

DIEGO BEZERRA DE SOUZA

A ERUPÇÃO DA NOVA ECONOMIA: A NOVA LÓGICA EMPRESARIAL E O
DESENVOLVIMENTO LOCAL



UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO LOCAL –
MESTRADO / DOUTORADO
CAMPO GRANDE - MS
2025

DIEGO BEZERRA DE SOUZA

A ERUPÇÃO DA NOVA ECONOMIA: A NOVA LÓGICA EMPRESARIAL E O
DESENVOLVIMENTO LOCAL

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em Desenvolvimento Local da Universidade
Católica Dom Bosco, como requisito para a
obtenção do título de Doutor em Desenvolvimento
Local, sob orientação do professor Doutor Pedro
Pereira Borges e Coorientador Michel Constantino.



O presente trabalho foi realizado com apoio da
Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de
Nível Superior – Brasil
(CAPES) – Modalidade II



UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO LOCAL –
MESTRADO / DOUTORADO
CAMPO GRANDE - MS
2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Bibliotecária Mourâmise de Moura Viana - CRB-1 3360

S719e Souza, Diego Bezerra de

A erupção da nova economia: a nova lógica empresarial e o desenvolvimento local/ Diego Bezerra de Souza sob orientação do Prof. Dr. Pedro Pereira Borges e coorientação do Prof. Dr. Michel Constantino.-- Campo Grande, MS : 2025.
112 p.: il.

Tese (Doutorado em Desenvolvimento Local) - Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande-MS, 2025
Bibliografia: p. 107-112

1. Nova economia. 2. Nova lógica empresarial. 3. local. 4. Disrupção. 5. Inovação. 6. GlobalizaçãoI.Borges, Pedro Pereira. II.Constantino, Michel. III. Título.

CDD: 338.9

FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: “A erupção da nova economia: a nova lógica empresarial e o Desenvolvimento Local”

Área de concentração: Desenvolvimento Local em Contexto de Territorialidades

Linha de Pesquisa: Políticas Públicas e Dinâmicas e de Inovação em Desenvolvimento Territorial

Tese submetida à Comissão Examinadora designada pelo Conselho do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local – Doutorado da Universidade Católica Dom Bosco, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Desenvolvimento Local.

Exame de Defesa aprovado em: 01/09/2025

A presente defesa foi realizada por videoconferência. Eu, Pedro Pereira Borges, como presidente da banca assinei a folha de aprovação com o consentimento de todos os membros, ainda na presença virtual destes.



Documento assinado digitalmente

PEDRO PEREIRA BORGES

Data: 02/09/2025 09:03:08-0300

Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Prof. Dr. Pedro Pereira Borges (orientador)
Prof. Dr. Michel Constantino (coorientador)
Prof. Dr. Edgar Aparecido da Costa (UFMS)
Dra. Maria Geralda de Miranda (UNISUAM-RJ)
Dr. Heitor Romero Marques (PPGDL/UCDB)
Dra. Arlinda Cantero Dorsa (PPGDL/UCDB)

DEDICATÓRIA

Gostaria de agradecer, primeiramente, a Deus, que me concedeu força para chegar até aqui; à minha esposa, Leticia Couto, que esteve ao meu lado em todos os momentos; e aos meus filhos, João Miguel e Ana Beatriz, pois tudo é pôr e para eles.

Dedico, em especial, ao meu orientador, Padre Pedro Pereira, pelos anos de orientação e por sempre acreditar em mim.

Gostaria também de dedicar esta tese à pessoa que me inspirou a pensar a Nova Economia muito além do dinheiro: o escritor e investidor João Kepler. Estendo essa dedicação ao líder da SME, empresa de educação empresarial, Theo Braga, e à sua equipe, que lidera esse movimento de mudança no Brasil.

Por fim, deixo uma dedicatória especial ao meu amigo e incentivador Thiago Gomes, cuja importância foi extrema para a conclusão deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha gratidão a cada pessoa que participou desta trajetória. Foram tantas que, para não ser injusto, mencionarei apenas algumas, como forma de representar a todos.

Agradeço à Cristiane Martins, que sempre me incentivou; à minha sogra, Célia, que no início desta caminhada cuidava do meu filho para que eu pudesse frequentar a universidade; e ao professor Michel Constantino, em nome de todos os docentes do Programa de Desenvolvimento Local, que transformaram a forma como compreendo o mundo atualmente.

Estendo meus agradecimentos a todos os investidores, colaboradores e C Leves da Hiped, empresa onde este trabalho encontrou espaço para se concretizar.

SOUZA, Diego Bezerra de. A Erupção da Nova Economia: a Nova Lógica Empresarial e o Desenvolvimento Local. Tese. Programa de Desenvolvimento Local – Doutorado. Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande-MS, 2025.

RESUMO

Esta pesquisa examina o fenômeno da nova economia, caracterizado pela aceleração tecnológica, inovação disruptiva e novos modelos de negócios, e sua relação com uma lógica empresarial moderna voltada ao Desenvolvimento Local. Esta temática foi gestada a partir da constatação de um problema: a sociedade ainda não compreende plenamente a magnitude das transformações trazidas pela nova economia. Isso tem gerado uma lacuna crítica na percepção coletiva sobre seus impactos profundos, e resultando em exclusão digital, ampliação de desigualdades e desperdício de oportunidades de desenvolvimento inclusivo. Este problema gerou uma questão: como esse fenômeno multidimensional da nova economia está reconfigurando os diversos setores da sociedade e quais são as principais implicações dessas transformações? Para elaborar a pesquisa o objetivo geral traçado foi investigar as dinâmicas de transformação e impacto decorrentes da erupção da nova economia na atual conjuntura da sociedade contemporânea, com suas implicações para a compreensão e adaptação da sociedade a esse novo contexto socioeconômico. Quanto aos objetivos específicos, estes incluem: enquanto os objetivos específicos incluem: (1) Analisar características e fundamentos da nova economia, com destaque para as mudanças disruptivas provocadas pela tecnologia, inovação e novos modelos de negócios que impactam diversos setores da sociedade contemporânea; (2) verificar os efeitos dessas transformações tendo em vista a nova lógica empresarial adveniente da nova economia e como ela altera a dinâmica das empresas, do setor econômico e das estruturas sociais; e (3) explorar estratégias e abordagens para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades da nova economia, destacando sua relevância para o Desenvolvimento Local e a adaptação necessária nesse novo cenário socioeconômico. Metodologicamente, adotou-se uma abordagem qualitativa-exploratória, combinando experiência prática do pesquisador (com vivências em sucessos, fracassos e reinvenções no mundo empresarial) com revisão bibliográfica e análise documental. O processo investigativo seguiu três etapas: (1) mapeamento conceitual sobre a nova economia; (2) extração de temas-chave a partir de textos acadêmicos e empresariais; e (3) reflexão sobre os impactos nas dinâmicas locais, mantendo um diálogo constante entre teoria e prática. Os resultados demonstram que a nova economia redefine a criação de valor, substituindo modelos lineares por um paradigma orgânico baseado em conhecimento, dados, sustentabilidade e conexões humanas. Essa transformação altera profundamente a relação entre consumidores e mercados, promove gestões mais ágeis e menos hierárquicas, reduz a dependência do Estado e democratiza o acesso a serviços, permitindo que indivíduos e empresas inovem de formas antes impensáveis. Além disso, a nova economia exige uma mentalidade de adaptação contínua, influenciando como sociedades produzem, consomem e se relacionam. Como consequência, emerge uma nova lógica empresarial, que abandona estruturas rígidas em favor de inovação, colaboração em ecossistemas e foco no impacto socioeconômico. Quando orientada para a centralidade no cliente e o fortalecimento de capital humano, a nova economia torna-se um vetor de desenvolvimento local, fomentando modelos de negócios inclusivos, protagonismo individual e crescimento sustentável. Em síntese, esta pesquisa evidencia que a nova economia não é apenas uma mudança tecnológica, mas uma revolução sistêmica que redefine valores, relações e oportunidades, exigindo adaptação estratégica de indivíduos, empresas e governos para construir um futuro mais equitativo e dinâmico.

Palavras-chave: Nova Economia. Nova Lógica Empresarial. Desenvolvimento Local. Disrupção. Inovação. Globalização.

SOUZA, Diego Bezerra de. The Eruption of the New Economy: The New Business Logic and Local Development. ... pg Ph.D. Thesis. Local Development Program – Doctoral Studies. – Doutorado. Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande-MS, 2025.

ABSTRACT

This research examines the phenomenon of the new economy, characterized by technological acceleration, disruptive innovation, and new business models, and its relationship with a modern corporate logic focused on Local Development. This theme emerged from the identification of a critical problem: society has not yet fully grasped the magnitude of the transformations brought about by the new economy. This has led to a gap in collective awareness of its profound impacts, resulting in digital exclusion, widening inequalities, and missed opportunities for inclusive development. This problem raised a central question: How is this multidimensional phenomenon of the new economy reshaping various sectors of society, and what are its key implications? To address this, the primary research objective was to investigate the dynamics of transformation and impact arising from the emergence of the new economy in contemporary society, analyzing its implications for societal understanding and adaptation to this new socioeconomic context. The specific objectives include: (1) Analyzing the defining characteristics and foundations of the new economy, particularly the disruptive changes driven by technology, innovation, and new business models affecting multiple sectors of modern Society. (2) Examining the effects of these transformations on the emerging corporate logic, assessing how it alters business dynamics, economic structures, and social frameworks. (3) Exploring strategies and approaches to address challenges and leverage opportunities within the new economy, emphasizing its relevance for Local Development and necessary adaptation in this evolving socioeconomic landscape. Methodologically, the study adopted a qualitative-exploratory approach, combining the researcher's practical experience (including successes, failures, and reinventions in the business world) with bibliographic review and document analysis. The investigative process followed three key phases: (1) Conceptual mapping of the new economy. (2) Extraction of core themes from academic and business literature. (3) Reflection on local impact dynamics, maintaining a continuous dialogue between theory and practice. Findings reveal that the new economy redefines value creation, shifting from linear, mass production models to an organic, multidimensional paradigm where knowledge, data, sustainability, and human connections become key drivers of wealth. This transformation profoundly alters consumer market relations, promotes agile and less hierarchical management, reduces state dependency, and democratizes access to services, enabling unprecedented innovation by individuals and businesses. Moreover, the new economy demands continuous adaptability, reshaping how societies produce, consume, and interact. As a result, a new corporate logic emerges—one that rejects rigid structures in favor of innovation, ecosystem collaboration, and socioeconomic impact. When centered on customer focus and human capital development, the new economy becomes a catalyst for Local Development, fostering inclusive business models, individual agency, and sustainable growth. In summary, this research demonstrates that the new economy is not merely a technological shift but a systemic revolution that redefines values, relationships, and opportunities, requiring strategic adaptation from individuals, businesses, and governments to build a more equitable and dynamic future.

Keywords: New Economy. Corporate Logic. Local Development. Disruption. Innovation. Globalization.

LISTA DE FIGURAS

Tabela 1 – Mentalidade empreendedora da velha versus nova economia 37

Fonte: Kepler (2023, p. 37).

Gráfico 1 – Evolução do uso e consolidação do termo “Nova Economia” 60

Fonte: elaboração própria, a partir das bases de dados: Scopus, Web of Science, JSTOR e ScienceDirect (2025).

Tabela 2 – 5 níveis de consciência em negócios na nova economia 68

Fonte: Kepler (2023, p. 107).

GLOSSÁRIO

I. CONCEITOS FUNDAMENTAIS

Branding: Conjunto de estratégias para construção e gestão da imagem e reputação de uma marca, visando reconhecimento e valorização no mercado.

Core Business: Atividade principal de uma empresa, responsável pela maior parte de sua receita e posicionamento estratégico.

Customer Centricity: Abordagem que coloca o cliente no centro das decisões organizacionais, priorizando experiência e necessidades.

Disruption: Inovação radical que transforma mercados ou setores, tornando modelos anteriores obsoletos.

E-commerce: Comércio realizado por meio de plataformas digitais, envolvendo transações online.

Equity: (1) Valor líquido de uma empresa (ativos menos passivos); (2) Participação acionária em um negócio.

Jobs to be Done (JTBD): Metodologia que identifica as necessidades subjacentes que motivam a compra de um produto/serviço.

Marketplace: Plataforma digital que conecta múltiplos vendedores a compradores (ex.: Amazon, Mercado Livre).

Omnichannel: Integração de canais físicos e digitais para oferecer experiência de compra unificada ao cliente.

Open Innovation: Modelo de inovação baseado em colaboração com agentes externos (startups, universidades, clientes).

Stakeholders: Partes interessadas em uma organização (clientes, colaboradores, investidores, comunidade).

Startup: Empresa em estágio inicial, com modelo escalável e foco em inovação, operando em condições de incerteza.

Valuation: Processo de estimar o valor de mercado de uma empresa ou ativo.

Venture Capital: Investimento em empresas emergentes de alto potencial, em troca de participação acionária.

II. TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Agile Management: Metodologia de gestão ágil, com foco em entregas incrementais e adaptação rápida a mudanças.

API (Application Programming Interface): Conjunto de protocolos que permite comunicação entre sistemas de software distintos.

Big Data: Processamento e análise de grandes volumes de dados para extrair padrões e insights.

Blockchain: Tecnologia de registro descentralizado e imutável para transações seguras (ex.: criptomoedas).

Cloud Computing: Serviços de computação (armazenamento, softwares) acessados via internet, sem infraestrutura local.

Data Analytics: Uso de ferramentas para análise de dados e apoio à tomada de decisões estratégicas.

Digital Transformation: Adoção de tecnologias digitais para transformar processos, cultura e experiências.

Fintech: Empresas que usam tecnologia para oferecer serviços financeiros inovadores (ex.: bancos digitais).

IoT (Internet of Things): Rede de dispositivos físicos conectados à internet (ex.: wearables, eletrodomésticos inteligentes).

KPIs (Key Performance Indicators): Métricas quantificáveis para avaliar o desempenho de negócios ou projetos.

Machine Learning: Subárea da IA em que sistemas aprendem e evoluem automaticamente a partir de dados.

MVP (Minimum Viable Product): Versão simplificada de um produto, lançada para validar sua viabilidade no mercado.

SaaS (Software as a Service): Modelo de distribuição de software baseado em assinatura e acesso online.

UX (User Experience): Experiência do usuário ao interagir com um produto/sistema, considerando usabilidade e satisfação.

III. GESTÃO E CAPITAL HUMANO

Brain Drain: Migração de profissionais qualificados para outros países em busca de melhores oportunidades.

Hard Skills: Habilidades técnicas mensuráveis (ex.: programação, análise financeira).

Human Capital: Conhecimentos e habilidades dos colaboradores que agregam valor econômico à organização.

Learning Agility: Capacidade de aprender e se adaptar rapidamente a novos contextos.

Reskilling/Upskilling: Processos de requalificação ou aprimoramento de habilidades para acompanhar demandas do mercado.

Soft Skills: Competências interpessoais (comunicação, liderança, trabalho em equipe).

Talent Acquisition: Estratégias para atrair, recrutar e reter talentos em uma organização.

IV. MODELOS DE NEGÓCIOS

Burn Rate: Velocidade com que uma startup consome recursos financeiros antes de gerar lucro.

CAC (Customer Acquisition Cost): Custo médio para adquirir um novo cliente.

LTV (Lifetime Value): Receita total estimada de um cliente durante seu relacionamento com a empresa.

Moat: Vantagem competitiva sustentável que protege um negócio da concorrência.

New Economy: Economia baseada em tecnologia, inovação e modelos digitais.

ROI (Return on Investment): Métrica que calcula o retorno financeiro de um investimento.

Scale-up: Startup em fase de crescimento acelerado e expansão de mercado.

V. EMPRESAS E PLATAFORMAS

AB InBev: Maior cervejaria do mundo (dona de marcas como Budweiser e Stella Artois).

Airbnb: Plataforma global de aluguel de hospedagens e experiências.

iFood: Aplicativo brasileiro de delivery de comida e mercados.

Uber: Plataforma de transporte por aplicativo e entregas.

VI. TRABALHO E ESTILO DE VIDA

Crowdfunding: Financiamento coletivo para projetos ou negócios.

Home Office: Modelo de trabalho remoto, realizado fora do ambiente corporativo tradicional.

Mainstream: Tendências ou ideias dominantes em um contexto sociocultural.

Outsider: Indivíduos ou grupos que operam à margem de sistemas estabelecidos.

Sumário

1 INTRODUÇÃO	13
2 A NOVA ECONOMIA.....	29
2.1 Da Economia à Nova Economia.....	29
2.2 A Nova Economia como Fenômeno Pós-Segunda Guerra Mundial.....	34
2.3 A Nova Economia: Reconfiguração Sistêmica do Valor e seus Paradoxos Contemporâneos	40
2.4 A governança e os governos	47
2.5 O papel dos empreendedores na nova economia	49
2.6 O consumidor, na nova economia.....	51
2.7 O global, na nova economia.....	54
2.8 O local na nova economia.....	56
3 NOVA LOGICA EMPRESARIAL	59
3.1 A nova consciência empresarial	59
3.2 João Kepler e os cinco níveis de consciência empresarial	62
3.2.1 Nível 1 de consciência: visão de negócios tradicionais e digital	63
3.2.2 Nível 2 de consciência: visão ampliada – plataformas e camadas de serviços	63
3.2.3 Nível 3 de consciência: visão de escala e investimento	64
3.2.4 Nível 4 de consciência: o Poder do <i>Equity</i>.....	65
3.2.5 Nível 5 de consciência: o jogo infinito, comunidade, ecossistema e servir	66
3.3 Startup: mais que uma empresa, uma mentalidade	70
4 A NOVA ECONOMIA COMO VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL: CENTRALIDADE DO CLIENTE, ECOSSISTEMAS E CAPITAL HUMANO.....	75
4.1 O cliente	75
4.2 Visão de plataforma e ecossistema	80
4.3 O Desenvolvimento Local.....	87
4.4 A nova economia como vetor do desenvolvimento local.....	90
4.5 O ser humano no centro	93
4.6 O Local e sua oportunidade.....	96
4.7 O capital humano na perspectiva do Desenvolvimento Local e da Nova Economia.....	97
4.8 Por uma nova educação.....	99
5 CONCLUSÃO	104
6 REFERÊNCIAS	108

1 INTRODUÇÃO

O leitor e o pesquisador poderão estranhar o fato de que uma tese comece com uma analogia. Essa escolha, aparentemente retórica, pode se revelar um recurso valioso para a construção do conhecimento. Ao estabelecer pontes entre o familiar e o desconhecido, as analogias facilitam a compreensão de conceitos complexos, tornando a pesquisa mais acessível tanto para especialistas quanto para leigos. Além de auxiliar na aprendizagem, as analogias estimulam a criatividade, ao promover a formação de novas conexões entre ideias aparentemente distintas, e podem impulsionar o desenvolvimento de novas teorias e descobertas

A alegoria aqui será com uma erupção vulcânica. Imagine um gigante adormecido despertando com fúria. Uma erupção vulcânica é como uma explosão de energia da Terra, em que a pressão acumulada no interior do planeta rompe as camadas de rocha e lança para o céu uma mistura incandescente de gases, cinzas e lava. É um espetáculo de força bruta da natureza, capaz de transformar paisagens em poucos minutos. Essa analogia deve levar em consideração o fato de que, embora tragam caos imediato, inclusive com mortes e deslocamentos humanos, a longo prazo as erupções vulcânicas renovam ecossistemas e geram recursos essenciais para a vida humana. A natureza, mesmo em sua fúria, cumpre um ciclo de destruição e renascimento.

Os cientistas descrevem de maneira bastante singular o processo da erupção vulcânica. Elas são descritas como eventos imprevisíveis e variam em sua intensidade e duração. Enquanto algumas erupções podem ser relativamente tranquilas e produzir apenas fluxos de lava localizados, outras podem ser explosivas e resultar em destruição significativa e perda de vidas. Por esse motivo, a monitorização constante dos vulcões é essencial para prever e mitigar os riscos associados à sua erupção, permitindo que as comunidades próximas se preparem adequadamente e tomem medidas de evacuação quando necessário.

Se as erupções vulcânicas são como explosões de surpresa da natureza, os eventos humanos também podem pegar uma pessoa, uma coletividade ou mesmo um território inteiro de surpresa. Crises políticas, desastres naturais, pandemias são eventos que, assim como as erupções, podem causar grandes impactos em âmbito local ou mesmo global. Embora não se possam prever exatamente quando e como acontecerão, é possível, como sociedade, desenvolver estratégias para lidar com essas situações e minimizar seus efeitos.

Da mesma forma que os vulcões podem entrar em erupção sem aviso prévio, esses eventos humanos podem surgir rapidamente, exigindo respostas rápidas e eficazes para mitigar danos e proteger vidas. É crucial estabelecer sistemas de monitoramento, alerta precoce e prontidão para lidar com essas situações imprevisíveis. Essa monitorização, no entanto, é uma ação fundamental para prever os impactos das erupções e tomar medidas de segurança, como a vigilância e o acompanhamento de fatores que podem desencadear eventos imprevisíveis que exigem decisões e respostas adequadas. Isso envolve coleta de dados, análise de tendências, compartilhamento de informações e colaboração entre diferentes partes interessadas, sejam elas governos, organizações, academia, especialistas ou a comunidade em geral.

Assim como comunidades que vivem em áreas vulcânicas desenvolvem planos detalhados de evacuação e protocolos de segurança para lidar com erupções imprevisíveis, indivíduos e organizações devem adotar medidas preventivas para enfrentar eventos inesperados, criando sistemas de resposta que incluam desde protocolos de emergência e treinamentos específicos até a alocação estratégica de recursos e mecanismos de coordenação e comunicação eficientes. Embora seja impossível antever todas as variáveis de situações imprevisíveis, a implementação de medidas básicas de preparação - como análise de riscos, simulações e estruturas de resposta rápida - permite reduzir impactos negativos, aumentar a resiliência e melhorar significativamente a capacidade de reação, demonstrando que, ainda que não se possa evitar totalmente crises inesperadas, é possível e essencial desenvolver estratégias proativas para navegar por essas complexidades com maior segurança e eficácia.

Agora a analogia entra na sua relação com a economia. A economia, comparada a um vulcão que está constantemente a ponto de explodir de dentro para fora, apresenta uma dinâmica imprevisível e volátil. Assim como um vulcão, ela é capaz de desencadear mudanças rápidas e transformações significativas que impactam os mercados, as empresas e a sociedade como um todo. É certo que, ao mesmo tempo, as lavas do vulcão podem ser benéficas, mas, dependendo da situação, podem gerar problemas seriíssimos para o seu entorno. A nova economia, neste sentido, pode ser um motor para algo novo, ao mesmo tempo em que pode também gerar problemas como desemprego e mesmo a destruição de bases comunitárias e sociais de todo um território.

É sempre importante ressaltar que o atual momento da história revela sinais de uma revolução copernicana em curso na economia. Assim como o polonês Nicolau Copérnico (1473–1543) revolucionou a compreensão do cosmos ao propor o heliocentrismo, deslocando

a Terra do centro do universo, o mundo está presenciando transformações radicais nos fundamentos e nas estruturas econômicas tradicionais. Essa revolução copernicana na economia é impulsionada principalmente pela rápida evolução tecnológica, pela crescente digitalização e pela emergência de novos modelos de negócios. O mundo está testemunhando a ascensão da economia digital, em que a informação, o conhecimento e a inovação desempenham papéis fundamentais.

Da mesma forma que Copérnico abalou as crenças estabelecidas e remodelou a forma como percebemos o universo, essa revolução copernicana na economia desafia os paradigmas tradicionais, promovendo uma reconfiguração dos modelos econômicos, das relações de trabalho e dos sistemas de produção e distribuição. A economia atual está se movendo em direção a um cenário em que a conectividade global, a inteligência artificial, a internet das coisas e outras tecnologias disruptivas estão moldando novas formas de criar valor, gerar riqueza e promover a inclusão social. As fronteiras entre setores estão se dissipando, e novos ecossistemas econômicos estão emergindo.

Levando-se em consideração que não se trata de algo necessariamente novo, mas de um movimento no intestino da própria economia, a nova economia surge como um farol de inovação e progresso, prometendo redefinir as relações de trabalho, o consumo e a produção em moldes mais dinâmicos, inclusivos e sustentáveis. Tecnologias disruptivas, modelos colaborativos e a valorização de ativos intangíveis, como conhecimento e criatividade, abrem caminho para uma era de oportunidades sem precedentes. No entanto, esse avanço não é isento de riscos: a aceleração das mudanças exige um olhar crítico e participativo de toda a sociedade, pois os benefícios não se distribuirão automaticamente de forma justa. Se, por um lado, a descentralização e a digitalização podem democratizar o acesso a mercados, por outro, também podem ampliar desigualdades estruturais e criar novas formas de exclusão para quem não consegue se adaptar. A verdadeira promessa dessa transformação somente se concretizará com regulamentações ágeis, educação continuada e um compromisso coletivo para que o progresso não reproduza – ou até intensifique – as mesmas assimetrias que deveria superar. Portanto, celebrar o potencial da nova economia não significa ignorar sua complexidade, mas assumir a responsabilidade de moldá-la com ética, transparência e justiça social.

É certo que a nova economia representa uma ruptura paradigmática semelhante à revolução copernicana, capaz de redefinir os fundamentos da produção, do trabalho e do valor. Se, por um lado, essa transformação traz consigo a promessa de maior eficiência, inclusão e

sustentabilidade, por outro, também expõe contradições profundas: a mesma inovação que democratiza oportunidades pode concentrar riqueza e poder em poucas mãos, enquanto a flexibilidade exigida dos indivíduos muitas vezes se traduz em precarização. A adaptabilidade tornou-se um imperativo, mas não pode ser uma cobrança unilateral – sistemas educacionais, políticas públicas e estruturas corporativas precisam evoluir para que a mudança não signifique apenas ruptura, mas também emancipação. A verdadeira revolução econômica dependerá da criação de um equilíbrio entre inovação e regulação, entre disrupção e justiça social, pois o futuro será próspero apenas se for construído sobre bases que não reproduzam as desigualdades do passado.

É fato também que a nova economia não é uma mera tendência, mas um fenômeno irreversível que redefine estruturas produtivas, relações de trabalho e padrões de consumo em escala global. Assim como a revolução copernicana deslocou a Terra do centro do universo, esse novo modelo econômico descentraliza hierarquias tradicionais, substituindo-as por redes digitais, valor intangível e lógicas colaborativas. Seus impactos são ambíguos: ao mesmo tempo que gera eficiência e abre possibilidades inéditas de inclusão financeira e sustentabilidade, também pode aprofundar desigualdades e criar novas formas de exclusão. No entanto, mais do que discutir seus prós e contras, é essencial reconhecer que essa transformação já está em curso – e o desafio central não é resistir a ela, mas a orientar para que se torne um vetor de desenvolvimento verdadeiramente democrático. Isso exige regulação inteligente, capacitação massiva e um pacto social que garanta que os benefícios da inovação não fiquem restritos a uma minoria, mas sirvam como alicerce para um progresso coletivo e sustentável.

De qualquer forma, a nova economia surge como resultado direto de uma revolução tecnológica sem precedentes, na qual elementos como inteligência artificial, blockchain, aqui entendida como descentralização, e internet das coisas estão reescrevendo as regras do jogo econômico. Essa transformação digital, porém, vai muito além da simples modernização de processos. Em certo sentido, ela está criando um ecossistema completamente novo, em que algoritmos preditivos antecipam demandas, contratos inteligentes redesenham relações comerciais, e plataformas digitais conectam recursos ociosos a necessidades específicas em tempo real. O impacto é profundo e multifacetado: fábricas inteligentes operam com mínima intervenção humana, serviços financeiros são democratizados através de fintechs, ou seja, inovações, e modelos de negócio baseados em compartilhamento desafiam noções tradicionais de propriedade. Essa convergência tecnológica não apenas aumenta eficiência, mas está criando um paradigma em que o valor é gerado de formas que sequer imaginávamos uma década atrás.

Uma das principais características da nova economia é a ênfase na conectividade e na colaboração. Através da internet e das redes sociais, as pessoas estão interligadas em uma escala global, permitindo uma troca instantânea de informações, ideias e conhecimentos. Isso tem implicações profundas nos mercados, possibilitando o surgimento de economias compartilhadas, nas quais a posse de bens é substituída pelo acesso a serviços e produtos.

A nova economia também promove uma mudança na forma como as empresas operam. Modelos de negócios tradicionais estão sendo desafiados por startups inovadoras, que aproveitam a tecnologia para oferecer soluções mais eficientes e convenientes. Além disso, a economia circular está ganhando destaque, com a busca por práticas sustentáveis e o aproveitamento máximo dos recursos disponíveis.

Essa revolução copernicana na economia está impactando diversos setores, desde o comércio e o varejo até a indústria, a agricultura e os serviços financeiros. Novas oportunidades de negócios estão surgindo, ao mesmo tempo em que alguns setores tradicionais enfrentam desafios para se adaptar a essa nova realidade. A criação de empregos também está sendo transformada, com a automação substituindo algumas tarefas, mas também criando demanda por habilidades digitais e criativas.

Além dos aspectos econômicos, a nova economia também tem um impacto social e cultural significativo. Ela está promovendo a descentralização do poder, dando voz a grupos marginalizados e permitindo uma participação mais ampla na economia. A forma como as pessoas consomem, se comunicam e se relacionam está sendo reconfigurada, influenciando a cultura e os valores da sociedade contemporânea.

Nesse contexto, é fundamental compreender e explorar as implicações e os desafios dessa revolução copernicana na economia. Pesquisas, análises e discussões são essenciais para identificar oportunidades, antecipar impactos e desenvolver políticas que incentivem um crescimento inclusivo e sustentável. A colaboração entre governos, empresas, academia e sociedade civil é necessária para aproveitar ao máximo o potencial transformador da nova economia e enfrentar os desafios que ela apresenta.

Assim como as erupções vulcânicas demandam uma resposta adequada e planejamento prévio, a nova economia exige uma abordagem estratégica e adaptativa. É necessário investimento em educação, requalificação profissional, políticas públicas e infraestrutura para garantir uma transição suave e inclusiva para essa nova era econômica. Essa analogia entre a

erupção vulcânica e o advento da nova economia reside na sua natureza disruptiva, transformadora e potencialmente desafiadora. Ambos os eventos exigem atenção, preparação e uma abordagem cuidadosa para aproveitar as oportunidades e mitigar os impactos negativos, buscando um futuro mais resiliente e sustentável.

Antes de passar para a temática da pesquisa aqui proposta, é preciso ressaltar que a nova economia exige, sem dúvida, o entendimento sobre inovação, seja tecnológica, de modelos de negócio seja mesmo de gestão. No entanto, o estudo não se debruça precipuamente sobre esse tema, mas sobre um aspecto mais fundamental: a consciência de que, em meio à ebulição do mundo globalizado, governos, empresas, instituições de ensino, comunidades e indivíduos precisam encontrar o seu locus e a resposta adequada para os desafios que a nova economia propõe.

O locus de cada agente/ator não é uma mera referência geográfica ou setorial num mapa, mas um espaço de responsabilidade e possibilidade. Para os governos, é o lugar onde políticas públicas podem fomentar inclusão digital, regulação ágil e sustentabilidade. Para as empresas, é o território em que o lucro deve coexistir com propósito e adaptação contínua e com a inclusão e a responsabilidade social. Para as instituições de ensino, é a missão de formar não apenas técnicos, mas cidadãos críticos, criativos e capazes de responder aos sinais que vêm do seio da sociedade. Para as comunidades, é o espaço da colaboração e da resiliência local. E, para os indivíduos, é a busca por competências que vão além das hard skills, abrangendo a capacidade de aprender, desaprender e se reinventar.

A ação de cada um, por sua vez, deriva de um posicionamento. Governos, por exemplo, podem preparar os cidadãos, por meio de um sistema educacional integral, que conjugue conhecimento, capacidade de reflexão e de respostas aos desafios do mundo, além legislar com visão de futuro; empresas, inovar sem perder a ética; as instituições de ensino, podem aliar uma visão de mundo e uma missão que tenham como meta o desenvolvimento, mediante a conjugação de teoria e prática; as comunidades podem fortalecer as redes de apoio, sem perder as características que lhes são mais caras por conta de sua história e de suas relações; e os indivíduos pode assumir uma autogestão de suas carreiras levando em consideração os impactos pessoais, humanos e sociais de suas ações.

Ao final, é possível acreditar que possam surgir políticas públicas verdadeiramente transformadoras, não meramente reativas, mas visionárias e integradoras. Tais políticas podem articular, de forma sistêmica, os pilares da educação, da tecnologia e da sustentabilidade,

transformando-os em alicerces de um projeto nacional coeso. Porém, essa construção coletiva só se concretizará quando governos, empresas, instituições e cidadãos agirem em harmonia, transcendendo interesses isolados em prol de um propósito comum.

Com isso, em certo sentido, se quer entender que nova economia não é apenas ou tanto sobre o que se faz, mas sobre como cidadãos, governos, comunidades e empresas se posicionam em um mundo em transformação. O desafio, portanto, não é só dominar a inovação, mas encontrar um locus dentro dela, e agir com clareza, antes que a ebulição do tempo decida pelo destino do mundo, tornando os cidadãos meros consumidores de um sistema que se impõe do global, sem levar em consideração histórias, peculiaridades e mesmo as identidades locais.

Diante deste excuro em que foram usadas as imagens da erupção vulcânica e da revolução copernicana para ilustrar a natureza disruptiva da nova economia, o presente estudo tem como temática o fenômeno atual da economia, marcado pela presença da tecnologia acelerada, da inovação radical e de novos modelos de negócios e como ele se articula com uma lógica empresarial moderna voltada ao Desenvolvimento Local. Para tanto é preciso frisar que a nova economia não é uma mera evolução, mas uma reconfiguração estrutural a partir da qual redes digitais substituem hierarquias tradicionais, dados tornam-se como que o novo petróleo e plataformas conectam recursos globais em tempo real. Nesse cenário, a consciência empresarial – entendida como a capacidade de ler criticamente essas transformações e agir de forma ética e estratégica – surge como fator decisivo. Empresas, governos, indivíduos e comunidades que aliam inovação a impactos locais positivos não apenas sobrevivem, mas também podem se tornar protagonistas de um desenvolvimento que equilibra eficiência e equidade.

Diante das transformações trazidas pela nova economia o maior desafio para governos, empresários e a sociedade, como já foi aventado anteriormente, é garantir que os benefícios da nova economia se traduzam em oportunidades concretas para a maioria. Isso significa criar mecanismos que permitam aos trabalhadores acessarem empregos dignos em meio à automação crescente, estabelecer sistemas eficazes de requalificação profissional para acompanhar as mudanças tecnológicas e desenvolver políticas que evitem a precarização disfarçada de flexibilidade. O risco concreto é que, sem essas medidas, mesmo em um cenário de avanços tecnológicos sem precedentes, a governança reproduza em seus territórios velhas desigualdades sob novas roupagens, nas quais uma pequena parcela social altamente qualificada colhe os frutos do progresso, enquanto grande parte da força de trabalho fica à margem, sem conseguir se adaptar às novas exigências do mercado. A verdadeira medida do sucesso dessa transição

econômica será sua capacidade de gerar prosperidade compartilhada, em que o aumento de produtividade ande lado a lado com a melhoria das condições de vida e trabalho para todos.

A partir deste pressuposto, o que se tem em mente é que o atual contexto socioeconômico exige uma abordagem educacional capaz de preparar diferentes atores sociais – desde empreendedores estabelecidos até jovens em formação – para os princípios fundamentais da nova economia. Essa proposta visa não apenas transmitir conhecimentos técnicos, mas desenvolver uma mentalidade social e empresarial ancorada em diferentes níveis de consciência de governança e organizacional. Ao explorar conceitos pioneiros e casos de empreendedores que lideram essa transformação, este estudo se configura como um caminho educacional e um agente de mudança social, capacitando indivíduos e organizações a navegar nesse novo paradigma com maior eficácia.

A investigação sobre a nova economia revela sua natureza multifacetada, demonstrando como suas dinâmicas influenciam e são influenciadas por diversos setores da sociedade. Essa análise abrange desde transformações nos modelos de negócios e no mercado de trabalho até impactos nas relações humanas, na distribuição de recursos e no desenvolvimento tecnológico. Ao examinar essas interconexões, torna-se evidente que a nova economia não se limita a aspectos financeiros ou tecnológicos, mas redefine profundamente a maneira como indivíduos e organizações se relacionam, produzem e consomem na era digital. Em certo sentido a nova economia é sobre pessoas, mais do que propriamente sobre a economia em si.

O presente estudo apresenta uma compreensão dos mecanismos que regem a nova economia e seus efeitos na sociedade contemporânea. Ao sistematizar esses conhecimentos, a pesquisa possibilita a identificação de oportunidades emergentes, desafios estruturais e estratégias adaptativas tanto no âmbito individual quanto coletivo. Essa abordagem não apenas facilita a adaptação às mudanças em curso, mas também fornece bases para uma atuação mais consciente e proativa diante das transformações que reconfiguram o mundo do trabalho, dos negócios e das relações sociais na atualidade.

Escrever sobre esse tema se justifica por entender a nova economia como uma nova cultura de se pensar o empreendedorismo. Na economia tradicional, os números podem falar por si, com as taxas de mortalidade das empresas nos primeiros anos de vida sendo altíssimas, e, após 10 anos, quase nenhuma se sustenta. Essa realidade levanta a questão sobre a preparação do empreendedor para iniciar um negócio e sua capacidade de desenvolvimento pessoal ao longo do tempo, muitas vezes até superando o crescimento da própria empresa.

A nova economia, nesta perspectiva, coloca o indivíduo CPF (cadastro de pessoa física), antes da empresa representada pelo CNPJ (cadastro nacional de pessoa jurídica), com ênfase na importância de compreender o empreendedorismo inovador como uma abordagem multifacetada. Nesse contexto, é determinante reconhecer que a pessoa que decide empreender deve ser o verdadeiro alicerce do negócio, e não o contrário. Priorizar o bem-estar humano em relação à lógica empresarial não é apenas uma questão de humanidade; é uma estratégia essencial para a sustentabilidade do negócio. Isso implica compreender que o desenvolvimento pessoal do empreendedor é fundamental tanto antes quanto durante a existência da empresa.

Essa visão sistêmica se desdobra em diversas dimensões relacionadas ao preparo do empreendedor, como a educação financeira, análise de dados, gestão de pessoas, áreas que sempre foram destacadas pela economia tradicional e continuam sendo de extrema relevância. No entanto, pensar na nova economia exige um novo nível de consciência empresarial, que desperta para questões antes subestimadas, como a inteligência emocional, cuidados com a saúde, boa alimentação, atividades físicas e o desenvolvimento de habilidades comportamentais (soft skills). Compreender que o jockey (o empreendedor) é tão importante quanto o cavalo (o negócio) é essencial, pois se não estiver bem em todos os aspectos, o empreendedor não conseguirá desempenhar adequadamente seu papel, o que afetará diretamente o desempenho da sua empresa.

Essa reflexão da origem a uma nova perspectiva da economia, na qual o empreendedor pode ser entendido como um atleta de rendimento, que, assim como se dedica à técnica, deve dar igual atenção ao seu sono e descanso. Esse protagonismo pessoal não apenas redefine o papel do empreendedor, mas também pode democratizar o acesso ao sucesso, permitindo que qualquer indivíduo, independentemente de sua origem, possa se destacar ao investir em seu próprio desenvolvimento integral.

Na nova economia, as antigas estruturas, nas quais apenas castas privilegiadas, grandes grupos econômicos e famílias tradicionais tinham acesso ao poder e à riqueza, estão sendo rompidas. Atualmente, indivíduos com ideias inovadoras, que se dedicam ao próprio desenvolvimento e buscam incessantemente novas oportunidades, podem não apenas rivalizar com essas elites, mas também atingir níveis de sucesso equivalentes aos das grandes corporações. Essa democratização do protagonismo pode transformar o cenário econômico, provando que, na nova economia, o potencial não está mais limitado pelo sobrenome ou pelas conexões, mas em especial pela capacidade de inovar, adaptar-se e crescer continuamente.

A partir desta reflexão, pode-se extrair a relevância desta pesquisa para a sociedade. Imagine um cenário no qual um jovem de periferia com um smartphone pode criar um negócio global da sua casa, enquanto grandes corporações centenárias lutam para se reinventar; nesse cenário, acrescente as habilidades humanas como criatividade e resiliência valendo mais que títulos tradicionais; também imagine que o bem-estar do empreendedor determina o sucesso da empresa, e não o contrário. Esta não é ficção – é a Nova Economia em ação, e entender seu funcionamento deixou de ser opcional para tornar-se questão de sobrevivência social.

Nesse cenário, a revolução em curso não se limita a apps e criptomoedas. Ela está demolindo hierarquias seculares e criando regras novas para o jogo. Em um mundo onde empresas podem fechar antes de completar 5 anos, startups que dominam essa nova lógica alcançam em meses o que antes levava décadas. Mas por trás desses números há uma transformação mais profunda – a passagem de um capitalismo de estruturas rígidas para um ecossistema no qual pessoas (não instituições) são os verdadeiros motores da inovação.

Este estudo, então, pretende ir além de analisar tendências de mercado. Ele desvenda como qualquer cidadão – do microempreendedor ao profissional liberal – pode se posicionar nesse novo tabuleiro. Além disso, mostra por que desenvolver inteligência emocional atualmente é tão crucial quanto entender planilhas e revela como o autocuidado deixou de ser vaidade para virar estratégia empresarial. E, principalmente, demonstra que o maior ativo na economia do século XXI não está em balanços patrimoniais, mas entre nossas orelhas: nossa capacidade de aprender, desaprender e reaprender.

Aqui está o verdadeiro nivelador de oportunidades: quando conhecimento e adaptabilidade valem mais que capital inicial, o filho do pedreiro pode competir em igualdade com o herdeiro do conglomerado. Mas essa democratização exige preparo. Conhecer as regras da Nova Economia significa dominar o novo alfabeto do poder - quem não se alfabetizar ficará à margem da história.

Este não é apenas mais um estudo sobre mercados. É um manual de empoderamento para quem ousa reinventar-se. Um alerta para os que ainda acreditam em fórmulas antigas. E, acima de tudo, um mapa para navegar o tsunami de mudanças que já está redesenhando empregos, relações e sonhos. A questão não é se você vai participar dessa transformação, mas se vai atuar como protagonista ou espectador.

Além dessa relevância social, é importante ressaltar a relevância acadêmica deste estudo. Ele se inscreve no Programa de Desenvolvimento Local da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB) – instituição com reconhecida missão educativa humanizadora na região Centro-Oeste, além de estabelecer um diálogo promissor entre o rigor científico e o compromisso social. O trabalho se ancora em três pilares acadêmicos fundamentais: (1) a revisão de produções científicas sobre nova economia e empreendedorismo; (2) a incorporação de pensadores heterodoxos, ou outsiders, que desafiam os paradigmas econômicos tradicionais; e (3) a constante interlocução com os princípios do Desenvolvimento Local.

Sobre o primeiro aspecto da metodologia, trata-se de um cuidadoso levantamento e análise das produções científicas mais relevantes no campo da nova economia e do empreendedorismo contemporâneo. Utilizando técnicas de data mining, ou seja, de mineração de dados, o estudo mapeou debates, tendências e contradições presentes na literatura sobre o tema, identificando tanto os consensos estabelecidos quanto as novas fronteiras do conhecimento nessa área. Esse processo permitiu compreender como o campo vem se desenvolvendo, revelando desde abordagens tradicionais até perspectivas inovadoras que estão remodelando o entendimento sobre a nova economia.

Sobre o segundo aspecto, a pesquisa incorporou deliberadamente visões e perspectivas que, embora nem sempre reconhecidas pelo *mainstream* acadêmico, têm demonstrado relevância prática no mundo dos negócios e na formulação de políticas econômicas alternativas. Essas contribuições, muitas vezes nascidas da experiência concreta em diversos contextos socioeconômicos, oferecem uma base para refletir sobre as teorias convencionais, ampliando o horizonte de possibilidades para pensar os desafios econômicos atuais. A inclusão dessas vozes diversificadas enriqueceu a análise ao trazer para o debate ideias testadas na prática que questionam pressupostos estabelecidos.

Sobre o terceiro aspecto, o estudo manteve um diálogo permanente com os fundamentos do desenvolvimento local, demonstrando como essa abordagem, mesmo tendo suas origens em décadas recentes passadas, ou seja, a partir da década de 1980, continua extremamente relevante para enfrentar os complexos desafios que os momentos históricos apresentam. Dentre os princípios que podem ser identificados em relação ao desenvolvimento local, destacam-se o seu foco na ação coletiva, na sustentabilidade e no fortalecimento das capacidades locais. Por essa razão o desenvolvimento local segue oferecendo um marco conceitual e prático para iniciativas que buscam promover transformações significativas em diferentes contextos. Essa perspectiva

reforça a importância de soluções adaptadas às realidades específicas, que envolvam ativamente todos os agentes/atores relevantes em processos colaborativos de construção de alternativas econômicas e sociais mais inclusivas e resilientes.

Essa escolha metodológica intencional possibilitou uma análise que procurou manter o rigor acadêmico, ao mesmo tempo que também procurou apresentar a realidade complexa dos territórios onde atuam tanto o pesquisador quanto a UCDB, criando assim uma ponte entre a teoria e a prática que enriquece tanto a compreensão conceitual quanto a aplicação concreta do conhecimento.

Por fim, o autor, em sua jornada empresarial, vivenciou as dificuldades inerentes ao empreendedorismo, que, por sua natureza, é desafiador. O sucesso no empreendedorismo não está baseado apenas em questões financeiras ou nos negócios, mas sim em um processo de desenvolvimento mútuo, onde o crescimento do CNPJ (empresa) está diretamente ligado ao desenvolvimento do CPF (indivíduo). A Trajetória do Pesquisador e a Justificativa Pessoal da escolha Temática para a presente tese transcende o caráter meramente teórico ou bibliográfico, sendo fruto de uma vivência real no campo empresarial, marcada por mais de uma década de atuação como líder de mercado no setor fitness e em um ecossistema de negócios localizado em Campo Grande, Mato Grosso do Sul. Essa trajetória, embora inicialmente exitosa, revelou desafios complexos ao longo do tempo, especialmente no que diz respeito a aspectos estruturais como relações societárias, gestão tributária, comportamento organizacional e a própria exaustão do gestor diante das transformações da força de trabalho e da cultura empresarial. Tais experiências geraram reflexões profundas acerca da necessidade de um novo modelo de pensar e estruturar negócios.

A partir de 2017, com o contato com os princípios da nova economia e a ascensão das startups que estavam redesenhando o mercado que atuava, com modelos organizacionais inovadores, iniciou-se um processo de transição conceitual e prática. Essa mudança de mentalidade impulsionou o autor a buscar maior aprofundamento teórico, culminando no retorno ao ambiente acadêmico por meio do mestrado e posteriormente do doutorado em Desenvolvimento Local. Essa formação permitiu o amadurecimento de uma visão sistêmica do desenvolvimento empresarial, baseada na centralidade da pessoa, na interdependência dos ativos intangíveis e na compreensão de que empresas devem estar preparadas para ciclos, reinvenções e sucessões.

A pandemia de COVID-19 acentuou essa visão, ao evidenciar a fragilidade de modelos de negócios inflexíveis. A partir dessa pausa forçada, consolidou-se uma jornada de reestruturação pessoal e intelectual, impulsionada por mentorias e pela leitura de autores clássicos e contemporâneos. Esta tese, portanto, configura-se como um relato reflexivo de uma vivência prática ancorada em bases teóricas sólidas, propondo-se como um manifesto de consciência empresarial. Sua finalidade é contribuir com gestores, acadêmicos e futuros empreendedores ao oferecer uma perspectiva integrada entre teoria e prática, em sintonia com os princípios do desenvolvimento local e com os desafios da nova economia.

Dentre as motivações pelas quais esta pesquisa foi engendrada está o fato de que parece que a sociedade ainda não compreende plenamente a magnitude das transformações trazidas pela nova economia. Embora este fenômeno esteja redefinindo radicalmente as estruturas produtivas, os padrões de consumo e as relações de trabalho, persiste ainda uma lacuna crítica na percepção coletiva sobre seus impactos profundos. Há empresários e governos que continuam a gerir negócios com mentalidades do século XX, além de trabalhadores se veem despreparados para as demandas do mercado emergente, e formuladores de políticas públicas muitas vezes não dispõem de ferramentas conceituais adequadas para regular esse novo paradigma. Esse problema detectado, que apresenta uma dissonância entre a velocidade da mudança econômica e a capacidade de assimilação social constitui um desafio urgente, pois gera exclusão digital, amplia desigualdades e desperdiça oportunidades de desenvolvimento inclusivo.

O olhar atento sobre os desdobramentos da nova economia levou naturalmente à seguinte questão central: como esse fenômeno multidimensional da nova economia está reconfigurando os diversos setores da sociedade e quais são as principais implicações dessas transformações? Esta indagação surge da constatação de que as mudanças vão muito além da esfera tecnológica ou empresarial – elas estão alterando profundamente a cultura, os valores e até mesmo as aspirações existenciais dos indivíduos. Quando jovens preferem experiências a posses, quando plataformas digitais substituem hierarquias tradicionais, quando o conhecimento se torna o principal ativo econômico, estamos diante de uma metamorfose civilizatória que exige compreensão sistemática. A pesquisa se propõe a mapear essas transformações em seus diferentes níveis - desde o impacto nos modelos de negócios até as consequências para a organização social - oferecendo assim um quadro analítico para navegar conscientemente nessa transição histórica.

Para responder a esta questão, parte-se da hipótese central de que a emergência da nova economia – alavancada pela aceleração tecnológica e pela reconfiguração dos modelos de negócios – está provocando uma transformação estrutural em três dimensões fundamentais: nos padrões de consumo (com a valorização de experiências sobre posse), na natureza do trabalho (com a demanda por novas habilidades digitais e socioemocionais) e nas expectativas geracionais (com a ascensão de valores como flexibilidade e propósito). Esta tríade de mudanças estaria criando um ecossistema econômico-social, em que a adaptabilidade constante se torna requisito básico tanto para indivíduos quanto para governo e organizações. A pesquisa leva em conta como essas transformações interdependentes estão redefinindo não apenas mercados específicos, mas também toda a arquitetura das relações entre produção, consumo e realização pessoal na contemporaneidade.

Diante disso, foram elaborados um objetivo geral e três objetivos específicos para responder à temática desta pesquisa. O objetivo geral desta pesquisa foi investigar as dinâmicas de transformação e impacto decorrentes da erupção da nova economia na atual conjuntura da sociedade contemporânea, com suas implicações para a compreensão e adaptação da sociedade a esse novo contexto socioeconômico.

Para alcançar este objetivo, foram estabelecidos três objetivos específicos, sendo que o primeiro foi analisar características e fundamentos da nova economia, com destaque para as mudanças disruptivas provocadas pela tecnologia, inovação e novos modelos de negócios que impactam diversos setores da sociedade contemporânea. Quanto ao segundo, este teve como fim verificar os efeitos dessas transformações tendo em vista a nova lógica empresarial adveniente da nova economia e como ela altera a dinâmica das empresas, do setor econômico e das estruturas sociais. Já em relação ao terceiro, este se propõe a explorar estratégias e abordagens para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades da nova economia, destacando sua relevância para o Desenvolvimento Local e a adaptação necessária nesse novo cenário socioeconômico.

Esta pesquisa adotou uma abordagem qualitativa-exploratória, fundamentada na experiência prática do pesquisador no mundo empresarial – com suas vivências de sucessos, fracassos e reinvenções profissionais – combinada com uma revisão bibliográfica e análise documental. O percurso metodológico partiu da observação empírica das transformações no mercado para então construir uma análise teórica sobre a nova economia e sua relação com o desenvolvimento local.

O processo investigativo iniciou-se com a identificação de lacunas e contradições percebidas na prática empresarial, especialmente no que se refere ao descompasso entre modelos tradicionais e as novas demandas da economia digital. Essa percepção concreta, fruto da trajetória profissional do pesquisador, orientou a seleção e análise do material bibliográfico, que incluiu tanto produções acadêmicas quanto textos usados no mundo empresarial no campo da nova economia.

A análise desenvolveu-se em três movimentos complementares: primeiro, o mapeamento dos principais conceitos e teorias sobre a nova economia; segundo a extração das temáticas essenciais para esta pesquisa a partir dos textos pesquisados; e, terceiro, a reflexão sobre como essas transformações impactam as dinâmicas locais de desenvolvimento. Todo esse processo manteve um diálogo constante entre a bagagem empírica do pesquisador e os referenciais teóricos, permitindo que as experiências práticas iluminassem a teoria e vice-versa.

Quanto aos objetivos a natureza exploratória da pesquisa permitiu abordar o tema em sua complexidade, sem reduzir a análise a categorias pré-estabelecidas. Ao mesmo tempo, o tratamento metodológico garantiu que as conclusões fossem fundamentadas tanto na reflexão teórica quanto na observação da realidade. Esta dupla perspectiva – da prática e da teoria – se mostrou particularmente adequada para investigar um fenômeno em plena transformação como a nova economia e seus desdobramentos no desenvolvimento local.

Além da introdução e conclusão, este trabalho foi organizado em três capítulos centrais, cada um dedicado a explorar aspectos fundamentais da nova economia e sua relação com o desenvolvimento local. Essa estrutura permite ao leitor acompanhar, de forma gradual e interligada, desde os conceitos basilares até as aplicações práticas da nova economia, sempre na perspectiva da nova lógica empresarial e no seu potencial para o desenvolvimento local.

O Capítulo 2º, dedicado aos Fundamentos da Nova Economia, procurou apresentar uma revisão acerca do tema, extraíndo seus princípios, características e os fatores que a diferenciam dos modelos econômicos tradicionais. Nele, foram discutidas as transformações disruptivas provocadas pelo avanço tecnológico, pelos novos padrões de inovação e pelos modelos de negócios emergentes, mostrando como essas mudanças estão redefinindo setores inteiros da sociedade.

No Capítulo 3º, cuja temática é A Nova Lógica Empresarial, o foco se voltou para os impactos práticos da nova economia no mundo dos negócios. A abordagem do capítulo

procurou investigar como essa revolução no interior da economia em si está alterando não apenas a gestão das empresas, mas também o comportamento dos consumidores, a dinâmica do mercado, as estruturas sociais, e, com isso, exigindo ações mais responsivas da governança e das instituições de ensino. A investigação buscou entender como as organizações estão se adaptando (ou não) a essa realidade em constante evolução.

Por fim, o Capítulo 4º, ao abordar A Nova Economia como Estratégia para o Desenvolvimento Local, procurou verificar as possibilidades de alinhar esse novo paradigma econômico com políticas e iniciativas voltadas ao crescimento sustentável de comunidades e territórios, além de temáticas sobre inclusão, comunidades e governança. O capítulo procurou também explorar como a valorização do capital humano, a educação adaptativa e o uso estratégico da inovação podem transformar a nova economia em uma plataforma de inclusão e prosperidade compartilhada, sem perder de vista os desafios impostos pela globalização e pelas desigualdades estruturais.

2 A NOVA ECONOMIA

Este capítulo, a partir da temática da nova economia, analisou a profunda transformação que substituiu os modelos tradicionais, baseados em commodities e estruturas rígidas, por um paradigma dinâmico centrado na inovação contínua. Explorou como essa mudança redefiniu as regras do jogo econômico, privilegiando organizações ágeis, menos hierárquicas e protagonistas de seu desenvolvimento, com exemplos emblemáticos como *Airbnb*, *iFood* e *Uber*. A análise comparou essa transição a uma erupção vulcânica, destacando tanto seus riscos disruptivos quanto seu potencial fertilizante para novos modelos de negócios.

A investigação demonstrou como a nova economia se estruturou em pilares como conectividade, globalização e tecnologia, exigindo adaptabilidade constante. Recorreu a fundamentos teóricos para compreender o impacto social dessa revolução e a necessidade de novas formas de governança e educação empresarial. O capítulo estabeleceu assim as bases conceituais para discutir, nos tópicos seguintes, como essa nova lógica pode impulsionar o desenvolvimento local por meio de práticas inovadoras e sustentáveis.

2.1 Da Economia à Nova Economia

A economia tradicionalmente tem sido estudada sob uma abordagem mecanicista, na qual os fenômenos econômicos são interpretados como engrenagens de uma máquina, seguindo leis fixas e previsíveis, como as da física clássica. Essa visão, embora útil para modelar equilíbrios estáticos, falha em capturar a dinâmica complexa e mutável dos sistemas econômicos reais. Uma alternativa mais robusta surge quando se reflete sobre a economia a partir da ótica, por exemplo, de um organismo vivo, um sistema dinâmico que evolui, se adapta e responde a estímulos externos de maneira não linear. Essa perspectiva é a base da economia evolucionária, uma corrente teórica que ganhou força com os trabalhos seminal de Nelson e Winter (1982), os quais propuseram que os princípios da biologia evolutiva, como seleção natural, mutação e herança, podem ser aplicados para entender as transformações tecnológicas e organizacionais nos mercados.

A economia tradicionalmente tem sido estudada sob uma abordagem mecanicista, na qual os fenômenos econômicos são interpretados como engrenagens de uma máquina, seguindo leis fixas e previsíveis, como as da física clássica. Essa visão, embora útil para modelar equilíbrios estáticos, falha em capturar a dinâmica complexa e mutável dos sistemas econômicos reais. Uma alternativa mais robusta surge quando se reflete sobre a economia a partir da ótica, por exemplo, de um organismo vivo, um sistema dinâmico que evolui, se adapta

e responde a estímulos externos de maneira não linear. Essa perspectiva é a base da economia evolucionária, uma corrente teórica que ganhou força com os trabalhos seminal de Nelson e Winter (1982), os quais propuseram que os princípios da biologia evolutiva, como seleção natural, mutação e herança, podem ser aplicados para entender as transformações tecnológicas e organizacionais nos mercados.

Essa analogia com o organismo vivo se encaixa perfeitamente na metáfora da erupção do vulcão, ampliando seu sentido ao ilustrar como as forças econômicas, assim como a atividade vulcânica, são movidas por pressões internas (inovações, competição) e externas (mudanças institucionais, crises), que se acumulam até atingir um ponto de ruptura transformadora. Enquanto o modelo mecanicista enxergaria uma erupção como um evento isolado e previsível, a visão evolucionária – assim como a vulcanologia moderna – reconhece que ela é parte de um sistema complexo, dinâmico e adaptativo, em que pequenas variações (como mutações tecnológicas ou mudanças comportamentais) podem desencadear efeitos desproporcionais. Tal como um ecossistema se reorganiza após uma erupção, os mercados não retornam ao equilíbrio anterior, mas evoluem para novas configurações, carregando as marcas da seleção natural econômica — empresas que se adaptam sobrevivem; as rígidas, como espécies incapazes de mutação, são extintas. Essa dupla metáfora (organismo-vulcão) captura, portanto, não apenas a imprevisibilidade inerente aos sistemas econômicos, mas também seu caráter criativo e destrutivo, onde crises são simultaneamente pontos de ruptura e oportunidades para saltos evolutivos, conforme destacam os estudos de Schumpeter (1942) sobre destruição criativa.

Assim como os seres vivos sofrem pressões ambientais que moldam sua evolução, os agentes econômicos (empresas, consumidores, governos) estão constantemente sujeitos a forças competitivas que determinam quais estratégias, tecnologias e instituições prosperam ou desaparecem. O processo de seleção ocorre quando firmas mais eficientes sobrevivem, enquanto as menos adaptadas saem do mercado, análogo à seleção natural em ecossistemas biológicos. A variação surge por meio da inovação, seja em produtos e processos seja modelos de negócio, funcionando como se fosse por um processo de mutação econômica, que introduz diversidade no sistema. Por fim, a replicação acontece quando práticas bem-sucedidas são copiadas e disseminadas, assim como genes vantajosos se espalham em uma população.

Essa abordagem ajuda a explicar por que economias são tão resilientes e, ao mesmo tempo, sujeitas a mudanças abruptas, como crises e revoluções tecnológicas. Em vez de um

equilíbrio perfeito e imutável, a economia evolucionária reconhece que os mercados estão em constante transformação, adaptando-se a novas tecnologias, preferências dos consumidores, regulamentações e choques externos. Dessa forma, a analogia com organismos vivos não é apenas metafórica, mas oferece um arcabouço teórico poderoso para entender a economia como um sistema complexo, adaptativo e em permanente evolução.

A economia, quando analisada através das lentes da complexidade, revela-se como um sistema adaptativo dinâmico, no qual múltiplos agentes, incluindo indivíduos, empresas e governos, interagem de maneira não linear, produzindo comportamentos coletivos que não podem ser reduzidos à simples soma de suas partes. Como argumenta Beinhocker (2006), essa característica coloca a economia na categoria dos sistemas complexos adaptativos, em que padrões emergentes surgem a partir de interações descentralizadas e retroalimentadas entre seus componentes. Essa dinâmica guarda profundas semelhanças com os processos evolutivos observados na biologia, em que a interação entre organismos e ambiente gera diversidade, seleção e propagação de traços vantajosos.

No âmbito econômico, a variação ocorre por meio da inovação, seja na forma de novas tecnologias, modelos de negócios ou políticas institucionais. Schumpeter (1942) descreveu esse fenômeno como um processo de destruição criativa, no qual inovações disruptivas atuam como mutações econômicas, introduzindo diversidade no sistema e desafiando estruturas preexistentes. Essas inovações não surgem de forma isolada, mas sim a partir de um ecossistema de experimentação e tentativa e erro, no qual algumas ideias prosperam e outras são descartadas.

O mecanismo de seleção, por sua vez, opera através das forças competitivas do mercado, que atuam como um filtro determinando quais empresas, tecnologias e instituições são mais aptas a sobreviver em um dado contexto. Hodgson (1993) destaca que, assim como na seleção natural, a competição econômica não premia necessariamente os melhores em termos absolutos, mas sim os mais adaptados às condições ambientais vigentes, sejam elas tecnológicas, regulatórias ou culturais. Empresas que falham em se ajustar a mudanças no ambiente competitivo são eliminadas, enquanto aquelas que conseguem se adaptar prosperam e se reproduzem.

Por fim, o processo de replicação garante que práticas bem-sucedidas sejam imitadas e disseminadas, espalhando-se pelo sistema econômico de forma análoga à propagação de genes em uma população biológica. Dosi (1988) demonstra que a difusão de tecnologias e métodos organizacionais segue padrões evolutivos, nos quais rotinas e conhecimentos são transferidos

entre firmas por meio de aprendizagem, imitação ou mesmo espionagem industrial. Esse mecanismo assegura que inovações vantajosas não permaneçam restritas a seus criadores originais, mas sim se tornem parte do repertório coletivo da economia, alimentando um ciclo contínuo de adaptação e progresso.

Em conjunto, esses três mecanismos, isto é, variação, seleção e replicação, formam a base do que pode ser entendido como um processo evolutivo aplicado à esfera econômica. A economia, portanto, não é um sistema estático ou previsível, mas sim um ecossistema dinâmico e auto-organizado, continuamente remodelado pelas interações entre seus agentes e pelo ambiente em que estão inseridos. Essa perspectiva permite uma compreensão mais rica e realista dos fenômenos econômicos, reconhecendo que o desenvolvimento econômico é um processo aberto, contingente e sujeito a constantes transformações.

A analogia entre sistemas biológicos e econômicos se mostra particularmente reveladora quando se examinam os conceitos de homeostase e resiliência. Assim como os organismos vivos desenvolvem sofisticados mecanismos regulatórios para manter condições internas estáveis frente a perturbações externas, processo conhecido como homeostase biológica, os sistemas econômicos igualmente manifestam uma busca constante por equilíbrio dinâmico. Este equilíbrio, contudo, não representa um estado estático, mas sim uma condição de adaptação contínua que permite ao sistema absorver choques e se reorganizar sem perder sua funcionalidade essencial como destaca Arthur (2013).

As crises econômicas, neste contexto, desempenham um papel análogo aos estresses ambientais na biologia, atuando como choques seletivos que testam a robustez do sistema e forçam processos de ajuste estrutural. Arthur (2013) argumenta que tais crises funcionam como mecanismos de seleção institucional, em que arranjos econômicos menos adaptativos são desmantelados, criando espaço para o surgimento de novas configurações mais adequadas às condições alteradas do ambiente econômico. Este processo ecoa os princípios da teoria da complexidade adaptativa, onde sistemas evoluem precisamente através de fases de desequilíbrio e rearranjo.

A resiliência econômica, entendida como a capacidade de um sistema econômico absorver perturbações e se reorganizar mantendo essencialmente ela estrutura, função e identidade de acordo com Folke (2006), e emerge como propriedade fundamental para a sobrevivência e evolução dos sistemas econômicos. O mesmo autor demonstra que essa

resiliência depende criticamente de dois fatores inter-relacionados: a diversidade institucional e a capacidade de inovação sistêmica.

A diversidade institucional atua, dessa forma, como um amortecedor contrachocos externos, garantindo que o sistema não dependa excessivamente de um único tipo de arranjo ou instituição. Em ecossistemas biológicos, a biodiversidade assegura a resiliência do sistema como um todo; similarmente, na esfera econômica, uma variedade de instituições, modelos de negócios e políticas públicas proporciona múltiplas vias de adaptação quando ocorrem crises, menciona, ainda, Folke (2006). Essa diversidade permite que, quando um componente do sistema falha, outros possam compensar parcialmente esta falha, evitando o colapso sistêmico.

Já a capacidade de inovação funciona como o motor da adaptação, permitindo que o sistema econômico não apenas resista a choques, mas positivamente se transforme em resposta a eles. Esta capacidade vai além da mera geração de novas tecnologias, abrangendo também a inovação institucional, organizacional e social, aspectos essenciais para a adaptação econômica em longo prazo, de acordo com Arthur (2013). Sistemas econômicos com maior capacidade inovativa conseguem transformar crises em oportunidades de renovação estrutural, enquanto sistemas rígidos tendem a sofrer colapsos mais profundos quando confrontados com mudanças ambientais significativas.

A interação entre estes fatores, isto é, diversidade institucional e capacidade de inovação, cria um círculo virtuoso de adaptação. A diversidade fornece a matéria-prima para processos inovativos, enquanto a inovação continuamente regenera e expande a diversidade do sistema. Este mecanismo dinâmico explica por que algumas economias demonstram notável capacidade de recuperação mesmo após choques severos, enquanto outras entram em espirais prolongadas de declínio, de acordo com Folke (2006).

Importante destacar que, assim como na homeostase biológica, o equilíbrio econômico dinâmico não implica a ausência de mudança, mas sim a manutenção de parâmetros vitais dentro de faixas funcionais enquanto o sistema como um todo evolui. Arthur (2013) enfatiza que os sistemas econômicos mais resilientes são precisamente aqueles capazes de passar por transformações profundas sem perder sua identidade básica, um paradoxo apenas aparente que encontra paralelo nos processos de desenvolvimento e metamorfose nos sistemas biológicos.

A Economia, enquanto organismo vivo em constante transformação, nunca permanece estática. Dentro de seu próprio corpo teórico e prático, surgem movimentos que redefinem seus

rumos, adaptando-se às novas realidades que emergem no mundo. Um desses fenômenos é a chamada Nova Economia, um conceito que ganhou força após a Segunda Guerra Mundial e que, desde então, vem remodelando a forma como governos, empresas, indivíduos, sociedades e instituições de ensino entendem e praticam a atividade econômica.

A Nova Economia não é um sistema completamente novo, mas propriamente uma evolução natural da própria Economia, que se ajusta às demandas de cada época. Assim como uma mãe que está sempre prestes a dar à luz a novos filhos, a Economia gera, em momentos cruciais de sua história, novas correntes de pensamento e práticas que respondem às mudanças tecnológicas, sociais e ambientais. Se, no passado, a Revolução Industrial trouxe a economia clássica, e as crises do século XX impulsionaram o keynesianismo e o neoliberalismo, atualmente a Nova Economia surge como resposta à era digital, às preocupações com sustentabilidade e à necessidade de modelos mais inclusivos e adaptáveis.

Esse movimento se manifesta em frentes como a ascensão da economia digital e das plataformas tecnológicas, a valorização de modelos de negócios sustentáveis e de impacto social, a redefinição do trabalho e o surgimento de moedas digitais e fintechs. Governos reformulam políticas públicas para incentivar inovação e reduzir desigualdades; empresas adotam práticas de ESG (*Environmental, Social, and Governance*); universidades adaptam currículos para formar profissionais aptos a lidar com essas transformações.

A Nova Economia, portanto, não é um rompimento, mas, em certo sentido, mais um capítulo na longa história da Economia como sistema vivo. Ela demonstra a capacidade desse organismo de se reinventar sempre que a arena econômica exige, provando que a Economia não é apenas uma ciência, mas um fenômeno em constante evolução, sempre pronta a gerar novas formas de pensar e agir diante dos desafios do mundo.

2.2 A Nova Economia como Fenômeno Pós-Segunda Guerra Mundial

O termo “Nova Economia” teve sua primeira aparição oficial na revista Time, no artigo *The New Economy*, escrito por Alexander (1983). Nesse texto, Alexander analisava as profundas transformações na lógica de produção provocadas pela revolução tecnológica, sinalizando a transição de uma economia baseada na indústria para uma economia fundamentada no conhecimento e na informação.

No entanto, as raízes desse conceito remontam aos processos econômicos que emergiram das cinzas da Segunda Guerra Mundial. As mudanças ocorridas no pós-guerra levaram a uma reestruturação global que impulsionou inovações produtivas e novas formas de

organização empresarial. Com o avanço da tecnologia e da digitalização, a economia mundial passou por um ciclo contínuo de adaptação e evolução.

Como tal, longe de ser um evento isolado, a nova economia reflete a natureza dinâmica da própria economia, que pode ser comparada a um organismo vivo. Assim como a Fênix da mitologia, que renasce das cinzas, a economia global sempre busca se reinventar diante dos desafios, buscando sempre por novas formas de prosperidade e crescimento. Essa capacidade de transformação é o que impulsiona o crescimento econômico e redefine constantemente o funcionamento do mercado e das relações produtivas.

Se sua origem vem dos processos econômicos de reconstrução após a Segunda Guerra, e seu aparecimento se deu em 1983, no mundo acadêmico, o termo Nova Economia se consolidou durante a década de 1990, impulsionado pelo crescimento exponencial da internet e das empresas ponto-com. Contudo, uma análise mais profunda revela que suas raízes teóricas remontam às transformações estruturais ocorridas no panorama econômico mundial no período pós-Segunda Guerra Mundial, quando começaram a surgir os primeiros indícios de uma transição do modelo industrial para uma economia baseada em conhecimento e serviços.

Os dados coletados sobre a nova economia, que fundamentam esta pesquisa, foram sistematicamente extraídos por meio de mineração de dados acadêmicos, utilizando como descritor principal “*New Economy*” e como subescritor “*Origin*”. A mineração de dados (*data mining*), neste contexto, consiste em um método computacional de exploração de grandes bases acadêmicas que emprega algoritmos para identificar, filtrar e classificar publicações relevantes a partir de palavras-chave específicas, relações de citação e padrões temáticos. Esse processo permitiu mapear a trajetória do conceito desde suas origens teóricas até suas formulações contemporâneas, garantindo tanto a abrangência quanto a precisão da revisão bibliográfica realizada. A estratégia foi implementada nas principais plataformas científicas (*Scopus*, *Web of Science*, JSTOR e *ScienceDirect*), utilizando filtros temporais (1960-2023) e critérios de relevância baseados em índice de citações e fator de impacto das publicações.

Vários estudos foram extraídos dessas bases de dados. Sobre o estudo pioneiro de Machlup (1962), este foi localizado no JSTOR, repositório multidisciplinar que reúne periódicos científicos de alto impacto; sobre a obra seminal de Bell (1973), esta foi acessada via *Web of Science*, plataforma que indexa publicações com rigorosos critérios de seleção; acerca das contribuições de Kelly (1997), estas foram obtidas na ProQuest, renomada base que integra teses, dissertações e livros acadêmicos; quanto aos trabalhos contemporâneos de

Brynjolfsson e McAfee (2014) e Rifkin (2014), estes foram consultados, respectivamente, no *Scopus e ScienceDirect*, duas das mais abrangentes bases de literatura científica revisada por pares; por fim, quanto ao discurso histórico de Greenspan (1998), este foi recuperado nos arquivos oficiais do *Federal Reserve*, garantindo acesso à fonte primária. Esta diversificação de fontes em bases de prestígio internacional assegura a robustez teórica e metodológica da presente investigação.

As primeiras formulações teóricas que prenunciaram o conceito de Nova Economia emergiram no contexto da discussão sobre a sociedade pós-industrial. O estudo pioneiro de Machlup (1962) introduziu o conceito de “economia do conhecimento” ao demonstrar, por meio de dados oficiais do Departamento de Comércio dos EUA, que os setores baseados em conhecimento intelectual já representavam 29% do PIB norte-americano em 1959, superando progressivamente a manufatura como principal fonte de geração de valor econômico.

Esta análise foi significativamente ampliada por Bell (1973) em sua obra seminal *The Coming of Post-Industrial Society*, catalogada no Web of Science. Utilizando dados do *Bureau of Labor Statistics*, Bell demonstrou que, entre 1950 e 1970, os empregos no setor de serviços nos Estados Unidos haviam crescido 60%, enquanto os postos de trabalho industriais diminuíram 12%, configurando uma transformação estrutural no mercado de trabalho que refletia a emergência de um novo paradigma econômico.

O termo “Nova Economia” ganhou ampla difusão durante a década de 1990, paralelamente à expansão comercial da internet. Na obra *New Rules for the New Economy*, disponível na base ProQuest, Kelly (1997) argumentou que a economia em rede operava sob princípios radicalmente diferentes dos modelos tradicionais, com retornos crescentes de escala e efeitos de rede substituindo os conceitos clássicos de escassez. Esta visão foi corroborada por Greenspan (1998) em discurso oficial registrado nos arquivos do *Federal Reserve*, no qual o então presidente do banco central norte-americano identificou um novo paradigma de crescimento econômico sustentável sem pressões inflacionárias.

O estouro da bolha das empresas ponto-com, no início dos anos 2000, levou a uma reavaliação crítica do conceito. Brynjolfsson e McAfee (2014), em trabalho indexado na base *Scopus*, demonstraram como os avanços em inteligência artificial e robótica estavam criando o que denominaram de segunda era das máquinas. Paralelamente, Rifkin (2014), em estudo disponível na *ScienceDirect*, desenvolveu a tese da economia de custo marginal zero, na qual

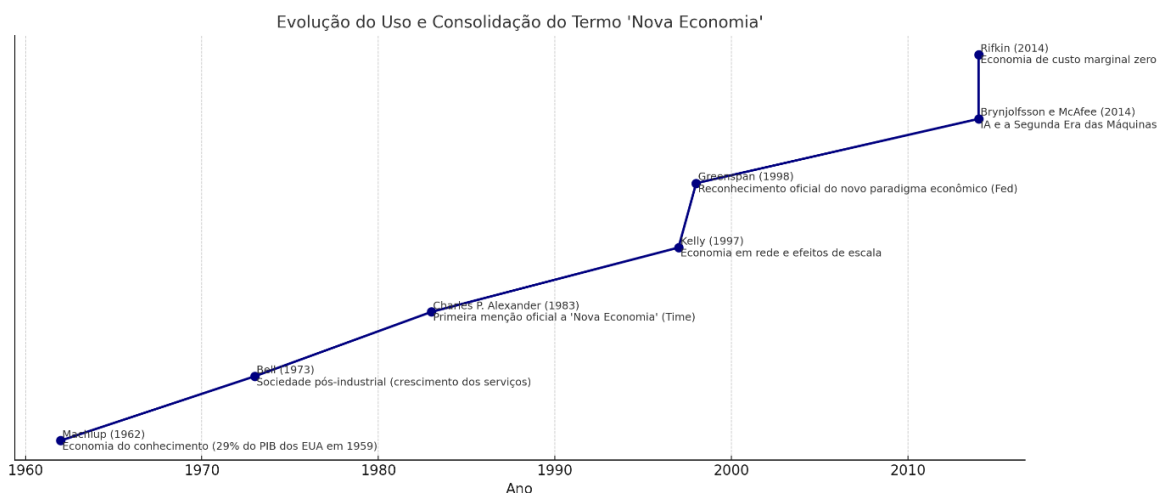
bens informacionais e digitais tendem a se tornar praticamente gratuitos devido aos efeitos de escala proporcionados pelas tecnologias digitais.

A análise histórica dos autores fundamentais revela que a Nova Economia emerge como um fenômeno evolutivo, cujas raízes remontam às transformações estruturais do pós-Segunda Guerra. Machlup (1962), com seu conceito pioneiro de “economia do conhecimento”, identificou já nos anos 1950 a transição de uma base industrial para uma economia na qual o capital intelectual representava 29% do PIB norte-americano - um indicador precoce da desmaterialização do valor. Bell (1973) ampliou esta percepção ao demonstrar, através de dados empíricos, a ascensão irreversível do setor de serviços (60% de crescimento ocupacional), configurando o surgimento de uma sociedade pós-industrial em que a informação substituía progressivamente a matéria-prima como principal insumo econômico.

O conceito ganhou sua denominação específica nos anos 1990, quando Kelly (1997) e Greenspan (1998) caracterizaram a economia digital como um novo paradigma regido por leis distintas: retornos crescentes de escala, efeitos de rede e produtividade sem inflação. Esta fase representou a cristalização das tendências observadas décadas antes, agora potencializadas pela internet. As críticas pós-bolha ponto-com, representadas por Brynjolfsson e McAfee (2014) e Rifkin (2014), reformularam o conceito para incluir a inteligência artificial e os bens de custo marginal zero, demonstrando que a Nova Economia não se limitava ao digital, mas sim a uma reconfiguração radical dos próprios fundamentos da criação e distribuição de valor.

Coletivamente, esses autores apresentam a Nova Economia como um continuum histórico que (1) tem sua origem na transformação pós-guerra para uma sociedade do conhecimento; (2) consolida-se com a revolução digital dos anos 1990; e (3) se reinventa na era da inteligência artificial e da economia compartilhada. Mais que um evento pontual, trata-se de um processo evolutivo que redefine sucessivamente as relações entre tecnologia, produção e valor, mantendo como constante a substituição progressiva de insumos materiais por ativos intangíveis.

Gráfico 1



Fonte: elaboração própria, a partir das bases de dados: Scopus, Web of Science, JSTOR e *ScienceDirect* (2025).

Esses teóricos da Nova Economia apresentam um conjunto articulado de recomendações para que governos, empresas, indivíduos e a sociedade como um todo possam se adaptar às profundas transformações em curso. Para os governos, a prioridade deve ser a reformulação dos sistemas educacionais, com foco não apenas em habilidades técnicas como ciência e tecnologia, mas também no desenvolvimento de capacidades socioemocionais e adaptativas que preparem os cidadãos para um mercado de trabalho em constante mutação. Paralelamente, é essencial criar políticas públicas que estimulem a requalificação profissional contínua, especialmente para trabalhadores em setores ameaçados pela automação. Na esfera regulatória, os especialistas defendem a criação de marcos legais flexíveis que acompanhem o ritmo das inovações tecnológicas, como inteligência artificial e blockchain, ao mesmo tempo em que protegem os direitos fundamentais. Investimentos robustos em infraestrutura digital e energias renováveis aparecem como condições básicas para sustentar o desenvolvimento dessa nova economia.

No âmbito empresarial, as recomendações direcionam para a necessidade de repensar profundamente os modelos organizacionais. As estruturas hierárquicas tradicionais devem dar lugar a arranjos mais flexíveis e em rede, capazes de responder com agilidade às mudanças do mercado. A incorporação de tecnologias como big data (base de dados) e inteligência artificial deixa de ser opcional e passa a ser requisito básico para a personalização de produtos e serviços. Além da transformação digital, as empresas são chamadas a adotar modelos de negócios mais sustentáveis e com propósito, alinhados aos desafios sociais e ambientais do nosso tempo. Estabelecer parcerias com startups, ou seja, uma empresa emergente, geralmente de base

tecnológica, que busca inovar ao oferecer produtos ou serviços disruptivos em um mercado, e ecossistemas de inovação surge como estratégia fundamental para absorver novas tecnologias e manter a competitividade.

Para os indivíduos, a nova economia exige o aprendizado contínuo como imperativo. Dominar competências digitais básicas, como análise de dados e programação, é tão importante quanto desenvolver habilidades criativas e emocionais que as máquinas não podem replicar. A carreira linear deu lugar a trajetórias profissionais em forma de portfólio, a partir da qual cada pessoa deve gerenciar seu próprio conjunto de habilidades e experiências. O empreendedorismo e a autogestão aparecem como caminhos promissores na economia colaborativa, embora exijam nova postura frente aos riscos e incertezas. A conscientização sobre o uso ético de dados pessoais e o funcionamento dos algoritmos que moldam nossas vidas digitais completa esse pacote de competências necessárias para o século XXI.

Na esfera coletiva, a sociedade em geral é convidada a reinventar suas formas de organização. Modelos colaborativos e em rede podem fortalecer economias locais através de iniciativas como cooperativas digitais e sistemas de reputação comunitária. A pressão por transparência e ética no desenvolvimento tecnológico surge como frente importante de atuação, garantindo que os avanços não aprofundem desigualdades existentes. Talvez o desafio mais complexo seja a construção de novos contratos sociais que protejam os trabalhadores na economia digital, em que as relações de emprego tradicionais dão lugar a arranjos mais fluidos e, muitas vezes, precários.

Essa transformação multidimensional exige ação coordenada entre todos os agentes/atores sociais. Enquanto governos precisam criar ecossistemas favoráveis à inovação responsável, as empresas devem repensar seus modelos de criação de valor. Os indivíduos, por sua vez, são chamados a assumir maior protagonismo em seu desenvolvimento pessoal e profissional. Já a sociedade tem o papel crucial de garantir que essa transição ocorra de forma inclusiva e sustentável, construindo novas instituições adequadas aos desafios da era digital. Exemplos, como o da Estônia, que investiu pesadamente em educação digital e governo eletrônico, ou de empresas que combinam inovação com sustentabilidade, mostram que é possível navegar essa complexa transformação quando há visão clara e ação determinada.

2.3 A Nova Economia: Reconfiguração Sistêmica do Valor e seus Paradoxos Contemporâneos

A Nova Economia, em sua expressão mais atual, não se limita a um conjunto de tecnologias disruptivas ou modelos de negócios inovadores, mas representa uma reconfiguração sistêmica da própria natureza do valor econômico, como mencionam Brynjolfsson e McAfee (2014). Trata-se de um paradigma orgânico e multidimensional no qual conhecimento, dados, sustentabilidade e conexões humanas se tornam os principais motores de criação de riqueza, substituindo progressivamente os modelos lineares baseados em extração, produção em massa e acumulação material, de acordo com Haskel e Westlake (2017).

Esse movimento intestinal da economia, que promove a desmaterialização do valor, é um fenômeno que vai além da simples digitalização, envolvendo três mudanças fundamentais na economia contemporânea, de acordo com Perez (2002). A primeira delas é a transformação dos ativos tangíveis em intangíveis, na qual algoritmos, propriedade intelectual e capital relacional passam a ter mais relevância do que os bens físicos tradicionais, como menciona Kazanjian (2020). Empresas como *Air-bnb* e Uber ilustram perfeitamente essa tendência, mostrando como plataformas digitais podem revolucionar setores inteiros sem possuir os ativos convencionais dessas indústrias, lembra Parker *et. al* (2016).

Além disso, é possível visualizar a emergência de economias de propósito, nas quais o sucesso não é medido apenas pelo lucro, mas pelo impacto social e ambiental, de acordo com Raworth (2017). Modelos como a economia circular, o compartilhamento de recursos e o capitalismo consciente – sempre lembrando que os países se movimentam sempre na busca de capital, sendo que em uns o capital é gerido pelo Estado, e em outros pelo mercado, como mencionou Mazzucato (2018) – demonstram que o valor econômico está cada vez mais atrelado ao valor social, tornando-se inseparáveis na nova lógica de mercado. (Henderson, 2020).

Outro aspecto fundamental desse processo é a ressignificação do trabalho e do consumo, caracterizada pela diluição das fronteiras entre produtores e consumidores, os chamados *prosumers* (Toffler, 1980), e entre emprego formal e trabalho autônomo em rede (Standing, 2011). Plataformas como *Etsy*, *Patreon* e *GitHub* exemplificam como indivíduos podem monetizar suas habilidades globalmente sem depender das estruturas corporativas tradicionais (Choudary, 2015).

Esse novo ecossistema econômico opera sob uma lógica de abundância gerencial, contrastando com a antiga concepção de escassez que sustentava a economia clássica (Rifkin,

2014). Recursos materiais podem ser finitos, mas dados, ideias e conexões são infinitamente replicáveis e recombinaíveis (Benkler, 2006). Christensen (1997) argumenta que em certos contextos de inovação, a colaboração e a capacidade de se adaptar passam a valer mais do que a simples competição e a posse de ativos.

Entretanto, observa-se que essa nova configuração traz consigo paradoxos significativos (ZUBOFF, 2019). Há um consenso na literatura de que as tecnologias digitais, ao mesmo tempo em que democratizam o acesso a oportunidades, também podem levar a uma concentração de poder em grandes plataformas globais (ACEMOGLU; JOHNSON, 2024). Da mesma forma, a flexibilidade proporcionada pelo trabalho digital frequentemente coexiste com condições de precarização laboral (STANDING, 2011). Outro contraste apontado reside no fato de a abundância de informação na era digital contrastar com a crescente escassez da atenção humana, um problema já identificado há décadas (SIMON, 1971). Diante dessas complexidades, fica evidente que o cenário atual impõe um desafio às premissas tradicionais de mercado, demandando, portanto, a construção de novos modelos de pensamento e ação que possam conciliar a inovação com a sustentabilidade econômica e social (MAZZUCATO, 2018).

Neste sentido, a Nova Economia não é um futuro distante, mas um presente em construção – um tecido econômico que ainda preserva fios do antigo modelo enquanto tece novas estruturas de valor. Seu pleno potencial dependerá da capacidade de resolver seus paradoxos intrínsecos, criando um sistema que seja simultaneamente inovador e inclusivo, tecnológico e humanista, global e local. Mais que um conjunto de mudanças setoriais, representa uma transformação antropológica na forma como concebemos riqueza, trabalho e progresso no século XXI.

A nova economia, como se pode perceber, é como um vulcão em constante atividade, moldando um novo terreno a cada erupção. Ela tem o seu organismo a seu dispor, e quando um modelo de lucro entra em colapso, logo é preciso um substituto. Nessa acepção, ela se reinventa e se utiliza das possibilidades que divisa no mundo, como a inovação, as regras dadas pela governança e o próprio extrato social. É dentro desse movimento que os vulcanologistas estudam os sinais precursores de uma erupção para prever seus impactos e os pesquisadores da nova economia buscam compreender as forças que impulsionam essa transformação. Barretos (2021), Kepler (2023) e Magaldi; Salibi Neto (2018) são alguns dos vulcanólogos desse novo cenário, cada um oferecendo uma perspectiva única sobre os fenômenos que estão moldando o nosso mundo.

A nova economia, assim como todo evento imprevisível, ainda apresenta muita complexidade e incerteza, o que dificulta a definição de um conceito único e abrangente. A verdade é que a realidade atual parece ser um momento de transição, no qual o futuro é construído a cada dia, e a nova economia é, antes de tudo, um processo em constante evolução.

Em certo sentido, a nova economia reflete uma mudança no comportamento de consumo de produtos e serviços. Em um momento de profunda transformação social, empresas características desse novo contexto — como as *startups* — utilizam a tecnologia como meio e não como fim, direcionando especial atenção ao consumidor. A centralidade do cliente tem sido tratada como premissa fundamental, podendo ser considerada o ponto de inflexão, enquanto a conectividade global desconstruiu as formas tradicionais de gerir negócios (MAGALDI; SALIBI NETO, 2018; KEPLER, 2023).

A nova economia é vista como uma inflexão de uma curva, trazendo oportunidades diferentes das tradicionais, abrindo espaço para o protagonismo de pessoas comuns e que de fato tenham vontade de mudar sua realidade. As startups mostraram de forma direta todo esse impacto quando da garagem de casa ou de lugares inusitados pessoas comuns, muitas vezes jovens criaram empresas que revolucionaram o mercado, como a *Uber*, *Airbnb* entre outras. Era inconcebível pensar empresas desse porte surgindo fora de grandes organizações. Dito isso, a nova economia se torna uma bandeira de acesso e possibilidade (Barreto, 2021).

Diante desse conjunto de transformações, pode-se afirmar que a nova economia está associada a convergência de múltiplas tecnologias que impactam os modelos de negócios das empresas, surgindo novas formas e padrões na produção de serviços ou produto, na gestão de pessoas, na forma como se vê o mundo. Isso tudo pautado em uma escala muitas vezes global construindo uma nova história de acesso e democratização e possibilidades para a sociedade.

Fazendo uma comparação com a primeira revolução industrial, antes da indústria têxtil ser transformada por máquinas como o tear mecânico, inventado por Edmund Cartwright (1743-1823), em 1785. O acesso a roupas era extremamente restrito, produção lenta e com custos elevados, agora são necessários pouco tempo e poucas pessoas para produzir roupas em escala, barateando os custos e com isso democratizando o acesso, isso é a nova economia (Barreto, 2021).

Outro aspecto que não pode ser deixado de lado e nem negligenciado e podemos dizer que é uma questão central para entender e usufruir dos benefícios que esse novo momento traz

para sociedade é entender de pessoas. O comportamento do consumidor começa a fazer a diferença na forma que as empresas atuam. Na nova economia é preciso entender mais sobre pessoas do que sobre dinheiro ou negócios (Kepler, 2023). Sobre isso esta tese voltará a tratar no capítulo 3º, quando se tratar da nova logica empresarial e da centralidade no cliente.

Na lógica desses autores, a nova economia é impulsionada por avanços tecnológicos e inovações disruptivas que estão mudando a maneira como as empresas produzem bens e serviços, como os consumidores compram e como as transações comerciais ocorrem. Isso inclui o uso crescente de tecnologias como inteligência artificial, aprendizado de máquina, *big data*, *blockchain* e internet das coisas, entre outras.

Compreender a nova economia por meio das tecnologias emergentes exige um processo de desaprendizado, a partir do qual é necessário abandonar práticas e conceitos antigos adotando uma nova perspectiva que permita sintetizar o atual cenário tecnológico. As tecnologias emergentes não estão apenas transformando modelos de negócios isoladamente, mas também promovendo uma integração essencial entre marketing, vendas e tecnologia. O foco não deve estar em uma única área, mas na capacidade de integrar todos esses aspectos de forma coesa. Ter uma visão sistêmica dessa dinâmica é fundamental para entender todo contexto (Stocco, 2020).

Uma segunda abordagem da nova economia diz respeito à conectividade e à globalização. Uma sociedade agora na era da internet e nas tecnologias digitais tem transformado a estrutura social contemporânea uma forma de organização social baseada em rede, essa conexão redefine também o aspecto de desenvolvimento econômico dos países, derrubando barreiras e aumentando as relações entre eles. Onde a revolução tecnológica da informação alterou profundamente a estrutura social, resultando na criação de uma sociedade global interconectada. Nesse novo cenário, a informação circula de maneira livre, reformulando o poder, a cultura e a comunicação (Castells, 1999).

A nova economia é caracterizada por uma maior conectividade global, permitindo que empresas e indivíduos se comuniquem e realizem transações instantaneamente em qualquer lugar do mundo. A internet e as redes sociais desempenham um papel fundamental nesse aspecto, facilitando o comércio eletrônico, o teletrabalho, a colaboração remota e o acesso a informações em tempo real.

No Brasil não é diferente atualmente, o que se observa é um fenômeno de ultra conexão intensificado pela globalização, que ganhou força nos últimos 15 anos. Esse processo tem possibilitado brasileiros comuns que acessem uma ampla gama de recurso e integrem essas tecnologias em seus empreendimentos e projetos pessoais. Dessa maneira, surgindo novas empresas e ideias inovadoras, antes inimagináveis para esses indivíduos (Barreto, 2021).

Ainda dentro desse conceito de globalização, a velocidade e a conectividade trouxeram quebras de paradigmas inclusive na gestão empresarial. Muitas empresas baseadas em modelos de competição que se concentra na estrutura de uma cadeia de valor, estão sendo diretamente impactadas pela movimentação social e a tecnologia. Atualmente não se pode mais se limitar apenas ao que tradicionalmente era observado na literatura, como destacou Michael Porter com sua tese as 5 forças de Porter, que foi a base da gestão empresarial por muitas décadas são elas; ameaça de produtos substitutos; ameaça de entrada de novos concorrentes; poder de negociação dos clientes; poder de negociação dos fornecedores e rivalidade entre os concorrentes. Pelo contrário, os principais competidores podem estar fora da cadeia de valor convencional, surgindo de ecossistemas distintos que impactam diretamente a sua empresa. Entender a conectividade global e os movimentos tecnológicos se torna crucial para sobrevivência no mercado (Magaldi; Salibi Neto, 2018)

Por fim, mas não por último, há uma terceira abordagem que possui grande importância para os estudos da nova economia. Em si, a nova economia faz emergir modelos de negócios inovadores. Modelos de negócios inovadores desafiam as estruturas tradicionais. Empresas de tecnologia como *Uber*, *Airbnb* e *Netflix* são exemplos de como a inovação pode criar formas de fornecer serviços e mudar setores estabelecidos. Conhecidas como startups, essas empresas são notórias por serem escaláveis, inovadoras e em sua maioria baseadas em tecnologia. Um aspecto central que deve ser destacado é que elas têm facilitado o acesso a serviços e produtos que anteriormente era restrito a nichos específicos da sociedade. Além disso, essas startups revolucionaram a maneira como as necessidades dos clientes são percebidas e atendidas. Sendo assim, testemunhamos uma verdadeira democratização no acesso a produtos e serviços (Barreto, 2021; Kepler, 2018; Ries, 2011).

É importante ressaltar que a literatura sobre a nova economia é vasta e em constante evolução. As referências fornecidas aqui podem ser um ponto de partida para uma compreensão mais aprofundada do tema.

Diante dessas diversas perspectivas de autores que tratam especificamente sobre a nova economia uma visão geral da literatura sobre nova economia mostra que a centralidade do uso das tecnologias e da inovação, e sobressaem as questões da conectividade e da globalização, bem como o surgimento de novos modelos de negócios. Como é possível perceber, todas essas temáticas são afetas ao próprio estudo do Desenvolvimento Local, em especial aquele centrado na pessoa, que, segundo Barretos (2021), rompeu castas e trouxe protagonismo a pessoas comuns, sem depender sua procedência familiar.

No que tange à inovação Haddad (2010), afirma que a inovação tecnológica na ótica neo schumpeteriana é o principal terreno pelo qual o capitalismo se desenvolve, causando disrupção num processo de inserção de novos agentes no processo econômico e Castells (2019) explora como as novas tecnologias de comunicação e informação estão transformando as estruturas sociais. Além disso, ele relacionou tudo isso com um processo baseado em redes e na busca de novas perspectivas para o próprio desenvolvimento mais humano e voltado para o local. O local, neste sentido, ganha protagonismo, podendo se destacar como um hub de inovação, pois a concentração de capital tácito se apresenta como o maior ativo da nova economia.

Como a nova economia é uma temática que ainda não encontrou uma ambiência efetiva neste mundo globalizado e ainda se encontra imersa em busca de definições que se centram ora em perspectivas meramente econômicas, ora em perspectivas exclusivamente políticas ou somente voltada à tecnologia, aqui são apresentados alguns tópicos que podem ajudar numa conceitualização possível da mesma.

Entre os aspectos mais evidentes e que constituem um consenso na literatura consultada, destaca-se, primordialmente, o impacto tecnológico. Autores como Magaldi e Salibi Neto (2018), Kepler (2018, 2023), Barreto (2021) e Stocco (2020) examinam o papel das tecnologias emergentes — como inteligência artificial, automação, internet das coisas e *blockchain* — na configuração da nova economia. Essa vertente de análise envolve a investigação dos efeitos dessas inovações nas organizações, nos mercados de trabalho, nos níveis de produtividade e nos processos de inovação (CASTELLS, 2019; KEPLER, 2023).

Um segundo aspecto relevante diz respeito ao surgimento de modelos de negócios disruptivos. Diversos estudos se dedicam a investigar a evolução desses modelos no contexto da nova economia. Essa análise engloba tanto o exame de empresas que contestam as estruturas tradicionais — como *Uber*, *Airbnb* e *Alibaba* — quanto a exploração de estratégias inovadoras,

tais como a economia compartilhada, as plataformas digitais e o *crowdfunding* (BARRETO, 2020; KEPLER, 2018, 2023; MAGALDI; SALIBI NETO, 2018).

Além desses dois, aspectos, é preciso também destacar a transformação do mercado de trabalho. A literatura também examina as implicações da nova economia para o mercado de trabalho. Isso inclui a discussão sobre o impacto da automação e da inteligência artificial na criação e destruição de empregos, bem como nas habilidades exigidas dos trabalhadores. Também são explorados temas como a economia do trabalho sob demanda, o teletrabalho e as mudanças nas relações de trabalho (Stocco, 2020; Barreto 2021).

Outro aspecto a ser destacado são os efeitos sociais e econômicos. Na verdade, a nova economia tem implicações amplas na sociedade e na economia como um todo. A literatura investiga questões relacionadas à desigualdade de renda, concentração de poder em empresas de tecnologia, acesso à tecnologia e aos benefícios da nova economia em diferentes regiões e setores da sociedade (Barreto, 2021).

Um quinto aspecto a ser destacado são as políticas de regulação. O que se defende aqui é o papel das políticas públicas e da regulação na nova economia. Isso inclui debates sobre como as regulamentações existentes devem ser adaptadas para lidar com os desafios da economia digital, bem como a discussão sobre questões como privacidade de dados, segurança cibernética e proteção do consumidor (Castells 1999; *AbStartups*, s/d).

Esses são apenas alguns exemplos de como a literatura trabalha a nova economia. É um campo multidisciplinar que envolve contribuições da economia, da administração, da sociologia, da tecnologia e de outras disciplinas para compreender e analisar as transformações em curso. A pesquisa nesse campo é dinâmica e continua evoluindo à medida que a nova economia se desenvolve.

Antes de passar para o próximo tópico, uma conclusão é necessária, e esta é sobre o conceito de nova economia. Diante dessa complexidade e diversidade de abordagens, para efeito desta tese, o conceito de nova economia aqui é compreendido como um processo de transformação profunda e contínua, impulsionado por avanços tecnológicos e inovações disruptivas, que está remodelando a forma como as empresas operam, as pessoas interagem e a economia funciona. Essa transformação é marcada pela convergência de múltiplas tecnologias, pela crescente importância da conectividade global, pelo surgimento de novos modelos de negócios e pela centralidade do cliente. A nova economia representa uma oportunidade para a

construção de um futuro mais inovador, inclusivo e sustentável, mas também apresenta desafios significativos que exigem uma adaptação constante e um olhar crítico acerca dos seus impactos sociais e econômicos.

2.4 A governança e os governos

Sempre partindo da alegoria do vulcão, aqui se discute agora sobre os desafios da nova economia. Um dos seus maiores desafios é a necessidade de uma governança ágil e adaptável para acompanhar o ritmo acelerado das transformações. Assim como um vulcão em erupção exige uma resposta rápida e eficaz das autoridades, a nova economia demanda que os governos e as instituições de regulação estejam preparados para enfrentar um cenário em constante mutação. A capacidade de se adaptar rapidamente às novas tecnologias, modelos de negócios e demandas da sociedade será fundamental para garantir um ambiente de negócios mais justo, eficiente e inovador, ao mesmo tempo em que se protege os interesses dos cidadãos.

A nova economia apresenta desafios significativos para a governança e os governos, uma vez que os modelos tradicionais de regulamentação e políticas públicas podem não ser adequados para lidar com as transformações em curso. Algumas das questões e considerações relevantes incluem, antes de tudo, regulação e adaptação: A rápida evolução da nova economia muitas vezes supera a capacidade dos governos de acompanhar e regular adequadamente as atividades econômicas e os modelos de negócios emergentes.

Governança, neste contexto, refere-se ao conjunto de regras, processos e instituições que orientam e controlam uma organização, seja ela pública ou privada. Na era da nova economia, esse conceito assume uma complexidade ainda maior, exigindo novas formas de gestão e controle. Como sugere Peters (2013), a crescente importância da governança reflete a preocupação da sociedade com a capacidade dos governos de responder de forma eficaz aos desafios contemporâneos. O autor, embora de forma genérica, busca identificar os agentes capazes de exercer essa governança de maneira mais eficiente.

Diante desses desafios, um dos exemplos que podem ser citados inicialmente são as incertezas enfrentadas especialmente nas telecomunicações devido a mudanças institucionais, tecnológicas e de mercado. A liberalização e privatização criam um ambiente de regras de mercado indefinidas, enquanto a rápida inovação tecnológica e a competição intensa em mercados emergentes aumentam a complexidade e a incerteza. Além disso, a volatilidade dos contratos de trabalho e a rotatividade de empregados refletem a turbulência da nova economia, que substitui contratos de longo prazo por acordos mais flexíveis e temporários.

Os governos precisam ser ágeis e capazes de adaptar suas políticas e regulamentações para enfrentar os desafios trazidos pela tecnologia e pela inovação. Na sequência, inclui-se a proteção aos consumidores, isto é, a nova economia traz novas formas de interação entre consumidores e empresas, muitas vezes por meio de plataformas digitais. Os governos têm a responsabilidade de garantir a proteção dos consumidores em áreas como privacidade de dados, segurança de transações e resolução de disputas.

Além disso, é importante se pensar no mercado de trabalho e na proteção social, ou seja, a automação e a digitalização podem ter impactos significativos no mercado de trabalho, exigindo que os governos adotem políticas que facilitem a transição e protejam os trabalhadores afetados. Isso pode envolver medidas como treinamento e capacitação, políticas de renda básica e reformas nos sistemas de seguridade social (Bueno, 2004; Castells, 1999; Barreto, 2021; Zanini, Lusk, Wolff, 2009).

Outra consideração relevante é a inclusão digital e a equidade. A nova economia pode ampliar a divisão digital e a desigualdade de acesso e oportunidades. Os governos devem trabalhar para promover a inclusão digital, garantir o acesso equitativo à infraestrutura tecnológica e estimular a participação de todos os setores da sociedade na nova economia (Barreto, 2021).

Por fim, mas não por último, uma consideração relevante é a cooperação internacional: A natureza global da nova economia exige uma maior cooperação entre os governos em nível internacional. Questões como a tributação de empresas digitais multinacionais, proteção de dados transfronteiriços e regulamentação de comércio eletrônico exigem esforços colaborativos para estabelecer normas e padrões consistentes (Castells, 1999).

Os governos enfrentam o desafio de equilibrar a promoção da inovação e o crescimento econômico com a proteção dos interesses públicos e a garantia da estabilidade social. Eles precisam estar atentos às mudanças na nova economia e serem proativos na formulação de políticas que incentivem o progresso econômico e social de forma sustentável e inclusiva. É importante ressaltar que a abordagem da governança e do governo em relação à nova economia pode variar entre países e regiões, dependendo de fatores como a estrutura política, a cultura institucional e as prioridades nacionais

Antes de passar para o próximo tópico, é sempre importante retomar as dinâmicas que foram usadas até aqui. A alegoria do vulcão ilustra de forma vívida a urgência e a magnitude

dos desafios que a nova economia apresenta para a governança e os governos. Assim como um vulcão em erupção exige uma resposta imediata e eficaz para evitar desastres, a nova economia demanda uma governança ágil e adaptável para mitigar riscos e aproveitar oportunidades. Os governos devem reconhecer a necessidade de adaptar seus modelos de regulamentação às rápidas mudanças tecnológicas e econômicas, assegurando a proteção dos cidadãos e a equidade no acesso às novas oportunidades. A capacidade de enfrentar as incertezas, proteger os consumidores e trabalhadores, promover a inclusão digital e cooperar internacionalmente será crucial para garantir um futuro sustentável e inovador. Somente através de uma abordagem proativa e flexível, que leve em conta as especificidades regionais e globais, os governos poderão orientar a nova economia de forma a equilibrar crescimento e estabilidade, assegurando que os interesses públicos sejam preservados e que todos possam participar equitativamente dos frutos do progresso econômico.

2.5 O papel dos empreendedores na nova economia

Em um mundo em constante mutação, os empreendedores são como navegantes experientes que guiam suas embarcações através de mares desconhecidos. Assim como os profissionais que lidam com as consequências de uma erupção vulcânica, eles são capazes de se adaptar rapidamente às mudanças e encontrar novas rotas. Com resiliência e determinação, os empreendedores enfrentam desafios e transformam obstáculos em oportunidades.

A inovação se torna uma aliada e uma marca registrada dos empreendedores. Ao desafiar o status quo e propor novas soluções, eles revolucionam setores inteiros e impulsionam o progresso. A capacidade de identificar oportunidades e transformar ideias em negócios de sucesso é o que diferencia os empreendedores dos demais dos produtores e distribuidores de serviços e produtos tradicionais.

Em um mundo em constante evolução, os empreendedores são os catalisadores da transformação. Com a agilidade e a criatividade que os caracterizam, eles conseguem transformar desafios em oportunidades, impulsionando a inovação e o crescimento econômico. Para que esse potencial seja plenamente explorado, é fundamental contar com um ecossistema de apoio sólido, que inclua um marco regulatório favorável e infraestrutura adequada. Assim, a erupção de novas ideias não apenas gera empregos e renda, mas também contribui para o progresso e desenvolvimento humano, social e econômico de todo um território.

Nesta perspectiva, os empreendedores desempenham um papel crucial na nova economia. Eles são agentes de mudança, impulsionadores da inovação e catalisadores do

crescimento econômico. O ambiente da nova economia oferece oportunidades e desafios únicos para os empreendedores, e eles desempenham várias funções importantes. Uma primeira delas é a inovação e a criação de valor. Isto quer dizer que os empreendedores são os responsáveis pela introdução de novas ideias, produtos, serviços e modelos de negócios na economia. Eles identificam oportunidades de mercado, desenvolvem soluções inovadoras e criam valor para os consumidores. Através da sua criatividade e capacidade de resolução de problemas, os empreendedores impulsionam a mudança e aprimoram a qualidade de vida (Barreto, 2021).

Dentre essas oportunidades, uma primeira é a criação de empregos e crescimento econômico. A constatação é a de que os empreendedores são uma importante fonte de criação de empregos. Ao iniciar novos negócios ou expandir empresas existentes, eles geram oportunidades de emprego para a população. Além disso, o crescimento dos negócios liderados por empreendedores contribui para o crescimento econômico global, impulsionando a produtividade e a inovação em diversos setores (Castells 1999, Barreto 2021).

Uma segunda oportunidade é a capacidade de adaptação e agilidade. Com isso se quer afirmar que a nova economia é caracterizada pela rápida mudança e incerteza. Os empreendedores são ágeis e adaptáveis, capazes de identificar e responder rapidamente a novas tendências, demandas do mercado e avanços tecnológicos. Eles são capazes de explorar oportunidades emergentes e ajustar seus negócios de acordo com as demandas em evolução (Barreto, 2021; Kepler, 2018; Ries, 2011).

Além disso, uma terceira oportunidade diz respeito à disrupção e transformação. Em certo sentido, os empreendedores na nova economia estão envolvidos em empresas disruptivas, que desafiam os modelos de negócios tradicionais e transformam setores inteiros da economia. Empresas como *Uber*, *Airbnb* e *Spotify* são exemplos de empreendimentos que causaram uma disrupção significativa em seus respectivos setores (Barreto, 2021; Kepler, 2018; Ries, 2011).

Por fim uma oportunidade é a colaboração e ecossistema empreendedor. Isto quer dizer que os empreendedores também desempenham um papel fundamental na construção e fortalecimento de ecossistemas empreendedores. Eles colaboram com outros empreendedores, investidores, instituições acadêmicas e governamentais, formando redes e parcerias que facilitam o compartilhamento de conhecimentos, recursos e oportunidades (Castells, 1999).

Os empreendedores na nova economia enfrentam desafios únicos, como a rápida evolução tecnológica, a concorrência acirrada e a necessidade de se adaptar a um ambiente em

constante mudança. No entanto, eles também têm a oportunidade de aproveitar as vantagens oferecidas pela tecnologia, pelo acesso global a mercados e por modelos de negócios inovadores. O apoio ao empreendedorismo, através de políticas governamentais, investimentos em educação empreendedora e a criação de um ambiente favorável aos negócios, desempenha um papel importante no incentivo à atividade empreendedora na nova economia.

A nova economia é, portanto, um cenário complexo e dinâmico, marcado por constantes transformações e incertezas. Nesse contexto, os empreendedores emergem como figuras cruciais. Assim como navegantes experientes, eles são capazes de guiar suas empresas através de mares turbulentos, transformando desafios em oportunidades.

A alegoria da erupção vulcânica ajuda a compreender a magnitude das mudanças que ocorrem na nova economia. Assim como os profissionais que lidam com as consequências de uma erupção, os empreendedores precisam ser resilientes e adaptáveis para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades que surgem nesse cenário. Em certo sentido, ao transformar obstáculos em oportunidades, os empreendedores não apenas impulsionam o crescimento econômico, mas também contribuem para a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Seus produtos e serviços inovadores revolucionam setores inteiros, gerando novos empregos e fomentando um desenvolvimento sustentável.

Para que os empreendedores possam exercer todo o seu potencial, é, portanto, fundamental contar com um ecossistema de apoio sólido. Um marco regulatório eficiente, acesso a capital, infraestrutura adequada e uma cultura que valorize a inovação são elementos essenciais para fomentar o empreendedorismo.

2.6 O consumidor, na nova economia

A nova economia se comporta, como já vem sendo aventado até agora, como um vulcão em atividade, seja iminente sua erupção, seja no ápice de sua transformação. Essa força disruptiva não emerge apenas dos avanços tecnológicos, mas principalmente do empoderamento crescente dos consumidores, que deixaram de ser meros receptores passivos para se tornarem agentes ativos capazes de remodelar as relações de mercado. Assim como a lava redefine geografias, as demandas e expectativas desses novos consumidores estão redesenhando radicalmente as interações com as empresas, exigindo modelos mais dinâmicos e colaborativos de negócios - um fenômeno que redefine os próprios alicerces da economia contemporânea.

Tudo isso ocorre por causa da democratização das informações e do acesso a diversas plataformas digitais tornaram os consumidores mais informados e exigentes. Eles possuem acesso a uma quantidade imensa de dados que lhes permitem comparar produtos, ler avaliações e tomar decisões de compra mais conscientes. Essa nova realidade impulsiona as empresas a oferecerem produtos e serviços de alta qualidade e a personalizarem suas experiências de compra. É sobre esta dinâmica que este tópico vai discorrer.

A nova economia reconfigura, portanto, significativamente o papel do consumidor. Nesse novo cenário, os consumidores se tornam agentes/atores ativos e influentes, moldando as demandas e as expectativas em relação aos produtos e serviços. A seguir, são apresentados, dentre os muitos, seis aspectos relevantes sobre a posição dos consumidores nesse contexto.

O primeiro aspecto diz respeito ao maior acesso a informações. Na verdade, a nova economia democratizou o acesso à informação, colocando nas mãos dos consumidores um volume cada vez maior de dados sobre produtos e serviços. Com isso, os consumidores estão mais bem equipados para comparar opções, pesquisar preços e ler avaliações, tornando-se consumidores mais exigentes e informados (Barreto. 2021; Magaldi; Salibi Neto, 2018).

O acesso a informações leva a um segundo aspecto no que diz respeito aos consumidores na nova economia. Este diz respeito às mudanças no comportamento de compra da parte dos consumidores. A conveniência oferecida pelo comércio eletrônico e pelas plataformas digitais tornou mais fácil e rápido fazer compras online. Além disso, a economia compartilhada e os modelos de assinatura estão ganhando popularidade, oferecendo aos consumidores acesso a produtos e serviços sem a necessidade de posse (Kepler, 2018); Magaldi e Salibi Neto, 2018).

Os empreendedores também precisam estar atentos a um terceiro aspecto sobre a posição dos consumidores na ambiência da nova economia, que é o serviço personalizado, pautado na experiência do cliente. É fato que o avanço das tecnologias levou as empresas a focarem cada vez mais em serviços personalizados, que transformam a relação entre elas e seus clientes, os consumidores. A coleta de dados e o uso de tecnologias, como inteligência artificial, permitem às empresas entenderem melhor as preferências individuais e personalizarem ofertas, produtos e serviços de acordo com as necessidades específicas de cada consumidor (Magaldi e Salibi Neto, 2024).

Isso leva a um quarto aspecto na dinâmica da relação entre empresas e consumidores, que é o empoderamento dos consumidores. Diante de suas exigências, por meio de plataformas

de avaliação e recomendação, redes sociais e outras formas de comunicação digital, os consumidores podem expressar opiniões, compartilhar experiências e influenciar a reputação de empresas e marcas. Essa capacidade de influência tem levado as empresas a prestarem mais atenção à satisfação e ao atendimento das expectativas dos consumidores (Magaldi e Salibi Neto, 2024).

Essa relação, no entanto, pode se tornar tênue. Num mundo cada vez mais aberto e sempre com o perigo de ataques de hackers, um quinto aspecto se apresenta. Trata-se do desafio de preservar a privacidade e a segurança. A coleta e o uso de informações pessoais pelas empresas geram preocupações em relação à proteção de dados e à segurança cibernética. Os consumidores precisam estar cientes dos riscos e tomar medidas para proteger suas informações pessoais (Dias, 2012).

Por fim, mas não por último, num mundo que funciona como um ecossistema produtivo, diante da tenuidade das relações, sempre vem à tona a dinâmica da responsabilidade e da sustentabilidade. A preocupação com a responsabilidade social e a sustentabilidade faz com que os consumidores busquem serviços e produtos de empresas que adotam práticas éticas e que sejam socialmente responsáveis e sustentáveis em suas operações. Isso tem influenciado o comportamento de compra, com os consumidores dando preferência a produtos e marcas alinhados com seus valores (Teixeira; Halpern, 2023).

A nova economia vive, dentro da perspectiva ampla da própria matriz da economia, em permanente ebulição, transformando-se com a força de um vulcão que ressignifica todo o ecossistema ao seu redor. Nesse contexto, o consumidor deixou seu papel passivo para se tornar o principal agente de mudança, a lava que esculpe o novo mercado. Impulsionados pela democratização da informação e pelo poder das plataformas digitais, os consumidores contemporâneos emergem como agentes/atores críticos, exigentes e conscientes, que podem não apenas escolher produtos, mas também ditar tendências e remodelar setores inteiros mediante suas preferências e valores. Essa mudança de paradigma exige das empresas uma reinvenção constante, em que entender e antecipar essas novas demandas deixou de ser diferencial para se tornar condição básica de sobrevivência no mercado atual.

Nesse novo contexto econômico, o sucesso empresarial, portanto, vai além da simples oferta de produtos ou serviços. Em certo sentido, ele exige a construção de relações genuínas e transparentes com os consumidores. Como destacam os autores analisados, a nova economia está transformando radicalmente a dinâmica entre empresas e clientes, elevando a confiança e

a personalização de experiências a elementos estratégicos cruciais. Nesse mercado cada vez mais competitivo, as organizações que prosperarão serão aquelas capazes de transcender seu papel tradicional de fornecedoras para se tornarem verdadeiras parceiras de seus clientes, combinando inovação constante com a construção de vínculos duradouros e significativos. Essa mudança de paradigma revela que, na economia atual, o valor percebido pelo consumidor está menos no que se vende e mais em como se relaciona e entrega valor ao longo do tempo.

2.7 O global, na nova economia

A nova economia, de certa forma, é um fenômeno global que transcende as fronteiras nacionais. As interações econômicas e comerciais entre países são cada vez mais intensas, e os governos e os territórios não podem perder de vista uma relação que está se tornando cada vez mais incestuosa entre o global e o local. Diante disso, os governos e os próprios cidadãos e as empresas precisam estar atentos às dinâmicas que estão remodelando as relações que vão incidir diretamente no território onde estão os cidadãos, que não são meros consumidores de produtos, mas parte integrante de um cenário que envolve a todos.

Dentre as percepções e características das relações entre o global e o local na perspectiva da nova economia, no global se destaca, antes de mais nada a questão da conectividade, filha do incesto entre a revolução digital e da disseminação das tecnologias da informação e comunicação (TICs), que tem permitido uma conexão global sem precedentes. A internet e as plataformas digitais facilitam a troca de informações, o comércio eletrônico, a colaboração remota e a prestação de serviços a distância. Essa conectividade global ampliou as oportunidades de negócios e a interação entre diferentes atores econômicos em todo o mundo (Castells, 1999).

A conectividade desova diante do local o mercado global. A nova economia, em certo sentido, rompe as barreiras geográficas e oferece a possibilidade de alcançar clientes e mercados em escala global. As empresas podem expandir suas operações internacionalmente e alcançar consumidores em diferentes países sem a necessidade de uma presença física em cada localidade. Plataformas digitais, logística avançada e modelos de negócios baseados em tecnologia possibilitam a entrada em mercados globais de forma mais acessível e eficiente (Magaldi e Salibi Neto, 2018; Kepler, 2023).

O mercado global vai expondo aos poucos os rostos dos seus irmãos. Entre eles estão as cadeias de suprimentos globais. Estes irmãos do mercado conseguem vistos de residência onde quer que queiram ir. Na verdade, sua dinâmica é simples: empresas de diferentes países

colaboram para projetar, produzir, distribuir e comercializar produtos e serviços. Essas cadeias de suprimentos são facilitadas por avanços na logística, transporte, comunicações e coordenação global. A integração das cadeias de suprimentos permite maior eficiência, acesso a recursos especializados e redução de custos (Castells 1999; Barreto, 2021; Magaldi e Salibi Neto 2024).

Embora pareça um ente sem rosto, esses habitantes globais se fazem presentes no local. Seu trabalho é remoto, mas produz a colaboração virtual. É que a nova economia possibilita o trabalho remoto e a colaboração virtual entre profissionais e equipes localizadas em diferentes partes do mundo. As tecnologias digitais permitem a comunicação instantânea, compartilhamento de documentos e colaboração em tempo real, o que torna possível o trabalho em equipe distribuído geograficamente. Isso proporciona flexibilidade, acesso a talentos globais e a oportunidade de formar equipes multidisciplinares com diferentes experiências e perspectivas (Gomes, 2019).

Essa dinâmica mostra que o mundo atual faz com que as empresas, na sua relação com os clientes, enfrentem uma competição global acirrada. Startups e empresas estabelecidas de diferentes partes do mundo podem competir em um mesmo mercado, independentemente da sua localização física. Isso exige que as empresas estejam preparadas para competir em escala global, adaptando-se rapidamente às mudanças nas demandas dos consumidores e aproveitando as oportunidades emergentes (Magaldi; Salibi Neto, 2018;2024).

Para quem analisa de fora, sem participar do processo, até parece que esse trânsito do global tenha uma aerovia que funciona sem turbulências. Na verdade, a natureza global da nova economia traz consigo tanto benefícios quanto desafios. Por um lado, a interconexão global impulsiona o crescimento econômico e a inovação. Por outro lado, ela também intensifica as desigualdades sociais, a competição desleal e as preocupações com os direitos trabalhistas e a proteção ambiental. As diferenças culturais, as barreiras regulatórias e as questões de propriedade intelectual são apenas alguns dos desafios a serem enfrentados nesse contexto.

A nova economia, com sua natureza global e interconectada, assemelha-se a um vulcão em erupção que conecta e transforma diferentes regiões do mundo. A fusão das tecnologias digitais e a expansão das cadeias de suprimentos globais criam uma interdependência entre países e regiões, na qual o que acontece em um lugar pode ter repercussões em outro. Essa nova realidade econômica exige que empresas e governos se adaptem a um mundo cada vez mais integrado e complexo.

A nova economia, com sua intensa globalização, apresenta tanto oportunidades quanto desafios. A competição acirrada, a fragilidade das cadeias de produção e a crescente importância do trabalho remoto criam um ambiente complexo e volátil. Assim como um vulcão exige preparação e adaptação, a nova economia demanda que governos, empresas e cidadãos estejam preparados para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades que ela oferece. É fundamental encontrar um equilíbrio entre os benefícios da globalização e a proteção dos interesses locais.

A nova economia, como uma erupção vulcânica, exige um equilíbrio delicado entre as forças globais e locais. A interconexão global oferece inúmeras oportunidades, mas também apresenta desafios que precisam ser gerenciados com cuidado. É fundamental que as políticas e as ações sejam adaptadas às realidades locais, garantindo que os benefícios da globalização sejam distribuídos de forma equitativa e que os impactos negativos sejam mitigados. A chave para o sucesso está na capacidade de integrar as dimensões global e local, em que os fios das relações jamais sejam cortados de forma que o global suplante o local ou que o local deixe de se relacionar com o global.

2.8 O local na nova economia

A nova economia, com sua intensa dinâmica global, é como as proximidades do vulcão que entrou em atividade. Em certo sentido, as forças transformadoras que emanam desse vulcão encontram no local o seu ponto de contato, o terreno fértil para que as mudanças se manifestem de forma concreta. Assim como a lava de um vulcão molda a paisagem, a nova economia está reconfigurando os ecossistemas locais, promovendo transformações profundas e duradouras.

Apesar do avanço da globalização e da hiper conectividade digital, o local, contudo, continua a manter sua relevância como elemento central na dinâmica econômica contemporânea. Os ecossistemas regionais, com suas particularidades culturais, históricas e de recursos, funcionam como verdadeiros laboratórios de inovação e empreendedorismo, sendo nas cidades, bairros e comunidades que germinam as ideias mais transformadoras e os modelos de negócio que alimentam o desenvolvimento econômico. Longe, portanto, de ser meramente um cenário passivo para mudanças globais, o local se revela como agente ativo nesse processo, em que características específicas, como tradições, redes sociais e identidades coletivas, influenciam profundamente a forma como empresas operam, consumidores se comportam e comunidades evoluem. Essa perspectiva ajuda a compreender que a nova economia não se manifesta de maneira uniforme, mas sim como um conjunto de processos que assumem

contornos particulares em cada contexto geográfico e social, adaptando-se às realidades locais enquanto contribui para transformá-las, e é precisamente essa interação entre o global e o local que este tópico buscou explorar.

A nova economia, como destaca Steiner (2008), no entanto, depende em grande medida do desenvolvimento de ecossistemas empreendedores robustos. Esses ecossistemas, que reúnem uma variedade de agentes/atores, como empresas, universidades e governos, são cruciais para a geração de inovação, o crescimento econômico e a criação de novos empregos. A ambiência, portanto, para que haja o desenvolvimento desses ecossistemas é o local, com suas peculiaridades, sua história e suas relações diversas.

O local, assim entendido, possibilita a criação de um ambiente propício à atração e retenção de talentos. Na nova economia, a busca por profissionais qualificados e inovadores é intensa, e os locais que oferecem condições favoráveis para o desenvolvimento desses talentos conquistam uma vantagem competitiva. Como destaca Barretos (2021), a capacidade de atrair talentos de qualquer lugar do mundo é fundamental para o sucesso das empresas e o crescimento econômico das regiões.

Assim como o mundo global se beneficia da conectividade, o desenvolvimento local também é impulsionado por uma infraestrutura digital robusta. Conforme destaca Paseto (2020), o investimento em banda larga, redes móveis e conectividade sem fio em espaços públicos é fundamental para criar um ambiente propício à inovação e ao empreendedorismo digital. Uma infraestrutura digital de qualidade atrai empresas, talentos e investimentos, impulsionando o crescimento econômico das regiões. Além disso, a conectividade digital facilita o acesso a serviços públicos, a educação a distância e o teletrabalho, melhorando a qualidade de vida da população.

Por outro lado, as experiências globais podem ser replicadas no local, respeitadas as suas especificidades. Por exemplo, a formação de clusters, ou seja, a concentração geográfica de empresas e instituições de um mesmo setor, como sugere Gaspar (2015), é fundamental para fomentar a inovação e a competitividade. A proximidade física entre empresas, fornecedores e instituições de pesquisa facilita a colaboração, o compartilhamento de conhecimento e a criação de novas soluções, impulsionando o desenvolvimento econômico local. Além disso, os clusters podem atrair talentos, investimentos e gerar externalidades positivas para toda a região, como a melhoria da infraestrutura e a qualificação da mão de obra.

Além disso, a governança e as instituições locais precisam pensar na promoção do empreendedorismo e possibilitar que ele se expresse com as características locais sem detrimento do global. Como sugere Librelon (2015), o fomento ao empreendedorismo exige a criação de um ecossistema favorável, com programas de apoio a startups, incentivos fiscais, acesso a financiamento e capacitação empreendedora. Essa atuação conjunta entre governo e instituições locais é fundamental para estimular a criação de novas empresas e fortalecer o tecido econômico local.

Por fim, mas não por último, nas relações do local com o global, os agentes de desenvolvimento precisam estar atentos à questão da preservação da identidade e da cultura local. Como sugere Pesente (2013), a identidade e a cultura locais podem ser um diferencial competitivo significativo. Ao valorizar seus atributos culturais únicos, os locais podem estimular a criatividade, a inovação e o desenvolvimento de produtos e serviços diferenciados, atraindo turistas e fortalecendo a economia local.

Este capítulo explorou a relação entre a nova economia e o desenvolvimento local, utilizando a metáfora do vulcão para ilustrar o duplo movimento de destruição e renovação que caracteriza as transformações econômicas atuais. A análise mostrou como a centralidade do cliente, os ecossistemas empresariais e o capital humano estão redefinindo as possibilidades de desenvolvimento nos territórios.

A nova economia, com sua ênfase na inovação contínua e na conectividade global, está transformando radicalmente as relações entre empresas e consumidores. Como demonstram os casos do Magazine Luiza e do iFood, as organizações que conseguem colocar o cliente no centro de suas estratégias e construir ecossistemas colaborativos são as que melhor se adaptam a esse novo cenário. Essas experiências revelam como a tecnologia pode ser um instrumento de inclusão produtiva quando articulada com políticas públicas inteligentes e capital social denso.

O desenvolvimento local emerge como um processo ativo de reinvenção, em que comunidades transformam seus saberes tradicionais em vantagens competitivas na economia digital. Exemplos como o Porto Digital em Recife e as moedas comunitárias no Nordeste brasileiro mostram que é possível conciliar identidade cultural e inovação tecnológica. Essa abordagem exige, contudo, uma nova educação que combine habilidades digitais com pensamento crítico e conhecimento das realidades locais.

O próximo capítulo analisará as profundas mudanças na gestão empresarial exigidas pela nova economia, além de examinar como as empresas estão transitando de modelos hierárquicos para estruturas em rede, em que a colaboração substitui progressivamente a competição tradicional. Disso decorre a necessidade de as organizações desenvolverem capacidades ambidestras, equilibrando a eficiência operacional do presente com a inovação disruptiva para o futuro. Essa nova lógica empresarial, mais ágil, colaborativa e centrada no ser humano, pode contribuir para um desenvolvimento econômico mais inclusivo e sustentável nos territórios, criando pontes entre o global e o local.

3 NOVA LOGICA EMPRESARIAL

O mundo dos negócios vive atualmente uma transformação radical, impulsionada pela velocidade das mudanças tecnológicas, pelas novas demandas do mercado e pela emergência de modelos disruptivos. Nesse contexto, a velha lógica empresarial – marcada por estruturas rígidas, hierarquias inflexíveis e uma visão linear de crescimento – já não é suficiente para garantir a sobrevivência, muito menos o sucesso. Este capítulo explorou a Nova Lógica Empresarial, um paradigma que exige consciência estratégica, adaptabilidade e uma mentalidade orientada para inovação e impacto. A partir de teóricos como João Kepler (2023), foi discutido como a reinvenção contínua, a valorização do capital intangível e a centralidade no cliente se tornaram pilares essenciais para empresas e empreendedores. Além disso, foi analisado o papel das *startups* como catalisadoras dessa mudança, demonstrando como sua abordagem ágil e centrada em problemas reais está redefinindo não apenas mercados, mas também a relação entre negócios e sociedade. Ao final, foram propostas reflexões sobre como essa nova consciência empresarial pode ser aplicada para construir organizações mais resilientes, sustentáveis e alinhadas com as dinâmicas da economia do século XXI.

3.1 A nova consciência empresarial

A analogia com o vulcão em erupção ilustra o dinamismo da nova economia: assim como a lava transforma irreversivelmente a paisagem, essa nova realidade econômica está remodelando rapidamente tanto o cenário global quanto os contextos locais. Essa metáfora revela a profundidade das transformações em curso, marcando o fim da era da estabilidade e exigindo das empresas, mas também de governos, trabalhadores e sociedade, agilidade, inovação e capacidade de adaptação como competências essenciais. No caso específico das organizações, isso implica desenvolver uma mentalidade ágil e investir em educação

empreendedora para navegar nesse cenário em constante mutação, onde a resistência à mudança pode significar obsolescência.

A nova economia, em sua natureza disruptiva e interconectada, exige que todos os agentes/atores, ou seja, empresários, trabalhadores, governos, sociedade e instituições de ensino, adotem uma nova postura e lógica de ação. Essa transformação vai além do âmbito empresarial, exigindo uma consciência coletiva sobre como as mudanças econômicas afetam diretamente a vida e o bem-estar social. Num cenário de profundas transformações, torna-se essencial compreender que as dinâmicas econômicas estão intrinsecamente ligadas ao cotidiano das pessoas, demandando uma abordagem integrada e responsável de todos os envolvidos.

O momento atual e o futuro que dele advier exigirão, dentro desta perspectiva uma nova forma de pensar e agir. Portanto, clama por um novo tipo de educação. A educação empreendedora surge como uma resposta a essa necessidade, preparando as pessoas para os desafios e oportunidades de um mundo cada vez mais complexo e interconectado. Ao desenvolver habilidades como criatividade, resolução de problemas e trabalho em equipe, essa nova abordagem nos equipa para construir um futuro mais próspero e sustentável.

A nova economia, contudo, não pode ser entendida como algo novo, mas como um novo movimento dentro da economia. Diante desse movimento, torna-se necessária a adaptação das pessoas, dos empresários e dos governos a esse novo cenário; também é fundamental desenvolver uma nova percepção, um olhar mais amplo e sistêmico. Isso significa estar disposto a aprender continuamente e a deixar para trás práticas e conceitos que já não são mais eficazes. No entanto, é importante ressaltar que essa nova visão não descarta o conhecimento acumulado ao longo dos anos. Pelo contrário, a educação empreendedora se baseia em sólidos fundamentos teóricos, que serão atualizados e complementados para atender às demandas do presente.

A nova economia, vista a partir desta perspectiva, exige que as práticas e comportamentos empresariais sejam repensados. A realidade atual está em constante transformação, com ciclos econômicos cada vez mais curtos e provoca mudanças significativas no comportamento dos consumidores. Na verdade, essa nova realidade é moldada não apenas por flutuações financeiras, mas também por uma profunda mudança cultural, impulsionada por novas gerações com valores e hábitos de consumo distintos. Para navegar nesse cenário complexo, é fundamental cultivar a capacidade de aprender e reaprender continuamente. Essa nova lógica empresarial, como sugerem Kepler (2023) e Stocco (2020), é essencial para garantir a sobrevivência e o sucesso das empresas no longo prazo.

Diante disto, para se adaptar à nova economia, Kepler (2023) sugere que sejam adotados os quatro “erres”, isto, é, reaprender, refletir, refazer e recomeçar. Essa fórmula orienta os empresários a construírem uma nova consciência, capaz de identificar as mudanças no seu entorno e agir de forma proativa. Ao reaprender, ampliam-se seus conhecimentos; ao refletir, aprofundam a sua compreensão; ao refazer, ajusta suas ações; e ao recomeçar, abrem espaço para novas possibilidades.

Neste cenário Kepler (2023), enfatiza que aquelas empresas que negligenciam a nova economia, mesmo que estejam consolidadas a anos no mercado, estarão fadadas a ficar para trás e até mesmo desaparecer. Essa visão não é pessimista, nem mesmo um exercício de adivinhação, mas um chamado a olhar para a experiência e movimentação do mercado.

Corroborando com Kepler (2023), um exemplo emblemático de como a falta de consciência da mudança, a falta de inovação contínua e adaptação ao mercado podem afetar uma empresa gigante e líder de mundial, é o caso Kodak. Líder e referência mundial no mercado de filmes fotográficos, a empresa teve um papel fundamental na invenção da primeira câmera digital, em 1975. Por receio de afetar sua principal fonte de receita vinda dos filmes fotográficos, a empresa evitou investir na inovação e na transformação do seu modelo de negócio. Essa resistência à mudança acabou levando à sua falência em 2012 (Magaldi; Salibi Neto, 2018).

A nova consciência empresarial requer, portanto, uma mentalidade renovada, a qual influenciará diretamente suas ações frente à nova economia e aos negócios. A tabela abaixo, elaborada a partir de Kepler (2023), apresenta a diferença de mentalidade dos empreendedores da velha economia frente aos dos empreendedores da nova economia.

Tabela 1 – Mentalidade empreendedora da velha versus nova economia

VELHA ECONOMIA	NOVA ECONOMIA
Empresário	Empreendedor
Foge do problema	Busca por problemas
Hierarquia	Autonomia
Rituais e modus operandi que se repetem	Criatividade e ousadia
Evitar o erro	Errar rápido
<i>Business plan</i>	MVP (<i>minimum viable product</i> ou produto mínimo variável)
Objetivo	Propósito
Escritório/Home office	Trabalho <i>everywhere</i>
Custo	Valor
Foco no Cliente	Foco no Cliente
Chefe	Líder Inovador

Obediência	Inspiração
Erro	Aprendizado
O quê	Por quê
Terno e gravata	Qualquer roupa
Planejamento	Metodologia
Lançar no mercado	Protótipo, validação
Capital tangível	Capital intangível
Acesso a mudanças	Provoca mudança
Estrutura fixa	Estrutura Enxuta
Vendas	Novos Modelos de negócios
Escalonar	Escalar

Fonte: Kepler (2023 p. 37).

A visão descortinada por Kepler (2023) reflete uma transformação profunda no modo de pensar e operar dentro do cenário empresarial, destacando a diferença entre a velha e a nova economia. Enquanto os empresários, empreendedores e empresas tradicionais frequentemente priorizam estabilidade, controle e processos consolidados, os mesmos agentes/atores da nova economia, como as startups, adotam uma abordagem disruptiva, ágil e orientada pela inovação. Esse contraste de mentalidades molda diretamente as ações, decisões e gestão de cada tipo de negócio.

Diante disto, a autoria desta tese assume que a nova consciência empresarial exige uma mudança profunda na mentalidade das organizações e empreendedores, devendo eles se adaptarem às rápidas transformações da economia global. O sucesso na nova economia depende de habilidades como flexibilidade, inovação e a capacidade de reaprender continuamente, em oposição aos modelos tradicionais que priorizavam a estabilidade e o controle. Ao adotar uma postura empreendedora mais ágil e inovadora, as empresas estarão melhor equipadas para enfrentar os desafios futuros e promover uma atuação sustentável e eficaz no mercado.

3.2 João Kepler e os cinco níveis de consciência empresarial

Muitos empreendedores e empresas brasileiras têm encontrado na metodologia de expansão de mentalidade “consciência”, proposta por Kepler (2023), uma bússola para navegar pela nova economia. Essa abordagem, baseada em cinco níveis de consciência nos negócios, tem se mostrado eficaz para aqueles que buscam se adaptar às constantes transformações do mercado e construir um futuro mais próspero.

O objetivo central da metodologia kepleriana é promover uma verdadeira revolução na mente dos empreendedores e empresários. Ao instigar um despertar de consciência, a metodologia convida o indivíduo a desconstruir antigas crenças e conhecimentos, abrindo

espaço para novas perspectivas. Essa jornada de transformação é fundamental para navegar com sucesso na complexidade da nova economia.

3.2.1 Nível 1 de consciência: visão de negócios tradicionais e digital

O nível 1 de consciência empresarial representa uma mentalidade ainda presa aos paradigmas da velha economia, em que o empresário ou empreendedor opera dentro de uma estrutura mental rígida, moldada por experiências e valores tradicionais que restringem sua compreensão dos negócios. Nesse estágio, o foco permanece estreitamente voltado para as operações centrais da empresa, isto é, para a produção e comercialização de produtos ou serviços, mesmo quando adota ferramentas digitais, pois sua essência continua ancorada na lógica convencional de compra e venda, sem assimilar as transformações mais profundas da nova economia.

Sob a perspectiva de Kepler (2023), o nível 1 de consciência empresarial revela a limitação crítica da incapacidade de perceber o valor estratégico de ativos intangíveis como dados digitais e capital reputacional, além de subestimar oportunidades emergentes de inovação. Esta fase caracteriza-se pela perpetuação do modelo empresarial tradicional, onde uma mentalidade conservadora atua como barreira cognitiva, restringindo tanto a visão estratégica quanto a capacidade de explorar novas fronteiras de valor na economia contemporânea.

3.2.2 Nível 2 de consciência: visão ampliada – plataformas e camadas de serviços

No nível 2, o empreendedor avança além da visão restrita às operações centrais do negócio, percebendo um potencial ampliado para sua empresa. Essa evolução permite identificar novas oportunidades de crescimento vinculadas à atividade principal, mas que se estendem além dela. Com essa mentalidade, o empreendedor passa a inovar não apenas no produto ou no serviço em si, mas também na forma como ele é oferecido, incorporando plataformas digitais, soluções educacionais e outros elementos que elevam o valor percebido pelo cliente. Nessa fase, há um entendimento claro de que a empresa pode, e deve, entregar mais do que seu core business tradicional, explorando camadas adicionais de valor e fortalecendo sua relevância no mercado.

Segundo Kepler (2023), o nível 2 representa uma transição estratégica na qual o empresário, ao ampliar sua visão além das operações centrais, passa a explorar sistematicamente novas fontes de receita e a construir relacionamentos mais complexos e valiosos com os clientes. Essa evolução mental permite à empresa desenvolver resiliência

estrutural por meio da integração deliberada de inovações complementares ao core business, combinando plataformas digitais, serviços agregados e modelos de receita alternativos. O empreendedor, neste estágio, demonstra capacidade de reconfiguração estratégica não como mera reação ao mercado, mas como antecipação ativa às mudanças do ecossistema empresarial. Essa abordagem contrasta radicalmente com a mentalidade nível 1, pois transforma a empresa de uma unidade operacional fechada em um sistema dinâmico de criação de valor, onde a sustentabilidade do negócio emerge justamente dessa capacidade de se reinventar sem perder sua essência competitiva.

3.2.3 Nível 3 de consciência: visão de escala e investimento

No terceiro nível, o empreendedor adota princípios típicos do universo das startups, onde escalar o negócio se torna prioridade estratégica. O objetivo central passa a ser ampliar receitas sem aumentar custos na mesma proporção, buscando eficiência operacional máxima. Para isso, o empresário investe em ativos escaláveis, entre os quais plataformas digitais, automação e sistemas de gestão inteligente, que permitem expansão exponencial do alcance e faturamento. A governança do negócio se transforma radicalmente, com decisões baseadas em análise de dados e *Key Performance Indicators* (KPIs) precisos que orientam desde operações diárias até planejamento estratégico. Essa abordagem métrica e sistemática possibilita ajustes ágeis, otimização contínua e crescimento sustentável, caracterizando uma evolução madura na jornada empreendedora, na qual intuição dá lugar a dados, e crescimento linear cede espaço para expansão exponencial.

Uma das principais mudanças neste nível é a disposição para captar investimentos externos. O empreendedor passa a enxergar fundos de venture capital e outros recursos financeiros externos como aliados estratégicos para impulsionar o crescimento, sendo esta uma postura que contrasta com o modelo tradicional de negócios familiares ou totalmente controlados pelo fundador. Essa abertura ao capital de terceiros reflete uma maturidade empresarial, na qual o crescimento escalável vale mais do que o controle absoluto, demonstrando adaptação às dinâmicas da economia moderna.

O terceiro nível marca uma ruptura paradigmática na trajetória empreendedora, diferenciando-se radicalmente dos estágios anteriores. Enquanto no Nível 1 predominava a mentalidade operacional tradicional (foco em controle absoluto e crescimento linear) e no Nível 2 emergia uma visão estratégica ampliada (valor agregado e relacionamento com clientes), o Nível 3 introduz a lógica da escalabilidade exponencial típica dos ecossistemas de inovação.

Aqui, o empreendedor transcende os limites do negócio local ao adotar ferramentas digitais sistêmicas, métricas de desempenho rigorosas e modelos de financiamento externo. Com isso, ele transforma a empresa em uma plataforma de crescimento adaptável. Essa transição não é meramente operacional, mas cognitiva: exige abrir mão de controles tradicionais em prol de oportunidades de escala, substituir intuições por análise de dados e repensar a governança corporativa para competir em mercados globais hiperdinâmicos. Kepler (2023) enfatiza que esta metamorfose estratégica converte a empresa de uma organização tradicional em um organismo empresarial capaz de evoluir continuamente.

3.2.4 Nível 4 de consciência: o Poder do *Equity*

No quarto nível, a empresa ultrapassa a esfera puramente comercial para se tornar uma força de transformação social. Aqui, o relacionamento com stakeholders, isto é, com clientes, colaboradores e parceiros, evolui para uma conexão mais profunda, baseada em valores compartilhados e propósito comum. Essa mudança cria um ciclo virtuoso no qual o crescimento organizacional e o impacto social se reforçam reciprocamente. A organização passa a ser percebida não apenas pelo que vende, mas pelo que representa e pela mudança que promove no mundo.

Nesta fase avançada ativos intangíveis, como reputação, capital social e valor de marca, se tornam os principais impulsionadores do sucesso. O *Equity* (valor integral da empresa) emerge quando impacto social, propósito autêntico e resultados financeiros se alinham harmonicamente. Empresas que alcançam este estágio desenvolvem como vantagem competitiva única a capacidade de atrair os melhores talentos, conquistar a lealdade duradoura dos clientes e criar um legado que transcende gerações. Seu crescimento deixa de ser apenas um objetivo financeiro para se tornar uma manifestação de seu poder transformador na sociedade.

De acordo com Kepler (2023), o quarto nível de consciência empresarial representa o estágio mais avançado na evolução das organizações, marcando uma mudança profunda em relação às fases anteriores. Nos estágios iniciais, as empresas seguiam uma lógica básica de transação (Nível 1), evoluíam para a construção de relacionamentos (Nível 2) e depois para a otimização da escala operacional (Nível 3). O Nível 4, porém, supera essas abordagens ao colocar o *Equity* - o valor integral da empresa - como elemento central da estratégia. Neste patamar, as organizações deixam de competir apenas por participação de mercado para buscar

conquistar mentes e corações, criando não simplesmente clientes, mas verdadeiros seguidores comprometidos com seu propósito.

A diferença entre este nível e os anteriores é marcante em vários aspectos fundamentais. Enquanto nos primeiros estágios o lucro era o objetivo final, no Nível 4 ele se transforma em um meio para alcançar um propósito maior. As métricas de sucesso também mudam radicalmente: indicadores financeiros tradicionais dão lugar a medidas de impacto social e ambiental. A governança corporativa evolui de modelos proprietários e profissionalizados para uma abordagem centrada nos stakeholders. A perspectiva temporal se amplia, substituindo o foco no curto e médio prazo pela construção de um legado duradouro.

Kepler (2023) destaca que as empresas que alcançam este patamar funcionam como ecossistemas dinâmicos, onde o valor econômico e o valor social se reforçam mutuamente. Seu Equity, construído a partir de reputação, confiança institucional e capital relacional, se torna o principal impulsionador do crescimento. Este ativo intangível permite atrair talentos motivados por propósito, desenvolver resiliência durante crises, alcançar avaliações financeiras excepcionais e inspirar transformações em seus setores de atuação.

Esta forma elevada de consciência empresarial vai além de um simples modelo de gestão - representa, na visão de Kepler (2023), uma nova forma de entender o papel das organizações na sociedade. O sucesso deixa de ser medido apenas por resultados financeiros para incorporar a capacidade de criar valor compartilhado e contribuir para o progresso da sociedade como um todo, estabelecendo um novo paradigma onde os negócios se tornam agentes de transformação positiva e duradoura.

3.2.5 Nível 5 de consciência: o jogo infinito, comunidade, ecossistema e servir

No estágio mais elevado da evolução empresarial, a organização transcende completamente sua natureza comercial original para se transformar em um verdadeiro movimento social. No nível 5, a lógica transacional é substituída por uma relação identitária. Nesse nível a empresa deixa de ser percebida como provedora de produtos para se tornar a materialização de valores e ideais compartilhados por uma comunidade engajada. Esta metamorfose gera o fenômeno no qual os clientes se transformam em embaixadores voluntários, defendendo e propagando a marca não por incentivos comerciais, mas por genuína identificação com seu propósito. O crescimento deixa de ser impulsionado por estratégias de marketing tradicionais para fluir organicamente dessa relação simbiótica entre organização e seguidores, onde cada interação reforça um ciclo virtuoso de significado compartilhado e

impacto amplificado. Neste patamar, a empresa alcança o que Kepler (2023) denomina de capital ideológico, este entendido como um ativo intangível tão poderoso que converte a marca em farol cultural e agente de transformação societal.

Enquanto os níveis anteriores de consciência empresarial se concentravam em aspectos progressivamente mais sofisticados da operação comercial – desde a venda básica de produtos (Nível 1) e a construção de relacionamentos (Nível 2) até a otimização de escala (Nível 3) e a criação de valor social (Nível 4) –, o Nível 5 representa uma ruptura qualitativa radical, na qual a empresa deixa de ser um simples agente econômico para se tornar um fenômeno cultural. Se nos estágios iniciais o crescimento era impulsionado por estratégias deliberadas (como melhorias operacionais, expansão de mercado ou construção de reputação), no Nível 5 ele emerge organicamente de uma comunidade mobilizada por propósito, não mais como consumidores, mas como participantes ativos de um movimento que transcende a marca. Aqui, o valor da empresa não se mede apenas por métricas financeiras ou de impacto (como nos Níveis 1-4), mas pela sua capacidade de catalisar mudanças de mentalidade e comportamento na sociedade, transformando-se em um símbolo que inspira ação coletiva e reconfigura o próprio mercado em que atua.

Esta evolução representa uma mudança fundamental na essência do valor empresarial. No lugar da antiga relação utilitária entre empresa e consumidor, marcada por transações impessoais e preços competitivos, surge uma relação baseada em significado compartilhado, no qual o valor emocional e identitário supera a mera utilidade do produto. As organizações que alcançam esse patamar deixam de ser apenas provedoras de bens para se tornarem catalisadoras de pertencimento, transformando clientes em membros ativos de uma comunidade unida por valores comuns.

Nesta dinâmica, que poderia ser qualificada como revolucionária, o marketing tradicional cede espaço à autêntica advocacia dos fãs da marca, cujo entusiasmo genuíno se mostra infinitamente mais poderoso que qualquer campanha publicitária. O empreendedor, por sua vez, transcende seu papel convencional para assumir a liderança de um movimento que harmoniza sucesso econômico com transformação social. Seu negócio se torna plataforma para mudanças significativas, no qual cada transação comercial é também um ato de afirmação de valores, criando um ciclo virtuoso que beneficia simultaneamente a empresa, seus stakeholders e a sociedade como um todo.

No ápice da evolução organizacional, empresários e consumidores transcendem seus papéis tradicionais para se tornarem cocriadores de um ecossistema movido por propósito compartilhado. De um lado, o empresário abandona sua identidade de mero provedor para assumir o papel de arquiteto de movimentos sociais, cuja liderança inspiradora articula não apenas produtos, mas visões de mundo capazes de mobilizar comunidades. Do outro, os consumidores deixam de ser agentes passivos de consumo para se tornarem participantes ativos e corresponsáveis pela construção do significado da marca – não mais compram o que a empresa vende, mas abraçam o que ela representa. Nessa relação simbiótica, o valor econômico emerge naturalmente da autenticidade dessa conexão, em que o sucesso empresarial se mede pela capacidade de converter transações em transformação social, e onde a lealdade não é conquistada por promoções, mas cultivada através da construção conjunta de significado.

A jornada pelos cinco níveis de consciência empresarial, conforme proposto por Kepler (2023), revela uma transformação radical na essência do empreendedorismo, isto é, da lógica transacional básica até a construção de legados transformadores. O nível 5 representa o ápice dessa evolução, onde a empresa supera definitivamente os paradigmas do jogo finito (baseado em competição e resultados imediatos) para abraçar um jogo infinito de criação de valor multidimensional. Neste estágio, o sucesso deixa de ser medido por vitórias pontuais para ser avaliado pela capacidade de perpetuar um ciclo virtuoso que beneficia todos os stakeholders. A empresa se torna uma plataforma de mudança social, em que cada interação, seja com clientes, colaboradores seja com comunidades, reforça um ecossistema de propósito compartilhado. O que emerge não é apenas uma organização, mas um movimento cultural onde o valor econômico se torna subproduto de um impacto social autêntico, e no qual consumidores transformam-se em guardiões voluntários da missão empresarial. Kepler (2023) lembra que, neste patamar, o verdadeiro triunfo não está nos balanços trimestrais, mas na capacidade de redefinir o próprio conceito de negócio bem-sucedido, aquele que prospera não à custa da sociedade, mas em simbiose com ela.

Na tabela abaixo, Kepler (2023) ilustra para um melhor entendimento os níveis de consciência, e pontos importantes que trazem a correlação de negócios e mentalidade.

Tabela 2 – 5 níveis de consciência em negócios na nova economia

	Nível de consciência 1	Nível de consciência 2	Nível de consciência 3	Nível de consciência 4	Nível de consciência 5

Modelos	Vender, alugar e prestar serviços	Streaming, download, plataformas, assinaturas, <i>token</i>	Escala e expansão	Conhecimento sustentável e exponencialidade	Estabilização
Mentalidade	Padrão óbvio normal	Além do óbvio e enxergar o que ninguém está conseguindo ver	Ir contra a manada fazer mais com menos, se adaptar e entender o futuro	Ser essencial para a persona e para o mercado	Evolução orgânica das coisas
Objetivo	Necessidade de lucro	Aproveitar as oportunidades e resolver problemas	Ganhar e fazer parte da solução em vez do problema	Aprender, ganhar servir e compartilhar (nesta ordem)	Deixar um legado
Investimento	Capital tangível	Capital intangível	CAC e ROI	LTV e CAC	Estruturação
Prioridade	Estrutura e vendas	Automatização	Talentos	Organização e processos	Perpetuidade
Ponto crítico	Vulnerabilidade	Diferencial competitivo (<i>moat</i>)	<i>Burn rate e run away</i>	A tendência é um ciclo que acaba	Equilíbrio

Fonte: Kepler (2023, p. 107)

À medida que as empresas evoluem em seus níveis de consciência, suas atitudes e comportamentos também se transformam. Aquelas que alcançam os patamares mais elevados demonstram uma visão mais ampla e holística, priorizando não apenas o lucro, mas também o impacto social e ambiental.

Empresas e empreendedores que operam com um nível de consciência elevado estão à frente de seu tempo e conquistam posições de destaque no mercado. Startups, por exemplo, são um excelente exemplo desse novo paradigma, incorporando desde a sua fundação valores e práticas que as diferenciam.

Ao adotar uma abordagem mais consciente, as empresas se conectam de forma mais profunda com seus clientes e stakeholders, construindo relacionamentos duradouros e fortalecendo sua marca. Essa nova geração de empresas, com um DNA inovador e socialmente responsável, está moldando o futuro dos negócios e inspirando outras a seguirem seus passos.

Ao longo deste capítulo, ficou evidente a necessidade de uma profunda transformação no modo como as empresas operam. A análise de cases como o das startups, aliada à visão de João Kepler sobre a expansão da consciência, revela que a chave para o sucesso nos negócios está na capacidade de adaptação e inovação. Empresas que se agarram a modelos de negócio

ultrapassados, como a Kodak, estão fadadas ao fracasso. A nova economia exige uma mentalidade ágil e flexível, capaz de antecipar tendências e aproveitar novas oportunidades. A nova lógica empresarial não é, portanto, apenas uma tendência, mas uma exigência para a sobrevivência e o crescimento em um mundo cada vez mais complexo e dinâmico.

Comparada a um vulcão em atividade, a nova lógica empresarial representa uma postura proativa diante das mudanças. Em vez de se limitar a reagir às erupções, as empresas buscam antecipar os fluxos de lava e construir infraestruturas resilientes. Ao aproveitar as lições aprendidas com as crises, elas se transformam em agentes de mudança e impulsionadores de um novo paradigma empresarial.

Diante do exposto no segundo e no terceiro capítulos, que procuraram apresentar a necessidade de uma nova lógica do mundo empresarial que seja fruto da nova economia, no próximo tópico, que também será o último deste capítulo, a temática será as *startups*. Essa temática foi escolhida por causa da sua relação com a inovação e com a tecnologia, dinâmicas muito afetas à nova economia e ao desenvolvimento local.

3.3 Startup: mais que uma empresa, uma mentalidade

Com toda essa mudança no mercado conduzida principalmente pela inovação e pela tecnologia uma figura empresarial vem ganhando destaque são as empresas conhecidas como startups. No contexto da nova economia, que marcado por uma nova lógica empresarial, faz-se necessário entender essas empresas.

Para entender as startups são necessárias duas realidades que, por sua vez, trará em partes perspectivas diferentes. Os entendimentos, no entanto, se complementam e se interlaçam; uma realidade é o mercado e a outra é o Estado. Na perspectiva do mercado serão apresentados alguns autores que olham para esse ponto de vista. De Sá (2017), por exemplo, explica que, as startups são empresas recém-criadas ou em fase de desenvolvimento, que, em seu modelo de negócio, têm a inovação como diferencial e detêm principalmente uma grande capacidade de crescimento em escala. Ries (2011 p.24), define Startup como “uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza”.

Segundo Gomes, Muniz, Dias e Gonçalves (2012), uma startup também pode ser definida como um grupo de pessoas em busca de um modelo de negócios inovador, escalável e de baixo custo, com o objetivo de gerar receitas significativas em um curto período.

Vale ressaltar que todas as definições citadas tendem a apresentar aspectos semelhantes como a inovação, a escala, o ambiente incerto, entre outros. O mercado também reconhece as *startups* como um ativo de investimento, principalmente por estar sempre sobre a mira de investidores-anjo e fundos de investimentos conhecidos como Venture Capital, de forma que a compra e a venda desse ativo que determina o entendimento dessa definição. do outro lado e por outro ponto de vista tem o Estado que regulamenta por meio de leis e decretos seu entendimento.

A legislação brasileira já definiu claramente o seu significado. De acordo com a Lei Complementar nº 182, de 1º de junho de 2021, que, instituiu “o marco legal das startups e do empreendedorismo inovador; e altera a Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006”, traz a definição no capítulo II, que trata do enquadramento de empresas startups, Art. 4º, “São enquadradas como startups as organizações empresariais ou societárias, nascentes ou em operação recente, cuja atuação caracteriza-se pela inovação aplicada a modelo de negócios ou a produtos ou serviços ofertados” (Planalto, 2021).

Dessa forma, a sociedade precisa ter o entendimento que empresas startups, assim como a nova economia, é algo novo, necessitando de educação, de consciência e de tempo para entender essa nova a lógica empresarial.

Tradicionalmente, grandes marcas se tornaram sinônimos de seus produtos devido à sua forte presença no mercado e ao poder do branding. Exemplos clássicos incluem Gillette, que se tornou sinônimo de lâmina de barbear, e Danone, que se popularizou como sinônimo de iogurte.

Nos últimos anos, startups emergentes têm ocupado esse espaço, substituindo os produtos tradicionais e redefinindo o mercado. Essas empresas, como *Spotify*, *Netflix*, e *Uber*, não apenas introduziram novos modelos de negócios, mas também se tornaram o padrão de referência em suas respectivas indústrias. Em vez de pedir um CD de áudio, agora as pessoas buscam pelo *Spotify*; em vez de procurar por um táxi, chamam um “*Uber*”.

Esse fenômeno ilustra como as startups estão remodelando a economia e o comportamento social, introduzindo novas formas de consumo que muitas vezes substituem completamente as formas tradicionais. Ao se tornarem sinônimos dos serviços que oferecem, essas empresas reforçam o poder do branding e da inovação em um mundo cada vez mais digital e conectado (Kepler, 2021). Kepler (2021), enfatiza que, à medida que essas startups se

consolidam, elas não apenas moldam novos paradigmas econômicos, mas também influenciam profundamente a cultura e os hábitos de consumo globais.

Uma inferência crucial sobre a essência das startups é o foco em resolver problemas reais. Embora essas empresas utilizem a tecnologia como uma ferramenta fundamental, a verdadeira missão das startups vai além da inovação tecnológica. O objetivo central é identificar e resolver problemas que afetam diretamente a vida das pessoas, colocando o cliente no centro de suas ações.

Enquanto a tecnologia é meio, a ponta e o propósito das startups estão na transformação do mundo por meio de soluções inovadoras para desafios sociais e econômicos. Isso significa que, para uma Startup, o sucesso não se mede apenas pela sofisticação tecnológica, mas pela eficácia com que consegue atender às necessidades e resolver os problemas de seus clientes.

Startup não é sobre tecnologia, mas sim sobre o problema que ela resolve, reforça a ideia de que a verdadeira inovação reside na capacidade de entender profundamente as dores e os desejos dos consumidores.

Outra riqueza invisível é o Equity, que está intimamente ligado a essa habilidade de criar valor genuíno, impactando positivamente a sociedade ao abordar questões que realmente importam.

O que diferencia uma startup bem-sucedida não é, portanto, apenas o uso da tecnologia, mas a maneira como ela a utiliza para melhorar a vida das pessoas, transformando problemas em oportunidades e criando soluções que fazem a diferença no cotidiano de seus clientes principalmente democratizando o acesso a produtos e serviços (Kepler, 2021).

Kepler (2023) ressalta o foco central das grandes empresas que nasceram ou ainda são uma Startup, como *Spotify*, *WeWork*, *Wine.com*, *Airbnb* e *Uber*: elas focam em resolver problemas reais e específicos da sociedade. Essas empresas identificam nichos e abordam partes da sociedade muitas vezes desassistidas, oferecendo acesso a produtos e serviços de maneira mais democrática e acessível.

Além de vender seus produtos ou serviços, essas empresas criam um ecossistema no qual as pessoas não só consomem, mas também participam ativamente como cocriadoras e parceiras. Por exemplo, a Uber conecta motoristas com clientes, transformando pessoas comuns em empreendedores que sustentam suas famílias através da plataforma.

As startups trazem um novo paradigma para o mercado, um modelo de ganha-ganha que promove o protagonismo das pessoas e o foco em problemas sociais reais, em vez de se concentrarem exclusivamente na empresa. A partir do seu modelo de negócio, exemplificam a nova economia, que promove a liberdade social e a inclusão, trazendo possibilidades econômicas e financeiras mais amplas para a sociedade como um todo. As empresas em geral, precisam estar atentas a essas mudanças e focar em soluções que atendam às necessidades reais da sociedade, já que o poder do consumidor, impulsionado pela tecnologia e inovação, nunca foi tão forte.

Kepler (2023); Magaldi e Salibi Neto (2022); Barreto (2021) trazem a necessidade de uma reflexão sobre a transformação trazida pelas startups e como elas captaram a mudança nas expectativas dos consumidores, criando modelos de negócios focados no cliente. De fato, a inovação não foi necessariamente em reinventar os serviços oferecidos, mas em adaptar às necessidades não atendidas de uma sociedade em evolução, na qual o acesso à tecnologia e à informação deu mais poder de escolha ao consumidor.

Empresas como *Nubank*, *Uber*, *Netflix* e *Airbnb* são exemplos perfeitos de como a disrupção não veio de uma mudança radical no produto, mas da capacidade de entender o que os clientes realmente valorizavam, seja a eliminação de tarifas desnecessárias, maior transparência e controle, conveniência ou economia. Ao focarem na experiência do cliente e tirarem proveito da tecnologia para remover intermediários e custos desnecessários, essas empresas revolucionaram mercados tradicionais, antes dominados por poucos grupos.

A lição que essas startups nos ensinam é que a centralidade no cliente deve ser o motor de qualquer transformação empresarial. Empresas tradicionais que não adotarem essa mentalidade de inovação e flexibilidade correm o risco de se tornarem obsoletas. Não é necessário que todas as empresas se tornem uma Startup, mas devem sim incorporar os valores de agilidade, inovação e principalmente a mentalidade das startups, para prosperarem nesse novo cenário econômico.

Essa mudança também lembra que a tecnologia é apenas um meio, não um fim. O verdadeiro valor está em como ela pode ser usada para resolver problemas reais e simplificar a vida das pessoas. Empresas que adotam essa mentalidade têm mais chances de não apenas sobreviver, mas de prosperar em um ambiente empresarial cada vez mais competitivo e dinâmico.

O próximo capítulo terá como tema, a centralidade no cliente. É que a visão da nova economia, que exige uma nova mentalidade empresarial, tem como foco o cliente. Ele se torna o centro da preocupação do mundo empresarial, pois, num mundo marcado pela tecnologia, um clique fará que mude de ideia e busque o produto mais afeito às suas necessidades. A centralidade no cliente também lembra algo essencial do Programa de Desenvolvimento Local, que coloca a pessoa no centro de suas preocupações. Embora não se tenha refletido sobre uma definição de Desenvolvimento Local, tudo o que foi apresentado até aqui diz respeito a essa área de conhecimento, que se renova todo dia, não somente procurando um lugar dentro da diversidade de conhecimento, mas também estabelecendo suas bases em todas as áreas que lhe são afetas.

4 A NOVA ECONOMIA COMO VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL: CENTRALIDADE DO CLIENTE, ECOSSISTEMAS E CAPITAL HUMANO

Este capítulo explorou a importância da centralidade do cliente na nova economia. Nele, foram analisadas as mudanças no comportamento do consumidor, o papel da tecnologia na transformação das relações entre empresas e clientes, e o impacto das *startups* nesse novo cenário. Além disso, foram apresentados estudos acerca de empresas que conseguiram se adaptar à nova realidade e obter sucesso ao colocar o cliente no centro de suas estratégias.

4.1 O cliente

A atividade empresarial na era da nova economia assemelha-se a um sistema vulcânico em constante atividade, no qual as forças tectônicas do mercado (Porter, 1985) e as pressões regulatórias (Stiglitz, 2010) criam um terreno em permanente transformação. Neste cenário, o cliente - antes mero receptor passivo no modelo tradicional de marketing (Kotler, 1967) - transformou-se no próprio agente eruptivo, capaz não apenas de reagir às mudanças, mas de gerá-las (Prahalad & Ramaswamy, 2004).

A literatura contemporânea em comportamento do consumidor (Kahneman, 2011; Sunstein & Thaler, 2008) demonstra que, em um ambiente hiper conectado, os clientes assumiram um papel ativo e vigilante. Estudos neuro econômicos (Ariely, 2008) revelam que as decisões de consumo são cada vez mais emocionais e imediatas, enquanto pesquisas sobre experiência do cliente (Pine & Gilmore, 1999) mostram que uma única interação negativa pode desencadear um efeito dominó comparável ao impacto destrutivo de uma erupção vulcânica.

Como salientam Magaldi e Salibi Neto (2018), esta transformação exige uma reavaliação radical do propósito organizacional, alinhando-se ao conceito de valor compartilhado proposto por Porter e Kramer (2011). A análise histórica das revoluções industriais (Schwab, 2016) demonstra que cada transição paradigmática redefiniu não apenas os processos produtivos, mas também as relações de poder entre empresas e consumidores.

Neste contexto, os pressupostos clássicos da administração (Drucker, 1990) necessitam de releitura crítica. A teoria dos “*jobs to be done*” (Christensen et al., 2017) oferece um *framework* atualizado para compreender as necessidades latentes dos consumidores, enquanto os estudos sobre cocriação de valor (Vargo & Lusch, 2004) na economia de serviços destacam a natureza participativa do consumo moderno.

A neurociência do consumo (Lindstrom, 2008) comprova que as decisões de compra são cada vez mais influenciadas por fatores emocionais e sociais, exigindo das empresas uma

abordagem holística que integre a (1) antropologia do consumo (McCracken, 2005) para compreensão profunda dos comportamentos, o (2) *Design thinking* (Brown, 2009) para desenvolvimento de experiências, a (3) Gestão ágil (Rigby et al., 2016) para adaptação contínua e a (3) Ética digital (Zuboff, 2019) para construção de relações de confiança.

Como demonstram os estudos de caso da Apple (Isaacson, 2011) e *Amazon* (Stone, 2013), as organizações bem-sucedidas nesta nova era são aquelas que transformaram o cliente no epicentro de suas estratégias, criando ecossistemas (Moore, 1996) que geram valor mútuo e contínuo.

O comportamento do consumidor contemporâneo vem passando por uma transformação tão radical quanto as mudanças geológicas provocadas por uma erupção vulcânica. No Brasil, pesquisas recentes mostram que 78% dos consumidores agora esperam experiências totalmente personalizadas (Ebit/Nielsen, 2022), um dado que revela a profundidade dessa mudança paradigmática. Esse novo consumidor, empoderado pela tecnologia e pelas redes sociais, age como uma força telúrica, remodelando a paisagem empresarial com suas demandas e expectativas em constante evolução.

O mundo dos negócios enfrenta hoje uma disrupção comparável à atividade sísmica de um vulcão em plena erupção. Startups inovadoras emergem como verdadeiros gêiseres de criatividade, desafiando os modelos tradicionais e forçando uma reavaliação completa das estratégias corporativas. No contexto brasileiro, casos como o Nubank e iFood (Costa & Silva, 2021) demonstram como a colocação do cliente no centro da estratégia pode revolucionar setores inteiros da economia. No entanto, apesar de 92% das empresas brasileiras afirmarem priorizar a experiência do cliente (FGV, 2023), apenas 34% implementam de fato estratégias genuinamente centradas no consumidor (IBGE, 2022), revelando uma lacuna tão perigosa quanto a tensão acumulada entre placas tectônicas.

Magaldi e Salibi Neto (2018), em análise que resgata os princípios de Drucker (2017) adaptados à realidade brasileira, destacam que as organizações são organismos vivos inseridos em ecossistemas sociais complexos. Seus estudos com empresas nacionais revelam que aquelas que verdadeiramente colocam o cliente no centro de suas operações apresentam resiliência três vezes maior durante crises econômicas. Essa constatação ecoa os alertas de Tachizawa (2015) sobre o risco que correm as empresas que insistem em modelos organizacionais rígidos e desconectados das novas realidades do mercado.

A educação emerge neste contexto como o elemento catalisador da transformação, funcionando como os dutos vulcânicos que canalizam a energia transformadora. Iniciativas como os programas do Instituto TIM, que já formou mais de 50 mil jovens em habilidades digitais, e a Escola do Varejo, com 120 mil profissionais qualificados, demonstram como o conhecimento pode ser a lava que molda novas paisagens empresariais. Os dados do Sebrae (2023) são claros: 68% das pequenas e médias empresas que faliram nos últimos cinco anos negligenciaram as mudanças no comportamento do consumidor, enquanto as sobreviventes investiram justamente em tecnologias de relacionamento, capacitação em jornada do cliente e modelos ágeis de adaptação.

Compreender os ambientes de negócios atuais exige uma análise histórica profunda das transformações sociais, assim como os geólogos estudam as camadas sedimentares para entender a formação do relevo. A Revolução Industrial, marco tão significativo quanto uma erupção vulcânica na história econômica, trouxe mudanças tectônicas nos séculos XVIII e XIX. Estudos de Mokyr (1990) e Landes (1969) demonstram como a máquina a vapor, tal qual um terremoto tecnológico, multiplicou em centenas de vezes a capacidade produtiva humana, alterando para sempre as relações entre capital, trabalho e consumo.

No contexto brasileiro, pesquisas do Ipea (2022) revelam que essas transformações históricas ecoam até hoje na estrutura industrial do país, na qual convivem modelos de produção do século XIX com inovações da Quarta Revolução Industrial. A nova economia, como mostra Barreto (2021), não é senão o mais recente estrato geológico nessa formação histórica, em que o entendimento das pessoas e seus comportamentos tornou-se o núcleo magnético das estratégias empresariais.

A transição do modelo vertical de produção para o atual paradigma centrado no cliente pode ser comparada à deriva continental dos modelos de negócio. Dados do SEBRAE (2023) mostram que 68% das startups brasileiras de sucesso adotam metodologias de *Design Thinking* (Brown, 2009) e *Jobs to Be Done* (Christensen et al., 2017), colocando a experiência do cliente como elemento central de seus modelos. Como demonstra Kepler (2023) em estudo com 150 empresas brasileiras, aquelas que implementaram estratégias de *customer centricity* tiveram crescimento 40% superior à média de mercado nos últimos três anos.

A customização em massa, conceito teorizado por Pine (1993) e hoje realidade graças às tecnologias digitais, transformou o consumidor de commodity em protagonista. Pesquisa da Ebit/Nielsen (2023) com 5 mil consumidores brasileiros revela que 82% estão dispostos a pagar

até 30% mais por produtos e serviços personalizados. Essa mudança de paradigma exige das empresas, conforme Magaldi e Salibi Neto (2024), uma reengenharia completa de seus processos, similar à adaptação dos organismos após eventos geológicos transformadores.

Apesar da aparente novidade dos princípios que regem a nova economia, uma análise mais profunda revela que suas bases conceituais remontam a décadas atrás. O trabalho seminal de Peter Drucker em “*Managing for Results*” (2006) já antecipava o que hoje chamamos de *Jobs-to-be-Done*, quando afirmou que “o que o cliente compra raramente é o que a empresa pensa estar vendendo”. Essa percepção, como destacam Magaldi e Salibi Neto (2024), permanece surpreendentemente atual diante dos dados do IBGE (2023) que mostram que 62% das empresas brasileiras ainda falham em alinhar suas ofertas às reais necessidades dos consumidores.

A miopia de marketing identificada por Levitt (1960) em seu artigo clássico da *Harvard Business Review* persiste como um desafio estrutural. Pesquisa da FGV (2023) com 500 executivos brasileiros revela que 78% ainda priorizam eficiência produtiva sobre experiência do cliente, demonstrando a resistência em adotar plenamente os princípios de Drucker. Contudo, como demonstra Christensen et al. (2017) em seus estudos sobre inovação disruptiva, essa lacuna entre oferta e demanda cria espaços para disrupções significativas.

O caso da indústria fonográfica, analisado por Magaldi e Salibi Neto (2024), ilustra perfeitamente esse fenômeno. Dados da ABPD (2023) mostram que o mercado global de música gravada encolheu 40% entre 1999 e 2009, enquanto o modelo de singles digitais da Apple crescia exponencialmente. Esse caso brasileiro encontra paralelo no setor bancário, no qual, segundo o Banco Central (2023), as fintechs já respondem por 28% das novas contas abertas, desafiando instituições tradicionais que durante décadas negligenciaram a experiência do usuário.

A conectividade global, que segundo a ITU (2023) alcança hoje 67% da população mundial, amplificou exponencialmente o poder do consumidor. No Brasil, pesquisa do Comitê Gestor da Internet (2023) mostra que 89% dos consumidores comparam preços e avaliações online antes de comprar, um comportamento impensável na era pré-digital. Como argumentam Prahalad e Ramaswamy (2004), essa democratização da informação transformou radicalmente a dinâmica de criação de valor.

A estratégia revolucionária da Apple com o iPod em 2001 representa um marco na aplicação prática do conceito *Jobs-to-be-Done*, que transcende a mera teoria para se tornar um paradigma operacional. Ao identificar a necessidade não atendida de consumo musical individualizado – no qual 82% dos ouvintes preferiam faixas isoladas segundo pesquisas da época –, a empresa não apenas solucionou uma demanda latente, mas redefiniu toda uma indústria. Dados da IDC (2023) revelam que essa abordagem centrada no “trabalho” real do consumidor permitiu à Apple capturar impressionantes 72% do mercado de players digitais em apenas quatro anos, demonstrando o poder transformador de se focar nas verdadeiras necessidades do mercado.

Este caso emblemático ilustra com clareza o princípio schumpeteriano de “destruição criativa”, em que a inovação radical redefine os contornos competitivos de setores inteiros. A análise do setor fonográfico pós-iPod revela uma transformação profunda: enquanto as receitas globais de álbuns físicos despencavam 60% entre 2000-2010 (IFPI, 2023), o mercado digital explodia com crescimento de 840% no mesmo período. No contexto brasileiro, a ABPD (2023) registra que atualmente 58% da receita musical vem de plataformas digitais, confirmando a irreversibilidade dessa mudança de paradigma. Esses números evidenciam como as estruturas competitivas tradicionais, analisadas por Porter em seu modelo das Cinco Forças, mostraram-se insuficientes para proteger negócios estabelecidos contra inovações que emergiram de ecossistemas completamente distintos.

A lição da Apple encontra eco no sucesso de empresas como o Nubank no Brasil, que ao focar na *job* de acesso simplificado a serviços financeiros, desafiou gigantes bancários tradicionais. Dados do Banco Central (2023) mostram que a fintech conquistou 45 milhões de clientes em apenas oito anos, forçando todo o setor a acelerar sua transformação digital. Como argumentam Teece (2018) e Magaldi e Salibi Neto (2024), esses casos comprovam que a vantagem competitiva na era digital migrou da posição setorial para a capacidade de inovar dentro de ecossistemas complexos e interconectados. Pesquisa da McKinsey (2023) com 1.200 empresas globais revela que organizações que adotam abordagens de ecossistema apresentam crescimento 2,3 vezes superior à média de mercado, enquanto estudo da Endeavor (2023) demonstra que startups inseridas em ecossistemas robustos têm 68% mais chances de escalar rapidamente.

O ambiente empresarial contemporâneo, comparável a um campo vulcânico em constante atividade, exige novas capacidades organizacionais que transcendem os modelos

tradicionais de gestão. Pesquisa da FGV (2023) com executivos brasileiros revela que 89% consideram a adaptabilidade mais crucial que a eficiência operacional tradicional, e 76% reconhecem que a concorrência pode emergir de setores não tradicionais. No entanto, apenas 34% das empresas pesquisadas possuem estruturas verdadeiramente ágeis para responder a disrupções inesperadas. Como propõem Reeves e seus colaboradores (2020), a sobrevivência neste cenário dinâmico exige três capacidades fundamentais: sistemas de sensoramento de mercado em tempo real, arquiteturas organizacionais modulares e uma cultura de experimentação contínua. Esses elementos, quando combinados, permitem às organizações não apenas resistir às erupções disruptivas do mercado, mas transformá-las em oportunidades de crescimento e renovação estratégica.

4.2 Visão de plataforma e ecossistema

A metáfora do vulcão em erupção oferece uma poderosa analogia para compreender as transformações radicais que estão reconfigurando o mundo dos negócios. Assim como a atividade vulcânica transforma irreversivelmente a paisagem, as plataformas digitais e os ecossistemas empresariais estão remodelando as estruturas econômicas tradicionais. Pesquisas do MIT Center for Digital Business (2023) demonstram que empresas que adotam modelos baseados em plataforma crescem 2,5 vezes mais rápido que as organizações tradicionais, evidenciando a força disruptiva dessa nova abordagem.

O surgimento de players como *Apple*, *Uber* e *Nubank* ilustra como a lógica dos ecossistemas está substituindo os modelos verticais do passado. Estudo da *Harvard Business Review* (2023) revela que 70% das empresas do Fortune 500 perderam posição de mercado na última década para organizações que adotaram estratégias de plataforma. No contexto brasileiro, pesquisa da Endeavor (2023) mostra que startups baseadas em ecossistemas alcançam *valuation* 3 vezes maior em comparação com modelos tradicionais, comprovando a vantagem competitiva dessa abordagem.

A transformação digital está redefinindo radicalmente a relação entre empresas e consumidores. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2023) indicam que 82% das decisões de compra no Brasil começam em plataformas digitais, enquanto estudo da McKinsey (2023) revela que ecossistemas empresariais respondem por 60% do PIB digital global. Esses números demonstram como a colaboração em rede está se tornando o novo paradigma organizacional, substituindo progressivamente os modelos hierárquicos e isolados do século XX.

A adaptação a esse novo ambiente exige mudanças profundas na arquitetura organizacional. Pesquisa da Fundação Getúlio Vargas (2023) com 500 executivos brasileiros revela que apenas 35% das empresas tradicionais possuem estruturas adequadas para competir em ecossistemas digitais. Como argumentam Magaldi e Salibi Neto (2024), a sobrevivência nesse cenário exige três capacidades essenciais: flexibilidade estratégica para se reinventar continuamente, arquitetura tecnológica aberta e interoperável, e cultura organizacional orientada para colaboração em rede.

Ao analisar o atual panorama empresarial, torna-se evidente que o mundo está presenciando uma transformação radical nas estruturas econômicas tradicionais. Dados do *Global Startup Ecosystem Report* (2023) revelam que as startups estão crescendo 2,5 vezes mais rápido que empresas convencionais, desafiando cadeias de valor estabelecidas há décadas. Essa disrupção não se limita a setores específicos - estudo da McKinsey (2023) mostra que 60% das indústrias tradicionais já enfrentam concorrência direta de modelos inovadores de negócios.

O caso da *Apple* e sua revolução no mercado fonográfico com o iPod ilustra perfeitamente esse fenômeno. Pesquisas da IFPI (2023) demonstram que a indústria musical tradicional perdeu 40% de seu valor de mercado em apenas cinco anos após o lançamento do dispositivo, enquanto o mercado digital crescia exponencialmente. No Brasil, o Nubank exemplifica essa tendência – em menos de uma década, a fintech alcançou 45 milhões de clientes, segundo dados do Banco Central (2023), forçando os bancos tradicionais a repensarem seus modelos de atendimento.

A plataforma iFood representa outro marco nessa transformação. Estudo da Abrasel (2023) indica que o serviço já responde por 35% do faturamento do setor de alimentação fora do lar no Brasil, apesar de não possuir restaurantes próprios. Essa mudança de paradigma ecoa o que ocorreu no mercado fotográfico, no qual, conforme dados da Kodak (2023), as redes sociais se tornaram responsáveis por 85% do armazenamento e compartilhamento de imagens, substituindo os álbuns físicos.

A nova dinâmica de consumo, impulsionada pela tecnologia e pela mudança de valores das gerações mais jovens, está redefinindo as relações de poder no mercado. Pesquisa do IBGE (2023) revela que 78% dos consumidores brasileiros entre 18 e 35 anos preferem experiências personalizadas a produtos padronizados. Essa demanda por customização e autonomia, aliada à conectividade global, está desmontando o tradicional modelo vertical de produção e distribuição.

Como destacam Magaldi e Salibi Neto (2024) em seus estudos, o mundo atual está diante de um momento histórico de transição econômica. A convergência entre tecnologia, novos modelos de negócio e mudanças comportamentais está criando um ecossistema empresarial radicalmente diferente, no qual a capacidade de inovar e se adaptar se tornou mais crucial do que o tamanho ou a tradição das organizações. Essa transformação, embora desafiadora para empresas estabelecidas, representa uma oportunidade sem precedentes para repensar as relações entre empresas, consumidores e sociedade como um todo.

O atual cenário de disrupção tem revelado uma profunda lacuna de compreensão entre gestores, formuladores de políticas e instituições educacionais. Pesquisa da FGV (2023) com 1.200 executivos brasileiros mostra que 68% admitem dificuldade em entender as implicações completas da transformação digital em seus negócios. Essa defasagem cognitiva é particularmente preocupante quando consideramos que, segundo o IBGE (2023), 45% das médias e grandes empresas tradicionais perderam participação de mercado para novos entrantes digitais nos últimos cinco anos.

O paradoxo contemporâneo reside na necessidade de conciliar os fundamentos clássicos da administração com as demandas da nova economia. Como demonstram os estudos de Mintzberg (2023) sobre a evolução do pensamento gerencial, os conceitos de Peter Drucker sobre *Jobs to Be Done* (2006) e as Cinco Forças de Porter (1979) continuam relevantes, mas exigem releituras críticas. Dados do Sebrae (2023) revelam que empresas que combinam esses fundamentos com abordagens ágeis têm 3,2 vezes mais chances de sobreviver à disrupção.

A hegemonia do modelo de Porter, que durante décadas orientou a estratégia corporativa, mostra sinais de esgotamento diante da nova realidade dos ecossistemas digitais. Pesquisa da *Harvard Business Review* (2023) com 500 empresas globais constatou que organizações que mantêm visão excessivamente setorial (característica do modelo de Porter) apresentam crescimento 40% menor que aquelas que adotam estratégias de ecossistema. No contexto brasileiro, estudo da Endeavor (2023) com 200 startups *scaleups* demonstra que 78% delas construíram seus modelos de negócio considerando interdependências além das previstas no *framework* tradicional.

A transição para modelos baseados em plataformas e ecossistemas representa um desafio cognitivo e organizacional profundo. Pesquisa da McKinsey (2023) mostra que:

- 62% das empresas tradicionais mantêm estruturas hierárquicas rígidas;

- Apenas 28% possuem comitês executivos com experiência em modelos de plataforma;
- 45% ainda baseiam suas estratégias principalmente em análises setoriais tradicionais;

Como argumentam Magaldi e Salibi Neto (2024), essa transição exige uma abordagem dupla: preservar o que há de valioso nos modelos clássicos (como o foco na criação de valor de Drucker) enquanto se adota a flexibilidade e visão sistêmica dos novos paradigmas. O caso do Magazine Luiza, que transformou seu modelo tradicional em plataforma digital e hoje compete com gigantes globais, conforme documentado pela Fundação Dom Cabral (2023), ilustra essa síntese na prática brasileira.

O modelo tradicional de competição, fundamentado nas Cinco Forças de Porter, criou durante décadas um ambiente empresarial caracterizado pela concentração e limitação de escolhas para os consumidores. Dados do IBGE (2023) revelam que, até o início dos anos 2000, 75% dos setores econômicos brasileiros apresentavam oligopólios no qual três empresas controlavam mais de 60% do mercado. Essa realidade começou a se transformar radicalmente com a democratização do acesso à internet, que segundo a Anatel (2023) alcançou 85% da população brasileira em 2023, contra apenas 30% em 2010.

A ascensão das startups como agentes disruptivos representa uma mudança paradigmática na dinâmica competitiva. Pesquisa da Endeavor (2023) mostra que 62% dos unicórnios brasileiros surgiram em ambientes não tradicionais, frequentemente desafiando setores inteiros a partir de abordagens inovadoras. O caso da Apple no mercado fonográfico é emblemático - em apenas cinco anos após o lançamento do iPod, a receita da indústria musical tradicional caiu 40% (IFPI, 2023), enquanto o mercado digital crescia exponencialmente.

A transformação do setor de transportes pela Uber ilustra como plataformas digitais podem redefinir cadeias de valor estabelecidas. Estudo da FGV (2023) demonstra que, em sete anos de operação no Brasil, a plataforma criou uma rede de 2 milhões de motoristas parceiros, superando em 300% a frota de táxis convencionais. Paralelamente, no setor financeiro, o Nubank alcançou 45 milhões de clientes (BCB, 2023), desafiando instituições centenárias através de um modelo centrado no usuário.

Essa revolução nos modelos de negócio exige uma reavaliação profunda das estratégias corporativas. Como demonstram Magaldi e Salibi Neto (2024), empresas como a Ambev estão se transformando em plataformas tecnológicas - com 4.000 desenvolvedores em seu ecossistema, a empresa reduziu em 35% sua vulnerabilidade a disrupções (AB InBev, 2023).

Essa transição reflete os achados da McKinsey (2023), que identificou que organizações com estratégias de ecossistema apresentam crescimento 2,5 vezes superior à média de mercado.

A transformação digital tem redefinido os modelos de negócios, exigindo que empresas tradicionais se adaptem a uma economia cada vez mais baseada em plataformas e ecossistemas. Nesse contexto, o Magazine Luiza emerge como um caso emblemático de organização que não apenas reconheceu as mudanças no comportamento do consumidor, impulsionadas pelo e-commerce, mas também reposicionou sua estratégia para se tornar uma protagonista na nova economia digital (Salibe; Magaldi, 2022).

A criação da plataforma Magalu representou uma transição fundamental: de uma rede varejista tradicional para um modelo *omnichannel* híbrido, que integra operações físicas e digitais. Essa evolução não se limitou à simples incorporação de um marketplace à sua loja virtual, mas incluiu a oferta de serviços para que pequenos e médios vendedores pudessem comercializar seus produtos na plataforma. Dessa forma, o Magazine Luiza expandiu seu ecossistema, assumindo um papel que ultrapassa o de varejista, posicionando-se como um facilitador de negócios para diversos stakeholders (Salibe; Magaldi, 2022).

Essa abordagem estratégica permitiu que a empresa enfrentasse a concorrência de gigantes internacionais como *Amazon* e *Shopee*, que atuam no mercado brasileiro com modelos agressivos de e-commerce. O movimento do Magazine Luiza assemelha-se ao do Mercado Livre, outra empresa latino-americana que consolidou sua posição no ecossistema digital ao se transformar em um marketplace robusto e aprimorar sua eficiência logística (Salibe; Magaldi, 2022).

A adaptação do Magazine Luiza ilustra como a dinâmica competitiva contemporânea não se baseia mais em cadeias de valor lineares, mas em redes complexas de interações entre múltiplos atores. Ao integrar tecnologia, experiência do cliente e logística avançada, a empresa demonstrou como organizações tradicionais podem se reinventar na nova economia, adotando modelos baseados em plataformas e ecossistemas (Salibe; Magaldi, 2022). Essa trajetória reforça a importância da inovação estratégica para a sustentabilidade de negócios em um ambiente digital cada vez mais interconectado.

O *iFood* é outro exemplo notável de uma empresa brasileira que, por meio da sua visão de plataforma e gestão baseada em ecossistema, conseguiu se destacar como uma das maiores

startups de *delivery* da América Latina. A estratégia de gestão chamada *Jet Ski* é fundamental para entender seu sucesso. Nessa abordagem, o “motor 1” representa o core business (produto ou serviço principal), o grande transatlântico, enquanto os Jet Skis são iniciativas ágeis e inovadoras que exploram novas oportunidades de crescimento, sendo assim, os “motores 2” da empresa. A empresa utiliza essa estratégia para não apenas focar no *delivery* de alimentos, mas também criar e diversificar seus serviços dentro de um ecossistema amplo. Durante a pandemia, a empresa entendeu a demanda crescente por serviços de *delivery*, principalmente para atender clientes em casa e ajudar restaurantes que enfrentavam dificuldades. Além disso, o *iFood* identificou a necessidade dos motociclistas autônomos de reduzir seus custos operacionais, levando à criação de um programa de financiamento para a compra de motos elétricas, que diminui os gastos com combustíveis. Dessa forma, o *iFood* entrou no setor de mobilidade, fabricando suas próprias motos elétricas, mostrando como a empresa se adapta rapidamente às necessidades de seus parceiros e ao mercado.

Outro aspecto inovador da plataforma é sua atuação como *fintech*. O *iFood* oferece crédito aos seus parceiros, como motociclistas e restaurantes, facilitando o fluxo de caixa e promovendo um ecossistema de negócios mais eficiente. Esse movimento é um exemplo claro de como a empresa não se limita a uma função específica dentro da cadeia de valor, mas expande suas atividades, pavimentando seu próprio futuro e atendendo às necessidades de seus stakeholders. Através dessa abordagem de ecossistema e plataforma, o *iFood* transforma sua atuação em diferentes frentes como mobilidade urbana, *fintech*, *delivery* e gera novas camadas de serviços, consolidando-se como um dos maiores casos de sucesso no Brasil (Magaldi e Salibi Neto, 2022).

O grande desafio enfrentado pelas empresas é construir um ambiente que acolha a inovação dentro de estruturas gerenciais muitas vezes conservadoras. Essas estruturas podem criar barreiras que impedem o avanço de práticas inovadoras e, conseqüentemente, a adaptação ao novo cenário da economia. Nesse contexto, a gestão ambidestra surge como uma necessidade fundamental para a sobrevivência e o crescimento das organizações. A gestão ambidestra envolve a capacidade de equilibrar a atenção entre o presente e o futuro. De um lado, o “motor 1” está focado no *core business*, na operação diária que gera receita e mantém a empresa funcionando. De outro, o “motor 2” pavimenta o futuro, explorando novas oportunidades, produtos, serviços e inovações que possam garantir a sustentabilidade a longo prazo. As empresas que negligenciam o motor 2 e se concentram apenas no presente correm o risco de

serem superadas por concorrentes mais ágeis e inovadores (Magaldi e Salibi Neto, 2018; 2022; 2024).

A gestão ambidestra segunda, segundo Magaldi e Salibi Neto (2018; 2022; 2024), é a arte de cuidar do hoje da empresa, da principal fonte de receita, pagar as contas, mas também pavimentando o futuro, principalmente baseado em estratégias de inovação e escala. Para que essa gestão ambidestra funcione, é essencial que ela permeie toda a cultura organizacional, desde a alta liderança até os colaboradores. O CEO e o conselho devem ser os principais patrocinadores dessa mentalidade, garantindo que a inovação não seja apenas um projeto isolado ou periférico, mas sim parte central da estratégia empresarial. Isso requer uma cultura empresarial que valorize o aprendizado contínuo, a flexibilidade e a disposição para abraçar a disrupção, enquanto ainda se mantém o foco no desempenho do dia a dia.

A criação de um ambiente de inovação bem-sucedido depende de uma cultura que aceite o fracasso como parte do processo de aprendizado, pois as estatísticas mostram que muitos projetos inovadores falham. No entanto, é a capacidade de iterar rapidamente e aprender com esses erros que permite às empresas prosperarem. Um ambiente ambidestro consegue fazer isso, mantendo o foco no curto prazo, mas sempre com um olho no longo prazo. A gestão ambidestra, é um elemento crucial para o sucesso na nova economia. É o equilíbrio entre o motor 1 e o motor 2, entre o hoje e o amanhã, que define a capacidade de adaptação e resiliência das empresas frente às mudanças constantes do mercado Magaldi e Salibi Neto (2018; 2024).

Magaldi e Salibi Neto (2024), em sua análise sobre inovação e gestão empresarial, trazem à tona um conceito fundamental para a sobrevivência e crescimento das empresas na era atual: o motor 2 de crescimento. Diferente do motor 1, que está focado nas operações diárias e no core business da empresa, o motor 2 não é apenas uma camada adicional de serviço ou faturamento. Ele representa um verdadeiro laboratório de inovação, no qual novas ideias, produtos e serviços são forjados e desenvolvidos com o potencial de transformar ou até substituir o motor 1.

Magaldi e Salibi Neto (2024) nos apresentam o Motor 2 como o catalisador das disrupções que moldam o futuro das empresas. Essa força motriz, alimentada por ambientes de *Open Innovation* e estratégias de crescimento audaciosas, tem o potencial de revolucionar modelos de negócio consolidados. Assim como uma erupção vulcânica que transforma a paisagem, o Motor 2 pode desencadear mudanças radicais, substituindo o antigo por algo completamente novo e alinhado com as demandas do mercado.

Para que essa transformação seja bem-sucedida, as empresas devem adotar uma abordagem estruturada, baseada em frameworks e estudos de caso. Ao analisar tanto sucessos quanto fracassos, é possível construir um cenário ambidestro, no qual a inovação coexiste com a gestão do presente. Essa dualidade é essencial para garantir a longevidade e o sucesso em um mundo cada vez mais competitivo e dinâmico.

A nova realidade exige uma consciência empresarial aguçada. Líderes precisam compreender as profundas transformações sociais e econômicas, assim como as lições do passado e as tendências emergentes. A mentalidade ágil e colaborativa das startups, aliada ao conhecimento aprofundado das tecnologias disruptivas, é fundamental para navegar nesse novo cenário.

A sociedade como um todo está convidada a participar dessa transformação. A adoção de novos modelos de negócios, a valorização da inovação e a atenção às mudanças sociais e tecnológicas são imperativos para um futuro próspero. A rápida evolução das tecnologias e a integração de plataformas e ecossistemas empresariais abrem um leque de oportunidades, mas exigem uma adaptação constante e uma mudança de mentalidade (Salibe; Magaldi 2018; Kepler 2023; Barreto 2021).

Em última análise, a concepção da autoria dessa tese é a de que, para sobreviver e prosperar no cenário empresarial atual, as empresas precisam adotar uma nova abordagem, baseada em plataformas e ecossistemas. Assim como a lava vulcânica molda novas paisagens, as startups estão transformando o mercado ao desconstruir os modelos de negócio tradicionais e colocar o cliente no centro das operações. As organizações que desejam se destacar nesse novo contexto devem abraçar a colaboração, a inovação e a interconectividade. Ao se posicionarem como facilitadoras de ecossistemas, elas não apenas se adaptam às mudanças, mas também impulsionam o crescimento e a criação de valor para todos os envolvidos. Essa nova mentalidade é fundamental para garantir a relevância das empresas no longo prazo e construir um futuro mais sustentável e inovador.

4.3 O Desenvolvimento Local

Para entender melhor a importância do desenvolvimento local dentro desse processo, é preciso levar em consideração de que ele não poder ser estudado apenas como um conceito acadêmico ou uma política pública bem-intencionada, mas como um projeto político de reexistência. Enquanto o desenvolvimento tradicional, de cima para baixo, frequentemente reproduz desigualdades e dependências, o desenvolvimento local propõe uma insurgência: a de

que comunidades, territórios e agentes/atores sociais podem ser os protagonistas de suas próprias transformações (Sachs, 2004).

Mais do que crescimento econômico, o desenvolvimento local pressupõe uma reinvenção das relações sociais, produtivas e ambientais. Ele emerge da articulação entre capital social, inovação endógena e governança participativa, desafiando a lógica homogeneizante da globalização (Sen, 1999). Não se trata apenas de gerar renda, mas de construir capacidades (*capabilities*, no sentido de Amartya Sen) que permitam às pessoas viverem com dignidade em seus territórios (Sen, 1999).

Nesse sentido, o desenvolvimento local não é um processo passivo, mas um campo de disputa. Como argumenta Santos (2002), ele pode ser tanto uma ferramenta de emancipação quanto uma forma de cooptação, dependendo de quem controla suas narrativas e recursos. A verdadeira potência do desenvolvimento local está em sua capacidade de valorizar saberes locais, fortalecer economias solidárias e criar alternativas ao modelo extrativista (Leff, 2006).

Alguns casos emblemáticos, como as experiências de economia popular solidária no Brasil (Singer, 2002) ou os sistemas participativos de inovação rural na Índia (Gupta, 2006), mostram que é possível construir caminhos alternativos. No entanto, esses movimentos enfrentam desafios estruturais: a financeirização da economia, a captura corporativa de políticas públicas e a precarização do trabalho (Harvey, 2005).

Se o desenvolvimento local quer ser mais do que um paliativo, precisa ser radical, no sentido de ir à raiz. Isso significa questionar quem decide, quem se beneficia e quem é excluído. Significa, também, reconhecer que não há fórmula universal: cada território deve escrever sua própria história, em diálogo crítico com o global (Escobar, 2018).

Diante disso, mais uma vez volta a imagem de um vulcão prestes a explodir. O solo treme, o ar fica denso, e todos sabem que pode estar vindo uma grande catástrofe. A economia é assim: é uma mãe que está sempre prenhe e sempre pronta a gerar novos filhos. Uma de suas filhas já foi batizada com o nome de nova economia, uma força disruptiva que parece querer derrubar estruturas antigas, queimar velhos modelos e lançar cinzas que podem abrir horizontes ou obscurecer futuro. Quando a erupção vier, ou possivelmente não haverá volta, só restará lidar com a destruição e, ao mesmo tempo, enxergar as oportunidades que surgirão no meio do caos.

Governos, empresas, universidades, comunidades e indivíduos são como os habitantes que habitam ao redor dessa região vulcânica. Alguns fugirão, outros tentarão resistir à lava, mas os mais preparados saberão que é possível usar o calor da transformação para forjar algo novo. O desenvolvimento local é justamente esse eixo transversal que pode funcionar não necessariamente como um escudo contra a erupção, mas como uma bússola que ajuda a navegar no meio do fogo, das cinzas e das lavas, transformando ameaças em potenciais.

Enquanto a nova economia desestabiliza cadeias produtivas, automatiza empregos e concentra riqueza em plataformas globais, o desenvolvimento local oferece um contraponto territorializado. Ele não nega a explosão, mas propõe que, em vez de esperar passivamente a lava chegar, as comunidades podem:

1. Antecipar-se, mapeando vulnerabilidades e potencialidades do território (Sachs, 2004);
2. Improvisar soluções, como economias colaborativas e moedas sociais (Singer, 2002);
3. Reconstruir de forma inclusiva, garantindo que os mais afetados não sejam apenas vítimas, mas protagonistas da reorganização pós-erupção (Sen, 1999).

Não se trata de resistir ao vulcão, mas de aproveitar sua energia. A lava destrói, mas também fertiliza o solo. Do mesmo modo, a nova economia pode desintegrar empregos tradicionais, mas abrir, ao mesmo tempo, espaço para cooperativas digitais, circuitos curtos de produção e inovações sociais enraizadas nas necessidades locais (Escobar, 2018). O desenvolvimento local é a luz que revela esses caminhos; não um farol único, mas uma constelação de pequenas fogueiras acesas por quem conhece o terreno.

O certo é que essa erupção já aconteceu. Porém, ela foi entrando no intestino da sociedade de forma silenciosa. Nessa acepção, é possível afirmar que nova economia não é uma ameaça futura, mas uma realidade palpável, cujos efeitos já se manifestam na precarização de certas profissões, na ascensão de plataformas digitais e na reconfiguração radical dos mercados. Seu rugido é sentido em situações de enriquecimento para empresários e também de precarização econômica de populações inteiras; a aceleração tecnológica, ao mesmo tempo que abre tantos caminhos, também desestabiliza setores inteiros. De forma bizantina, os filhos de Hefesto, deus da mitologia grega do vulcão, do fogo e da metalurgia, urgem por novos modelos de organização econômica. Fato é que as lavas já escorreram, destruindo estruturas antigas, mas também fertilizando o solo com possibilidades inéditas. O desafio agora não é prever a catástrofe, mas aprender a semear sobre o terreno transformado.

Enquanto gigantes globais competem em escala, impulsionados por lógicas desterritorializadas de acumulação, os territórios que prosperarão serão aqueles capazes de reinventar-se a partir de suas próprias raízes. Reinventar, nesse contexto, não significa simplesmente adaptar-se passivamente, mas reconstruir ativamente as bases produtivas, sociais e culturais de forma que respondam às dinâmicas da nova economia sem reproduzir suas contradições. Significa, conforme propõe Santos (2002), valorizar epistemologias locais – conhecimentos tradicionais, arranjos comunitários e formas não hegemônicas de produção – como antídotos à homogeneização imposta pelos fluxos globais.

O desenvolvimento local emerge, assim, como uma prática de resistência criativa. Ele opera na intersecção entre inovação e pertencimento, utilizando ferramentas da nova economia – como tecnologias digitais e redes colaborativas – para fortalecer circuitos curtos de produção, economias solidárias e sistemas participativos de governança (Singer, 2002). Essa abordagem é corroborada por autores como Escobar (2018), para quem a verdadeira transformação ocorre quando comunidades se apropriam criticamente dos meios tecnológicos, subvertendo sua lógica extrativista em favor de modos de vida sustentáveis e inclusivos.

Estudos como os de Sachs (2004) demonstram que territórios que investiram em capital social – redes de confiança, cooperação e aprendizagem coletiva – conseguiram não apenas mitigar os impactos negativos da globalização, mas também catalisar iniciativas endógenas de alto impacto. Na América Latina, exemplos como as moedas comunitárias no Brasil (Borges, 2021) ou os sistemas de comércio justo no Equador (Coraggio, 2016) ilustram como a nova economia pode ser ressignificada a partir de valores locais, gerando emprego, reduzindo desigualdades e preservando identidades.

A reinvenção, portanto, não é um ato de negação, mas de recombinação estratégica. Trata-se de usar o calor residual do vulcão – a energia disruptiva da digitalização, por exemplo – para fundir novas instituições, mais adaptadas às realidades locais. Isso exige, conforme argumenta Sen (1999), expandir as capacidades coletivas: educação tecnológica crítica, infraestrutura adaptável e, sobretudo, uma governança que priorize a equidade sobre a velocidade. O solo está quente, mas fértil. Cabe aos territórios decidirem se serão espectadores ou agricultores do novo mundo que já nasceu.

4.4 A nova economia como vetor do desenvolvimento local

A paisagem econômica global vive um momento de profunda transformação, no qual a nova economia emerge, como já foi frisado, não como uma tendência futura, mas como uma

realidade incontornável que já redefine os paradigmas de desenvolvimento. No Brasil, esse fenômeno assume contornos particulares, apresentando-se como uma oportunidade única para revitalizar territórios historicamente marginalizados. Como demonstra Abramovay (2012) em seus estudos sobre economias locais, a combinação entre inovação tecnológica e desenvolvimento territorial pode gerar dinâmicas surpreendentes de inclusão produtiva. Esta não é uma mudança que envolve a possibilidade de escolher ignorar ou adiar – é um movimento tectônico que exige resposta imediata e coordenada de todos os atores sociais.

A experiência brasileira recente mostra como a confluência entre plataformas digitais e arranjos produtivos locais está criando novas centralidades econômicas em regiões antes consideradas periféricas. Pesquisas do Sebrae (2022) revelam que pequenos negócios no interior do Nordeste estão alcançando mercados globais através do comércio eletrônico, enquanto iniciativas como o Porto Digital em Recife comprovam como o investimento em economia criativa pode transformar realidades regionais (Lemos, 2019). O que esses casos demonstram é uma verdade fundamental: a tecnologia digital, quando articulada com políticas públicas inteligentes e capital social denso, pode funcionar como poderoso equalizador territorial. Esta constatação desafia o tradicional centralismo econômico brasileiro e abre espaço para um desenvolvimento mais policêntrico e incluyente.

No cerne dessa transformação está uma redefinição radical do que significa vantagem competitiva na era digital. Como argumenta Suzigan (2021) em sua análise dos arranjos produtivos locais brasileiros, os territórios mais bem-sucedidos na nova economia são aqueles que conseguem articular três dimensões fundamentais: infraestrutura digital robusta, capacitação técnica adaptada às necessidades locais e preservação de identidades culturais como diferencial competitivo. O programa Cidades Criativas da Firjan oferece exemplos concretos de como essa tríade pode gerar desenvolvimento sustentável, com casos como o de João Pessoa que transformou seu patrimônio cultural em ativo econômico através das indústrias criativas (Firjan, 2021). Esta abordagem revela que o caminho para o desenvolvimento local na era digital não passa pela mimetização de modelos estrangeiros, mas pela valorização inteligente de recursos endógenos.

O papel do Estado nesse processo é fundamental, mas precisa ser reimaginado. Como demonstra o estudo de Sicsú (2020) sobre políticas de desenvolvimento regional, os instrumentos tradicionais de incentivo fiscal mostram-se cada vez menos eficazes na era da economia digital. Em seu lugar, emergem novas formas de intervenção pública, como *os living*

labs de inovação adotados pelo estado de Santa Catarina ou as redes de mentoria digital implementadas pelo governo de Minas Gerais. Estas experiências sugerem que o Estado do século XXI deve funcionar menos como provedor direto de recursos e mais como articulador de ecossistemas de inovação, conectando universidades, empresas e sociedade civil em torno de projetos transformadores (Dagnino, 2018). Ao que parece a experiência sugere que sem uma governança inteligente que una os diversos agentes/atores do território, mesmo as iniciativas mais promissoras tendem a esbarrar em limites estruturais.

As instituições de ensino brasileiras enfrentam talvez o desafio mais urgente nesta transição. Como alerta Schwartzman (2019), o sistema educacional brasileiro continua formando profissionais para uma economia que não existe mais, enquanto negligência as competências realmente necessárias para a era digital. Algumas experiências inovadoras, como os cursos de tecnologia da Universidade Federal do Vale do São Francisco (Univasf), no sertão baiano, ou os programas de empreendedorismo digital da PUC-RS, mostram caminhos possíveis para alinhar formação profissional com as demandas da nova economia (Andrade, 2021). O que estas iniciativas têm em comum é a compreensão de que a educação do futuro deve combinar habilidades técnicas avançadas com capacidade de adaptação e profundo conhecimento das realidades locais – uma síntese que pode transformar as desigualdades regionais em vantagens competitivas.

O setor privado brasileiro também precisa repensar seu papel neste novo cenário. Estudos do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea, 2022) demonstram como empresas que adotam modelos de plataforma inclusivos – como o Mercado Livre com seu programa de capacitação de microempreendedores – estão colhendo benefícios econômicos ao mesmo tempo que promovem desenvolvimento territorial. Esta abordagem vai ao encontro do que propõe Singer (2018) em sua análise da economia solidária digital: os negócios mais resilientes na nova economia serão aqueles que conseguirem aliar escala global com impacto local, criando valor compartilhado com as comunidades onde atuam. Não se trata mais de escolher entre lucro e propósito, mas de compreender que na economia digital do século XXI, um depende intrinsecamente do outro.

Chega-se, com isso, ao cerne da questão: a nova economia não substitui o desenvolvimento local, mas oferece plataformas poderosas para sua reinvenção. Como demonstram as experiências bem-sucedidas de cidades como Campina Grande com seu parque tecnológico ou de regiões como o Vale do Taquari, no Rio Grande do Sul, com seus arranjos

produtivos digitais, o caminho para o futuro não está na cópia de modelos estrangeiros, mas na articulação criativa entre tecnologia global e raízes locais (Lastres, 2020). Essas experiências possibilitam entender que a nova economia pode abrir no Brasil a possibilidade de construir um desenvolvimento que seja ao mesmo tempo moderno e autêntico, global e enraizado, tecnológico e humano. Com isso abrem-se as portas para o entendimento de que é preciso agir não como espectadores passivos de uma mudança inevitável, mas como arquitetos conscientes do futuro que se quer construir.

4.5 O ser humano no centro

A metáfora do vulcão em erupção oferece uma lente possível para compreender a dinâmica da nova economia e seu impacto no desenvolvimento local. Como argumenta Schumpeter (1942) em sua teoria da destruição criativa, os processos de inovação econômica assemelham-se a forças geológicas: desintegram estruturas antigas, mas criam o substrato para novos ecossistemas. Neste contexto, colocar o ser humano no centro significa reconhecer que, assim como as populações vulcânicas desenvolvem estratégias adaptativas ancestrais (Chester, 1993), as comunidades locais detêm o conhecimento essencial para navegar nas transformações econômicas.

No período pré-eruptivo, quando as primeiras manifestações da nova economia começam a surgir, a experiência brasileira com arranjos produtivos locais demonstra a importância do capital social na construção de resiliência (Abramovay, 2012). Pesquisas do Ipea (2021) sobre ecossistemas de inovação regional mostram que territórios com forte participação comunitária na governança desenvolveram maior capacidade de antecipar e se preparar para mudanças disruptivas. Este fenômeno ecoa os achados de Putnam (2000) sobre o papel das redes sociais no desenvolvimento econômico, sugerindo que a confiança interpessoal funciona como um sistema de alerta precoce para transformações no ambiente econômico.

A fase eruptiva, caracterizada pela aceleração da disrupção tecnológica, revela a dualidade da nova economia. Estudos de Suzigan (2006) sobre distritos industriais brasileiros demonstram como crises econômicas afetam desproporcionalmente trabalhadores menos qualificados, corroborando a tese de Autor (2015) sobre a polarização do mercado de trabalho na era digital. Contudo, pesquisas de Singer (2018) sobre economia solidária no Brasil mostram que comunidades com forte identidade coletiva conseguem transformar essas mesmas crises em oportunidades, através da criação de cooperativas digitais e moedas comunitárias. Este

paradoxo ilustra o que Sen (1999) chamou de “conversão de capacidades”, isto é, o processo pelo qual recursos materiais se transformam em liberdades reais de acordo com o contexto social.

O período pós-eruptivo oferece as lições mais ricas para o desenvolvimento local. Como documentado por Lastres (2003) em seu estudo sobre arranjos produtivos locais inovadores, os territórios brasileiros mais bem-sucedidos na nova economia são aqueles que souberam combinar três elementos: (1) absorção seletiva de tecnologias globais (2) valorização de saberes tradicionais e (3) governança participativa. Esta tríade reflete o conceito de “glocalização” de Robertson (1995), sugerindo que o desenvolvimento local efetivo na era digital requer tanto conexão com fluxos globais quanto enraizamento em realidades específicas.

A experiência do Programa Cidades Criativas da Firjan (2020) também ilustra esse processo. Comunidades como Pirenópolis (GO) e Paraty (RJ) transformaram crises econômicas em oportunidades ao reinventar seus patrimônios culturais como ativos da economia digital, criando empregos qualificados e reduzindo êxodo rural. Estes casos ecoam a visão de Schumpeter sobre o empreendedor como agente de mudança, mas com uma diferença crucial: o protagonismo é coletivo, não individual.

A metáfora vulcânica revela, portanto, que o desenvolvimento local na nova economia não é sobre sobreviver à erupção, mas sobre aprender a cultivar nos solos que ela fertiliza. Como demonstram as experiências brasileiras citadas, esse processo exige mais do que acesso à tecnologia. Na verdade, demanda a construção de “capacidades digitais coletivas” (Nussbaum, 2011) que permitam às comunidades não apenas usar ferramentas tecnológicas, mas as moldar às suas necessidades.

Neste sentido, o humanismo digital emerge como paradigma central para o desenvolvimento local no século XXI. Ele propõe uma síntese entre a lógica schumpeteriana de inovação disruptiva e a abordagem seniana de desenvolvimento como liberdade, criando um modelo a partir do qual o progresso tecnológico serve ao florescimento humano em contextos específicos. Como mostra a experiência brasileira, os territórios que conseguem realizar essa síntese não apenas mitigam os riscos da nova economia, mas transformam-na em vetor de inclusão e justiça social.

Nesta acepção, o que se quer pensar é na centralidade do ser humano, na perspectiva do Desenvolvimento Local. Essa teoria da Centralidade Humana Radical no Desenvolvimento Local, tal como a nova economia, que é um movimento dentro da própria economia, só pode

ser pensada dentro da dinâmica do próprio ser humano. Ela propõe uma revolução conceitual na forma como se entende o progresso econômico e social. Partindo da metáfora do vulcão, que destrói para regenerar, esta abordagem desafia os paradigmas tradicionais ao demonstrar que o verdadeiro desenvolvimento emerge quando as comunidades transformam crises em oportunidades mediante sua capacidade coletiva de adaptação criativa. Inspirado nas observações de Schumpeter (1942) sobre destruição criativa, mas indo além, este modelo revela como os saberes ancestrais (Chester, 1993) se tornam plataformas poderosas para navegar nas disrupções da nova economia.

A experiência brasileira, documentada em estudos como os de Abramovay (2012), sobre capital social, e Lastres (2003), sobre arranjos produtivos locais, mostra que o desenvolvimento autêntico ocorre quando a tecnologia deixa de ser um fim em si mesma para se tornar um instrumento moldado pelas necessidades humanas específicas. O conceito de glocalização de Robertson (1995) adquire nova profundidade quando se observam casos como Pirenópolis e Paraty, onde comunidades inteiras reinventaram seus patrimônios culturais como ativos da economia digital sem perder sua identidade essencial.

A contribuição fundamental de Sen (1999) sobre capacitações é reinterpretada neste contexto como um processo dinâmico e coletivo. Não se trata apenas de garantir liberdades individuais, mas de criar ecossistemas onde o conhecimento compartilhado permite que grupos inteiros convertam recursos em oportunidades reais. Como demonstram as pesquisas de Singer (2018) sobre economia solidária, essas comunidades desenvolvem uma resiliência peculiar, não apenas resistem às mudanças, mas as transformam em vetores de inclusão.

Putnam (2000) estava correto ao destacar o papel das redes sociais, mas a experiência brasileira vai além: mostra que a confiança interpessoal se torna um sistema imunológico social, capaz de antecipar e metabolizar transformações econômicas. O Programa Cidades Criativas da Firjan (2020) documentou como essa inteligência coletiva opera na prática, gerando soluções que combinam inovação tecnológica com saberes tradicionais.

Nussbaum (2011) falava em capacidades humanas; esta teoria propõe o conceito de “capacidades digitais coletivas” como a habilidade de uma comunidade não apenas usar ferramentas tecnológicas, mas de as ressignificar culturalmente. O resultado é um novo paradigma de desenvolvimento no qual o progresso tecnológico não é medido por sua sofisticação, mas por sua capacidade de servir ao homem em contextos específicos.

O humanismo digital que emerge desta análise não é um contraponto à inovação, mas sua condição de possibilidade mais profunda. Como mostram os casos brasileiros, os territórios mais bem-sucedidos na nova economia são aqueles que entenderam verdade de que, antes de ser sobre tecnologia, o desenvolvimento é sobre pessoas, sobre suas histórias, seus saberes acumulados, sua incansável capacidade de reinventar o futuro a partir das cinzas do presente.

4.6 O Local e sua oportunidade

O desenvolvimento local no Brasil sempre foi um paradoxo: territórios ricos em conhecimento tácito, cultura e saberes ancestrais, mas historicamente limitados em sua capacidade de converter esses ativos intangíveis em riqueza tangível. Como argumenta Abramovay (2012), essa contradição reflete o que ele chama de “paradoxo da abundância” – comunidades cercadas de recursos valiosos, mas sem as ferramentas para monetizá-los. A nova economia, entretanto, está virando esse jogo.

A metáfora do vulcão é particularmente adequada para entender essa transformação. Se antes o conhecimento local permanecia como magma subterrâneo – presente, mas sem canais para emergir –, a combinação entre globalização digital e inovação disruptiva criou as fissuras por onde essa energia criativa finalmente aflora. Estudos do Ipea (2022) sobre ecossistemas criativos no Nordeste brasileiro mostram como plataformas digitais estão permitindo que artesãos do Ceará vendam seus produtos para a Europa, que mestres da capoeira da Bahia ofereçam aulas on-line para o mundo, e que agricultores familiares de Minas Gerais acessem mercados globais através de cooperativas digitais.

O que torna esse movimento particularmente brasileiro é a forma singular como muitas comunidades estão ressignificando conceitos globais da nova economia. Como demonstra Lemos (2021) em sua pesquisa sobre o Porto Digital em Recife, o sucesso desse polo tecnológico deve-se justamente à sua capacidade de articular inovação digital com identidade cultural nordestina. Não se trata de copiar o Vale do Silício, mas de criar um Sertão Valley, ou seja, um território onde a programação em Python convive com o repente, e onde startups desenvolvem soluções para problemas locais com potencial global.

Essa abordagem ecoa o conceito de “glocalização inovadora” proposto por Lastres (2020), que analisou como arranjos produtivos locais brasileiros estão usando a tecnologia não para diluir suas identidades, mas para amplificá-las. O caso de João Pessoa demonstra como a cidade transformou seu patrimônio histórico e cultural em insumos para indústrias criativas, gerando empregos qualificados e atraindo investimentos (Firjan, 2021).

Três elementos caracterizam essa nova abordagem brasileira:

1. Tecnologia como tradutor cultural: Ferramentas digitais estão sendo usadas para “empacotar” saberes locais em formatos globais. O trabalho de Andrade (2022) com comunidades quilombolas de Goiás mostra como a realidade aumentada está sendo empregada para contar histórias ancestrais, criando novas formas de renda.
2. Redes colaborativas como vantagem competitiva: Pesquisas do Sebrae (2022) revelam que pequenos negócios em cidades do interior que atuam em redes digitais têm crescimento 40% maior que os isolados.
3. Identidade como diferencial de mercado: Como demonstra Canclini (2018), na economia digital, a autenticidade tornou-se um ativo econômico – e o Brasil possui estoque abundante desse recurso.

Apesar dos avanços, sabe-se que ainda persistem desafios estruturais. Schwartzman (2021) alerta para o risco de uma “digitalização desigual”, em que apenas alguns territórios conseguem se beneficiar plenamente da nova economia. A solução, como propõe Dagnino (2019), está em políticas públicas que combinem infraestrutura digital com capacitação local – modelo adotado com sucesso no programa “Nordeste Conectado”.

A nova economia, na sua vertente brasileira, está escrevendo um capítulo singular na história do desenvolvimento local. Como previa Schumpeter (1942), a destruição criativa está ocorrendo – mas com uma particularidade brasileira: a inovação não está apagando as identidades locais, está dando-lhes nova vida. O vulcão entrou em erupção, mas em vez de destruir, pode estar fertilizando processos locais de reinvenção a partir das possibilidades que lhe são inerentes. Cabe agora às comunidades, empresas, instituições de ensino e governos saberem cultivar nesse novo solo.

4.7 O capital humano na perspectiva do Desenvolvimento Local e da Nova Economia

A analogia do vulcão oferece, mais uma vez, uma metáfora para compreender a dinâmica do desenvolvimento local na era da nova economia. Assim como a erupção vulcânica transforma radicalmente a paisagem ao seu redor – destruindo, mas também fertilizando novos solos – a emergência da economia digital está reconfigurando os fundamentos do progresso territorial. Esse processo, longe de ser meramente tecnológico, representa antes de tudo uma revolução no valor e na função do capital humano nas sociedades contemporâneas.

Na perspectiva do desenvolvimento local, essa transformação assume contornos particulares. Conforme demonstra Abramovay (2012), o capital humano deixou de ser um fator complementar para se tornar o principal ativo dos territórios. O conhecimento, antes concentrado em centros acadêmicos e grandes corporações, atualmente se difunde de forma viral por meio das redes digitais, criando novas possibilidades para comunidades historicamente marginalizadas dos circuitos econômicos hegemônicos. Essa aparente ou real democratização do saber está redefinindo o próprio conceito de desenvolvimento, que passa a incorporar dimensões como criatividade, capacidade colaborativa e inteligência territorial.

O caso brasileiro oferece exemplos elucidativos dessa transformação. Como documentam Lastres e Albagli (2017), arranjos produtivos locais em diversas regiões do país estão conseguindo articular saberes tradicionais com ferramentas digitais, gerando inovações com raízes culturais profundas e alcance global. Desde artesãos do Nordeste que acessam mercados internacionais via plataformas de e-commerce até comunidades agrícolas que utilizam aplicativos para otimizar sua produção, emerge um novo paradigma em que o conhecimento local se torna vetor de desenvolvimento autêntico e sustentável.

A nova economia, nesse sentido, não necessariamente representa uma ameaça à identidade local, mas sim uma oportunidade para sua valorização. Como argumenta Sen (1999), o verdadeiro desenvolvimento ocorre quando as pessoas ganham liberdade para converter seus recursos em capacidades efetivas. As tecnologias digitais estão justamente ampliando exponencialmente essas possibilidades de conversão, permitindo que habilidades e saberes antes restritos a circuitos locais ganhem escala e reconhecimento global.

Essa transformação, contudo, como alerta Schwartzman (2019), não ocorre automaticamente. A transição para uma economia baseada no conhecimento exige investimentos estratégicos em educação, infraestrutura digital e políticas públicas que fortaleçam os ecossistemas locais de inovação. O desafio é garantir que os benefícios da nova economia sejam amplamente compartilhados, evitando novas formas de exclusão digital e cognitiva.

Nesse contexto, o desenvolvimento local emerge como vetor para uma transição justa e incluyente. Como a lava que fertiliza o solo após a erupção, a nova economia traz tanto riscos quanto oportunidades. Cabe às comunidades, apoiadas por políticas públicas visionárias, transformar esse potencial em progresso real – um progresso que valorize as pessoas não apenas como força de trabalho, mas como portadoras de conhecimentos, culturas e capacidades únicas.

Essa talvez seja a verdadeira lição da metáfora vulcânica: a de que toda grande transformação traz consigo a semente de um novo começo.

O capital humano, na essência, representa, portanto, muito mais do que a simples soma de habilidades técnicas ou conhecimentos individuais. Em certo sentido, ele encarna a capacidade coletiva de uma comunidade para aprender, adaptar-se e criar valor a partir de suas próprias raízes culturais e experiências compartilhadas. No contexto do Desenvolvimento Local e da Nova Economia, esse conceito transcende a visão tradicional de mão de obra qualificada para se tornar o núcleo pulsante de ecossistemas inovadores. Trata-se da matéria-prima intangível que permite aos territórios converterem desafios globais em soluções locais originais, transformando saberes ancestrais em vantagens competitivas na era digital.

O que torna o capital humano verdadeiramente decisivo nesse cenário é sua dupla natureza: ao mesmo tempo em que se ancora nas particularidades de cada território, ou seja, em seus costumes, relações sociais e modos próprios de criar e fazer, ele possui uma plasticidade única para se recombinar com as tecnologias e fluxos da economia contemporânea. Essa combinação entre raiz local e alcance global é o que permite a comunidades antes periféricas reinventarem suas tradições como ativos econômicos inovadores, seja através do artesanato digitalizado, da agricultura de precisão com base comunitária ou do turismo experiencial mediado por plataformas. Na Nova Economia, o capital humano deixa de ser um recurso passivo a ser explorado para se tornar o protagonista ativo do próprio desenvolvimento, criando cadeias de valor que começam e terminam nas pessoas.

4.8 Por uma nova educação

A analogia do vulcão em erupção emerge, também neste caso, como chave de leitura para compreender a transformação que a educação precisa enfrentar na contemporaneidade. Assim como a lava que emerge das profundezas terrestres, remodelando a superfície e criando condições para a vida, a educação deve brotar das necessidades mais profundas do ser humano, ao mesmo tempo em que prepara o terreno para o desenvolvimento econômico e social do país. Esse processo exige o equilíbrio de formar indivíduos capazes de navegar no mundo globalizado e tecnológico sem perder suas raízes locais, seres humanos completos que dominem as ferramentas da modernidade, mas que não necessariamente se deixem dominar por elas.

A nova educação precisa ser, antes de tudo, humanista. Deve colocar no centro de suas preocupações não apenas a formação de competências técnicas, mas o desenvolvimento pleno do indivíduo – suas capacidades cognitivas, emocionais, éticas e sociais. Como demonstra

Nussbaum (2010) em sua defesa da educação para a cidadania global, é preciso formar pessoas capazes de pensar criticamente, compreender a complexidade do mundo contemporâneo e atuar nele de forma ética e solidária. Essa formação não pode ser dissociada de um projeto nacional de desenvolvimento, que entenda a educação como eixo estratégico para a construção de uma sociedade desenvolvida na sua expressão mais plena, na qual se equilibram a justiça social, a inovação e a sustentabilidade.

No contexto brasileiro, essa perspectiva adquire contornos específicos. Como analisa Freire (1996), a educação deve ser entendida como prática da liberdade – um instrumento de emancipação individual e coletiva. Isso significa criar sistemas educacionais que valorizem a diversidade cultural tupiniquim, que incorporem os saberes tradicionais sem deixar de preparar os estudantes para os desafios de qualquer fase da revolução industrial. A experiência finlandesa, frequentemente citada como referência, mostra como é possível conciliar excelência acadêmica com desenvolvimento humano integral. Isso, contudo, somente será verificável se levar o contexto brasileiro com suas particularidades específicas e com suas desigualdades históricas.

O desafio é complexo e exige a conjugação de esforços múltiplos. Os governos precisam formular políticas públicas que articulem educação, ciência, tecnologia e inovação como eixos de um mesmo projeto desenvolvimentista. Por seu turno, as empresas devem assumir seu papel como agentes educativos, não apenas demandando qualificação, mas participando ativamente do processo formativo. Quanto às instituições de ensino, essas necessitam repensar seus modelos pedagógicos, criando espaços de aprendizagem que combinem o melhor da tradição acadêmica com metodologias inovadoras e centradas no estudante. Por fim, mas não por último, também a sociedade como um todo precisa se engajar na construção de uma cultura que valorize o conhecimento, a criatividade e o pensamento crítico.

Os exemplos internacionais são inspiradores, mas não devem ser copiados acriticamente. Israel transformou a escassez de recursos naturais em abundância de conhecimento elaborando um sistema educacional que valoriza a curiosidade e o empreendedorismo. A Estônia digitalizou completamente seu sistema educacional, garantindo acesso igualitário a ferramentas tecnológicas de ponta. O Brasil, com sua riqueza cultural e diversidade regional, precisa encontrar seu próprio caminho – um modelo que una excelência acadêmica e inclusão social, tradição e inovação, identidade local e abertura ao global.

A educação do século XXI não pode se limitar às paredes da escola. Como mostram as pesquisas de Prensky (2010) sobre educação digital, é preciso criar ecossistemas de aprendizagem que se estendam por toda a sociedade – bibliotecas que se transformem em centros de inovação, empresas que funcionem como espaços de formação, comunidades que se organizem como redes de aprendizagem colaborativa. Nesses ambientes, o conhecimento teórico deve dialogar permanentemente com a prática, a tecnologia com as humanidades, a inovação com a tradição.

O caminho a seguir é desafiador, mas pleno de possibilidades. Como a lava que fertiliza o solo após a erupção, a transformação educacional que o Brasil precisa pode criar as condições para um desenvolvimento verdadeiramente inclusivo e sustentável. Uma educação que forme seres humanos completos, cidadãos conscientes e profissionais competentes é o alicerce indispensável para construir o país que queremos - mais justo, mais próspero e mais humano.

A análise desenvolvida ao longo deste capítulo procurou demonstrar que a nova economia, quando articulada com os princípios do desenvolvimento local, pode se tornar em vetor de transformação social e econômica. Como evidenciam os estudos de Abramovay (2012) e Sachs (2004), a convergência entre inovação tecnológica e capital social cria oportunidades únicas para territórios antes marginalizados. A metáfora do vulcão, presente em toda a discussão, revela-se particularmente adequada: assim como a atividade vulcânica destrói, mas também fertiliza, a disrupção digital traz desafios, mas também abre caminho para novos modelos de desenvolvimento.

O caso brasileiro, analisado através de exemplos como o Porto Digital em Recife (Lemos, 2019) e as experiências de economia solidária (Singer, 2018), mostra que o caminho para o desenvolvimento local na era digital não está na mera reprodução de modelos estrangeiros, mas na capacidade de articular tecnologias globais com saberes e identidades locais. Como argumentam Lastres (2020) e Escobar (2018), essa “glocalização inovadora” permite que comunidades transformem seus ativos culturais e humanos em vantagens competitivas, criando ecossistemas econômicos mais inclusivos e sustentáveis.

A educação emerge, neste caso, como eixo central nesse processo de transformação. Conforme demonstram Nussbaum (2010) e Freire (1996), é necessário repensar profundamente os sistemas educacionais para formar cidadãos capazes de navegar na complexidade do mundo digital sem perder suas raízes locais. Essa nova educação deve ser, ao mesmo tempo, humanista

e tecnológica, crítica e criativa, local e global - uma síntese que exige o engajamento de governos, empresas, instituições de ensino e sociedade civil.

O desafio que se coloca é considerável, mas as experiências analisadas mostram que é possível construir caminhos alternativos. Como demonstra Sen (1999), o verdadeiro desenvolvimento ocorre quando as pessoas ganham liberdade para converter seus recursos em capacidades efetivas. Nesse sentido, a nova economia, se orientada por princípios de justiça social e sustentabilidade, pode se tornar um poderoso aliado do desenvolvimento local, ajudando a construir um futuro mais próspero e inclusivo para todos os territórios.

Antes de passar para as conclusões, é preciso ressaltar que a nova economia, como fenômeno multidimensional dentro da própria Economia, está promovendo uma transformação radical nos fundamentos dos setores produtivos, nas relações laborais e nas dinâmicas territoriais. Esse fenômeno está exigindo de governos, empresários, instituições de ensino, comunidades e indivíduos uma capacidade de adaptação que vai além da simples incorporação de tecnologias digitais. Os efeitos dessa transformação se manifestam através de mudanças estruturais que afetam desde as cadeias produtivas até as relações humanas.

A dissolução das fronteiras entre setores tradicionais está criando ecossistemas econômicos híbridos e interdependentes. A agricultura moderna, por exemplo, está combinando sensores inteligentes com saberes ancestrais, enquanto a saúde está digitalizando atendimentos sem eliminar completamente as assimetrias de acesso. O comércio se reinventa mediante experiências virtuais imersivas, mantendo ao mesmo tempo operações logísticas ultra localizadas. Esta nova configuração exige que todos os setores desenvolvam capacidade de operar simultaneamente em escalas global e local, sob pena de se tornarem obsoletos diante da velocidade das transformações.

O mundo do trabalho vive uma paradoxal dualidade entre maior autonomia e crescente precarização. A flexibilidade dos novos modelos laborais convive com a fragilidade dos vínculos empregatícios, exigindo novas formas de proteção social que equilibrem liberdade e segurança. Enquanto alguns profissionais conquistam mobilidade global para ofertar suas habilidades, outros se veem obrigados a aceitar condições trabalhistas instáveis em plataformas digitais. Esta realidade demanda políticas públicas inovadoras capazes de garantir direitos básicos sem comprometer os benefícios dessa nova era da economia.

No âmbito territorial, a nova economia pode se apresentar como janela de oportunidade para regiões inteiras ou comunidades localizadas e como fator de exclusão para outras. Locais com forte capital social e identidade cultural conseguem atrair investimentos ao integrar inovação tecnológica com tradições locais. Contudo, áreas sem infraestrutura digital adequada ou preparo educacional, como é o caso de muitas regiões do Brasil, ficam à margem desse processo, até ampliando desigualdades regionais. A solução parece estar em estratégias que combinem formação tecnológica com valorização dos saberes tradicionais, criando modelos próprios de desenvolvimento.

O sucesso nesta nova era na economia dependerá da capacidade de conciliar avanço tecnológico com profundidade humana. Assim como a lava vulcânica fertiliza novos solos, as transformações digitais criam oportunidades para quem souber se adaptar criativamente. O verdadeiro diferencial, portanto, não estará na sofisticação tecnológica em si, mas na habilidade de enraizá-la nas necessidades e potencialidades humanas, criando um futuro no qual o progresso técnico sirva ao desenvolvimento integral das comunidades.

5 CONCLUSÃO

A presente pesquisa buscou compreender a Nova Economia como um fenômeno dinâmico e disruptivo, comparável a uma erupção vulcânica – um evento capaz de destruir estruturas preexistentes, mas também de fertilizar o solo para novos ecossistemas. Sob a perspectiva da economia evolucionária, essa transformação pode ser entendida como um processo orgânico, marcado por variação, seleção e replicação, em que inovações tecnológicas e modelos de negócios surgem, competem e se disseminam, redefinindo continuamente o equilíbrio econômico.

A Nova Economia não é um fenômeno recente, mas a aceleração de uma transição iniciada no pós-guerra, quando pensadores como Machlup (1962) e Bell (1973) identificaram a ascensão do conhecimento como fator produtivo central. A consolidação da internet nos anos 1990 e a posterior expansão de tecnologias como inteligência artificial e economia de custo marginal zero radicalizaram essa mudança, deslocando o valor econômico para ativos intangíveis – dados, algoritmos, redes e propósito. Essa reconfiguração trouxe paradoxos: ao mesmo tempo que democratiza o acesso, concentra poder; enquanto gera flexibilidade, pode precarizar relações; e diante da abundância informacional, esbarra na escassez de atenção humana.

No cerne dessa transformação está uma nova lógica empresarial, que contrasta radicalmente com a rigidez da economia tradicional. Empresas que operam nos níveis mais altos da consciência estratégica (Kepler) – aquelas que transcendem o lucro imediato para incorporar propósito, impacto social e modelos escaláveis – estão mais bem posicionadas para prosperar. Startups, como Nubank, iFood e Airbnb, exemplificam essa mentalidade, mostrando que inovação não está na tecnologia em si, mas na resolução de problemas reais, com o cliente no centro.

Apesar de ser um fenômeno global, a Nova Economia se manifesta de forma singular em cada território. O desenvolvimento local emerge como um laboratório de inovação, onde ecossistemas empreendedores, identidade cultural e capital social se combinam para criar resiliência e oportunidades. No Brasil, iniciativas como o Porto Digital (Recife) demonstram como a articulação entre tecnologia e cultura local pode gerar crescimento inclusivo. Superar o "paradoxo da abundância" – transformar saberes tradicionais em riqueza tangível – exige políticas públicas que incentivem infraestrutura digital, educação adaptativa e marcos regulatórios flexíveis.

A glocalização torna-se essencial: comunidades devem absorver tecnologias globais, mas as ressignificar a partir de suas raízes. Agricultores familiares, artesãos e mestres da cultura popular, por exemplo, podem acessar mercados globais sem perder a essência local, desde que apoiados por ecossistemas colaborativos e plataformas de valor compartilhado.

O capital humano é o ativo mais valioso dessa nova era, mas sua formação precisa ser humanista e emancipatória. A educação deve transcender habilidades técnicas, integrando criatividade, inteligência emocional e capacidade de aprendizagem contínua. No Brasil, isso significa valorizar a diversidade cultural e incorporar saberes tradicionais, preparando os indivíduos para um mercado de trabalho em constante mutação – onde trabalho em portfólio, empreendedorismo e autogestão serão cada vez mais comuns.

A Nova Economia se manifesta como um processo contínuo de transformação, marcado por sua capacidade simultânea de desestabilizar estruturas estabelecidas e regenerar novas formas de organização econômica e social. Seu impacto no desenvolvimento local não é automático nem uniforme, mas resulta da habilidade de articular dimensões aparentemente contraditórias: a expansão global e as particularidades locais, o avanço tecnológico e as necessidades humanas, a eficiência dos mercados e os propósitos sociais mais amplos.

Essa dinâmica exige uma atuação coordenada de diferentes atores sociais. Os governos têm o desafio de criar condições institucionais que estimulem a inovação sem descuidar da inclusão, investindo em educação adaptativa e infraestrutura digital que sirvam como base para o desenvolvimento. As empresas, por sua vez, precisam cultivar mentalidades mais ágeis, capazes de operar tanto em modelos tradicionais quanto em novas configurações baseadas em plataformas e ecossistemas colaborativos. Os indivíduos enfrentam a necessidade de desenvolver capacidades de aprendizagem contínua e adaptação a um mercado em constante mutação. Já a sociedade como um todo deve fortalecer suas redes de cooperação, estabelecer parâmetros éticos para o uso de novas tecnologias e reinventar os contratos sociais em um contexto de profundas transformações no mundo do trabalho e nas relações de consumo.

A história econômica recente oferece lições valiosas sobre os riscos da resistência à mudança, como demonstra o emblemático caso da Kodak, que não soube se adaptar à revolução digital em seu setor. Contudo, também apresenta exemplos de organizações e comunidades que transformaram crises em oportunidades, construindo trajetórias mais inclusivas e sustentáveis. O que está em jogo na Nova Economia ultrapassa a mera adoção de novas tecnologias - trata-se fundamentalmente de recolocar as pessoas no centro do desenvolvimento, não como meros

instrumentos de produção ou consumo, mas como protagonistas de um progresso que deve ser global em seu alcance e local em suas raízes e aplicações concretas.

Este processo transformador já está em andamento, e seus resultados dependerão das escolhas que fizermos coletivamente. Diante dessa realidade, cabe aos destinatários desse movimento da Economia decidirem entre assumir uma postura passiva, como meros espectadores das mudanças em curso, ou se engajarem ativamente na construção de novos arranjos econômicos e sociais, em especial mais justos em sua distribuição de oportunidades, mais criativos em suas soluções e mais resilientes diante dos desafios futuros.

A Nova Economia representa, assim, a mais recente manifestação do permanente movimento de transformação da própria Economia. Diante das profundas mudanças que caracterizam a época atual, isto é, tecnológicas, geopolíticas e culturais, a própria economia gerou essa nova configuração que está redefinindo relações humanas, estruturas de poder e formas de organização social. Essa realidade impõe a todos – governos, empresas, instituições educacionais, comunidades e indivíduos – a necessidade de repensar fundamentos, questionar pressupostos e reinventar práticas, num esforço contínuo de adaptação criativa às demandas de um mundo em rápida transformação.

Esta pesquisa, inscrita no Programa de Desenvolvimento Local, buscou demonstrar como o estudo da Nova Economia se revela fundamental para repensar o desenvolvimento territorial em bases mais inclusivas e inovadoras.

Longe de ser apenas um fenômeno global abstrato, a Nova Economia emerge como uma força catalisadora capaz de redefinir as possibilidades do desenvolvimento local quando compreendida em sua essência transformadora. Nosso trabalho partiu de uma premissa urgente: em um mundo marcado por disrupções tecnológicas e novas lógicas de valor, os territórios não podem se limitar a reagir passivamente às mudanças – precisam se apropriar criticamente dessas transformações para gerar prosperidade enraizada e coletiva.

A pesquisa revelou que o grande diferencial da Nova Economia para o desenvolvimento local está em sua capacidade de converter desafios globais em oportunidades locais. Onde antes se viam ameaças de exclusão digital ou de concentração de poder em grandes plataformas globais, podem ser descobertos potenciais caminhos de inclusão: as mesmas tecnologias que conectam mercados podem empoderar artesãos locais; as plataformas que desafiam modelos tradicionais podem ser ressignificadas como ferramentas de cooperação comunitária; a

valorização do capital intangível (como conhecimento e cultura) pode se tornar o esteio de economias locais mais resilientes.

Em certo sentido, a Nova Economia, quando articulada com inteligência territorial, pode gerar ciclos virtuosos de inovação e inclusão. Essa articulação mostra que o desenvolvimento local na era digital exige novas formas de governança: políticas públicas que combinem infraestrutura digital com formação de capital humano; empresas que equilibrem escala global com impacto comunitário; e arranjos institucionais que transformem saberes tradicionais em ativos competitivos.

O aspecto mais revolucionário dessa transformação – e que a pesquisa buscou destacar – está na mudança de protagonismo: o cidadão deixou de ser mero consumidor ou beneficiário passivo para se tornar coautor do desenvolvimento. Metodologias como *Design Thinking* ou *Jobs to Be Done*, quando aplicadas às realidades locais, permitem que soluções nasçam das próprias comunidades, não como imposições externas, mas como respostas criativas a desafios concretos.

Esta pesquisa se inscreve, portanto, no esforço de repensar o desenvolvimento local a partir de três eixos inovadores. O primeiro deles é o da Nova Economia como vetor de inclusão produtiva, que converte conexões globais em oportunidades locais. O segundo diz respeito aos ecossistemas colaborativos como alternativa à competição predatória, criando redes onde startups, empresas tradicionais e atores comunitários se fortalecem mutuamente. Por fim, a educação como alicerce para um desenvolvimento que valoriza tanto as raízes culturais locais quanto as competências para enfrentar o futuro.

Ao final, o que emerge não é uma receita universal, mas um convite à ação: a Nova Economia não será inclusiva por acaso, mas por escolha – fruto de arranjos institucionais inteligentes, de políticas públicas ousadas e, sobretudo, da capacidade das comunidades de se verem não como vítimas passivas da mudança, mas como protagonistas ativas de seu próprio desenvolvimento. Esta pesquisa aspira a ser um farol nessa jornada, mostrando que quando o local dialoga criticamente com o global, a erupção transformadora da Nova Economia pode fertilizar, em vez de arrasar, os solos férteis do desenvolvimento comunitário.

6 REFERÊNCIAS

- ABPD.** *Relatório anual da indústria fonográfica brasileira em 2023.* Disponível em: <https://pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2024/03/Mercado-Brasileiro-em-2023.pdf>. Acesso em: 28 mai. 2025.
- ABSTARTUPS.** *Guia do marco legal das startups.* 2022. Disponível em: <https://abstartups.com.br/wp-content/uploads/2021/08/Guia-Marco-Legal-Startups.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2024.
- ACEMOGLU, D.; JOHNSON, S.** *Poder e progresso: uma luta de mil anos entre a tecnologia e a prosperidade.* São Paulo: Objetiva, 2024.
- ALEXANDER, C. P.** *The new economy.* Time, 1983. Disponível em: <https://time.com/archive/6859891/the-new-economy/>. Acesso em: 27 mai. 2025.
- ARIELY, D.** *Predictably irrational.* New York: HarperCollins, 2008.
- ARTHUR, W. B.** *Complexity and the economy.* Oxford: Oxford University Press, 2013.
- BARRETO, D.** *Nova economia: entenda por que o perfil empreendedor está engolindo o empresário tradicional brasileiro.* São Paulo: Gente, 2021.
- BARRETO, M.** *A nova economia brasileira.* São Paulo: Atlas, 2021.
- BCB - BANCO CENTRAL DO BRASIL.** *Relatório de inclusão financeira.* Brasília: BCB, 2023.
- BEINHOCKER, E. D.** *The origin of wealth: evolution, complexity, and the radical remaking of economics.* Boston: Harvard Business Press, 2006.
- BELL, D.** *The coming of post-industrial society.* New York: Basic Books, 1973.
- BENKLER, Y.** *The wealth of networks.* New Haven: Yale University Press, 2006.
- BROWN, T.** *Change by design.* New York: Harper Business, 2009.
- BROWN, T.** *Design thinking.* Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- BRYNJOLFSSON, E.; MCAFEE, A.** *The second machine age.* Cambridge: MIT Press, 2014.
- BUENO, N. P.** *Lógica da ação coletiva, instituições e crescimento econômico: uma resenha temática sobre a nova economia institucional.* Revista Economia, Brasília, v. 5, n. 2, p. 361-420, 2004.

- CASTELLS, M.** *A sociedade em rede*. Tradução Roneide Venancio Majer. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1).
- CHOUDARY, S. P.** *Platform scale*. Boston: Platform Thinking Labs, 2015.
- CHRISTENSEN, C. et al.** *Competindo contra o acaso*. São Paulo: HSM Editora, 2017.
- CHRISTENSEN, C.** *The innovator's dilemma*. Boston: Harvard Business Review Press, 1997.
- COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL.** *Pesquisa sobre hábitos digitais*. São Paulo: CGI.br, 2023.
- COSTA, M.; SILVA, R.** *Os vulcões digitais: como Nubank e iFood revolucionaram o Brasil*. São Paulo: Atlas, 2021.
- DE SÁ, M. G. C.** *O capital de risco aplicado em start-ups no Brasil: uma reflexão sobre o ecossistema dos empreendimentos inovadores a partir da visão do investidor*. Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade, Salvador, v. 7, n. 1, p. 97-120, 2017.
- DIAS, J. M.; RITA DE CÁSSIA, M. C.; PIRES, D. F.** *A segurança de dados na computação em nuvens nas pequenas e médias empresas*. Revista Eletrônica de Sistemas de Informação e Gestão Tecnológica, v. 2, n. 1, 2012.
- DOSI, G.** *Sources, procedures, and microeconomic effects of innovation*. Journal of Economic Literature, Pittsburgh, v. 26, n. 3, p. 1120-1171, 1988.
- DRUCKER, P.** *Desafios gerenciais para o século XXI*. São Paulo: Thomson, 2017.
- DRUCKER, P.** *O gestor eficaz*. Rio de Janeiro: LTC, 1990.
- EBIT/NIELSEN.** *Comportamento do consumidor brasileiro*. São Paulo: Ebit/Nielsen, 2023.
- EBIT/NIELSEN.** *Relatório de tendências do consumidor brasileiro*. São Paulo: Ebit/Nielsen, 2022.
- FGV - FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS.** *Panorama da experiência do cliente no Brasil*. Rio de Janeiro: FGV, 2023.
- FGV - FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS.** *Panorama das estratégias empresariais no Brasil*. Rio de Janeiro: FGV, 2023.
- FOLKE, C.** *Resilience: the emergence of a perspective for social-ecological systems analyses*. Global Environmental Change, Amsterdam, v. 16, n. 3, p. 253-267, 2006.

GASPAR, M. A. et al. *Vantagens competitivas de um cluster comercial varejista: estudo de caso da rua Jurubatuba*. Sinergia, v. 19, n. 1, p. 9-20, 2015.

GOMES, N. S. *Nômades digitais: quem são estes novos turistas?* 2019. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Évora, Évora, 2019.

GREENSPAN, A. *The challenge of central banking in a democratic society*. Washington: Federal Reserve, 1998.

HASKEL, J.; WESTLAKE, S. *Capitalism without capital*. Princeton: Princeton University Press, 2017.

HENDERSON, R. *Reimagining capitalism*. Boston: Harvard Business Review Press, 2020.

HODGSON, G. M. *Economics and evolution: bringing life back into economics*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1993.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Pesquisa anual de serviços*. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

IPEA - INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. *Evolução industrial no Brasil*. Brasília: Ipea, 2022.

ITU - INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION. *Measuring digital development*. Genebra: ITU, 2023.

KAHNEMAN, D. *Thinking, fast and slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2011.

KAZANJIAN, K. *The third revolution*. Oxford: Oxford University Press, 2020.

KELLY, K. *New rules for the new economy*. New York: Penguin, 1997.

KEPLER, J. *Customer centricity no mercado brasileiro*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2023.

KEPLER, J. *Inevitável: como subir o nível de consciência empresarial, escalar o seu negócio e entender a força do equity para ampliar sua visão e as oportunidades na nova economia*. São Paulo: Gente, 2023.

KEPLER, J. *O poder do equity: como investir em negócios inovadores, escaláveis e exponenciais e se tornar um investidor anjo*. São Paulo: Gente, 2021.

KEPLER, J. *Smart money: a arte de atrair investidores e dinheiro inteligente para seu negócio*. São Paulo: Gente, 2018.

- LANDES, D.** *The unbound prometheus*. Cambridge: Cambridge University Press, 1969.
- LEVITT, T.** *Marketing myopia*. Harvard Business Review, Boston, v. 38, n. 4, p. 45-56, 1960.
- LIBRELON, D. et al.** *Políticas públicas de fomento à ciência, tecnologia e inovação direcionadas para startups brasileiras de base tecnológica*. 2015.
- MACHLUP, F.** *The production and distribution of knowledge in the United States*. Princeton: Princeton University Press, 1962.
- MAZZUCATO, M.** *The value of everything*. New York: PublicAffairs, 2018.
- MOKYR, J.** *The lever of riches*. Oxford: Oxford University Press, 1990.
- NELSON, R. R.; WINTER, S. G.** *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge: Harvard University Press, 1982.
- PARKER, G. et al.** *Platform revolution*. New York: W. W. Norton, 2016.
- PASETO, L. et al.** *Cidades inteligentes e indústria 4.0: a influência das tecnologias da informação e comunicação*. Revista Científica e-Locução, v. 1, n. 17, p. 22, 2020.
- PEREZ, C.** *Technological revolutions and financial capital*. Cheltenham: Edward Elgar, 2002.
- PESENTE, R.** *Ativos intangíveis e desenvolvimento local: a contribuição das indicações geográficas*. 2013.
- PETERS, B. G.** *O que é governança*. Revista do TCU, Brasília, 2013. Disponível em: <https://revista.tcu.gov.br>. Acesso em: 10 de out. 2024.
- PINE, J.** *Mass customization*. Boston: Harvard Business School Press, 1993.
- PLANALTO.** *Institui o marco legal das startups do empreendedorismo inovador*. 2022. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/Lcp182.htm. Acesso em: 30 nov. 2024.
- PORTER, M.** *A vantagem competitiva das nações*. Rio de Janeiro: Elsevier, 1992.
- PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, V.** *The future of competition*. Boston: HBS Press, 2004.
- RAWORTH, K.** *Doughnut economics*. White River Junction: Chelsea Green Publishing, 2017.
- RIES, E.** *A startup enxuta: como usar a inovação contínua para criar negócios radicalmente bem-sucedidos*. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

- RIFKIN, J.** *The zero marginal cost society*. New York: Palgrave Macmillan, 2014.
- SALIBE, M.; MAGALDI, R.** *Disrupção e inovação*. São Paulo: Atlas, 2024.
- SALIBE, M.; MAGALDI, R.** *Gestão na era digital*. São Paulo: Atlas, 2018.
- SALIBE, M.; MAGALDI, R.** *Gestão na era do cliente*. São Paulo: Atlas, 2024.
- SALIBI NETO, J.; MAGALDI, S.** *A estratégia do motor 2*. São Paulo: Camelot, 2018.
- SALIBI NETO, J.; MAGALDI, S.** *Estudo de casos: o que está por trás das empresas escaláveis*. São Paulo: Camelot, 2022.
- SALIBI NETO, J.; MAGALDI, S.** *Gestão do amanhã*. São Paulo: Camelot, 2018.
- SCHUMPETER HADDAD, E. W.** *Inovação tecnológica em Schumpeter e na ótica neo-schumpeteriana*. 2010. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/25385>. Acesso em: 10 de out. 2024.
- SCHUMPETER, J. A.** *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper & Brothers, 1942.
- SEBRAE.** *Sobrevivência empresarial em tempos de disrupção*. Brasília: Sebrae, 2023.
- SEBRAE.** *Startups brasileiras*. Brasília: Sebrae, 2023.
- SIMON, H.** *Designing organizations for an information-rich world*. In: Computers, communication, and the public interest. Baltimore: Johns Hopkins Press, 1971.
- STANDING, G.** *The precariat*. London: Bloomsbury Academic, 2011.
- STEINER, J. E.; CASIM, M. B.; ROBAZZI, A. C.** *Parques tecnológicos: ambientes de inovação*. Revista IEA, São Paulo, 2008.
- STOCCO, G.** *Desaprenda: lições de um empreendedor digital sobre como repensar o futuro do seu negócio*. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2020.
- TACHIZAWA, T.** *Gestão com foco no cliente*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2015.
- TEIXEIRA, L. F.; HALPERN, E.** *Comportamento do consumidor: análise sobre a importância percebida no comportamento ESG de empresas*. 2023.
- TOFFLER, A.** *The third wave*. New York: Bantam Books, 1980.

VARGO, S.; LUSCH, R. *Evolving to a new dominant logic for marketing*. Journal of Marketing, Chicago, v. 68, n. 1, p. 1-17, 2004.

ZANINI, M. T. F.; LUSK, E. J.; WOLFF, B. *Confiança dentro das organizações da nova economia: uma análise empírica sobre as consequências da incerteza institucional*. Revista de Administração Contemporânea, v. 13, p. 72-91, 2009.

ZUBOFF, S. *The age of surveillance capitalism*. New York: PublicAffairs, 2019.