CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA
MESTRADO PROFISSIONAL EM BIBLIOTECONOMIA

ARYSA CABRAL BARROS

EMPREENDEDORISMO NA BIBLIOTECONOMIA: ATUAÇÃO DO BIBLIOTECÁRIO EMPREENDEDOR NO ÂMBITO DOS SERVIÇOS INFORMACIONAIS

JUAZEIRO DO NORTE
2021

ARYSA CABRAL BARROS

EMPREENDEDORISMO NA BIBLIOTECONOMIA: ATUAÇÃO DO BIBLIOTECÁRIO EMPREENDEDOR NO ÂMBITO DOS SERVIÇOS INFORMACIONAIS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia (PPGB) pela Universidade Federal do Cariri (UFCA), como requisito final para a obtenção do título de Mestre em Biblioteconomia.

Área de Concentração: Biblioteconomia na Sociedade Contemporânea.

Linha de Pesquisa: Produção, Comunicação e Uso da Informação.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Cleide Rodrigues Bernardino.

JUAZEIRO DO NORTE

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação.
Universidade Federal do Cariri.
Sistema de Bibliotecas

B277e Barros, Arysa Cabral.

Empreendedorismo na Biblioteconomia : atuação do bibliotecário empreendedor no âmbito dos serviços informacionais / Arysa Cabral Barros. – 2021.

118 f.: il. color. 30 cm.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Cariri, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-graduação em Biblioteconomia, Curso de Mestrado Profissional emBiblioteconomia, Juazeiro do Norte, 2021.

Orientação: Profa. Dra. Maria Cleide Rodrigues Bernardino.

1. Empreendedorismo na Biblioteconomia. 2. Empreendedorismo. 3. Guia de boas práticas. 4. Bibliotecário Empreendedor. 5. Práticas Empreendedoras. 6. Serviços de Informação. I.Título.

CDD 020.6

Bibliotecária: Glacinésia Leal MendonçaCRB 3/ 925

ARYSA CABRAL BARROS

EMPREENDEDORISMO NA BIBLIOTECONOMIA: ATUAÇÃO DO BIBLIOTECÁRIO EMPREENDEDOR NO ÂMBITO DOS SERVIÇOS INFORMACIONAIS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia (PPGB) pela Universidade Federal do Cariri (UFCA), como requisito final para a obtenção do título de Mestre em Biblioteconomia.

Área de Concentração: Biblioteconomia na Sociedade Contemporânea.

Linha de Pesquisa: Produção, Comunicação e Uso da Informação.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Cleide Rodrigues Bernardino.

Aprovado em: 06/12/2021.

BANCA EXAMINADORA

Profª Drª Maria Cleide Rodrigues Bernardino
Orientadora (PPGB/UFCA)

Profª Drª Elieny do Nascimento Silva
Membro Interno (PPGB/UFCA)

Profª Drª Bárbara Coelho Neves
Membro Externo (PPGCI/UFBA)

JUAZEIRO DO NORTE
2021

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, a Energia Superior, ao Universo, por abrir as portas para tudo aquilo que é do meu merecimento e aos meus mentores, guias e protetores, que sempre estão ao meu lado, seja nos momentos de dores ou alegrias, gratidão!

Agradeço à família Cabral e à família Barros, os meus pilares, em especial à minha mãe, Edilania Cabral, por ter orgulho da profissão que exerço e por dizer a todo mundo que faço mestrado sem nem saber ao certo o que significa. Obrigada por tudo mainha, te amo!

Aos meus irmãos da Casa Amarela, pelo apoio e por todas as orações que me dedicaram, vocês sempre me passavam uma palavra de ânimo, acalento e motivação quando eu mais precisava. Os nossos encontros foram inspirações para desenvolver esta pesquisa direcionada não apenas ao empreendedorismo na Biblioteconomia, mas a capacidade que temos de nos aprimorar e nos tornar protagonistas de nossas histórias.

Aos docentes do Programa de Pós-graduação em Biblioteconomia da Universidade Federal do Cariri (UFCA) por oportunizar um mestrado repleto de conhecimentos, alegrias e afetos. Aos estudantes que tive o prazer de conhecer e estudar nas longas noites semanais, onde partilhamos informações e experiências. Meus agradecimentos especiais vão para Marcos Ribeiro, meu querido amigo, irmão e sócio que sempre esteve ao meu lado em todos esses anos; e as duas pessoas incríveis que tive a honra de conhecer e chamá-los de amigos José Jullian e Rejane Chaves, o nosso quarteto vai ficar na história do PPGB.

Não posso deixar de agradecer à Victória Lopes pelos puxões de orelhas e os incentivos para que eu continuasse firme e forte nessa reta final, sou muito grata por ter sido a voz da minha consciência. Obrigada amiga!

Um agradecimento especial à banca responsável por avaliar essa dissertação, à minha queridíssima e amada orientadora, Profª Drª Maria Cleide Rodrigues Bernardino, por acreditar no meu potencial quando nem eu mesma acreditava; às professoras Drª Elieny do Nascimento Silva e Drª Bárbara Coelho Neves por todo o profissionalismo e carinho na avaliação deste trabalho, as quais trouxeram grandiosas contribuições para execução da pesquisa.

E agradeço a todos que contribuíram direta ou indiretamente para a realização desse sonho de ser mestra dos magos em Biblioteconomia, os mais sinceros agradecimentos!

"*Os vossos únicos inimigos estão dentro de vós mesmos*".

Lourenço Prado (2014).

RESUMO

Discorre sobre as mudanças no mercado de serviços informacionais e como o empreendedorismo pode contribuir para o campo na Biblioteconomia frente essa nova realidade. Tem como objetivo geral: fortalecer as práticas empreendedoras dos bibliotecários que prestação serviços informacionais na Região Nordeste. E como objetivos específicos: compreender os aspectos aplicáveis do empreendedorismo nas empresas de serviços informacionais; mapear as empresas de serviços informacionais no âmbito da Biblioteconomia; identificar as práticas empreendedoras dos bibliotecários que atuam com serviços informacionais na Região Nordeste; propor um modelo de negócios a fim de contribuir para as habilidades e competências do bibliotecário empreendedor. Expõe no percurso metodológico a caracterização das técnicas e etapas da pesquisa através do aporte bibliográfico, repousando sobre os métodos exploratório e descritivo, similarmente, optou-se pelo estudo de caso como estratégia de pesquisa. Indica como caracterização do objeto (práticas empreendedoras), o *locus* da pesquisa (Região Nordeste), os sujeitos da pesquisa (bibliotecários autônomos), o instrumento de coleta de dados (questionário) e o polo avaliativo (análise qualitativa de conteúdo). Analisa as tendências de mercado dos bibliotecários que atuam com atividades empreendedoras, as quais foram descritas e ponderadas em quatro categorias de análise: eixo de negócios; eixo jurídico; eixo da saúde e; eixo de ciência e tecnologia. Conclui que as práticas empreendedoras se configuram como uma excelente estratégia de negócio para os bibliotecários buscarem oportunidades fora do mercado de informação tradicional.

Palavras-chave: Empreendedorismo na Biblioteconomia. Empreendedorismo. Guia de boas práticas. Bibliotecário Empreendedor. Práticas Empreendedoras. Serviços de Informação.

ABSTRACT

It discusses the changes in the information services market and how entrepreneurship can contribute to the field in librarianship in the face of this new reality. Its general objective is to strengthen the entrepreneurial practices of librarians who provide information services in the Northeast Region. And as specific objectives: to understand the applicable aspects of entrepreneurship in information services companies; map information services companies within the library; identify the entrepreneurial practices of librarians working with information services in the Northeast Region; propose a business model in order to contribute to the skills and competencies of the enterprising librarian. It exposes in the methodological path the characterization of the techniques and stages of the research through the bibliographic contribution, resting on the exploratory and descriptive methods, similarly, we opted for the case study as a research strategy. It indicates as characterization of the object (entrepreneurial practices), the locus of the research (Northeast Region), the research subjects (autonomous librarians), the data collection instrument (questionnaire) and the evaluation pole (qualitative content analysis). It analyzes the market trends of librarians who work with entrepreneurial activities, which have been described and weighted into four categories of analysis: business axis; legal axis; axis of health and axis of science and technology. It concludes that entrepreneurial practices are an excellent business strategy for librarians to seek opportunities outside the traditional information market.

Keywords: Entrepreneurship in Librarianship. Entrepreneurship. Guide to good practices. Entrepreneur Librarian. Entrepreneurial Practices. Information Services.

LISTA DE ABREVIAÇÕES E SIGLAS

AIIP	*Association of Independent Information Professionals*
ANPROTEC	Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
CAPES	Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CBO	Classificação Brasileira de Ocupações
CCE	Características Comportamentais Empreendedoras
CE	Ceará
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CONCLA	Comissão Nacional de Classificação
DEMOGOL	Dicionário Etimológico da Mitologia Grega multilíngue *Online*
ESC	Empresa Simples de Crédito
GEM	*Global Entrepreneurship Monitor*
IBCT	Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBQP	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade
IBPT	Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação
IBSS	Instituto Brasileiro de *Software* e Serviços de TI
IES	Instituições de Ensino Superior
ISBN	*International Standard Book Number*
ISSN	*International Standard Serial Number*
LC	Lei Complementar
MEI	Microempreendedor Individual
MCTIC	Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações
OAB	Ordem dos Advogados do Brasil
OJS	*Opens Journal Systems*
OSCIP	Organização Social Civil de Interesse Público
PAS	Pesquisa Anual de Serviços
ParqTec	Fundação Parque de Alta Tecnologia de São Carlos

PDPC	Programa de Decisão de Processos
PEP	Prontuário Eletrônico do Paciente
PPGB	Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia
REDESIM	Rede Nacional para Simplificação do Registro e da Legislação de Empresas e Negócios
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SIMEI	Sistema de Recolhimento em Valores Fixos Mensais dos Tributos abrangidos pelo Simples Nacional
Softex	Sociedade Brasileira para Exportação de *Software*
SP	São Paulo
STJ	Supremo Tribunal de Justiça
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
TEA	Taxa de Empreendedorismo Inicial
TEE	Taxa de Empreendedorismo Estabelecido
TI	Tecnologia da Informação
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
TTE	Taxa de Empreendedorismo Total
UFAM	Universidade Federal do Amazonas
UFC	Universidade Federal do Ceará
UFCA	Universidade Federal do Cariri
UFBA	Universidade Federal da Bahia
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
UNIRIO	Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
UDESC	Universidade do Estado de Santa Catarina

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Principais funções da análise de concorrência..... 19

Figura 2 - Períodos históricos econômicos..... 24

Figura 3 - Vertentes teóricas de empreendedorismo..... 27

Figura 4 - *Deutsch: Detail einer Wand: Kairos* (1552-1554) por Francesco de' Rossi..... 28

Figura 5 - A história da oportunidade..... 30

Figura 6 - Síntese da metáfora do *iceberg*..... 33

Figura 7 - Tríade basilar dos ambientes de inovação..... 47

Figura 8 - Características dos ambientes de inovação..... 48

Figura 9 - Mercado de trabalho do bibliotecário..... 52

Figura 10 - Eixos temáticos na área de informação para bibliotecário empreenderem..... 59

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Categorias de análise dos dados..... 21

Quadro 2 - Quadro teórico-conceitual..... 25

Quadro 3 - Características atitudinais do empreendedor..... 35

Quadro 4 - Tipos de empreendedor..... 37

Quadro 5 - Seções da CNAE 2.0 vinculadas ao Setor de Serviços..... 42

Quadro 6 - Competências empreendedoras para um bibliotecário..... 54

Quadro 7 - Divisões e grupos do setor de serviços..... 57

Quadro 8 - Oportunidades de trabalho para o bibliotecário empreender na área de gestão da informação..... 64

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO..... 13

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS..... 17

3 CONSIDERAÇÕES HISTÓRICAS E TÉORICO-CONCEITUAIS SOBRE O EMPREENDEDORISMO..... 23

3.1 O MOMENTO OPORTUNO E O PROCESSO EMPREENDEDOR..... 28

3.2 O PERFIL EMPREENDEDOR: MOTIVAÇÕES, NECESSIDADES E ATITUDES..... 32

4 O PANORAMA DO EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO..... 39

4.1 AMBIENTES DE INOVAÇÃO NO BRASIL: PONDERAÇÕES SOBRE AS *STARTUPS*..... 45

5 PERSPECTIVAS DE ATUAÇÃO PARA O BIBLIOTECÁRIO EMPREENDEDOR NO MERCADO INFORMACIONAL..... 50

5.1 OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO PARA BIBLIOTECÁRIOS EMPREENDEDORES..... 55

6 INFEREÊNCIA ANALÍTICA: PONDERAÇÕES SOBRE AS TENDÊNCIAS NO MERCADO INFORMACIONAL..... 61

6.1 EIXO DE NEGÓCIOS..... 65

6.2 EIXO JURÍDICO..... 67

6.3 EIXO DA SAÚDE..... 68

6.4 EIXO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA..... 70

7 CONSIDERAÇÕES PARCIAIS..... 73

REFERÊNCIAS..... 75

APÊNDICA A - PRODUTO INFORMACIONAL: MODELO DE NEGÓCIOS 87

APÊNDICE B - LEGISLAÇÃO EMPRESARIAL BRASILEIRA..... 111

APÊNDICA C - LISTA DAS EMPRESAS ANALISADAS..... 112

1 INTRODUÇÃO

As mudanças estruturais econômicas do século XXI vêm exigindo cada vez mais dos profissionais que buscam uma oportunidade no mercado de trabalho. Além de lidar com o alto índice das taxas de desemprego, eles devem acompanhar constantemente a crescente demanda de informação e conhecimento especializado como consequência das recentes tecnologias de informação. É aqui que o cenário começa a se modificar.

Cansados de esperar um contrato firmado por empresas ou concurso públicos, decidem gerir seu próprio negócio, tornando-se assim empreendedores. O empreendedor desafia o *status quo* predominante no mercado e provoca uma ruptura nos paradigmas das relações empregatícias tradicionais, explorando ao máximo as oportunidades de crescimento, este consolida propostas alternativas obtidas com o exercício da criatividade e da inovação voltadas para organização e fortalecimento de uma cultura gerencial baseada no empreendedorismo.

Mas será que esses profissionais conseguem manter seus empreendimentos? Embora haja diversos programas de incubadoras empresariais e de parque tecnológicos direcionados para o desenvolvimento das microempresas, ou as chamadas *startups*, observa-se que existe uma parcela considerável de iniciativas empreendedoras que não possuem uma vida útil, e que antes mesmo de se estabelecerem no mercado de trabalho, encerram suas atividades. Por isso, muitos empreendedores optam por ficar na economia informal, devido aos trâmites burocráticos para a abertura e manutenção das empresas.

Portanto, esta análise não se furtará à reflexão quanto a uma espécie de ‘romantização’ do empreendedorismo no Brasil e o crescimento dos chamados *coaches* que incentivam o ‘empreender por empreender’ sem uma análise detalhada do mercado e das condições de trabalho, das oportunidades e das consequências da extinção dos direitos trabalhistas. Na verdade, será destacado os fatos que representam importantes mudanças no cerne teórico-prático do fazer empreendedor, o qual se fundamenta em três pilares básicos: conhecimento, prática e motivação.

Mediante tais reflexões, compreende-se que as profundas mudanças na área da tecnologia e da comunicação, com o início da Sociedade da Informação em 1960, vem transfigurando o papel da informação como peça-chave de todos os modelos econômicos, sociais, políticos e culturais que ocorreram depois desse período (SANTOS; BERNARDINO, 2012). Sendo assim, essa realidade transformadora que permeia as práticas profissionais, reflete diretamente nas demandas mercadológicas informacionais.

Dessa forma, haja vista o mercado informacional em constante crescimento, pode-se observar claramente a viabilidade do bibliotecário atuar como um empreendedor, criando outras condições de trabalhos em diferentes ambientes, aplicando seus conhecimentos e habilidades para constituir sua empresa, prestando serviços na área da informação e em projetos inovadores frente essa nova realidade mercadológica, e assim, promovendo a construção de conhecimentos, resolução de problemas e satisfação das necessidades do usuário, ou melhor, do seu cliente.

Devido esse novo paradigma de atuação, despertou-se o interesse em pesquisar as mudanças do mercado biblioteconômico e como o empreendedorismo pode contribuir para o campo em questão. A ideia veio à tona em razão da pesquisadora já exercer no ramo através da empresa *Innovare*, idealizada no ano de 2017 por graduandos do curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Cariri (UFCA) e que perpetua até os dias atuais ofertando serviços informacionais para a comunidade acadêmica-profissional.

Nesse contexto, considerando os obstáculos de constituir uma empresa no mercado informacional, como também, o impasse em haver poucas disciplinas voltadas para as práticas empreendedoras no currículo acadêmico da Biblioteconomia, a escolha por investigar essa temática justifica-se pela necessidade de consolidar o espírito empreendedor, a partir de um guia prático e informativo que pode ser utilizado como embasamento para aqueles que pretendem criar um novo negócio ou aperfeiçoar algum empreendimento já existente.

A pesquisa em questão pode ser disposta como referência no âmbito acadêmico, uma vez que propõe uma explanação teórico-conceitual sobre as vertentes aplicacionais do empreendedorismo na Biblioteconomia em uma conjuntura científica. E, tendo em vista que existe uma inópia na produção acadêmica sobre a temática, pensa-se no fomento à prática de pesquisas que estejam pautadas na proposta do mercado empreendedor para os bibliotecários. Isto posto, atentando a essa conjunção de fatores, surge a subsecutiva indagação: como o empreendedorismo pode contribuir para o campo da Biblioteconomia considerando a realidade do mercado informacional?

Partindo desses pressupostos, a hipótese da pesquisa, tem como base o tipo de conjectura/suposição que enuncia a escassez de noções e critérios indispensáveis voltados para o gerenciamento e empreendedorismo dos seus recursos, o que está relacionado com a adaptação e a formação continuada dos bibliotecários a frente dessas iniciativas, condições que impactam diretamente nos resultados do negócio informacional, principalmente pela necessidade em se propor serviços e produtos cada vez mais dinâmicos e condizentes à realidade da Sociedade da Informação em rede.

Trazer o questionamento do empreendedorismo para a Biblioteconomia, significa exercer seus postulados, principalmente no que se refere ao setor de serviços e produtos de informação, os quais propiciam a dinamização e flexibilização do *modus operandi* das práticas informacionais neste campo de atuação. Dessa forma, a pesquisa tem como objetivo geral: analisar as práticas empreendedoras dos bibliotecários que realizam serviços informacionais, sendo assim, para atingir essa finalidade, traçou-se os seguintes objetivos específicos:

a) compreender os aspectos aplicacionais do empreendedorismo nas empresas de serviços informacionais;
b) mapear as empresas de serviços informacionais no âmbito da Biblioteconomia;
c) identificar as tendências de mercado dos bibliotecários que atuam com serviços informacionais;
d) propor um modelo de negócios a fim de contribuir para as habilidades e competências do bibliotecário empreendedor.

Em síntese, quanto aos termos estruturais, essa dissertação é composta pela seção introdutória dispondo da caracterização do tema, problemática, justificativa e hipóteses da pesquisa, bem como o objetivo geral e os específicos que norteiam o percurso para responder as indagações deste trabalho. Na sequência, as seções foram organizadas da seguinte forma:

Seção 2 - reúne e organiza o percurso metodológico do estudo, descrevendo a caracterização dos métodos, técnicas e etapas da pesquisa, assim como o objeto em questão (práticas dos bibliotecários empreendedores), o instrumento de coleta de dados e o polo avaliativo, no que tange à inferência analítica dos dados e evidências obtidos.

Seção 3 - dispõe uma discussão acerca dos delineamentos conceituais etimológicos e epistemológicos do termo empreendedorismo, ressaltando a notoriedade do momento oportunidade para o processo empreendedor, além das motivações, características e tipologias ponderadas na literatura econômica e comportamentalista.

Seção 4 - busca, num primeiro momento, evidenciar uma contextualização sobre o panorama que envolve as singularidades do empreendedorismo nos setores econômicos brasileiros e os possíveis negócios potenciais de expansão no país, destacando o Microempreendedor Individual (MEI). A seguir, são apresentadas ponderações sobre os ambientes de inovação e as oportunidades que estes espaços oferecem para o crescimento das *startups*.

Seção 5 - delineia as perceptivas de atuação para o bibliotecário empreendedor no mercado informacional existente e de tendências, evidenciando as competências empreendedoras para atuar com essas práticas.

Seção 6 - analisa os eixos temáticos de atuação e as oportunidades de trabalho para o bibliotecário que deseja empreender, a partir da coleta de informações sobre os serviços ofertados por empresas formadas por bibliotecários, os quais são descritos em quatro categorias de análise: eixo de negócios; eixo jurídico; eixo da saúde e; eixo de ciência e tecnologia.

Seção 7 - apresenta as considerações finais sobre os resultados alcançados fundamentados na problemática e objetivos traçados, expondo as ponderações analisadas ao longo do trabalho em tela, quanto à atuação profissional do bibliotecário empreendedor no contexto dos serviços de informação.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Entende-se por ciência, um conjunto de descrições, interpretações, teorias, leis, modelos etc., visando conhecer uma parcela da realidade através de uma metodologia especializada, no caso a metodologia científica. Para chegar a esse fim, utiliza-se da pesquisa, objetivando construir um conhecimento original a partir de exigências científicas e requisitos metodológicos com base nos critérios de cientificidade (FREIRE-MAIA, 1998, GOLDENBERG, 2007).

Este método científico resulta da investigação metódica e sistemática da realidade, seguindo aplicações de análises, classificações e comparações. Logo, em diálogo com as concepções de Minayo (2008, p. 9), "A ciência é apenas uma forma de expressão dessa busca, não exclusiva, não conclusiva, não definitiva". O que significa que não está acabada em si, finalizada em uma verdade absoluta, apenas em aproximações da verdade (BACHELARD, 2004), que obedecem a tempo, espaço e recorte.

Como uma investigação no escopo das Ciências Sociais, esta pesquisa traça o caminhar metodológico a partir do método indutivo que consiste em um "[...] processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas" (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 68). Nesta conjuntura de fatos, considerando o rigor metodológico na elaboração e desenvolvimento das pesquisas acadêmicas, delineou-se, nesta seção, a caracterização dos aspectos que nortearam o polo técnico e avaliativo do trabalho em tela.

Quanto à corrente teórica, utilizou-se o pensamento positivista do Auguste Comte (1798-1857) que consiste na observação dos fenômenos para se chegar ao conhecimento científico, o que somente é considerada ciência verdadeira aquela oriunda de uma verificação, portanto, mostra-se aplicável a este estudo. Dentro deste polo metodológico, amparou-se na teoria sociológica do funcionalismo, que para Bronislaw Malinowski (1884-1942), fundador desta escola, parte do raciocínio de que a causalidade é concebida como explicação da intencionalidade das ações, a explicação das consequências, do 'para quê?', ponderando a teoria e a prática e sua relação funcional (MARTINS, THEÓPHILO, 2016).

O estudo funcionalista fora selecionado visando compreender os aspectos aplicacionais do empreendedorismo nas empresas de serviços informacionais (objetivo a), e, dessa maneira, verificar se as funções que estão ou não sendo cumpridas, a fim de subtrair os obstáculos que impedem a realização das práticas empreendedoras e formular estratégias para superá-las (objetivo d). O raciocínio dessa teoria faz alusão a ideia de eficácia: a investigação

científica como fator para impulsionar o funcionamento adequado das instituições, no caso os empreendimentos, e, consequentemente, o seu desenvolvimento e progresso (ARAÚJO, 2011).

No que concerne à finalidade, caracteriza-se como exploratória e descritiva. Tendo por base a problematização exposta, estabeleceu-se como escopo a pesquisa exploratória, devido à escassez de produção acadêmica voltada para as contribuições do empreendedorismo na Biblioteconomia. Entendendo que a pesquisa exploratória é aquela que busca desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores (GIL, 2012).

Isto posto, ainda sobre a finalidade da pesquisa, será apresentado no referencial teórico o empreendedorismo como perspectiva de atuação bibliotecária e as relações potenciais com o mercado empreendedor no setor de serviços, considerando as vertentes multidisciplinares indispensáveis para atender as necessidades informacionais dos clientes, por isso, a pesquisa é considerada descritiva. Visto que, com base em Pradanov e Freitas (2013), buscou-se descrever características e fatos observados sem interferir neles, estabelecimento, assim, relações entre variáveis, empreendedorismo e Biblioteconomia.

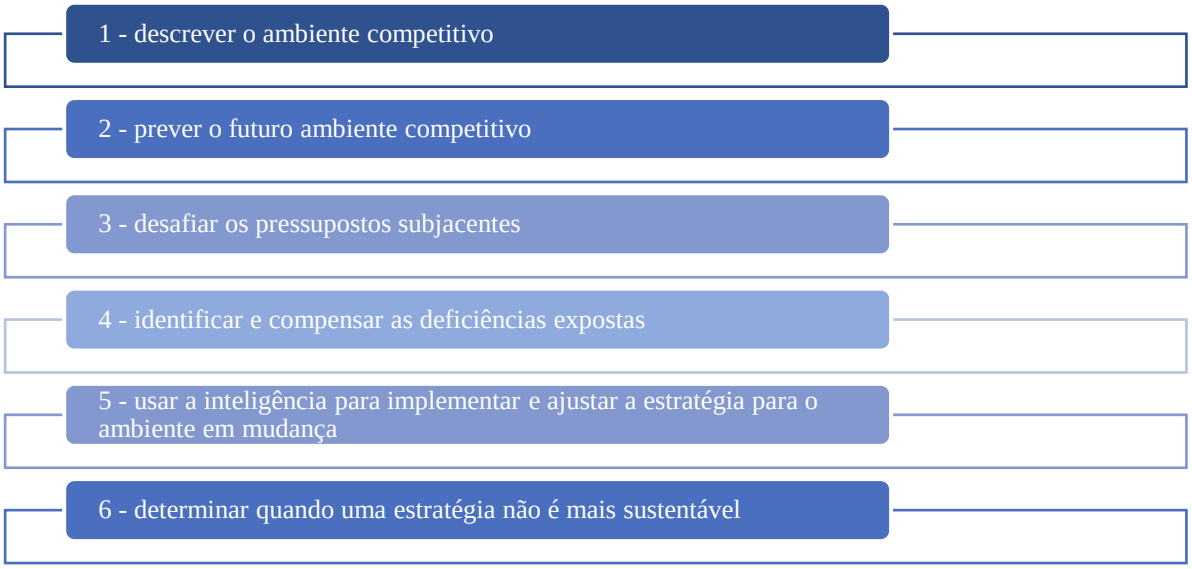
Com relação ao levantamento teórico-conceitual, optou-se pela pesquisa bibliográfica, que proporcionou uma visão geral do que já se publicou sobre o bibliotecário empreendedor e o mercado informacional brasileiro. No processo de desenvolvimento dessa estratégia, utilizou-se, dentre os tipos de canais de informações, os periódicos eletrônicos e os portais de informação científica, tais como: SciELO, Google Acadêmico, Portal de Periódicos da CAPES, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), entre outras plataformas, tendo grande relevância para o aperfeiçoamento do estudo.

A seguir, visando identificar as tendências de mercado dos bibliotecários que atuam com serviços informacionais (objetivo c), fundamentou-se no conceito, atribuições e objetivos da inteligência competitiva, a fim de oferecer uma vantagem competitiva dentro do mercado informacional. Pensou-se nesta perspectiva, uma vez que, para antecipar-se às exigências do mercado, isto é, aplicar uma análise de concorrência, deve-se considerar uma necessidade básica para sobrevivência de uma organização: conhecer o concorrente. Sendo assim, a inteligência competitiva

> Consiste na coleta ética e o uso da informação pública e publicada disponível sobre tendências, eventos e atores, fora das fronteiras da organização. Identificar as necessidades de informação da organização; coletar, sistematicamente, a informação relevante e, em seguida, processá-la analiticamente, transformando-a em elemento para a tomada de decisão (GOMES; BRAGA, 2004, p. 26).

E, a partir desta estratégia de pesquisa, pretende-se apresentar os serviços que podem ser explorados, o que facilitará na tomada de decisões em um contexto estratégico. Para ilustrar as funções relacionadas à formulação da estratégia e da análise quanto aos competidores, elaborou-se a seguinte figura:

Figura 1 - Principais funções da análise de concorrência



Fonte: adaptado de Herring (1992) *apud* Souza, Borgert e Gasparetto (2016).

O universo da pesquisa foi composto por empresas formadas por bibliotecários que prestam serviços informacionais no território brasileiro. No mapeamento desses empreendimentos, utilizou-se como base os dados disponíveis no Portal EmpreendeBiblio[1] e o site da Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios (Redesim)[2]. Diante disso, na inferência analítica desta pesquisa, estabeleceu-se como amostra 24 iniciativas biblioteconômicas com situação cadastral ativa, isto é, empresas regularizadas, aptas a atuarem legalmente com a prestação de serviços.

A definição da amostragem, teve como fundamento o método não probabilístico, uma vez que, de acordo com Martins e Theóphilo (2016), não é possível generalizar e representar os resultados da amostra para a população. Posto que, além dos casos das empresas informais e dos bibliotecários autônomos não inclusos nesse universo, a amostra disposta não abrange

[1] Portal disponível no site http://www.empreendebiblio.com oriundo de um projeto de extensão sobre Empreendedorismo na Biblioteconomia que iniciou na Escola de Biblioteconomia na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), mantido pela bibliotecária e professora Daniela Spudeit da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Atualmente, o site encontra-se desativado por motivos desconhecidos.

[2] Disponível em: https://consultacnpj.redesim.gov.br. Acesso em: 24 jan. 2021

todas as empresas formais de bibliotecários, pois, infelizmente, ainda não há um órgão, entidade ou organização da Biblioteconomia que gerencie estes dados quantitativos.

A coleta foi realizada a partir de dados secundários externos, com base em publicações empresariais e setoriais nos meios digitais, exclusivamente em sites oficiais e redes sociais (*Facebook* e *Instagram*). Dessa forma, para a definição da amostra, empregou-se os seguintes critérios: a) ser gerida por uma(a) bibliotecário(a); b) possuir um site ou rede social ativa; e c) disponibilizar no site/rede social informações sobre os serviços ofertados. Nesse sentido, levando em consideração tais critérios, a pesquisa em questão não foi submetida ao Comitê de Ética, pois não foi aplicada a nenhum ser vivo.

Aprofundando os aspectos referentes à construção da inferência analítica, após a coleta dos dados, empregou-se uma abordagem mista (quanti-qualitativa) a qual, segundo Gil (2008), visa explorar situações de vida real a fim de descrevê-los no contexto cujo está sendo realizado a investigação, a partir da seleção, codificação, tabulação e categorização dos dados, que serão submetidos a compreensão, interpretação e análise das informações. As pesquisas quanti-qualitativas podem ser complementares, quando integradas em um mesmo estudo. A pesquisa qualitativa tem como foco principal a construção de representações sociais sobre o fenômeno pesquisado, ao juntar-se com o estudo quantitativo.

> Enquanto os métodos quantitativos pressupõem uma população de objetos de estudo comparáveis, que fornecerá dados que podem ser generalizáveis, os métodos qualitativos poderão observar, diretamente, como cada indivíduo, grupo ou instituição experimenta, concretamente, a realidade pesquisada (GOLDENBERG, 2007, p. 63).

Com o intuito de estruturá-los, compará-los e representá-los sinteticamente, realizou-se uma análise de conteúdo com base no processo de codificação, cujo, na concepção de Bardin (2009), corresponde a uma transformação dos dados brutos do texto até atingir uma representação do conteúdo. À vista disso, os dados foram analisados com base em três fases: a) pré-exploração do material ou de leituras flutuantes do corpus do instrumento de coleta; b) seleção das unidades de análise; c) processo de categorização e subcategorização, o qual consiste na:

> [...] classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos. As categorias, são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos [...] sob um título genérico, agrupamento esse efectuado em razão dos caracteres comuns destes elementos (BARDIN, 2009, p. 117).

No âmbito da pesquisa, a definição das categorias teve como aparato teórico-conceitual os eixos temáticos na área de informação para bibliotecários empreenderem, estabelecidos pelas *Association of Independent Information Professionals* descritas na Seção 5 dessa pesquisa. A fim de elucidar o agrupamento categórico e suas respectivas propostas de análise, elaborou-se o quadro que segue.

Quadro 1 - Categorias de análise dos dados

Categorias	
Categoria 1	Negócio
Categoria 2	Jurídico
Categoria 3	Saúde
Categoria 4	Ciência e Tecnologia

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Nesse sentido, as categorias pré-definidas contribuíram para a elaboração do **produto informacional** dessa dissertação, um modelo de negócios pautado nas práticas empreendedoras dos bibliotecários (Apêndice A). Para Osterwalder (2004 *apud* MACEDO *et al.* 2013), um modelo de negócios consiste em uma descrição simplificada das atividades de oferta de serviços/produtos de uma organização, tendo como função basilar, o auxílio na forma de realizar negócios sob condições de incerteza.

Em relação ao conceito de produto, Semmenik e Bamossy (1995, p. 260) afirmam que "[...] é um conjunto de atributos tangíveis e intangíveis, que proporciona benefícios reais ou percebidos, com a finalidade de satisfazer as necessidades e os desejos do consumidor". As características principais de um produto ou bens são: **tangibilidade**, que se refere ao suporte em que é apresentado; **armazenabilidade**, sua capacidade de armazenamento; **produção não simultânea ao consumo**, sua qualidade de ser consumida ao mesmo tempo em que é desenvolvido; **baixo nível de contato com o consumidor**, depende do público-alvo; **transportabilidade**: veiculação e transmissão, os quais estão associados ao suporte e formato; **evidência da qualidade**: checagem constante da qualidade do produto.

Dentre estas características, algumas são mais aplicáveis a um produto informacional, pois, este é conceituado como, aquele que é criado para satisfazer uma necessidade informacional do usuário. McGee e Prusak (1994) afirmam que um produto informacional é a combinação de um bem físico com informação e este traz algumas abordagens genéricas no que diz respeito ao uso da informação e da tecnologia da informação utilizada como recurso estratégico, são elas: a informação como vantagem competitiva; os próprios produtos e/ou serviços de informação; e a comercialização da informação.

É importante destacar ainda, baseado em Costa (2007) que um produto de informação ou produto informacional precisa atender aos aspectos de flexibilidade adequada às necessidades específicas dos usuários, a possibilidade de reuso das informações armazenadas, e a acessibilidade ergonômica da informação, buscando atender um maior número de pessoas possíveis. Além disso, tem-se em mente que, o produto informacional deve estar inserido dentro de um contexto organizacional, isto é, políticas, cultura, objetivos de negócio, missão, estratégia e processos de uma organização.

Em termos de relação de valor, Castells (1999) acrescenta que o método de construção do produto necessita de algumas finalidades básicas como: capacidade de inovação (potencial de pesquisa e capacidade de especificação) aplicada aos fins específicos de um contexto organizacional/institucional; correção de possíveis erros e *feedback* das atividades executadas; como também, fornece flexibilidade e adaptabilidade em sua infraestrutura, levando em consideração os meios disponíveis para a organização alcançar os objetivos propostos.

De modo concreto, ponderando as concepções dos autores sobre o produto informacional, tencionou-se elaborar um modelo de negócios com um conteúdo textual capaz de flexibilizar o processo da tomada de decisão estratégica e facultar o percurso para se instituir um empreendimento na área da informação. Visto que, em consonância com SEBRAE (2013), o modelo de negócio é a possibilidade de visualizar a descrição do negócio, das partes que o compõem, descrevendo a lógica de criação do negócio. Dessa forma, com base nos resultados da pesquisa, o produto apresenta a seguinte estrutura:

a) eixos temáticos de atuação (negócio; jurídico; saúde; ciência e tecnologia);
b) oportunidades de trabalho;
c) etapas do modelo de negócios; e
d) tramites de como montar e formalizar uma empresa.

3 CONSIDERAÇÕES HISTÓRICAS E TEÓRICO-CONCEITUAIS SOBRE O EMPREENDEDORISMO

A literatura econômica sobre o empreendedorismo aponta como primeira referência humana o embaixador veneziano Marco Polo (1252-1324), considerado o primeiro exemplo de empreendedor, ao estabelecer uma rota comercial para o Oriente, aventurando-se pelo mar para vender suas mercadorias. Posteriormente, na França renascentista, tem-se o uso do termo 'empreendedor' (*entrepreneur*) para designar o indivíduo que contratava soldados mercenários com o fim de servir a realeza em troca de um pagamento financeiro (ALMEIDA; ZOUAIN, 2016; DORNELAS 2018).

A princípio, a conceito desta palavra foi empregada pela primeira vez através do escritor e economista franco-irlandês, Richard Cantillon (1680-1734), no início do século XVI, quando diferenciou o empreendedor (aquele que assume riscos) do capitalista (aquele que fornecia o capital). Por outro lado, a ascensão desta expressão se deu por intermédio do livro 'Tratado de Economia Política' (1803) a partir da abordagem empresarial do economista francês Jean-Baptiste Say (1767-1832) (DRUCKER, 1987; NATSUME, 2004).

> É preciso observar que no século XII, este termo era usado para referir-se "àquele que incentiva brigas". Já no século XVII, representado pela era econômica, o empreendedor estava ligado à pessoa que "tomava a responsabilidade e coordenava uma operação militar", e no fim deste século e início do século XVIII, o termo foi usado como referência à pessoa que "criava e conduzia empreendimentos" (VERGA; SILVA, 2014, p. 5-6).

Quanto à sua etimologia, 'empreendedor' deriva do francês *entrepreneur* e diz respeito a aquele indivíduo que assume riscos e começa algo novo (PAZ, 2016). Em contrapartida Schmidt e Bohnenberger (2009), afirma que a palavra empreender (*imprehendere*) teve origem do latim medieval, antes do século XV e significa tentar gerenciar uma empresa laboriosa e difícil, ou ainda, "pôr em execução". Duarte (2011, p. 484) em seu dicionário, descreve a palavra empreendedorismo como um "Neologismo[3] derivado do verbo empreender, também designado por competência empreendedora, significando a ação deliberada de realizar ou de tentar realizar algo".

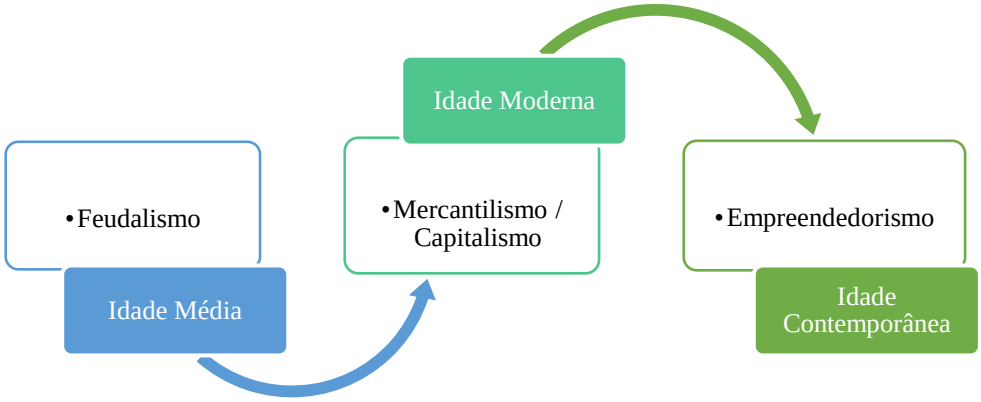
Haja visto estas explanações conceituais, percebe-se que desde os primórdios europeus até as definições mais recentes, o 'empreendedor', ou o ato de 'empreender', remete ao indivíduo que vai além dos padrões estabelecidos pela sociedade, aquele que busca alcançar

[3] Um fenômeno linguístico que consiste na "[...] criação de uma nova unidade lexical ou ao empréstimo de uma unidade pertencente a um outro idioma" (ALVES, 1996, p. 1).

melhores condições e sucesso através de práticas inovadoras e criativas. Em outras palavras, considera-se empreendedor aquele que toma a dianteira da situação e dar o primeiro passo pelo desconhecido, seja incentivando brigas, descobrindo rotas, liderando soldados em batalhas ou gerenciando negócios.

Em seguida, ao fazer uma análise histórica sobre a temática, Romeiro e Señorans (2016) enfatizam que o limiar do empreendedorismo contemporâneo está intrinsicamente ligado à ascensão do mercantilismo[4] na economia europeia (após o período de regência do sistema feudal entre os séculos XVI e XVII), bem como, relaciona-se com os grandes empreendimentos conquistados no século XX, o século das invenções.

Figura 2 - Períodos históricos econômicos



Fonte: elaborada pela autora (2020).

Na Era dos Descobrimentos, com as grandes navegações e as expansões marítimas da Europa pelos continentes inexplorados, inicia-se a transição entre os sistemas econômicos mercantilismo e capitalismo. Esse marco histórico, ocorrido em meio a Idade Média e a Idade Moderna, transformou e consolidou toda a economia capitalista com o surgimento da classe social burguesa e do lucro das atividades comerciais.

Logo após a Revolução Industrial, o impulso tecnológico propiciou a expansão econômica e o emprego de novas tecnologias, possibilitando a criação do computador portátil, da internet, do avião, do fax, entre outros inventos que viriam a contribuir no cotidiano da humanidade. Como consequência desses fatos, sucedeu o desenvolvimento das ações empreendedoras de inovação que foram sendo construídas paulatinamente desde o

[4] "Prática de comércio em que os lucros são excessivos e representam a razão maior de ser" (DUARTE, 2011, p. 891). Desenvolveu-se na Europa na Idade Moderna, entre o século XV e o final do século XVIII e é considerado a primeira fase do sistema econômico capitalismo.

descobrimento das novas terras e abertura das rotas comerciais marítimas até o final dos anos de 1990.

Nessa linha temporal, os fatos explanados apontam que a premissa básica da ação empreendedora é a exploração das mudanças como oportunidades, superando as forças que resistem à criação de algo novo. A rota comercial estabelecida por Marco Polo no século XIII, foi só o primeiro passo para as conquistas que se sucederam, a partir da necessidade do ser humano de ir além, de buscar o diferencial, de se arriscar e de ser próspero em sua jornada.

Desse modo, considerando as mudanças ocorridas nos períodos históricos econômicos e sua relação com o empreendedorismo, é pertinente abarcar as concepções epistemológicas do termo, o qual vem sendo abundantemente discutido nas diversas áreas do conhecimento. Assim, a fim de elucidar suas perspectivas conceituais sob uma ótica holística, destaca-se as seguintes concepções teórico-conceituais sobre o empreendedorismo:

Quadro 2 - Quadro teórico-conceitual

Autor	Conceito
Schumpeter (1998)	Processo de 'destruição criativa', através da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novos.
Barreto (1998)	Habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada.
Hisrich e Peter (2004)	Processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.
Dornelas (2005)	Envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a uma transformação de ideias em oportunidades, e a perfeita implementação destas leva à criação de negócios de sucesso.
Dolabela (2008, 2010)	Fenômeno cultural, fruto de habilidades, práticas e valores das pessoas. Implica uma forma de ser, uma concepção de mundo, uma forma de se relacionar. Processo de transformar sonhos em realidade e em riqueza.
SEBRAE (2018)	Capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade.

Fonte: elaborado pela autora (2020).

Além dessas definições, salienta-se ainda que o sociólogo Karl Marx[5] (1818-1883), já comentava sobre a destruição criativa do qual fala Schumpeter (1998) em sua obra: 'Capitalismo, Socialismo e Democracia', publicado em 1942 – na obra o autor traz à tona reflexões sobre empreendedorismo, chamando de destruição criativa ou destruição criadora. Para Marx, a renovação dos produtos no capitalismo dá-se através da destruição do velho e da criação do novo, impulsionando a economia.

Não obstante, diante da fundamentação teórica exposta no Quadro 2, depreende-se que existe um diálogo entre os autores apontados, onde o conceito de empreendedorismo é

[5] Ver Capítulo 25: A Lei geral da acumulação capitalista, do livro 'O Capital', de Karl Marx, de 1867.

atrelado à criação e transformação de serviços e produtos, tendo a finalidade de atender às necessidades do mercado e da sociedade, sejam elas tecnológicas ou organizacionais, onde o processo de inovação é definido como algo inédito ou uma nova visão de emprego de elementos já existentes e "[...] resulta da criatividade colocada em prática, objetivada em resultados positivos para o negócio e para as pessoas" (ALMEIDA *et al.* 2016, p. 20).

À vista disso, constata-se que o ato de empreender remete a capacidade humana de tomar a inciativa e romper as resistências em meio às mudanças. O empreendedorismo é um novo paradigma técnico-econômico que transfigura o modelo de produção tradicional, um estudo das fontes das oportunidades para (re)criar algo (produtos ou serviços, mercados, processos de produção ou matérias-primas e formas de organizar as técnicas existentes), inventando um espaço de valorização do profissional criativo, inovador e capaz de trabalhar para si mesmo (SHANE; VENKATARAMAN, 2000; SANTIAGO, 2009).

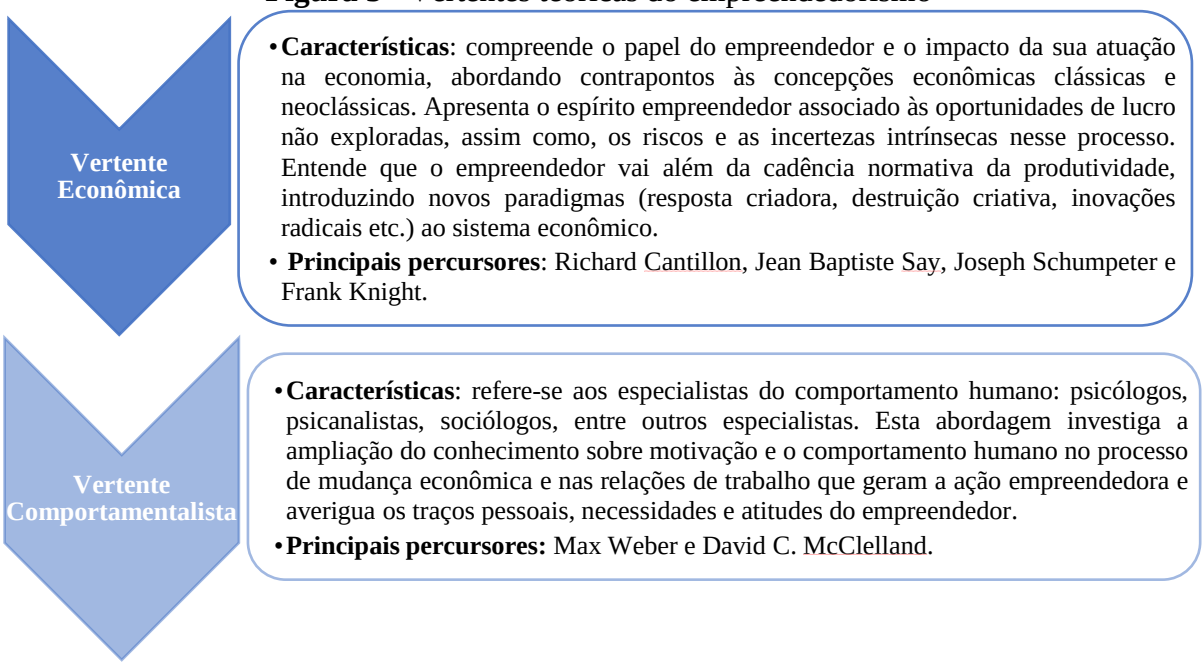
Devido essa crescente discussão, nos últimos anos o termo vem sendo utilizado com frequência no ambiente acadêmico, buscando respaldo em abordagens sociológicas, psicológicas, antropológicas e econômicas. Natsume (2004) destaca a produção de um evento que impulsionou o crescimento do empreendedorismo enquanto campo de estudo. Diz respeito à primeira grande conferência dedicada à pesquisa neste campo, em 1981, a *Babson Conference*[6], ocorrida anualmente, sendo a última edição realizada em maio de 1988. Desde então, muitos estudos são realizados objetivando aprofundar os seus aspectos teóricos, determinar o perfil do empreendedor, suas motivações e as razões de sucesso.

A Figura 3 apresenta duas correntes teóricas que envolvem o empreendedorismo e seus pontos de interação, a Teoria Econômica e a Teoria Comportamentalista. Enquanto a primeira aborda as questões administrativas e organizacionais das atividades empreendedoras, a segunda traz à tona uma visão mais humanista ao processo, estudando aquilo que impulsiona o profissional a ser empreendedor. Porquanto, infere-se que, além da prática administrativa, empreender, é também, preocupar-se com o individual, no que respeita os sonhos, planos para a vida, carreira, satisfação pessoal e coletividade. Logo, para compreender o empreendedorismo na íntegra, deve-se conciliar as duas teorias elucidadas.

---

[6] A conferência do *Babson College* sobre novos negócios iniciou com 39 trabalhos apresentados. Enquanto a última fora apresentada 106 *papers* em 36 seções de trabalho, com 185 autores e coautores. Em oito anos de duração desta conferência, cerca de 430 pesquisadores apresentaram trabalhos científicos (LIMA, 1988).

Figura 3 - Vertentes teóricas do empreendedorismo



Fonte: Adaptado de Santiago (2009); Verga e Silva (2014).

Em consonância com Verga e Silva (2014, p. 10), a inserção dessas "[...] visões multidisciplinares das raízes epistemológicas da compreensão do fenômeno empreendedorismo possibilita observar a constituição de uma sólida base teórica do assunto". Por isso, destaca-se a necessidade de abranger áreas como a Economia, Administração, Ciência do Comportamento (Psicologia, Ciência Cognitiva etc.) e Sociologia, para trazer uma ancoragem teórica-conceitual para a temática em questão.

Com base no Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES, 2021), as pesquisas sobre empreendedorismo crescem gradativamente. Esta afirmação pode ser inferida com base na quantidade de documentos recuperados (artigos, teses, livros, resenhas e recursos textuais) usando os descritores 'empreendedorismo' OR 'empreendedor'. Constatou-se que, na primeira década deste século (séc. XXI), tinha-se 725 documentos, enquanto na segunda década aumentou para 3.359 documentos, representando um crescimento de 363,3% de publicações nos últimos 10 anos, esses dados mostram que, cada vez mais, o empreendedorismo vem se consolidando como uma disciplina no campo científico.

Com efeito, tendo em vista as informações expostas, compreende-se que o empreendedorismo está passando por um período de ascensão no meio científico. Trazendo concepções teóricas para embasar a práticas empreendedoras do processo de descoberta, avaliação, exploração, criatividade, inovação, criação da organização e propostas lucrativas

ou não lucrativas. Esclarecendo que o ato de empreender não está apenas ligado ao lucro financeiro, mas sim, às descobertas da própria humanidade.

3.1 O MOMENTO OPORTUNO E O PROCESSO EMPREENDEDOR

A oportunidade antecede o próprio ato de empreender. Esse ensejo atemporal que se manifesta repentinamente, segundo Heredia (2015), pode ser denominado de *Carpe Kairós*. O momento no qual o empreendedor toma consciência que pode ir além daquilo que é previsível ou impossível, e assim, através de suas competências e seu instinto, aproveitar essa ocasião favorável para suprir uma necessidade da sociedade.

Para esclarecer esse fato, deve-se ter em mente que a humanidade tem vivido cegamente o tempo sequencial, cronológico, o tempo de Chronos[7](*Κρόνος*). Chronos, o senhor do tempo, representa a característica destrutiva do tempo, é o ditador da quantidade de atividades realizadas dentro de um limite. Daí a origem do termo cronômetro, "o tempo dos homens", o tempo que nunca é suficiente, que escraviza, preocupa e estressa, o que difere do tempo Kairós, que não pode ser cronometrado, pois não é previsível (LÚCIA, 2011; ARANTES, 2015).

Figura 4 - *Deutsch: Detail einer Wand: Kairos* (1552-1554) por Francesco de' Rossi

Fonte: Heredia (2015).

[7] Na mitologia grega, Chronos era considerado o mais novo dos seis poderosos titãs, a primeira geração dos seres divinos, filho caçula de Urano (representação do céu) e de Gaia (personificação da Terra). Após assassinar seu pai, devido suas atitudes violentas, Chronos passa a governar, tendo como esposa sua irmã Réia, com a qual teve seis filhos, conhecidos por Crónidas: Héstia, Deméter, Hera, Hades, Poseidon e Zeus. Chronos, em geral, é representado como a figura de um homem idoso que carrega uma grande foice, e representa a passagem entre os antigos deuses gregos (os Titãs e Ciclopes) para os deuses olímpicos, que passaram a habitar no famoso Monte Olimpo (ARANTES, 2015).

Conforme o Dicionário Etimológico da Mitologia Grega Multilíngue *Online* (DEMGOL, 2020), a expressão Kairós (*Καιρός*), significa momento oportuno/decisivo, da qual deriva a palavra *eukairia* – ter uma oportunidade ou oportunidade de ação. Na mitologia, Kairós é considerado o deus da oportunidade, filho de Zeus (*Ζεύς*) e Tykhé (*Τύχη*), a divindade da fortuna e da prosperidade.

> [...] este deus grego é caracterizado por possuir cachos de cabelo apenas sobre a testa, sendo calvo na parte de trás da cabeça (em uma alusão às oportunidades que só podem ser devidamente capturadas quando vêm ao nosso encontro, nunca depois que já passaram), asas nas costas e nas pernas (pois o momento favorável é sempre rápido e fugaz) e uma navalha na mão (não basta tentar "caçar" a oportunidade, é também preciso fazê-lo com virtude e habilidade ou a tentativa pode facilmente ferir e ser até fatal – quando a oportunidade vira tragédia) (HEREDIA, 2015, online).

Isto posto, mediante a diferenciação exposta sobre os deuses mitológicos, conclui-se que pensar e agir exclusivamente pelo modo Chronos é limitar e estreitar o uso do tempo, é ser condicionado à necessidade de cumprir expectativas externas e torna-se mecanizados pela força que o tempo exige, deixando de usufruí-lo com qualidade e apenas quantitativamente. O tempo a ser vivido é a essência do modo Kairós, é o que se obtém dele a partir do proveito de momentos afortunados (LÚCIA, 2011; ARANTES, 2015).

A lição do *Carpe Kairós* diz: "É preciso saber aproveitar o momento oportuno!". Entretanto, essas oportunidades só poderão ser vivenciadas e desfrutadas se o profissional possuir uma visão que transcenda o convencional. Tal afirmação em mente, apresenta-se a seguir uma linha temporal que apresenta a relação intrínseca do momento oportuno com desenvolvimento das condições trabalhistas do indivíduo, onde este acaba ultrapassando os limites ditos pela sociedade, inovando no mercado tradicional partir de tentativas e falhas.

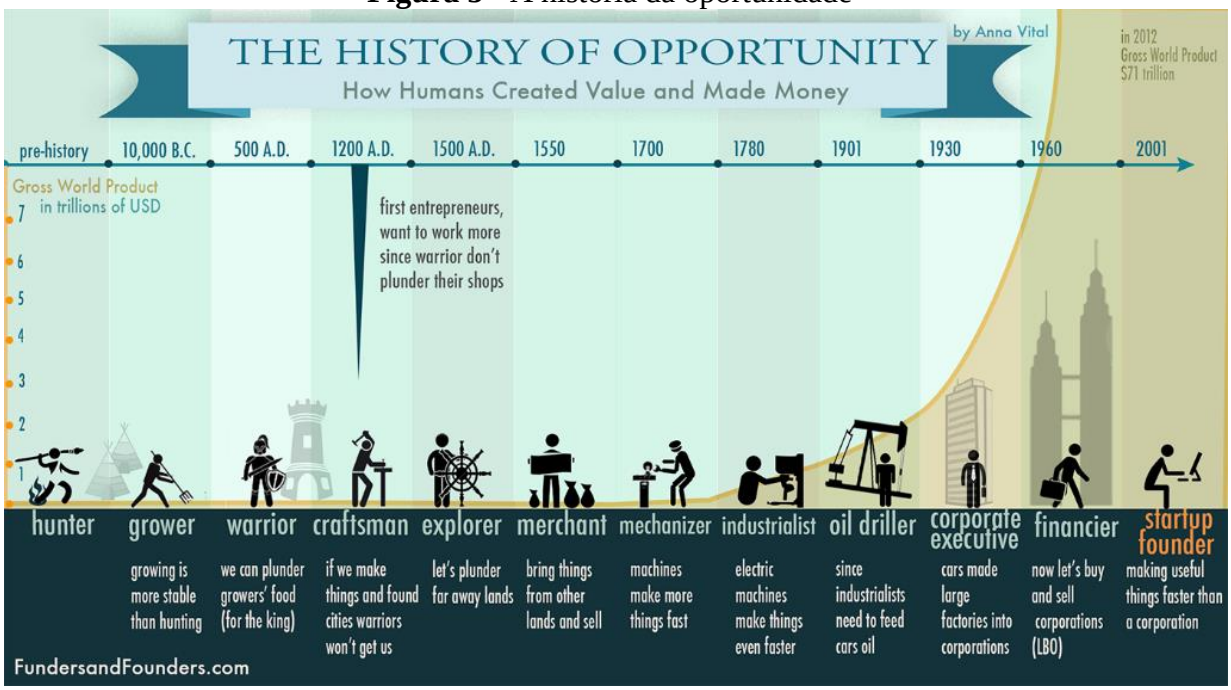
Através do infográfico (Figura 5), percebe-se que a história da oportunidade coincide com o aperfeiçoamento humano e o movimento da economia, ao transcorrer desde a Pré-história (Era dos Caçadores) até os dias atuais com o auge das *startups*[8] (Era da informação). Essa ideia conectiva entre a descoberta/exploração da oportunidade com o empreendedorismo, está mutuamente vinculada às informações discorridas na seção anterior,

---

[8] Em conformidade com o art. 65 da Lei complementar nº 167/2019, "[...] considera-se *startup* a empresa de caráter inovador que visa a aperfeiçoar sistemas, métodos ou modelos de negócio, de produção, de serviços ou de produtos, os quais, quando já existentes, caracterizam *startups* de natureza incremental, ou, quando relacionados à criação de algo totalmente novo [...]".

no que concerne as consequências da expansão europeia e do avanço tecnológico, fatores imprescindíveis para as conquistas da humanidade.

Figura 5 - A história da oportunidade



Fonte: Vital (2013).

Ao evidenciar as crises como oportunidades, Silva (2020) expressa o significado de crise em chinês. Essa palavra é composta por dois ideogramas: "*wei*" (perigo/risco) e "*ji*" (oportunidade). Isto é, o autor explana que a crise é uma situação em que o perigo e a oportunidade têm o mesmo peso, são bilaterais e reversíveis. Dessa forma, aquele que vive essa situação, esse momento oportuno, tem o critério exclusivo de mudar seu rumo e sair de uma circunstância fatal, alcançando transformações individuais e coletivas. Enfim,

> Produzir novas coisas não é apenas um processo distinto, mas é um processo que produz conseqüências [...]. Na maioria dos casos, apenas um homem ou alguns deles vêem as novas possibilidades e estão aptos a lutar contra as resistências e dificuldades com que a ação sempre se encontra, fora dos caminhos normais da prática (SCHUMPETER, 1976, p. 36).

Em harmonia com Schumpeter (1976), reconhece-se o desafio desses profissionais em superar os obstáculos e os condicionamentos negativos das antigas relações de produção. Essa realização é uma consequência direta da ação que estes colocam em seus desejos, ambições e hábitos. Com efeito, é preciso reconhecer que o empreendimento bem-sucedido (seja ele novo ou já estabelecido) não se resume apenas à conquista de um objetivo, muito mais que um fim, ele é um conjunto de meios, é o próprio modo de agir em direção ao um alvo determinado, à uma oportunidade empreendedora.

A qualidade e a quantidade das oportunidades descobertas durante problemas e crises dependem, em grande parte, da capacidade do indivíduo, que pode ser influenciada por diversas condições: desenvolvimento econômico, cultural, educacional, crenças etc. Essa oportunidade se origina da ação, enquanto o sucesso é consequência daquilo que o homem é, ou seja, o mérito do profissional será proporcional ao sacrífico que ele impõe. Não seria diferente no empreendedorismo.

Visto isto, Hisrich e Peter (1998, 2004) consideram o seguinte processo empreendedor para a criação de novos empreendimentos: identificar e avaliar a oportunidade; desenvolver o plano de negócios; determinar e captar os recursos necessários; e gerenciar a organização criada (BAGGIO; BAGGIO, 2014; DORNELAS, 2018). Já Baron e Shane (2007) aprofundam o assunto e estabelecem cinco fases como perspectiva processual de um novo negócio, um modelo básico que envolve subprocessos desde a observação da oportunidade à recompensa dos esforços colocados em prática, este processo empreendedor não é executado de forma temporalmente ordenada e lógica como muitos livros didáticos apresentam de forma errônea (SHANE, 2012; VERGA; SILVA, 2014):

1) **geração de uma ideia e/ou reconhecimento de uma oportunidade**: etapa-chave no processo empreendedor, pode ser explorada mediante cinco diferentes tipos de oportunidades: novos produtos e serviços, novos métodos de produção, novos mercados, novas formas de organização e novas matérias-primas. A essência do reconhecimento de oportunidades é o acesso às informações e seu uso eficaz;
2) **reunião dos recursos**: ter uma ideia e reconhecer uma oportunidade é apenas uma etapa. Para isto, os recursos necessários para iniciar uma nova empresa inclui as informações sobre mercados, questões ambientais e legais, recursos humanos; habilidades, conhecimentos, motivações e energia que serão a força de ação do novo empreendimento; e os recursos financeiros, o capital necessário para iniciar o negócio. Nessa etapa está incluso o *career plan* (plano de negócios);
3) **lançar um novo empreendimento**: assim que os recursos forem reunidos, o empreendimento poderá ser lançado, porém fazer isso envolve escolher o formato jurídico específico (individual ou sociedade) e estabelecer os contratos de negócios, bem como, desenvolver o marketing e a proteção (jurídica ou extrajurídica) dos serviços e/ou produtos;
4) **operando a empresa**: administrar um novo empreendimento e transformá-lo em uma empresa lucrativa e em crescimento. A fase em questão integra as habilidades e competências do empreendedor, a responsabilidade social da empresa, gerenciamento

de riscos e conflitos intrínsecos nesse processo e, por fim, não menos importante, recrutamento e motivação de recursos humanos;

5) **colheita das recompensas**: nesta fase final, relaciona-se com a fase da vida empresarial, os empreendedores consideram as estratégias de saída e possíveis negociações com compradores em potencial, e assim, possam colher as recompensas que ganharam pelo tempo, esforço e talento executados.

Baron e Shane (2007) prosseguem suas explanações retratando que em cada fase desse processo empreendedor existe três tipos de variáveis que influenciam no desempenho, execução, ações e decisões tomadas por empreendedores: o **nível individual** (habilidades, técnicas, talentos e motivos do empreendedor); o **nível interpessoal ou grupal** (informações fornecidas por terceiros, relações com a equipe, clientes etc.); e o **nível social** (políticas governamentais, tecnologia, condições econômicas).

Em síntese, as definições apontadas sobre o processo empreendedor de um novo negócio resumem-se em três pontos principais: diagnóstico, planejamento e gerenciamento. Para os autores, estas fases são consideradas o cerne para se alcançar o sucesso do empreendimento, todavia, caso o empreendedor deixe de executar uma dessas etapas da tríade, há uma grande probabilidade dessa empresa vir a falência, como iremos abordar nas próximas seções.

Dado isso, o processo de criação em conjunto com a exploração das oportunidades, demanda um profissional capaz de identificar situações e obter maior produção, ganho, desempenho e resultados produtivos para alcançar o seu desenvolvimento econômico ao enfrentar riscos e desafios. De tal modo, para se manter competitivo no sistema de mercado, é necessário constante inovação e, principalmente, um perfil empreendedor, no que se refere as competências essenciais como criatividade e liderança exercidas na prática.

3.2 O PERFIL EMPREENDEDOR: MOTIVAÇÕES, NECESSIDADES E ATITUDES

As ideias do empreendedorismo como salvador da economia cambaleante, em se tratando de Brasil, volta ao cenário nacional desde 2013, aproximadamente, com o início da crise econômica. Com isso surgiram os *coaches*, não que seja um termo novo, mas passou a ter maior aderência no mercado. Os *coaches* são aqueles incentivadores, motivadores e impulsionadores do mercado informal e empreendedor, uma espécie de mentor que facilita o

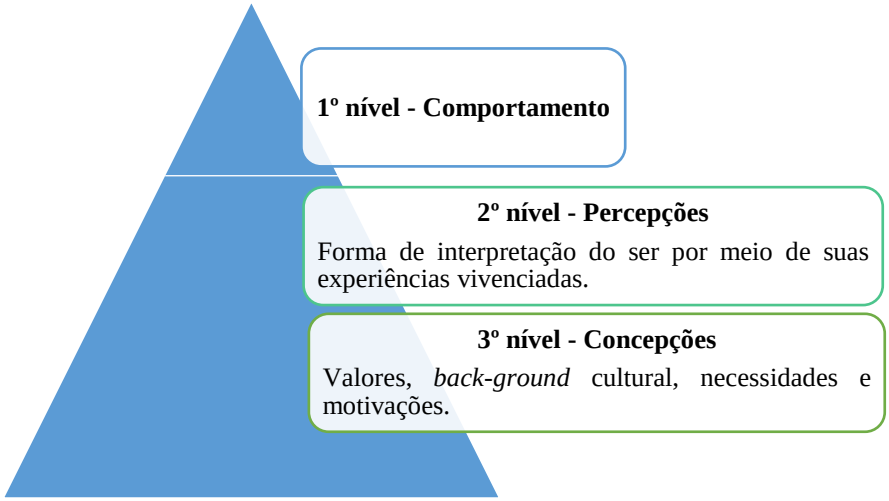
aprendizado. Uma das atribuições desse profissional é o incentivo à veia empreendedora e criativa das pessoas.

Muitos recém-formados, quando não conseguem alocar-se no mercado de trabalho enveredam por este nicho empresarial. Entretanto,

> Ao invés de investir em fórmulas prontas que vendem a ilusão de que existe um momento invariavelmente oportuno, o desafio verdadeiro está em preparar a sua própria virtude, habilidade e instinto para que saiba identificar e capturar com força (sem se ferir) as ocasiões favoráveis [...]. Há que ter sabedoria e paciência para lidar com isto, bem como ousadia para alavancar as oportunidades das ocasiões favoráveis (HEREDIA, 2015, online).

Por essa razão, estes profissionais devem ter consciência que não existe a 'fórmula para o sucesso' ou que precisam seguir fielmente cada passo dado por outrem para alcançar o sucesso, pois cada um tem a sua jornada a percorrer. A teoria existe, mas a prática é cada indivíduo quem faz. Portanto, uma atitude mental positiva desenvolve uma crença sem limites em si mesmo, mas não adianta ter uma mente positiva, desenvolver conhecimento sobre a causa, se isso não reflete em atitudes. A essência desse processo está em descobrir e aprender seu potencial para externá-lo através de ações.

Figura 6 - Síntese da metáfora do *iceberg*



Fonte: adaptado de Caravantes, Panno e Kloeckner (2004).

Logo, surge a questão: como estes indivíduos podem desenvolver seu potencial? Para isso, faz-se alusão aos princípios da Teoria Comportamentalista mencionada anteriormente e destaca-se os estudos psicológicos sobre a metáfora do iceberg. Esta simbologia foi um

fundamento encontrado pelos seguidores do Sigmund Freud (1856-1939), criador da psicanálise, para facilitar a compreensão da Teoria do Inconsciente[9] desenvolvida por este psiquiatra austríaco. Tais colocações remetem que o comportamento humano se assemelha a figura de um *iceberg*, onde mostra apenas uma pequena parcela do seu volume.

Com base nos autores, após analisar as informações dispostas na ilustração (Figura 6), conclui-se que uma grande parcela dos indivíduos não utiliza todo o seu potencial, a maioria está submersa, oculta pelas águas do autodesconhecimento. Isto significa que, para iniciar um empreendimento, o profissional necessita refletir sobre suas percepções (2º nível) e concepções (3º nível), bem como o impacto delas em suas ações, ou seja, é essencial que compreenda o que está no seu subconsciente. Atinar o seu potencial é um processo individual e subjetivo, não pode ser 'copiado' ou 'imitado'.

Por conseguinte, observa-se que as influências do meio, seja ele econômico, político, cultural ou social, influenciam no comportamento humano, bloqueando as capacidades e inibindo o fluxo de motivação e criatividade, onde o indivíduo passa a viver condicionado a trabalhar, procriar e sustenta-se, em um ciclo estagnado. Para buscar esse comportamento empreendedor, o profissional necessita de autossegurança, característica adquirida por intermédio dos erros, das falhas, das experiências. O empreender tem de assimilar em sua conduta que a experimentação é a maior fonte de oportunidades.

> A primeira e principal atitude do empreendedor é reconhecer uma oportunidade e agarrá-la. É comum deixarmos que as oportunidades passem por nós sem nos darmos conta. Desperdiçar chances de crescimento profissional e até mesmo pessoal é algo que ocorre espontaneamente e, quando percebemos, na maior parte das vezes, já é tarde demais. Isso é um diferencial do verdadeiro empreendedor (NASCIMENTO; FREITAS, 2016, p. 34).

A motivação é um processo interno de cada ser humano e parte de dentro para fora. Nesse sentido, o profissional motivado através de mudanças atitudinais sabe qual caminho seguir, compreende que as limitações que o impede de alcançar suas metas é o seu modo de pensar restrito e, portanto, precisa agir para conseguir resultados e não esperar que o acaso determine o seu futuro. Mas, qual será a verdadeira motivação para os empreendedores

[9] "Para Freud, a mente humana se divide em três partes: ego, id e superego [...] O ego é a parte consciente, o que controlamos; o id é o inconsciente que se guia pelo prazer e, por fim, o superego, que absorve as normas de conduta da sociedade e é responsável por sentimentos de culpa ou recompensa moral" (ACT INSTITUTE, 2017, online).

iniciais: oportunidade ou necessidade? O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) classifica essas duas categorias para a compreensão do empreendedorismo: oportunidade e necessidade.

No **empreendedorismo por oportunidade**, o empreendedor inicia o negócio pelo fato de ter identificado uma oportunidade no mercado, atua com planejamento prévio, visa geração de lucros, empregos e riquezas, como já foi explanado na seção anterior. Enquanto no **empreendedorismo por necessidade**, o empreendedor se aventura no empreendedorismo por falta de outras possibilidades para geração de renda e de ocupação, às vezes, sem um devido planejamento (INSTITUTO..., 2018).

Logo, salienta-se a pesquisa do norte-americano David McClelland (1917-1998), realizada no ano de 1932 em 34 países, visando identificar uma estrutura motivacional diferenciada no empreendedor. O psicólogo estabelece as Características Comportamentais Empreendedoras (CCE) em três comportamentos específicos daqueles que desejam trabalhar por conta própria: necessidade de realização, necessidade de poder (independência) e necessidade negócio (planejamento) (ALLEMAND, 2011).

Ainda, sobre a teoria de McClelland, Allemand (2011) ressalva que as particularidades do empreendedor são as suas fortes necessidades de realização, que envolvem: a) desejo de crescimento pessoal através da superação de desafios; b) busca de padrão de excelência, c) alto envolvimento com seus objetivos e; c) desejo e vontade de alcançar seus propósitos. À vista disso, quando um forte impulso para realizações está baseado em valores subconscientes, no esforço do aperfeiçoamento das atitudes e no estabelecimento de metas válidas, os resultados serão positivos na satisfação das necessidades do indivíduo.

Schmidt e Bohnenberger (2009), sintetizaram as características atitudinais comuns de um empreendedor (Quadro 3), segundo as diversas definições encontradas na literatura científica, objetivando ampliar a base conceitual sobre o perfil desse profissional e sustentar o processo de elaboração do instrumento de mediação nas pesquisas sobre a temática em questão.

Quadro 3 - Características atitudinais do empreendedor

Características atitudinais	Descrição
Auto eficaz	É a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercitar controle sobre eventos na sua vida (CARLAND *et al.*, 1988; KAUFMAN, 1991; LONGENECKER *et al.*, 1997; CHEN *et al.*, 1998; MARKMAN; BARON, 2003).
Assume riscos calculados	Indivíduo que, diante de um projeto pessoal, relaciona e analisa as variáveis que podem influenciar o seu resultado, decidindo, a partir disso, a continuidade do projeto (DRUCKER, 1986; CARLAND *et al.*, 1988; HISRICH; PETERS, 2004).
	"Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam

Planejador	visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazê-lo" (Filion, 2000, p. 3).
Detecta oportunidades	Habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança (DEGEN, 1989; BIRLEY; MUZYKA, 2001; MARKMAN; BARON, 2003).
Persistente	"[...] capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até a privações sociais, em projetos de retorno incerto" (MARKMAN; BARON, 2003, p. 290).
Sociável	"Os empreendedores ... fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Já não os vemos como provedores de mercadorias e autopeças nada interessantes. Em vez disso, eles são vistos como energizadores que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento, produtiva" (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 1997, p. 3).
Inovador	Aquele que relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa (CARLAND *et al*., 1988; DEGEN, 1989; FILION, 2000; BIRLEY; MUZYKA, 2001).
Líder	Pessoa que, a partir de um objetivo próprio, influencia outras a adotarem voluntariamente esse objetivo (LONGENECKER *et al*., 1997; FILION, 2000; HISRICH; PETERS, 2004).

Fonte: adaptado de Schmidt e Bohnenberger (2009).

Com base nas características atitudinais descritas, encontram-se muitos pontos em comum entre o papel e as funções do empreendedor com o administrador. Contudo, ao passo que, o empreendedor faz o negócio nascer, o administrador faz o negócio crescer, apoiado em ações técnicas direcionadas à organização para se chegar a um resultado. Em razão disso, ser empreendedor é colocar em prática, de forma integral, suas potencialidades racionais e intuitivas, além da tecnicidade, buscando constantemente o autoconhecimento e o aprendizado a partir das novas experiências propiciadas pelas falhas ou êxitos. A sua essência é a mudança. Esta afirmação resume satisfatoriamente o que vem sendo dissertado neste trabalho, o empreendedor tem que estar apto à transformação.

Para o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2019, online) "[...] empreendedor é aquele que inicia algo novo, que vê o que ninguém vê, enfim, aquele que realiza antes, aquele que sai da área do sonho, do desejo, e parte para a ação". Esta visão chega a ser romântica e simplista, visto que, para empreender é necessário pesquisa de mercado, perfil empreendedor, oportunidade e financiamento. Deve-se considerar também os erros e fracassos que fazem parte do processo de empreendedor, o sucesso é o resultado das experiências e das atitudes tomadas diante dessas situações infortunas.

No que concerne os tipos de empreendedores são os mais variados e correspondem às características apontadas anteriormente (Quadro 3). Conforme Baggio e Baggio (2014), não há unanimidade entre os autores, dado isso, elaborou-se o Quadro 4 com as concepções Zanini (2014) e Dornelas (s.d.), com o intuito de discutir quanto ao ponto de vista pragmático-contextualista sobre as tipologias de empreendedores.

Quadro 4 - Tipos de empreendedor

ZANINI (2014)		DORNELAS (s.d.)	
Tipos	**Definição**	**Tipos**	**Definição**
Informal	Este tipo ganha dinheiro porque precisa sobreviver. O empreendedor deste perfil trabalha para garantir o suficiente para viver, tem um risco relativamente baixo e não tem muitos planos para o futuro	Nato	São os mais conhecidos e aclamados, começam a trabalhar muito jovens e adquirem habilidade de negociação e de vendas, são visionários, otimistas, estão à frente do seu tempo e comprometem-se 100% para realizar seus sonhos.
Individual	Este é o empreendedor informal que se formalizou através do Microempreendedor Individual (MEI) e começa a estruturar de fato uma empresa. Este perfil ainda está muito ligado à necessidade de sobrevivência e geralmente trabalha sozinho ou com mais um funcionário apenas	Serial	É aquele apaixonado por criar novos negócios. É uma pessoa que não se contenta em criar um negócio e ficar à frente dele até que se torne uma grande corporação.
Franqueado e Franqueador	Muitos desconsideram o franqueado como empreendedor, mas a iniciativa de comandar o negócio, mesmo que uma franquia deve ser levada em conta. Geralmente, procuram uma renda mensal média e o retorno do investimento. O franqueador é responsável por construir uma rede através de sua marca.	Corporativo	São geralmente executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas administrativas.
Social	A vontade de fazer algo bom pelo mundo aliada ao desejo de ganhar dinheiro move este empreendedor. Nesta categoria, trabalho em equipe é primordial e o objetivo é mudar o mundo e inspirar outras pessoas a fazerem o mesmo.	Social	O empreendedor social tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Envolve-se em causas humanitárias com comprometimento singular.
Corporativo	É o intraempreendedor, ou seja, o funcionário que empreende novos projetos na empresa que trabalha. Seu principal objetivo é crescer na carreira, com promoções e bônus.	Por necessidade	O empreendedor por necessidade cria o próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido.
Público	O empreendedor público é uma variação do corporativo para o setor governamental. Sua motivação está ligada ao fato de conseguir provar que seu trabalho é nobre e tem valor para a sociedade.	Herdeiro	Empreende por sucessão familiar. Empresas familiares fazem parte da estrutura empresarial de todos os países, e muitos impérios foram construídos nos últimos anos por famílias empreendedoras, que mostraram habilidade de passar o bastão a cada nova geração.
Do conhecimento	Este empreendedor usa um profundo conhecimento em determinada área para conseguir faturar. É como um atleta que se prepara e ganha medalhas importantes. Eles buscam realização profissional e reconhecimento com isso.	Normal	O empreendedor que “faz a lição de casa”, que busca minimizar riscos, que se preocupa com os próximos passos do negócio, que tem uma visão de futuro clara e que trabalha em função de metas é o empreendedor aqui definido como o “normal” ou planejado.
Do negócio próprio	Este é o mais comum e costuma abrir um negócio próprio por estilo de vida ou porque pensa grande. Dentro deste perfil, encontramos subtipos: o empreendedor nato e o serial.	Que aprende	Aquele que aproveita uma oportunidade de negócio e toma a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio.

Fonte: Zanini (2014, online); Dornelas (s.d.).

Os autores apontados no quadro acima diferem de algum modo nas suas definições quanto às nomenclaturas, bem como algumas tipologias que são distintas, apesar de possuírem uma correlação. Mas ao analisá-los, chega-se à conclusão de que o mais importante é, independentemente de qual tipo o empreendedor se enquadre, as características que este deve possuir são as mesmas e envolvem planejamento, liderança, capacidade criativa e senso de oportunidade. Ao determinar objetivos e organizar um modelo de negócios, o empreendedor compreenderá e vencerá os receios naturais, identificando riscos e incertezas antes mesmo que eles existam, antecipando o problema com soluções prontas na sua mão.

Em síntese, a perspectiva do perfil empreendedor abordado nessa seção exige que esse profissional tenha competências técnicas, gerenciais e pessoais, particularidades as quais devem ser aprimoradas mediante educação continuada, condição necessária para desenvolver as competências e aperfeiçoar suas habilidades. Desse modo, pode-se envidar a constituição integra do seu próprio negócio, prestando serviços de qualidade como profissional autônomo em projetos inovadores frente à essa nova realidade empregatícia, capaz de promover a construção de conhecimentos, resolução de problemas e satisfação de necessidades.

4 O PANORAMA DO EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO

Desde o final do século XX, o empreendedorismo vem se configurando mundialmente como uma forma de alavancar a economia, gerando emprego e renda, sobretudo através das *startups*. Galvan (2014) reconhece que o brasileiro é detentor de um perfil empreendedor, sendo inclusive uma opção de carreira. Mediante tais assertivas, baseado na queda da empregabilidade formal no país, considera-se que as iniciativas empreendedoras têm obtido um aumento significativo e, portanto, a abertura de negócios torna-se uma alternativa para ocupação econômica e sobrevivência do trabalhador.

> O Brasil é um dos países mais empreendedores do mundo. Descontextualizada, esta frase pode criar uma ilusão aos observadores (nacionais e estrangeiros) mais devastados. No entanto, quando avaliamos alguns dados relativos à importância das Micro e Pequenas Empresas (MPEs) na produção nacional, vemos que o papel do empreendedor é fundamental na economia brasileira (NATSUME, 2004, p. 7).

Segundo Dornelas (2018), a consolidação do tema e sua relevância para o país ocorreu a partir do ano 2000, após o surgimento de entidades como: o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC); e a Sociedade Brasileira para Exportação de *Software* (*Softex*)[10], as quais pretendiam implementar políticas e programas de apoio ao empreendedorismo nacional.

As principais razões para a constituição dessas organizações, na década de 1990, correspondem à preocupação com o crescimento de pequenas e médias empresas e à necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade destas. Motivos pelos quais popularizaram o termo no cenário econômico brasileiro, e por isso, nos últimos anos, tem recebido atenção especial por parte do governo, e assim, proporcionando, por intermédio da legislação empresarial brasileira (Apêndice B), algumas facilidades para a formalização de novos negócios (ROSA; SILVA; ADÃO, 2016; DORNELAS, 2018).

O projeto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM)[11], sob a coordenação do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e do SEBRAE, é o responsável por mensurar

---

[10] Softex é uma Organização Social Civil de Interesse Público (OSCIP), sem fins lucrativos, que desenvolve ações para promover a melhoria da competitividade da Indústria Brasileiro de *Software* e Serviços de TI (IBSS).

[11] O projeto GEM fora idealizado em 1999 a partir de uma parceria entre a *London Business School* (Inglaterra) e a *Babson College* (Estados Unidos), com a finalidade de estudar os empreendedores e seus empreendimentos pelo mundo. O Brasil passou a fazer parte dessa pesquisa cooperativa em 2000, apresentando um retrato, ainda que parcial, do fenômeno multifacetado e complexo do empreendedorismo nacional (INSTITUTO..., 2020).

as taxas, estimativas e demais dados referentes às práticas empreendedoras no Brasil. Nesse relatório executivo anual, o GEM estabelece como taxas gerais (siglas em inglês):

a) **Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA)**: 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 (não possuem funcionários com remuneração) e empreendedores novos (possuem funcionários com remuneração);
b) **Taxa de Empreendedorismo Estabelecido (TEE)**: proprietários de um negócio consolidado, pelo fato desse empreendimento ter pagado aos seus proprietários alguma remuneração, sob a forma de salário, pró-labore ou outra forma, por um período superior a 42 meses;
c) **Taxa de Empreendedorismo Total (TTE)**: é formada por todos os indivíduos que estão envolvidos com alguma atividade empreendedora, indicando o conjunto de empreendedores em relação ao total da população adulta (de 18 a 64 anos) (INSTITUTO..., 2020).

Tabela 1 - Taxas e estimativas de empreendedores no Brasil em 2019/2020

Estágio	Taxas (%)	Estimativa (unid.)
TEA	23,3	32.177.117
TEE	16,2	22.323.036
TTE	38,7	53.437.971

Fonte: GEM Brasil (INSTITUTO..., 2020).

Em 2019, precisamente no período de abril a julho, foram entrevistados dois mil empreendedores, na faixa etária de 18 a 64 anos, distribuídos por todo o território nacional. No que concerne aos dados obtidos, inferiu-se resultados extremamente positivos para o universo do empreendedorismo brasileiro. Neste ano, o Brasil atingiu a sua 2ª maior Taxa de Empreendedorismo Total, ficando abaixo apenas da taxa registrado em 2015 (39%). Ao analisar o cenário macroeconômico e os potenciais impactos para os empreendimentos, o GEM Brasil 2019/20 destaca alguns resultados positivos que contemplam essa realidade:

> [...] a não exigência do alvará de funcionamento para atividades de baixo risco, como é o caso da maioria dos pequenos comércios, a simplificação do sistema de escrituração digital de obrigações fiscais, previdenciárias e trabalhistas, e a criação da figura do abuso regulatório, para impedir que o poder público edite regras que afetem a "exploração da atividade econômica" ou prejudiquem a concorrência (INSTITUTO..., 2020, p. 9).

Ainda de acordo com a pesquisa estatística, as mudanças recentes na legislação brasileira contribuíram para a melhora do ambiente dos negócios no Brasil. Isto ocorreu

devido à operacionalização da reforma trabalhista (Lei nº 13.467/2017) que trouxe maior flexibilidade aos contratos de trabalho, bem como a aprovação da medida provisória da liberdade econômica (Lei nº 13.874/2019), que reduziu a burocracia e facilitou a abertura de empresas, principalmente das micro e pequenas.

Tabela 2 - Quantidade de empreendimentos brasileiros com vínculos ativos

Setores	**2019**	**2020**	**2021**[12]
Serviços	8.106.342	10.006.122	11.177.453
Comércio	4.491.630	5.373.293	5.892.152
Indústria	997.678	1.196.048	1.314.459
Agronegócio	872.380	983.328	1.048.594
Financeiro	312.081	338.226	352.020
Serviços Públicos	58.000	58.413	58.565
Total	**14.838.111**	**17.955.430**	**19.843.243**

Fonte: Empresômetro[13] (2021).

Dentre os 19 milhões de empreendimentos brasileiros, cerca de que 56,33% predominam o setor de serviços (Tabela 2). Isso evidencia o que Bridges (1995) salientou em sua obra, ao afirmar que as oportunidades de trabalho cresceram em contrapartida ao desaparecimento do emprego formal e o setor de serviços é o mais propicio para crescimento. Logo, a tendência desses números é aumentar exponencialmente, visto que, em comparação ao ano de 2019, têm-se até hoje, mais de três mil empresas iniciais no segmento de prestação de serviços. Nesta análise, é crucial ressaltar o impacto causado pela pandemia da COVID-19 na economia. Apesar do isolamento social ter restringido o fluxo de pessoas no país e no mundo, nota-se que, com base nos dados ilustrados, ainda assim, as empresas desse setor conseguiram manter um crescimento de 11.71% de 2020 até o primeiro semestre de 2021.

As atividades do setor de serviços são descritas pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). Esta foi idealizada em 1998 com o fim de padronizar os códigos de identificação das unidades produtivas do Brasil nos cadastros e registros da administração pública. Já a CNAE 2.0, implantada em 2007 pela Comissão Nacional de Classificação (CONCLA), é composta por cinco níveis hierárquicos: seção, divisão, grupo,

[12] Dados acessados em: 21 jun 2021.

[13] O Empresômetro: inteligência de mercado, nasceu de um projeto sócio tecnológico do Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação (IBPT) e vem atuando desde 2006 construindo projetos com base na arrecadação tributária nacional.

classe e subclasse[14]. Para compreender essa conjectura, apresenta-se a seguir, dentre as vinte e uma categorias estabelecidas, as seções que estão inseridas no setor de serviços:

Quadro 5 - Seções da CNAE 2.0 vinculadas ao Setor de Serviços

Seção	Nota explicativa
(H) Transporte, armazenagem e correio	Atividades de transporte de passageiros ou mercadorias, nas modalidades ferroviária, rodoviária, aquaviária, aérea e dutoviária, as atividades de armazenamento e carga e descarga e as atividades de correio, de malote e de entrega. Também estão incluídas nesta seção as atividades auxiliares dos transportes, tais como a gestão e operação de terminais rodoviários, ferroviários, portuários e aeroportuários e atividades correlatas.
(I) Alojamento e alimentação	Atividades de alojamento de curta duração e os serviços de alimentação.
(J) Informação e comunicação	Atividades de criação e colocação de produtos com conteúdo de informação em mídias que possibilitam a sua disseminação; as atividades de transmissão desses produtos por sinais analógicos ou digitais (através de meios eletrônicos, sem fio, óticos ou outros meios); e as atividades de provisão dos serviços e/ou operação de infraestrutura que possibilitam a transmissão e o armazenamento desses produtos.
(L) Atividades imobiliárias	Atividades de gestores de propriedade imobiliária como as de: proprietários de imóveis, agentes e corretores imobiliários que atuam nas atividades de compra, venda e aluguel de imóveis e outros serviços relacionados como a avaliação de imóveis para qualquer finalidade.
(M) Atividades profissionais, científicas e técnicas	Estas atividades requerem uma formação profissional específica normalmente com elevado nível de qualificação e treinamento (em geral educação universitária). O conhecimento especializado (expertise) é o principal elemento colocado à disposição do cliente.
(N) Atividades administrativas e serviços complementares	Atividades rotineiras de apoio ao funcionamento de empresas e organizações. Geralmente compreendem: contratação e colocação de pessoas em empresas clientes; preparo de documentos e outros serviços de escritório; serviços de teleatendimento; serviços de cobrança para clientes; organização de viagens; e serviços de envasamento e empacotamento sob contrato.
(R) Artes, cultura, esporte e recreação	Atividades destinadas a satisfazer os interesses culturais, de entretenimento e recreativos da população. Compreende a produção e promoção de artes cênicas e espetáculos, inclusive de atuações ao vivo, as bibliotecas, arquivos, museus, jardins zoológicos e botânicos, a exploração de jogos de azar e apostas, as atividades esportivas, de recreação e lazer.
(S) Outras atividades de serviços	Serviços pessoais; serviços de organizações associativas patronais, empresariais, profissionais, sindicais, de defesa de direitos sociais, religiosas, políticas etc.; atividades de manutenção e reparação de equipamentos de informática, de comunicação e de objetos pessoais e domésticos. Os serviços pessoais incluem: lavanderias; cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza; clínicas de estética; atividades funerárias; e serviços religiosos.

Fonte: adaptado de CNAE 2.0 (BRASIL, 2006).

Quanto ao crescimento das atividades empreendedoras no segmento de prestação de serviços e as oportunidades nos diferentes tipos de mercado, vale ainda ressaltar aquele que

[14] "O modelo de codificação adotado na CNAE 2.0 é misto, sendo formado de um código alfabético (uma letra) para indicar o primeiro nível de grupamento da classificação, a Seção, e de códigos numéricos para os demais níveis de agregação, Divisão, Grupo, Classe e Subclasse" (INSTITUTO..., 2007, p. 16).

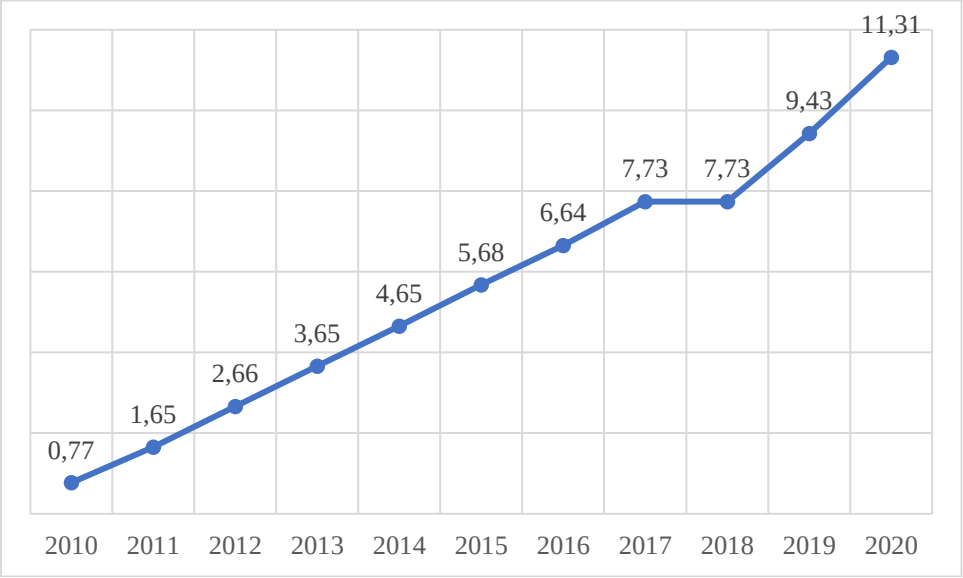
vem ganhando destaque no cenário econômico nacional e nos possíveis negócios potenciais de expansão no país: o Microempreendedor Individual (MEI). Em geral, a legislação[15] estabelece que para se tornar um MEI, o profissional não pode faturar mais do que R$ 60.000,00 por ano com vendas dentro do país, da mesma forma, não possua mais de um estabelecimento ou vínculo empregatício com outra empresa (BRASIL, 2008).

Dessa forma, o programa MEI surge como um dos caminhos para solucionar o crescimento da informalidade na economia, o qual gerou uma inquietação governamental com a produção das riquezas não documentadas (MARIA, 2014). Visto que,

> Devido à elevada carga tributária, a única saída para os menos favorecidos é a informalidade. O fato de não possuir o capital necessário, o conhecimento básico para a abertura do negócio e o apoio maior por parte do Estado, a informalidade configura-se como a única alternativa de sobrevivência (NATSUME, 2002, p. 9).

Entretanto, Maria (2014) declara o MEI uma nova oportunidade dos microempresários formalizarem seu trabalho de maneira autônoma, efetuando suas obrigações fiscais legalmente, para garantir uma futura aposentadoria, aquilo que o emprego informal não garante. Por isso, como mostra o gráfico abaixo, a criação de MEI vem crescendo, principalemnte, nos segmentos que atendem as necessidades básicas da população.

Gráfico 1 - Criação anual da figura jurídica MEI (em milhões)



Fonte: adaptado do Portal do Empreendedor (2021).

[15] Ver Lei Complementar nº128/2008.

O Gráfico 1 apresenta uma expansão significativa dos novos MEI entre 2010 e 2020[16]. É notório que esse aumento permanece elevado em 1 milhão de empreendimentos por ano, chegando a 2 milhões entre 2018 e 2020. Baseado nisto, pode-se ponderar que esse fato está relacionado à constituição da Lei da REDESIM nº 11.598/2007 que simplifica o processo de registro e legalização de empresários e de pessoas jurídicas, bem como, a implementação da Lei do Microempreendedor Individual (MEI), nº 128/2008, que alterou o limite de faturamento da Lei do Simples Nacional nº 123/2006 (Apêndice A).

Com base nos dados do Portal do Empreendedor (2021), em 2020, foram criados mais de 1,9 milhões de MEI, o maior número já registrado no Brasil. Atualmente, tem-se a estimativa 12,3 milhões optantes pelo Sistema de Recolhimento em Valores Fixos Mensais dos Tributos abrangidos pelo Simples Nacional (SIMEI)[17], ou seja, dos 19 milhões de empreendimentos com vínculos ativos (Tabela 2), aproximadamente 65% desses negócios são de microempreendedores individuais. Isto significa que, mesmo com a crise econômica ocasionada pela COVID-19, o país registrou um recorde na abertura de MEI.

À vista disso, os fatores que podem ter favorecido o processo de formalização são: a) baixo o custo para a criação/manutenção do MEI; b) redução a burocracia envolvida no registro do MEI; e c) elevado estoque de indivíduos que ainda possui um negócio na informalidade. Logo, "O fato de o ritmo de formalizações ter seguido forte em um momento de economia aquecida demonstra que o empreendedor individual é mais do que o resultado do desemprego, é uma alternativa de ganho de renda" (PRADO *et al.*, 2014, p. 72).

> No início de seu lançamento, a criação da figura jurídica MEI esteve associada ao processo de formalização de empreendimentos informais. Atualmente, porém, além desse tipo de empreendedor, também aparecem com expressão pessoas que antes eram empregados (com e sem carteira), donas de casa e estudantes que passaram a ver no MEI a chance de se arriscarem criando o seu próprio empreendimento, realizando seu sonho empreendedor (SEBRAE, 2020).

No que tange a taxa de sobrevivência/mortalidade das empresas brasileiras, o relatório do SEBRAE (2016)[18], cujo identifica que a taxa de sobrevivência (2008-2014) das empresas com até 2 anos, passou de 54% para 77%. Uma grande influência para essa melhoria se deve à ampliação do número de MEI, pois, caso sejam excluídos da análise, a taxa de sobrevivência

---

[16] Em 2018, a variação líquida foi próxima de zero devido às exclusões de MEI inativos realizadas pela Receita Federal.

[17] O Inova Simples é um regime simplificado que concede as *startups* ou empresas de inovação tratamento diferenciado visando estimular a sua criação, formalização, desenvolvimento, assim como consolidação como agentes indutores de avanços tecnológicos, geração de emprego e renda.

[18] Pesquisa realizada com 2.006 empresas, ativas e inativas, com o objetivo de identificar os fatores determinantes da sobrevivência/ mortalidade desses empreendimentos (SEBRAE, 2016).

cresce apenas 4 pontos percentuais, passando de 54% para 58%, isto é, o MEI proporciona um impacto positivo no cálculo da taxa de sobrevivência dessas empresas.

Em relação à taxa de mortalidade, o estudo em tela apresenta uma queda de 46% para 23% (2008-2014). Frente esse panorama, fora determina quatro grandes fatores que podem contribuir para o aumento desse percentual: a situação do empresário antes da abertura; o planejamento dos negócios; a capacitação em gestão empresarial; e a gestão do negócio em si. Concisamente, está explícito que a mortalidade das empresas brasileiras se remete a insuficiência de planejamento, capacitação e gestão.

Os dados fornecidos justificam o discurso dos especialistas[19] entrevistados pelo GEM Brasil (2020), quanto à necessidade de investir na educação empreendedora no quesito "gestão empresarial" e na preparação dos candidatos a empreendedores, pois estes são os principais fatores intervenientes para o nascedouro e manutenção dessas novas empresas (INSTITUTO..., 2020). O fator educação e capacitação podem restringir as possibilidades de se alcançar um empreendedorismo inovador com mais impacto econômico e social, por motivo da formação geral e técnica que os empreendedores recebem, dificultar a continuidade desses negócios.

Assim, torna-se necessário trazer à tona os ecossistemas de inovação e os mecanismos de geração de empreendimentos. Iniciativas lideradas por profissionais especializados, que vêm possibilitando cada vez mais benefícios e facilidades para os empreendedores iniciais, em especial aqueles que buscam fundar e gerenciar uma *startup*, muitas delas idealizadas por universitários, que estão ganhando espaço no mercado de produtos e serviços inovadores, a partir de negócios estratégicos e tecnológicos.

4.1 AMBIENTES DE INOVAÇÃO PARA O EMPREENDEDOR BRASILEIRO

Com a chegada da era digital, ocorreu um crescimento tecnológico promissor no cenário mundial. Mediante tal conjuntura, fazendo alusão à criação de um ambiente favorável à pesquisa e inovação no Brasil, é crucial a participação saudável dos atores centrais desse processo, a tríplice hélice. Ou melhor, uma união de esforços entre três seguimentos: Instituições de Ensino Superior (IEs); poder público; e empresas do setor privado. A atuação

[19] "Na pesquisa com especialistas do Brasil foram consultados, no período de maio a julho de 2019, 67 profissionais de diversas áreas de especialização associadas ao fenômeno do empreendedorismo, com o propósito de fornecer um panorama sobre o ambiente para se empreender no país" (INSTITUTO..., 2020, p. 21).

conjugada e sinérgica desta hélice tríplice, proporciona efeitos positivos para que os pequenos negócios tomem um melhor proveito das grandes oportunidades.

À vista disso, para concretizar e efetivar esse processo, foi criada a Lei de Inovação nº 13.243/2016, que estabelece medidas de incentivo ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à inovação, à capacitação científica e tecnológica, bem como altera a Lei nº 10.973/2004 - antiga Lei de Inovação (BRASIL, 2016). Além dessa legislação, instituiu-se o Decreto nº 9.283/2018 que visa regulamentar as medidas expostas pela lei supracitada. Este decreto, especificamente o Art. 2º, inciso segundo, define ambientes promotores da inovação como "[...] espaços propícios à inovação e ao empreendedorismo, que constituem ambientes característicos da economia baseada no conhecimento" (BRASIL, 2018, *online*).

Os ambientes de inovação unificam conhecimentos científicos/tecnológicos e práticas administrativas, visando alcançar soluções para as empresas de pequeno porte explorar as potencialidades de inovações tecnológicas em um ambiente de elevada competitividade nos setores tradicionais, tendo como aporte a incorporação de tecnologias; novas abordagens à teoria da localização industrial; alianças estratégicas; desenvolvimento de empreendedores etc., criando dessa forma novos segmentos comerciais (BARBIERI, 1995).

Aranha (2016) relata que essas iniciativas tiveram início no Brasil em 1984, quando o engenheiro civil Lynaldo Cavalcanti (1932-2011), presidente do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), entre os anos 1980 e 1985, criou cinco fundações tecnológicas para a geração de *spin-offs*[20], dessa ação fora instituída a primeira incubadora nacional, a Fundação Parque de Alta Tecnologia de São Carlos (ParqTec).

Em seguida, em 1987, no primeiro Seminário Internacional de Parques Tecnológicos, surge a ANPROTEC, a entidade responsável por representar não só as incubadoras de empresas, mas todo e qualquer mecanismo de promoção do empreendedorismo inovador no país (ARANHA, 2016). Barbieri (1995), expõe que uma década após a constituição da ANPROTEC, já haviam sido criadas 42 incubadoras e 48 iniciativas em fase de planejamento em 19 estados brasileiros. Acompanhando essa difusão, ao longo dos anos

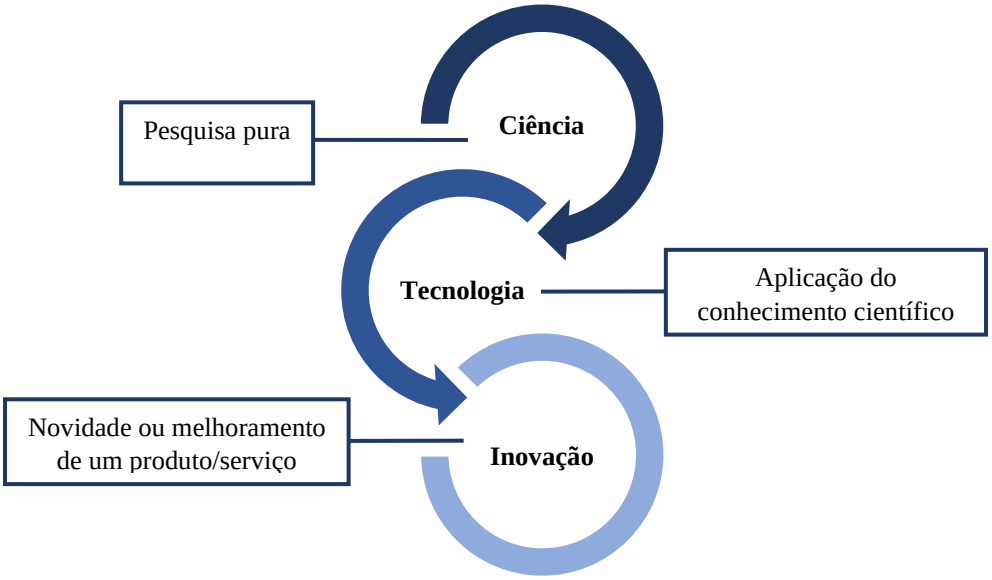
> [...] **surgiram outros mecanismos**, como parques tecnológicos, ***coworkings, hubs* de inovação, *venture builders***, etc., bem como novas incubadoras, aceleradoras e laboratórios abertos. Também se desenvolveram outros atores fundamentais para o desenvolvimento de novos negócios, **os provedores de financiamento às empresas**

[20] "O *spin-off* é o nome dado a uma empresa criada a partir de uma outra, deixando parcialmente ou totalmente de fazer parte da "empresa-mãe" [...] Geralmente este tipo de operação é realizada quando uma nova empresa possui um bom conceito de negócios e necessita se separar da empresa-mãe para poder captar recursos externos oriundos de novos acionistas, e dessa forma crescer de maneira mais acelerada" (REIS, 2017, *online*).

> **nascentes, como investidores anjo, fundos de seed e capital de risco, a modalidade de *equity crowdfunding***, a criação de linhas de recursos subvencionados nas Fundações Estaduais de Amparo à Pesquisa e nas agências federais, como CNPq e Finep (ASSOCIAÇÃO..., 2019, p. 11-12, grifo nosso).

Apesar dessas conquistas, o avanço da ciência brasileira não refletiu na melhoria dos indicadores tecnológicos e de inovação nas empresas. Por isso foi estabelecido um novo marco legal de ciência, tecnologia e inovação[21]. Conforme o SEBRAE (2018), os princípios do novo marco legal, refere-se, principalmente, à promoção das atividades científicas e tecnológicas como estratégicas para o desenvolvimento econômico e social; à promoção da cooperação e interação entre a tríplice hélice; ao estímulo à atividade de inovação nas empresas e nas Instituições de Ciência e Tecnologia (ICTs); e à simplificação de procedimentos para gestão de projetos de ciência, tecnologia e inovação e adoção de controle por resultados em sua avaliação.

Figura 7 - Tríade basilar dos ambientes de inovação



Fonte: elaborada pela autora (2021).

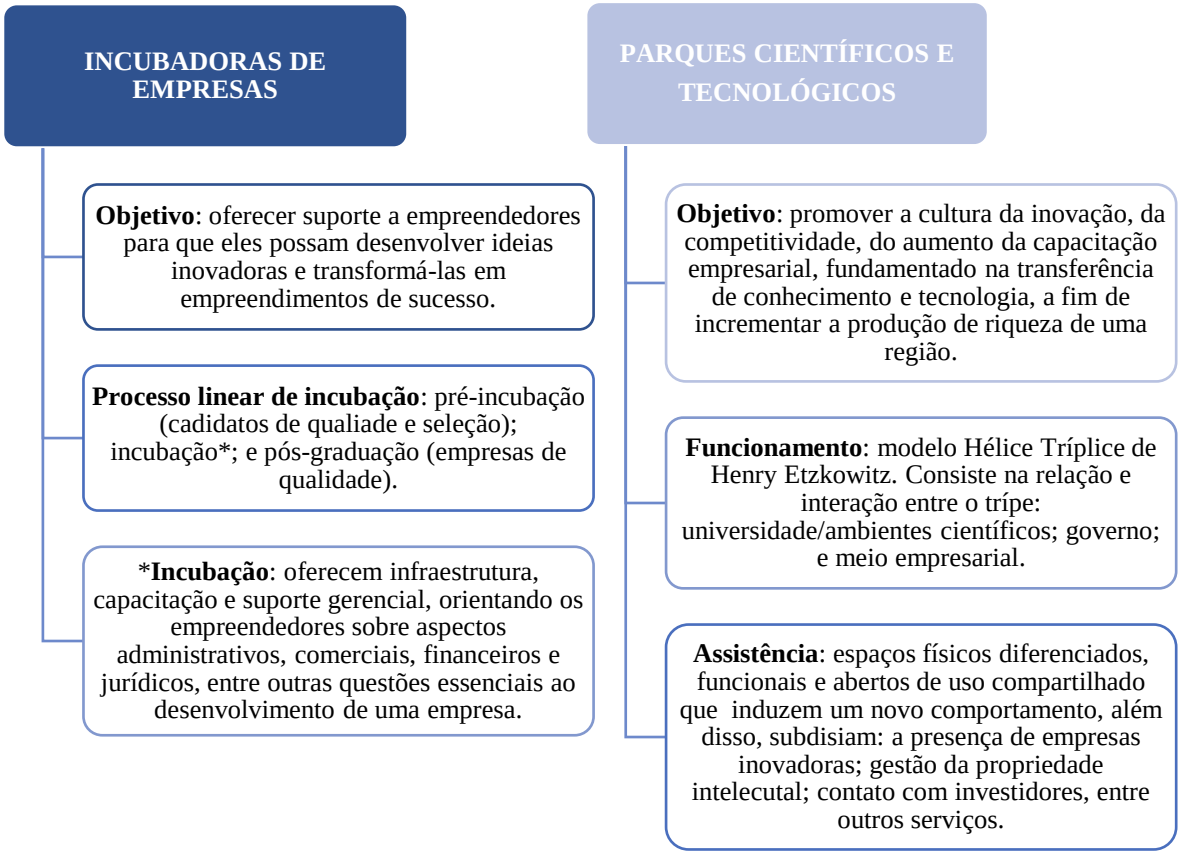
Em síntese, a figura acima ilustra precisamente a relação benéfica da tríade basilar para os ambientes de inovação. Segundo o Decreto nº 9.283/2018, existem duas dimensões para esses ambientes: a) os ecossistemas de inovação (parques científicos e tecnológicos,

[21] "O novo Marco Legal altera nove Leis para criar um ambiente mais favorável à pesquisa, desenvolvimento e inovação nas universidades, nos institutos públicos e nas empresas: Lei de Inovação, Lei das Fundações de Apoio, Lei de Licitações, Regime Diferenciado de Contratações Públicas, Lei do Magistério Federal, Lei do Estrangeiro, Lei de Importações de Bens para Pesquisa, Lei de Isenções de Importações e Lei das Contratações Temporárias" (BRASIL, 2018, p. 5).

cidades inteligentes, distritos de inovação e polos tecnológicos); e b) os mecanismos de geração de empreendimentos (incubadoras de empresas, aceleradoras de negócios, espaços abertos de trabalho cooperativo, entre outras iniciativas).

No tocante à expansão do empreendedorismo dentro desses ambientes inovadores, percebe-se que os ecossistemas de inovação e os mecanismos de geração de empreendimentos são agentes fundamentais para a criação e desenvolvimento de empresas inovadoras. Posto que, a interação desses componentes (IEs, poder público e empresas do setor privado) possibilita um investimento em ativos tecnológicos e capital humano para oferecer condições propícias para um empreendimento de sucesso. Dessarte, pode-se observar a seguir as definições das principais tipologias desses ambientes.

Figura 8 - Características dos ambientes de inovação



Fonte: elaborada pela autora com base em Aranha (2016); Audy e Piqué (2016).

Ainda sobre a expansão dos ambientes de inovação, em 2019, realizou-se um estudo pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) e a ANPROTEC, com apoio do CNPq, objetivando realizar um mapeamento dos mecanismos de geração de empreendimentos inovadores, a pesquisa identificou 405 incubadoras brasileiras, das quais 363 demonstraram atividade entre os anos 2017-2019, dentre as principais áreas de

atuação dessas empresas incubadas, sobressai-se a de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC).

É convincente que essas estatísticas tendem a aumentar, uma vez que os ambientes de inovação estão possibilitando uma segurança e até mesmo um aumento na taxa de sobrevivência dos negócios recentes, gerando oportunidades de emprego e renda para milhares de trabalhadores. Alcançando tal resultado por intermédio da promoção de uma cultura empreendedora nas diferentes vertentes profissionais, que buscam a inovação como principal estratégia de mercado.

Haja vista tais condições para empreender no país, percebe-se que o progresso vitalício de um empreendimento não provém de bons genes, e sim, construído à medida que segue um processo empreendedor correto e uma atualização constante. Para tal fim, o empreendedor deve visualizar a *startup* como uma instituição, não um produto, que requer um novo tipo de gestão constituída para seu quadro de extrema incerteza (RIES, 2015). É nesse aspecto que atuam os ambientes de inovação como os parques científicos-tecnológicos e as incubadoras de empresas, instrumentos relevantes para dinamização desses empreendimentos.

Etimologicamente, *startup* deriva do inglês, contudo não tem uma tradução definida. Conforme Bicudo (2016, *online*, grifo do autor), "[...] é uma empresa jovem com um **modelo de negócios repetível e escalável**, em um **cenário de incertezas** e soluções a serem desenvolvidas". O autor enfatiza que a palavra de ordem para uma *startup* é inovação, senão será uma empresa tradicional como qualquer outra. O seu diferencial está no modelo de negócios repetível (capaz de entregar o mesmo produto em grande escala) e escalável (capacidade de crescer sem que essa expansão influencie ou modifique o modelo de negócios).

Em consonância com essa definição, Aranha (2016, p. 18) caracteriza *startup* como "[...] uma empresa que nasce de um negócio inovador baseado num diferencial tecnológico ou buscando a solução de um problema social ou ambiental". Ainda assim, apesar da tecnologia ser um grande diferencial para este tipo de empresa, não obrigatoriamente se limita a negócios digitais. Consequentemente, para falar do cenário de incertezas, deve-se levar em conta que

> A principal razão para o fechamento da empresa está centrada no bloco de falhas gerências, destacando-se: ponto/local inadequado, falta de conhecimento gerenciais e desconhecimento do mercado, seguida de causas econômicas. Fator crucial para as empresas é a dificuldade encontrada no acesso ao mercado, principal nos quesitos propaganda inadequada; formação inadequada dos preços dos produtos/serviços, informações de mercado e logística deficiente, caracterizando a falta de planejamento dos empresários (SEBRAE, 2013, p. 40).

Isto é, elaborar um estudo de mercado e/ou compreender a realidade econômica não são os únicos pontos a serem considerados pelos empreendedores. Sucintamente, compreende-se que o empreendedorismo nas *startups* se caracteriza por ser uma prática de agregar métodos e técnicas administrativas às ideias inovadoras, visando, proativamente, a resolução de problemas sociais, educacionais e econômicos com soluções criativas e tecnológicas. Nesta acepção, faz-se um *upgrade* dos conceitos econômicos antigos, moldando e adaptando esses princípios à realidade de incerteza comumente enfrentados pelas *startups*.

Por fim, compreende-se que o movimento das novas empresas de pequeno e médio porte no Brasil, sejam elas *startups* e/ou MEIs, está pouco a pouco amadurecendo e expandindo o mercado empreendedor. E, em consequência disso, como explanou-se no decorrer dessa seção, surgem mais políticas, programas e entidades com o intuito de promover a criação e o fortalecimento dessas novas empresas. Dessa forma, este processo possibilita a abertura de caminhos para os diferentes profissionais investirem suas competências e expandirem seus negócios inovadores.

5 PERSPECTIVAS DE ATUAÇÃO PARA O BIBLIOTECÁRIO EMPREENDEDOR NO MERCADO INFORMACIONAL

Santos e Bernardino (2012) consideram que a evolução do mercado de trabalho e as transfigurações oriundas da Sociedade da Informação[22], a datar na década de 1960, gerou novas formas de organização e de produção do conhecimento, e com isso, o bibliotecário requisita um novo olhar sobre suas práticas, acarretando a necessidade de interpretações mais precisas, ativas e dinâmicas para lidar com os fluxos informacionais existentes. Sendo assim, torna-se fundamental identificar as oportunidades no ramo trabalhistas e as novas perspectivas de atuação para além dos ambientes tradicionais.

No final do século XX, alguns pesquisadores já defendiam o discurso teórico de transfigurar a visão técnica tradicionalista da comunidade profissional. Lancaster (1983) assegurou que a Biblioteconomia se desinstitucionalizou, transferindo a importância da biblioteca e dos documentos para a própria informação, esteja ela em qualquer suporte. Entretanto, a assimilação e a prática desse novo viés do fazer bibliotecário ocorre de forma gradativa, figurando-se um processo árduo e demorado, até um pouco inibido.

Quanto ao ato de empreender, este vem sendo discutido mundialmente como uma alternativa de acender profissionalmente no mercado, onde os indivíduos aproveitam as oportunidades para (re)inventar. Dornelas (2005, p. 28) sintetiza essa ideia com a seguinte afirmação “Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, terá motivação para criar o seu próprio negócio”.

Dentro do campo biblioteconômico, o empreendedorismo tem a informação como estratégia competitiva para a tomada de decisão e inovação, com a finalidade de suprir as demandas informacionais dos usuários, nesse caso, seus clientes. Por certo, essa dimensão de atuação empreendedora configura-se uma excelente estratégia de negócio para os indivíduos buscarem oportunidades no mercado, sob o aspecto de fazer acontecer com criatividade e motivação, aproveitando suas potencialidades integralmente (BAGGIO; BAGGIO, 2014, DUARTE; CARMO; VALADÃO, 2017). Diante disto, surge o questionamento: na Biblioteconomia, os profissionais são incentivados a empreender?

---

[22] Iniciou-se nos anos 1960, quando aconteceram profundas mudanças na área da tecnologia e da comunicação, entretanto, a noção de sociedade da informação foi introduzida por volta de 1973 pelo sociólogo estadunidense Daniel Bell. A informação passou a ser a peça-chave de todos os modelos econômicos, sociais, políticos e culturais que ocorreram depois desse período (SANTOS; BERNARDINO, 2012).

De fato, os currículos de alguns cursos de Biblioteconomia no Brasil, já contemplam o empreendedorismo como forma de expandir o mercado biblioteconômico, como é o caso da Universidade Federal do Amazonas (UFAM); Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); Universidade Federal do Ceará (UFC), entre outras Instituições de Ensino Superior (IES). Todavia, somente disciplinas eletivas não dialogam com a real necessidade desse novo formato de trabalho.

Os cursos de graduação em Biblioteconomia devem buscar atender as constantes demandas da Sociedade da Informação, para formar profissionais habilitados em atuar no mercado informacional. Por isso, esses 'buracos' na educação empreendedora dos estudantes precisam ser analisados e repensados, para que as bases e fundamentos do empreendedorismo sejam adequadamente estudados dentro da matriz curricular do curso. Tal adaptação, auxiliará na formação integra de futuros bibliotecários com habilidades direcionadas aos aspectos técnicos e atitudinais do empreendedorismo.

Nesse sentido, fazendo alusão à educação empreendedora no contexto biblioteconômico, destaca-se aqui o provérbio atribuído ao filósofo chinês fundador do taoísmo, Lao Zi, que data o século V a.C., "Se der um peixe a um homem, você o alimenta por um dia. Se ensiná-lo a pescar, você o alimenta por toda a vida" (SILVA, 2020, p. 20). Logo, compreende-se que educar esses profissionais a desenvolverem uma atitude empreendedora, possibilitará uma reação positiva diante as crises e implicará no modo como inovam no mercado informacional.

Para fins interpretativos, a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), constituída pelo Ministério do Trabalho e Emprego, define os bibliotecários como pertencentes da família dos 'profissionais da informação', sendo aqueles que "[...] disseminam informação com o objetivo de facilitar o acesso e geração do conhecimento; desenvolvem estudos e pesquisas; realizam difusão cultural; desenvolvem ações educativas. Podem prestar serviços de assessoria e consultoria" (BRASIL, 2010, *online*).

Sendo assim, para quebrar esse estereótipo do trabalho tradicional dentro dos ambientes informacionais, é fundamental que o bibliotecário ressignifique suas práticas, saia da comodidade e não culpe o fracasso apenas às circunstâncias externas. Pelo contrário, este deve gerar no seu íntimo o interesse em mudar, esforçando-se continuamente para ampliar suas competências e habilidades profissionais, exercendo-as nos diferentes campos, pois sem dedicação e vontade, essa conjectura de padrões negativos persistirá.

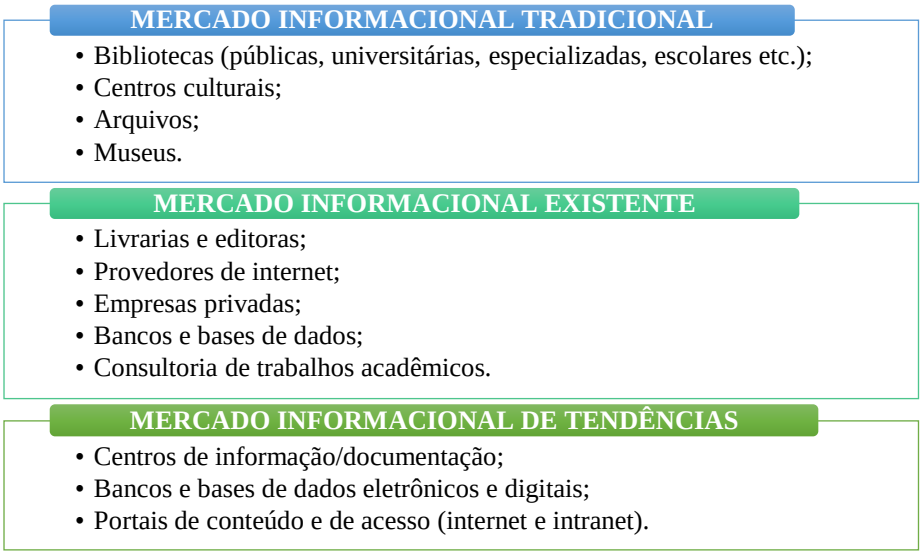
Diante disso, percebe-se a imprescindibilidade do bibliotecário pensar fora da caixa e ir além do seu campo de atuação tradicional. Todavia, a expressão aqui utilizada, pensar fora

da caixa, não deve ser considerada no sentido literal, e até clichê, da palavra, onde o bibliotecário abandonará todas suas vivências e conhecimentos para aventurar-se cegamente pelo mercado. Na verdade, refere-se aos padrões que limitam o pensamento e impedem que este expanda sua criatividade.

> Desafiar os velhos caminhos requer muito esforço, mas acomodar-se nos paradigmas ultrapassados, também. O mundo está mudando tão rapidamente que podemos ficar paralisados se não desafiarmos nossas crenças e paradigmas [...]. A mudança nos desinstala, nos tira da nossa zona de conforto e nos força a fazer as coisas de modo diferente, o que é difícil [...]. É por isso que, em vez de refletir sobre seus comportamentos e enfrentar a árdua tarefa de mudar seus paradigmas, muitos se contentam em permanecer para sempre paralisados em seus pequenos trilhos (HUNTER, 2004, p. 47).

A solução desta questão está em como utilizar o que já existe dentro dessa 'caixa' e trazer um novo significado a partir do que se busca no externo, ir além do conhecimento técnico-normativo e aperfeiçoar-se progressivamente. A mudança na prática profissional pode abrir outros caminhos para se empreender, principalmente em tempos de inovação como diferencial competitivo. Seguindo essa linha de pensamento, em consonância com os autores citados anteriormente, será explanado algumas possibilidades de espaços favoráveis, dinâmico e fluido para o bibliotecário que deseja empreender.

Figura 9 - Mercado de trabalho do bibliotecário



Fonte: adaptado de Valentim (2000).

Conforme a figura acima, Valentim (2000), elenca diferentes oportunidades de atuação para o nicho da Biblioteconomia. Em função disso, infere-se que, apesar de haver uma demanda no mercado informacional existente e de tendências (mercado potencial), há poucos

bibliotecários assumindo essas atividades. É uma mudança desafiante. Aquele que deseja ser empreendedor tem que adotar ações concretas, efetivas e sistemáticas, visto que é um resultado de esforços prévios em identificar estas oportunidades inovadoras, definir propósitos, planejar e gerenciar seu potencial.

À vista disso, evidencia-se a urgência do bibliotecário reconhecer o amplo campo de exercício biblioteconômico no mercado, e desse modo, ampliar os paradigmas e a percepção míope da *praxe* bibliotecária, valorizando a informação como matéria-prima mercadológica. Em questão, esse profissional autônomo, tem de abrir os caminhos empreendedores ao estudar as oportunidades e os riscos existentes para gerar insumo estratégico, enfrentando os desafios com um espírito empreendedor.

O bibliotecário está diante de um usuário cada vez mais exigente e autossuficiente na busca e obtenção de informações disponíveis nos variados ambientes. Por isso, a estratégia é aprender a fazer de sua profissão um diferencial para o mundo empresarial, avaliando as necessidades dos usuários para fornecer serviços e produtos especializados baseados nas exigências do mercado, atuando proativamente na disponibilização destes com base em três vieses primordiais destacados: conhecimentos (o saber), habilidades (o saber fazer) e atitudes (a vontade de fazer).

Nascimento e Freitas (2016) advertem que o perfil empreendedor é um fator determinante no fracasso ou sucesso de um empreendimento, juntamente com as influências internas (planejamento) e externas (excesso de burocracia). No que concerne à atuação do bibliotecário empreendedor como profissional liberal, evidencia-se a substancialidade desses profissionais valorizarem à formação empreendedora, posto que, influência na construção de competências e proporciona uma maior capacidade autônoma.

> [...] um bibliotecário empreendedor não é um mero executor de atividades técnicas, ele precisa ter habilidades para lidar com pessoas, disposição para enfrentar riscos, criatividade, curiosidade, aprender a trabalhar em equipe, ter energia, ser flexível, comunicativo, ter visão de médio e longo prazo, saber lidar com pressão, e principalmente possuir conhecimento para ser transformado em oportunidade (ALVES; DAVOK, 2009, p. 324).

Ao analisar estas características, voltadas para o campo organizacional, deduz-se que para ser um bibliotecário empreendedor é necessário que haja mudança de atitudes, aperfeiçoamento interdisciplinar e direcionamento do pensamento objetivo para aquilo que deseja alcançar, condutas que vem sendo retratadas ao longo desse trabalho. O fato é: não espere, confortavelmente, as situações acontecerem ou ‘cair do céu’ o emprego dos sonhos. Na verdade, o profissional deve se antecipar para obter um maior controle sobre as

dificuldades no mercado de trabalho, enfrentando os desafios do caminho. É na atitude e na busca pelo conhecimento que o ato de empreender se concretiza.

O bibliotecário empreendedor deve investir nas competências e habilidades exigidas pelo campo, para além das disciplinas estudadas na graduação em Biblioteconomia. Mas quais são as competências necessárias para se empreender no mercado informacional?

Quadro 6 - Competências empreendedoras para um bibliotecário

Competências	Descrições
Inovação	Empregar os recursos disponíveis de forma criativa na geração de novos produtos, explorar a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente, e agir na expansão de novos mercados, produtos e técnicas.
Comunicação persuasiva e rede de contatos	Capacidade de comunicação (saber persuadir terceiros, sócios e colaboradores) e a facilidade de relacionamentos interpessoais como fatores básicos e estratégicos a serem desenvolvidos para definir o perfil do empreendedor.
Negociação	Criticar, investigar, propor, planejar, executar e avaliar recursos e produtos de informação.
Aprendizagem	Adquirir novas aprendizagens com a possibilidade de refletir acerca do seu cotidiano e assim melhorar a qualidade de suas atividades.
Capacidade gerencial	Interagir e agregar valor ao processo de geração/criação de informações, além de elaborar, coordenar, executar, estabelecer de metas, validar planos, programas e projetos.
Habilidade para pesquisar e utilização e recursos	Conhecer e trabalhar com as mais variadas fontes de informação, assim como realizar pesquisas e obter informações confiáveis para transformar o meio em que ele atua.
Senso de organização e flexibilidade	Processar as informações registradas em diferentes tipos de suporte e de realizar pesquisas relativas a produtos, processamento, transferência e uso da informação

Fonte: adaptado de Alves e Davok (2009).

Para complementar as informações dispostas no quadro, no que diz respeito à formação extracurricular do bibliotecário, Madalena (2018) ressalta que, torna-se cada vez mais presente a busca do conhecimento sobre administração, marketing, gestão estratégica de negócios, tributação, finanças, entre outras áreas, ou seja, ser interdisciplinar, pelo fato de que estabelecer metas, traçar objetivos, definir planos de ação, gerenciar recursos materiais e financeiros, são atividades necessárias para criação e manutenção de qualquer negócio.

Diante disto, para quebrar o mito: “empreendedores não são feitos, nascem”, constata-se a necessidade de complementar a formação acadêmica com *know-how*, experiências, *networking* (rede de contatos) e, em especial, com o conhecimento e aplicação de ferramentas administrativas eficazes para uma gestão empresarial estratégica de sobrevivência, dentre as quais evidencia-se: *Business Model Canvas*; análise SWOT; Gráfico de Programa de Decisão de Processo (PDPC); modelo de negócios; plano de marketing; entre outros métodos fundamentais para a execução do planejamento estratégico.

Para isto, orienta-se que suas ações devam ser pautas em preceitos humanos e éticos, a contar o Código de Ética do Bibliotecário (CONSELHO..., 2018) que prescreve normas de contudo do fazer bibliotecário, em foco: a) guardar sigilo no desempenho de suas atividades; b) realizar o seu serviço da melhor maneira, evitando toda e qualquer manifestação que possa comprometer o conceito da profissão ou dos colegas; c) aplicar todo zelo e recursos ao seu alcance no atendimento ao público, assumindo responsabilidades pelas informações fornecidas, de acordo com os preceitos legislativos.

Em síntese, nota-se a importância do bibliotecário empreendedor aperfeiçoar suas competências profissionais para atender a atual demanda informacional dos usuários. Não sendo apenas um agente do processo, e sim, o motor que move mudanças. Exercendo competências empreendedoras, este profissional transformará as dificuldades em oportunidades com planejamento, força de vontade e comprometimento. Tendo em mente que, desenvolvendo essa proposta de formação empreendedora, terá uma probabilidade maior de sua iniciativa ser próspera no mercado informacional.

5.1 OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO PARA BIBLIOTECÁRIOS EMPREENDEDORES

Existe uma anedota intitulada ‘O ovo de Colombo’ que narra uma situação vivenciada pelo navegador italiano Cristóvão Colombo (1451-1506) em um banquete comemorativo por sua grandiosa descoberta, o continente americano. Nessa ocasião o explorador fora questionado sobre sua conquista, disseram-lhe que outros eram capazes de fazer o mesmo, diante daquela discussão Colombo respondeu: “Tudo que é natural parece fácil após conhecido ou encontrado. A dificuldade está em ser o inventor, o primeiro a conhecer ou a demonstrar” (CUNHA; PARADA, 2010, p. 142).

O discurso de Colombo remete ao fato que os maiores progressos da humanidade foram alcançados à custa de tentativas e erros, de pessoas as quais tomaram a iniciativa e tiveram coragem de errar. O grande ponto dentro desse contexto é que muitos profissionais desistem antes de aprender a ser bem-sucedido. Todo sucesso é uma consequência de experiências e erros, ou melhor, de uma aprendizagem através dos fracassos, como diz o ditado popular: ‘É errando que se aprende!’, o que prevalece para o empreendedor é reconhecer o obstáculo e aproveitar a oportunidade de negócio.

No Brasil, o bibliotecário inicia sua jornada como empreendedor no final da década de 80. Spudeit (2016) discorre que as primeiras empresas formais criadas por bibliotecários no Brasil, tais como a Redata[23] e a Bibliotec, ofertavam serviços tradicionais de organização de bibliotecas, normalização, editoração, capacitação, entre outros. Em 1990, com o advento da Sociedade da Informação, tais serviços limiares foram expandidos com enfoque mais tecnológico e gerencial, panorama catalizador ao surgimento de empresas como Datacop, eDoc Consultoria, Control, GedBrazil e Indexare que atuam, principalmente, na área de consultoria e gestão da informação no cenário digital.

Em sua pesquisa, Madalena (2018) realizou um mapeamento dos bibliotecários que criaram empresas formais. A autora constatou um *Top* 5 dos serviços mais ofertados: 1º Gestão de documentos e arquivos; 2º Consultoria na elaboração de projetos; 3º Organização de bibliotecas (físicas); 4º Normatização de trabalhos e projetos; e 5º Realização de cursos e eventos profissionais. Seguindo essa premissa de atuação biblioteconômica no mercado, faz-se uma analogia entre a classificação de Milano e Davok (2009), no que concerne às atividades empreendedoras dos bibliotecários, e ao referido estudo de Madalena (2018). Conclui-se que os serviços predominantes são:

a) Disponibilização de informação em qualquer suporte: normalizar trabalhos técnico-científicos; recuperar informações; localizar informações;
b) Gerenciamento de unidades, redes e sistemas de informação: projetar unidades, redes e sistemas de informação; automatizar unidades de informação; implantar unidades, redes e sistemas de informação;
c) Gerenciamento de recursos informacionais: conservar e preservar acervos;
d) Desenvolvimento de estudos e pesquisas: elaborar diagnósticos de unidades de serviço;
e) Ações educativas: capacitação de usuários e profissionais.

É perceptível que o cenário nacional do empreendedorismo na Biblioteconomia possui uma padronização nos serviços ofertados, particularmente serviços direcionados ao gerenciamento da informação. Na verdade, o *Top* 5 supracitado, são atividades associadas ao mercado tradicional descrito por Valentim (2000), dispostas na Figura 9, onde esses

[23] Inicialmente, ofertava serviços como: elaboração de textos técnicos, promocionais, manuais de produtos e serviços, treinamentos, e a normalizar trabalhos acadêmicos, além de realizar cursos abertos e *in company* sobre práticas de redação, gramática e comunicação.

profissionais atendem predominantemente as unidades de informação ou atendem demandas de normalização, editoração e capacitação.

O bibliotecário empreendedor pode explorar ainda mais o mercado informacional e culminar novas oportunidades de negócios, uma vez que, de acordo com o levantamento de dados econômicos realizado pela Pesquisa Anual de Serviços (PAS), esse setor cresce a cada ano e envolve serviços financeiros de: informação e comunicação; profissionais, administrativos e complementares; transportes, auxiliares dos transportes e correio; atividades imobiliárias; e manutenção e reparação, além de outras atividades de serviços.

Tabela 3 - Empesas de serviços de informação e comunicação no Brasil

Atividades	Nº de empresas
Tecnologia da informação	64.061
Edição e edição integrada à impressão	10.479
Agências de notícias e outros serviços de informação	4.528
Total	79.068

Fonte: baseado em PAS (IBGE, 2017).

Em 2019, em comparação ao ano anterior, o setor de serviços teve um crescimento puxado pelo segmento de Informação e Comunicação que acumulou 3,2%, exercendo uma contribuição positiva, impulsionado em grande parte, pelo aumento de: empresas de portais, provedores de conteúdo e ferramentas de busca na Internet; desenvolvimento e licenciamento de programas especializado; suporte técnico, manutenção e outros serviços em Tecnologia da Informação (TI); e edição integrada à impressão de livros (INSTITUTO..., 2020).

Nota-se que esse setor possui um grande potencial de inovação para os negócios bibliotecários, devido à sua crescente expansão no mercado. Isto posto, considerando as atividades contidas na seção de Informação e Comunicação do setor de serviços pertencentes a CNAE 2.0 (Seção 4), bem como, o mercado informacional existente e de tendência (Figura 8), o quadro a seguir salienta as possibilidades de atuação empreendedora.

Quadro 7 - Divisões e grupos do setor de serviços

SEÇÃO J - INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO		
Divisão	**Definição**	**Grupos**
(58) Edição e Edição Integrada à Impressão	Compreende as atividades de edição e de edição integrada à impressão de livros, jornais, revistas, periódicos, dicionários, enciclopédias, atlas, mapas, listas, cadastros e outras publicações. Estas atividades incluem a aquisição de direitos autorais para a edição e disseminação de produtos com conteúdo de informação, ou seja, para a reprodução e a distribuição desse conteúdo em diferentes formatos.	Edição de livros, jornais, revistas e outras atividades de edição;
		Edição integrada à impressão de livros, jornais, revistas e outras publicações.

(62) Atividades dos Serviços de Tecnologia da Informação	Inclui um conjunto de atividades e soluções que envolvem banco de dados, *hardware*, *software* e banco de redes, todos eles trabalham para auxiliar as análises e no gerenciamento das informações.	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis;
		Consultoria em tecnologia da informação;
		Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação.
(63) Atividades de Prestação de Serviços de Informação	Diz respeito às atividades dos portais de busca na internet, as atividades de tratamento e hospedagem de dados na internet e as demais atividades com a finalidade de permitir o acesso a serviços de informação.	Tratamento de dados, hospedagem na internet e outras atividades relacionadas.
		Demais serviços de informação (ex.: Agências de notícias; Levantamento de informações; etc.).

Fonte: adaptado da CONCLA (BRASIL, 2006).

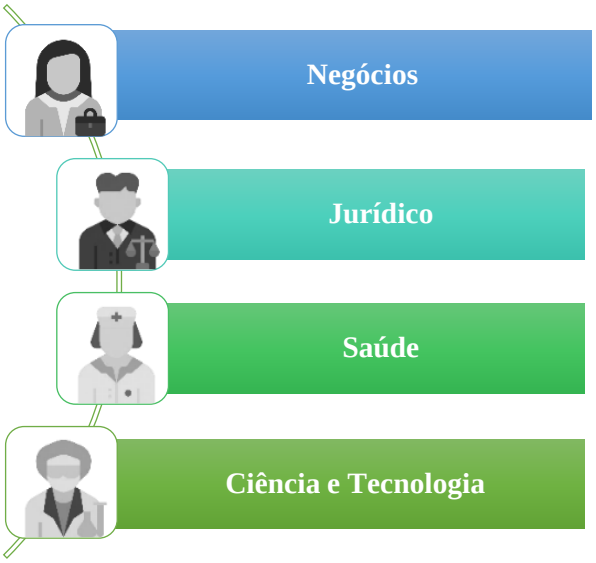
Conforme as informações expostas, percebe-se que esse campo possui uma relação direta com as Tecnologias Digitais da Informação e da Comunicação (TDICs). Visto isto, considerando que "A utilização de tais tecnologias cria e recria novas formas de interação, novas identidades, novos hábitos sociais [...]" (MORIGI; PAVAN, 2004, p. 117), consequentemente, gera novas formas difusão de conhecimento. É aqui que entra o bibliotecário, profissional capacitado em facilitar os processos e tratamentos da informação, adotando estas tecnologias como suporte de suas práticas.

Desse modo, tendo em mente os negócios iminentes no setor de serviços (Quadro 7), tenciona-se a seguir, explanar as vertentes do exercício bibliotecário. Para construir os eixos temáticos na área informacional, utilizou-se como alicerce o diretório de atuação da entidade americana *Association of Independent Information Professionals* (AIIP) - em português, Associação de Profissionais de Informação Independentes - concatenada a facultar serviços de gerenciamento e tecnologia da informação.

Essa escolha se deu, devido a AIIP ser considerada uma voz líder da indústria da informação independente, com o intuito de promover o intercâmbio de informações entre profissionais da informação independentes e várias organizações, bem como, equipar seus membros empreendedores, em mais de 20 países ao redor do mundo, para o sucesso contínuo dos negócios[24]. Tal assertiva, levou-se a considerar as possibilidades de atuação descritas no site da AIIP para construir a Figura 10.

[24] Informações disponíveis no site do AIIP: https://www.aiip.org/AboutUs. Acesso em: 28 jun. 2020.

Figura 10 - Eixos temáticos na área de informação para bibliotecários empreenderem



Fonte: elaborada pela autora (2020).

Nesse sentido, os eixos temáticos na área de informação foram definidos com base na área de "Pesquisa de Diretório de Negócios por especialização no assunto", disposta no site da AIIP. Para fins de esclarecimento, a associação possui cinco grandes áreas: Pesquisa; Marketing e Comunicações; Treinamento e Consultoria; Gestão e Tecnologia da Informação; e Redação e Edição, onde atuam diversas empresas independentes que fornecem serviços relacionados à informação.

Na categoria **Negócios**, a entidade americana descreve que o atendimento pode ser realizado para os empresários e executivos que necessitam de informações precisas para mantê-los em nível de competição com a concorrência (AIIP, 2020). Neste caso, os serviços concentram-se na inteligência competitiva a partir de informações estratégicas para antecipar às exigências do mercado, como também, práticas orientadoras direcionadas à tomada de decisão, pesquisa de mercado e de tendências sociais/culturais.

Já no viés **Jurídico**, predominará o monitoramento de publicações especializadas, fornecendo gerenciamento de informações legislativa sobre jurisprudência, leis, decretos, estatutos, andamento de processos, recursos ou argumentos informacionais (SPUDEIT, 2018). Essas soluções podem ser utilizadas por advogados de defesa e/ou acusação em um julgamento, ganho ou perda de causa judiciais, entre outras ações executadas por escritórios de advocacia e agências de investigação profissional.

No campo da **Saúde**, pode-se incluir uma gama de serviços que envolvam a disponibilização de fontes gerais ou especializadas de informação, tais como desenvolvimento

de aplicativos; programas e sistema de informação; organização/criação de prontuários eletrônicos para facilitar a tomada de decisão e o acesso remotamente; cursos/treinamentos/oficinas de pesquisa em base de dados; consultorias na elaboração de projeto sociais/culturais para pacientes em hospitais e clínicas etc.

No eixo da **Ciência e Tecnologia**, o bibliotecário tem a possibilidade de fornecer informações para o embasamento e a consolidação de pesquisas de profissionais de todas as áreas do conhecimento (AIIP, 2020). Os serviços inclusos nessa categoria vão desde a atuação em universidades e centros de pesquisa até arquivos públicos e gestão de bancos de dados. É de conhecimento geral que os docentes e pesquisadores possuem demandas que retardar o desenvolvimento das pesquisas, logo, o bibliotecário deve considerar a premissa de Ranganathan ‘Poupe o tempo do leitor’, neste caso, ‘Poupe o tempo do cliente’.

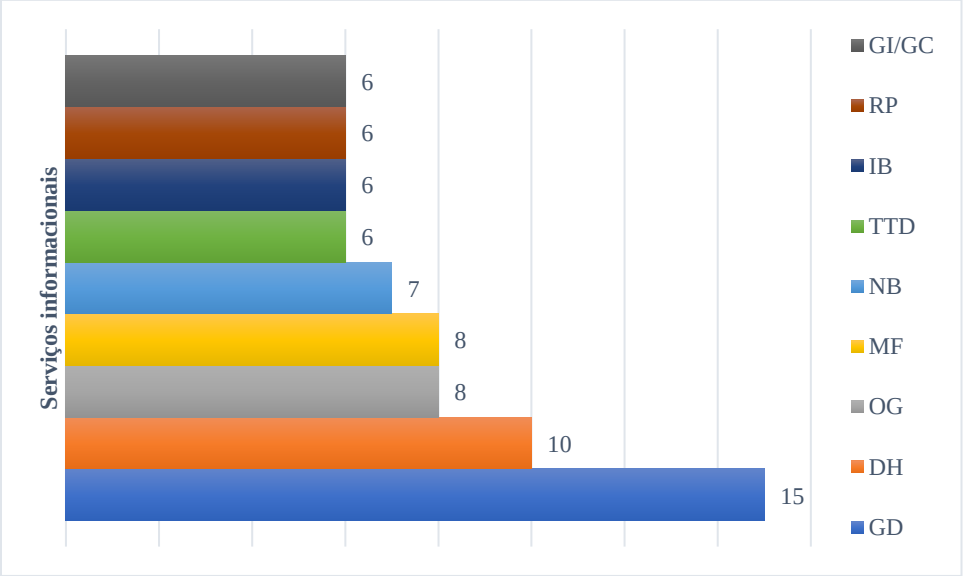
As oportunidades para o bibliotecário empreender dentro do mercado informacional e comunicacional (Quadro 7), bem como, as abordagens dispostas no eixo temático (Figura10), ultrapassam as competências básicas do profissional tradicional. Portanto, justifica-se o discurso que, para abarcar essas vertentes multidisciplinares e atender as necessidades informacionais dos clientes, o bibliotecário terá que buscar/aperfeiçoar seus conhecimentos para transcender os padrões profissionais e desfrutar das oportunidades do mercado de tendências (Figura 9).

À frente dos esclarecimentos discorridos, conclui-se que o empreendedorismo na Biblioteconomia, apesar de ser considerado uma predileção, avança de forma sutil no exercício destes profissionais. Além disso, fundamentando-se no referencial teórico, ainda prevalece uma falta de inovação nas ofertas dos serviços biblioteconômicos. Sendo assim, para trazer possíveis elucidações, a próxima seção apresentará aspectos analíticos sobre os nichos de atuação do bibliotecário empreendedor no âmbito do mercado informacional.

6 INFERÊNCIA ANALÍTICA: PONDERAÇÕES SOBRE AS TENDÊNCIAS NO MERCADO INFORMACIONAL

Visando cumprir o objetivo proposto neste trabalho, no que tange à identificação das tendências de mercado dos bibliotecários que atuam com serviços informacionais no cenário atual, serão apresentados a seguir os resultados organizados em categorias de análise (Quadro 1). Realizou-se a coleta das informações a partir de 24 iniciativas (Apêndice C), utilizando como base as publicações empresariais e setoriais nos meios digitais, exclusivamente em sites oficiais e redes sociais. Ante o exposto, elaborou-se o gráfico abaixo contendo informações quantitativas no tocante aos serviços disponibilizados pelas empresas analisadas.

Gráfico 2 - Principais serviços ofertados no mercado informacional tradicional e existente[25]



Fonte: elaborada pela autora (2021).

Quanto ao mapeamento dos dados, verificou-se uma diversidade de serviços voltados para Gestão da Informação (GI). Os métodos e técnicas usadas na prática da GI buscam garantir que a informação seja gerenciada como um recurso indispensável e valioso para resolução de problemas (DUARTE; SILVA; COSTA, 2007). Esta afirmação está em conformidade com a classificação da CBO (2010), quando caracteriza a atuação do

[25] Legenda: **GI/GC** - Gestão da Informação e do Conhecimento; **RP** - Resgate e preservação da memória institucional; **IB** - Informatização de Bibliotecas; **TTD** - Elaboração da Tabela de Temporalidade Documental (TTD); **NB** - Normalização documentária; **MF** - Mapeamento de fontes informacionais; **OG** - Organização e gerenciamento de unidades de informação; **DH** - Digitalização e higienização de documentos; **GD** - Gestão documental

bibliotecário para além dos ambientes tradicionais, considerando-o um profissional capacitado em trabalhar diretamente com a informação, transformando-a em um negócio lucrativo.

O Gráfico 2 ilustra que aproximadamente 62,5% dos empreendimentos, isto é, mais da metade da amostra, atuam com gestão documental, seja com gerenciamento e organização de arquivos físicos e digitais, seja com digitalização ou higienização destes materiais. Estes dados confirmam o que é referido por Milano e Davok (2009) e Madalena (2018), ao evidenciarem que os bibliotecários não têm explorado outros nichos de atuação e suas atividades continuam associadas ao mercado tradicional descrito por Valentim (2000): bibliotecas (públicas, universitárias, escolares etc.); centros culturais; arquivos e museus.

A partir disso, tem-se a seguinte indagação: por que alguns bibliotecários empreendedores ainda trabalham com serviços tradicionais? Uma das hipóteses para esse questionamento, refere-se a falta de profissionais habilitados dentro das organizações, e desse modo, para solucionar essa demanda, contratam bibliotecários para organizar seus documentos. Todavia, percebe-se que apesar de haver uma variação na disponibilização dos serviços, ainda existe um paradigma destes serem direcionadas ao mercado tradicional.

Assim sendo, identificou-se que há uma questão relacionada ao crescimento vertiginoso das informações, o que gera oportunidades para os profissionais utilizarem essas demandas ao seu favor e engrandecer seus negócios. Por outro lado, as atividades voltadas à gestão documental abrangem os conhecimentos já adquiridos no decorrer da graduação, o que as tornam mais confortável no fazer bibliotecário. E como afirma Hunter (2004), é mais fácil fazer aquilo que está na zona de conforto.

Outro aspecto analisado, quanto aos serviços do mercado existente classificado por Valentim (2000), diz respeito à consultoria informacional no âmbito científico e empresarial. De acordo com o SEBRAE (2017), a consultoria é uma atividade profissional de diagnóstico e formulação de soluções acerca de um assunto ou especialidade. Na Biblioteconomia, como fora apresentado no referencial teórico (Seção 5.1), este serviço vem ganhando espaço desde o início da Sociedade da Informação, com o avanço das TICs, onde a informação tornou-se matéria-prima para se alcançar o progresso.

Seguindo com a inferência analítica, destaca-se que entorno de 30% das empresas trabalham com normalização documentária e mapeamento de fontes informacionais e especializadas. Essa atuação se dá, devido à Biblioteconomia ser uma área que estuda a aplicação das normas de documentação e políticas de normalização, bem como a recuperação e análise da informação. Nesse campo, o bibliotecário tem a função básica de buscar

informações científicas e empresariais relevantes para a construção de pesquisas e a tomada de decisão das organizações, utilizando-se das TICs como sua aliada nesse processo.

A consultoria informacional é um serviço que vem sendo explorado nos últimos tempos, não apenas por bibliotecários, mas por outros profissionais do setor administrativo (administradores, contadores, economistas etc.). É aqui que surge a adversidade. Apesar do bibliotecário ter a informação como ferramenta chave de trabalho e possuir conhecimentos adquiridos na sua formação para executar o serviço com fervor, existe muita competitividade no mercado. Por isso, faz-se necessário conhecer os fatores internos determinantes para se empreender, em questão, as competências empreendedoras para um bibliotecário (Quadro 6).

Em relação às práticas voltadas para Gestão da Informação e do Conhecimento, fora constatado 25% empresas que apresentam estes serviços em seus portifólios. Naquilo que tange à sua execução, observou-se o exercício de planejamento e gestão de processos organizacionais; desenvolvimento de ambientes de colaboração e redes sociais corporativas, entre outras ações que pretendem otimizar a promoção do acesso à informação e da aprendizagem no ambiente organizacional.

O serviço de resgate e preservação da memória institucional também é disponibilizado por 25% dos empreendimentos. A preservação dos documentos informativos é indispensável para que haja memória histórica e cultural das organizações. Todavia, uma quantidade abundante de informações foi extraviada ao longo do tempo por não executarem as precauções essenciais na sua armazenagem, causando danos imensuráveis na memória destas instituições.

Desta maneira, a memória institucional refere-se ao registro e preservação das informações de uma instituição, promovendo a gestão organizacional linear e o fortalecimento de seu mercado. Nesse serviço, o bibliotecário atua na seleção das informações, absorvendo as características particulares da instituição e separando os aspectos, acontecimentos e detalhes pertinentes a sua história (SALCEDO; LIMA, 2018).

Em vista disso, com base no diagnóstico dos serviços disponibilizados, quanto à competitividade no mercado informacional tradicional e existente, constatou-se que a inovação é uma ação fundamental que deve ser ponderada no planejamento estratégico dos empreendimentos, a fim de obter vantagens nos ambientes de negócios. Porquanto, aqueles que almejam uma posição sustentável na área, precisam buscar outras possibilidades de se empreender e ampliar suas práticas para conseguir um diferencial competitivo, procurando implementar estratégias que anteciparão às tendências do mercado.

Seguindo essa linha de raciocínio, dando importância as tendências do mercado informacional, definiu-se o Quadro 8 com o intuito de esclarecer as características dos possíveis serviços que os bibliotecários empreendedores podem oferecer nos diferentes eixos de atuação. Determinou-se também, alguns conhecimentos e habilidades exigidas em cada serviço, as quais são estudadas dentro da matriz curricular dos cursos de Biblioteconomia.

Quadro 8 - Oportunidades de trabalho para empreender no mercado de tendência

Serviços	Características	Conhecimentos exigidos da formação bibliotecária
Desenvolver de aplicativos, programas e sistema de informação	Nesse campo, o bibliotecário pode fazer parcerias (ex. analista de sistemas) para ter auxílio e atender as demandas desse nicho, atuando na organização de informações em sistemas empresárias.	• Linguagens documentárias; • Representação temática; • Planejamento e elaboração de bases de dados; • Tecnologias de Informação e Comunicação.
Editoração de publicações eletrônicas	Oportunidades de atuação no campo acadêmico, comercial, técnico e/ou científico. Os bibliotecários poderão prestar serviços de organização, padronização, recuperação e preservação das informações.	• Representação temática; • Recuperação e análise da informação; • Editoração eletrônica; • Normalização documentária; • Metodologia do trabalho e da pesquisa cientifica.
Arquitetura da informação em ambiente *web*	Serviço que propõe organização e curadoria de informações no formato digital visando gerar um diferencial para as empresas (ex.: comércio eletrônico, sites governamentais, intranet institucionais), bem como facilitar o acesso à informação em geral.	• Arquitetura da informação; • Estudo de comunidades e usuários; • Acessibilidade informacional; • Representação temática e descritiva da informação; • Normas, padrões e protocolos do ambiente *web*.
Organização de prontuários médicos eletrônicos.	Esse ramo exige que o profissional se especialize em informações da área da saúde, e assim, terá como gerenciar esses documentos para facilitar a tomada de decisão pelas equipes médicas.	• Fontes de informações especializadas; • Representação temática da informação; • Planejamento e elaboração de bases de dados.
Produção de conteúdo digital	Refere-se à produção de conteúdo digital para os mais diversos canais como, sites, blogs, redes sociais, vídeos, e-books, entre outros.	• Recuperação e análise da informação; • Fontes gerais e especializadas de informação; • Arquitetura da informação.
Organização de coleção audiovisuais	O bibliotecário pode explorar o nicho cinematográfico, além de estúdios musicais e documentos fotográficos.	• Linguagens documentárias; • Representação temática e descritiva da informação; • Recuperação e análise da informação.

Fonte: adaptado de Rosa *et. al.* (2016), Spudeit (2018) e Madalena (2018).

Mediante tais percepções de exercício biblioteconômico no mercado informacional de tendência e suas características, explana-se a seguir, as oportunidades de trabalho para o bibliotecário empreender, fazendo uma analogia entre os serviços coletados na análise de

concorrência das empresas e os eixos temáticos de atuação (Figura 10). Ao longo do texto, será destacado nas categorias analíticas, os empreendimentos biblioteconômicos que ofertam serviços diferenciados dentro do mercado.

6.1 EIXO DE NEGÓCIOS

A informação é insumo essencial à sobrevivência e crescimento organizacional. Isto posto, os bibliotecários que empreenderem nesse eixo devem ofertar serviços com base na inteligência competitiva. Conforme Coelho (1997), a inteligência competitiva visa identificar as necessidades de informação da organização e processá-la analiticamente, transformando-a em elemento substancial para a tomada de decisão. Diante disso, os serviços nesse eixo variam de testes de conceito/produto, avaliação de marca/imagem, segmentação de mercado, estudos de viabilidade e planos de marketing eficazes para a base de consumidores.

Para alcançar essa realidade, tem-se a pesquisa de mercado, ferramenta utilizada para obter informações precisas sobre serviços, concorrências e público-alvo. Por meio dela, é possível executar evidências que indicam a possibilidade de sucesso de uma estratégia. A aplicação desse serviço viabiliza o atendimento das necessidades dos clientes ao produzir conteúdo e programas originais para o aprimoramento dos negócios.

Ao mesmo tempo, a pesquisa de mercado possibilita o patenteamento de novos produtos. A busca de anterioridades é uma pesquisa feita em banco de dados de patentes tanto a nível nacional como internacional, com a finalidade de verificar o estado da técnica de projetos inovadores. Esta pesquisa dará ciência ao idealizador se o produto/processo já está protegido por patente. Também possui a finalidade de obter informações mais atualizadas em relação ao estado da técnica, evitando desta forma duplicação de esforço e perdas financeiras.

Dentre os serviços com viés digital, encontra-se a curadoria digital ou curadoria da informação digital. Segundo Luz (2018), ela enfatiza a captação, ajuste, distribuição e gerenciamento dos conteúdos, a fim de apoiar o processo de negócios por meio de ambientes digitais. O autor ainda evidencia que, para se trabalhar com a *web design* e gerenciamento de mídias sociais, precisa atentar-se as seguintes atribuições: criação, edição e armazenamento de conteúdo em diferentes formatos (HTML, doc., PDF etc.); uso de metadados; controle da qualidade de informação (*workflow* ou fluxo de trabalho); classificação, indexação e busca de conteúdo; gestão da interface com os usuários.

Nota-se que estas práticas estão diretamente relacionadas à recuperação, análise e representação da informação, isto é, exige tanto o conhecimento técnico do bibliotecário,

quanto à aplicação dos recursos tecnológicos digitais (TDICs). Fundamentando na coleta dos dados realizada nessa pesquisa, dentre as 24 empresas analisadas, apenas uma trabalha com arquitetura da informação, a Biblio 7. Esta empresa proporciona soluções voltadas para *websites* institucionais, blogs, *e-commerce* (comércio eletrônico) e portais de conteúdo.

Dada perspectiva da atividade empreendedora, apesar de ser um campo pouco explorado, o bibliotecário tem a possibilidade de ofertar serviços de arquitetura da informação em ambientes inseridos na *web* (Quadro 8), proporcionando uma organização e curadoria, bem como assistência na produção do conteúdo digital. Logo, os clientes conseguem ter acesso e uso das informações empresariais com excelência.

Outro fator indispensável para atuação do bibliotecário empreendedor no eixo de negócios é o marketing digital[26]. Conhecer os princípios que embasam o marketing, principalmente aqueles direcionados às TDICs, pode trazer benefícios como alavancar a divulgação dos serviços, e assim, atingir com maior precisão o público-alvo do empreendimento. Estes princípios são: idealizar planos e estratégias de marketing; compreender os clientes e mercados; e desenvolver compostos de marketing (consumo do produto) (KOTLER; KARTAHAYA, 2017).

No que se refere a coleta, a empresa Biblio Ideias, além de trabalhar com mentoria e *coaching* de comunicação humanizada na internet, atua também com marketing digital. Esse serviço é voltado para o treinamento *online*, objetivando auxiliar as pequenas empresas a lançar uma ideia do zero e comunicar-se nas redes sociais de forma criativa e sustentável, criando, assim, conexões reais com os consumidores. Já a empresa Indexare, apresenta uma solução chamada Diagnóstico 360º. O intuito é avaliar o modelo de negócio, levantar os problemas, identificar as propostas de crescimento e caminhos a serem percorridos para a obtenção do sucesso ao superar as dificuldades.

Em consonância com Valentim (2000), para se empreender nesse eixo, o bibliotecário deve ser flexível, dinâmico, ousado, proativo e, principalmente, com práticas inovadoras voltadas para o futuro. Por esse motivo, faz-se necessário trazer à tona a assertiva da Madalena (2018), quando discorre sobre a necessidade da formação extracurricular do bibliotecário com o propósito de aprimorar seus conhecimentos sobre gestão de empresas. Pois, estas competências administrativas, tanto valem para seu exercício no mercado, como abrem caminhos para orientar outros empreendimentos na área de negócios.

---

[26] No que concerne ao marketing e sua arte de gerar valor ao serviço/produto, Kotler e Kartahaya (2017, p. 9), classifica-o em quatro fases: centrado no produto (1.0); voltado para o consumidor (2.0); direcionado aos valores humanos (3.0) e, por fim, o marketing na Era Digital (4.0).

6.2 EIXO JURÍDICO

Nesse eixo será apresentado as demandas para o bibliotecário atuar como empreendedor na área de informação jurídica. Segundo Paiva e Pother (2012), a informação jurídica está relacionada com assuntos especializados em Direito, dando subsídios para a tomada de decisões dos envolvidos no âmbito deste contexto. Essas soluções podem ser utilizadas por escritórios de advocacia e agências de investigação profissional objetivando transmitir conhecimento e permitir a tomada de decisões de forma otimizada. Ainda sobre a temática, Oliveira (2006, p. 6-7) afirma que a informação jurídica:

> Trata de conteúdos especializados e sob a ótica do seu gerenciamento, esta tem a responsabilidade de nortear as decisões dos magistrados e demais serventuários, nos processos e atividades jurisdicionais, a fim de prestar serviços de informação com a maior especificidade e eficiência possível.

À vista disso, para atender as constantes mudanças no âmbito jurisdicional, visto que há um grande volume de informações legislativas sendo produzidas, o bibliotecário poderá investir no serviço de monitoramento de publicações especializadas. Este serviço é realizado por intermédio de uma análise dos dados existentes em toda e qualquer forma de conhecimentos obtidos no campo jurídico como: normas legislativas[27], produção científica da ciência jurídica, sites governamentais, sistemas e bases de doados etc.

Portanto, estas pesquisas em fontes especializadas, considerando o rigor e precisão da conservação da informação no documento jurídico, poderão servir como subsídio para o trabalho de profissionais da área de Direito (assessores jurídicos, advogados, juízes etc.), seja com informações sobre réus e testemunhas, investigações de antecedentes, registros públicos, entre outras ações executadas para ganho de causa judiciais e/ou acusações em julgamentos.

A saber que o bibliotecário tem a informação como objeto de estudo, que possui conhecimentos técnicos suficientes para registrá-la, classificá-la, organizá-la e interpretá-la para o seu acesso e uso de forma confiável e segura, acredita-se que este profissional pode atuar também como consultor informacional em parceria com assessorias jurídicas. O assessor

---

[27] Legislação é o conjunto de leis e atos normativos emanados de autoridades competentes, hierarquizada da seguinte forma: constituição, emendas constitucionais, lei complementar, lei delegada, lei ordinária, medida provisória, decreto, decreto legislativo, decreto reservado, decreto sem número, resolução, portaria, código, consolidação, estatuto, regulamento, regimento, ordem de serviço, circular, despacho e deliberação (PAIVA; POTHER, 2012).

jurídico tem como clientes advogados, professores e juízes que buscam um profissional qualificado, que possa aconselhar ou prestar algum tipo de serviço especializado que auxilie na solução de alguma demanda (BATISTELA; SCHUTEL, 2011).

Baseado nisso, o bibliotecário poderá empreender juntamente com o profissional do Direito, de modo a rastrear em menor tempo possível, as informações mais relevantes para a solução de um caso. Esta proposição vai de acordo com a afirmação do ex-ministro do Supremo Tribunal de Justiça (STJ), Aguiar Júnior, no prefácio do livro de Passos e Barros (2009, p. 8), onde aponte que esse auxílio, era dispensável no passado, pelas próprias condições do trabalho, todavia, na atualidade, diante das condições informacionais já mencionadas nesta pesquisa, é absolutamente inviável que o profissional de Direito atue sem contar com a colaboração do bibliotecário, por mais simples que seja a sua tarefa.

Diante desta declaração, fazendo referência aos dados coletados, no que tange à sua aplicação nos eixos temáticos estabelecidos, localizou-se duas empresas que operam o serviço de *clipping*[28], a Bibliotec e a Info Millenium. Este serviço está relacionado às fontes de informações externas explanas anteriormente. Ele é efetuado a partir de um acompanhamento de notícias e publicações de um determinado assunto em materiais físicos e/ou na *web*, as quais podem ser arquivadas em bancos de dados para consultas imediatas ou posteriores.

Para a execução do serviço de *clipping* é necessário definir os temas que farão parte do monitoramento e os meios de comunicação que serão verificados (jornais, revistas, redes sociais etc.). No viés jurídico, o bibliotecário pode criar parcerias com as seccionais da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) para oferecer o serviço de captura de intimações, incluindo as publicações que abranjam o estado e processos judiciais nos Diários Oficiais, bem como, trabalhar para escritórios de advocacia utilizando o *clipping* como ferramentas estratégica.

6.3 EIXO DA SAÚDE

No decorrer dessa inferência analítica vem sendo evidenciado a crescente expansão informacional. Não seria diferente no ambiente da saúde. Isso reforça a premência de uma gestão eficiente com base nas práticas informacionais estudadas pela Biblioteconomia. Perante o exposto, aponta-se como oportunidade de se empreender, a implantação e gerenciamento de bibliotecas e repositórios digitais para o gerenciamento de arquivos, com o

[28] Palavra derivada da língua inglesa que significa corte ou recorte.

propósito de garantir que os documentos (prontuários, receituários, fichas de atendimento etc.) sejam seguros, acessíveis e utilizáveis.

Segundo Galvão e Ricarte (2011), o uso de computadores na área da saúde intensificou as demandas locais, regionais, nacionais e internacionais de intercâmbio de dados e informações provenientes do prontuário do paciente. Diante disso, atentando a perda de informações que resultam em num lapso na história patológica dos pacientes, infere-se que, ofertar serviços dessa magnitude, facilita o acesso de dados dos pacientes e o atendimento em outras instituições de saúde, como é o caso do Prontuário Eletrônico do Paciente (PEP).

A aplicação desse serviço de gerenciamento de arquivos digitais em bancos de dados, executado através da análise de requisitos e planejamento de projetos de execução de bases de informação e conhecimento, pode gerar recursos informacionais importantes e subsidiar os processos de decisão da equipe médica, e assim, acaba minimizando as dificuldades encontradas ao identificar a informação correta.

Quando se trata de empreender-se por meio da informação em saúde, o bibliotecário tem a possibilidade de exercer atividades mediacionais entre as equipes clínicas e a informação especializada atualizada, buscando as melhores evidências científicas a serem tratadas pelo corpo clínico e analisando os dados segundo cada caso de saúde (BERAQUET *et al*., 2007). O monitoramento de publicações especializadas é outro serviço que auxiliará os profissionais da saúde (médicos, enfermeiros, nutricionistas, técnicos etc.) a subsidiar políticas públicas sobre área e promover programas de prevenção às doenças.

Frente à afirmativa: informação salva vidas, principalmente quando se fala de informação em saúde no contexto pandêmico, os aplicativos (*apps*) são ferramentas fundamentais nesse processo de acesso e uso da informação. É nítido que os aplicativos de informações especializadas devem ser elaborados por uma equipe de profissionais de qualificados, sendo desenvolvidos ao longo de muitas pesquisas científicas.

É aqui que entra o bibliotecário com suas competências e habilidades para contribuir na criação desses *apps* direcionados para a informação em saúde, tanto com pesquisas em fontes especializadas, como aplicando às técnicas arquitetônicos da informação. Essa oportunidade de empreender nesse eixo, vai de acordo com as atividades dos serviços descritos no quadro de divisões e grupos do setor de serviços (Quadro 7), no que tange desenvolvimento de programas de computador/celular e outras atividades e soluções que envolvem banco de dados, *hardware*, *software* e banco de redes.

Além disso, outra maneira de operar o empreendedorismo nesse eixo, é através das mídias sociais. O bibliotecário tem a possibilidade de promover a conscientização da saúde

pública, buscando e divulgando informações relacionadas às medidas preventivas, sucedendo no combate as *fakes news* (notícias falsas). Nesta conjuntura, surge a viabilidade de se empreender mediante à educação objetivando impugnar à desinformação através da produção e transmissão de conhecimentos técnico-científicos.

6.4 EIXO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Como fora explanado na seção 4.1, a chegada da era digital propiciou a criação de um ambiente favorável à pesquisa e inovação no Brasil. Neste campo, inserido no mercado informacional de tendência, evidencia-se os serviços biblioteconômicos relacionados às pesquisas de teor científico e tecnológico realizadas por colaboradores inseridos em instituições públicas e privadas (docentes, pesquisadores e terceirizados). De antemão, é possível perceber a importância da atuação do bibliotecário na organização e elaboração de relatórios de pesquisa, relatórios de viagens de estudos, de memoriais descritivos, entre outras demandas existentes no ramo (SPUDEIT, 2018, *online*).

Nessa mesma vertente, há um leque de oportunidades para se empreender no ramo informacional e digital já mencionados nessa inferência analítica, destacando-se aqui o desenvolvimento de: a) aplicativos, programas e sistema de informação; b) pesquisas de mercado para patenteamento de novos produtos; c) mapeamento de fontes gerais e especializadas de informação; d) criação de repositórios institucionais em universidades; e e) *web design*: elaboração de guia e manuais das diversas áreas do conhecimento.

Outrossim, o bibliotecário também pode atuar com mentoria acadêmico-profissional direcionadas aos fundamentos da ciência, desenvolvendo reflexões críticas sobre o saber científico. Esse tema desdobra-se em questões como o estudo do método de investigação científica e, principalmente, o papel da ciência e sua aplicação na sociedade. Neste sentido, é válido empreender com atividades de coleta e sistematização de dados para o desenvolvimento de instrumentos de pesquisa como entrevista, grupo focal, questionário etc.

No que concerne à produção e divulgação do conhecimento científico, contatou-se, com base na análise da concorrência, que a empresa eDOC BRASIL, oferece soluções informacionais por intermédio de orientações para publicação em periódico científico através da plataforma livre *Open Journal Systems* (OJS)[29]. Propor esse serviço é pensar nas dúvidas e

[29] O Open Journal Systems (OJS) é um software de gerenciamento e publicação de revistas eletrônicas, desenvolvido no âmbito do *Public Knowledge Project* (PKP). Foi originalmente traduzido, suportado e

dificuldades dos envolvidos no processo de comunicação científica (autores, avaliadores e editores). Sendo assim, o bibliotecário pode aproveitar a oportunidade e orientar os pesquisadores em relação aos trâmites do processo de avaliação e publicação do trabalho.

Exercer a função de editor no processo editorial em periódicos científicos, é outra atividade de cunho bibliotecário. Segundo Maimone e Tálamo (2008), dentre as competências atribuídas a este profissional, algumas delas chamam a atenção para o tema da editoração: a normalização de documentos; a análise de trabalhos técnicos científicos, a organização e, a gestão em espaços físicos e/ou digitais, independentemente do suporte, bem como a diagramação. Isso mostra que, se o bibliotecário reinventar suas práticas técnico-normativas, poderá abrir caminhos para se empreender, em questão, no processo editorial.

Concomitante com a prática citada, em relação à perspectiva do bibliotecário exercer no ramo da comunicação cientifica, tem-se a alternativa de ofertar consultoria sobre os trâmites burocráticos para o registro de *International Standard Book Number* (ISBN) e *International Standard Serial Number* (ISSN), isto é, registro de publicações bibliográficas e publicações seriadas. Este serviço pode se desempenhado ao disponibilizar a documentação exigida, formulários necessários e boletos com as taxas que deverão ser pagas para efetivação do registro da obra intelectual.

Infere-se que nessa categoria também cabe, até com mais ênfase, executar o serviço de curadoria digital, onde o profissional tem a possibilidade de integrar e gerenciar equipes em todas as fases do processo de implantação de ambientes tecnológicos digitais nas instituições de ensino e no âmbito empresarial. E assim, a partir da representação, armazenamento, preservação e transferência da informação, o bibliotecário empreendedor poderá contribuir e auxiliar no desenvolvimento dos Parques Científicos e Tecnológicos, promovendo a cultura da inovação, da competitividade e da capacitação empresarial.

Isto posto, ainda se ressalta as atividades empreendedoras tecnológicas, pode-se considerar a Indústria 4.0 (4º Revolução Industrial). Esse novo ciclo, fruto da fusão das tecnologias emergentes e de sua interação no meio digital, fora suscitada por um conjunto de tecnologias com enfoque na inteligência artificial, robótica, internet das coisas, nanotecnologia, biotecnologia e ciência de materiais etc. (SEBRAE, 2018). A Indústria 4.0 possui uma relação direta com Computação Cognitiva, uma vez que tem como princípio

---

disseminado no Brasil pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), sendo recomendado pela CAPES e amplamente aceito pela comunidade brasileira de editores científicos. Informação disponível em: https://periodicos.emnuvens.com.br/o-que-e/open-journal-systems-ojs/. Acesso em: 04 jul. 2021.

minimizar as tarefas mentais humanas que geram conhecimento através das tecnologias computacionais (NEVES, 2017).

Por esse motivo, para empreender nesse ramo em crescimento, o bibliotecário deve buscar especializar-se em informação tecnológica, estudando todo tipo de conhecimento sobre tecnologias de fabricação, de projeto e de gestão, e como aplicada, com a finalidade de favorecer melhorias contínuas na qualidade e produtividade do setor inserido. Mediante isto, para contribuir com essa realidade, torna-se necessário conhecer e aplicar a tríade basilar dos ambientes de inovação (Figura 7), que são: a ciência, a tecnologia e a inovação.

Em síntese, é nítido que as práticas bibliotecárias com viés empreendedor possuem um vasto campo de atuação no mercado informacional de tendência, no que tange ao campo da ciência e da tecnologia, um contexto mercadológico que só tem a expandir. Desse modo, o bibliotecário deve estar atento aos avanços das TDICs e aproveitar as oportunidades que o campo possibilita aos profissionais que trabalham a informação como estratégia competitiva nos negócios. Logo, para ser reconhecido e diferenciar-se dos demais profissionais, o bibliotecário tem de distinguir-se pelo valor das suas atividades empreendedoras e o mérito de realizar um excelente serviço, feito com primazia e eficiência naquilo que se propõe.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao considerar a pergunta-problema da pesquisa, no que tange as contribuições do empreendedorismo para o campo da Biblioteconomia, constata-se, com base nas perspectivas teóricas-conceituais delineadas no referencial exposto, que as práticas empreendedoras se configuram como uma excelente estratégia de negócio para os bibliotecários buscarem oportunidades fora do mercado de informação tradicional.

Dentre as acepções quanto ao alcance dos objetivos específicos, os quais foram essenciais para denotar as contribuições da temática supracitada, compreendeu-se os aspectos aplicacionais do empreendedorismo nas empresas de serviços informacionais (objetivo a), a partir da ressignificação das práticas do fazer bibliotecário. Em que, nesta dimensão de atuação empreendedora, utiliza-se a informação como estratégia competitiva para a tomada de decisão e inovação, com a finalidade de suprir as demandas informacionais dos seus clientes.

Seguindo essa linha de raciocínio, destaca-se que o empreendedorismo foi e vem sendo uma oportunidade de trabalho para muitos profissionais (seja na busca renda extra ou não), principalmente quando estes se viram diante da pandemia causa pelo Covid-19 e dos impactos que a economia está sofrendo. Com o isolamento social em vigor, como medida sanitária para evitar a propagação do vírus, muitas bibliotecários e recém-formados se depararam com bibliotecas fechadas, cortes salariais, demissões e escassez de emprego formal ou concurso público, vendo no empreendedorismo uma forma de ganho financeiro.

Para alcançar essa realidade de atuação profissional, reafirma-se a necessidade da inclusão do Empreendedorismo como disciplina nas matrizes curriculares dos cursos de Biblioteconomia, que possibilitará um novo olhar que vai além do trabalho tradicional dentro dos ambientes informacionais. Esta mudança na prática profissional pode abrir outros caminhos para se empreender, principalmente em tempos de inovação como diferencial competitivo.

Com o mapeamento das empresas de serviços informacionais no âmbito da Biblioteconomia (objetivo b), obteve-se a identificação das tendências de mercado dos bibliotecários que atuam com atividades empreendedoras (objetivo c), as quais foram descritas e ponderadas em quatro categorias de análise: eixo de negócios; eixo jurídico; eixo da saúde e; eixo de ciência e tecnologia.

A partir dessa explanação analítica, foi possível apresentar um leque de oportunidades de trabalho para se empreender fora do mercado da informação tradicional, proporcionando

aos bibliotecários e os recém-formados novas formas de exercer sua profissão de maneira criativa e inovadora, sob a perspectiva de diferentes campos de atuação.

Entretanto, dentre as dificuldades encontradas nesta busca, no que concerne à situação cadastral ativa das empresas e os serviços disponibilizados por bibliotecários, observou-se a necessidade de uma base de dados atualizada sobre estes empreendimentos, o que facilitaria a localização de informações para futuras pesquisas, bem como, um espaço para os bibliotecários empreendedores analisarem seus concorrentes. Sob tal adversidade, aponta-se a possibilidade do desenvolvimento de ações proativas dos CRBs dentro desta perspectiva do empreendedorismo na Biblioteconomia, em que poderão criar ambientes de informação em seus sites sobre os profissionais que estão atuando com práticas empreendedoras.

Mediante essas explanações, constata-se que, dentre as práticas empreendedoras dos bibliotecários que realizam serviços informacionais, ainda existe uma padronização nos serviços ofertados, particularmente serviços direcionados ao gerenciamento da informação, isto é, percebe-se que apesar de haver uma variação na disponibilização dos serviços, ainda existe uma disposição ao mercado de informação tradicional.

Por isso, se faz necessário investir na inovação como ação fundamental que deve ser aplicada no planejamento estratégico dos empreendimentos, a fim de obter vantagens nos ambientes competitivos dos negócios informacionais. Os bibliotecários empreendedores precisam buscar outras possibilidades de se empreender e ampliar suas práticas para conseguir um diferencial competitivo, procurando implementar estratégias para abarcar um segmento de clientes ainda maior com serviços de qualidade.

Pensando nisto, elaborou-se um modelo de negócios como produto desta pesquisa (objetivo d), a fim de contribuir para as habilidades e competências do bibliotecário empreendedor, seja o profissional já estabelecido no mercado ou aquele que deseja iniciar um novo negócio. Este material busca explanar as possibilidades de espaços favoráveis, dinâmicos e fluidos para o bibliotecário que deseja empreender no mercado informacional.

Em linhas gerais, tenciona-se que novos estudos sejam gerados nesse sentido, mostrando os horizontes que o campo da Biblioteconomia possui, dando destaque ao grande valor que o empreendedorismo pode agregar, sob o ponto de vista dos possíveis ambientes em potencial para atuação do bibliotecário. E dessa forma, diante das inquietações expostas, destaca-se o papel dos docentes na pedagogia empreendedora como um fator fundamental para a formação dos futuros bibliotecários que estão na graduação e desejam se inserir nessa caminhada de obstáculos/oportunidades que é gerir um novo negócio.

REFERÊNCIAS

ACT INSTITUTE. **Teoria do Iceberg**: o que você precisa entender sobre o inconsciente. 5 abr. 2017. Diponível em: https://actinstitute.org/blog/teoria-do-iceberg-o-que-voce-precisa-entender-sobre-o-inconsciente/ . Acesso em: 19 set. 2020.

ALLEMAND, Renato Neves. **Apostila sobre Teoria Comportamental Empreendedora**. Pelotas: IFSUL, 2011. Disponível em: http://www2.pelotas.ifsul.edu.br/~ralleman/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedora/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedora.pdf. Acesso em: 15 abr. 2020.

ALMEIDA, Alivinio *et al.* **Inovação e gestão do conhecimento**. Rio de Janeiro: FGV. 2016. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/58/o/Inovacao_e_gestao_do_conhecimento_-_FGV.pdf. Acesso em: 8 maio 2020.

ALMEIDA, Gustavo de; ZOUAIN, Deborah Moraes. Mapeamento da literatura sobre empreendedorismo: uma abordagem bibliométrica. **Biblionline**, João Pessoa, v. 12, n. 2, p. 53-67, 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/304074235_MAPEAMENTO_DA_LITERATURA_SOBRE_EMPREENDEDORISMO_UMA_ABORDAGEM_BIBLIOMETRICA. Acesso em: 29 mar. 2020.

ALVES, Ieda Maria. O conceito de neologia: da descrição lexical à planificação lingüística. **Alia**, São Paulo, n. 40, p. 11-16, 1996. Disponível em: https://periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/view/3992. Acesso em: 16 jun. 2020.

ALVES, Luciano Antônio; DAVOK, Delsi Fries. Empreendedorismo na área de Biblioteconomia: análise das atividades profissionais do bibliotecário formado na UDESC. **Revista ACB**: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis, v. 14, p. 313-330, jan./jun., 2009. Disponível em: https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/646. Acesso em: 10 jun. 2019.

ARANHA, José Alberto Sampaio. **Mecanismos de geração de empreendimentos inovadores**: mudança na organização e na dinâmica dos ambientes e o surgimento de novos atores. Brasília: ANPROTEC, 2016. Disponível em: https://www.feevale.br/Comum/midias/e46b2a7c-b1a5-4f15-b49f-b961901a2cee/anprotec-mecanismos-geracao-de-inovacao.pdf. Acesso em: 08 mar. 2020.

ARANTES, Paulo Corrêa. Kairós e Chronos: origem, significado e uso. **Revista Pandora Brasil**, [S. *l.*], n. 69, p. 1-9, dez., 2015. Disponível em: http://revistapandorabrasil.com/revista_pandora/kronos_kairos_69/paulo.pdf. Acesso em: 13 abr. 2020.

ARAÚJO, Carlos Alberto Avila. Condições teóricas para integração epistemológica da Arquivologia, Biblioteconomia e Museologia na Ciência da Informação. **InCID**: R. Ci. Inf. e Doc., Ribeirão Preto, v. 2, n. 2, p. 19-41, jul./dez. 2011. Disponível em: http://www.revistas.usp.br/incid/article/view/42349. Acesso em: 26 abr. 2020.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDEIMENTOS INOVADORES. **Mapeamento dos mecanismos de geração de empreendimentos inovadores no Brasil**. Brasília: ANPROTEC, 2019. Disponível em: https://anprotec.org.br/site/wp-content/uploads/2019/09/Mapeamento_Empreendimentos_Inovadores.pdf. Acesso em: 24 abr. 2020.

ASSOCIAÇÃO PARA PROMOÇÃO DA EXCELÊNCIA DO SOFTWARE BRASILEIRO. **Sobre**. 2020. Disponível em: https://www.sympla.com.br/softex. Acesso em: 15 mar. 2020.

ASSOCIATION OF INDEPENDENT INFORMATION PROFESSIONALS. **Listing in the AIIP Business and/or Member Directory**. 2020. Disponível em: https://www.aiip.org/Service-Offerings. Acesso em: 25 abr. 2020.

AUDY, Jorge; PIQUÉ, Josep. **Dos parques científicos e tecnológicos aos ecossistemas de inovação**. Brasília: ANPROTEC, 2016. Disponível em: https://www.feevale.br/Comum/midias/684044bd-5e6b-4413-9a86-463e49c79d2a/parquescientificos.pdf. Acesso em: 24 abr. 2020.

BACHELARD, Gaston. **Ensaio sobre o conhecimento aproximado**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014. Disponível em: https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/view/612. Acesso em: 3 abr. 2020.

BARBIERI, José Carlos. Parques e incubadoras de empresas de base tecnológica: a experiência brasileira. **FGV**, São Paulo, n. 4, 1995. Disponível em: https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/3193. Acesso em: 24 abr. 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

BARRETO, Luiz Pondé. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998.

BARON, Robert; SHANE, Scott. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. Tradução de All Taska. São Paulo: Thompson, 2007.

BATISTELA, Letícia; SCHUTEL, Soraia. A função do assessor jurídico para sucesso na tomada de decisão do empresário. **Revista Saber Humano**, Recanto Maestro, n. 1, p. 34-51, jan. 2011.

BERAQUET, Vera Silvia Marão *et al*. Bibliotecário clínico no Brasil: em busca de fundamentos para uma prática reflexiva. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 8., 2007, Salvador. **Anais** [...] Salvador: ANCIB, 2007. Disponível em: http://repositorios.questoesemrede.uff.br/repositorios/handle/123456789/783?show=full. Acesso em: 04 jul. 2021.

BICUDO, Lucas. O que é uma startup? **StartSe**, 2016. Disponível em: https://www.startse.com/noticia/startups/afinal-o-que-e-uma-startup. Acesso em: 21 abr. 2020.

BRASIL. **Decreto nº 8.364, de 17 de novembro de 2014**. Regulamenta o Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte. Brasília, DF: Presidência da República, 2014. Disponível em: https://legis.senado.leg.br/norma/413918/publicacao/15615973. Acesso em: 15 mar. 2020.

BRASIL. **Decreto nº 9.283, de 7 de fevereiro de 2018**. estabelece medidas de incentivo à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Decreto/D9283.htm. Acesso em: 24 abr. 2020.

BRASIL. **Decreto nº 10.122, de 21 de novembro de 2019**. Institui o Comitê Nacional de Iniciativas de Apoio a *Startups*. Brasília, DF: Presidência da República, 2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D10122.htm. Acesso em: 15 mar. 2020.

BRASIL. **Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004**. Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2004. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l10.973.htm. Acesso em: 15 mar. 2020.

BRASIL. **Lei nº 11.598, de 3 de dezembro de 2007**. Estabelece diretrizes e procedimentos para a simplificação e integração do processo de registro e legalização de empresários e de pessoas jurídicas, cria a Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios. Brasília, DF: Presidência da República, 2007. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Lei/L11598.htm. Acesso em: 15 mar. 2020.

BRASIL. **Lei nº 13.243, de 11 de janeiro de 2016**. Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação e altera a Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004 e outras disposições. Brasília, DF: Presidência da República, 2016. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/l13243.htm. Acesso: 23 jun. 2021.

BRASIL. **Lei nº 13.874, de 20 de setembro de 2019**. Institui a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica; estabelece garantias de livre mercado. Brasília, DF: Presidência da República, 2007. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13874.htm. Acesso em: 15 mar. 2020.

BRASIL. **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Brasília, DF: Presidência da República, 2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp123.htm. Acesso em: 15 mar. 2020.

BRASIL. **Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008**. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006. Brasília, DF: Presidência da República, 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp128.htm. Acesso em: 15 mar. 2020.

BRASIL. **Lei Complementar nº 147, de 7 de agosto de 2014**. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006. Brasília, DF: Presidência da República, 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp128.htm. Acesso em: 15 mar. 2020.

BRASIL. **Lei Complementar nº 167, de 24 de abril de 2019**.
Dispõe sobre a Empresa Simples de Crédito (ESC) e altera a Lei nº 9.613, de 3 de março de 1998 (Lei de Lavagem de Dinheiro), a Lei nº 9.249, de 26 de dezembro de 1995, e a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 (Lei do Simples Nacional), para regulamentar a ESC e instituir o Inova Simples. Brasília, DF: Presidência da República, 2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/Lcp167.htm. Acesso em: 15 mar. 2020.

BRASIL. Ministério do Trabalho. **Classificação Brasileira de Ocupações**. 2010. Disponível em: http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf. Acesso em: 16 abr. 2020.

BRASIL. Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações. **Novo marco legal da Ciência, Tecnologia e Inovação**. Brasília, DF: Presidência da República, 2018. Disponível em:
https://antigo.mctic.gov.br/mctic/export/sites/institucional/arquivos/ASCOM_PUBLICACOES/marco_legal_de_cti.pdf. Acesso: 23 jun. 2021.

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Comissão Nacional de Classificação. **Resolução nº 1, de 4 de setembro de 2006**. Divulga a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0). Disponível em:
https://concla.ibge.gov.br/images/concla/documentacao/ResConcla1-2006.pdf. Acesso em: 18 abr. 2020.

BRIDGES, William. **Um mundo sem empregos**: os desafios da sociedade pós-industrial. São Paulo: Makron Books, 1995.

CARAVANTES, Geraldo; PANNO, Cláudia; KLOECKNER, Mônica. **Gestão estratégica de resultados**: construindo o futuro. Porto Alegre: Age Editora, 2004.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COELHO, Gilda Massari, **Inteligência competitiva como instrumento estratégico**: formação de recursos humanos e assistência tecnológica às empresas brasileiras. 1997. Dissertação (Mestrado em Informação Técnica e Científica) - Université Paul Cézanne Aix Marseille III, AixMarseille III, 1997.

CONSELHO FEDERAL DE BIBLIOTECONOMIA. **Resolução CFB n.º 207/2018**. Dispõe sobre Código do Ética do Conselho Federal de Biblioteconomia. Disponível em:
http://crb1.org.br/conselho-federal-de-biblioteconomia-publica-resolucao-com-novo-codigo-de-etica/. Acesso em: 17 abr. 2020.

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR. **Portal de periódicos CAPES/MEC**. 2021. Disponível em: https://www-periodicos-capes-gov-br.ezl.periodicos.capes.gov.br/index.php. Acesso em: 7 jun. 2021

COSTA, Gilberto Cézar Gutierrez. **Negócios eletrônicos**: uma abordagem estratégica e gerencial. Curitiba: IBPEX, 2007.

CUNHA, Bebiana; PARADA, Filomena. O ovo de Colombo nas práticas de orientação. *In*: GERALDES, Celina; VIEIRA, Silvia. (orgs.). **Actas do XII Congresso Internacional de Formação para o Trabalho Norte de Portugal/Galiza**: os novos profissionais da educação e formação para o trabalho: desafios e exigências da aprendizagem ao longo da vida. Porto, PT: Delegação Regional do Norte do Instituto de Emprego e Formação Profissional, 2010, p. 141-145. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/281110206_Cunha_B_Parada_F_2010_O_ovo_de_Colombo_nas_praticas_de_orientacao_Columbus_egg_in_career_counselling_practice_In_Geraldes_C_Vieira_S_Coords_Actas_do_XII_Congresso_Internacional_de_Formacao_para_o_Trab. Acesso em: 16 abr. 2020.

DEMGOL. **Dicionário Etimológico da Mitologia Grega**. 2020. Disponível em: https://demgol.units.it/pdf/demgol_pt.pdf. Acesso em: 13 abr. 2020.

DISTRITO FEDERAL. **Projeto de Lei nº 2.458, de 2019**. Institui a Semana Nacional do Empreendedorismo Feminino. Brasília, DF: Assembleia Legislativa, 2019. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=694F4B976F739948A84FCCB1FDE2F158.proposicoesWebExterno1?codteor=1743705&filename=Avulso+-PL+2458/2019. Acesso em: 15 mar. 2020.

DOLABELA, Fernando. A corda e o sonho. **Revista HSM Management**, São Paulo, n. 80, p. 128-132, 2010.

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

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.

DORNELAS, **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2005.

DORNELAS, José. **Que tipo de empreendedor você é?** [s.d.]. Disponível em: https://www.josedornelas.com.br/blog/que-tipo-de-empreendedor-voce-e. Acesso em: 3 abr. 2020.

DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor**: entrepreneuship: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

DUARTE, Emeide Nóbrega; SILVA, Alzira Karla Araújo; COSTA, Suzana Queiroga da. Gestão da Informação e do Conhecimento: práticas de empresas "excelente em gestão empresarial" extensivas a unidades de informação. **Inf. & Soc.**:Est., João Pessoa, v. 17, n. 1, p. 97-107, jan./abr., 2007. Disponível em: https://www.cin.ufpe.br/~psgmn/Gestao%20da%20Informacao%20e%20do%20Conhecimento%20-%20GIC/Artigos/1%20-%20503-2277-1-PB.pdf. Acesso em: 01 jul. 2021.

DUARTE, Geraldo. **Dicionário de administração e negócios**. [*S. l.*]: KBR, 2011.

DUARTE, Maiara Natalia Marinho; CARMO, Shaiani de Oliveira; VALADÃO, Renata Sampaio Valadão. Empreendedorismo: estratégia de negócio para tempos de crise. **Revista InterAtividade**, Andradina, SP, v. 5, n. 1. jan/jun. 2017. Disponível em: http://www.firb.br/editora/index.php/interatividade/article/view/215/308. Acesso em: 17 abr. 2020.

EMPRESÔMETRO: inteligência de mercado. **Estatísticas**. 2021. Disponível em: Disponível em: https://www.empresometro.com.br/Home/Sobre. Acesso em: 21 jun. 2021.

FREIRE-MAIA, Newton. **A ciência por dentro**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

GALVAO, Maria Cristiane Barbosa; RICARTE, Ivan Luiz Marques Ricarte. O prontuário eletrônico do paciente no século XXI: contribuições necessárias da ciência da informação. **InCID**: R. Ci. Inf. e Doc., Ribeirão Preto, v. 2, n. 2, p. 77-100, jul./dez. 2011. Disponível em: http://revista.ibict.br/fiinf/article/view/4835. Acesso em: 04 jul. 2021.

GALVAN, Luciane. **O cenário do empreendedorismo no Brasil e a atuação dos empreendedores como gestores**. 2014. 38f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração de Empresas) – Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:tmPffq4CCpEJ:revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/graduacao/article/download/22129/13582+&cd=4&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br. Acesso em: 21 abr. 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GOLDENBERG, Mirían. **A arte de pesquisa**: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais. 10. ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

GOMES, Elisabeth.; BRAGA, Fabiane. **Inteligência Competitiva**: como transformar informação em um negócio lucrativo. São Paulo: Editora Campus, 2001.

HEREDIA, Rafael. A oportunidade e a mitologia. **Pequenas empresas e grandes negócios**. 2015. Disponível em: https://revistapegn.globo.com/Colunistas/Rafael-Heredia/noticia/2015/04/oportunidade-e-mitologia.html. Acesso em: 27 jan. 2020.

HISRICH, Robert; PETER, Michael. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HUNTER, James C. **O monge e o executivo**: uma história sobre a essência da liderança. Rio de Janeiro: Sextante, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **GEM**: empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2018. Curitiba: IBQP; SEBRAE, 2018. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf. Acesso: 29 mar. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Global Entrepreneurship Monitor* Empreendedorismo no Brasil: 2019. Curitiba: IBQP; SEBRAE, 2020. Disponível em: https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf. Acesso: 18 jun. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estatísticas Econômicas**. 2020. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/26878-setor-de-servicos-varia-0-4-em-dezembro-mas-fecha-2019-em-1-0. Acesso em: 18 abr. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Anual de Serviços**. 2017. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos/9028-pesquisa-anual-de-servicos.html?=&t=o-que-e. Acesso em: 18 abr. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Comissão Nacional de Classificação. **Introdução à Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE Versão 2.0**: subclasses para uso da administração pública. 2007. Disponível em: https://concla.ibge.gov.br/images/concla/documentacao/CNAE20_Subclasses_Introducao.pdf. Acesso em: 18 jun. 2020.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Iwan Setiawan. **Marketing 4.0**. Tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro, Sextante, 2017.

LANCASTER, Frederick Wilfrid. Future Librarianship: preparing for an unconventional career, **Wilson Library Bulletin**, v. 57, n. 9, p. 747-753, maio, 1983.

LEITE, Francisca Rosaline; OLIVEIRA, Marlene de Mata. Formação e atuação profissional. *In*: OLIVEIRA, Marlene de Mata (org.). **Ciência da Informação e Biblioteconomia**: novos conteúdos e espaços de atuação. Belo Horizonte: UFMG, 2005. Disponível em: https://www.passeidireto.com/arquivo/1808924/ciencia-da-informacao-e-biblioteconomia. Acesso em: 25 abr. 2020.

LIMA, Marcelo Alceu Amoroso. Um breve relato da "1988 *Babson College Entrepreneurship Research Confere*". **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 25, n. 4, p. 24-54, out./dez., 1988. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901988000400006. Acesso em: 20 mar. 2020.

LÚCIA. **Kairós, o deus das oportunidades**. 2011. Disponível em: https://eventosmitologiagrega.blogspot.com/2011/08/kairos-o-deus-das-oportunidades.html?m=0. Acesso em: 27 jan. 2020.

LUZ, Charlley. Curadoria da Informação Digital: foco no conteúdo. **Blog PPEC**, Campinas, v. 7, n. 1, jul. 2018. Disponível em: https://periodicos.sbu.unicamp.br/blog/index.php/2018/07/13/curadoria/. Acesso em: 20 set. 2020.

MACEDO, Mayara Atherino *et al.* Bussines Model Canvas: a construção do modelo de negócio de uma empresa de móveis. *In*: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 10., 2013, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos** [...]. Rio de Janeiro: SEGeT, 2013, p. 1-13. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/59618733.pdf. Acesso em: 27 abr. 2020.

MADALENA, Críchyna da Silva. **Competências empreendedoras para prestação de serviços de informação por bibliotecários no Brasil**. 2018. Dissertação (Mestrado em Gestão de Unidades de Informação) – Centro de Ciências Humanas e da Educação, Universidade do Estado de Santa, Florianópolis, 2018. Disponível em: http://www.faed.udesc.br/arquivos/id_submenu/3015/crichyna_da_silva_madalena.pdf. Acesso em: 16 abr. 2020.

MAIMONE, Giovana; TÁLAMO, Maria de Fátima. A atuação do bibliotecário no processo de editoração de periódicos científicos. **Revista ACB**: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis, v. 13, n. 2, p. 301-321, jul./dez., 2008. Disponível em: https://www.revista.acbsc.org.br/racb/article/viewFile/522/659. Acesso em: 04 jul. 2021.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARIA, Jeferson Przyvitowski. **Micro empresário individual**: empreendedorismo e realidade administrativa atual. 2014. TCC (Graduação em Administração) – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Santa Catarina, 2014. Disponível em: http://repositorio.unesc.net/handle/1/2346. Acesso em: 22 abr. 2020.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

MCGEE, James V.; PRUSAK, Laurence. **Gerenciamento estratégico da informação**: aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

MILANO, Manoelle Cristine Dalri; DAVOK, Delsi Fries. Consultor de informação: serviços prestados por empresas de consultoria nas áreas de Biblioteconomia e Gestão da Informação. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 253-278, jan./jun., 2009. Disponível em: https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/658. Acesso em: 07 abr. 2020.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. (org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2008.

MORIGI, Valdir José; PAVAN, Cleusa. Tecnologia de informação e comunicação: novas sociabilidades nas bibliotecas universitárias. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 33, n. 1, 2004. p. 117-125.

NASCIMENTO, Bruna Ferreira; FREITAS, Alana Abreu. Empreendedor: perfil, habilidades, comportamento ético e atitudes empreendedoras. *In*: SPUDEIT, Daniela. (org.). **Empreendedorismo na Biblioteconomia**. Rio de Janeiro: Agência Biblio, 2016, p. 28-37.

NATSUME, Alvaro Jim. **Empreendedorismo**: oportunidade ou necessidade?: a crescente importância do empreendedorismo na sociedade moderna. 2004. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004. Disponível em: http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?down=000330968. Acesso em: 27 jan. 2020.

NEVES, Barbara Coelho. Computação Cognitiva: novas perspectivas para a Ciência da Informação. **INFOhome**, dez. 2017. Disponível em: https://www.ofaj.com.br/colunas_conteudo.php?cod=1100#:~:text=Em%202011%2C%20Modha%20acrescenta%20que,teoria%20computacional%20unificada%20ao%20pensamento.&text=De%20forma%20sucinta%2C%20computação%20cognitiva,cresce%2C%20desenvolve%20e%20morre). Acesso em: 20 set. 2020.

OLIVEIRA, Adriana Carla Silva de. Informação jurídica: o desafio do atendimento na era virtual. *In*: SEMINÁRIO DE INFORMAÇÃO JURÍDICA: INFORMAÇÃO VIRTUAL: CONHECIMENTO PARA TODOS? 2., 2006. Recife. **Anais** [...] Recife, 2006. Disponível em: http://www.infolegis.com.br/wa_files/adriana-carla.pdf. Acesso em: 04 jul. 2021.

PAIVA, Rodrigo Oliveira de; POTHER, Suelem Gadelha. Informação jurídica: conhecendo definições. *In*: ENCONTRO REGIONA DE ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO, CIEÊNCIA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO. 15., 2012. Juazeiro do Norte. **Anais** [...] Juazeiro do Norte: Universidade Federal do Cariri, 2012. Disponível em: https://brapci.inf.br/index.php/res/download/86196. Acesso em: 04 jul. 2021.

PASSOS, Edilenice; BARROS, Lucivaldo Vasconcelos. **Fontes de informação para pesquisa em direito**. Brasília, DF: Lemos Informação e Comunicação, 2009.

PAZ, Anderson Soares da. Análise do crescimento do empreendedorismo no Brasil com suas características. *In*: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 12., 2016. Rio de Janeiro. **Anais** [...]. Rio de Janeiro: Inovarse, 2016. Disponível em: http://www.inovarse.org/sites/default/files/T16_M_03.pdf. Acesso em: 3 abr. 2020

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Estatísticas**. 2021. Disponível em: http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas. Acesso em: 21 jun. 2021.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. de. **Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PRADO, Maria de Lourdes *et al.* Empreendedor individual: uma modalidade de empreendedorismo emergente. **RDBCI**: Revisra Digital de Biblioteconomia e Ciência da

Informação, São Paulo, v. 12, n. 3, set/dez. 2014. Disponível em: https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/1594. Acesso em: 27 jan. 2020.

REIS, Tiago. **Spin-off**: prática que visa o crescimento sólido e rápido de empresas. 2017. Disponível em: https://www.sunoresearch.com.br/artigos/spin-off/. Acesso em: 24 abr. 2020.

RIES, Eric. **A startup enxuta**: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

ROMEIRO, Nathália.; SEÑORANS, Rodrigo. Empreendedorismo: conceitos, evolução histórica, tipologia e características. *In*: SPUDEIT, Daniela (org.). **Empreendedorismo na Biblioteconomia**. Rio de Janeiro: Agência Biblio, 2016, p. 28-41.

ROSA, Juliana Ribeiro; SILVA, Cinthia Simões; ADÃO, Sebastião Ailton Rosa Cerqueira. Microeempreendedorismo e crescimento econômico: uma análise nas cidades que possuem Campus da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA. *In*: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTIÓN UNIVERSITÁRIA, 16., 2016, Arequipa. **Anais** [...] Arequipa: CIGU, 2016. p. 1-16. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/171042/OK%20-%20102_00480.pdf?sequence=1. Acesso em: 20 abr. 2020.

ROSA, Victor Soares. *et al.* Oportunidades de negócios e novos cenários para o mercado na área de informação. *In*: SPUDEIT, D. (org.). **Empreendedorismo na Biblioteconomia**. Rio de Janeiro: Agência Biblio, 2016, p. 13-16.

SALCEDO, Diego; LIMA, Igor Pires. O papel do bibliotecário na prática de preservação da memória institucional: o caso do espaço memória da Justiça Federal em Pernambuco. **ÁGORA**, Florianópolis, v. 28, n. 57, p. 314-331, jul./dez. 2018. Disponível em: https://brapci.inf.br/index.php/res/download/101554. Acesso em: 03 jul 2021.

SANTIAGO, Eduardo Girão. Vertentes teóricas sobre empreendedorismo em Schumpeter, Weber e McClelland: novas referências para a sociologia do trabalho. **Revista de Ciência Sociais**, Fortaleza, v. 40, n. 2, p. 87-103, 2009. Disponível em: http://www.periodicos.ufc.br/revcienso/article/view/488. Acesso em: 31 mar. 2020.

SANTOS, Silvana de Lima. BERNARDINO, Maria Cleide Rodrigues. O bibliotecário e o mercado de trabalho no Cariri Cearense: implicações oriundas da sociedade da informação. **Biblos**: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação, Rio Grande - RS, v. 26, n.1, p.65-90, jan./jun. 2012. Disponível em: https://periodicos.furg.br/biblos/article/view/2467. Acesso em: 16 abr. 2020.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **RAC**, Curitiba, v. 13, n. 3, art. 6, p. 450-467, jul./ago. 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552009000300007. Acesso em: 27 mar. 2020.

SCHUMPETER, Joseph. A resposta criadora na história econômica. *In*: LUCAS, Fábio (org.). **Economia e Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1976.

SCHUMPETER, Joseph. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultura, 1998.

SEMENIK, Richard J.; BAMOSSY, Gare J. **Princípios do marketing**: uma perspectiva global. São Paulo: Makron Books, 1995.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Cartilha**: o quadro de modelo de negócios: um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios. SEBRAE: Brasília, 2013. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/ES/Anexos/ES_QUADROMODELODENEGOCIOS_16_PDF.pdf. Acesso em: 7 jun. 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **ESC - Empresa Simples de Crédito**. 2020. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/programas/esc-empresa-simples-de-credito,069f67aaac49b610VgnVCM1000004c00210aRCRD. Acesso em: 15 mar. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Estou apto para ser consultor do Sebrae?** 2017. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/estou-apto-para-ser-consultor-do-sebrae,8b7b1ebfe6f5f510VgnVCM1000004c00210aRCRD. Acesso em: 01 jul. 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **O que é ser empreendedor?** 2019. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD. Acesso em: 3 abr. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **O novo marco legal da Ciência, Tecnologia e** Inovação. 2018. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-novo-marco-legal-de-ciencia-tecnologia-e-inovacao,8603f03e7f484610VgnVCM1000004c00210aRCRD. Acesso em: 23 jun. 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Os negócios promissores em 2018**: relatório especial. SEBRAE: Brasília, 2018. Disponível em: http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/39136f37d740c6fedee7e845e1ab7270/$File/9950.pdf. Acesso em: 24 mar. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Os negócios promissores em 2020**: relatório especial. SEBRAE: Brasília, 2020. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PI/Anexos/Os%20Nego%CC%81cios%20Promissores%20em%202020_v2.pdf. Acesso em: 20 abr. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Sobrevivência das empresas no Brasil**. SEBRAE: Brasília, 2016. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf.. Acesso em: 10 jul. 2020.

SHANE, Scott. Reflections on the 2010 *AMR* decade Award: delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, [S.*l.*], v. 37. n. 1.

p. 10-20, 2012. Disponível em: https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.2011.0078. Acesso em: 20 mar. 2020.

SHANE, Scott.; VENKATARAMAN, Sankaran. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, [*s.l.*], v. 25. n. 1. p. 217-226, jan. 2000. Disponível em: https://www.jstor.org/stable/259271?seq=1. Acesso em: 20 mar. 2020.

SILVA, André Luiz Freire. As crises como oportunidades: otimizando processos, custos e produtos. *In*: FUNDAÇÃO DEMÓCRITO ROCHA. **Gestão e liderança**: empreender em tempos de crise. UECE: Fortaleza, 2020. Disponível em: https://cursos.fdr.org.br/pluginfile.php/693865/mod_resource/content/3/GESTAO%20E%20LIDERANCA%20-%20F2-compactado.pdf. Acesso em: 12 nov. 2020.

SOUZA, Fabiana Frigo; BORGERT, Altair; GASPARETTO, Valdirene. Análise de concorrentes: oportunidades baseadas em pesquisas em contabilidade. **Revista Capital Científico - Eletrônica (RCCe)**, Guarapuava - PR, v. 14, n. 4, out./dez. 2016. Disponível em: https://revistas.unicentro.br/index.php/capitalcientifico/article/view/4152/3154. Acesso em: 7 jun. 2021.

SPUDEIT, Daniela. Empreendedorismo na Biblioteconomia. *In*: SPUDEIT, Daniela. (org.). **Empreendedorismo na Biblioteconomia**. Rio de Janeiro: Agência Biblio, 2016, p. 13-16.

SPUDEIT, Daniela. **Oportunidades para empreender**. 2018. Disponível em: http://empreendebiblio.com/634/. Acesso em: 24 jun. 2019.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Atuação e perspectivas profissionais do profissional da informação. *In*: VALENTIM, Marta Lígia Pomim. (org.) **O profissional da informação**: formação, perfil e atuação. São Paulo: Polis, 2000, p. 135-152. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2000v5n9p16. Acesso em: 10 abr. 2020.

VERGA, Everton; SILVA, Luiz Fernando Soares da. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014. Disponível em: https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/161. Acesso em: 22 mar. 2020.

VITAL, Anna. **A história da criação de valor**: como os humanos ganharam dinheiro com diferentes eras [infográfico]. 2013. Disponível em: https://blog.adioma.com/the-history-of-creating-value-infographic/. Acesso em: 13 mar. 2020.

ZANINI, Priscila. Os 9 tipos de empreendedores mais comuns no Brasil. **Exame**, 25 mar., 2014. Disponível em: https://exame.abril.com.br/pme/os-9-tipos-de-empreendedores-mais-comuns-no-brasil/. Acesso em: 3 abr. 2020.

APÊNDICE A - PRODUTO INFORMACIONAL: MODELO DE NEGÓCIOS

MODELO DE NEGÓCIOS

POR ARYSA CABRAL BARROS

PPGB
Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia - UFCA

UFCA

SUMÁRIO

Apresentação..... **02**

Eixos temáticos de atuação para bibliotecário empreender..... **03**

Modelo de negócios e suas etapas..... **12**

Fica a dica! como formalizar o meu negócio..... **20**

Referências..... **22**

APRESENTAÇÃO

O ato de empreender vem sendo discutido mundialmente como uma alternativa de acender profissionalmente no mercado, onde os indivíduos aproveitam as oportunidades para (re)inventar. Dentro do campo biblioteconômico, o empreendedorismo tem a informação como estratégia competitiva para a tomada de decisão e inovação, com a finalidade de suprir as demandas informacionais dos usuários, nesse caso, seus clientes.

Diante disso, percebe-se a imprescindibilidade do bibliotecário pensar fora da caixa e ir além do seu campo de atuação tradicional. Todavia, a expressão aqui utilizada, pensar fora da caixa, não deve ser considerada no sentido literal, e até clichê, da palavra, onde o bibliotecário abandonará todas suas vivências e conhecimentos para aventurar-se cegamente pelo mercado. Na verdade, refere-se aos padrões que limitam o pensamento e impedem que este expanda sua criatividade.

A solução desta questão está em como utilizar o que já existe dentro dessa 'caixa' e trazer um novo significado a partir do que se busca no externo, ir além do conhecimento técnico-normativo e aperfeiçoar-se progressivamente. É uma mudança desafiante. Aquele que deseja ser empreendedor deve adotar ações concretas, efetivas e sistemáticas, visto que é um resultado de esforços prévios em identificar estas oportunidades inovadoras, definir propósitos, planejar e gerenciar seu potencial, principalmente em tempos de inovação como diferencial competitivo.

Para isso, elaborou-se este produto informacional como resultado da dissertação de Arysa Cabral Barros, sob a orientação da Profa. Dra. Maria Cleide Rodrigues Bernardino, realizada no Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia da Universidade Federal do Cariri (PPGB/UFCA). Este material tem por finalidade propor um modelo de negócios a fim de contribuir para as habilidades e competências do bibliotecário empreendedor, bem como explanar as possibilidades de espaços favoráveis, dinâmicos e fluidos para o bibliotecário que deseja empreender no mercado informacional.

EIXOS TEMÁTICOS DE ATUAÇÃO PARA O BIBLIOTECÁRIO EMPREENDER

Para construir os eixos temáticos na área informacional, utilizou-se como alicerce o diretório de atuação da entidade americana *Association of Independent Information Professionals* (AIIP) - em português, Associação de Profissionais de Informação Independentes - concatenada a facultar serviços de gerenciamento e tecnologia da informação. Nesse sentido, os eixos temáticos na área de informação foram definidos com base na área de "Pesquisa de Diretório de Negócios por especialização no assunto", disposta no site da AIIP.

Na categoria Negócios, a entidade americana descreve que o atendimento pode ser realizado para os empresários e executivos que necessitam de informações precisas para mantê-los em nível de competição com a concorrência (AIIP, 2020). Neste caso, os serviços concentram-se na inteligência competitiva a partir de informações estratégicas para antecipar às exigências do mercado, como também, práticas orientadoras direcionadas à tomada de decisão, pesquisa de mercado e de tendências sociais/culturais.

Figura 1 - Oportunidades para se empreender no eixo de negócios

Inteligência Competitiva	• Os serviços nesse eixo variam de testes de conceito/produto, avaliação de marca/imagem, segmentação de mercado, estudos de viabilidade e planos de marketing eficazes para a base de consumidores.
Pesquisa de Mercado	• Por meio dela, é possível executar evidências que indicam a possibilidade de sucesso de uma estratégia. Viabiliza o atendimento das necessidades dos clientes ao produzir conteúdo e programas originais para o aprimoramento dos negócios.
Patenteamento de Produtos através da busca de anterioridades	• A busca de anterioridades dará ciência ao idealizador se o produto/processo já está protegido por patente. Também possui a finalidade de obter informações mais atualizadas em relação ao estado da técnica, evitando desta forma duplicação de esforço e perdas financeiras.
Curadoria Digital (Arquitetura da Informação)	• Serviços direcionados ao *web design* e gerenciamento de mídias sociais, a fim de apoiar o processo de negócios por meio de ambientes digitais.

Fonte: elaborada pela autora (2021).

Nota-se que as práticas ilustradas estão diretamente relacionadas à recuperação, análise e representação da informação, isto é, exige tanto o conhecimento técnico do bibliotecário, quanto à aplicação dos recursos tecnológicos digitais. Dada perspectiva da atividade empreendedora, o bibliotecário tem a possibilidade de ofertar serviços de arquitetura da informação em ambientes inseridos na *web*, proporcionando uma organização e curadoria, bem como assistência na produção do conteúdo digital. Logo, os clientes conseguem ter acesso e uso das informações empresariais com excelência.

MARKETING DIGITAL

Arte de gerar valor ao serviço/produto. Kotler e Kartahaya (2017) classifica-o em quatro fases: centrado no produto (1.0); voltado para o consumidor (2.0); direcionado aos valores humanos (3.0) e, por fim, o marketing na Era Digital (4.0).

Conhecer os princípios que embasam o marketing, principalmente aqueles direcionados às Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs), pode trazer benefícios como alavancar a divulgação dos serviços, e assim, atingir com maior precisão o público-alvo do empreendimento. Estes princípios são: idealizar planos e estratégias de marketing; compreender os clientes e mercados; e desenvolver compostos de marketing (consumo do produto) (KOTLER; KARTAHAYA, 2017).

Para se empreender nesse eixo, o bibliotecário deve ser flexível, dinâmico, ousado, proativo e, principalmente, com práticas inovadoras voltadas para o futuro. Por esse motivo, destaca-se a necessidade da formação extracurricular do bibliotecário com o propósito de aprimorar seus conhecimentos sobre gestão de empresas. Pois, estas competências administrativas, tanto valem para seu exercício no mercado, como abrem caminhos para orientar outros empreendimentos na área de negócios.

No viés Jurídico, predomina o monitoramento de publicações especializadas, fornecendo gerenciamento de informações legislativa sobre jurisprudência, leis, decretos, estatutos, andamento de processos, recursos ou argumentos informacionais. Essas soluções podem ser utilizadas por advogados de defesa e/ou acusação em um julgamento, ganho ou perda de causa judiciais, entre outras ações executadas por escritórios de advocacia e agências de investigação profissional.

Figura 2 - Oportunidades para se empreender no eixo jurídico

Clipping	• Acompanhamento de publicações em materiais físicos e/ou na *web*, as quais podem ser arquivadas em bancos de dados para consultas imediatas ou posteriores. Realizado por intermédio de uma análise dos dados existentes no campo jurídico como: normas legislativas, produção científica da ciência jurídica, sites governamentais, sistemas e bases de dados etc.
Consultor informacional ou Assessor Jurídico	• Gestão da informação jurídica. O assessor jurídico tem como clientes advogados, professores e juízes que buscam um profissional qualificado, que possa aconselhar ou prestar algum tipo de serviço especializado que auxilie na solução de alguma demanda (BATISTELA; SCHUTEL, 2011).
Curadoria digital (Arquitetura da Informação)	• Serviços direcionados ao *web design* e gerenciamento de mídias sociais, a fim de divulgar as informações jurídicas por meio de ambientes digitais.

Fonte: elaborada pela autora (2021).

Nesse eixo bibliotecário atuará na área de informação jurídica. Segundo Paiva e Pother (2012), a informação jurídica está relacionada com assuntos especializados em Direito, dando subsídios para a tomada de decisões dos envolvidos no âmbito deste contexto. Essas soluções podem ser utilizadas por escritórios de advocacia e agências de investigação profissional objetivando transmitir conhecimento e permitir a tomada de decisões de forma otimizada.

Para aprimorar estes serviços, o bibliotecário pode criar parcerias com as seccionais da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) para oferecer o serviço de captura de intimações, incluindo as publicações que abranjam o estado e processos judiciais nos Diários Oficiais, bem como, trabalhar para escritórios de advocacia utilizando a informação como ferramenta estratégica. Baseado nisso, o bibliotecário poderá empreender juntamente com o profissional do Direito, de modo a rastrear em menor tempo possível, as informações mais relevantes para a solução de um caso.

"O insucesso é apenas uma oportunidade para recomeçar com mais inteligência".

Henry Ford

No campo da Saúde, está incluso uma gama de serviços que envolvam a disponibilização de fontes gerais ou especializadas de informação, tais como desenvolvimento de aplicativos; programas e sistema de informação; organização/criação de prontuários eletrônicos para facilitar a tomada de decisão e o acesso remotamente; cursos/treinamentos/oficinas de pesquisa em base de dados; consultorias na elaboração de projeto sociais/culturais para pacientes em hospitais e clínicas etc.

Figura 3 - Oportunidades para se empreender no eixo da saúde

Monitoramento de Publicações Especializadas	• Serviço que auxiliará os profissionais da saúde (médicos, enfermeiros, nutricionistas, técnicos etc.) a subsidiar políticas públicas sobre área e promover programas de prevenção às doenças.
Mediação da Informação em Saúde	• Atividades mediacionais entre as equipes clínicas e a informação especializada atualizada, buscando as melhores evidências científicas a serem tratadas pelo corpo clínico e analisando os dados segundo cada caso de saúde (BERAQUET *et al.*, 2007).
Desenvolvimeno de Programas de Computador/Celular	• Os aplicativos (*apps*) são ferramentas fundamentais no processo de acesso e uso da informação em saúde. É nítido que os aplicativos de informações especializadas devem ser elaborados por uma equipe de profissionais de qualificados, sendo desenvolvidos ao longo de pesquisas científicas.
Implantação e Gerenciamento de Bibliotecas e Repositórios Digitais	• Gerenciamento de arquivos com o propósito de garantir que os documentos (prontuários, receituários, fichas de atendimento etc.) sejam seguros, acessíveis e utilizáveis. Este serviço pode subsidiar os processos de decisão da equipe médica, e assim, minimizará as dificuldades encontradas ao identificar a informação correta.

Fonte: elaborada pela autora (2021).

INFORMAÇÃO SALVA VIDAS!

É aqui que entra o bibliotecário com suas competências e habilidades para contribuir na criação desses *apps* direcionados para a informação em saúde, tanto com pesquisas em fontes especializadas, como aplicando às técnicas arquitetônicos da informação.

Além disso, outra maneira de operar o empreendedorismo nesse eixo, é através das mídias sociais. O bibliotecário tem a possibilidade de promover a conscientização da saúde pública, buscando e divulgando informações relacionadas às medidas preventivas, sucedendo no combate as fakes *news* (notícias falsas).

Nesta conjuntura, surge a viabilidade de se empreender mediante à educação objetivando impugnar à desinformação através da produção e transmissão de conhecimentos técnico-científicos.

No eixo da Ciência e Tecnologia, o bibliotecário tem a possibilidade de fornecer informações para o embasamento e a consolidação de pesquisas de profissionais de todas as áreas do conhecimento (AIIP, 2020). Neste campo, inserido no mercado informacional de tendência, evidencia-se os serviços biblioteconômicos relacionados às pesquisas de teor científico e tecnológico realizadas por colaboradores inseridos em instituições públicas e privadas (docentes, pesquisadores e terceirizados).

Figura 3 - Oportunidades para se empreender no eixo da ciência e tecnologia

Mentoria Acadêmico-Profissional	• Serviço direcionado aos fundamentos da ciência, desenvolvendo reflexões críticas sobre o saber científico. Esse tema desdobra-se em questões como o estudo do método de investigação científica e, principalmente, o papel da ciência e sua aplicação nos trabalhos acadêmicos.
Consultoria sobre os registro de publicações bibliográficas e seriadas	• Consultoria sobre os trâmites burocráticos para o registro de ISBN e ISSN. Este serviço pode se desempenhado ao disponibilizar a documentação exigida, formulários necessários e boletos com as taxas que deverão ser pagas para efetivação do registro da obra intelectual.
Publicação em Periódico Científico	• Propor esse serviço é pensar nas dúvidas e dificuldades dos envolvidos no processo de comunicação científica (autores, avaliadores e editores). Sendo assim, o bibliotecário pode aproveitar a oportunidade e orientar os pesquisadores em relação aos trâmites do processo de avaliação e publicação do trabalho.
Editor de Periódicos Científicos	• Atividades voltadas para normalização de documentos; análise de trabalhos técnicos científicos, a organização e, gestão em espaços físicos e/ou digitais, independentemente do suporte, bem como a diagramação.

Fonte: elaborada pela autora (2021).

Nessa mesma vertente, há um leque de oportunidades para se empreender no ramo informacional e digital já mencionados, destacando-se aqui o desenvolvimento de: a) aplicativos, programas e sistema de informação; b) pesquisas de mercado para patenteamento de novos produtos; c) mapeamento de fontes gerais e especializadas de informação; d) criação de repositórios institucionais em universidades; e e) *web design*: elaboração de guia e manuais das diversas áreas do conhecimento.

CAMPOS DE ATUAÇÃO TECNOLÓGICAS

CURADORIA DIGITAL

O profissional tem a possibilidade de integrar e gerenciar equipes em todas as fases do processo de implantação de ambientes tecnológicos digitais nas instituições de ensino e no âmbito empresarial. A partir da representação, armazenamento e transferência da informação, o bibliotecário poderá contribuir e auxiliar no desenvolvimento dos Parques Científicos e Tecnológicos, promovendo a cultura da inovação, da competitividade e da capacitação empresarial.

INDÚSTRIA 4.0

Esse novo ciclo, fruto da fusão das tecnologias emergentes e de sua interação no meio digital, fora suscitada por um conjunto de tecnologias com enfoque na inteligência artificial, robótica, internet das coisas, nanotecnologia, biotecnologia e ciência de materiais etc. (SEBRAE, 2018). Desse modo, o bibliotecário deve estar atento aos avanços das TDICs e aproveitar as oportunidades que o campo possibilita aos profissionais que utilizam a informação como estratégia competitiva nos negócios

MODELO DE NEGÓCIOS E SUAS ETAPAS

Um modelo de negócios é um conteúdo textual capaz de flexibilizar o processo da tomada de decisão estratégica e facultar o percurso para se instituir um empreendimento na área da informação.

De acordo com o SEBRAE (2013), o modelo de negócio é a possibilidade de visualizar a descrição do negócio, das partes que o compõem, descrevendo a lógica de criação do negócio. Dessa forma, este capítulo apresenta a seguinte estrutura:

- **O que vou fazer?**
- **Para quem estou fazendo?**
- **Como vou fazer?**

IDEAÇÃO E MOMENTO OPORTUNO

Com efeito, é preciso reconhecer que o empreendimento bem-sucedido (seja ele novo ou já estabelecido) não se resume apenas à conquista de um objetivo, muito mais que um fim, ele é um conjunto de meios, é o próprio modo de agir em direção ao um alvo determinado, à uma oportunidade empreendedora.

A oportunidade antecede o próprio ato de empreender. Esse ensejo atemporal que se manifesta repentinamente, segundo Heredia (2015), pode ser denominado de Carpe Kairós. O momento no qual o empreendedor toma consciência que pode ir além daquilo que é previsível ou impossível, e assim, através de suas competências e seu instinto, aproveitar essa ocasião favorável para suprir uma necessidade da sociedade.

A LIÇÃO DO CARPE KAIRÓS DIZ:

"É PRECISO SABER APROVEITAR O MOMENTO OPORTUNO!".

Ao evidenciar as crises como oportunidades, Silva (2020) expressa o significado de crise em chinês. Essa palavra é composta por dois ideogramas: "wei" (perigo/risco) e "ji" (oportunidade). Isto é, o autor explana que a crise é uma situação em que o perigo e a oportunidade têm o mesmo peso, são bilaterais e reversíveis. Dessa forma, aquele que vive esse momento oportuno, tem o critério exclusivo de mudar seu rumo e sair de uma circunstância fatal, alcançando transformações individuais e coletivas.

Quando se fala em geração de uma ideia e/ou reconhecimento de uma oportunidade: etapa-chave no processo empreendedor, pode ser explorada mediante cinco diferentes tipos de oportunidades: novos produtos e serviços, novos métodos de produção, novos mercados, novas formas de organização e novas matérias-primas. A essência do reconhecimento de oportunidades é o acesso às informações e seu uso eficaz.

Ter uma ideia e reconhecer uma oportunidade é apenas uma etapa. Para isto, os recursos necessários para iniciar uma nova empresa inclui as informações sobre mercados, questões ambientais e legais, recursos humanos; habilidades, conhecimentos, motivações e energia que serão a força de ação do novo empreendimento; e os recursos financeiros, o capital necessário para iniciar o negócio.

Sabendo que, dentro do campo biblioteconômico, o empreendedorismo tem a informação como estratégia competitiva para a tomada de decisão e inovação, com a finalidade de suprir as demandas informacionais dos usuários, nesse caso, seus clientes, deve-se levar em conta as demandas do mercado informacional.

Para isso, a **inovação** é uma ação fundamental e que deve ser ponderada no planejamento estratégico dos empreendimentos, a fim de obter vantagens nos ambientes de negócios. Porquanto, aqueles que almejam uma posição sustentável na área, precisam buscar outras possibilidades de se empreender e ampliar suas práticas para conseguir um diferencial competitivo, procurando implementar estratégicas que anteciparão às tendências do mercado.

SEGMENTO DO CLIENTE E PROPOSTA DE VALOR

Ao estabelecer ou reinventar o seu negócio, o empreendedor deve refletir sobre o que está oferecendo, do ponto de vista das necessidades dos clientes, relacionando-os com os serviços/produtos que a empresa pretende oferecer. Isto é, **para criar valor para um negócio, é necessário criar valor para o cliente**.

Com base no *Business Model Canvas* idealizado por Alex Osterwalder e Yves Pigneur (2011), para chegar nesse encache de mercado, a primeira ação a ser executada é traçar o perfil do consumidor, a partir da análise de suas tarefas e seus ganhos, dessa forma a empresa conseguirá segmentá-los em grupos por similaridade e interesse.

TAREFAS DO CLIENTE

- **Tarefas funcionais:** clientes que estão tentando realizar uma tarefa ou resolver um problema específico.
- **Tarefas sociais:** clientes que estão tentando melhorar sua imagem ou ganhar status.
- **Tarefas emocionais:** clientes que procuram atender a um estado emocional.

A partir da análise das características elencadas acima, o bibliotecário poderá propor serviços e produtos cada vez mais dinâmicos e condizentes à realidade da Sociedade da Informação em rede, buscando atender aos clientes com qualidade e precisão, naquilo que condiz às suas necessidades. Dessa forma, ao delimitar seu segmento, pode-se enfim estabelecer a **proposta de valor**.

Isto posto, o profissional deve listar todos os produtos e serviços que sua empresa oferece, dentre os quais são classificados como:

- **tangíveis** (produtos físicos);
- **virtuais** (downloads, recomendações on-line);
- **intangíveis** (direitos autorais, garantia de qualidade);
- **financeiros** (fundos de investimento, serviços de financiamento).

A proposta de valor não se refere meramente ao retorno financeiro. Na verdade, é uma solução para a demanda do cliente, ela precisa responder claramente o "por que" do seu negócio ser escolhido dentre os demais. Por isso que, antes de estabelecê-la, deve-se conhecer com precisão as necessidades dos potenciais consumidores, para assim diferenciar sua marca e/ou solução da concorrência, despertando o interesse do seu público com transparência. Para criar uma proposta irrecusável e conquistar o cliente, faz-se necessário determinar os ganhos que ele terá com sua empresa.

NA PRÁTICA

Uma pesquisadora dá área de Engenharia de Matérias desenvolveu um novo produto. Agora ela precisa registrar o que criou como sua propriedade e, assim, impedindo que outros pesquisadores reproduzam sua ideia e reclamem sua autoria posteriormente. Contudo, diante do prazo curto e considerando a burocracia do processo, optou por terceirar a busca de interioridades.

Neste caso, a pesquisadora possui uma tarefa funcional, ou seja, deseja resolver um problema específico e pode ter como ganho fundamental a agilidade no processo de patenteamento, quanto ao estado da técnica,

GANHOS DO CLIENTE

- **Ganhos fundamentais**: são ganhos essenciais que um cliente espera da sua solução.
- **Ganhos esperados**: são ganhos que os clientes esperam da sua solução.
- **Ganhos desejados**: são ganhos que superam as expectativas. São aqueles que os clientes pediriam se fossem perguntados.
- **Ganhos inesperados**: são ganhos que vão além das expectativas. Algo que não imaginariam caso perguntados.

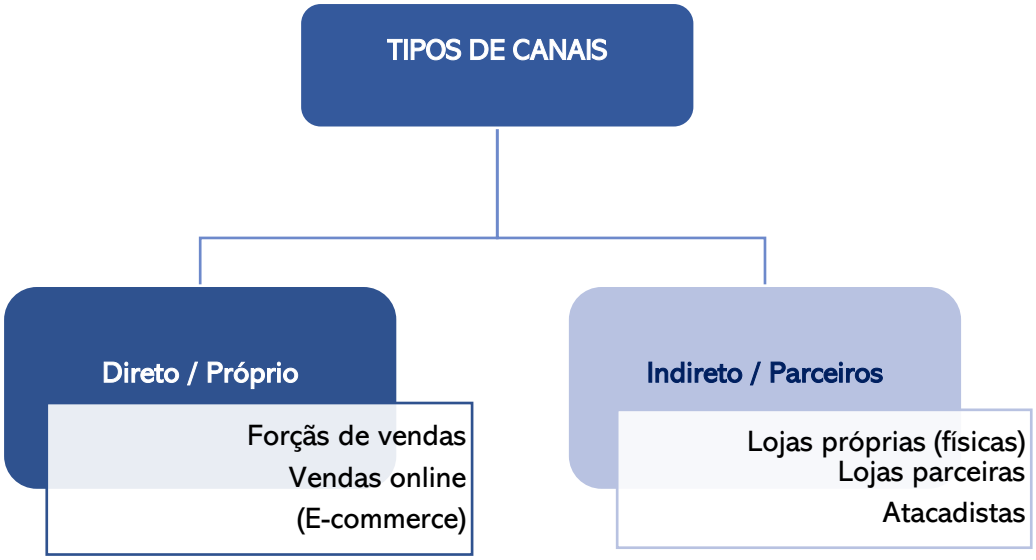
Após compreender os possíveis ganhos que o cliente poderá receber, deve-se destacar um benefício exclusivo que sua solução pode oferecer, destacando-se o que torna seu serviço/produto único. É aqui que entra a inovação. O que você tem de diferencial? Quais são os bônus que podem ser incluídos? As respostas para estas perguntas vão delinear sua proposta de valor.

CANAIS DE COMUNICAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO E VENDAS

Identificando a proposta de valor e o segmento de clientes, chega o momento de definir os canais através dos quais serão entregues os serviços/produtos e os tipos de relacionamento que se estabelecerá entre consumidor e fornecedor, a fim de conquistar e manter uma boa relação entre as partes.

Nesse processo, opte por uma linguagem clara e objetiva. Ao comunicar sua proposta de valor, seja em canais diretos ou indiretos, ela deve ser transmitida com total nitidez. Isso inclui uma linguagem de fácil acesso que permita a qualquer pessoa entender a mensagem transmitida. Posto que, nesses canais inclui todo o fluxo comunicacional que envolve: conhecimento sobre o serviço/produto; avaliação da proposta de valor; aquisição; entrega; assistência pós-venda e feedback do cliente.

Abaixo são ilustrados os tipos de canais de comunicação, distribuição e vendas. Antes de selecioná-los, você precisa compreender as particulares e implicações de cada canal que podem influenciar na escolha de uso, principalmente quando se fala de espaço físico ou meio digital.



Por fim, esta etapa finaliza com o bloco de **relacionamento com clientes**, que pode ser motivado pela ampliação de vendas, conquista e/ou retenção de clientes. Com base no "Guia essencial para novos empreendedores" de Rosa, Couto e Gomes (2015), será apresentado a seguir as principais formas de relacionamento com clientes:

ASSISTÊNCIA PESSOAL

- É baseado na interação. O cliente se comunica diretamente com um representante da empresa durante a venda ou pós-venda na loja, pelo telefone ou e-mail.

ASSISTÊNCIA PERSONALIZADA

- Envolve um representante para cada cliente. Esse tipo de relação é comum, por exemplo, nos serviços especiais de bancos, onde um gerente se dedica a atender um grupo de clientes de alta renda.

SERVIÇOS AUTOMATIZADOS

- Para esse tipo de relacionamento é preciso combinar atendimento automatizado com processos definidos. Por exemplo, lojas virtuais que ofertam produtos de acordo com compras anteriores.

COMUNIDADES

- Muitas empresas mantêm comunidades on-line que permitem aos usuários trocar conhecimentos. Comunidades podem ajudá-lo a conhecer melhor seus clientes.

Fonte: adaptado de SEBRAE (2015).

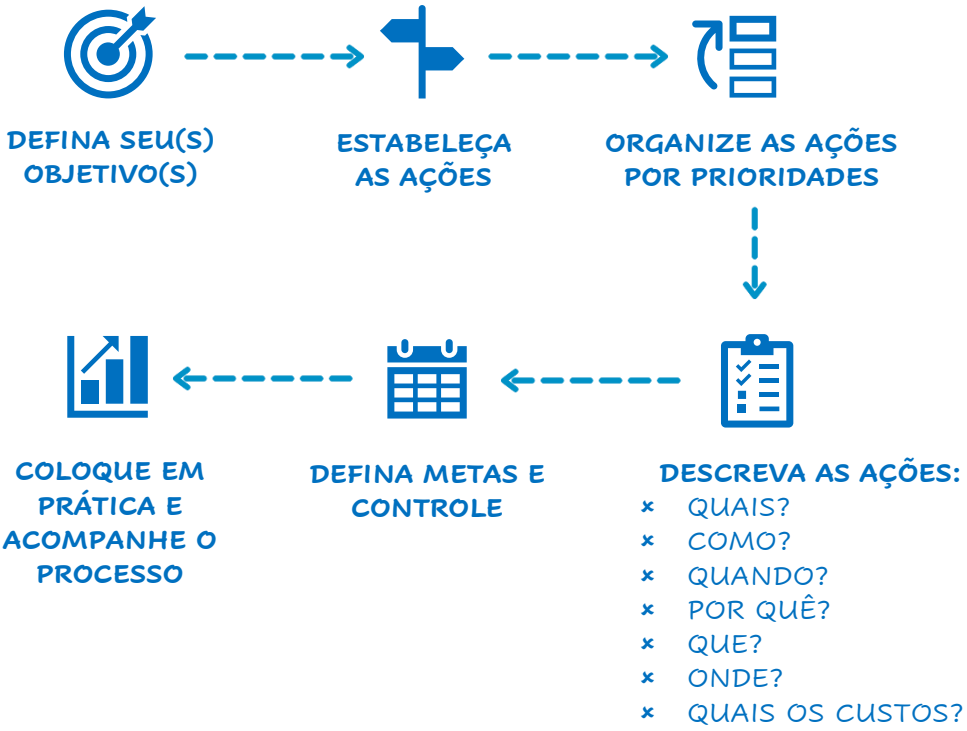
"Já não basta simplesmente satisfazer clientes: é preciso encantá-los".

Philip Kotler

PLANO DE AÇÃO

Para executar com maestria o que foi estabelecido nos blocos anteriores, mostra-se necessário organizar as ideias e planejar como serão colocadas em prática. É hora da ação!

Em síntese, o plano de ação é uma lista de ações a serem executadas para o alcance de um determinado objetivo. Pense nele como um mapa que irá guiá-lo nas melhorias que serão realizadas em seu modelo de negócios, seja uma ação promocional, um plano de marketing, mudanças ou incrementos operacionais. Para isso, em concordância com SEBRAE-SP (2019), deve-se executar as seguintes etapas[30]:



[30] Para mais informações confira o e-book "Como fazer um plano de ação" do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo (SEBRAE-SP), disponível em: http://arquivos.sebraesp.com.br/AnexosConteudoApoioPublicacao/234/Como_fazer_um_plano_de_ação.pdf.

FICA A DICA!

Embora haja diversos programas de incubadoras empresariais e de parque tecnológicos direcionados para o desenvolvimento das microempresas, ainda existe uma parcela considerável de iniciativas empreendedoras que optam pela economia informal.

isso acontece devido aos trâmites burocráticos para a abertura e manutenção das empresas, ou até mesmo, à falta de informação sobre como efetuar o processo de formalização, seja microempresa OU Microempreendedor Individual (MEI).

COMO FORMALIZAR UMA MICROEMPRESA

- 1º passo - Verifique sua situação fiscal
- 2º passo - Faça uma consulta prévia do nome empresarial
- 3º passo - Elabore um contrato social (contém o regimento interno do negócio)
- 4º passo - Abra um CNPJ
- 5º passo - Providencie os alvarás de funcionamento
- 6º passo - Faça a Inscrição Estadual
- 7º passo - Cadastre sua empresa junto à Receita Federal e Previdência Social

COMO SE TORNAR UM MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)

Quanto ao MEI, é considerado uma nova oportunidade de os microempresários formalizarem seu trabalho de maneira autônoma, efetuando suas obrigações fiscais legalmente, para garantir uma futura aposentadoria, aquilo que o emprego informal não garante.

Em síntese, é necessário cumprir alguns requisitos para que um empresário seja enquadrado como MEI:

- trabalhar por conta própria;
- não ser sócio ou titular de outra empresa;
- ter um faturamento anual inferior a R$ 60 mil;
- ter, no máximo, um funcionário que receba um salário-mínimo.

1º passo - Conheça as regras e benefícios do MEI dispostos na Lei nº 128/2008

2º passo - Verifique as atividades permitidas para o MEI e certificar-se que seu negócio se enquadra nas diretrizes

3º passo - Preencha as informações cadastrais no formulário de inscrição disponpivel no site Gov.br

REFERÊNCIAS

ASSOCIATION OF INDEPENDENT INFORMATION PROFESSIONALS. **Listing in the AIIP Business and/or Member Directory**. 2020. Disponível em: https://www.aiip.org/Service-Offerings. Acesso em: 25 abr. 2020.

HEREDIA, Rafael. A oportunidade e a mitologia. **Pequenas empresas e grandes negócios**. 2015. Disponível em: https://revistapegn.globo.com/Colunistas/Rafael-Heredia/noticia/2015/04/oportunidade-e-mitologia.html. Acesso em: 27 jan. 2020.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Iwan Setiawan. **Marketing 4.0**. Tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro, Sextante, 2017.

OSTERWALDER, Alex; PIGNEUR, Yves. **Business Model Geration**: inovação em modelos de negocios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

PAIVA, Rodrigo Oliveira de; POTHER, Suelem Gadelha. Informação jurídica: conhecendo definições. *In*: ENCONTRO REGIONA DE ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO, CIEÊNCIA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO. 15., 2012. Juazeiro do Norte. **Anais** [...] Juazeiro do Norte: Universidade Federal do Cariri, 2012. Disponível em: https://brapci.inf.br/index.php/res/download/86196. Acesso em: 04 jul. 2021.

ROSA, Cláudio Afrâncio; COUTO, Gustavo Marques; LAGE, Marcelo Gomes. **O guia esencial para novos empreendedores**: modelagem e Proposta de valor. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2015.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Cartilha**: o quadro de modelo de negócios: um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios. SEBRAE: Brasília, 2013. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/ES/Anexos/ES_QUADROMODELODENEGOCIOS_16_PDF.pdf. Acesso em: 7 jun. 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **O novo marco legal da Ciência, Tecnologia e Inovação**. 2018. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-novo-marco-legal-de-ciencia-tecnologia-e-inovacao,8603f03e7f484610VgnVCM1000004c00210aRCRD. Acesso em: 23 jun. 2021.

SILVA, André Luiz Freire. As crises como oportunidades: otimizando processos, custos e produtos. In: FUNDAÇÃO DEMÓCRITO ROCHA. **Gestão e liderança**: empreender em tempos de crise. UECE: Fortaleza, 2020. Disponível em: https://cursos.fdr.org.br/pluginfile.php/693865/mod_resource/content/3/GESTAO%20E%20LIDERANCA%20-%20F2-compactado.pdf. Acesso em: 12 nov. 2020.

APÊNDICE B - LEGISLAÇÃO EMPRESARIAL BRASILEIRA

Quadro 9 - Legislação nacional voltada para o desenvolvimento das micro/pequenas empresas

Legislação	Núm. e data de criação	Finalidade
Lei da Inovação	nº 10.973 02 dez. 2004	Dispõe sobre medidas de incentivo à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo, com vistas à capacitação tecnológica, ao alcance da autonomia tecnológica e ao desenvolvimento do sistema produtivo nacional e regional do país.
Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar ou Lei do Simples Nacional)	nº 123 14 dez. 2006	Institui o Estatuto Nacional da Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, estabelecendo normas gerais relativas ao tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado a esses empreendimentos no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.
Lei da Rede Nacional para Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios (REDESIM)	nº 11.598 03 dez. 2007	Estabelece diretrizes e procedimentos para a simplificação e integração do processo de registro e legalização de empresários e de pessoas jurídicas, cria a Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios.
Lei do Microempreendedor Individual (MEI)	nº 128 19 dez. 2008	Altera a LC 123/2006 e estabelece a figura do microempreendedor individual.
Lei Complementar	nº 147 07 ago. 2014	Altera a LC 123/2006 e normatiza o processo de cobranças de taxas associativas para o MEI.
Decreto do Fórum Permanente das Micro e Pequenas Empresa	nº 8.364 17 nov. 2014	Regulamenta o Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, instância consultiva governamental federal responsável por tratar dos aspectos não tributários relativos ao tratamento diferenciado e favorecido dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte.
Decreto do Marco Legal de Ciência, Tecnologia e Inovação	nº 9.283 07 fev. 2018	Estabelece medidas de incentivo à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo, com vistas à capacitação tecnológica, ao alcance da autonomia tecnológica e ao desenvolvimento do sistema produtivo nacional e regional.
Lei das *Startups*	nº 167 24 abr. 2019	Modifica a LC 123/2006, dispondo sobre a Empresa Simples de Crédito (ESC)[31] e o Inova Simples, um regime simplificado que facilita a criação e o desenvolvimento de startups e empresas de inovação.
Lei de Liberdade Econômica	nº 13.874 20 set. 2019	Institui a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica e estabelece normas de proteção à livre iniciativa e ao livre exercício de atividade econômica, bem como disposições sobre a atuação do Estado como agente normativo e regulado.
Decreto do Comitê Nacional de Iniciativas de Apoio à *Startups*	nº 10.122 21 nov. 2019	Institui o Comitê Nacional de Iniciativas de Apoio à *Startups*, com o objetivo de articular as iniciativas do Poder Executivo federal destinadas às empresas nascentes de base tecnológica que se enquadrem como *startups*.
Projeto de lei da Semana Nacional do Empreendedorismo Feminino (proposta)	nº 2.458 2019	Institui a Semana Nacional do Empreendedorismo Feminino ser comemorada, anualmente, em novembro, em todo o território nacional, com o propósito de conscientizar a população brasileira sobre os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras

Fonte: elaborado pela autora (2020).

[31] ESC é um tipo de negócio que realiza operações de empréstimos e financiamentos exclusivamente para MEI, microempresas e empresas de pequeno porte, utilizando-se exclusivamente de capital próprio.

APÊNDICE C - LISTA DAS EMPRESAS ANALISADAS

Quadro 10 - Serviços disponibilizados por cada empresa

Empresa	Serviços informacionais	Outros serviços	Site e/ou rede social
Acervo: organização de documentos	• Gestão documental (fiscal, financeiro, contábil e recursos humanos); • Organização e gerenciamento de Arquivo, Biblioteca e Centro de Documentação (CEDOC); • Atendimento a fiscalização trabalhista, tributária e previdenciária; • Elaboração da Tabela de Temporalidade Documental (TTD); • Rastreabilidade de documentos para atendimento a Fiscalização e Auditoria; • Gerenciamento Eletrônico de Documentos (GED); • Digitalização e higienização de documentos.	• Guarda móveis e objetos; • Cursos/palestras presenciais e *online*; • ONG Instituto Acervo.	https://www.acervo.com.br
Acesso Net: assessoria documental	• Conservação em obras raras; • Organização e gerenciamento de Bibliotecas; • Digitalização e higienização de documentos; • Normalização documentária (ABNT); • Organização de arquivo; • Pesquisa na internet.	• Curriculum via internet; • Digitação; • Leitura domiciliar; • Venda de acessórios para Bibliotecas e Arquivos; • Plastificação de livros; • Revisão ortográfica; • Translado de acervo; • Dedetização com veterinário registrado no conselho profissional.	https://acessoconsultoria.wordpress.com
Acesso Consultoria & Gestão da Informação	• Organização e gerenciamento de Bibliotecas; • Gerenciamento de conteúdo nas mídias sociais; • Implantação e gerenciamento de biblioteca digitais e repositórios; • Gerenciamento Eletrônico de Documentos (GED);	• Planejamento e implementação de cursos à distância.	https://acessoconsultoria.wordpress.com

	• Digitalização e higienização de documentos; • Resgate e preservação da memória institucional; • Web design (sites).		
ALT: serviços informacionais	• Processos editoriais em periódicos; • Elaboração e implantação de repositórios institucionais; • Consultoria e mentoria para processo seletivo de pós-graduação; • Transcrição de áudios.		https://www.facebook.com/altservicosinformacionais/
Apex: gestão de documentos	• Gestão documental (físicos e digitais); • Elaboração da Tabela de Temporalidade Documental (TTD); • Cadastro de documentos em banco de dados; • Digitalização e higienização de documentos; • Resgate e preservação da memória institucional.	• Atendimento da Comissão do MEC; • Treinamento de guarda de documentos.	http://www.apexged.com.br
Biblio 7	• Web design (site institucional, e-commerce, blog, portfólios e catálogos); • Gestão documental (físicos e digitais); • Normalização documentária (ABNT); • Arquitetura da informação; • Registro de ISBN.		https://biblio7.com.br
Biblio Ideias	• Marketing digital; • Mentoria para empreendedores e pequenas empresas; • Gerenciamento de conteúdo nas mídias sociais.	• Estamparia criativa.	https://biblioideias.blogspot.com
Bibliocoop	• Digitalização e higienização de documentos; • Normalização documentária o (ABNT); • Gestão documental (físicos e digitais); • Organização e gerenciamento de Bibliotecas e Arquivos; • Gestão da Informação.	• Cursos preparatórios; • Qualificação profissional; • Oficinas; • Promoção de eventos culturais e sociais; • Incentivo à Leitura e à Música.	https://bibliocoop.webnode.com
Bibliohelp	• Gerenciamento Eletrônico de Documentos (GED); • Digitalização e higienização de documentos; • Memorial descritivo acadêmico; • Serviços personalizados ao pesquisador (ResearchID, ORCID, Google Acadêmico);		https://www.facebook.com/BibliohelpConsultoria/

	• Cálculo do Fator H; • Mapeamento de fontes informacionais.		
Bibliotec	• *Clippings*; • Organização e gerenciamento de Arquivo, Biblioteca e Centro de Documentação (CEDOC); • Gestão documental; • Mapeamento de fontes informacionais; • Web design; • Implantação de software gerenciador de informações.	• Treinamento de pessoal.	http://www.bibliotec.com.br
BL Normalização: assessoria acadêmica	• Processos editoriais; • Verificação de plágio; • Cadastro e atualização do Lattes; • Mapeamento de fontes informacionais; • Normalização documentária (de acordo com ABNT); • Informatização de Bibliotecas. • Implantação e informatização de Bibliotecas.	• Tradução; • Revisão ortográfica.	https://www.facebook.com/blnormalizacao/
CDM Gestão da Informação	• Gestão documental (físicos e digitais); • Digitalização e higienização de documentos.	• Locação de equipamentos para digitalização de documentos.	https://www.facebook.com/CDM-Gestão-da-Informação-169550973119724/
Control Informação e Documentação	• Gestão documental (físicos e digitais); • Organização e gerenciamento de Biblioteca e Centro de Documentação (CEDOC); • Digitalização e higienização de documentos; • Mapeamento de fontes informacionais (legislação).	• Guarda física de documentos; • Alocação de recursos.	https://control.com.br
eBig - Biblioteconomia e Gestão	• Organização e gerenciamento de Biblioteca e Centro de Documentação (CEDOC); • Mapeamento de fontes informacionais; • Elaboração de resumo de trabalhos; • Normalização documentária (ABNT); • Cadastro e atualização do *Lattes*; • Gestão documental (físicos e digitais).	• Organização de eventos.	https://www.facebook.com/ebigbiblioteconomiaegestao/
eDOC BRASIL	• Orientações para publicação em periódico científico - *Open Journal Systems* (OJS); • Normalização documentária (ABNT);		https://edocbrasil.com.br

	• Registro de ISBN.		
GEDBIBLIO	• Elaboração da Tabela de Temporalidade Documental (TTD); • Gestão documental (físicos e digitais); • Indexação e *upload* de documentos.		https://gedbiblio.com/elementor-190/
Guzzo Projetos	• Gestão de processos organizacionais (Laboratório de co-criação); • Gestão da Informação e do Conhecimento; • Implantação e gerenciamento de biblioteca digitais e repositórios.	• Cursos de qualificação; • Eventos e treinamentos.	http://guzzoprojetos.com
Indexare	• Gestão da Informação; • Gestão financeira; • Gestão de inovação (incentivos fiscais); • Diagnóstico 360º; • Modelagem de negócios; • Mapeamento de fontes informacionais (inteligência setorial para decisão); • *Coachig*.	• Treinamentos.	http://www.indexare.com.br
Info Content: gestão da informação	• Gestão de processos organizacionais; • Gestão documental (físicos e digitais); • Elaboração da Tabela de Temporalidade Documental (TTD); • Gestão da Informação e do Conhecimento; • Informatização de Bibliotecas; • Digitalização e higienização de documentos; • Resgate e preservação da memória institucional; • Gerenciamento Eletrônico de Documentos (GED).		http://www.infocontent.com.br

Info Millenium	• Gestão documental (físicos e digitais); • Informatização de Bibliotecas; • *Clippings;* • Elaboração de normas e procedimentos empresariais (administrativos e financeiro) • Resgate e preservação da memória institucional; • Gerenciamento Eletrônico de Documentos (GED).	• Guarda física de documentos; • Tradução Simultânea (inglês, francês e espanhol); • Higienização de unidades de informação; • Planejamento inteligente de espaços.	http://www.infomilenio.com.br/servicos/default.asp
Innova Gestão: consultoria em informação	• Gestão de processos organizacionais; • Gestão documental (físicos e digitais); • Gestão da Informação e do Conhecimento; • Resgate e preservação da memória institucional; • Elaboração da Tabela de Temporalidade Documental (TTD); • Informatização de Bibliotecas; • Mapeamento de fontes informacionais.		https://innovagestao.com.br
Innovare: serviços informacionais	• Informatização de Bibliotecas; • Mapeamento de fontes informacionais; • Transcrição de áudios e vídeos; • Consultoria acadêmica; • Sistematização de dados; • Normalização documentária; • Gestão da Informação; • Consultoria e mentoria para processo seletivo de pós-graduação; • Elaboração de resumo de trabalhos; • Cadastro e atualização do *Lattes;* • Gestão documental.	• Innovare social (projetos de incentivo à leitura, educação e cultura); • Círculo de biblioterapia; • Correção ortográfica e gramatical; • Cursos e oficinas.	https://www.instagram.com/innovare.si/
Lepidus Tecnologia	• Periódicos em nuvens; • Eventos em nuvens; • Grupos em nuvens.	• Cursos de qualificação à distância.	https://lepidus.com.br/periodicosemnuvens/
Metodológica Gestão da Informação	• Transcrição de áudios e vídeos; • Processos editoriais (diagramação); • Registro de ISBN e ISSN; • Gestão documental;		https://metodologica.info

	• *Personal organizer*; • Digitalização e higienização de documentos; • Informatização de Bibliotecas; • Gestão documental (físicos e digitais); • Elaboração da Tabela de Temporalidade Documental (TTD); • Conservação em obras raras; • Resgate e preservação da memória institucional; • Cadastro e atualização do *Lattes*.		

Fonte: elaborado pela autora (2021).