



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA**

FRANCISCO ALEXSANDRO DE SOUSA LIMA

EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO DE CASO DA DOCERIA DA BIBI

**FORTALEZA
2022**

FRANCISCO ALEXSANDRO DE SOUSA LIMA

EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO DE CASO DA DOCERIA DA BIBI

Monografia apresentada ao Curso de Biblioteconomia do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Isaura Nelsivania Sombra Oliveira

FORTALEZA
2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

L698e Lima, Francisco Alexsandro de Sousa.

Empreendedorismo : Um estudo de caso da Doceria da Bibi / Francisco Alexsandro de Sousa Lima. – 2022.

54 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Curso de Biblioteconomia, Fortaleza, 2022.

Orientação: Profa. Dra. Isaura Nelsivania Sombra Oliveira.

1. empreendedorismo. 2. empreendedorismo digital. 3. empreendedor. I. Título.

CDD 020

FRANCISCO ALEXSANDRO DE SOUSA LIMA

EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO DE CASO DA DOCERIA DA BIBI

Monografia apresentada ao curso de Biblioteconomia do Departamento de Ciências da Informação da Universidade Federal do Ceará - UFC, como requisito parcial para conclusão da disciplina Monografia II.

APROVADO EM: ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Isaura Nelsivania Sombra Oliveira (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Jefferson Veras Nunes (Membro)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Me. Márcio de Assumpção Pereira da Silva (Membro)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Antônio Wagner Chacon Silva (Suplente)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Dedico este trabalho primeiramente a Deus.
Minha família. E em especial a uma pessoa que tanto
admiro, minha querida mãe, Noeme Maria de Sousa.
Amo-te.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pois a Ele devo tudo que tenho e tudo que sou.

A todos os meus familiares, por sempre me apoiarem e por nunca terem medido esforço para que eu chegasse até esse momento.

A Manuelle Cristina por fazer parte da minha vida e me apoiar todos os dias.

A “equipe do amor”, Bianca Kellen, Brendiane Soares, Gildênia Silva, Jayne Almeida, Valnice Batista pela ajuda e amizade todos esses anos. É como os Beatles dizem: “tudo que você precisa é amor”.

A Dra. Isaura Nelsivânia Sombra Oliveira, pela orientação, por fazer parte da minha vida acadêmica e elaboração desse trabalho.

Aos professores participantes da banca examinadora, Dr. Jefferson Veras Nunes, Me. Márcio de Assumpção Pereira da Silva e Dr. Antônio Wagner Chacon Silva. Meu muito obrigado.

Aos demais professores, amigos e colegas de curso pela amizade e por fazerem parte dessa caminhada.

“A mente que se abre para uma nova ideia jamais
voltará ao seu tamanho original.”
(Albert Einstein)

RESUMO

Estuda a importância do empreendedorismo hoje somado ao advento das tecnologias e o atual cenário econômico do país. A atividade empreendedora vem se mostrando uma das grandes forças que estimulam e incentivam mudanças econômicas e sociais. Historicamente, o empreendedorismo tem sido definido como uma maneira diferenciada de alocação de recursos e otimização de processos organizacionais, sempre de forma criativa, visando à diminuição de custos e melhoria de resultados. Nota-se que construir um e-commerce se tornou o desejo de muitos, não apenas daqueles que querem abrir uma nova empresa, mas também dos empreendedores que pretendem expandir seu negócio. Diante de um cenário de tantas adversidades, o que devemos ter sempre em mente é que mesmo diante dos grandes desafios, somos capazes de fazermos escolhas que poderão mudar nossas vidas, pois o empreendedor é aquele que lança a ideia do sonho, o estrutura e busca tornar esse sonho realidade, dando sentido assim ao seu projeto. A pesquisa tem como objetivo mostrar como o empreendedorismo pode ser uma oportunidade para profissionais fora do mercado de trabalho. A pesquisa possui natureza bibliográfica, exploratória e qualitativa. Aponta conceitos e características para a prática do empreendedorismo. Norteada pelo estudo de caso do empreendimento Doceria da Bibi, onde foi utilizado duas técnicas, primeiramente a observação e posteriormente a entrevista, onde busca mostrar as motivações que levaram ao empreendimento.

Palavras-chaves: empreendedorismo; empreendedorismo digital; empreendedor.

ABSTRACT

It studies the importance of entrepreneurship today in addition to the advent of technology and the country's current economic scenario. Entrepreneurial activity has proven to be one of the great forces that stimulate and encourage economic and social change. Historically, entrepreneurship has been defined as a different way to allocate resources and optimize organizational processes, always in a creative way, aiming to reduce costs and improve results. We can see that building an e-commerce has become the desire of many, not only of those who want to start a new company, but also of entrepreneurs who want to expand their business. Faced with a scenario of so many adversities, what we should always keep in mind is that even in the face of great challenges, we are capable of making choices that can change our lives, because the entrepreneur is the one who launches the idea of the dream, structures it, and seeks to make this dream come true, thus giving meaning to his project. The research aims to show how entrepreneurship can be an opportunity for professionals outside the labor market. The research is bibliographic, exploratory, and qualitative in nature. It points out concepts and characteristics for the practice of entrepreneurship. It is guided by the case study of the enterprise Doceria da Bibi, where two techniques were used, first the observation and then the interview, which seeks to show the motivations that led to the enterprise.

Keywords: entrepreneurship; digital entrepreneurship; entrepreneur.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Logomarca Doceria da Bibi.....	29
Figura 2	Doces da Bibi – Instagram.....	30
Figura 3	Doceria da Bibi – Facebook.....	31
Figura 4	Produtos ofertados – Facebook.....	32
Figura 5	Produtos ofertados Instagram.....	33
Figura 6	Canal de comunicação cliente/empreendedor – WhatsApp.....	34

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Não são considerados desempregados.....	15
Quadro 2	Desemprego.....	16
Quadro 3	Taxas específicas de empreendedorismo segundo sexo – Brasil – 2019 – Taxas específicas.....	21
Quadro 4	Taxas específicas de empreendedorismo segundo sexo – Brasil – 2019 – Taxas específicas – Estimativas.....	21
Quadro 5	Distribuição percentual de pessoas desocupadas por sexo...	22
Quadro 6	Faturamento e-commerce – 2021.....	24
Quadro 7	Comércio eletrônico em comparação ao comércio físico.....	25
Quadro 8	Habilidades necessárias dos empreendedores.....	27

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
2	CENÁRIO ATUAL DE DESEMPREGO NO BRASIL.....	15
2.1	Oportunidade x necessidade.....	16
3	EMPREENDEDORISMO.....	18
3.1	Empreendedorismo feminino.....	19
3.2	Empreendedorismo digital.....	22
3.3	Características Do empreendedor.....	25
3.4	Sobre a Doceria Da Bibi.....	28
4	METODOLOGIA.....	36
5	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	39
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
	REFERÊNCIAS.....	45
	APÊNDICE A.....	47
	APÊNDICE B.....	49

1 INTRODUÇÃO

Todas as vezes que assistimos e lemos a reportagens de jornais relatando sobre problemáticas como desemprego, fome, violência, temos a predisposição de não considerarmos que o mesmo poderia acontecer conosco ou com nossos familiares. Mesmo sabendo que sejam fatos, muitas vezes assistimos como se estivéssemos diante de um roteiro de ficção muito bem escrito, mas muito longe da nossa realidade e que logo vamos acordar. É o momento que passamos hoje com a pandemia do Coronavírus (COVID-19).

Diante de tantas adversidades, o que devemos ter sempre em mente é que mesmo diante dos grandes desafios, somos capazes de fazermos escolhas que poderão mudar nossas vidas, nos mostra que o futuro é resultado de nossas ações e decisões para tornar os nossos sonhos em realidade. Pois, a ação de empreender está relacionada ao ato de desenvolver a capacidade de sonhar e realizar este sonho. Como afirma DOLABELA (2003) “é empreendedor alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”. Assim o empreendedor é aquele que lança a ideia do sonho, o estrutura e busca tornar esse sonho realidade, dando sentido assim ao seu projeto.

O desenvolvimento das organizações em padrões estruturais e tecnológicos, tendo as mudanças e o conhecimento como novos paradigmas, tem determinado um estilo novo nas atitudes pessoais e gerenciais ante as realidades distintas e emergentes. A certeza de que o grande desafio do ser humano é ter a capacidade e a competência diária para se adaptar, assim acontece também com profissões e profissionais.

O empreendedorismo através da criação de novos negócios, elaboração de produtos ou serviços gera diversos benefícios sociais, gerando emprego e renda para a sociedade como um todo, trazendo benefícios visíveis de crescimento econômico e competitividade.

Países em desenvolvimento como o Brasil necessitam de um nível maior de conhecimento e estímulo para uma cultura empreendedora. Olhando para o contexto do mercado atual, envolto por incertezas e desafios, a motivação para o estudo do tema veio da necessidade e importância de estudos na área trazendo à discussão, suas motivações e principalmente os benefícios de uma sociedade empreendedora.

Historicamente, o empreendedorismo tem sido definido como uma maneira diferenciada de alocação de recursos e otimização de processos organizacionais, sempre de forma criativa, visando à diminuição de custos e melhoria de resultados.

Sabendo disso, como o empreendedorismo pode ser uma oportunidade para profissionais fora do mercado de trabalho? Pensando na criação de novos negócios, geralmente micro e pequenas empresas, em que por trás destes negócios estão indivíduos diferenciados, conhecidos por empreendedores. Para que isto ocorra, é necessário que o profissional tenha competência informacional para lidar com os produtos disponíveis no mercado, impondo, assim, uma possibilidade para o perfil empreendedor.

O trabalho em pauta aborda as questões do empreendedorismo a partir das conexões via internet, do negócio Doceria da Bibi, pertencente a uma estudante de biblioteconomia.

Deste modo, o objetivo geral desta pesquisa é mostrar como o empreendedorismo pode ser uma oportunidade para profissionais fora do mercado de trabalho.

Os Objetivos específicos são:

- Apontar conceitos e características para a prática do empreendedorismo;
- Mostrar as motivações que levaram ao empreendimento da Doceria da Bibi.

Com a finalidade de alcançar os objetivos traçados, a pesquisa é dividida em seis capítulos. No capítulo 2 constituído pelo cenário atual de desemprego no Brasil, trazendo números atualizados e condicionantes para se abrir novos negócios; capítulo 3 e seus subtítulos composto por revisão de literatura que aborda o conceito de empreendedorismo, tipos de empreendedorismo, características do empreendedor e identificação do negócio; capítulo 4 trata da metodologia e os procedimentos realizados; capítulo 5 analisa os resultados da pesquisa; por fim, capítulo 6 explana as considerações finais.

2 CENÁRIO ATUAL DO DESEMPREGO NO BRASIL

As mudanças ocorridas no mundo do trabalho, além de definirem novas práticas produtivas, direcionam para novas condições de empregabilidade, podendo levar à precarização do trabalho e ao aumento do desemprego. Isso pode ocorrer pela diminuição nos postos de trabalho formais ou pelas dificuldades impostas pelas novas condições da empregabilidade.

O desemprego prejudica milhões de pessoas pelo mundo, independentemente do grau de desenvolvimento de um país. Porém, os maiores números de pessoas sem emprego formal localizam-se em países emergentes e/ou subdesenvolvidos.

Segundo o IBGE (2022) (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), “desemprego, de forma simplificada, se refere às pessoas com idade para trabalhar (acima de 14 anos) que não estão trabalhando, mas estão disponíveis e tentam encontrar trabalho.” Assim, para alguém ser considerado desempregado, não basta não possuir um emprego.

Observe no (Quadro 1) alguns exemplos de pessoas que, embora não possuam um emprego, não podem ser consideradas desempregadas.

Quadro 1 – Não são considerados desempregados

NÃO SÃO CONSIDERADOS DESEMPREGADOS
Universitário que dedica seu tempo somente aos estudos
Dona de casa que não trabalha fora
Empreendedor (a) que possui seu próprio negócio

Fonte: IBGE, 2021.

De acordo com a metodologia usada pelo IBGE na PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua), o estudante, a dona de casa e o empreendedor são pessoas consideradas com uma ocupação.

Sobre o desemprego, o (quadro 2) mostra a taxa em que se encontra atualmente o cenário nacional no 1º trimestre de 2022.

Quadro 2 – Desemprego

DESEMPREGO			
Desempregados (desocupados)	Taxa de desemprego (desocupação)	Desalentados	Taxa de subutilização
11,9 milhões	11,1%	4,6 milhões	23,2%
1° trimestre de 2022			

Fonte: IBGE, 2022.

O contexto econômico atual, em que a procura por um emprego é um desafio, muitos jovens e adultos consideram a opção de empreender como saída para o desemprego e investir em seu próprio negócio.

A realização de um negócio tem que ser cercada de cuidados, pois o empreendedor busca realização pessoal e cria a expectativa de sucesso, independência/estabilidade financeira. Porém, ao iniciar um negócio, o empreendedor assume os riscos do empreendimento, havendo a necessidade de estar preparado para os desafios que terá que enfrentar.

2.1 Oportunidade X Necessidade

O empreendedorismo começou a ter ênfase no Brasil a partir da década de 1990, e desde então vem se destacando e modificando o cenário econômico. Pode-se dizer que isso se deve graças a ações de empresas como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas).

Através do empreendedorismo, novas ideias surgem para desenvolver o país. Um empreendedor pode inspirar outro e, assim, cada vez mais pessoas podem trabalhar por conta própria para seu crescimento e o do país.

Uma das principais virtudes de um empreendedor é ter sensibilidade para enxergar oportunidade de negócios e perceber as chances que o mercado oferece para abertura de um novo negócio ou produto. Porém, alguns requisitos básicos como estabilidade econômica, saúde, infraestrutura, educação básica, educação financeira, eficiência no mercado de trabalho, políticas governamentais são recursos necessários para a criação de novos negócios.

Segundo Leite e Oliveira (2017 apud Baggio e Baggio, 2007) classificam em dois tipos de Empreendedorismo: “O Empreendedorismo por Necessidade (criam-se negócios por não haver outra alternativa) e o Empreendedorismo por Oportunidade (descoberta de uma oportunidade de negócio lucrativa)”.

O Empreendedor por oportunidade é identificar uma chance de negócio ou um nicho de mercado e decide fazer mesmo possuindo alternativas correntes de emprego e renda. É a possibilidade de alcançar a independência no trabalho ou aumentar a renda mensal.

Com diferente motivação, os empreendedores por necessidade decidem empreender por não possuírem melhores alternativas profissionais, abrindo um negócio com a finalidade de gerar rendimentos visando principalmente o seu sustento e da sua família.

Empreender depende muito da situação econômica de um país. O número de empreendedores por necessidade, por exemplo, cresce quando o desemprego aumenta.

O apoio ao empreendedorismo é de grande importância no processo gerador do desenvolvimento empreendedor, as instituições que ensinam, ajudam e ampliam as oportunidades de sucesso de um empreendimento, a educação e capacitação empreendedora.

3 EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é um tema que abrange várias áreas de estudos, com ideias provenientes do pensamento econômico, gestão empresarial, comportamental, psicológicos e sociais. É o estudo voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à criação e execução de um projeto. O termo significa realizar, fazer ou executar.

A palavra “empreendedor” deriva do termo francês *entrepreneur*, que significa “alguém que assume riscos e começa algo novo” (CHIAVENATO, 2005, p.3).

Houve um tempo em que a palavra “empreendedorismo” não fazia nem parte oficial da língua portuguesa. A expressão “empreendedor”, segundo o Dicionário Etimológico Nova Fronteira, teria surgido na língua portuguesa no século XVI.

No entanto, há empreendedores desde muitos séculos. O cenário histórico da humanidade é pautado de ações sobre empreendedorismo desde Marco Polo até hoje com Bill Gates, Steve Jobs, Elon Musk, Marcus Lemonis, entre outros. Os registros não são apenas fatos do passado, são resultados de atos de empreendedores, com visões de futuros, de conquistas e de grandes invenções que mudaram e mudam a história até hoje.

De certa maneira, as transformações da própria sociedade e sua evolução, de uma base de produção agrária para uma economia mercantil e, finalmente, para a sociedade industrial, que precedeu ao mundo contemporâneo, no qual impera a figura do empreendedor.

Com o início da industrialização que ocorria por todo o mundo devido a Primeira Revolução Industrial que iniciou na Grã-Bretanha e com a mudança do sistema econômico, os empreendedores passaram a se distinguir dos fornecedores de capital, os capitalistas. Mostrando que,

O empreendedorismo tem sua origem na reflexão de pensadores econômicos do século XVIII e XIX, conhecidos defensores do *laissez-faire* ou liberalismo econômico. Esses pensadores econômicos defendiam que a ação da economia era refletida pelas forças livres do mercado e da concorrência. O empreendedorismo tem sido visto como um engenho que direciona a inovação e promove o desenvolvimento econômico (REYNOLDS, 1997; SCHUMPETER, 1934)

Com o passar do tempo, o empreendedorismo foi se desenvolvendo, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais, e colaborando com desenvolvimento econômico mundial pela transformação criativa, diferenciada e cada vez mais valorizada de recursos em negócios lucrativos.

Chiavenato (2005, p.3) define o empreendedor como “A pessoa que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”. Dessa forma, a pessoa empreendedora é aquela que, ao vislumbrar uma oportunidade no mercado a aproveita para construir sua empresa e obter os lucros. O empreendedor também pode ser aquele que resolve certas questões correndo riscos e focando nos resultados.

Dornelas (2008, p.22) explica como o “envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva a criação de negócios de sucesso”. Mostrando que o sucesso de um empreendimento depende muito mais do que apenas de características pessoais do empreendedor. É a combinação de recursos e habilidades de forma inovadora, para assim concretizar a ideia e conduzir o empreendimento de forma eficaz.

Chiavenato (2005, p. 5) explica que “o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades”. O que se torna fundamental em um negócio é que o empreendedor identifique no produto ou serviço que pretende desenvolver, o potencial de mercado ou tentar descobrir utilidades que atendam as necessidades de seus futuros clientes.

Empreender é uma tarefa tanto para homens quanto para mulheres, independente de sua classe social ou profissão. Basta que a pessoa almeje, use da sua criatividade, inove, motive e assuma riscos. O próximo tópico mostra um pouco do cenário do papel da mulher no empreendedorismo, através do estudo do GEM (Global Entrepreneurship Monitor).

3.1 Empreendedorismo Feminino

As mulheres são capazes de realizar diferentes atividades e lidar com diferentes responsabilidades (lar, família, trabalho). Segundo Villas Boas (2010, p.51) “Existem admiráveis diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima habilidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa”.

O empreendedorismo feminino está em destaque e ocorre assim um acréscimo gradativo de empreendimentos instituídos por mulheres e tornando-se cada vez mais importante no cenário econômico. As mulheres têm demonstrado cada vez mais a sua força como empreendedoras de sucesso.

O GEM (Global Entrepreneurship Monitor), Monitoramento de empreendedorismo global em português é um consórcio de equipes de pesquisadores na área de empreendedorismo vinculados a renomadas instituições acadêmicas e de pesquisa de mais de 100 países.

No conceito GEM, o empreendedorismo é: “Qualquer tentativa de criação de um novo negócio, seja uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente”.

Para compreender o fenômeno do empreendedorismo é feito uma análise do estágio de vida do empreendedor junto ao seu empreendimento. Para esse fim, o GEM classifica os empreendedores como iniciais ou estabelecidos.

Empreendedores iniciais – são indivíduos que estão à frente de empreendimentos com menos de 42 meses de existência (3,5 anos) e são divididos em duas categorias: empreendedores nascentes e empreendedores novos.

Empreendedores estabelecidos – são indivíduos que administram e são proprietários de um negócio consolidado, pelo fato desse empreendimento ter pago aos seus proprietários alguma remuneração, sob a forma de salário, pró-labore ou outra forma, por um período superior a 42 meses.

Criado esses parâmetros e com dados colhidos de 2019, surgem estimativas calculadas a partir da população brasileira de 18 a 64 anos no Brasil que somam 138,1 milhões, indicando que praticamente não existiu diferença entre homens e mulheres no estágio de empreendedorismo inicial. Por sua vez, no estágio estabelecido, os homens foram mais ativos do que as mulheres – a taxa dos

empreendedores estabelecidos do sexo masculino foi de 18,4%, enquanto a do feminino foi de 13,9%, com uma diferença de 4,5 pontos percentuais.

Quadro 3 – Taxas específicas de empreendedorismo segundo sexo – Brasil – 2019 – Taxas específicas

Taxas específicas de empreendedorismo segundo sexo – Brasil – 2019		
Taxas específicas (%)		
Sexo	Empreendedores Iniciais	Empreendedores Estabelecidos
FEMININO	23,1%	13,9%
MASCULINO	23,5%	18,4%

Fonte: GEM Brasil, 2019.

Quadro 4 – Taxas específicas de empreendedorismo segundo sexo – Brasil – 2019 – Taxas específicas - Estimativas

Taxas específicas de empreendedorismo segundo e sexo – Brasil – 2019		
Estimativas (milhões de indivíduos empreendedores)		
Sexo	Empreendedores Iniciais	Empreendedores Estabelecidos
FEMININO	16,1	9,7
MASCULINO	16,1	12,6

Fonte: GEM Brasil, 2019.

Em termos absolutos, estima-se a existência de quase três milhões de homens a mais do que mulheres no empreendedorismo estabelecido.

Segundo GEM (2019) esse panorama se deve,

- (a) No passado, a atuação maior de homens na atividade empreendedora pode ter contribuído para a criação de um estoque de empreendedores estabelecidos com forte presença masculina. A inserção da mulher na atividade empreendedora, assim como em outras posições no mercado de trabalho, vem crescendo ao longo dos anos, mas as mulheres partem de uma base mais modesta de empreendedores estabelecidos;
- (b) Na passagem dos empreendedores do estágio inicial para o estabelecido, parece haver um nível maior de abandono de mulheres

do que de homens. Isto, por sua vez, pode estar associado aos seguintes fatores: (i) negócios femininos menos longevos. Estes empreendimentos podem enfrentar maiores desafios e obstáculos. Neste ponto, deve-se destacar, por exemplo, uma concentração maior de mulheres em atividades como “serviços domésticos”, em que a concorrência tende a ser muito alta; (ii) considerando o tipo de motivação, no caso das mulheres, verificou-se, no passado, uma participação maior de empreendedoras por necessidade, quando comparado aos homens. (GEM BRASIL, 2019).

Apesar disso, o sexo feminino ainda enfrenta muitos desafios para empreender como, o tempo dedicado à família, às atividades de casa e a dificuldade para acessar crédito. A pandemia do Coronavírus (COVID-19) aumentou as dificuldades enfrentadas pelas mulheres.

Quadro 5 – Distribuição percentual de pessoas desocupadas por sexo

Distribuição percentual de pessoas desocupadas por sexo	
4º trimestre 2021	
Sexo	Taxas (%)
HOMENS	45,5%
MULHERES	54,5%

Fonte: PNADC, 2021.

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC), no quarto trimestre de 2021, a taxa de distribuição percentual de pessoas desocupadas por sexo foi estimada em 45,5% para os homens e 54,5% para mulheres, aumentando a probabilidade de busca do empreendedorismo por necessidade pelas mulheres, muitas delas chefes de família.

Uma saída que pode ajudar aos empreendedores é o uso da internet na criação ou manutenção seu empreendimento. Quando se fala em internet, não se podem estabelecer limites quanto a sua navegação. Observando o empreendedorismo nesse contexto, é imaginável dizer que um negócio que tenha a divulgação de sua marca, produto ou serviço na web pode conseguir alcançar pessoas de todo o mundo. Apoiado nisso percebe-se a importância desse meio de

divulgação para o aumento do mercado consumidor. É o chamado empreendedorismo digital que abre novas possibilidades de uso.

3.2 Empreendedorismos digital

Atualmente, o mundo vive um cenário de crise devido à pandemia do novo Coronavírus (COVID-19). Em relação à economia, houve impacto profundo tanto no Brasil quanto no mundo. Negócios foram fechados ou estão fechando, há a queda da circulação de renda e os padrões de consumo da população mudaram.

O empreendedor é aquele que sai de sua zona de conforto e consegue se organizar e se desenvolver mesmo em meio às dificuldades. No contexto atual, o empreendedorismo torna-se ainda mais essencial não só como forma de garantir o sucesso dos negócios, movimentando a economia como em outros períodos de crise, mas também como um meio de impactar positivamente a sociedade.

Nota-se que a pandemia afetou de maneira drástica o funcionamento do mercado. Os hábitos de consumo dos consumidores mudaram o que inclui não somente produtos buscados, mas também a forma de adquiri-los. A internet e a popularização de dispositivos móveis colaboraram com a forma como lidamos com o consumo. É nesse contexto que vimos surgir diferentes *e-commerces*, *marketplaces* e até mesmo, negócios que operam exclusivamente via redes sociais, os chamados “*sociais commerce*”.

Segundo Fagundes (2004, p. 24), “o comércio eletrônico através da internet é o ramo de atividade econômica que mais cresce no mundo”, e que abriga hoje vários tipos de atividades. O empreendedorismo digital é formado por empreendedores, com o objetivo de atuar no universo online. Representa uma nova face do empreendedorismo, com um ambiente cheio de possibilidades e facilidade para a abertura de novos negócios.

Construir um e-commerce se tornou o desejo de muitos, não apenas daqueles que querem abrir uma nova empresa, mas também dos empreendedores que pretendem expandir seu negócio. Nesse ambiente o empreendedor terá mais facilidade na gestão do negócio. No entanto, será necessário conhecer os processos tecnológicos envolvidos.

De acordo com Gomes (2003), por meio da transformação tecnológica que afetou a maneira de fazer negócios, principalmente considerando as oportunidades

criadas pela Internet, surgem então novos termos como: “*e-empendedor*”, “*web-empendedor*”, ou ainda “empendedor virtual”. Além do perfil, das habilidades e conhecimentos que o empreendedor tradicional possui, o *e-empendedor* necessita também ter domínio das tecnologias modernas e do contexto das necessidades humanas e também de como satisfazê-las, inclusive de desvendá-las por meio do uso da tecnologia da informação.

Para Gomes (2003, p.15), o empreendedor virtual,

Deve ser um indivíduo que possua todos os requisitos necessários para ser um empreendedor, com algumas qualidades mais evidentes, como gerenciamento de inovação, identificador de tendências, descobridor de nichos e principalmente deve conhecer muito bem o ramo em que atua.

Apesar de ser um ambiente de grandes empresas consagradas, as micros e pequenas empresas também podem beneficiar-se das oportunidades trazidas pela Internet e do desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). Onde o que antes era uma aposta, tornou-se uma realidade.

Segundo a Neotrust (2022), (empresa especialista em dados e inteligência sobre o e-commerce brasileiro) o e-commerce brasileiro registrou faturamento de R\$ 161 bilhões em 2021, uma alta de 27% em relação a 2020. O resultado é recorde para o comércio online. Como mostra o quadro

Quadro 6 – Faturamento e-commerce – 2021

Faturamento e-commerce – 2021 (em R\$ bilhões)			
1º trimestre 2019	1º trimestre 2020	1º trimestre 2021	4º trimestre 2021
16,1	20,4	35,2	46,4

Fonte: Neotrust, 2022.

Esse novo cenário segundo a Neotrust se deve a alguns fatores: a pandemia; avanços na logística e a mudança de comportamento do consumidor.

Para o empreendedor, algumas vantagens do comércio eletrônico em comparação ao empreendimento físico incluem de certa forma o investimento em abrir e manter o estabelecimento. O custo do aluguel, da água, da luz, telefone,

internet e de outras contas consome uma quantia considerável da verba todos os meses. Ao unificar sua distribuição em um espaço, esses valores são reduzidos.

O gasto com funcionários também tende a cair, pois há muitas funções que não serão necessárias ao investir em e-commerce. Para vender o seu produto, essencialmente o indivíduo precisará fazer a divulgação e dar suporte aos clientes. Se estiver investindo em uma plataforma online, essa campanha será majoritariamente feita nos canais digitais. As ações de marketing digital são mais flexíveis e costumam apresentar um excelente retorno. O quadro abaixo ilustra alguns pontos:

Quadro 7 – Comércio eletrônico em comparação ao comércio físico

Comércio eletrônico em comparação ao comércio físico
Maior visibilidade do negócio
Maior visibilidade de seus produtos e serviços
Maior possibilidade de atingir clientes e fornecedores em âmbito nacional e internacional
Uma significativa redução de custos quanto ao processo de compra e transações
Maior interação com os clientes em que é possível obter um retorno rápido e preciso

Fonte: Adaptação (TURBAN; KING, 2004)

A tecnologia mostra que pode auxiliar nos primeiros passos da jornada empreendedora, na automação, potencialização de atividades, melhoramento de geração de receita e mais praticidade na gestão.

Porém o empreendedor não é só feito de ferramentas. Ele precisa de qualidades que lhe ajude no uso desses recursos. Ele deve mostrar certas habilidades e competência para criar e gerenciar um negócio, gerando resultados positivos e sendo capaz de assumir riscos e inovando continuamente.

3.3 Características do empreendedor

Será que alguém nasce empreendedor? Com certeza não. O empreendedor surge do contato social que favorece o desenvolvimento na personalidade que

podem ser fortalecidos ao longo de toda a vida. Para ter um perfil empreendedor à pessoa não precisa ter nascido com este dom, ele pode adquirir tais características com estudo e esforço.

Existe uma série de fatores que influenciam no sucesso de um negócio. Por isso, sua estratégia deve estar baseada em estar sempre um passo à frente da concorrência, e por isso, é imprescindível que o empreendedor conheça o campo de atuação do seu produto ou serviço. Principalmente nos dias de hoje, em que os serviços se tornam obsoletos muito rapidamente, faz-se necessário estar sempre inovando e atendendo as perspectivas atuais do mercado.

Em vista disso, é importante um perfil criativo e inovador, com boas ideias a fim de melhorar a rotina. De acordo com Chiavenato (2004) existem três características básicas que identificam um empreendedor. São elas:

1) Necessidade de realização: os empreendedores apresentam uma alta necessidade de realização em relação às pessoas da população em geral, e gostam de competir com certo padrão de excelência e preferem ser pessoalmente responsáveis por tarefas e objetivos que atribuíram a si próprias.

2) Disposição para assumir riscos: os empreendedores preferem situações arriscadas até o ponto em que podem exercer determinado controle pessoal sobre o resultado. A preferência pelo risco moderado reflete a autoconfiança do empreendedor.

3) Autoconfiança: os empreendedores de sucesso são pessoas independentes que consideram os obstáculos intrínsecos de um novo negócio, mas acreditam em seus próprios esforços e suas habilidades pessoais para transpor estes obstáculos.

Contudo, nem todos os negócios engrenam logo de início, por isso é importante ter perseverança e buscar ajuda quando necessário. O SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequenas empresas, atuando com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios.

Segundo SEBRAE (2022), são características de um empreendedor de sucesso:

- Ter iniciativa e buscar oportunidades;
- Ser persistente;
- Correr riscos calculados;
- Exigir qualidade no negócio;
- Ter comprometimento;
- Estudar muito;
- Estabelecer metas;
- Criar sistemas de monitoramento;
- Ter uma ampla rede de contatos;
- Ter autoconfiança.

O empreendedor deve ser uma pessoa proativa que busca oferecer novidades para seus clientes, acreditando nas suas ideias e tendo ousadia, afinal é necessário disposição para assumir desafios. Negócios de sucesso estão ligados à dedicação, atualização sobre o mercado.

Tanto para fazer uma boa rede de contatos quanto para ter mais eficiência nas tomadas de decisão, é preciso ter ou desenvolver habilidades que lhe ajude a ser independente, a fim de conquistar mais objetivos. Não basta só ter habilidades empreendedoras, como mostra o quadro de Hisrich & Peter (2004) que mostra algumas habilidades divididas também em habilidades técnicas e administrativas.

Quadro 8 – Habilidades necessárias dos empreendedores

Habilidades necessárias dos empreendedores		
Habilidades Técnicas	Habilidades Administrativas	Habilidades Empreendedoras Pessoais
Redação	Planejamento e estabelecimento de metas	Controle interno e de disciplina
Expressão oral	Capacidade de tomar decisões	Capacidade de correr riscos
Monitoramento do ambiente	Relações humanas	Inovação
Administração comercial técnica	Marketing	Orientação para mudanças
Tecnologia	Finanças	Persistência
Interpessoal	Contabilidade	Liderança visionária

Capacidade de ouvir	Administração	Habilidade para administrar mudanças
Capacidade de organizar	Controle	
Construção de rede de relacionamento	Negociação	
Estilo administrativo	Lançamento de empreendimentos	
Treinamento	Administração do crescimento	
Capacidade de trabalho em equipe		

Fonte: Hisrich & Peter (2004)

Apesar de ter como identificar atributos específicos para se ser um empreendedor bem-sucedido, um negócio de sucesso não é como fazer uma “receita de bolo”. Podem-se destacar algumas características mais comuns, como ter paciência para começar sendo pequeno, sentir confiança em mudar quando necessário, saber tomar decisões, ter facilidade em negociar, entre outros. Tendo isso em mente, o próximo capítulo mostra um pouco do objeto de estudo desta pesquisa.

3.4 Sobre a Doceria da Bibi

A doceria da Bibi é um pequeno negócio no ramo da alimentação voltado para sobremesa. Pertence a Bianca Kellen, atualmente estudante de Biblioteconomia e empreendedora. Por influência e incentivo da tia, cozinheira de mão cheia, a qual ajudava na elaboração das sobremesas, viu seus doces ficarem famosos entre a vizinhança. Sem trabalho e sem renda fixa resolveu arriscar no negócio.

Utilizando seu cartão de crédito para compra dos primeiros insumos, ela viu na ideia, uma fonte de renda. Tudo começou apenas com a venda de bombons, logo se transformou em algo mais através de pedidos e incentivo dos próprios clientes.

Depois que viu seus bombons começarem a ficar famosos e mais comercializados, passou a investir, em novos doces como o ovo de colher. Eis que surge a ideia de então de criar o perfil do negócio nas redes sociais.

Com ajuda da internet, rapidamente conseguiu divulgação de seus produtos, através das redes sociais Facebook, Instagram e WhatsApp. Desta maneira

alcançou mais pessoas e a divulgação deixou de ser apenas boca a boca. Como mostram as figuras abaixo.

Atuando exclusivamente na internet, tendo na sua grande maioria de vendas, marketing e a comunicação com o cliente são feitas através das redes sociais, isto é, a comercialização é na maioria das vezes via e-commerce. Seus principais produtos hoje são bolos, trufas, ovos e dindins. Todos com grande variedade de sabores.

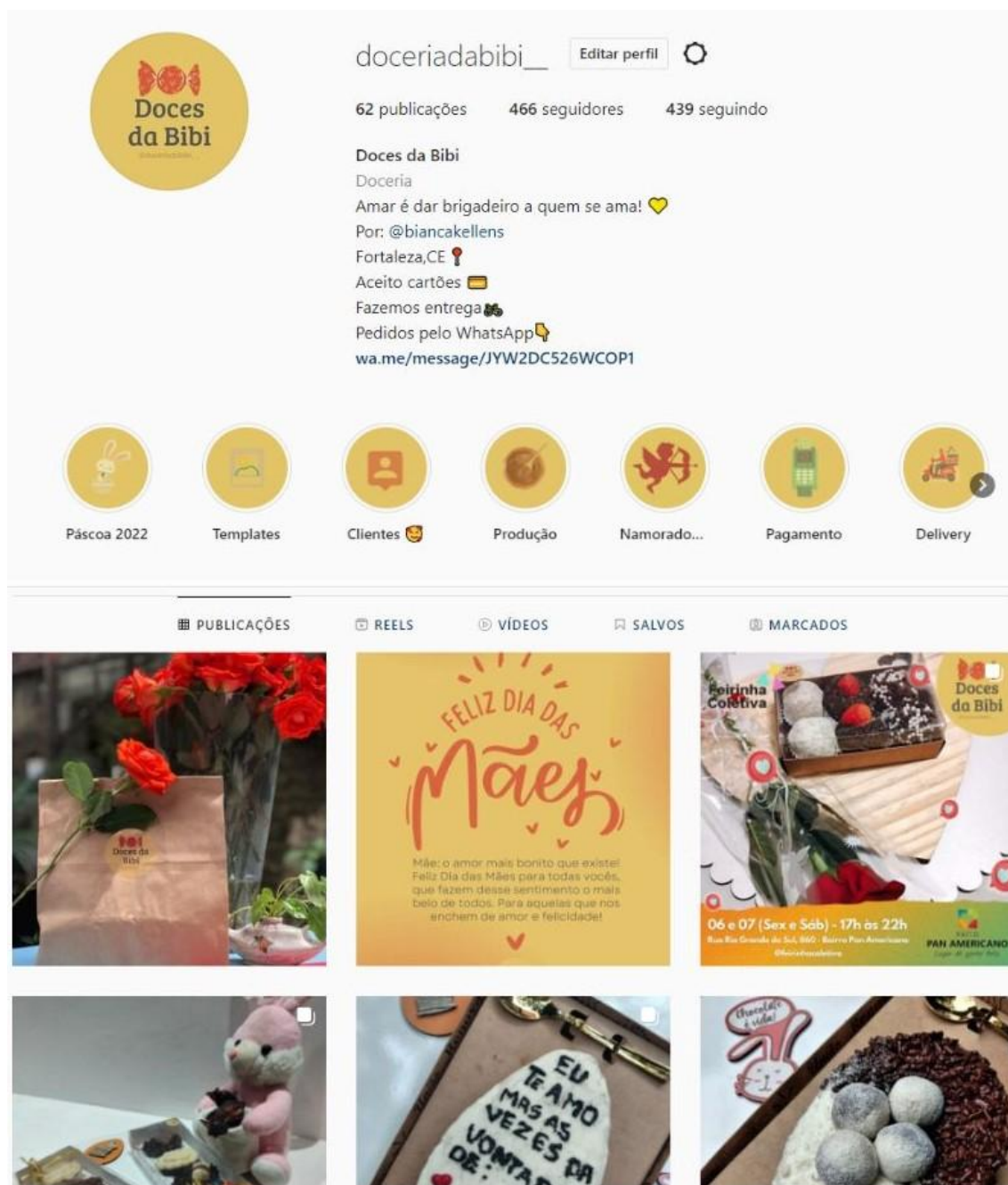
As entregas são feitas de acordo com o cliente. É acordado entre o mesmo e a dona um melhor local para entrega do produto e recebimento do pagamento. Geralmente essas entregas são feitas em locais públicos, como faculdades, shoppings centers. No caso do cliente já ser conhecido à entrega pode ser feita na sua casa ou do próprio cliente.

Figura 1 – Logomarca Doceria da Bibi



Fonte: Doceria da Bibi

Figura 2 – Doceria da Bibi – Instagram



Fonte: Doceria da Bibi

Figura 3 – Doceria da Bibi – Facebook

Página inicial Cardápio Eventos Publicações Avaliações

 **doceriadabibi__** está em Fortaleza. 10 de abr. · Fortaleza · 🌐

Mini ovinhos de colher 🐰

Pedido da nossa clienteamiga @leandraamesquita... Ver mais



 Curtir  Comentar  Compartilhar

 **doceriadabibi__** está em Fortaleza. 9 de abr. · Fortaleza · 🌐

Florkinho passou por aqui já 😊!

Alguns registros dos ovos de colher com nosso qu... Ver mais




Fonte: Doceria da Bibi

Figura 4 – Produtos ofertados – Facebook


[Página inicial](#) [Cardápio](#) [Eventos](#) [Publicações](#) [Avaliações](#)

Fotos de doceriadabibi__



Ver tudo >

Vídeos



Barra de chocolate de Oreo fez sucessooooo 🤪 e nossa clientea
21 de jun. de 2021 · 5 visualizações

Ver tudo >

Fonte: Doceria da Bibi

Figura 5 – Produtos ofertados – Instagram

Doces da Bibi
-Dia das Mães-

CORACÃO Recheado - 200C

- CASCA: chocolate meio amargo ou branco;
- RECHEIO: brigadeiro, ninho, ninho c/ nutella, ninho c/ brigadeiro, beijinho e churros. *R\$35,00*

CORACÃO de colher - 200g

- CASCA: chocolate meio amargo ou branco;
- RECHEIO: brigadeiro, ninho, ninho c/nutella, ninho c/ brigadeiro, ninho c/morango, kit kit e oreo. *R\$40,00*

CORACÃO Recheado - 500C

- CASCA: chocolate meio amargo ou branco;
- RECHEIO: brigadeiro, ninho, ninho c/ nutella, ninho c/ brigadeiro, beijinho e churros. *R\$55,00*

Doces da Bibi
-Dia das Mães-

CORACÃO de colher - 200C

Doces da Bibi
-Dia das Mães-

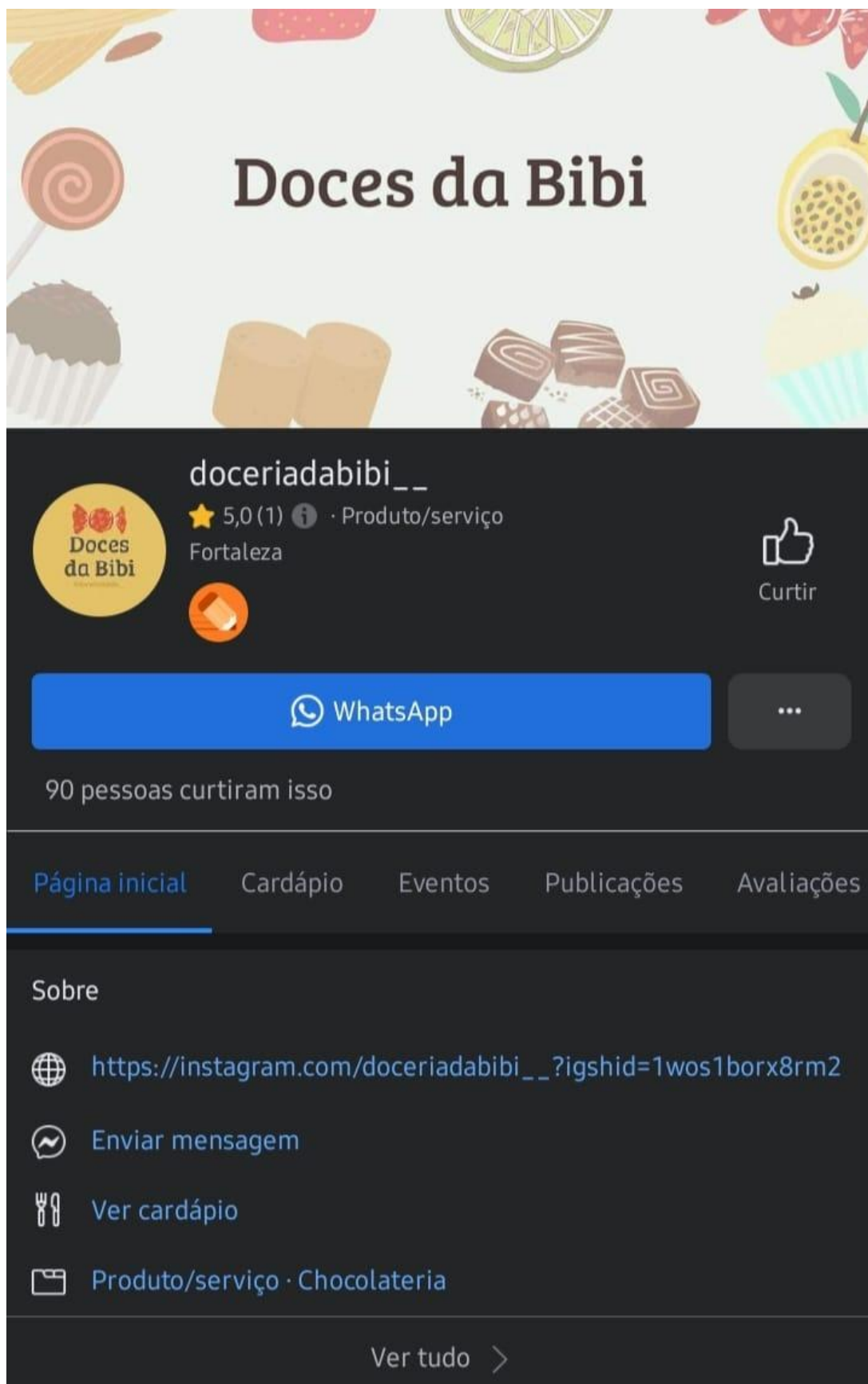
CORACÃO Recheado - 200C

Doces da Bibi
-Dia das Mães-

CORACÃO Recheado - 500C

Fonte: Doceria da Bibi

Figura 6 – Canal de comunicação cliente/empreendedor – WhatsApp



Fonte: Doceria da Bibi

Sendo uma futura bibliotecária, a empreendedora tem a informação como um dos bens mais preciosos que carrega consigo. Por isso, procura estar sempre atualizada em termos de conhecimentos técnicos, gerenciais, e financeiros. Tendo como uma das suas principais características a criatividade, tanto para elaborar novos produtos, como para sua divulgação, deixando assim seus clientes sempre atualizados sobre as novidades. Para seguir e conferir seus produtos é necessário apenas acessar o nome de usuário @doceriadabibi_ nas redes sociais, aproximando ainda mais os clientes.

4 METODOLOGIA

Para a realização de uma pesquisa, faz-se necessário a utilização de métodos e fontes de informações que auxiliem o estudo a ser desenvolvido, proporcionando, dessa forma, um melhor desempenho no decorrer do trabalho, no que concerne à revisão bibliográfica, pesquisa de campo, análise e interpretação dos dados, entre outras técnicas. Ou seja, é imprescindível a categorização e utilização de cada método, pois cada qual possui características específicas aos diversos tipos de pesquisa.

Este estudo foi desenvolvido através de uma pesquisa exploratória a qual “[...] oferece dados elementares que dão suporte para a realização de estudos mais aprofundados sobre o tema.” (GONSALVES, 2007, p. 67), os quais foram adquiridos diretamente no objeto, estudando os dados a contemplarem a mesma, pois é onde ocorre o contato do pesquisador com o objeto de estudo.

Portanto, proporcionará ao pesquisador obter de maneira mais precisa os dados a serem analisados e a entender melhor as devidas interpretações inseridas nos resultados obtidos. A pesquisa é de abordagem de natureza qualitativa, entendida como uma,

[...] metodologia que produz dados a partir de observações extraídas diretamente do estudo de pessoas, lugares ou processos com os quais o pesquisador procura estabelecer uma interação direta para compreender os fenômenos estudados. Rodrigues (2007, p. 24)

O método qualitativo que se dá através da interpretação e análise do objeto de estudo,

[...] não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. Os pesquisadores que adotam a abordagem qualitativa opõem-se ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências, já que as ciências sociais têm sua especificidade, o que pressupõe uma metodologia própria. (GOLDENBERG, 1997, p. 16).

A pesquisa proposta foi norteadada pelo estudo de caso que é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado,

Um estudo de caso pode ser caracterizado como um estudo de uma entidade bem definida como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa, ou uma unidade social. Visa conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação que

se supõe ser única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico. O pesquisador não pretende intervir sobre o objeto a ser estudado, mas revelá-lo tal como ele o percebe. O estudo de caso pode decorrer de acordo com uma perspectiva interpretativa, que procura compreender como é o mundo do ponto de vista dos participantes, ou uma perspectiva pragmática, que visa simplesmente apresentar uma perspectiva global, tanto quanto possível completa e coerente, do objeto de estudo do ponto de vista do investigador (FONSECA 2002, p. 33).

A pesquisa tem como sujeito de estudo, o negócio Doceria da Bibi. A princípio foi realizada uma pesquisa bibliográfica a fim de levantar fontes e conceitos a respeito de Empreendedorismo. Entende-se que a pesquisa bibliográfica exerce um papel fundamental para o sucesso do estudo, conforme Gil (2008),

[...] a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir do material já elaborado constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho desta natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas. (p.50)

O estudo utilizou duas técnicas, primeiramente a observação e posteriormente a entrevista.

A observação constitui um elemento fundamental na investigação científica. Inicialmente este é o primeiro instrumento que utilizou-se na pesquisa.

Para tal, realizou-se uma observação participante ou observação ativa, que para Gil (2008, p. 103),

[...] consiste na participação real do conhecimento na vida da comunidade, do grupo ou de uma situação determinada. Neste caso, o observador assume, pelo menos até certo ponto, o papel de um membro do grupo. Daí por que se pode definir observação participante como a técnica pela qual se chega ao conhecimento da vida de um grupo a partir do interior dele mesmo.

A partir desses diversos instrumentos metodológicos, a pesquisa é norteada pela realização de entrevista semi-estruturada e pré-elaborada, contendo questões abertas em que o pesquisador poderá interagir junto ao entrevistado (a), onde o (a) mesmo (a) poderá responder também de forma espontânea. Pois nesse tipo de entrevista,

[...] a resposta não está condicionada a uma padronização de alternativas formuladas pelo pesquisador como ocorre na entrevista com dinâmica rígida. Geralmente, a entrevista semi-estruturada está focalizada em um objetivo sobre o qual confeccionamos um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista. O uso de

gravador é comum a este tipo de entrevista. É mais adequada quando desejamos que as informações coletadas sejam fruto de associações que o entrevistado faz, emergindo, assim, de forma mais livre. (MANZINI, 1991, p. 154)

Utilizando esses procedimentos metodológicos, foram coletados dados necessários e relevantes para respondermos satisfatoriamente as questões e objetivos inicialmente propostos nessa pesquisa.

5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Visando responder ao problema de pesquisa levantado inicialmente, foram elaboradas perguntas que buscam compreender melhor um perfil empreendedor, seu início, trajetória, dificuldades, enfim sua caminhada.

As perguntas foram formuladas e divididas em cinco tópicos. São eles:

O Início que são perguntas que tratam sobre o perfil do empreendedor antes de iniciar o negócio.

A visão do horizonte, que aborda como surgiu a ideia e as motivações do empreendedor.

O levantar voo, que aborda suas características como empreendedor e os meios para criar e manter o negócio.

O manter das asas, que aborda os potenciais e as metas para o futuro.

O Ei, me ensina? Que aborda as dicas desse empreendedor para futuros empreendedores.

Em decorrência da pandemia do Coronavírus (COVID-19), o encontro foi realizado a distância, através de videochamada.

A seguir serão apresentadas e analisadas as informações obtidas durante a entrevista com a empreendedora, sendo transcritas as informações mais importantes.

Foi perguntado: Quais suas experiências profissionais anteriores?

“Comecei a trabalhar cedo, por volta dos meus 15 anos passei a ajudar uma amiga atendendo em uma lanchonete de bairro. Realizei alguns cursos voltados para área de vendas e conseguir uma vaga temporária como vendedora na loja Ponto da Moda. Quando iniciei o curso de biblioteconomia me tornei representante Eudora, para ter uma renda, pagar as passagens para ir a faculdade, almoçar quando precisava ficar o dia todo no campus.” (Empreendedora).

A resposta mostrar um pouco o que foi e o que é a realidade da entrevistada, mostrando sua vivência desde cedo na área de vendas, que ajudou na formação de seu perfil empreendedor, complementada com a pergunta: Como surgiu a ideia de ser empreendedor?

“Sempre me vi nesse meio de vendas, me imaginando ser uma empresária de grande sucesso. Fazer doces foi por influência de uma tia cozinheira de mão cheia, que durante alguns

eventos em família pedia e me guiava nas sobremesas. Dessa forma, unir minha paixão por cozinhar e meu desejo de criar meu próprio negócio.” (Empreendedora).

Essa resposta via de encontro ao pensamento de DOLABELA (2003) “é empreendedor alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”. Mostrando que o acreditar é essencial para quem busca um negócio.

Quando perguntada: Quais as motivações que levaram você a empreender?

“Primeiramente, algumas dívidas que precisava quitar. Todavia, almejava possuir meu empreendimento, sou uma pessoa que gosta de dar presentes e mostrar para meus familiares e amigos o quanto são importantes e que são bem lembrados. Dessa forma, comecei a pesquisar opções de caixinhas com docinhos, sabores selecionados, embalagens especiais, entre outras coisas em que eu pudesse mostrar carinho, amor e afeto para meus clientes.” (Empreendedora).

A resposta mostra a realidade de várias pessoas em relação ao desemprego que buscam uma maneira de sustento e pagamento de suas dívidas, mas também o diferencial e o cuidar dos clientes, como fala Villas Boas (2010, p.51) “Existem admiráveis diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima habilidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa”.

Complementado com a resposta da pergunta: Como iniciou o seu empreendimento?

“Comecei alguns meses depois que finalizei um contrato de trabalho, pois não havia conseguido nada, já estava com um ano de pandemia e procurava um meio de me ocupar e também poder pagar umas contas. Inicialmente, fazia trufas e saía nas ruas para vender. Não demorou muito e algumas pessoas iam me sugerindo mais opções de doces para adicionar ao cardápio, logo veio a Páscoa e passei a fazer ovos de colher por encomendas, e desde então não parei. Com relação ao capital, busquei pelo sistema de crédito, no qual realizei a compra de todo material inicial pelo cartão de crédito e com o dinheiro das vendas paguei o cartão e com o lucro inicial, comprava os utensílios que me faltava. Depois de já possuir uma quantidade favorável de ferramentas, consegui então retirar meu lucro pessoal.” (Empreendedora).

Uma dura realidade do contexto atual. São 11.9 milhões de brasileiros que se encontram desempregados. Isso demonstra a necessidade e a decisão de

empreender por não possuir alternativas profissionais, abrindo um negócio com a finalidade de gerar rendimentos visando principalmente o seu sustento. Isso prova como o Empreendedorismo pode ser uma oportunidade para a saída do desemprego e investimento para futuros profissionais.

Quando perguntado: Para você, quais as características necessárias para ser um empreendedor? Você tem essas características?

“Ter disciplina, foco, organização, planejamento, são alguns dos principais adjetivos que uma pessoa deve ter para começar a empreender. Acredito que tenho um pouco de cada atributo, mas sempre procurando me especializar ainda mais.” (Empreendedora).

São atributos que casam com as existem três características básicas que identificam um empreendedor de acordo com Chiavenato (2004): “Autoconfiança, disposição para assumir riscos e a necessidade de realização.” Percebe-se que as características e habilidades de um empreendedor podem ser adquiridas com esforço e tempo de trabalho, e como elas são fatores determinantes para crescimento de um negócio.

Qual a importância das relações externas (com clientes, fornecedores, pessoas influentes) para o seu empreendimento? É fácil conquista-los?

“É muito importante saber que tudo influencia para manter um bom resultado do negócio, saber a forma de tratar os clientes, procurar expandir mais visualização com propagandas feitas por outras pessoas. Por ser um negócio ainda pequeno, eu mesma cuido da reposição do estoque de materiais, mas procuro sempre lojas mais conhecidas que me dão mais credibilidade com produtos de qualidade. Trabalhar com pessoas é sempre um grande desafio, mas tento o máximo levar o melhor para cada cliente, oferecer seus pedidos da forma como eles pediam. E com alguns feedbacks, noto o quanto potencial tenho para ir além com a doceria.” (Empreendedora).

A resposta aponta que tanto para fazer uma boa rede de contatos quanto para ter mais eficiência nas tomadas de decisão, é preciso ter ou desenvolver habilidades que lhe ajude a ser independente, a fim de conquistar mais objetivos. Hisrich & Peter (2004) afirmam que é necessário buscar habilidades técnicas, administrativas e empreendedoras.

Falando sobre tecnologia foi perguntado: Como a internet ajudou no seu negócio?

“É notório o quanto a internet tem influenciado nos negócios, e com isso aproveitei de todos os mecanismos ofertados para ter visibilidade da marca. Nas páginas criadas, posso me apresentar, mostrar meus produtos, interagir com caixinhas de sugestões, enquetes, exibir algumas receitas e dicas, revelar a qualidade dos ingredientes utilizados, destacar meus feedbacks, entre outras.” (Empreendedora).

Aqui fica claro algumas vantagens do comércio eletrônico em comparação ao empreendimento físico incluem que de certa forma o investimento para iniciar e manter o estabelecimento. Assim é possível criar um ambiente cheio de possibilidades e facilidade para a abertura de novos negócios, potencializando atividades, divulgação e praticidade na gestão.

Sobre o futuro do negócio foi indagado: Você tem metas para o seu empreendimento?

“Sim, quando comecei não tinha a visão que tenho hoje, como ter incorporado tantos doces no cardápio e conseguido ir mais adiante na fabricação de bombons. Espero que muito em breve eu possa ter um espaço para poder produzir com mais autoridade, pois trabalho em casa e moro com muitas pessoas, que acabam tirando um pouco a concentração.” (Empreendedora).

Resposta que vai de encontro à definição de Chiavenato (2005, p.3) que define o empreendedor como “A pessoa que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”. Criando assim, a expectativa de crescimento.

E para finalizar a entrevista foi pedido: O que diria para alguém que está pensando em iniciar um empreendimento?

“Planejamento, planejar é o primeiro passo para realizar qualquer atividade. Colocar no papel todos os passos a seguir é essencial para ir conhecendo seu projeto, saber das dificuldades e melhorias para dar início. Não ter medo de errar, não ter vergonha, e não se importar com críticas não construtivas.” (Empreendedora).

Ficou evidente que a empreendedora entende da importância do planejamento estratégico e como é essencial para o início e o funcionamento de um negócio, auxiliando no crescimento e expansão, possibilitando sua consolidação e estruturação e na busca de alcançar nichos maiores de clientes.

Diante do que foi apresentado, a seção examinou as informações obtidas, a fim de compreender melhor o ponto de vista da empreendedora sobre a problemáti-

ca, permitindo assim, fazer uma reflexão acerca do empreendedorismo, o perfil do empreendedor e suas motivações.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das teorias apresentadas e tudo exposto até aqui, chega-se à conclusão de que o empreendimento Doceria da Bibi ainda tem muito a crescer, pois, apesar da inexperiência, já consegue se firmar no mercado há mais de um ano, e apresenta sinais de amadurecimento, além de planos futuros de desenvolvimento e aperfeiçoamento do negócio.

A pesquisa possibilitou alcançar os objetivos propostos que foram mostrar como no cenário atual do país o empreendedorismo pode ser uma possibilidade para profissionais fora do mercado de trabalho.

Na medida em que foi apresentado em cada capítulo, conceitos sobre empreendedorismo de visões de alguns autores, tipos de empreendedorismo, suas características, vantagens e habilidades para sua prática puderam ser melhor esclarecidos e entendidos.

A partir da observação e entrevista do caso do empreendimento Doceria da Bibi chegou-se a uma percepção do perfil da empreendedora e das suas motivações para abertura do negócio.

É preciso salientar que apesar dos objetivos da pesquisa terem sido alcançados pelo pesquisador, esse trabalho não pode ser conclusivo, uma vez que o tema trabalhado está em constante desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. Disponível em: <https://seer.imes.edu.br/index.php/revistasi/article/view/612/522>. Acesso em: mar. 2022.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos**. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2005.
- DOLABELA, F. **Pedagogia Empreendedora**. São Paulo: Cultura. 2003.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2008.
- FAGUNDES, E. M. **Como ingressar nos negócios digitais**. São Paulo: Edições Inteligentes, 2004.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.
- GOMES, R. C. O. Empreendedor X E-Empreendedor. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM)**. Faculdade Cenecista de Campo Largo, v. 2, n. 1, p.1-17, 2003.
- GONDIM, Sônia Maria Guedes; FISHER, Tania. **O discurso, a análise de discurso e a metodologia do discurso do sujeito coletivo na gestão intercultural**. Cadernos Gestão Social, Salvador, v.2, n.1, p.09-26, set.-dez. 2009.
- GONSALVES, Elisa Pereira. **Conversas sobre Iniciação à Pesquisa Científica**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2007.
- Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil : 2019. Curitiba: IBQP, 2020.
- HISRICH, R. D.; PETER, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Desemprego – 2021**. IBGE, 2022. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php>. Acesso em: Abr. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **PNAD Contínua:** Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. IBGE, 2022. Abr. 2022

MANZINI, E. J. A Entrevista Na Pesquisa Social. **Didática**, São Paulo, v. 26/27, p. 149-158, 1991.

NEOTRUST. Fechamento 2021/Projeções e Tendências, 2021. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2022/02/E-commerce-2021-Projec%CC%A7a%CC%83o-2022.pdf>. Acesso em: Mar. 2022.

PEREIRA, J.; BERNARDO, A. Empreendedorismo Digital: estudo do Projeto Negócios Digitais desenvolvido pelo SEBRAE-PR em Maringá. **Desenvolvimento em Questão**. v. 14, n. 37, p. 293-327, 30 nov. 2016.

REYNOLDS, P. MILLER, B. New Firm Gestation: Conception, birth, and Implications for Research. **Journal of Business Venturing**, 1992.

RODRIGUES, William Costa. **Metodologia científica**. Paracambi, RJ: FAETEC/IST, 2007.

SCHUMPETER, Joseph A. The creative response in economic history. **Journal of Economic History**, Nov.1947. p. 149-159.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. 10 características de uma empreendedora de sucesso, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismofeminino/10-caracteristicas-de-uma-empreendedora-de-sucesso,042b4f9e53bd7710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: mar. 2022.

TURBAN, E.; KING, D. **Comércio eletrônico: estratégia e gestão**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

VILLAS BOAS, Andréa. **Valor Feminino**: desperte a riqueza que há em você. São Paulo: dela, 2010.

APÊNDICE A

ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA ENTREVISTA

IDENTIFICAÇÃO

Nome:

Idade:

Formação acadêmica:

Nome do empreendimento:

Ramo de atividade:

Tamanho do empreendimento:

Tempo de funcionamento:

INÍCIO

Como foi a sua formação acadêmica?

Quais suas experiências profissionais anteriores?

Tem alguém empreendedor na família?

Tem alguém como inspiração para o negócio?

A VISÃO DO HORIZONTE

Como surgiu a ideia de ser empreendedor?

Quais as motivações que levaram você a empreender?

Entre o surgimento da ideia e a execução transcorreu muito tempo?

Desenvolveu algum Plano de negócio?

Como iniciou o seu empreendimento?

Você caracteriza sua ação como necessidade ou oportunidade?

O LEVANTAR VOO

Para você, quais as características necessárias para ser um empreendedor? Você tem essas características?

Quais os maiores desafios em criar um negócio?

Qual a importância das relações externas (com clientes, fornecedores, pessoas influentes) para o seu empreendimento? É fácil conquista-los?

Como a internet ajudou no seu negócio?

Qual a importância das relações internas em seu empreendimento? Quantas pessoas trabalham com você?

Qual é o seu trabalho dentro do empreendimento?

Como você faz para solucionar os problemas que acontecem no empreendimento?

Quantas horas diárias são dedicadas ao trabalho?

O MANTER DAS ASAS

Quais os fatores mais importantes para o sucesso do seu empreendimento?

Você tem metas para o seu empreendimento?

EI, ME ENSINA?

Ter uma grande ideia é o mais importante para empreender?

Devo me apoiar nos meus dons empreendedores ou é sempre preciso aprender?

O que diria para alguém que está pensando em iniciar um empreendimento?

APÊNDICE B

ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA ENTREVISTA

IDENTIFICAÇÃO

Nome: *Bianca Kellen*

Idade: *24 anos*

Formação acadêmica: *Graduanda em Biblioteconomia*

Nome do empreendimento: *Doceria da Bibi*

Ramo de atividade: *Alimentício /Confeitaria*

Tamanho do empreendimento: *Pequeno*

Tempo de funcionamento: *1 ano e 3 meses*

INÍCIO

Como foi a sua formação acadêmica?

“Atualmente estou cursando biblioteconomia, na UFC. Por conta da pandemia atrasei um pouco da graduação, mas me encontro na reta final do curso.”

Quais suas experiências profissionais anteriores?

“Comecei a trabalhar cedo, por volta dos meus 15 anos passei a ajudar uma amiga atendendo em uma lanchonete de bairro, realizei alguns cursos voltado para área de vendas e conseguir uma vaga temporária como vendedora na loja Ponto da Moda, quando iniciei o curso de biblioteconomia me tornei representante eudora, para ter uma renda, pagar as passagens para ir a faculdade, almoçar quando precisava ficar o dia todo no campus. Durante a graduação fui selecionada para estagiar na biblioteca do Instituto do Câncer do Ceará, onde passei dois anos. Com a pandemia, procurei empregos e o máximo que apareciam eram alguns bicos como: panfletar para uma ótica no centro da cidade, recepcionista de laboratório, no cadastro de pessoas na vacinação, etc.”

Tem alguém empreendedor na família?

“Não.”

Tem alguém como inspiração para o negócio?

“Sim. Encontrei ela pelo instagram através de uma cliente que havia me enviado seu post, entrei no perfil dela e me apaixonei pelo marketing que ela usa, o tratamento com os clientes e o cuidado com a loja. Seu perfil se chama “Bem Me Quer” e ela vende cosméticos Eudora. O que mais me inspira é o carinho que ela tem ao embalar seus produtos como se fossem presentes, algo que eu amo fazer, montar as encomendas depositando muita doçura.”

A VISÃO DO HORIZONTE

Como surgiu a ideia de ser empreendedor?

“Sempre me vi nesse meio de vendas, me imaginando ser uma empresária de grande sucesso. Fazer doces foi por influência de uma tia cozinheira de mão cheia, que durante alguns eventos em família pedia e me guiava nas sobremesas. Dessa forma, unir minha paixão por cozinhar e meu desejo de criar meu próprio negócio.”

Quais as motivações que levaram você a empreender?

“Primeiramente, algumas dívidas que precisava quitar. Todavia, almejava possuir meu empreendimento, sou uma pessoa que gosta de dar presentes e mostrar para meus familiares e amigos o quanto são importantes e que são bem lembrados. Dessa forma, comecei a pesquisar opções de caixinhas com docinhos, sabores selecionados, embalagens especiais, entre outras coisas em que eu pudesse mostrar carinho, amor e afeto para meus clientes.”

Entre o surgimento da ideia e a execução transcorreu muito tempo?

“A ideia inicial não, pois como era apenas bombom, fiz um planejamento rápido do que ia precisar investir para começar os trabalhos. E no decorrer do processo ia estudando como incluir as sugestões dos clientes e aprimorar minha doceria.”

Desenvolveu algum Plano de negócio?

“Sim, coloquei no papel todo material que iria precisar para começar. fui listando os valores de cada produto, ferramenta utilizada e estudei o orçamento para então precificar cada docinho. Para o marketing, usufruir das redes sociais para alcançar um número maior de clientes e fui analisando os designs que favorecessem minha marca.”

Como iniciou o seu empreendimento?

“Comecei alguns meses depois que finalizei um contrato de trabalho, pois não havia conseguido nada, já estava com um ano de pandemia e procurava um meio de me ocupar e também poder pagar umas contas. Inicialmente, fazia trufas e saía nas ruas para vender. Não demorou muito e algumas pessoas iam me sugerindo mais opções de doces para adicionar ao cardápio, logo veio a Páscoa e passei a fazer ovos de colher por encomendas, e desde então não parei. Com relação ao capital, busquei pelo sistema de crédito, no qual realizei a compra de todo material inicial pelo cartão de crédito e com o dinheiro das vendas paguei o cartão e com o lucro inicial, comprava os utensílios que me faltava. Depois de já possuir uma quantidade favorável de ferramentas, consegui então retirar meu lucro pessoal.”

Você caracteriza sua ação como necessidade ou oportunidade?

“O motivo pelo qual dei início, foi por necessidade, hoje vejo como uma oportunidade, pois, ao iniciar na fabricação dos doces me vejo mais realizada profissionalmente.”

O LEVANTAR VOO

Para você, quais as características necessárias para ser um empreendedor?

Você tem essas características?

“Ter disciplina, foco, organização, planejamento, são alguns dos principais adjetivos que uma pessoa deve ter para começar a empreender. Acredito que tenho um pouco de cada atributo, mas sempre procurando me especializar ainda mais.”

Quais os maiores desafios em criar um negócio?

“Acredito que grande parte das pessoas que pensam em empreender, possuem algum medo de seu negócio não ir pra frente, ou levar algum golpe. Porém, é preciso muito estudo e planejamento para que você conheça bem todas as possíveis divergências que possam ocorrer.”

Qual a importância das relações externas (com clientes, fornecedores, pessoas influentes) para o seu empreendimento? É fácil conquista-los?

“É muito importante saber que tudo influencia para manter um bom resultados dos negócios, saber a forma de tratar os clientes, procurar expandir mais visualiza-

ção com propagandas feitas por outras pessoas. Por ser um negócio ainda pequeno, eu mesma cuido da reposição do estoque de materiais, mas procuro sempre lojas mais conhecidas que me dão mais credibilidade com produtos de qualidade. Trabalhar com pessoas é sempre um grande desafio, mas tento o máximo levar o melhor para cada cliente, oferecer seus pedidos da forma como eles pediam. E com alguns feedback, noto o quanto potencial tenho para ir além com a doceria.”

Como a internet ajudou no seu negócio?

“É notório o quanto a internet tem influenciado nos negócios, e com isso aproveitei de todos os mecanismos ofertados para ter visibilidade da marca. Nas páginas criadas, posso me apresentar, mostrar meus produtos, interagir com caixinhas de sugestões, enquetes, exibir algumas receitas e dicas, revelar a qualidade dos ingredientes utilizados, destacar meus feedback, entre outras.”

Qual a importância das relações internas em seu empreendimento? Quantas pessoas trabalham com você?

“No momento trabalho sozinha, mas quando tenho uma demanda maior peço ajuda da minha avó, prima para agilizar os serviço e poder entregar as encomendas no prazo. Porém, no início fabricava os doces junto com minha irmã, a gente ia fazendo um pouco de cada atividade juntas, e ela cuidava dos post para as redes sociais.”

Qual é o seu trabalho dentro do empreendimento?

“Atualmente, faço todos os trabalhos, desde sair para repor o estoque, fabricar os doces, embalar, fazer as entregas, criar as publicações para postar nas redes sociais.”

Como você faz para solucionar os problemas que acontecem no empreendimento?

“Primeiramente, respiro fundo, tomo uma água e penso no próximo passo a seguir. Aconteceu algumas vezes de faltar algum produto, o ponto do doce não ficou certo, a decoração desmanchou, são coisas que por mais que a gente planeje podem ocorrer e dessa forma, o melhor a se fazer é executar tudo com calma e listando cada passo a se fazer.”

Quantas horas diárias são dedicadas ao trabalho?

“Não tenho uma hora muito definida, gosto de fazer um planejamento antes de iniciar cada atividade, como por exemplo: listar os ingredientes que faltam, repor o estoque de materiais, para então dar início a produção, pois essa leva bastante tempo, reservo um dia, dois para fabricar uma quantidade boa e sair para as vendas.”

O MANTER DAS ASAS**Quais os fatores mais importantes para o sucesso do seu empreendimento?**

“A meu ver, minhas receitas são muito bem executadas, mantendo um padrão de qualidade muito bom, procuro também inovar com sabores novos, caprichar bem na montagem dos doces. Sempre pensando em ir além.”

Você tem metas para o seu empreendimento?

“Sim, quando comecei não tinha a visão que tenho hoje, como ter incorporado tantos doces no cardápio e conseguido ir mais adiante na fabricação de bombons. Espero que muito em breve eu possa ter um espaço para poder produzir com mais autoridade, pois trabalho em casa e moro com muitas pessoas, que acabam tirando um pouco a concentração.”

EI, ME ENSINA?**Ter uma grande ideia é o mais importante para empreender?**

“Acredito que tudo que seja bem executado já é um passo para empreender, muitas vezes só precisamos dar um passo para alavancar muitos outros.”

Devo me apoiar nos meus dons empreendedores ou é sempre preciso aprender?

“Nossa capacidade em lidar de forma fácil com os negócios não significa que eu vou saber tudo que preciso para ter sucesso no meu negócio, buscar conhecimento é essencial, pois sempre estamos em constante aprendizado.”

O que diria para alguém que está pensando em iniciar um empreendimento?

“Planejamento, planejar é o primeiro passo para realizar qualquer atividade. Colocar no papel todos os passos a seguir é essencial para ir conhecendo seu projeto, saber das dificuldades e melhorias para dar início. Não ter medo de errar, não ter vergonha, e não se importar com críticas não construtivas.”