



EMPREENDEDORISMO NA BIBLIOTECONOMIA:

*guia
prático*

PARA ESTRUTURAR
SEU NEGÓCIO

**BARBARA SANTORO FONSECA
DAYANNE PRUDENCIO**

2025



Universidade Federal do Estado Rio de Janeiro - Unirio

REITOR

Prof. Dr. José da Costa Filho

VICE-REITORA

Prof^a. Dra. Bruna Silva do Nascimento

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
BIBLIOTECONOMIA - PPGB
MESTRADO PROFISSIONAL EM BIBLIOTECONOMIA - MPB**

COORDENADOR

Prof. Dr. Marcos Miranda

AUTORA DO PRODUTO EDUCACIONAL

Barbara Santoro Fonseca

COAUTORA DO PRODUTO EDUCACIONAL

Prof^a. Dra. Dayanne da Silva Prudencio.

DIAGRAMÇÃO

Aline Cristine Land Eckert

IMAGENS DE CAPA

Pinterest

RIO DE JANEIRO

2025

DESCRIÇÃO TÉCNICA DO PRODUTO

ORIGEM: Trabalho de dissertação do Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia -PPGB, campus Rio de Janeiro

ÁREA DE CONHECIMENTO: Biblioteconomia.

PÚBLICO ALVO: Bibliotecários e estudantes de Biblioteconomia, e outros interessados que se identifiquem com a temática.

CATEGORIA: Guia de sugestão sobre empreendedorismo como estruturar o seu negócio.

FINALIDADE: Orientar bibliotecários que querem empreender com autonomia, estruturar seu negócio, evitar erros e transformar conhecimento em renda.

DISPONIBILIDADE: Irrestrita, preservando-se os direitos autorais e a proibição do uso comercial do produto.

DIVULGAÇÃO: Disponível em formato digital nos periódicos da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO.

INSTITUIÇÃO ENVOLVIDA: Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	7
---------------------	----------

1 PRÁTICAS EMPREENDEDORAS NO CAMPO DA BIBLIOTECONOMIA	12
--	-----------

2 JORNADA EMPREENDEDORA: POR ONDE COMEÇAR?	16
2.1 Identificação de oportunidades e necessidades de mercado	18
2.2 Pesquisa de Mercado e Análise da Concorrência	24

3 FORMALIZAÇÃO: CNPJ E TIPOS DE SOCIEDADES	29
3.1 Começando pelo CNPJ	29
3.2 MEI	30
3.3 Empresário Individual	41
3.4 Sociedade em Nome Coletivo e Comandita Simples	42
3.5 Sociedade Limitada	44
3.6 Sociedade Anônima (S.A.)	46
3.7 Sociedade em Comandita por Ações	48

4 MODELO DE NEGÓCIO	52
4.1 Diferenças entre Modelo de Negócio e Plano de Negócio?	56
4.2 Tipos de Modelos de Negócio	58
4.3 Plano de Negócio	60

5 ESTRUTURANDO UM MODELO DE NEGÓCIO EM BIBLIOTECONOMIA COM O BUSINESS MODELOCANVAS	65
5.1 Desenvolvendo uma proposta de valor	69
5.2 Identificação do perfil do cliente	70
5.3 Estratégias para entregar seu produto ou serviço ao cliente	72
5.4 Tipos de relacionamentos com o cliente	75
5.5 Recursos iniciais necessários para o funcionamento do negócio	75
5.6 Atividades-chave para entregar sua proposta de valor	79
5.7 Definição de parceiros de negócios	81
5.8 Definição de preço para seu serviço ou produto	84

6 INVESTIMENTOS PARA EMPREENDER	87
6.1 Divulgação	87
6.2 Gestão de recursos financeiros	92
6.3 Ferramentas de facilitação da jornada empreendedora	97

7 INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E EMPREENDEDORISMO: ALGUMAS FERRAMENTAS	120
--	------------

8 NOSSO ATÉ LOGO: EXPECTATIVA DO SEU SUCESSO	111
---	------------

REFERÊNCIAS	114
--------------------	------------

ANEXOS	
ANEXO A - Business Model Canvas.	119

APRESENTAÇÃO

De acordo com a Agência Sebrae (2024), 70% da população brasileira está envolvida em atividades empreendedoras. A mesma agência aponta que o Brasil possui mais de 90 milhões de empreendedores formalizados. Neste contexto, tem crescido o número de bibliotecários que veem no empreendedorismo uma opção de atuação e desenvolvimento profissional.

Portanto, este documento tem como objetivo fornecer orientações de boas práticas aos bibliotecários para estruturação das operações de suas empresas e alavancar seus negócios. Em segundo plano, pretendemos que você perceba que é possível empreender mesmo sem abrir uma empresa. Isto é, você também pode ajudar a fazer a organização que já atua crescer, sua universidade. etc.

O empreendedorismo é um modo de pensar e uma prática. Nesse sentido, convidamos você a começar refletindo sobre:

Suas motivações para empreender.

De acordo com o Relatório GEM (Global Entrepreneurship Monitor), a motivação para empreender pode ser atribuída a dois fatores principais que influenciam a decisão de iniciar um negócio: a necessidade e a oportunidade (IBQP, 2003).

- **Empreender por necessidade** refere-se a indivíduos que, devido à perda do emprego ou à falta de alternativas de ocupação, buscam no empreendedorismo uma forma de gerar renda e garantir sua sobrevivência, iniciando assim um negócio.
- **Empreender por oportunidade**, por outro lado, caracteriza aqueles que identificam uma oportunidade de mercado ou desejam realizar o sonho de ter seu próprio negócio.

Além dessas causas primárias, existem outras razões que podem levar uma pessoa a empreender, como a busca por recompensas, a percepção de sucesso e a disposição para assumir riscos. Essas motivações adicionais serão exploradas e argumentadas por autores que defendem esses fatores como influentes no processo empreendedor.

A questão das recompensas não se limita apenas a aspectos financeiros, mas também

envolve fatores como autonomia e realização pessoal. Segundo *Salim et al.* (2004), abrir o próprio negócio vai além do aumento da renda, sendo uma escolha que permite traçar os rumos desejados e alcançar a autonomia proporcionada pela gestão independente. Enquanto algumas pessoas buscam riqueza e prosperidade financeira, outras priorizam uma vida diferente, pautada por mais autonomia e satisfação.

Degan (2009), por sua vez sustenta o que motiva uma pessoa a abrir seu próprio negócio está relacionado a diversos fatores, entre os quais:

- O desejo de ganhar mais dinheiro do que seria possível como empregado;
- A vontade de sair da rotina do trabalho formal e implementar suas próprias ideias;
- A aspiração de assumir o controle do próprio futuro, sem a necessidade de prestar contas a terceiros;
- A necessidade de provar para si mesmo e para os outros a capacidade de realizar um empreendimento;
- O anseio de desenvolver algo que proporcione reconhecimento e benefícios, tanto para si quanto para a sociedade.

Quanto à questão do sucesso, segundo Dolabela (1999, p. 46), os empreendedores possuem seus próprios critérios para defini-lo, seguindo a lógica do autor ao dividir esses critérios em dois grupos:

Aqueles para os quais o sucesso é definido pela sociedade (objetivo) e aqueles que têm uma noção interna do sucesso (subjetivo). Não há nenhum estudo que diga que uma ou outra categoria tenha maior sucesso. Mas aqueles que têm uma noção interna do sucesso possuem mais facilidade de alcançar a autorrealização. Quanto mais alto for o nível cultural, mais frequente se torna o estabelecimento de padrões internos de sucesso.

Com base nos fatores apresentados e nas perspectivas de cada autor, fica mais claro entender e identificar o que motiva um empreendedor a iniciar essa jornada.

Nessa linha, este guia é um convite ao aprendizado e ao empreendedorismo na Biblioteconomia.

Benefícios deste Guia:

- Simplificado
- Prático
- Linguagem acessível
- Focado no campo da Biblioteconomia

Desejamos uma excelente leitura, bons negócios e uma jornada de aprendizado!

Barbara Santoro Fonseca

1 PRÁTICAS EMPREENDEDORAS NO CAMPO DA BIBLIOTECONOMIA

Para compreender as atividades que os bibliotecários empreendedores podem desempenhar, é fundamental entender o conceito de empreendedorismo. Dornelas (2014, p. 22) define o empreendedor como alguém que “detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizá-la, assumindo riscos calculados”.

Dornelas (2014) apresenta que comumente os empreendedores optam por essa jornada motivados pela paixão pelo que fazem; pela criatividade ao utilizar os recursos disponíveis para transformar o ambiente ao seu redor; e a disposição de assumir os riscos inerentes ao negócio, inclusive o de fracasso.

Na figura 1 sintetizamos essas dimensões:

Figura 1 - Iniciativa de criar um negócio.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Dando sequência ao pensamento de Dornelas (2014), há um mito comum de que a principal motivação para empreender é a obtenção de lucro, embora esse aspecto seja relevante. Contudo, muitos empreendedores buscam outras motivações, como independência, autonomia, liberdade para desenvolver suas ideias, autorrealização, superação de desafios e a oportunidade de realizar seus sonhos.

Mas e a Biblioteconomia nisso tudo?

A profissão de bibliotecário no Brasil é considerada do tipo liberal, conforme estabelecido pela Lei 4.084, de 30 de junho de 1962 (Brasil, 1962). Isso significa que os profissionais liberais exercem sua atividade com liberdade e autonomia para trabalhar com ou sem vínculo empregatício, sempre sob a supervisão de órgãos reguladores, conforme o Estatuto da Confederação Nacional das Profissões Liberais (CNPL, 2018).

Essa configuração permite-lhes atuar de forma autônoma e especializada em diversas áreas, ao mesmo tempo exige o desenvolvimento de novas competências. Algumas dessas áreas são apresentadas na figura 2:

Figura 2 - Novas Formas de Trabalho para o Bibliotecário.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Assim, o bibliotecário se destaca na prestação de serviços, mostrando habilidade para atuar em diversos ambientes com foco na informação, independentemente de seu suporte.

Nessa altura você deve estar se perguntando por onde começar, discutiremos isso a seguir.

2 JORNADA EMPREENDEDORA: POR ONDE COMEÇAR?

As transformações tecnológicas e digitais impactaram as práticas informacionais, e, com isso, a atuação dos bibliotecários foi redesenhada para atender às novas demandas da 'Sociedade da Informação'. Essa mudança trouxe novas bases conceituais, estruturas físicas e virtuais, além de tecnologias voltadas para o aprendizado e a aquisição de conhecimento de forma mais ampla. Nesse cenário, o bibliotecário, com suas habilidades em gestão da informação e organização de dados, pode desenvolver soluções como plataformas de curadoria de informações, serviços de gestão da informação, desenvolver produtos digitais, entre outros. Portanto, sua atuação vai além dos ambientes tradicionais das bibliotecas.

Na visão de Pinheiro, Franco e Graça (1987, p. 105), o bibliotecário tem a capacidade de "vender seu know-how¹ ou seja, seus conhecimentos e

¹ *Know-how* é um termo em inglês que se refere ao conhecimento prático e especializado que uma pessoa adquire através da experiência ou aprendizado ao realizar uma atividade específica.

técnicas para lidar com a informação". Assim, o campo de atuação do bibliotecário vai além das bibliotecas tradicionais, ampliando suas possibilidades para qualquer ambiente de informação, incluindo o empreendedorismo. Essa evolução tem levado a uma redefinição do perfil profissional, tal como observado por Marchiori (1996, p. 31), “o bibliotecário não é mais visto como uma figura isolada em quatro paredes, mas como um empreendedor que busca visibilidade e impacto”.

Para iniciar essa jornada empreendedora, é essencial ter uma ideia que atenda a uma necessidade do mercado, permitindo assim a criação de um produto ou serviço direcionado a um público específico.

Figura 3 - Jornada Empreendedora.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Além disso, é essencial elaborar um plano de negócios detalhado, que inclua metas claras, definição do público-alvo, análise da concorrência e, por fim, garantir recursos financeiros para viabilizar o funcionamento do negócio.

Nessa altura você deve estar se perguntando, como identificar as oportunidades e necessidades do mercado, vamos lhe ajudar.

2.1 Identificação de oportunidades e necessidades de mercado

O empreendedor é aquele que tem a capacidade de identificar oportunidades que passam despercebidas por outras pessoas. Segundo Dornelas (2014), ele é um excelente identificador de oportunidades devido à sua curiosidade e atenção às informações; consegue extrair boas ideias do que todos veem, mas não conseguem transformar em algo prático e real.

Para Dornelas (2014, p. 39), "uma ideia isolada não tem valor se não for convertida em algo viável que atenda a um público-alvo em um nicho de mercado pouco explorado. Isso é detectar uma oportunidade". Assim, para identificar oportunidades e necessidades de mercado, segundo Dornelas (2014), são necessárias três etapas: **ideia, público-alvo e mercado-alvo**.

A fim de buscar ideias que possam se tornar oportunidades de negócios, o empreendedor deve ser observador, aberto a diferentes culturas e

disposto a ouvir e se manter informado sobre a sociedade. Uma das técnicas mais utilizadas para gerar ideias é o brainstorming. Como afirma Dornelas (2014, p. 42):

Uma das formas mais conhecidas de estimular a criatividade e gerar novas ideias é o método de brainstorming, que se baseia no fato de que as pessoas são incentivadas a produzir novas ideias quando estão em grupo, reunidas com outras. Para manter o foco, o grupo estabelece algumas regras básicas, sempre evitando limitar a criatividade dos participantes.

Neste estágio, não é necessário se preocupar com a viabilidade da ideia, pois isso pode limitar o processo criativo do empreendedor. O essencial é registrar todas as ideias e, em seguida, avaliar a viabilidade de sua implementação e as oportunidades disponíveis. Se uma ideia não for viável, é importante descartá-la para evitar perda de tempo. Caso uma ideia se mostre promissora, será necessário validar se ela realmente atende a um público-alvo em um nicho de mercado pouco explorado.

A seguir, compartilhamos alguns aplicativos que podem ajudá-lo na hora de registrar e sistematizar duas ideias.

registrar todas as ideias e, em seguida, avaliar a viabilidade para sua implementação e as oportunidades disponíveis. Se uma ideia não for viável, é importante descartá-la para não perder tempo. Caso uma ideia se mostre promissora, será necessário validar se ela realmente atende a um público-alvo em um nicho de mercado pouco explorado.

✓ *Idea Manager*

Este é um aplicativo ideal para ajudar a criar ideias do zero. Seu objetivo é incentivar a criatividade e o surgimento de ideias através de associações, muitas vezes até inusitadas.

O Idea Manager oferece quatro funções principais:

- **Wordstorming:** A partir de um problema apresentado, o aplicativo gera palavras aleatórias em quatro categorias: gadgets, verbos, itens gerais e adjetivos. O desafio é relacionar essas palavras ao seu problema.
- **Curiosity:** Essa função convida você a observar ao redor e identificar situações ou problemas fora do comum, buscando causas ou soluções possíveis para eles.

- ***Alien Hybrids***: O aplicativo cria itens híbridos a partir de substantivos aleatórios, como “uma pá que também é cadeira” ou “um micro-ondas que é também um computador”. A partir dessas ideias, é possível gerar novas inspirações.
- ***Pic-A-Boo***: O aplicativo exibe uma imagem aleatória e estimula você a escrever ideias ou associações relacionadas a ela. Caso as ideias se esgotem, é possível trocar a imagem e continuar.

É um aplicativo fácil de usar, porém em inglês. Se você tem familiaridade com o idioma, vale a pena tentar.

✓ ***Solo Brainstorming***

Este aplicativo gera uma nuvem de palavras para estimular o surgimento de ideias. Você pode escolher entre diferentes durações de brainstorming: Rápido (10 minutos), Longo (20 minutos), Pessoal (personalizado até 120 minutos) ou ilimitado. O temporizador pode ser visualizado durante o processo.

É ideal para quem busca foco, além de incluir instruções de relaxamento antes de começar, o

aplicativo possui um design agradável. O processo começa com um problema ou situação, e você adiciona palavras associadas a esse tema.

Depois, o aplicativo organiza as palavras em uma nuvem. A partir daí, basta tocar na tela e escrever todas as ideias que surgirem. Ele é fácil de usar e pode gerar ótimas ideias. Está disponível em português.

✓ **Idea Growr**

O Idea Growr foi desenvolvido para ajudar no desenvolvimento de ideias iniciais, por meio de perguntas direcionadas. Você insere a ideia no aplicativo e, então, acessa perguntas de várias categorias: Aplicativo, Negócios, Realização, Pessoal, Sociedade e Startup. Também há uma categoria chamada "Suas Próprias Perguntas" e uma outra chamada "Tolice", com perguntas inusitadas.

Cada categoria apresenta diversas perguntas relacionadas ao tema, acompanhadas de exemplos de respostas. É possível desativar categorias de perguntas conforme necessário. Abaixo das perguntas, há um campo para anotações, e também é possível salvar ou favoritar as ideias.

Este aplicativo é fácil de usar e pode ser muito útil quando explorado corretamente. A versão está disponível em português, e, apesar de algumas traduções literais, o uso é bastante acessível.

- ***Mindly***



Este aplicativo é bastante simples e intuitivo. Ele organiza suas ideias por meio de associações em balões que giram em torno de um ponto central. Ao tocar em um balão, ele se expande, permitindo a criação de novas associações.

É excelente para organizar ideias mais maduras. Além de um design agradável, o aplicativo permite personalizar balões com diferentes cores e emojis, facilitando a criação de indicadores como prós e contras.

Disponível em português, o aplicativo facilita o acesso rápido às ideias que você escreve, pois as informações ficam salvas de forma bastante acessível.

- ✓ ***XMind***

É um aplicativo para criar mapas mentais, permitindo uma visualização completa das ideias e

suas associações. Você começa com uma ideia principal no centro e, em seguida, adiciona subtópicos.

Permite criar várias caixas de texto, setas, listas de subtópicos e itens flutuantes. O layout é intuitivo, com ícones, o que facilita o uso, mesmo sendo em inglês.

Ele ainda oferece uma caixa de comandos rápidos para modificar as cores, destacar ou riscar tópicos, e salva o progresso na nuvem, permitindo acessá-lo também pelo PC.

Existem muitos outros aplicativos focados em criatividade, cada um abordando o bloqueio de uma maneira diferente. O importante é não deixar de anotar suas ideias.

Você concorda que só ideia não é suficiente, portanto, a seguir falamos da pesquisa de mercado e análise da concorrência, instrumentos essenciais para o empreendedor.

2.2 Pesquisa de Mercado e Análise da Concorrência

A pesquisa de mercado tem como objetivo coletar, analisar e interpretar dados sobre um mercado específico, incluindo consumidores, concorrentes e o ambiente geral.

Através deste instrumento, é possível compreender melhor as necessidades e comportamentos dos clientes, conhecer a concorrência, avaliar a participação no mercado e identificar riscos que possam afetar o negócio.

Portanto, a pesquisa ajuda empresários e empreendedores a reconhecer e compreender seu público-alvo, influenciando diretamente as estratégias da empresa, bem como ajuda a identificar estratégias de marketing, melhora a interação dos consumidores com os produtos ou serviços e pode ser um ponto de partida essencial para impulsionar as vendas. Como afirma Dornelas (2014, p. 144), “[...] toda a estratégia de negócio depende de como a empresa abordará seu mercado consumidor, sempre procurando se diferenciar da concorrência, agregando maior valor a seus produtos/serviços, com intuito de conquistar clientes continuamente”.

Para viabilizar a introdução de uma ideia no mercado, é indispensável um conhecimento aprofundado do ambiente de atuação para desenvolver uma estratégia de marketing eficaz. Dornelas (2014) destaca que, sem essa base de conhecimento, é impossível transformar uma ideia em um lançamento de sucesso.

Mas nada de achar que pesquisa de mercado é moleza; pelo contrário, pode ser desafiadora. Afinal envolve refletir como a organização se relaciona e se relacionará com os consumidores e como oferecerá valor para se destacar da concorrência.

Uma das maneiras de realizar a pesquisa de mercado é por meio do mapeamento da área onde o seu negócio atuará, adotando uma visão macro do mercado. Isso permite visualizar as estratégias a serem aplicadas em diferentes situações. Nessa linha, a chamada matriz SWOT (*Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* e *Threats*, ou seja, Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) desponta como um instrumento interessante.

Segundo Dornelas (2014), essa abordagem ajuda a identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Veja a imagem abaixo:

Figura 4 - JSWOT.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Embora a matriz SWOT seja muito utilizada e eficiente, ela não é a única ferramenta.

Dessa forma, tem crescido o número de ferramentas de análise de concorrência, capazes de monitorar, entender as estratégias e avaliar o desempenho dos concorrentes no mercado. Em geral, essas ferramentas coletam e analisam dados sobre o comportamento desses concorrentes, fornecendo insights valiosos. Vamos te oferecer algumas dicas:

Quadro 1 - Ferramentas de análise de concorrência.

Nome	Para que serve
Process Mapping	Trata-se de um mapeamento de todos os processos e atividades realizadas no empreendimento. Essa ferramenta é essencial para a execução das tarefas, pois, quando bem definida, agiliza significativamente o fluxo de trabalho (Marchetti, 2016).
Google Trends	identifica tendências de busca e monitora o interesse do público por temas específicos facilitando na criação de conteúdo.
Facebook Audience Insights	Esta ferramenta gratuita do Facebook ajuda a entender o perfil do público dos concorrentes, fornecendo dados demográficos e de interesse.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Tendo a ideia, compreendendo o mercado e a concorrência é hora de se formalizar. Vamos nessa.

3 FORMALIZAÇÃO: CNPJ E TIPOS DE SOCIEDADES

3.1 Começando pelo CNPJ

O Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) é uma formalização importante, que abre oportunidades de crédito e alavancagem das vendas.

Para que o bibliotecário obtenha um CNPJ, é necessário seguir alguns passos que variam conforme o tipo de empresa. Em geral, na área de Biblioteconomia, inicia-se com o chamado cadastro de Microempreendedor Individual (MEI), mas existem outros tipos de sociedades empresárias (Natureza Jurídica); vejamos:

- Sociedade em Nome Coletivo
- Sociedade em Comandita Simples
- Sociedade Limitada
- Sociedade Anônima
- Sociedade em Comandita por Ações

Vamos discutir cada uma dessas modalidades.

3.2 MEI

O Microempreendedor Individual (MEI) é uma figura jurídica estabelecida pela Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, que visa formalizar milhões de brasileiros que atuavam na informalidade. O registro pode ser feito de forma online, permitindo ao empreendedor obter um CNPJ e desfrutar dos direitos e deveres de uma pessoa jurídica.

O MEI possui um limite de faturamento anual em 2025 de R\$81 mil, o que equivale a uma média mensal de R\$6.750,00, e oferece diversos benefícios, conforme indicado no site do Portal do Empreendedor (Brasil, 2025).

De acordo com a Lei Complementar 123/2006, que criou o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, profissionais de "atividades intelectuais", como o bibliotecário, não podem exercer funções privativas da profissão sob o regime de MEI (Brasil, 2006). Isso ocorre porque o MEI é voltado para profissionais cujas atividades não são regulamentadas por leis específicas, enquanto a profissão de bibliotecário é regulamentada há mais de 60 anos.

2 Para realizar o registro, basta acessar o site:
<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>.

Portanto, o bibliotecário não pode ser MEI para atuar em áreas como organização de bibliotecas, elaboração de fichas catalográficas, classificação, indexação e catalogação de acervos.

Porém, o bibliotecário pode ser MEI para exercer atividades que não são privativas da profissão, como atuar como editor de jornais, restaurador de livros, entre outras. Em resumo, não é permitido abrir um MEI para realizar atividades exclusivas da profissão, mas atividades paralelas ou complementares podem ser realizadas nesse regime.

O bibliotecário que atua como celetista, isto é, com carteira assinada, também pode abrir uma microempresa para exercer uma atividade paralela, mas perde o direito ao seguro-desemprego em caso de demissão sem justa causa. Existem algumas situações em que o trabalhador não pode se tornar MEI ou em que essa opção é permitida apenas parcialmente, conforme observado abaixo:

QUEM NÃO PODE SER MEI?

Conforme Brasil (2023), existem cinco tipos de casos em que não é possível registrar-se como MEI, na figura abaixo:

Figura 5 - Quem não pode ser MEI.



1- Quem recebe benefício do Benefício de Prestação Continuada da Assistência Social/Lei Orgânica de Assistência Social (BPC/LOAS), ou o seu tutor.



2- Quem recebe aposentadoria por invalidez;
3- Quem é pensionista e servidor público federal em atividade. Neste caso, os critérios podem variar de acordo com as respectivas legislações, estaduais ou municipais.



4- Quem é estrangeiro com visto provisório;
5- Quem é titular, sócio ou administrador de outra empresa.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

QUEM NÃO SE PODE SER FORMALIZADO COMO MEI?

Segundo Brasil (2023), a legislação estabelece situações que impedem a formalização do trabalhador como MEI. A seguir, listam-se quatro dessas situações:

Figura 6 - Quem não pode ser formalizado como MEI.

- 

1- Quando se é Servidor Público Federal em atividade;
2- Servidores públicos estaduais e municipais devem observar os critérios das respectivas legislações, que podem variar conforme o estado ou município.
- 

3- Quando se é pensionista do RGPS/INSS inválido. O pensionista inválido que se formalizar como MEI ou realizar qualquer outra atividade é considerado recuperado e apto ao trabalho; portanto, deixará de receber a pensão.
- 

4- Quando se é titular, sócio ou administrador de outra empresa, possui mais de um estabelecimento e se é sócio de sociedade empresária de natureza contratual ou administrador de sociedade empresária, sócio ou administrador em sociedade simples.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Após entender os casos que impedem o registro, vamos abordar as condições gerais para a formalização como MEI:

Figura 7 - Os requisitos gerais para formalização como MEI.

- 

1- Faturar até R\$ 81 mil por ano;
- 

2- Possuir até um(a) empregada(o) fixa(o); 3- Não ter participação em outra empresa;
- 

4- Exercer atividades permitidas pelo Simples Nacional.

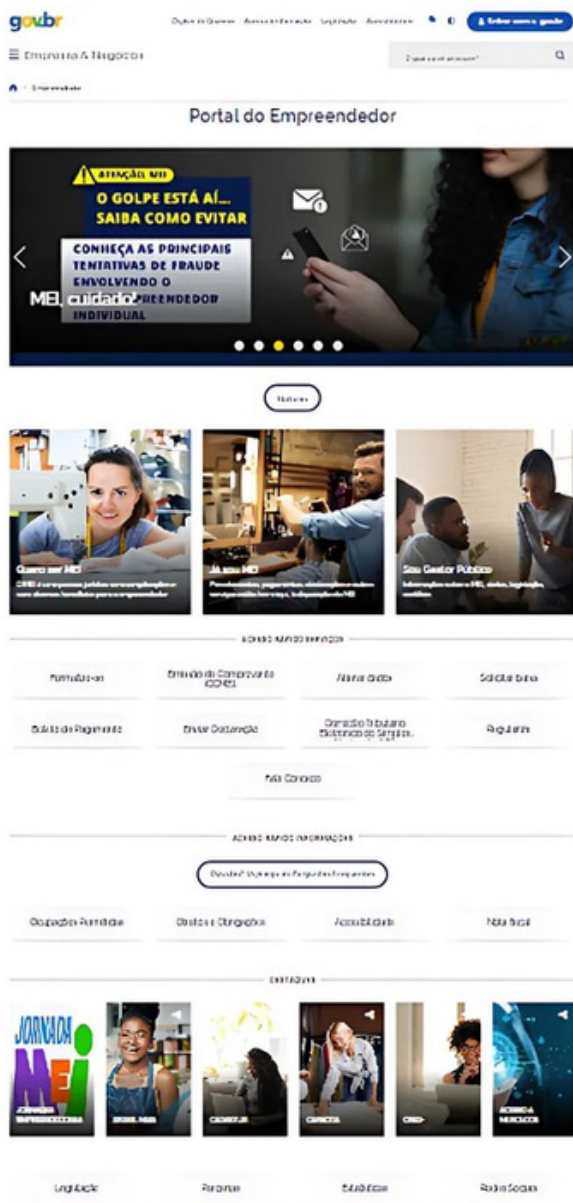
Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Neste guia, o objetivo é te orientar, por isso apresentamos o passo a passo para abrir seu MEI.

PASSO A PASSO PARA ABRIR O MEI

- Basta acessar o portal de serviços do governo federal, a plataforma gov.br pelo site: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor;>

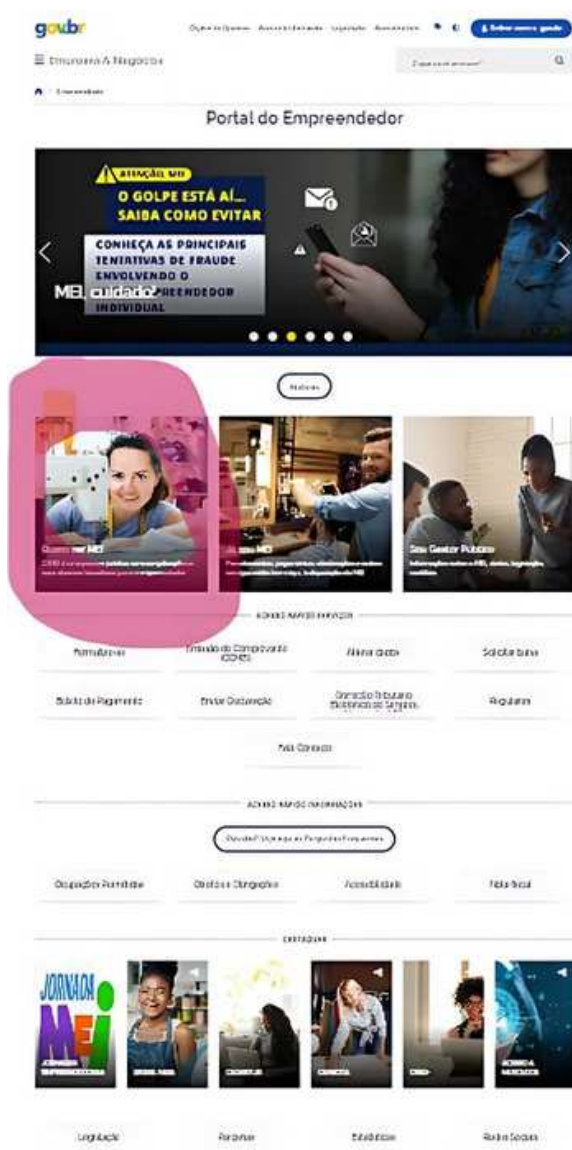
Figura 8 - Portal do Empreendedor.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

- Clique no banner “Quero ser MEI”;

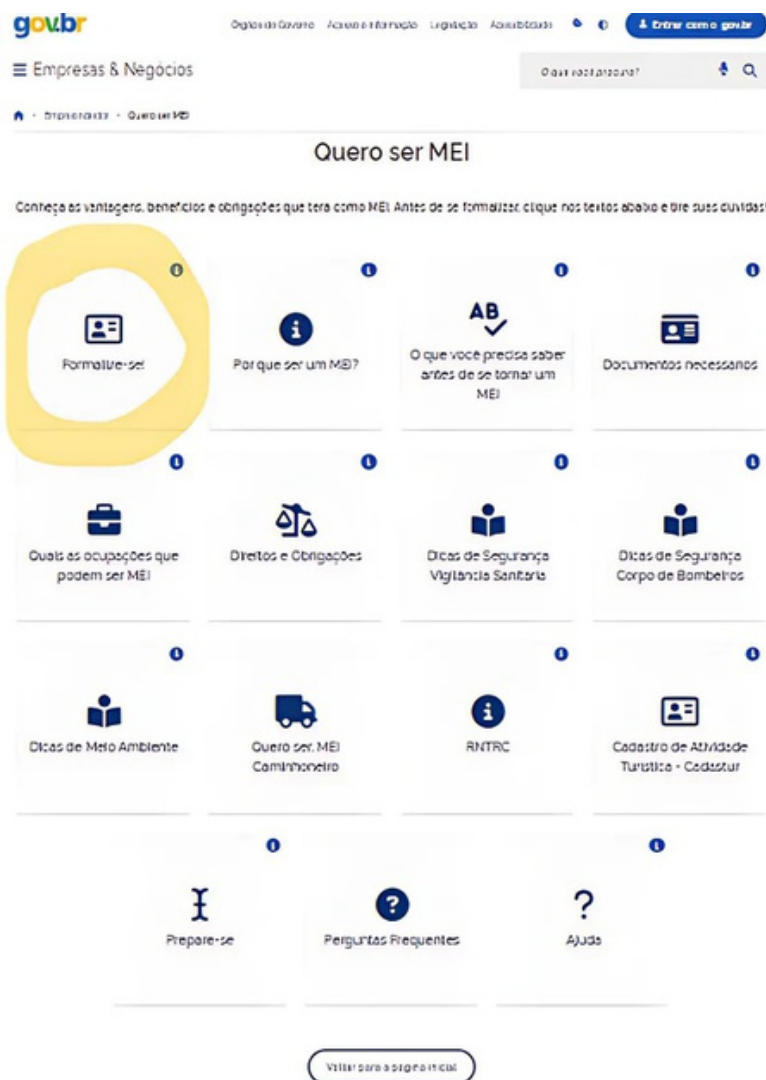
Figura 9 - Banner quero ser MEI.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

- Clique no banner;

Figura 10 - Formalize-se.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

- Confira seus dados pessoais e informe o número da identidade, órgão emissor, telefone para contato, e-mail, nome fantasia (opcional) e o capital social (valor mínimo de R\$1,00).
- Selecione a atividade principal (apenas uma).
- Se houver mais de uma atividade, escolha as atividades secundárias (até 15).
- Defina a forma de atuação, como "estabelecimento fixo", "internet", entre outras;
- Preencha os endereços comercial e residencial.
- Marque as três declarações, clique em "CONTINUAR", verifique os dados, clique em "CONFIRMAR" e depois em "CONTINUAR".
- Por fim, imprima o Certificado do Microempreendedor Individual (CCMEI).

Figura 11 - CCMEI

Certificado de Condição de Microempreendedor Individual

Titular

Nome: [Nome Completo]
 CPF: [Número do CPF]
 RG: [Número do RG]
 Data de Nascimento: [Data]
 Endereço: [Endereço Completo]
 Cidade: [Cidade]
 UF: [UF]
 CEP: [CEP]

Atividade Principal

Código: [Código da Atividade]
 Descrição: [Descrição da Atividade]

Capital Social

Valor: [Valor em R\$]

Observações

[Espaço para observações]

Assinatura

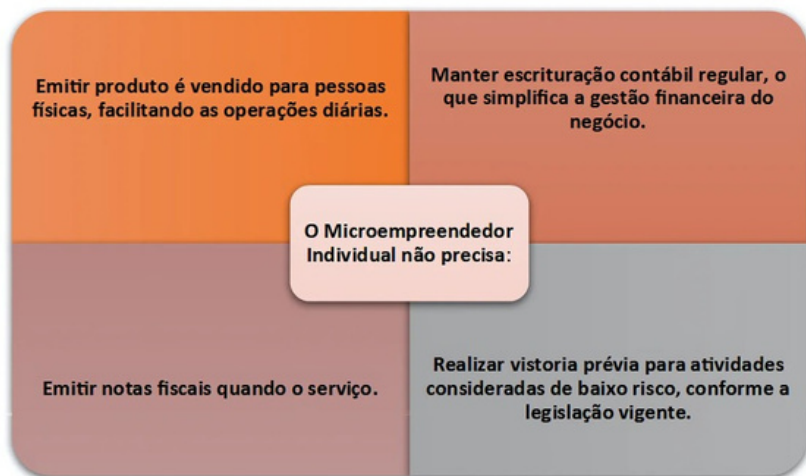
[Assinatura Digital]

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A formalização do MEI é gratuita; porém, é necessário pagar uma taxa mensal cujo valor varia conforme a atividade exercida. Essa taxa é recolhida por meio do Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS). O pagamento do DAS deve ser feito mensalmente, e o valor da contribuição do MEI é ajustado anualmente de acordo com os reajustes do salário mínimo. O pagamento deve ser realizado até o dia 20 do mês seguinte.

Após o cadastro MEI, é necessário acessar o site da Receita Federal do Brasil para imprimir o CNPJ, além de cumprir outras obrigações.

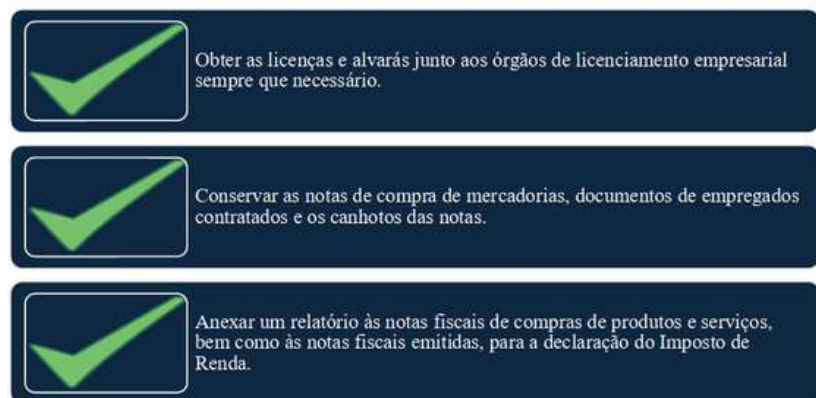
Figura 12 - O Microempreendedor Individual não precisa.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Obrigações do MEI:

Figura 13 - O que o MEI deve ter.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

CUIDADO COM O GOLPE

É importante estar atento às cobranças recebidas por correio, e-mail ou mensagens de celular relacionadas a serviços de inscrição, alteração, baixa, assessoramento ou filiação a qualquer entidade, pois isso pode caracterizar fraude.

Em suma, o MEI é uma oportunidade interessante para a formalização e primeiro contato com as formalizações do empresariado.

Mas não parou; vamos seguir conhecendo as outras naturezas jurídicas possíveis.

3.3 Empresário Individual

No Brasil, o primeiro Código Comercial foi instituído na década de 1850, sendo posteriormente substituído pela Lei 10.406/02. Com o desenvolvimento do comércio, surgiu o termo "empresário", definido no artigo 966 do Código Civil. Assim, de acordo com o Código Civil, em seu art. 966, define o empresário como:

Considera-se empresário quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços. Parágrafo único. Não se considera empresário quem exerce profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, ainda com o concurso de auxiliares ou colaboradores, salvo se o exercício da profissão constituir elemento de empresa (Brasil, 2002).

Nesse tipo de sociedade, não há distinção legal entre o patrimônio pessoal do empresário e o da empresa, o que implica que o empresário assume responsabilidade ilimitada pelas obrigações comerciais.

De acordo o Código Civil, art. 972, "pode exercer a atividade de empresário os que estiverem em pleno gozo da capacidade civil e não forem legalmente impedidos" (Brasil, 2002). Assim,

o próprio Código Civil, art. 3, descreve quem é incapaz de exercer tais funções: "São absolutamente incapazes de exercer pessoalmente os atos da vida civil os menores de 16 (dezesesseis) anos" (Brasil, 2002).

As condições gerais para se formalizar como empresário individual:

Quadro 2 - Orientações para formalização como Empresário individual.

Atuação individual	Responsabilidade do empresário	Exigência de capital social	Responsabilidade limitada
Sem sócios	Limitada ao capital social (valor do investimento, em dinheiro ou bens);	Integralizado no mínimo de 100 salários-mínimos;	Protege o patrimônio pessoal do empresário por meio da separação patrimonial. A EIRELI é uma pessoa jurídica com patrimônio próprio, distinta da pessoa física do empreendedor e de seus bens pessoais

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Havendo sócios, há outros tipos de sociedades, como:

3.4 Sociedade em Nome Coletivo e Comandita Simples

A Sociedade em Nome Coletivo pode ser formada exclusivamente por sócios pessoas físicas, os quais respondem de maneira solidária e ilimitada pelas obrigações da empresa, incluindo em casos de execução, conforme disposto no Código Civil, art. 1.039:

Somente pessoas físicas podem tomar parte na sociedade em nome coletivo, respondendo todos os sócios, solidária e ilimitadamente, pelas obrigações sociais. Parágrafo único. Sem prejuízo da responsabilidade perante terceiros, podem os sócios, no ato constitutivo, ou por unânime convenção posterior, limitar entre si a responsabilidade de cada um (Brasil, 2002).

Na Sociedade em Nome Coletivo, a administração é de responsabilidade de um dos sócios, conforme estabelecido no Código Civil, art. 1.042: “A administração da sociedade compete exclusivamente a sócios, sendo o uso da firma, nos limites do contrato, privativo dos que tenham os necessários poderes.

Na Sociedade em Comandita Simples há duas categorias de sócios: os comanditados e os comanditários. Os primeiros respondem ilimitadamente pelas obrigações e bens da empresa, enquanto os segundos têm responsabilidade limitada ao valor investido em suas quotas, conforme no Código Civil, art. 1.045.

Na sociedade em comandita simples tomam parte sócios de duas categorias: os comanditados, pessoas físicas, responsáveis solidária e ilimitadamente pelas obrigações sociais; e os comanditários, obrigados somente pelo valor de sua quota. Parágrafo único. O contrato deve discriminar os comanditados e os comanditários (Brasil, 2002).

Certamente você já leu muitas vezes sociedade LTDA, mas o que significa isso? Vamos te explicar.

3.5 Sociedade Limitada

Trata-se da abertura de uma empresa com uma ou mais pessoas no quadro societário, sejam elas físicas ou jurídicas, que deverão desenvolver os bens e serviços descritos no contrato social, conforme o Código Civil, art. 1.052, § 1º: “Na sociedade limitada, a responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. A sociedade limitada pode ser constituída por 1 (uma) ou mais pessoas”(Brasil, 2002).

Conforme o Código Civil, art. 993, o Contrato Social é o documento oficial que define as regras e condições de funcionamento de uma empresa, conforme:

O contrato social produz efeito somente entre os sócios, e a eventual inscrição de seu instrumento em qualquer registro não confere personalidade jurídica à sociedade. Parágrafo único. Sem prejuízo do direito de fiscalizar a gestão dos negócios sociais, o sócio participante não pode tomar parte nas relações do sócio ostensivo com terceiros, sob pena de responder solidariamente com este pelas obrigações em que intervier (Brasil, 2002).

Sociedades limitadas são aquelas em que o capital social é representado por quotas, e a responsabilidade dos sócios é limitada ao valor do capital social investido, “o capital social divide-se em quotas, iguais ou desiguais, cabendo uma ou diversas a cada sócio” (Brasil, 2002, art. 1.055).

De acordo com o Código Civil, a Sociedade Limitada pode ser feita por um ou mais sócios ou por terceiros, escolhidos em contrato social ou em ato separado, conforme o art. 1060. Além disso, caso o administrador que não é sócio, seja escolhido precisa ser aprovada por no mínimo 2/3 dos sócios, como pode ser observado no artigo 1061: “A designação de administradores não sócios dependerá da aprovação de, no mínimo, 2/3 (dois terços) dos sócios, enquanto o capital não estiver integralizado, e da aprovação de titulares de quotas correspondentes a mais da metade do capital social, após a integralização”. Para formalizar a aceitação do cargo, há necessidade ter a nomeação através da assinatura de um “termo de posse”, que a registra oficialmente de acordo com o artigo 1064, do Código Civil (Brasil, 2002).

Outro ponto que deve ser analisado é a parte financeira da empresa, e a forma de fazer isso é

por meio da elaboração de um balanço patrimonial e um balanço de resultado econômico, que devem ser realizados com base em um inventário, conforme estabelece o Art. 1.065 do Código Civil (Brasil, 2002).

Assim, a Sociedade Limitada é uma opção viável para quem deseja empreender, especialmente quando o negócio envolve mais de uma pessoa. Ela oferece segurança jurídica ao proteger o patrimônio pessoal dos sócios, limitando a responsabilidade ao capital social. Além disso, possibilita facilidade na entrada e saída de sócios, permitindo que, com um contrato bem estruturado, seja possível removê-los de maneira prática. Sua estrutura clara também garante uma governança bem definida entre os sócios.

Organizações mais complexas e de capital mais elevado, podem organizar-se como uma Sociedade Anônima (S.A.).

3.6 Sociedade Anônima (S.A.)

Diferente de outras sociedades, a S.A. é regida por uma legislação específica, a Lei 6.404/1976 (Brasil, 1976), conhecida como Lei das Sociedades por Ações. Essa lei detalha todos os aspectos

relacionados à criação, funcionamento e dissolução da S.A., bem como as regras para emissão de ações, distribuição de lucros e governança. Quando essa legislação não for suficiente, aplicam-se as disposições do Código Civil como complemento.

Aqui trataremos apenas no Código Civil; de acordo com o art. 1.088, o capital da S.A. é dividido em ações, e cada sócio, chamado de acionista, possui uma ou mais dessas ações. Dessa forma, cada acionista é responsável somente pelo valor das ações que adquirir, o que significa que ele pode perder apenas o montante investido nessas ações. Isso protege o patrimônio pessoal do acionista, de maneira semelhante à proteção oferecida pela Sociedade Limitada, conforme os arts. 1.088 e 1.089 do Código Civil (Brasil, 2002).

Dito de outra forma, trata-se de um tipo de empresa em que o capital social é dividido em ações, e os acionistas são donos dessas ações. Nessa estrutura, os acionistas não são pessoalmente responsáveis pelas dívidas da empresa, o que significa que sua responsabilidade é limitada ao valor das ações que possuem. As ações podem ser compradas e vendidas, o que

facilita a entrada e saída de investidores. Existem dois tipos principais: as sociedades anônimas abertas, cujas ações podem ser negociadas na bolsa de valores, e as fechadas, que não têm suas ações disponíveis publicamente. A gestão da empresa é feita por um conselho de administração e uma diretoria executiva.

Esse tipo de sociedade é recomendado para empreendedores que buscam a expansão de seus negócios, pois permite captar recursos no mercado de capitais e manter uma estrutura de governança profissional.

3.7 Sociedade em Comandita por Ações

A Sociedade em Comandita por Ações é regida pela Lei 6.404/76, especificamente nos artigos 280 a 284, e complementada pelas disposições do Código Civil de 2002.

Assim como na Sociedade Anônima, o capital da Sociedade em Comandita por Ações é dividido em ações, o que permite que a empresa capte recursos de diferentes acionistas, segundo o art. 1.090 de acordo com o Código Civil (Brasil, 2002).

Somente os acionistas podem administrar a sociedade, sendo chamados de diretores. Os

diretores têm uma responsabilidade subsidiária e ilimitada pelas obrigações da empresa. Isso significa que, caso a sociedade não consiga cumprir com suas obrigações financeiras, os diretores podem ter seus patrimônios pessoais afetados após esgotados os bens da empresa, segundo o art. 1.091 de acordo com o Código Civil (Brasil, 2002).

Os diretores são nomeados no ato constitutivo da empresa, o que formaliza a criação da sociedade. Diferente de outras sociedades, nesta não há um prazo determinado para o mandato dos diretores, permitindo que ocupem o cargo por tempo indefinido até que seja tomada uma decisão para destituí-los. A destituição, no entanto, exige a aprovação de acionistas que possuam, no mínimo, dois terços do capital social, conforme o art. 1.091, § 2º, do Código Civil (Brasil, 2002).

Mesmo após ser removido do cargo ou renunciar, o diretor permanece responsável pelas obrigações assumidas durante o período em que esteve no cargo. Essa responsabilidade se estende por um prazo de dois anos após sua saída, conforme o art. 1.091, § 3º, do Código Civil (Brasil, 2002).

Após a apresentação de cada tipo de sociedade, foi elaborado um quadro comparativo para facilitar a tomada de decisão na escolha da sociedade mais adequada ao seu negócio. O objetivo é destacar os pontos favoráveis e as diferenças entre os principais tipos de sociedades, auxiliando os bibliotecários empreendedores a fazerem a melhor escolha para o seu negócio.

Quadro 3 - As diferenças de tipos de Sociedade.

Tipo de sociedade	Fatores Favoráveis	Diferenças
Empresário Individual	- Simplicidade na constituição - Não exige sócios	- Responsabilidade ilimitada: o patrimônio pessoal responde pelas dívidas da empresa - Não há separação legal entre bens pessoais e empresariais
Sociedade em Nome Coletivo	- Exclusivamente formada por sócios pessoas físicas - Administração interna, gerando controle sobre a empresa	- Responsabilidade solidária e ilimitada dos sócios pelas obrigações sociais (todos os sócios respondem pelos débitos da empresa)
Sociedade em Comandita Simples	- Diferenciação entre sócios comanditados (responsáveis ilimitados) e comanditários (responsáveis apenas pelo valor das suas quotas)	- Sócios comanditados possuem responsabilidade ilimitada e solidária - Sócios comanditários têm participação financeira, sem envolvimento na administração
Sociedade Limitada (LTDA)	- Proteção do patrimônio pessoal dos sócios, responsabilidade limitada ao capital social - Flexibilidade na entrada e saída de sócios - Governança clara entre sócios - Possibilidade de captar recursos no mercado de capitais	- Regras rígidas sobre a integralização do capital social - Exige um contrato social bem estruturado
Sociedade Anônima (S.A.)	- Responsabilidade limitada ao valor das ações - Estrutura de governança profissional - Ideal para grandes negócios - Capital dividido em ações	- Regida pela Lei das S.A. (Lei nº 6.404/76) - Dividida em ações, sendo os sócios chamados de acionistas - Administração formal e regulamentada
Sociedade em Comandita por Ações	- Responsabilidade limitada dos acionistas - Possibilidade de captar recursos por meio de ações - Proteção dos acionistas	- Diretores (acionistas) têm responsabilidade ilimitada e subsidiária pelas obrigações - Administração restrita aos acionistas - Diretores não têm mandato com prazo determinado

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Agora que já conhecemos como conhecer nossa concorrência, identificar oportunidades e formalizar o negócio é hora de pensar em expandir e a chave é ter um modelo de negócio bem estruturado.

4 COMPREENDENDO O MODELO DE NEGÓCIO

Um modelo de negócio é a forma como uma empresa organiza suas atividades para gerar valor e lucro. Este instrumento descreve como a empresa cria, entrega e captura valor para seus clientes e para si mesma. Isso inclui aspectos como os produtos ou serviços que a empresa oferece, como os vende, quem são seus clientes-alvo, como ela se organiza financeiramente e como sustenta suas operações. Em outras palavras, o modelo de negócio é o "plano" que define como uma empresa funciona gera receita.

No contexto histórico, o tema surge no trabalho dos suíços Osterwalder e Pigneur (2011), que criaram o **Business Model Canvas**.

Osterwalder (2008, p. 15, tradução nossa) explica que se trata de:

Uma ferramenta conceitual que contém um conjunto de elementos e seus relacionamentos e permite expressar a lógica de ganhar dinheiro de uma empresa. É uma descrição do valor que uma empresa oferece a um ou vários segmentos de clientes e a arquitetura da empresa e sua rede de parceiros para criação, comercialização e entrega deste valor e capital de relacionamento, a fim de gerar fontes de receitas lucrativas e sustentáveis.

A estrutura do modelo Canvas chegou ao Brasil por volta da década de 1960 e consiste em um quadro visual simples, dividido em nove blocos que abrangem áreas fundamentais de qualquer negócio.

Portanto, o Canvas representa uma ferramenta estratégica amplamente adotada por empreendedores com o objetivo de estruturar, de forma visual e simplificada, os principais elementos de seus negócios. Por meio dessa metodologia, as empresas conseguem delinear a criação e entrega de valor ao seu público-alvo, facilitando o planejamento e a tomada de decisões. Hoje, o modelo é amplamente reconhecido e aplicado em diversos contextos ao redor do mundo, como ilustrado na figura a seguir:

Figura 14 - Canvas.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Acreditamos que o Modelo de Negócios pode ser melhor descrito com nove componentes básicos, que mostram a lógica de como uma organização pretende gerar valor. Os nove componentes cobrem as quatro áreas principais de um negócio: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira. O Modelo de negócios é um esquema para a estratégia ser implementada através das estruturas organizacionais dos processos e sistemas (Osterwalder; Pigneur, 2011, p. 15).

Com o intuito de facilitar a compreensão dos nove componentes fundamentais do **Business Model Canvas**, o quadro a seguir oferece uma visão holística e integrada da operação

empresarial. Essa abordagem contribui para a tomada de decisões estratégicas mais assertivas e para a definição clara do posicionamento da organização no mercado, com o objetivo de gerar resultados sustentáveis por meio da função do modelo de negócio.

Quadro 4 - Resumo dos Nove Componentes do Business Model Canvas.

Componentes	Conceito	Definição	Exemplos
Segmentos de Clientes	Grupos específicos de clientes ou organizações que a empresa deseja atender	Identifica os diferentes grupos de pessoas ou empresas para os quais a empresa oferece produtos ou serviços, com base em características, necessidades e comportamentos.	Consumidores finais (B2C), pequenas e médias empresas (B2B), governo, usuários de um aplicativo etc.
Proposta de Valor	Valor que a empresa oferece aos clientes	Conjunto de benefícios que a empresa oferece para resolver os problemas ou satisfazer as necessidades dos clientes, diferenciando-se dos concorrentes.	Entrega rápida, conveniência, exclusividade, preço acessível, experiência personalizada, sustentabilidade, qualidade premium.
Canais	Meios de comunicação e entrega da proposta de valor	Formas pelas quais a empresa alcança os clientes para entregar produtos e serviços, podendo incluir canais de distribuição.	Loja física, e-commerce, marketplace, redes sociais, delivery, site próprio, aplicativos, parcerias com distribuidores.
Relacionamento com Clientes	Interação que a empresa mantém com os clientes	Define o tipo de vínculo que a empresa cria com cada segmento de clientes, podendo variar de atendimento personalizado a sistemas automatizados.	Atendimento ao cliente personalizado, programas de fidelidade, suporte pós-venda, automação de mensagens, e-mail marketing, chatbot no site.
Fontes de Receita	Formas de gerar receita a partir dos clientes	Representa os mecanismos através dos quais a empresa obtém receita de cada segmento de clientes, seja pela venda direta, assinatura, licenciamento, entre outros.	Vendas diretas, assinaturas, aluguel, licenciamento, vendas por volume, comissões.
Recursos-Chave	Ativos essenciais para a operação da empresa	São os recursos mais importantes que a empresa precisa para funcionar, como instalações, propriedade intelectual, pessoas e capital financeiro	Equipe qualificada, marca forte, tecnologia (como software), maquinário, estoque, propriedades intelectuais, redes de fornecedores.

Atividades-Chave	Ações essenciais que a empresa precisa realizar	As tarefas mais importantes que a empresa deve executar para entregar sua proposta de valor, como produção, marketing, gestão de redes ou plataformas.	Desenvolvimento de produto, marketing, logística, suporte ao cliente, produção, pesquisa e inovação.
Parcerias-Chave	Colaborações estratégicas para otimizar operações	Redes de fornecedores e parceiros que ajudam a empresa a operar, melhorar eficiência, compartilhar recursos ou reduzir riscos, como alianças estratégicas e fornecedores.	Fornecedores, influenciadores, distribuidores, parcerias de co-branding, empresas de tecnologia, empresas de logística.
Estrutura de Custos	Custos envolvidos na operação do modelo de negócio	Engloba todos os custos necessários para operar o modelo de negócio, incluindo custos fixos e variáveis, como aluguel, salários e matérias-primas.	Custos de produção, despesas com pessoal, gastos com tecnologia e manutenção, aluguel de instalações, marketing e publicidade, logística e distribuição.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Assim, torna-se mais evidente a distinção entre modelo de negócio e plano de negócio. Nesse momento você deve estar se perguntando se modelo de negócio e plano de negócio é a mesma coisa, então vamos explicar as diferenças.

4.1 Diferenças entre Modelo de Negócio e Plano de Negócio?

Para iniciar qualquer empreendimento, é essencial desenvolver um plano de negócios que inclua informações e projeções detalhadas sobre diversos aspectos, como mercado, estratégias, finanças, questões legais, recursos humanos e processos operacionais.

Segundo Gitahy (2018), o plano de negócios oferece uma descrição minuciosa de áreas cruciais

para a permanência da empresa no mercado. Entre os elementos abordados estão a descrição de produtos e serviços, análise da concorrência, estratégias de marketing, segmentação de clientes, estrutura societária, classificação tributária, organização interna, projeções financeiras e de retorno.

Não existe uma estrutura fixa para um plano de negócios, mas ele deve conter seções mínimas que possibilitem uma visão completa do empreendimento. Essas seções são essenciais para garantir uma compreensão abrangente do negócio. Conforme reforçado por Dornelas (2014), as seções devem seguir uma sequência lógica, pois isso facilita a leitura e a compreensão do plano por qualquer pessoa interessada.

O modelo de negócio tem como objetivo principal criar valor para atender a um público-alvo específico. Osterwalder e Pigneur (2011, p. 14), defendem que "um modelo de negócios descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização".

Sintetizamos as diferenças entre modelo de negócio e plano de negócio no quadro abaixo.

Quadro 5 - Diferença entre Modelo de Negócios e Plano de Negócio.

Aspecto	Modelo de negócio	Plano de negócio
Objetivo principal	Criar, entregar e capturar valor para um público-alvo específico	Descrever detalhadamente a estrutura operacional e as projeções de um negócio para viabilizar sua execução
Foco	Lógica de como a empresa gera valor e receita através de componentes-chave.	Planejamento estratégico e financeiro do empreendimento, incluindo aspectos operacionais e de mercado
Componentes Principais	9 componentes básicos: segmentos de clientes, proposta de valor, canais, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos principais, atividades-chave, parcerias principais e estrutura de custos.	Seções como: descrição de produtos/serviços, análise de mercado e concorrência, estratégias de marketing, plano financeiro, estrutura organizacional e projeções.
Nível de Detalhe	Focado em um esboço estratégico, geralmente resumido (ex.: Canvas).	Extenso e detalhado, abordando todas as áreas do negócio com informações aprofundadas.
Ferramentas Comuns	Business Model Canvas, Lean Canvas	Análise SWOT, projeções financeiras, plano de marketing, entre outras.
Tempo de Elaboração	Pode ser elaborado de forma mais ágil e revisado constantemente conforme o negócio evolui.	Geralmente requer mais tempo e um esforço maior para garantir uma visão detalhada e completa do negócio.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Agora que você já conhece a diferença, deve estar se perguntando se um modelo de negócio é aplicável a qualquer tipo de empreendimento, e a resposta é Não. Vamos entender o porquê?

4.2 Tipos de Modelos de Negócio

Serão apresentados os doze modelos de negócios, que incluem: B2C (*Business to Consumer*, ou Empresa para Consumidor), D2C (*Direct to Consumer*, ou Direto para o Consumidor), B2B (*Business to Business*, ou Empresa para Empresa), P2P (*Peer to Peer*, ou Pessoa para Pessoa), Franquia, Assinatura,

Freemium, Isca e Anzol, Negócios Sociais, SaaS (*Software as a Service*), Marketplace e Plataforma Multilateral. Para cada modelo, serão abordadas suas definições e exemplos práticos.

Quadro 6 - Os doze modelos de negócios.

Modelos de Negócios	Descrição	Exemplos/Características
B2B (<i>Business to Business</i>)	Transações comerciais entre empresas, envolvendo a venda de produtos ou serviços de uma empresa para outra.	Empresas comerciais, instituições e governo.
B2C (<i>Business to Consumer</i>)	Transações comerciais onde as empresas vendem diretamente para os consumidores finais.	Lojas virtuais, e-commerce, publicidade e estratégias para atrair consumidores.
D2C (Direto para o Consumidor)	Modelo onde os fabricantes de produtos ou serviços se comunicam diretamente com o consumidor final, sem intermediários.	Feiras livres, aplicativos de entrega como Uber Eats, iFood, Rappi, outlets, lojas de fábrica.
P2P (<i>Peer-to-Peer</i>)	Rede descentralizada onde dispositivos ou usuários compartilham recursos diretamente entre si, sem a necessidade de um servidor central.	Uber, Airbnb, Blablacar.
Marketplace	Diversidade de produtos e serviços: Vários vendedores com diferentes ofertas. Competição: Vendedores competindo por preço e opções. Acessibilidade: Facilidade para os consumidores acessarem múltiplas ofertas em um único local.	Plataforma que reúne diversos vendedores oferecendo uma gama ampla de produtos e serviços.
SaaS (<i>Software as a Service</i>)	Modelo de distribuição de software onde os aplicativos são hospedados por provedores de nuvem e disponibilizados via internet, eliminando a necessidade de instalação e gerenciamento local.	Exemplos: Google Drive, Dropbox, Salesforce, Office 365
Plataforma Multilateral	É um modelo de negócio que conecta diferentes grupos de usuários que dependem uns dos outros para gerar valor. Essas plataformas facilitam a interação entre dois ou mais tipos de participantes, criando um ecossistema no qual cada grupo contribui para o sucesso dos outros.	Airbnb: Conecta proprietários de imóveis com viajantes, criando um ambiente em que ambos os grupos se beneficiam da oferta e demanda de hospedagens.
Negócio	Foco em resolver problemas sociais ou ambientais específicos.	Exemplo: Grameen Bank
Social	- Envolvimento da comunidade e impacto social tangível. - Compromisso com mudanças positivas na sociedade.	(fundado por Muhammad Yunus), que oferece microcréditos para pessoas em situação de pobreza.
Isca e Anzol	Produto principal ("isca") vendido a um preço muito baixo ou com prejuízo. - Produto secundário ("anzol") vendido com alta margem de lucro. - Modelo de vendas contínuas.	Exemplo: Nespresso (máquinas de café baratas, cápsulas de café caras).

<i>Freemium</i>	Serviço básico gratuito, com opções avançadas pagas. - Modelo voltado para produtos digitais com baixo custo marginal. - Visibilidade ampliada, com conversão de usuários gratuitos em pagantes.	Exemplos: Spotify, GloboPlay (oferece conteúdo gratuito com assinatura para acesso completo).
<i>Assinatura</i>	Pagamento mensal automático para receber produtos ou serviços. - Conveniência, fidelização e economia de tempo. - Aumento da receita e repetição de compras.	Exemplos: Netflix, clubes de assinatura de vinhos, cosméticos etc.
<i>Franquia (Franchising)</i>	O franqueado paga taxas e royalties para usar a marca, produtos, serviços e modelo operacional do franqueador. - Suporte contínuo, reconhecimento de marca e redução de riscos. - Flexibilidade geográfica e liberdade relativa para o franqueado.	Exemplos: McDonald's, Subway, Havaianas (modelos de franquias no Brasil).

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

E aí, já pensou qual será o seu plano de negócio? Vamos aprender mais?

4.3 Plano de Negócio

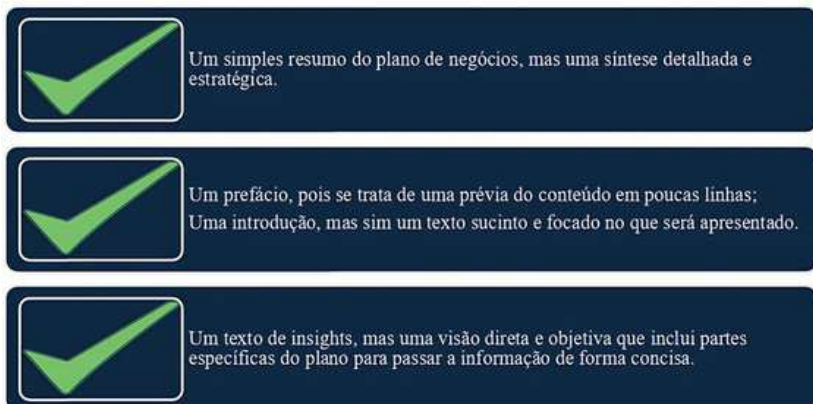
O Sumário Executivo é uma apresentação clara e objetiva do Plano de Negócios. No entanto, recomenda-se que ele seja elaborado por último, pois a conclusão do Plano de Negócio facilita a inclusão de informações essenciais no Sumário, sem omitir detalhes importantes, conforme destaca Dornelas (2023).

Embora seja a primeira seção a ser lida, o Sumário Executivo deve responder às perguntas fundamentais: “o quê”, “quanto, onde”, “como”, “por quê” e “quando”, oferecendo respostas como: “o negócio é...”, “nossa estratégia será...”,

“Os investimentos necessários são...”. Dessa forma, Dornelas (2023) orienta o leitor sobre os principais pontos do plano e desperta interesse pelo conteúdo.

De acordo com Dornelas (2023), é importante compreender que o sumário executivo não é como a figura 15 a seguir:

Figura 15 - O que não é Sumário Executivo.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Segundo Dornelas (2023, p. 5), o Sumário Executivo pode ser estruturado da seguinte maneira, conforme apresentado na figura a seguir:

Figura 16 - Apresentação do Sumário Executivo.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

E como escolher o modelo de negócio mais adequado?

Para escolher o modelo de negócio ideal, Dornelas (2014) destaca que o empreendedor deve fazer algumas perguntas essenciais para garantir que seus critérios pessoais estejam alinhados com o compromisso empreendedor. Algumas dessas perguntas incluem:

"Essa é a oportunidade da sua vida?"

"Você se imagina trabalhando nesse setor e explorando oportunidades nele daqui a 5, 10 ou 15 anos?"

"Você está disposto a deixar seu emprego atual, sabendo que pode passar anos sem receber a mesma remuneração, benefícios ou regalias?"

Ao refletir sobre essas questões, o empreendedor ganha clareza acerca de sua decisão de empreender.

O próximo passo é avaliar qual modelo de negócio se alinha melhor à criação de valor que o empreendedor deseja oferecer ao seu público-alvo específico. Este modelo deve ser estruturado com base no **Business Model Canvas**,

conforme proposto por Osterwalder e Pigneur (2011), o objetivo é garantir que o negócio seja organizado de maneira eficaz e coerente.

O próximo passo é avaliar qual modelo de negócio se alinha melhor à criação de valor que o empreendedor deseja oferecer ao seu público-alvo específico. Este modelo deve ser estruturado com base no *Business Model Canvas*, conforme proposto por Osterwalder e Pigneur (2011), para garantir que o negócio seja organizado de maneira eficaz e coerente.

5 ESTRUTURANDO UM MODELO DE NEGÓCIO EM BIBLIOTECONOMIA COM O BUSINESS MODEL CANVAS

A aplicação dos modelos de negócio na Biblioteconomia pode ajudar os profissionais da área a se posicionarem estrategicamente no mercado, permitindo a criação de soluções mais eficazes e sustentáveis para seus negócios.

Ainda assim, reforçamos a importância de realizar uma análise do modelo de negócio escolhido, verificando se ele está alinhado à criação de valor para atender a um público-alvo de nicho pouco explorado. Isso se resume a identificar oportunidades, como sugerido por Dornelas (2014).

Um dos maiores desafios que muitos bibliotecários enfrentam não é tirar a ideia do papel, mas encontrar as estratégias de marketing mais adequadas para o seu negócio.

Nessa linha, sugerimos a utilização do Canvas para orientar estrategicamente, ajudando a traçar o melhor caminho.

A descrição de um modelo de negócio pode ser feita por meio de sua divisão em nove módulos

principais, que explicam a lógica de como uma organização busca criar valor. Esses módulos abrangem as quatro áreas fundamentais de um negócio: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira (Osterwalder; Pigneur, 2011).

Com base na descrição de um modelo de negócio apresentado por Osterwalder e Pigneur (2011), que abrange quatro áreas fundamentais, é essencial estruturar uma ideia que possa ser transformada em um projeto viável, como ilustrado na figura a seguir:

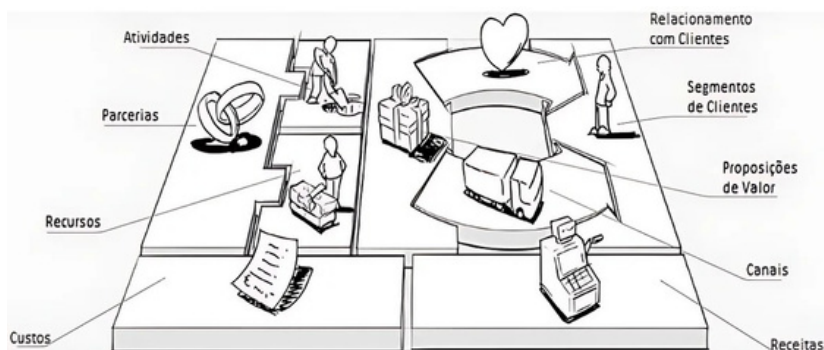
Figura 17 - Como dar os primeiros passos para criar um Modelo de Negócio.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

O segundo passo é montar o seu modelo Canvas, a figura a seguir pode te ajudar.

Figura 18 - Modelo Canvas.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Já apresentamos os elementos no quadro 4, mas voltamos a te explicar:

Quadro 7 - Descrição dos nove elementos Ferramenta Business Model Canvas.

Elemento	Descrição
Segmento de Clientes	Refere-se ao grupo de pessoas ou organizações que a empresa busca alcançar e servir, ou seja, criar valor para eles.
Proposta de Valor	Descreve o pacote de produtos e serviços que criam valor para um segmento de clientes específico, ou seja, o valor entregue ao cliente.
Canais	Refere-se ao ponto de contato com o cliente, descrevendo como a empresa se comunica e alcança seus segmentos de clientes para entregar a proposta de valor. São divididos em 5 fases: conhecimento, avaliação, compra, entrega e pós-venda.
Relacionamento com Clientes	Descreve os tipos de relações que a empresa estabelece com seus clientes.
Fontes de Receitas	Representam os recursos financeiros gerados pela empresa a partir de cada segmento de cliente, considerando que os custos devem ser subtraídos para gerar lucro. Refere-se a quanto e como o cliente realiza o pagamento da proposta de valor.
Recursos Chaves	São os recursos mais importantes exigidos para fazer um Modelo de Negócio funcionar, podendo ser físicos, financeiros, intelectuais ou humanos, e ainda próprios ou alugados.
Atividades-Chaves	Ações necessárias e mais importantes para que o modelo de negócio funcione e opere com sucesso.
Parceiros-Chaves	Consistem na rede de fornecedores e parceiros que fazem o modelo de negócio operar e que apoiam a proposta de valor da empresa.

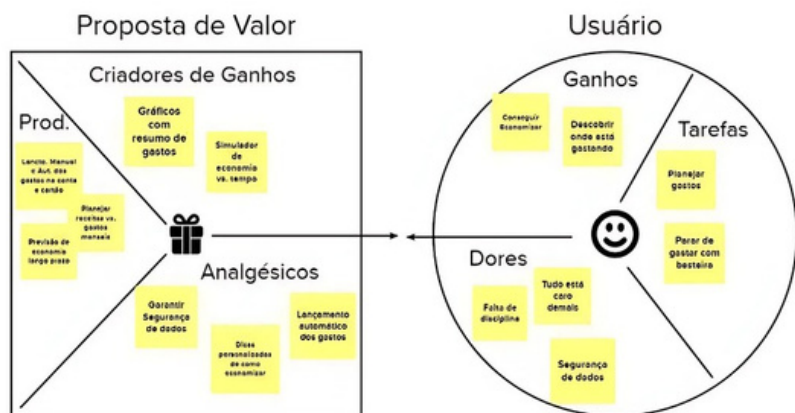
Estrutura de Custos

Todos os custos envolvidos na operação de um modelo de negócio, incluindo custos fixos, variáveis, economia de escala ou de escape.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

5.1 Desenvolvendo uma proposta de valor

Figura 19 - Proposta de valor.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A imagem acima ilustra claramente a situação da proposta de valor, que consiste em analisar todas as soluções oferecidas pela empresa ao cliente. Após uma avaliação prévia das possíveis falhas, essas soluções são descritas com o objetivo de resolver os problemas dos clientes, sejam internos ou externos. A proposta de valor vai além de simplesmente entregar benefícios ou ofertas ao cliente; ela se diferencia ao considerar não apenas os produtos ou serviços, mas também

o preço, a ideia e os diferenciais apresentados, justificando a vantagem competitiva da empresa em relação à concorrência.

5.2 Identificação do perfil do cliente

Figura 20 - Perfil de cliente.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Para criar uma proposta de valor única, é essencial conhecer o seu cliente ideal. A análise de perfil tem como objetivo detalhar as características do público-alvo, incluindo suas preferências, comportamentos, faixa etária, localização e outras informações relevantes. Esse levantamento é indispensável para elaborar estratégias personalizadas e eficazes que atinjam diretamente esses clientes.

Agora, como isso se aplica na prática da Biblioteconomia?:

Vamos simular a seguir a criação de infoproduto para apoiar professores de escolas particulares no desafio de estimular a leitura entre os alunos do ensino fundamental. Portanto, nesta simulação temos uma consultoria especializada em serviços de estímulo à leitura e modernização de bibliotecas escolares.

Para desenvolver uma proposta de valor única, o primeiro passo é realizar uma análise aprofundada do perfil do cliente ideal. Dessa forma, será possível identificar as principais características desse grupo, de acordo com quadro a seguir:

Quadro 8 - Característica do cliente ideal.

Aspecto	Informações
Faixa Etária	Professores entre 30 e 50 anos
Preferências	Buscam materiais didáticos prontos que possam ser aplicados de forma simples em sala de aula
Comportamentos	Consomem conteúdos educacionais online, principalmente em redes sociais como Instagram e YouTube, e valorizam soluções práticas devido à rotina intensa de trabalho.
Localização	Atuam majoritariamente em escolas particulares da zona sul
Dores e Desafios	Dificuldade em encontrar recursos acessíveis que despertem o interesse pela leitura nos alunos, limitações orçamentárias e falta de tempo para planejar atividades diferenciadas

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Com base nesse levantamento, a proposta de valor pode ser estruturada da seguinte forma: oferecer kits digitais de incentivo à leitura com atividades prontas, guias didáticos e materiais interativos, desenvolvidos especialmente para alunos do ensino fundamental, alinhados à realidade das escolas particulares e com custo acessível.

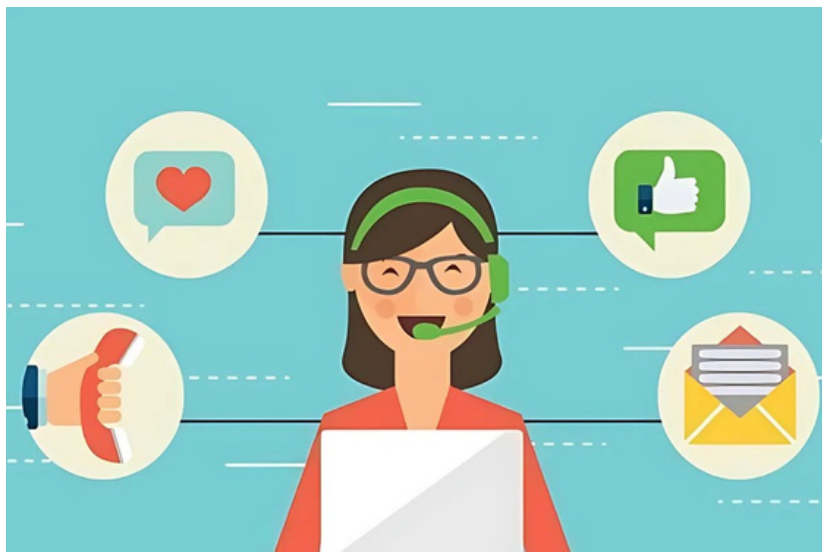
Essa proposta resolve as dores do público-alvo ao oferecer uma solução prática, econômica e adaptada às suas necessidades, destacando-se no mercado e criando conexão com os professores.

5.3 Estratégias para entregar seu produto ou serviço ao cliente

Para que o cliente compreenda a proposta de valor, é fundamental criar estratégias que o conectem ao negócio. Isso envolve a definição dos **canais de comunicação e distribuição**, como mídias sociais, publicidade em veículos tradicionais, como propaganda na televisão, revistas, outdoors e rádios, e, atualmente, o uso de tráfego pago para alcançar o cliente ideal de forma mais eficiente. Além disso, o pós-venda desempenha um papel crucial, oferecendo uma oportunidade valiosa para reforçar

a satisfação do cliente e fortalecer o relacionamento com a marca.

Figura 21 - Estratégias para entregar produto ou serviço.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Neste caso, a empresa poderia utilizar os conceitos de canais de comunicação, distribuição e pós-venda para estabelecer uma conexão eficaz entre o cliente e o negócio. Vejamos um exemplo:

Quadro 9 - Conceitos de Canais de Comunicação, Distribuição e Pós-venda.

Aspecto	Estratégia	Exemplo Aplicado
Canais de Comunicação		
Mídias Sociais	Criação de perfis no Instagram e LinkedIn, voltados para gestores educacionais e bibliotecários.	Publicação de casos de sucesso, dicas de organização de acervos digitais, e depoimentos de clientes.
Tráfego Pago	Anúncios segmentados no Facebook Ads e Google Ads para diretores e coordenadores pedagógicos.	Anúncio com slogan: <i>"Transforme sua biblioteca em um espaço digital interativo – Saiba como!"</i>
Propaganda Tradicional	Divulgação em revistas educacionais e rádios locais.	Anúncio em revista educacional destacando os benefícios de bibliotecas digitais para escolas.
Webinars e Lives	Eventos online gratuitos para apresentar soluções e tirar dúvidas.	Webinar: <i>"O Futuro das Bibliotecas Escolares: Do Acervo ao Digital."</i>
Aspecto	Estratégia	Exemplo Aplicado
Distribuição		
Material Promocional	Landing pages com informações detalhadas sobre os serviços e benefícios.	Página exclusiva para capturar leads interessados nos serviços de modernização de bibliotecas.
Aspecto	Estratégia	Exemplo Aplicado
Pós-Venda		
Acompanhamento	Oferecer sessões de treinamento contínuo para uso das ferramentas implementadas.	Treinamento sobre o sistema de catalogação digital e dicas de uso em projetos pedagógicos.
Feedback	Enviar pesquisas de satisfação e sugestões para melhorias.	Questionário online perguntando sobre experiência e sugestões para a ferramenta implementada.
Materiais de Apoio	Enviar e-mails com tutoriais, dicas e estudos de caso para melhorar o uso do serviço.	E-mail com vídeo tutorial: <i>"Como integrar o acervo digital ao planejamento das aulas."</i>
Programa de Fidelidade	Oferecer descontos para renovações ou contratação de serviços adicionais.	Promoção: <i>"Renove o sistema de catalogação com 20% de desconto no próximo ano."</i>
Comunidade Exclusiva	Criar grupos em WhatsApp ou Telegram para interação entre clientes e suporte direto.	Grupo exclusivo: <i>"Bibliotecas Modernas – Soluções e Suporte."</i>

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Dessa forma, o quadro apresentado contém estratégias de maneira clara, facilitando a visualização de como implementar cada uma na prática.

5.4 Tipos de relacionamentos com o cliente

Figura 22 - Relacionamento com o cliente.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Como o próprio nome sugere, trata-se do elemento que conecta o cliente ao negócio. Para isso, são desenvolvidas estratégias destinadas a estabelecer a relação entre a empresa e seus diferentes segmentos de clientes. Assim, são criados contatos pré e pós-venda, promovendo abordagens e vínculos que desempenham um papel crucial na fidelização dos clientes.

5.5 Recursos iniciais necessários para o funcionamento do negócio

Figura 23 - Recursos iniciais para funcionamento do negócio.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Para iniciar qualquer negócio, é essencial compreender as atividades-chave da empresa. Isso inclui o investimento financeiro necessário para fazer o negócio funcionar, a seleção da equipe operacional e a alocação de recursos, sejam eles físicos ou humanos. Esses recursos podem abranger aspectos físicos, financeiros, intelectuais e humanos.

Agora, como isso se aplicaria na prática da Biblioteconomia?:

A seguir, um exemplo prático no contexto da biblioteconomia, aplicando a seção do modelo Canvas sobre as atividades-chave de uma

consultoria especializada em serviços de estímulo à leitura e modernização de bibliotecas escolares:

Quadro 10 - Atividades-Chave para Consultoria especializada em serviços de estímulo à leitura e modernização de bibliotecas escolares.

Atividade-Chave	Descrição	Recursos Necessários	Objetivo/Benefício
Diagnóstico e Consultoria Inicial	Realizar um levantamento detalhado das bibliotecas escolares, incluindo espaço, acervo, infraestrutura e necessidades.	Recursos Humanos: Consultores especializados em biblioteconomia.	Oferecer um plano de ação personalizado para modernizar a biblioteca.
Desenvolvimento de Projetos de Modernização	Criar projetos específicos para modernização, como reorganização de acervo, implantação de tecnologias e infraestrutura.	Recursos Intelectuais: Conhecimento técnico sobre bibliotecas modernas e novas tecnologias.	Garantir que a modernização atenda às necessidades da escola e da comunidade.
Treinamento e Capacitação de Equipes	Treinar bibliotecários e professores para o uso de novas ferramentas e técnicas de gestão de bibliotecas.	Recursos Humanos: Instrutores especializados em biblioteconomia e tecnologia educacional.	Garantir que as equipes escolares sejam capazes de usar eficazmente os novos sistemas e recursos.
Implantação de Tecnologias e Ferramentas	Implementar sistemas de gestão de bibliotecas, como software de catalogação e controle de empréstimos, além de equipamentos.	Recursos Físicos: Equipamentos de informática, software de gestão e ferramentas de automação (ex: leitores de código de barras).	Melhorar a eficiência da gestão da biblioteca e facilitar o acesso dos alunos e professores.
Manutenção e Suporte Contínuo	Oferecer manutenção e suporte contínuo para garantir que os sistemas e processos implementados funcionem corretamente.	Recursos Humanos: Equipe de suporte técnico e manutenção.	Garantir o funcionamento constante e eficaz das ferramentas e sistemas implementados.
Gestão Financeira e Planejamento	Definir o orçamento necessário para cada projeto de modernização, além de alocar recursos de forma eficiente.	Recursos Financeiros: Investimentos iniciais e orçamentos para cada serviço.	Assegurar que a empresa tenha a capacidade financeira para executar os projetos e atingir os objetivos.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Resumo das Atividades-Chave:

1. **Diagnóstico e Consultoria Inicial:**
Levantamento e análise das necessidades da biblioteca.
2. **Desenvolvimento de Projetos de Modernização:** Criação de soluções personalizadas.
3. **Treinamento e Capacitação de Equipes:**
Formação das equipes para utilizar novas tecnologias e processos.
4. **Implantação de Tecnologias e Ferramentas:**
Instalação de sistemas e equipamentos modernos.
5. **Manutenção e Suporte Contínuo:**
Oferecimento de manutenção contínua e suporte técnico.
6. **Gestão Financeira e Planejamento:**
Gerenciamento de recursos financeiros e alocação de investimentos.

Recursos Necessários:

- **Humanos:** Consultores, instrutores, equipe de suporte técnico.
- **Físicos:** Equipamentos de informática, softwares de gestão.
- **Intelectuais:** Conhecimento em biblioteconomia, tecnologias aplicadas às bibliotecas.
- **Financeiros:** Investimentos para execução dos projetos e manutenção.

Essas atividades-chave são essenciais para a operação e sucesso de uma empresa que oferece consultoria e serviços para a modernização de bibliotecas escolares, envolvendo uma combinação de recursos humanos, físicos, intelectuais e financeiros.

5.6 Atividades-chave para entregar sua proposta de valor

Figura 24 - Atividades-chave.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

É fundamental identificar claramente quais atividades o negócio deve realizar continuamente para garantir o funcionamento eficaz do modelo de negócio proposto.

No quadro a seguir, destacamos as atividades essenciais de uma consultoria especializada em serviços de estímulo à leitura e modernização de bibliotecas escolares. O objetivo é garantir seu funcionamento eficaz.

Quadro 11 - Atividades-Chave para Consultoria especializada em serviços de estímulo à leitura e modernização de bibliotecas escolares.

Atividade-chave	Descrição	Objetivo
Diagnóstico inicial das bibliotecas	Realizar visitas técnicas ou análises remotas para identificar o estado atual e necessidades específicas.	Alinhar expectativas e compreender demandas para a modernização.
Planejamento estratégico	Desenvolver planos personalizados, definindo etapas, prazos e soluções específicas.	Garantir que o processo de modernização seja organizado e eficaz.
Capacitação da equipe escolar	Treinar bibliotecários, professores e auxiliares em mediação de leitura, uso de tecnologia e organização do acervo.	Habilitar a equipe a utilizar plenamente os recursos modernizados.
Curadoria e atualização do acervo	Selecionar livros e materiais digitais alinhados ao currículo e às necessidades dos alunos.	Renovar o acervo, promovendo diversidade e acessibilidade.
Implementação de tecnologias	Instalar sistemas de gestão, ferramentas digitais e plataformas para aprimorar os serviços.	Modernizar as operações da biblioteca, otimizando a experiência dos usuários.
Acompanhamento e suporte contínuos	Oferecer suporte técnico e avaliações regulares para verificar o impacto e ajustar estratégias.	Assegurar a eficácia das mudanças e fortalecer o relacionamento com o cliente.
Marketing e divulgação dos serviços	Criar conteúdo e participar de eventos para promover os serviços oferecidos.	Atrair novos clientes e fortalecer a reputação da empresa.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Portanto, este quadro organiza as principais atividades, facilitando a visualização e planejamento estratégico do negócio.

5.7 Definição de parceiros de negócios

Figura 25 - Definição de parceiras.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Este bloco representa os parceiros e a rede de fornecedores essenciais para o funcionamento do negócio. Todo tipo de tarefa ou de matéria-prima necessária para manter as operações deve ser identificado e listado nessa parte.

No quadro a seguir, apresenta-se um exemplo prático para o bloco "Parcerias-chave" no modelo de negócio Canvas de uma consultoria especializada em serviços de estímulo à leitura e modernização de bibliotecas escolares:

Quadro 12 - Parcerias-chave.

Parceiros-chave	Função/Contribuição
Editoras e distribuidoras de livros	Fornecimento de acervos atualizados e diversificados, incluindo títulos impressos e digitais.
Empresas de tecnologia educacional	Oferta de sistemas de gestão bibliotecária, plataformas digitais e ferramentas tecnológicas para bibliotecas.
Designers de interiores e arquitetos	Planejamento e execução de layouts funcionais e atrativos para o espaço físico da biblioteca.
Gráficas e fornecedores de materiais pedagógicos	Produção de materiais personalizados, como sinalizações, marcadores de livros e outros recursos visuais.
Consultores pedagógicos	Alinhamento das soluções da biblioteca às demandas do currículo escolar e às necessidades dos alunos.
Capacitadores e formadores	Realização de treinamentos e workshops para a equipe escolar.
Associações ou redes de bibliotecários	Apoio na divulgação do serviço e compartilhamento de melhores práticas no setor.
Empresas de logística	Transporte de livros, equipamentos e materiais para implementação nos projetos de modernização.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Esses parceiros e fornecedores são essenciais para garantir a entrega de soluções completas e de qualidade, permitindo que a empresa mantenha a excelência em suas operações e ofereça serviços integrados às escolas. A identificação e manutenção de uma rede de parcerias sólidas é fundamental para o sucesso do negócio.

Novo exemplo de prática empreendedora na Biblioteconomia

Agora, iremos simular uma consultoria especializada em serviços de normalização de trabalhos acadêmicos. Nessa linha, o segmento no Canvas pode ser representado assim:

Quadro 13 - Tipos de Relacionamentos com o Cliente - Normalização de Trabalhos Acadêmicos.

Tipo de Relacionamento	Descrição	Exemplo para Normalização
Assistência Pessoal	Relacionamento direto e personalizado, oferecendo ajuda específica para cada cliente.	Consultoria individual para resolver dúvidas sobre normas de normalização, como ABNT.
Autoatendimento	Oferece recursos e ferramentas para que o cliente se ajude sozinho.	Oferecer guias e tutoriais online sobre como formatar o TCC conforme as normas.
Comunidade ou Fórum	Criação de um espaço para clientes interagirem entre si, trocando dicas e informações.	Criar um grupo no WhatsApp ou uma comunidade online para alunos discutirem sobre normalização.
Suporte Automatizado	Utilização de mensagens automáticas e chatbots para responder a dúvidas comuns.	Chatbot ou mensagens automáticas que explicam as principais dúvidas sobre formatação de citações e referências.
Serviços Personalizados	Oferecimento de serviços que atendem às necessidades específicas de cada cliente.	Serviço de revisão de TCCs com foco em formatação e ajustes nas normas de acordo com a instituição.
Consultoria de Longo Prazo	Estabelecimento de um relacionamento contínuo com o cliente, oferecendo atualizações e dicas.	Oferecer pacotes de acompanhamento de TCCs durante todo o processo, desde a formatação inicial até a entrega final.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Boa, já aprendi bastante, mas quanto cobrar?

5.8 Definição de preço para seu serviço ou produto

Figura 26 - Definição de preço.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A receita corresponde a tudo o que entra no negócio. Para isso, é fundamental compreender o segmento de clientes que você atende e quanto eles estão dispostos a pagar pelo serviço ou produto. Assim, o negócio precisa desenvolver estratégias bem definidas sobre as fontes de receita, o plano financeiro, as promoções que pretende realizar e os valores que serão aplicados a cada produto ou serviço.

No caso de uma consultoria especializada em serviços de normalização de trabalhos acadêmicos, a fonte de receita no modelo Canvas pode ser apresentada da seguinte forma:

Quadro 14 - Definição de Preço para o Serviço de Normalização de Trabalhos Acadêmicos.

Estratégia de Preço	Descrição	Exemplo para Normalização
Preço Baseado no Tempo	Defina o preço com base no tempo gasto para realizar o serviço.	Cobrar por hora de consultoria para a formatação de TCC ou dissertação.
Preço Baseado no Valor	Defina o preço com base no valor que o serviço agrega ao cliente.	Cobrar um valor mais alto por serviços especializados, como revisão detalhada de TCCs complexos.
Preço Competitivo	Ajuste o preço de acordo com a média do mercado e concorrência.	Analisar o que outros profissionais de normalização estão cobrando e ajustar conforme o nível de serviço oferecido.
Preço por Pacote de Serviços	Oferecer pacotes de serviços a preços fixos, incluindo vários itens.	Pacote completo para normalização de TCC, incluindo formatação, referências, sumário e revisão.
Preço por Complexidade	Defina o preço conforme a complexidade do trabalho.	Preço diferenciado para trabalhos simples versus dissertações ou teses com alto nível de complexidade.
Preço de Entrada (Promoção)	Ofereça preços mais baixos para atrair novos clientes ou aumentar a visibilidade.	Oferecer um preço promocional para o primeiro atendimento de formatação de TCC ou trabalhos acadêmicos.

Preço Premium	Preço mais alto, oferecendo um serviço exclusivo ou com atendimento diferenciado.	Oferecer revisão e formatação VIP, com atendimento personalizado e entrega mais rápida.
Preço por Urgência	Aplique um valor adicional para serviços com prazos mais curtos.	Cobrar um extra para a formatação e entrega de trabalhos com prazos de 24h ou menos.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Conforme pode ser observado no quadro, é necessário organizar as fontes de receita da empresa, detalhando cada tipo de serviço, valor e seu objetivo no modelo de negócios.

Até aqui, garantimos uma jornada de aprendizado técnico no campo do empreendedorismo, principalmente em sua aplicação na biblioteconomia.

A seguir, compartilhamos dicas mais generalistas e que podem facilitar sua trajetória empreendedora.

6 INVESTIMENTOS PARA EMPREENDER

6.1 Divulgação

Ao iniciar a jornada como empreendedor, é essencial ter a consciência de que o negócio demandará investimento financeiro. Com base nesse raciocínio, o autor Churchill (1983) identificou cinco estágios pelos quais as pequenas empresas geralmente passam, os quais ele denominou: Existência, Sobrevivência, Sucesso, Decolagem e Maturidade dos Recursos.

No primeiro estágio, a **Existência**, o maior desafio é conquistar clientes e entregar o produto.

Na fase de **Sobrevivência**, o foco se desloca da simples manutenção para o equilíbrio entre receita e despesa.

No estágio do **Sucesso**, o empreendedor precisa decidir se vai expandir a empresa, explorando suas conquistas, ou se vai manter o negócio estável e rentável.

Durante a **Decolagem**, o maior desafio é como crescer de forma rápida e como financiar esse crescimento.

Na fase de **Maturidade** dos recursos, os principais desafios são, inicialmente, consolidar e controlar os recursos financeiros oriundos do rápido crescimento e, em seguida, preservar as vantagens de um porte menor, que proporciona maior flexibilidade e espírito empreendedor.

Esses apontamentos explicam porque muitos empreendedores iniciam sua jornada nas redes sociais, afinal o investimento tende a ser mais acessível, além de facilitar a conquista de novos clientes, uma vez que permite que pessoas de diferentes estados ou até de outros países conheçam o serviço oferecido.

Nos dias atuais, a internet é uma grande vitrine e disponibiliza uma variedade de serviços de infraestrutura tecnológica gratuitos ou com custos muito baixos, especialmente quando comparados às soluções tradicionais de empresas antigas.

Na internet há facilidade de publicação, de compartilhamento e de organização de informações, além de ampliar as oportunidades de interação entre os envolvidos no processo (Primo, 2006).

Redes como Twitter, Instagram, Google+, Pinterest, YouTube ou Facebook se tornaram

aliadas dos pequenos empreendedores e podem muitas vezes ser gerenciadas de maneira gratuita.

Todavia, caso haja caixa recomendamos a contratação de profissionais especializados em marketing digital para impulsionar ainda mais a divulgação do negócio.

Além do investimento em marketing digital, há ainda custos de:

- Criação de identidade visual (logo, cartão de visitas etc.).
- Custos com campanhas publicitárias (online e offline), como Google Ads, Facebook Ads, redes sociais, cartão de visita etc.

Custos de registro e licenciamento

- Registro da empresa (CNPJ, inscrição estadual e municipal).
- Licenças e autorizações necessárias para operar legalmente (vigilância sanitária, corpo de bombeiros etc.).
- O pagamento do **DAS** se refere aos tributos mensais devidos pela empresa optante pelo Simples Nacional e deve ser considerado na parte de custos fiscais obrigatórios para

regularizar e manter o negócio em funcionamento.

Infraestrutura

- Aluguel ou aquisição de imóvel (se necessário).
- Reformas e adequações do espaço (se for o caso).
- Compra de móveis e equipamentos (mesas, cadeiras, computadores etc.).
- Despesas com internet e contas de telefone celular são custos essenciais para a operação do negócio, especialmente em atividades que dependem de comunicação e conectividade.

Tecnologia e sistemas

- Software de gestão (ERP, CRM etc.).
- Hardware (computadores, impressoras etc.).
- Desenvolvimento de site ou plataforma de e-commerce (se aplicável).

Capital de giro

Dinheiro necessário para cobrir despesas operacionais diárias, como compra de matéria-prima, pagamento de salários e fornecedores, até

que o negócio se torne lucrativo.

Contratação de funcionários

- Salários, encargos sociais e benefícios de empregados.
- Treinamento e capacitação de funcionários.
- O pró-labore refere-se ao pagamento pelos serviços prestados para o dono e/ou sócios do negócio, o que se enquadra na categoria de custos com remuneração, similar ao pagamento de salários.

Consultorias e assessoria

- Custos com contadores, advogados, consultores de negócios ou outros profissionais especializados.

Estoques e matéria-prima

- Para empresas que dependem de produtos físicos, a compra de estoque inicial é uma parte importante do custo inicial.

Gestão de recursos financeiros

- Serviços contábeis são parte importante para garantir que a empresa esteja em conformidade com as obrigações fiscais e contábeis. Esse custo está diretamente relacionado à gestão financeira e à necessidade de manter a contabilidade em ordem.

Os custos acima indicados podem variar a depender do tipo e porte da organização. Todavia, sistematizam aqueles que o interessado em se aventurar no campo do empreendedorismo deve estar atento. Afinal, são essenciais para o funcionamento do empreendimento, garantindo que todos os aspectos legais, operacionais e financeiros estejam adequadamente cobertos.

Neste ponto já é fundamental pensarmos em Gestão Financeira.

6.2 Gestão de recursos financeiros

O adequado mapeamento dos custos fixos e variáveis da organização é o primeiro passo de uma gestão financeira eficiente e eficaz.

Com um trabalho coordenado de gestão financeira, é possível manter o controle e a alocação adequada dos recursos da empresa, inclusive em tempos de baixa e pouca lucratividade.

Nesta linha de raciocínio, é aconselhável manter um controle rigoroso das contas a pagar e a receber, o que corresponde ao capital de giro da empresa. Tal ação evita o pagamento de contas com atraso, o que gera acréscimo de juros, e também para gerenciar os recebimentos de clientes e pagamentos a fornecedores. Sempre que possível, considerar o pagamento à vista com desconto pode ser uma excelente estratégia para aumentar o capital de giro.

Além disso, é fundamental registrar todas essas informações para possibilitar a análise e interpretação dos dados ao longo do tempo, permitindo comparações com períodos anteriores.

Periodicamente, faça uma análise dos custos da empresa, identifique onde é possível reduzir despesas, trocar fornecedores de qualidade equivalente e aumentar sua margem de lucro.

Para empreendedores iniciantes, é recomendado organizar a gestão financeira em uma planilha de Excel, pois isso facilita o controle e a

visualização das finanças de forma clara e eficiente.

Nesta perspectiva, o empreendedor necessita compreender algumas terminologias associadas à gestão financeira, tal como:

Quadro 15 - Guia Financeiro: Termos e Significados Essenciais.

Área	Descrição
Fluxo de Caixa	Registre todas as entradas e saídas de dinheiro da empresa para controlar o saldo de caixa.
Categorias de Despesas	Liste e controle os tipos de despesas fixas e variáveis, ajudando no planejamento financeiro.
Projeção de Lucro	Acompanhe a saúde financeira da empresa, verificando a relação entre receitas, despesas e lucros.
Contas a Pagar e Receber	Controle o vencimento das contas e entradas, garantindo que você tenha sempre recursos para cumprir com suas obrigações.
Resumo Financeiro	Uma visão consolidada para monitorar o desempenho financeiro da empresa.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Agora que você já conhece o conceito e a importância da gestão financeira, apresentaremos algumas sugestões para organizar suas planilhas no Excel:

Modelo de Planilha de Gestão Financeira

Tabela 1 - Fluxo de Caixa.

Data	Descrição	Categoria	Entrada (R\$)	Saída (R\$)	Saldo (R\$)
01/01/2025	Venda Produto A	Receita	1.000,00		1.000,00
02/01/2025	Pagamento fornecedor B	Despesa		500,00	500,00
05/01/2025	Pagamento de aluguel	Despesa		800,00	-300,00
10/01/2025	Venda Produto B	Receita	1.500,00		1.200,00

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

- **Data:** A data da transação.
- **Descrição:** Detalhamento da transação (ex: venda de produto, pagamento de aluguel etc.).
- **Categoria:** Identificação do tipo de transação (receita ou despesa).
- **Entrada (R\$):** Valor que entrou na empresa (venda, recebimento de serviços).
- **Saída (R\$):** Valor que saiu da empresa (despesas, compras, pagamentos).
- **Saldo (R\$):** Saldo após a transação (sempre subtraindo as saídas das entradas).

Tabela 2 - Categorias de Despesas.

Categoria	Descrição	Valor (R\$)
Despesas Fixas	Aluguel, água, luz, internet etc.	1.200,00
Despesas Variáveis	Matéria-prima, comissões, transporte	500,00
Impostos	DAS, ISS, ICMS etc.	200,00
Investimentos	Equipamentos, tecnologias etc.	800,00

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

- **Categoria:** Classificação das despesas (fixas, variáveis, impostos etc.).
- **Descrição:** Detalhamento do que entra em cada categoria.
- **Valor (R\$):** Valor total das despesas por categoria.

Tabela 3 - Projeção de Lucro.

Mês	Receitas Totais (R\$)	Despesas Totais (R\$)	Lucro Bruto (R\$)	Impostos (R\$)	Lucro Líquido (R\$)
Janeiro	5.000,00	2.500,00	2.500,00	400,00	2.100,00
Fevereiro	6.000,00	3.000,00	3.000,00	500,00	2.500,00
Março	4.500,00	2.800,00	1.700,00	350,00	1.350,00

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

- **Mês:** Período do mês.
- **Receitas Totais (R\$):** Total de entradas de dinheiro no mês.
- **Despesas Totais (R\$):** Total de saídas (fixas e variáveis).
- **Lucro Bruto (R\$):** A diferença entre receitas e despesas antes dos impostos.
- **Impostos (R\$):** Total de impostos pagos no mês (ex: DAS, IRPJ).
- **Lucro Líquido (R\$):** Lucro após deduzidos os impostos.

Tabela 4 - Contas a Pagar e Receber.

Data de Vencimento	Descrição	Categoria	Valor (R\$)	Status
10/01/2025	Pagamento de fornecedor X	Fornecedores	500,00	Pendente
15/01/2025	Salário funcionários	Salários	2.000,00	Pendente
20/01/2025	Receita de venda produto A	Receitas	1.500,00	Recebido

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

- **Data de Vencimento:** A data que a conta vence ou que a receita é esperada.
- **Descrição:** Detalhamento do pagamento ou recebimento.

- **Categoria:** Se é uma despesa (fornecedores, salários) ou receita.
- **Valor (R\$):** O valor a ser pago ou recebido.
- **Status:** Se o pagamento/recebimento está pendente ou já foi feito.

Tabela 5 - Resumo Financeiro.

Categoria	Valor (R\$)
Total de Receitas	12.000,00
Total de Despesas	8.500,00
Lucro Bruto	3.500,00
Impostos	800,00
Lucro Líquido	2.700,00

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

- **Categoria:** Receita total, despesas totais, lucro bruto, impostos e lucro líquido.
- **Valor (R\$):** O total de cada categoria, de forma resumida.

Agora que você já sabe sobre gestão financeira e sobre sua importância, a seguir apresentamos algumas ferramentas para impulsionar o sucesso do seu empreendimento.

6.3 Ferramentas de facilitação da jornada empreendedora

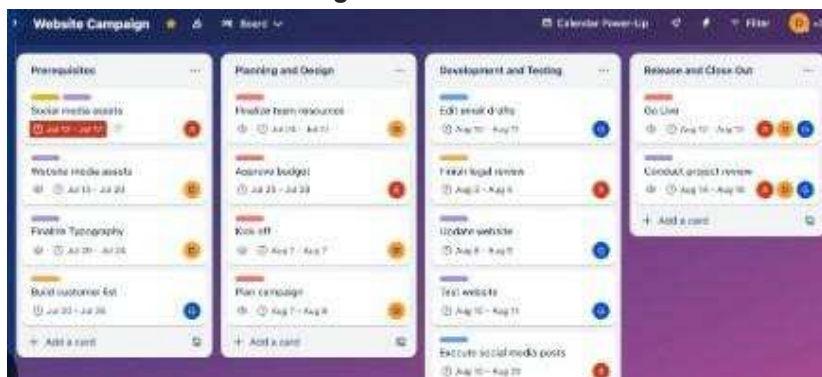
Existem diversas ferramentas que simplificam e otimizam o dia a dia do empreendedor. A maioria delas é gratuita e oferece suporte na gestão eficiente das tarefas diárias do empreendimento. A seguir, apresentamos essas ferramentas.

✓ TRELLO

O Trello é uma ferramenta de organização e gerenciamento de tarefas, inspirada no método Kanban. Com ele, você pode visualizar o progresso dos seus projetos utilizando quadros, listas e cartões, sendo ideal para gerenciar equipes, projetos pessoais ou atividades do dia a dia.

Com uma interface simples e intuitiva, o Trello facilita a organização dos fluxos de trabalho, a delegação de responsabilidades, o acompanhamento de prazos e a manutenção da produtividade. Ele está disponível para uso tanto no navegador quanto em aplicativos móveis, garantindo acesso prático em qualquer lugar. Conforme pode ser visto na figura abaixo:

Figura 27 - Trello.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Como usar o Trello?

- **Crie um Quadro**

Cada quadro no Trello representa um projeto ou área de trabalho. Por exemplo: "*Empreendendo na área da Biblioteconomia*".

- **Adicione Listas**

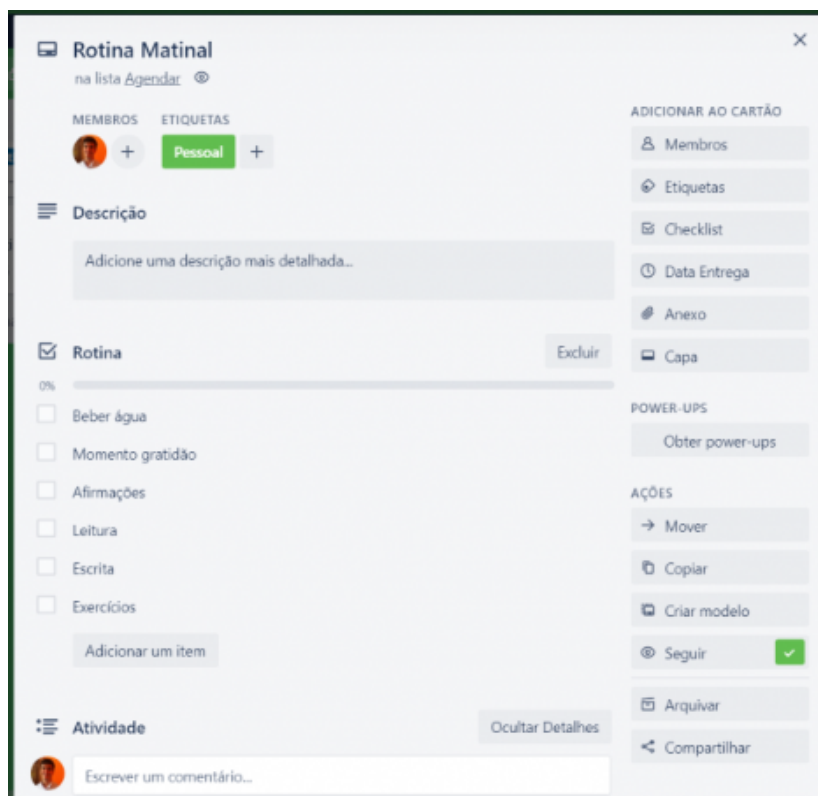
As listas dentro do quadro ajudam a categorizar as etapas do seu projeto. Exemplos comuns de listas são: *A Fazer*, *Em Progresso*, *Concluído*.

- **Crie Cartões**

Os cartões representam tarefas individuais. Cada cartão pode conter: título e descrição da tarefa; datas de vencimento; anexos, *checklists* e links úteis; etiquetas coloridas para organização

visual; colaboradores designados para a tarefa. Como pode ser visto na figura abaixo:

Figura 28 - Por dentro do Cartão do Trello.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

- **Personalize e Organize:**

Use etiquetas para categorizar tarefas por prioridade ou tema. Crie checklists dentro dos cartões para tarefas divididas em subtarefas.

Acompanhe o Progresso:

- Arraste e solte os cartões entre as listas para acompanhar o status de cada tarefa, como mover de "*A Fazer*" para "*Concluído*".

✓ MAILCHIMP

O Mailchimp é uma plataforma de automação de marketing amplamente utilizada para criar, gerenciar e enviar campanhas de e-mail. Ideal para empresas de todos os portes, a ferramenta oferece recursos para construir listas de contatos, desenvolver campanhas personalizadas e monitorar seus resultados de forma eficiente.

Além de enviar e-mails, o Mailchimp permite criar landing pages, anúncios digitais e automações, além de fornecer análises detalhadas para acompanhar e otimizar o desempenho de suas estratégias de marketing.

Figura 29 - Mailchimp.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Como usar o Mailchimp?

- Configure sua lista de contatos

Importe ou adicione manualmente seus contatos. Segmente sua lista com base em interesses, localização ou comportamento dos clientes para enviar campanhas mais direcionadas.

- Crie sua primeira campanha

1.No painel principal, clique em "*Criar*".

2.Escolha o tipo de campanha:

3.E-mail

4.Landing Page

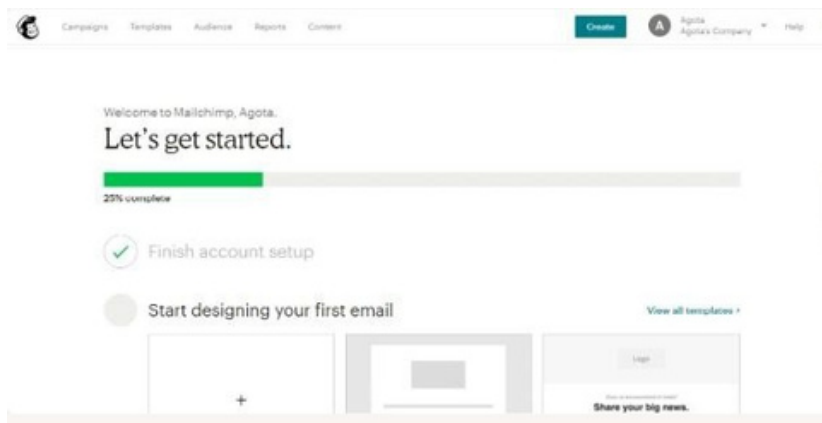
5.Anúncio

6.Personalize sua mensagem usando o editor *drag-and-drop* (arrastar e soltar).

Personalize o Design

Selecione um template pré-configurado ou crie o seu próprio. Adicione texto, imagens, botões de *call-to-action* (CTA) e links personalizados. Como pode ser visto na imagem abaixo:

Figura 30 - Por dentro do Mailchimp.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

✓ WHATSAPP BUSINESS

O WhatsApp Business é uma versão do aplicativo de mensagens amplamente utilizado, desenvolvida especialmente para empresas. Ele oferece recursos para facilitar a comunicação com os clientes, como a criação de um perfil comercial, automação de respostas e organização das

conversas. A versão Business é gratuita e pode ser utilizada por empresas de qualquer porte.

Como usar o WhatsApp business?

- **Configure Seu Perfil Comercial**

1. Ao abrir o WhatsApp Business pela primeira vez, você precisará configurar seu perfil empresarial.
2. Adicione informações essenciais, como:
3. Nome da empresa.
4. Foto de perfil (normalmente o logotipo da empresa).
5. Descrição da empresa (suas atividades).
6. Endereço comercial.
7. Horário de funcionamento.
8. Link para o site ou outras redes sociais.

- **Automatize Respostas com Mensagens Padrão**

O WhatsApp Business permite configurar mensagens automáticas, como: Mensagem de saudação: Enviada automaticamente quando um cliente inicia uma conversa com sua empresa.

Mensagem de ausência: Enviada quando você não está disponível para responder. Respostas rápidas: Mensagens prontas para perguntas frequentes, economizando tempo.

- **Organize Suas Conversas**

Utilize etiquetas para organizar suas conversas e facilitar o acompanhamento dos diferentes tipos de clientes ou situações. Exemplos de etiquetas podem incluir: "Novo cliente", "Aguardando pagamento", "Pedido entregue", entre outros.

Figura 31 - Etiquetas.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

- **Use Catálogo de Produtos**

O WhatsApp Business permite que você crie

um **catálogo** de produtos ou serviços diretamente no APP. Adicione imagens, descrições e preços dos itens, permitindo que os clientes consultem suas ofertas diretamente na conversa.

Figura 32 - Catálogo.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

✓ NOTION

O Notion é uma plataforma de produtividade que integra diversas ferramentas em uma única interface. Ele permite a criação e organização de notas, tarefas, calendários, bases de dados, listas e muito mais, tudo de forma colaborativa. Altamente personalizável, o Notion atende tanto às necessidades pessoais quanto profissionais, oferecendo funcionalidades que variam desde a organização de projetos até o gestão de equipes.

Figura 33 - Notion.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Como usar o Notion?

Navegue pela interface

Página Inicial: Ao abrir o Notion, você verá a tela inicial com suas páginas e seções. **Páginas:** O Notion organiza tudo em "páginas", que podem conter texto, listas, tabelas, links, imagens etc. As páginas podem ser criadas dentro de outras, formando uma hierarquia de organização.

Crie suas páginas

Clique no botão "*Add a page*" para criar uma nova página. Você pode adicionar uma página em branco ou usar um template pré-configurado. Dentro de uma página, adicione blocos para estruturar seu conteúdo, como textos, listas de verificação, tabelas, calendários, imagens e outros.

Utilize templates

O Notion oferece uma ampla biblioteca de templates prontos, como para gerenciamento de tarefas, planejamento de projetos, listas de livros ou gerenciamento de equipes. Esses templates

podem ser usados como base, e você pode adaptá-los de acordo com as suas necessidades.

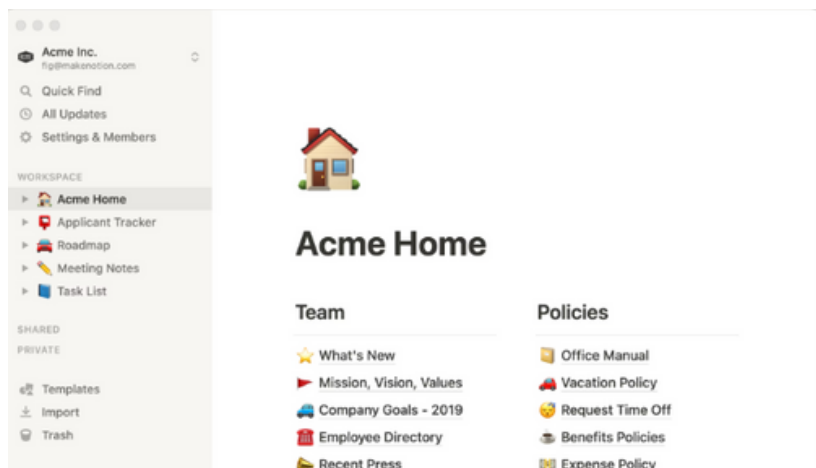
Organize Suas Tarefas com Bases de Dados

Uma das funcionalidades mais poderosas do Notion são as bases de dados. Elas permitem criar tabelas, listas, quadros Kanban, calendários e mais, organizados de acordo com as suas preferências. Você pode filtrar, classificar e organizar os dados de diferentes maneiras, ajudando a acompanhar projetos, tarefas e metas.

Adapte para Suas Necessidades

O Notion é altamente personalizável. Você pode criar sua própria estrutura de trabalho, misturando diferentes tipos de blocos e bases de dados. Além disso, você pode integrar o Notion com outras ferramentas e aplicativos para otimizar seu fluxo de trabalho.

Figura 34 - Por dentro do Notion.



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Agora você conhece ferramentas que podem auxiliá-lo e já desenvolveu conhecimentos técnicos e generalistas para transformar suas ideias em negócios rentáveis e de base sólida. Não se engane: essa base é importante, mas você deve colocá-la em prática, continuar estudando, participar de redes de contatos e apoio ao empreendedor, e manter-se firme no seu propósito.

7 INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E EMPREENDEDORISMO: ALGUMAS FERRAMENTAS

Desde novembro de 2022, quando o ChatGPT foi lançado pela empresa norte-americana OpenAI, o tema da inteligência artificial generativa adentrou os círculos sociais, acadêmicos, políticos, etc.

É notório que a popularização de ferramentas apoiadas nesse tipo de tecnologia ampliou o acesso a essas infraestruturas, antes restritas a grandes corporações empresariais e/ou científicas.

Dessa forma, afirmamos que os empreendedores da Biblioteconomia devem buscar compreender, mesmo que minimamente, as ferramentas de Inteligência Artificial (IA) generativa, pois elas representam uma vantagem competitiva significativa no cenário atual de transformação digital. De acordo com relatório da McKinsey & Company (2023), empresas que adotam IA generativa aumentaram sua produtividade em até 40% em tarefas como criação de conteúdo, atendimento ao cliente e análise de dados.

7 INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E EMPREENDEDORISMO: ALGUMAS FERRAMENTAS

Além disso, pesquisa da IBM (2023) mostra que 35% das empresas globais já utilizam IA em suas operações, enquanto 42% estão explorando essa tecnologia.

Dessa forma, exploramos brevemente algumas ferramentas que podem auxiliar a jornada empreendedora.

ChatGPT - <https://chatgpt.com/>

A partir de perguntas ou comandos, este chatbot oferece respostas baseadas em diversas fontes. Você pode tirar dúvidas sobre o negócio, dar sugestões para ampliar as vendas e gerar campanhas promocionais.

FormulaBot - <https://www.formulabot.com/>

Essa inteligência artificial é para quem não quer abrir mão do Excel, mas precisa ganhar mais agilidade na geração de fórmulas e gráficos, na análise de dados e na automação da coleta de informações.

7 INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E EMPREENDEDORISMO: ALGUMAS FERRAMENTAS

Grammarly - <https://www.grammarly.com/>

Para corrigir textos, adapte o tom de voz à situação desejada e verifique o risco de plágio.

Midjourney - <https://www.midjourney.com/home>

Esta ferramenta permite criar desenhos, logotipos, vídeos e outros.

Synthesisia - <https://www.visionstory.ai/>

A ferramenta permite produzir pequenos vídeos e auxilia na produção de conteúdo.

Jasper.ai - <https://www.jasper.ai/>

Permite criar textos persuasivos, envolventes e otimizados para SEO. Existem templates personalizáveis para redes sociais.

7 INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E EMPREENDEDORISMO: ALGUMAS FERRAMENTAS

LanguageTool - <https://languagetool.org/>

Auxilia na comunicação, tornando-a mais concisa, clara e objetiva ao criar documentos, relatórios e e-mails, por exemplo.

Slides AI - <https://www.slidesai.io/>

Permite criar apresentações de slides completas com textos e imagens. Facilita na captação de clientes no momento.

Naturalmente, essas ferramentas representam apenas um pequeno recorte; muitas outras poderiam ter sido citadas. Ainda assim, a principal mensagem é: utilize ferramentas de IA de forma ética e segura para ampliar suas estratégias de divulgação, melhorar a comunicação, automatizar tarefas administrativas e aumentar sua competitividade.

8 NOSSO ATÉ LOGO: EXPECTATIVA DO SEU SUCESSO

Ao longo deste guia, buscamos oferecer uma visão estratégica e prática para apoiar bibliotecários na estruturação de suas operações e alavancagem de seus negócios. Empreender na área de Biblioteconomia, como em qualquer outro setor, exige conhecimento, dedicação e inovação. Com as dicas sobre empreendedorismo, modelos de negócio, gestão financeira e ferramentas disponíveis, o objetivo foi proporcionar aos profissionais da área uma base sólida para transformar suas ideias em projetos bem-sucedidos.

A adaptação às mudanças do mercado e à incorporação de novos modelos de negócio são essenciais para garantir a sustentabilidade e o crescimento das empresas no setor. Estar aberto às inovações tecnológicas e às novas demandas do público é um diferencial competitivo que pode impulsionar a trajetória de qualquer negócio. As ferramentas apresentadas aqui foram selecionadas com o objetivo de otimizar processos e aprimorar a

gestão de tempo, recursos e serviços prestados, proporcionando maior eficiência no dia a dia do bibliotecário empreendedor.

A elaboração de um plano de negócios bem estruturado é, sem dúvida, um passo fundamental para o sucesso de qualquer empreendimento. Esse plano serve como um guia para tomada de decisões, alinhamento de metas e avaliação de riscos. É importante lembrar que um bom planejamento financeiro, aliado à gestão eficiente de recursos, pode fazer toda a diferença na sustentabilidade do negócio, garantindo a manutenção da saúde financeira da empresa e sua capacidade de investir em novos projetos.

Além disso, o empreendedorismo no campo da Biblioteconomia não se limita apenas à administração de bibliotecas tradicionais. Há uma grande oportunidade para a expansão dos negócios em áreas como consultoria, criação de conteúdos digitais, gestão de acervos especializados, e soluções personalizadas para diferentes tipos de público. Ao diversificar os serviços, é possível alcançar um público mais amplo e garantir novas fontes de receita.

Por fim, vale ressaltar que o sucesso de um negócio não ocorre da noite para o dia, mas sim

através de um processo contínuo de aprendizado, adaptação e inovação. Os desafios são inevitáveis, mas, com as ferramentas e estratégias adequadas, o bibliotecário empreendedor estará bem preparado para superá-los e construir um negócio sólido e próspero. Esperamos que este guia seja um ponto de partida para que você, bibliotecário, possa transformar suas ideias em realidade e conquistar seus objetivos com confiança.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SEBRAE. **Um país de 90 milhões de empreendedores.** 2024. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/um-pais-de-90-milhoes-de-empreendedores/>. Acesso em: 22 set. 2024.

BRASIL. **Lei complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.** Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Brasília, DF: Presidência da República, 2006. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm. Acesso em: 28 jan. 2025.

BRASIL. **Lei complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008.** Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2008. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm. Acesso em: 28 jan. 2025.

BRASIL. **Lei n. 4.084, de 30 de junho de 1962.** Dispõe sobre a Profissão de Bibliotecário e Regula seu Exercício. Brasília, DF: Presidência da República, 1962. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/l4084.htm . Acesso em: 10 dez. 2023.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.** Institui o Código Civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm. Acesso em: 4 out. 2024.

BRASIL. **Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976.** Dispõe sobre as Sociedades por Ações. Brasília, DF: Presidência da República, 2076. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6404consol.htm. Acesso em: 28 jan. 2025.

BRASIL. **Perguntas frequentes.** 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/perguntas-frequentes>. Acesso em: 04 out. 2024.

BRASIL. **Portal do Simples Nacional.** 2022. Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/simplesnacional/>. Acesso em: 04 out. 2024

CHURCHILL, Neil C.; LEWIS, Virginia L. The five stages of small business growth. Harvard **Business Review**, v. 61, n. 3, 1983. Disponível em: <https://hbr.org/1983/05/the-five-stages-of-small-business-growth>. Acesso em: 29 jan. 2025.

CNPL - Confederação Nacional das Profissões Liberais. **Estatuto Social**. Brasília, 2018. Disponível em: <https://www.cnpl.org.br/wp-content/uploads/2020/05/ESTATUTO-SOCIAL-CNPL.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2025.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DOLABELA, Fernando Celso. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2014.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Plano de Negócios**: exemplos práticos. 3.ed. São Paulos: Atlas, 2023.

GITAHY, Yuri. **O que é uma startup?** Exame, 2018. Disponível em: <https://exame.com/pme/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 20 set. 2024.

GONÇALVES, Pammella Emanuelle Camatini. **Bibliotecário empreendedor**. 2009. 57 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

CNPL - Confederação Nacional das Profissões Liberais. **Estatuto Social**. Brasília, 2018. Disponível em: <https://www.cnpl.org.br/wp-content/uploads/2020/05/ESTATUTO-SOCIAL-CNPL.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2025.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DOLABELA, Fernando Celso. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2014.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Plano de Negócios**: exemplos práticos. 3.ed. São Paulos: Atlas, 2023.

GITAHY, Yuri. **O que é uma startup?** Exame, 2018. Disponível em: <https://exame.com/pme/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 20 set. 2024.

GONÇALVES, Pammella Emanuelle Camatini. **Bibliotecário empreendedor**. 2009. 57 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

IBQP – Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. **Empreendedorismo no Brasil**: 2003. Curitiba: IBQP, 2003. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/10/Empreendedorismo-no-Brasil-2003.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2025.

MADALENA, Críchyna da Silva; SPUDEIT, Daniela; DIAS, Marli. Competências empreendedoras para prestação de serviços de informação por bibliotecários no Brasil. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 9, n. 3, p. 102-129, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/pgc/article/view/43669>. Acesso em: 29 jan. 2025.

MARCHETTI, Virgínia. **Elaboração de um plano de negócios para a Empresa Olga Maneira**. Monografia (Graduação em Ciências Aplicadas) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2016.

MARCHIORI, Patrícia Zeni. Que profissional queremos formar para o século XXI: graduação. **Informação & Informação**, v. 1, n. 1, p. 27-34, 1996. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/viewFile/1617/1371>. Acesso em: 15 jun. 2019.

MCKINSEY & COMPANY. The economic potential of generative AI: **The next productivity frontier**. 2023. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/the-economic-potential-of-generative-ai-the-next-productivity-frontier>. Acesso em: 16 abr. 2025.

IBM. **Global AI Adoption Index 2023**. 2023. Disponível em: <https://www.ibm.com/reports/global-ai-adoption-index>.

Acesso em: 16 abr. 2025.

OSTERWALDER, Alexander. **The business model ontology**: A proposition in a design science approach. Suíça: Université de Lausanne, 2008.

PINHEIRO, Andréa S. P.; FRANCO, Eleonora R. C.; GRAÇA, Maria do Carmelo Quartin. Bibliotecário autônomo: uma nova perspectiva. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 15, n. 1, 1987. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rbbsb/article/view/43346>. Acesso em: 29 jan. 2025.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na web 2.0. In XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006. Brasília. **Anais: estado e comunicação [recurso eletrônico]**. Brasília, DF: Intercom: Universidade de Brasília, 2006. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/1264>. Acesso em: 29 jan. 2025.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SALIM, César Simões et al. **Administração empreendedora**: teoria e prática usando o estudo de casos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

ANEXOS

ANEXO A - Business Model Canvas.

 Parcerias Principais são as atividades-chave realizadas de maneira terceirizada e os recursos principais adquiridos fora da empresa	 Atividades-Chave Quais as atividades essenciais para que seja possível entregar a Proposta de Valor	 Proposta de Valor o que sua empresa vai oferecer para o mercado que realmente terá valor para os clientes	 Relacionamento com Clientes como a sua empresa se relacionará com cada segmento de cliente	 Segmentos de Clientes quais segmentos de clientes serão foco da sua empresa
	 Recursos Principais são os recursos necessários para realizar as atividades-chave		 Canais como o cliente compra e recebe seu produto e serviço	
 Estrutura de Custos São os custos relevantes necessários para que a estrutura proposta possa funcionar	 Resultados de Negócio são as formas de obter receita e outros benefícios por meio de propostas de valor			