crowdsourcing* e como eles podem ser aproveitados e conhecer melhor sua eficiência para o sucesso de futuros projetos, trazendo como modelo na construção, os tópicos do portal “Portal Liga Insights”, sendo que dentre os itens apresentados por ele, foi feita uma releitura junto às seguintes pontos: Envolvimento amplo de stakeholders, Estímulo à geração de novas ideias, Fomento à inovação contínua, Aproveitamento do conhecimento compartilhado e Coleta de dados valiosos.

Envolvimento amplo de stakeholders: O sucesso de um projeto muitas vezes depende da colaboração e participação de várias partes interessadas. O *crowdsourcing* permite que organizações integrem diferentes setores e profissionais, incluindo usuários, clientes e público em geral. Essa abordagem inclusiva facilita a obtenção de perspectivas diversas e valiosas, além de promover um senso de pertencimento e engajamento em torno do projeto.

Estímulo à geração de novas ideias: Ao abrir espaço para a participação de um grande número de pessoas, o *crowdsourcing* aumenta significativamente as chances de surgirem ideias inovadoras e soluções fora do comum. A diversidade de experiências e conhecimentos dos participantes contribui para a criação de um ambiente propício à criatividade, gerado em uma ampla gama de opções a serem exploradas.

Fomento à inovação contínua: A interação coletiva e a contribuição de pessoas de diferentes áreas são elementos essenciais para a manutenção da inovação constante em processos e soluções. O *crowdsourcing*, ao promover a troca de conhecimentos e aprendizados e o compartilhamento de informações, cria um ambiente propício para aprimoramentos e puxando novas soluções. Através dessa abordagem colaborativa, as organizações podem se manter atualizadas e adaptadas às demandas do mercado, impulsionando a inovação de maneira contínua.

Aproveitamento do conhecimento compartilhado: Uma das principais vantagens do crowdsourcing é a oportunidade de capacitar colaboradores por meio da interação prática e mentoria de profissionais experientes. Quando ocorre a troca de conhecimentos e a construção coletiva, o conhecimento é naturalmente compartilhado com todos os membros do grupo. Isso fortalece a equipe, estimula o desenvolvimento profissional e promove um ambiente de aprendizado mútuo.

Coleta de dados valiosos: Além de suas iniciativas na geração de ideias e inovação, o crowdsourcing é uma ferramenta poderosa para coletar informações relevantes sobre o público-alvo, o mercado e os profissionais envolvidos no dia a dia do negócio. Ao envolver uma grande quantidade de participantes, é possível obter uma ampla variedade de perspectivas e insights, que podem direcionar estratégias e decisões fundamentadas.

O *crowdsourcing*, traz um grande envolvimento de múltiplas pessoas e profissionais em projetos diversificados, oferecendo uma série de benefícios. Desde a extensão do número de ideias e soluções até o compartilhamento de conhecimentos e a coleta de dados relevantes, essa abordagem multidisciplinar impulsiona a criatividade, a inovação e o sucesso dos projetos.

Quando uma empresa ou projeto adota o crowdsourcing de forma estratégica, as organizações podem obter vantagens competitivas, promover o engajamento das partes interessadas e alcançar resultados mais eficazes.

Uso do modelo *crowdsourcing* na criação de ideias para os negócios.

Todo ser humano é criativo por natureza e as pessoas já não querem consumir passivamente ou até mesmo construir algum sucesso sozinho. Elas preferem apresentar soluções inovadoras para os produtos que consideram importantes, por isso, partindo desta característica inêxito do ser humano, a colaboração coletiva fomenta a criatividade das pessoas interessadas em contribuir com suas ideias Howe (2009) para várias frentes.

Para Tapscott (2007) milhões de indivíduos conectados podem participar da inovação, da criação e do desenvolvimento social. Estes stakeholders reunidos fazem a economia avançar de forma surpreendente e lucrativa. As empresas que já se envolveram com este novo mecanismo em comunidades da W.W.W desvendaram a verdadeira competência e genialidade coletiva.

O autor Howe (2009) que escreveu o livro “Poder Das Multidões” realiza afirmações com relação à importância do crowdsourcing na sociedade atual. Para ele, não existem mais barreiras

geográficas que o poder colaborativo não possa transpor. As pessoas estão livres para criar e apresentar ao mundo suas ideias de forma rápida, bastando apenas alguns toques com o mouse.

Uma forma de comprovar como esse modelo traz bons resultados dentro de uma situação do mundo de negócios, trago abaixo um case apresentado no site “Haze” da empresa de automóveis “Fiat” no ano de 2009 e também lido no artigo de Melo et. al. (2015).

Case Fiat Mio: A montadora Fiat acaba de lançar o veículo Mio “O carro conceito”, criado a partir de 10 mil sugestões de pessoas em mais de 160 países, produto que apresentou design e processo de produção inovador. Para coletar as ideias dos clientes, a empresa criou um espaço no seu *Website* onde as pessoas registravam suas sugestões, sendo o endereço eletrônico divulgado por meio de uma campanha de marketing. Todo o processo de produção do Fiat Mio foi divulgado na internet, assim os clientes poderiam comentar e influenciar na decisão final dos designers e engenheiros da montadora que trabalhavam no projeto. Essa estratégia representou uma quebra de paradigma na indústria automobilística, fortemente estigmatizada pelo sigilo industrial, dado que o Fiat Mio teve sua produção totalmente transparente e aberta. O case também mostra como qualquer negócio pode criar novos produtos e serviços por meio de crowdsourcing. Em detrimento de depender apenas das ideias e habilidades da equipe, as empresas podem ter acesso gratuitamente a opiniões inovadoras e, com isso, contornar as restrições de recursos com melhores sugestões.

Com isso, vemos que o modelo crowdsourcing traz às empresas um novo recurso de estratégia e inovação, mas como qualquer outro tipo de inovação, deve ser analisado dentro do contexto de cada empresa, definindo-se criteriosamente os objetivos e as razões de sua utilização, e onde vão ser moldados conforme a construção da proposta apresentado para os indivíduos ou grupo no modelo de crowdsourcing.

Potencial uso do modelo crowdsourcing na construção de planos de negócios

O modelo de crowdsourcing mostra grande potencial junto a várias frentes dos negócios, pois sua sinergia e potência está na forma que busca os resultados, pois ele tem a combinação da dinâmica das comunidades (grupos de pessoas) com as relações de mercado, além da participação de peritos e leigos nos diversos pontos do processo.

Para podermos utilizar esse modelo, pensando no desenvolvimento e construção de novos planos de negócios, teríamos algumas etapas que seria importante pensar sobre como seria uma construção no modelo de crowdsourcing, como: identifique seus objetivos dentro da meta alcançar,

buscar uma plataforma de crowdsourcing para verificar se existe viabilidade junto a proposta, planeje um lançamento oficial do projeto de crowdsourcing que será desenvolvido, após conquistar a adesão para desenvolvimento do projeto busque feedback constante e por último onde você enxerga a etapa final, verifique se a proposta junto ao modelo crowdsourcing está tendo resultado esperado e faça acertos antes de finalizar.

Para entendermos melhor como o modelo crowdsourcing pode ajudar a melhorar o processo de desenvolvimento junto aos planos de negócios e até trazer grandes resultados, podemos trazer como um modelo igual ao que está sendo descrito nesse artigo como sendo o concursos de planos de negócio, realidade dentro das universidades americanas junto ao ensino do empreendedorismo, onde esse modelo usa diversas equipes de desenvolvimento de negócios para a construção de planos de negócio, utilizando plataformas digitais permitem uma disseminação de informações muito grande e em nível mundial. Com isso, de acordo com Dornelas (2021), estes concursos começaram há vários anos e podem trazer benefícios mútuos para ambas as partes.

Outra forma do uso junto ao modelo crowdsourcing e trabalhar com os stakeholders por partes na estrutura do plano de negócio, criando assim uma sinergia e uma multiplicação de ideias para com as seções de um plano de negócio, tentando filtrar as melhorias propostas dos grupos e indivíduos que vão estar à frente da seção.

Aqui pode ser trazido para um possível verificação do potencial uso do crowdsourcing junto a alguns seções de um plano de negócio, trazendo como modelo o do autor Joe Hadzima do Massachusetts Institute of Technology, que é: A oportunidade, a empresa e seus produtos e serviços; Pesquisa e análise de mercado; Análise econômica do negócio; Plano de marketing; Plano de desenvolvimento; Plano de operações e manufatura; Riscos críticos, problemas e premissas e Plano financeiro.

Para entender melhor a ideia de cooperação, abaixo temos a Tabela 2 com alguns pontos de um plano de negócio é o que a estratégia do modelo crowdsourcing pode realizar para melhoria de um plano eficiente.

Tabela 2: Estratégia do Plano de Negócio x Modelo Crowdsourcing

Ponto do Plano de Negócio	Estratégia do Crowdsourcing
---------------------------	-----------------------------



Oportunidade, empresa e produtos/serviços	obtenha insights sobre oportunidades de negócios, lacunas no mercado e feedback dos produtos/serviços por meio de pesquisas, experimentações online, fóruns de discussão ou grupos de foco.
Pesquisa e análise de mercado	Colete dados de mercado, como influência do consumidor, tendências de compra, concorrência e análise de preços, solicitando informações relevantes aos participantes do crowdsourcing.
Análise econômica do negócio	Valide suposições e obtenha uma visão ampla sobre a sustentabilidade financeira coletando informações sobre custos operacionais, preços de mercado e projeções de vendas em torno dos grupos ou indivíduos.
Plano de marketing	Gerar ideias criativas de marketing, campanhas publicitárias e estratégias de promoção por meio de crowdsourcing, envolvendo participantes na criação de slogans, designs de logotipos, estratégias de mídia social e concursos de criação de conteúdo
Plano financeiro	Obtenha insights sobre modelos de precificação, estratégias de financiamento, projeções financeiras e dicas de economia de



	custos criativo , envolvendo os participantes do crowdsourcing e aproveitando suas experiências e conhecimentos contábeis
--	---

Fonte: Autoria Própria

Lembremos de que, ao utilizar o crowdsourcing para a construção de um plano de negócios, é importante estabelecer claramente as diretrizes, garantir a confidencialidade das informações sensíveis e avaliar cuidadosamente as contribuições recebidas. O crowdsourcing pode ser uma ferramenta valiosa para obter insights, ideias e feedback de uma comunidade compartilhada. Assim ajudando a fortalecer seu plano de negócios e aumentar as chances de sucesso num negócio que ainda está nascendo.

Considerações Finais

A elaboração de um plano de negócios preciso é essencial para o sucesso de uma empresa em um mercado em constante evolução. Neste artigo, exploramos a importância desse plano, que pode atrair investidores, definir estratégias de marketing eficazes e orientar as decisões financeiras.

Para isso, destacamos em conjunto o crowdsourcing como uma solução para a construção de planos de negócios inovadores. O crowdsourcing é baseado na contribuição coletiva e motivada de indivíduos, oferecendo efeitos inspiradores, como o envolvimento amplo de stakeholders, o estímulo à geração de novas ideias, a promoção da inovação contínua e a coleta de dados valiosos.

Ao adotar o crowdsourcing no processo de construção do plano de negócios, as empresas podem se beneficiar do potencial criativo e do conhecimento coletivo, desenvolvendo planos mais robustos e eficientes. Essa abordagem colaborativa permite obter perspectivas diversas, encontrar soluções inovadoras e adaptar-se às demandas do mercado em constante mudança.

Portanto, fica evidente que o crowdsourcing pode desempenhar um papel fundamental na construção e no desenvolvimento de novos modelos de planos de negócios eficientes. Ao buscar o engajamento de pessoas externas à organização, as empresas podem maximizar seu potencial e obter melhores resultados em seus empreendimentos.

Reconhecendo a importância do planejamento estratégico e da busca por soluções inovadoras, encorajamos os empreendedores a considerarem o crowdsourcing como uma ferramenta poderosa para potencializar a construção de seus planos de negócios. Através do sucesso dessa abordagem colaborativa, é possível aproveitar a sabedoria coletiva e as ideias

criativas, impulsionando a sustentabilidade dos negócios no mercado atual. Afinal, milhares de mentes funcionam ainda melhor do que uma.

Afinal, milhares de mentes funcionam ainda melhor do que uma.

Referências Bibliográficas

Diamandis, P. H., & Kotler, S. (2018). BOLD: Oportunidades Exponenciais: Um Manual Prático Para Transformar os Maiores Problemas do Mundo nas Maiores Oportunidades de Negócio... e Causar Impacto Positivo na Vida de Bilhões. Alta Books Editora.

Dornelas, J.(2020) Empreendedorismo corporativo: como ser um empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa, 4a. ed. São Paulo: Empreende.

Medalha, Rodrigo. (2022) . Consultoria Haze . Como funciona o crowdsourcing, uma forma de democratizar a inovação aberta. Disponível em : <https://hazeshift.com.br/crowdsourcing-como-funciona/> . Acesso em : 22/05/2023.

Melo, C. B. B., do Nascimento, J. C. H. B., de Melo, M. A., Bernardes, J. R., & de Sousa, W. D. (2015). Crowdsourcing como uma ferramenta à inovação estratégica empresarial: uma revisão de literatura. Revista de Empreendedorismo, inovação e Tecnologia, 1(1), 13-24.

Howe, J. (2006). A ascensão do crowdsourcing. Revista Wired , 14 (6), 1-4. Disponível em http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds_pr.html . Acesso em: 21/05/2023

Howe, J. (2009). Poder Das Multidões, O. Elsevier Brasil.

Juliano, Marcio de Cassio. (2011) Relato de uma experiência metodológica para a disciplina “Empreendedorismo” em um Curso de Administração. Revista de Administração Pública. Gestão Estratégica, v. 4, n. 1. Disponível em: <http://www.admpg.com.br/revista2011/artigos/2.pdf> . Acesso em: 21/05/2023.

Maximiano, A. C. A. Administração para empreendedores. São Paulo: Ed. Prentice Hall, 2006.

Malone, TW, Laubacher, R., & Dellarocas, C. (2009). Aproveitando multidões: mapeando o genoma da inteligência coletiva. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1381502 . Acessado em : 21/05/2023

Portal Liga Insights. (2021). Crowdsourcing: o que é, benefícios e exemplos para você se inspirar. Disponível em: <https://insights.liga.ventures/inovacao/crowdsourcing/> . Acesso em : 22/05/2023.

Sebrae, (2020). Plano de Negócio: O que é e como ele pode ajudar a sua empresa? Disponível em: <https://www.sebraeatende.com.br/artigo/plano-de-negocio-o-que-e-e-como-ele-pode-ajudar-sua-empresa> . Acesso em : 21/05/2023.

Souza, I.J.G, Vasconcellos, ILB, & Rogério de Avellar, CC (2015). Impulsionando o Ensino do Empreendedorismo por meio da Inteligência Coletiva Aliada às Ferramentas de Criação, Validação e Implementação de Ideias de Negócios. In Congresso de Tecnologia da Informação.

Tapscott, D., & Williams, A. D. (2007). Como a colaboração em massa pode mudar seu negócio. tradução de Marcelo Lino, Editora Nova Fronteira.