

Inovação tecnológica e empreendedorismo: representação no contexto brasileiro entre os anos 2011 a 2019

Inovação tecnológica e empreendedorismo tem sido temas em evidência, sendo assim muito discutido na contemporaneidade, em meios científicos, políticos e empresariais. Embora são conceitos diferentes, sugere-se a existência de uma relação entre eles. Assim, na tentativa de verificar a existência dessa associação, o presente estudo realizou uma pesquisa qualitativa e exploratória, que se utilizou de dados quantitativos. Os resultados mostram crescimento significativo aos longos dos anos verificados com enfoque para a P&D. Houve também o aumento da atividade inovadora nas indústrias e do comércio também, o que é positivo para os pequenos negócios. A pesquisa ressalta também que os termos empreendedorismo e inovação, embora tenham alguma proximidade, expressam conceitos diferentes. O empreendedorismo consiste no processo por meio do qual indivíduos transformam ideias em oportunidades, a fim de gerar riqueza. A inovação, por sua vez, é o processo por meio do qual novos produtos e serviços ou processos são implementados; também visa à continuidade do negócio e a geração de receita chave para o crescimento econômico e o desenvolvimento social baseados no conhecimento. Assim, a novidade necessária à inovação consiste na principal diferença entre os termos. Com isso, nem todos os empreendedores são inovadores, como destacado por alguns conceitos referentes ao empreendedorismo.

Palavras-chave: Brasil; Desenvolvimento; Tecnologia; Novidade.

Technological innovation and entrepreneurship: representation in the Brazilian context between the years 2011 to 2019

Technological innovation and entrepreneurship have been themes in evidence, being thus much discussed nowadays, in scientific, political and business environments. Although they are different concepts, it is suggested that there is a relationship between them. Thus, in an attempt to verify the existence of this association, the present study carried out a qualitative and exploratory research, which used quantitative data. The results show significant growth over the years with a focus on R&D. There has also been an increase in innovative activity in industries and commerce as well, which is positive for small businesses. The research also points out that the terms entrepreneurship and innovation, although they have some proximity, express different concepts. Entrepreneurship is the process by which individuals transform ideas into opportunities in order to generate wealth. Innovation, in turn, is the process by which new products and services or processes are implemented; it also aims at business continuity and revenue generation. Thus, the novelty needed for innovation is the main difference between the terms. As a result, not all entrepreneurs are innovative, as highlighted by some concepts related to entrepreneurship.

Keywords: Brazil; Development; Technology; Novelty.

Topic: **Teoria Geral da Administração**

Received: **09/01/2021**

Approved: **21/03/2021**

Reviewed anonymously in the process of blind peer.

Raniello Barreiras Barbosa Souza 
Universidade Federal do Oeste da Bahia, Brasil
<http://lattes.cnpq.br/2995123274670779>
<http://orcid.org/0000-0001-6947-2872>
ranieldosouza89@gmail.com

Antonio José da Silva Filho 
Universidade Federal do Oeste da Bahia, Brasil
<http://lattes.cnpq.br/3330533347679299>
<http://orcid.org/0000-0003-0261-4164>
ranieldosouza89@gmail.com



DOI: 10.6008/CBPC2179-684X.2021.001.0001

Referencing this:

SOUZA, R. B. B.; SILVA FILHO, A. J.. Inovação tecnológica e empreendedorismo: representação no contexto brasileiro entre os anos 2011 a 2019. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v.12, n.1, p.1-8, 2021. DOI: <http://doi.org/10.6008/CBPC2179-684X.2021.001.0001>

INTRODUÇÃO

Empreender e inovar são verbos em destaque na contemporaneidade. Estão relacionados ao crescimento e desenvolvimento econômico individual, social e do país. Ambos são destaques nas esferas acadêmica, pública e no mundo dos negócios, em todos os países do mundo. Enquanto os acadêmicos têm olhado o empreendedorismo sob o enfoque conceitual, o governo vê no empreendedorismo uma alternativa de renda para os indivíduos, além de reconhecer os negócios e geradores de empregos. Para os pequenos negócios também geram impostos e gira da economia.

Inovar é considerada como a grande responsável pelo desenvolvimento econômico uma região e de um país, e para a empresa gera um desenvolvimento interno e pode contribuir também para a sustentabilidade ambiental (GUIMARÃES et al., 2016; SEVERO et al., 2017; GUIMARÃES, 2017).

A inovação pode se desenvolver em detrimento de investimentos financeiros, consiste em uma grande aliada, inclusive para países pobres e em desenvolvimento.

A lei de inovação (Lei 10973/2004) procura incentivar a P&D nas empresas privadas sem fins lucrativos, voltadas para a atividade de pesquisa, e nas demais empresas do setor privado, mediante a concessão de recursos, conforme as prioridades da política industrial e tecnológica nacional e com o benefício da criação de uma categoria específica do FNDCT (Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), para a programação orçamentária dos recursos em questão.

Ao mesmo tempo, a Lei da Inovação faculta à administração pública a contratação de empresas do setor privado, para trabalhos de P&D que envolvam risco tecnológico; é o que dispõe o seu art. 20. A referida lei tornam obrigatórias as atividades de estímulo à inovação nas micro e pequenas empresas pelas agências de fomento, através de programas específicos. Os inventores independentes passaram a ter a faculdade de solicitar a adoção de sua criação pela ICT, a qual tem o prazo máximo para resposta de seis meses. Relevar notar que os ganhos devem ser compartilhados entre o inventor e a ICT adotante (MORAIS, 2008)

Portanto, para analisar o crescimento ao longo dos anos das inovações e empreendedorismo, e na tentativa de aproximar os dois conceitos, e identificando relações entre eles, constitui o objetivo deste artigo. A partir de uma leitura das pesquisas que tratam os temas empreendedorismo (GEM, 2015; 2019; 2011).

MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa foi desenvolvida mediante uma abordagem qualitativa e exploratória, e fez uso de dados secundários e quantitativos. A pesquisa qualitativa objetiva o levantamento de dados que possibilita construir conhecimento de forma que seja possível explicar determinado fenômeno e o motivo dele acontecer. Para Cooper et al. (2011), essa construção de pensamento é dada por meio da subjetividade e sua interpretação, visando explorar profundamente os eventos.

A pesquisa torna-se exploratória, método indicado quando o objetivo é a obtenção de um número maior de informações que será utilizado para expandir o entendimento de um determinado tema, assumindo a forma de entre elas, a revisão de literatura (HAIR JUNIOR et al., 2005).

Para a esta pesquisa, foram utilizadas fontes de dados secundários, ou seja, os estudos da base do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) dos anos de 2011, 2015 e 2019, as Pesquisas de Inovação Tecnológica Brasileira, as PINTECs com referências aos mesmos períodos, com o suporte de periódicos científicos diversos.

A análise dos dados foi feita pela técnica de análise de conteúdo de Hair Junior et al. (2005), que consiste em identificar, organizar, categorizar e, posteriormente, interpretar os dados obtidos através de observações ou texto, trazendo à luz, as principais palavras e temas citados.

Quanto aos dados quantitativos para esse trabalho, os dados numéricos identificados nas pesquisas GEM e PINTEC, foram posteriormente organizados em novas tabelas, calculados seus percentuais e, posteriormente submetidos a análises. A pesquisa utilizou, sobretudo, dados quantitativos, uma vez que utiliza números para representar as propriedades de um determinado fato, o que possibilita a verificação da sua frequência, além da realização de testes estatísticos (CORRÊA et al., 2017). Por fim, tentaram-se relacionar os conceitos e informações referentes ao empreendedorismo e à inovação das empresas.

DISCUSSÃO TEÓRICA

Empreendedorismo

O empreendedorismo é definido por Dornelas (2014) e Munoz et al. (2017), a interação de pessoas e processos que trabalhando em conjunto, são capazes de transformar ideias em oportunidades e o resultado dessas oportunidades resultam em negócios promissores. O empreendedorismo pode ser entendido pelo processo de realização da criatividade em produto inovador, com rentabilidade para o criador e para a sociedade em geral (DORNELAS, 2014).

Nessa contextualização, o termo empreendedor caracteriza uma pessoa que se dedica a geração de renda por meio da ideia inovadora, da transformação da ideia em produto ou serviço (OMER et al., 2017). Dessa forma, uma pessoa empreendedora tem o vislumbre, geralmente, por se posicionar como protagonistas na produção e transações de bens e serviços em um uma economia competitiva (SCHUMPETER, 1971).

A capacidade do indivíduo em enxergar as oportunidades de negócio em seu ambiente de atuação, e a noção de exploração adquirida, suscitam benefícios para a sociedade, com geração de emprego e lucratividade, além de contribuir para o desenvolvimento econômico do país (GEM, 2011; HISRICH et al., 2014).

A Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2015), traduz o empreendedorismo como sendo o esforço individual ou coletivo na idealização ou expansão de um negócio. Assim, o empreendedorismo é considerado uma mola propulsora do desenvolvimento do país, tão logo a sociedade passa a reconhecer sua importância e tão logo haja indivíduos sensibilizados pelo espírito empreendedor (DOLABELA, 2008).

Com a finalidade de apurar indicadores sobre o empreendedorismo no Brasil, a partir do ano 2000 o Brasil passou a integrar a pesquisa do GEM, coordenado pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e

Produtividade (IBPQ). O objetivo do GEM tem como principal meta o aprimorar a compreensão sobre a relação do empreendedorismo com o desenvolvimento da economia. O estudo classifica as empresas em duas modalidades principais: novos empreendimentos (até 42 meses de existência) e empreendimentos estabelecidos (acima de 42 meses). A pesquisa é anual e sua realização se dá anualmente com a população de 18 a 64 anos, que compõe a força ativa de trabalho (GEM, 2015; 2019; 2011).

O GEM, todos os anos, publica o relatório das pesquisas realizadas em aproximadamente 54 países (54 países em 2011, 59 países em 2015 e 64 países em 2019), cuja análise está voltada para a atividade empreendedora e envolve diferentes países em diferentes partes do mundo. Atualmente, o GEM é administrado pelo Global Entrepreneurship Research (GERA) – organização criada pela London Business School, no Reino Unido, e pelo Babson College (EUA).

Em se tratando do Brasil, pode-se observar um crescimento dos índices de empreendedorismo, se considerados os anos de 2011 a 2019 (gráfico 1), além de um aumento no número de empreendedores iniciais (empreendimentos com até 42 meses de existência), passando de 14,9% em 2011 para 52,5% em 2019 (GEM, 2011; 2019). Além disso, o empreendedorismo por oportunidade no país tem superado o empreendedorismo por necessidade, e se mantido como a principal fonte de criação de novos negócios nos últimos anos (Figura 1).

Sugerindo assim que os novos empreendimentos inovadores, requer um maior preparo intelectual e financeiro. Esse resultado segue o estudo comparativo dos anos de 2005 a 2011 em que Corrêa et al. (2017), diz a opção empreendedora tem deve der acompanhada de outros fatores como o conhecimento e condições de investimento, em detrimento de apenas empreender por necessidade de se obter uma fonte de renda.



Gráfico 1: Relação entre empreendedores iniciais, empreendedores por necessidade e oportunidade, de 2011 a 2019.
Fonte: GEM.

Inovação

De acordo com Guimarães (2016) e Jung (2017), uma inovação é uma interessante estratégia utilizada pelas empresas de negócios, com a preocupação de se conseguir crescimento e estabilidade no (GUIMARÃES, et al., 2016; JUNG, 2017). Através dos seus vários aspectos, a inovação concede às empresas a oportunidade de acompanhar as mudanças no ambiente, ou, de gerenciar e ser líder em um segmento específico de mercado (PARK et al., 2017).

Inovar não é um acaso, torna-se o resultado de um processo resoluto que, a partir dos conhecimentos advindos da área de atuação da empresa somados as informações disponíveis e na vontade de inovar (algo

novo, novidade), com algo diferente. Diante do exposto, essa novidade deve vir agregada de valor social ou riqueza. Vale ressaltar que de acordo com Tidd et al. (2008), um produto ou serviço novo, deve vir acompanhado de lucratividade, ou não será uma novidade, por mais diferente que seja.

A Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2005), classifica como inovação, o bem ou serviço que é novo para a empresa independente de ser conhecida no mercado. E, além disso, a inovação pode ser fruto do trabalho interno da empresa, ou de adquiridas de fontes externas, como por exemplo outras empresas, na forma de aquisição ou licenciamento de tecnologia ou conhecimento, entre outras, chamadas de inovação aberta (CHESBROUGH, 2007).

De acordo com OCDE (2005), há quatro tipos de inovação que uma empresa pode implementar em seu funcionamento. São elas: novo produto ou serviço, um novo processo, novo método organizacional ou de marketing. Ainda de acordo com a OCDE (2005), a inserção de produto ou serviço novo no catálogo da empresa, mesmo que seja conhecido no mercado embora já conhecido pelo mercado, é uma inovação de produto ou serviço para a instituição empresarial.

Uma inovação de processo é a utilização de um novo ou método de produção ou distribuição com consideráveis aperfeiçoamentos. Uma inovação organizacional é a mudança na maneira da empresa desenvolver suas atividades. E, a inovação de marketing, está relacionada a mudanças na embalagem de um produto ou na forma de distribuição da empresa.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com o apoio da Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP) e do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) publica a PINTEC, a Pesquisa de Inovação Brasileira. Participa das pesquisas que identificam e dão valor as atividades de inovação, utilizando para isso o Manual de Oslo, que desde o ano 2000, possui padrão de coletas de dados com referência internacional. (OCDE, 2005).

Corrêa et al. (2017), relata que ao longo dos anos, a PINTEC se adequou as evoluções do mercado. Antes, a consulta era feita apenas voltadas para as inovações oriundas das indústrias. Hoje, já compõe o escopo das suas pesquisas inovações diversas de empresas comerciais e prestadoras de serviços acima de 10 funcionários em um processo exigente de amostragem.

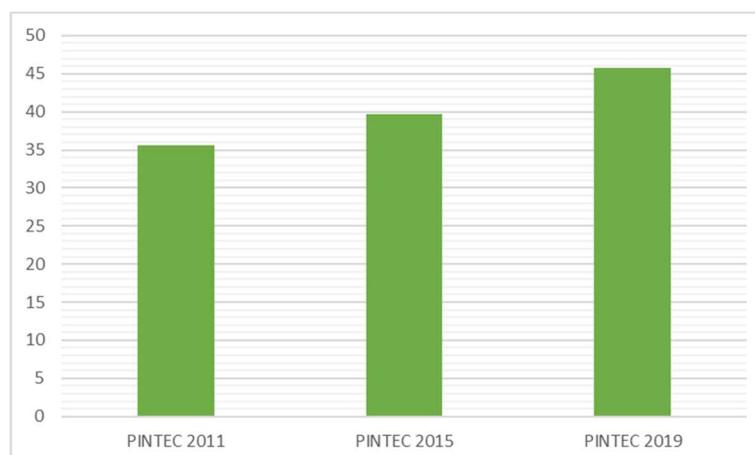


Gráfico 2: Inovação de produto e/ou processo, de 2005 a 2011, em percentual. **Fonte:** FINTEC.

Entre os anos de 2011 e 2019, o percentual de empresas inovadoras no Brasil apresentou uma

variação de 4 pontos percentuais, conforme se visualiza no gráfico 2. Enquanto no ano de 2011 35,7% das empresas apresentavam inovações de produto e/ou processo, no ano de 2015 esse índice passou para 39,7%, passando a subir para 45,8% no ano de 2019.

Ainda sobre o mesmo período, os anos de 2011 a 2015, o setor de P&D foi o que mais implementou inovações em produtos e/ou processos. Esse resultado corrobora com a pesquisa de Corrêa et al. (2017) que mostra a liderança do setor P&D no Brasil. Ainda de acordo com Corrêa et al. (2017), aponta que o setor que mais cresceu na implementação de inovações entre 2005 e 2011 foi a indústria. Esse mesmo crescimento foi concluído nesse trabalho onde a indústria alavancou suas inovações de no período considerado, a Indústria se destaca, passando a representar 33,4% em 2011, diante de 38,4% do ano de 2015.

No entanto, no terceiro período apresentado, entre os anos de 2012 e 2019, há um aumento no número de inovações implementadas, tanto no setor da Indústria quanto no de Serviços, acompanhado pelo crescimento industrial subindo de 38,4 em 2015 para 45,8%, havendo assim, um aumento nos setores de produtos e serviços. A pesquisa de Corrêa et al. (2017), mostrou uma leve queda entre os períodos de 2009 a 2011. O aumento significativo apresentado nessa pesquisa pode estar diretamente ligado aos maiores investimentos públicos e privados em P&D.

A tabela 1 demonstra a implementação de inovações de acordo com o tamanho da empresa. Em todo o período considerado, há uma concentração da implementação de inovações nas maiores empresas. Pode-se notar ainda que, de maneira geral, o índice de inovação apresenta um acréscimo significativo em todos os setores. Do ano de 2011 a 2019, os Serviços Selecionados apresentaram um aumento de 14 pontos percentuais, ao passo que a Indústria apresentou um acréscimo de 29 pontos.

Tabela 1: Empresas, por setor, que implementaram inovações em produto e/ou processo, de 2011 a 2019. Valores em %.

	PINTEC 2011	PINTEC 2015	PINTEC 2019
Indústria	35,6	42,8	49,5
P&D	36,80	40,1	41,9
Eletricidade e Gás	44,10	45,1	45,8

Fonte: FINTEC.

Na tabela 2, observa-se que o todos os setores apresentaram um incremento nas taxas de inovação. Após 2008, o P&D passou a englobar vários outros ramos, como por exemplo, a telecomunicação e informática, deixando assim de ser observado isoladamente pela PINTEC. O setor de Eletricidade e Gás, que passou a integrar a PINTEC em 2011, foi o que apresentou maior taxa de inovação – 84,71%.

Tabela 2: Inovações de produto e/ou processo, por tamanho da empresa, por setor, de 2011 a 2019.

	2011			2015			2019		
	Ind.	Elet. Gás	P&D	Ind.	Elet. Gás	P&D	Ind.	Elet. Gás	P&D
De 10 a 29	34,00	32,22	66,70	35,24	35,00	67,02	35,90	36,30	68,11
De 30 a 49	33,90	23,00	47,42	35,00	24,90	50,30	35,61	25,6	52,33
De 10 a 49	38,58	46,78	47,82	39,45	47,00	48,50	40,11	47,96	49,50
De 50 a 99	43,43	52,50	42,43	45,00	55,03	45,23	45,67	55,69	47,00
De 100 a 249	52,36	50,00	40,61	55,04	55,14	41,90	56,10	56,70	45,80
De 500 a mais	55,90	82,61	52,26	56,02	83,00	53,98	53,60	84,52	55,93
Total	35,60	44,10	36,80	36,10	45,20	37,15	38,98	46,50	38,94

Fonte: PINTEC.

Nota-se que há uma estreita relação entre o empreendedorismo e inovação tecnológica, quanto aos seus conceitos. Ambos estão relacionados a processos que geram riqueza e valor para a sociedade (DORNELAS, 2014; CORRÊA et al., 2017).

É perceptível que as variações do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro, está relacionado ao número de empreendedores estabelecidos e as inovações de produto e processo nos anos de 2011 a 2019, como pode. Isso quer dizer que à medida em que há aumentos ou reduções no PIB, há também os mesmos movimentos de aumento s e reduções no crescimento de empreendedores e inovações tecnológicas. Isso explica a crescente dessas variáveis uma vez que o PIB brasileiro tem aumentado nos últimos anos. Esse fato também foi observado no estudo de por Corrêa et al. (2017).

Vários autores usam o termo inovação para definir o ato de empreender (SHANE et al., 2000; DORNELAS, 2014). As publicações tratam os temas distintamente (GEM, 2005; 2008; 2011; FIORIN et al., 2010). As pesquisas da PINTEC, sempre se referem apenas a inovação, sem mencionar o termo empreendedorismo.

Em contrapartida, a GEM, que utiliza como indicadores de inovação de produto e processo o percentual diretamente advindo de atividades de empreendedores que lançam produtos com novidades para os consumidores. Essas novidades tecnológicas têm classificado o Brasil como um dos países mais empreendedores do mundo (FIORIN et al., 2010).

CONCLUSÕES

A pesquisa qualitativa, operacionalizada em uma revisão bibliográfica com o uso de dados quantitativos, pretendeu-se analisar os dois conceitos, por meio da obtenção de dados sobre o empreendedorismo e a inovação brasileiros.

Houve aumento significativo no número de inovações lançadas no mercado, seguindo assim de uma lucratividade capaz de destacar a sociedade brasileiras em relação a outros países e assim contribuindo para o crescimento econômico do país.

Embora a indústria tenha contribuído significativamente na incrementação de produtos inovadores, o setor comercial tem sido fator importante também para o destaque do Brasil em relação aos países emergentes e subdesenvolvidos.

Nos últimos 5 anos, houve crescimentos no setor P&D. Os investimentos públicos e privados têm contribuído para uma maior pesquisa e desenvolvimento na área tecnológica em todo o país. Nesse contexto, sugerem-se como pesquisas futuras ampliar o período de tempo da análise realizada, bem como a consulta de pesquisas que tratem do Brasil diante das economias emergentes

REFERÊNCIAS

CHESBROUGH, H. W.. Why companies should have open business models. **MIT Sloan Management Review**, v.48, n.2, p.21-28, 2007.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S.. **Métodos de pesquisa em administração**. 10 ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

CORRÊA, S.; ROSA, N. F.; SEVERO, E. A.; RISSARDO, H.; GUIMARÃES, J. C. F.. **Empreendedorismo e inovação: um**

retrato do contexto brasileiro dos anos de 2005 a 2011.

Revista Brasileira de Administração Científica, v.8, n.3, p.99-107, 2017.

DOLABELA, F.. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J.. **Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação**. Rio de Janeiro: LTC, 2014.

FIORIN, M. M. B.; MELLO, C. M.; MACHADO, H. V.. Empreendedorismo e inovação: análise dos índices de inovação dos empreendimentos brasileiros com base nos relatórios do GEM de 2006, 2007 e 2008. **Revista de Administração da UFSM**, v.3, n.3, p.411-423, 2010.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: 2005**. Curitiba: IBQP, 2011.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: 2008**. Curitiba: IBQP, 2015.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: 2011**. Curitiba: IBQP, 2019.

GUIMARÃES, J. C. F.; SEVERO, E. A.; DORION, E. C. H.; COALLIER, F.; OLEA, P. M.. The use of organizational resources for product innovation and organizational performance: A survey of the brazilian furniture industry. **International Journal of Production Economics**, v.180, p.135-147, 2016.

HAIR JUNIOR, J. F.; BABIN, B.; MONEY, A. H.; SAMUEL, P.. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HISRIC, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A.. **Empreendedorismo**. 9 ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

JUNG, S. H.. The contingent effect of analyst coverage: how does analyst coverage affect innovation and Tobin's Q?.

Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics, v.24, n.1, p.43-67, 2017.

MUNOZ, P.; COHEN, B.. Towards a social-ecological understanding of sustainable venturing. **Journal of Business Venturing Insights**, v.7, p.1-8, 2017.

OCDE. Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. 3 ed. Paris: OCDE, 2005.

OMER, M. A.; YEMINI, M.. Initiating consensus: stakeholders define entrepreneurship in education. **Educational Review**, v.69, n.2, p.140-157, 2017.

PARK, K.; KOH, J.. Exploring the relationship between perceived pace of technology change and adoption resistance to convergence products. **Computers in Human Behavior**, v.69, p.142-150, 2017.

SCHUMPETER, J. A.. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1971.

SEVERO, E. A.; DORION, E. C. H.; GUIMARAES, J. C. F.. Innovation and environmental sustainability: analysis in Brazilian metal-mechanic industry. **International Journal of Innovation and Sustainable Development**, v.11, p.230-248, 2017.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S.. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v.25, n.1, p.217-226, 2000.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K.. **Gestão da inovação**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

A CBPC – Companhia Brasileira de Produção Científica (CNPJ: 11.221.422/0001-03) detém os direitos materiais desta publicação. Os direitos referem-se à publicação do trabalho em qualquer parte do mundo, incluindo os direitos às renovações, expansões e disseminações da contribuição, bem como outros direitos subsidiários. Todos os trabalhos publicados eletronicamente poderão posteriormente ser publicados em coletâneas impressas sob coordenação da **Sustenere Publishing**, da Companhia Brasileira de Produção Científica e seus parceiros autorizados. Os (as) autores (as) preservam os direitos autorais, mas não têm permissão para a publicação da contribuição em outro meio, impresso ou digital, em português ou em tradução.