

GT-6 – Informação, Educação e Trabalho

ISSN 2177-3688

EMPREENDEDORISMO E ATUAÇÃO BIBLIOTECÁRIA NO MERCADO INFORMACIONAL

ENTREPRENEURSHIP AND LIBRARIAN PERFORMANCE IN THE INFORMATIONAL MARKET

Arysa Cabral Barros - Universidade Federal do Cariri (UFCA)

Maria Cleide Rodrigues Bernardino - Universidade Federal do Cariri (UFCA)

Katty Anne de Souza Nunes - Universidade Federal do Cariri (UFCA)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: Tem por objetivo geral analisar as iniciativas empreendedoras realizadas por pessoas bibliotecárias no âmbito dos serviços informacionais. Nos procedimentos metodológicos, optou-se pela inteligência competitiva como estratégia de pesquisa a fim de coletar informações sobre os serviços executados pelas 24 iniciativas localizadas no Portal EmpreendeBiblio e do site da Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios. Apresenta o empreendedorismo na Biblioteconomia enquanto possibilidade de atuação no mercado informacional, atrelada aos três pilares básicos do ato de empreender: conhecimento, prática e motivação. Constatou-se que dentre os serviços oferecidos grande parte está direcionada ao mercado tradicional, principalmente voltados ao gerenciamento de informação. Conclui-se que existem oportunidades de trabalho para se empreender, que proporcionam as pessoas bibliotecárias e os universitários na área, novas formas de exercer sua profissão de maneira criativa, bem como percebeu-se a necessidade de investir na inovação como ação fundamental para buscar-se outras possibilidades de serviços.

Palavras-chave: mercado de trabalho; empreendedorismo; competências profissionais.

Abstract: It presents entrepreneurship in Librarianship as a possibility of acting in the informational market, linked to the three basic pillars of the act of entrepreneurship: knowledge, practice and motivation. Its general objective is to analyze the entrepreneurial initiatives carried out by librarians in the scope of information services. In the methodological procedures, competitive intelligence was chosen as a research strategy, in order to collect information on the services performed by the 24 initiatives located on the EmpreendeBiblio Portal and the website of the National Network for the Simplification of Registration and Legalization of Companies and Businesses. It was found that among the services offered most are directed to the traditional market, mainly focused on information management. It is concluded that there are job opportunities to undertake, which provide librarians and university students in the area, new ways to exercise their profession in a creative way, as well as the need to invest in innovation as a fundamental action to seek other possibilities of services.

Keywords: marketplace; entrepreneurship; professional skills.

1 INTRODUÇÃO

O ato de empreender, vem sendo discutido mundialmente como uma alternativa de ascender profissionalmente no mercado, onde os indivíduos aproveitam as oportunidades para (re)inventar. Dornelas (2005, p. 28) sintetiza essa ideia com a seguinte afirmação: “Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, terá motivação para criar o seu próprio negócio”. Portanto, esta pesquisa destaca os três pilares básicos do fazer empreendedor: conhecimento, prática e motivação.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) afirma que “[...] empreendedor é aquele que inicia algo novo, que vê o que ninguém vê, enfim, aquele que realiza antes, aquele que sai da área do sonho, do desejo, e parte para a ação” (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2019, online). Esta visão chega a ser romântica e simplista, visto que, para empreender é necessária realizar pesquisa de mercado, saber o perfil empreendedor, identificar a oportunidade e saber qual é o financiamento. Deve-se considerar também os erros e fracassos que fazem parte do processo de empreendedor.

Assim, com base no Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2023a), existe uma parcela considerável de iniciativas empreendedoras que não possuem uma vida útil, e que antes mesmo de se estabelecerem no mercado de trabalho, encerram suas atividades. Isso se dá por vários fatores, dentre eles: menor conhecimento/experiência, abertura por necessidade, pouca iniciativa em aperfeiçoar o negócio, entre outros.

Quando se estuda o empreendedorismo na Biblioteconomia, percebe-se que é uma prática promissora, mas ainda tímida que enfrenta os mesmos desafios para consolidação no mercado. Para isso, esta pesquisa estabeleceu como pergunta norteadora: como os profissionais da Biblioteconomia podem empreender e adaptar suas habilidades para atender às demandas informacionais da sociedade?

Mediante ao apresentado, este trabalho busca analisar as iniciativas empreendedoras realizadas por pessoas bibliotecárias no âmbito dos serviços informacionais. Sendo assim, para atingir essa finalidade, traçou-se os seguintes objetivos específicos: a) discorrer sobre os aspectos teóricos-conceituais que envolvem o ato de empreender; b) mapear os serviços informacionais das empresas no âmbito da Biblioteconomia e; c) identificar as tendências de mercado dos bibliotecários que atuam com serviços informacionais.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Visando identificar as tendências de mercado da pessoa bibliotecária que atua com serviços informacionais, fundamentou-se no conceito, atribuições e objetivos da inteligência competitiva. Pensou-se nesta perspectiva, uma vez que, para antecipar-se às exigências do mercado, deve-se considerar uma necessidade básica para sobrevivência de uma organização: conhecer a concorrência.

Desse modo, a inteligência competitiva consiste na coleta ética e o uso da informação pública e publicada disponível sobre tendências, eventos e atores, fora das fronteiras da organização. A aplicação desse método permite conhecer o ecossistema de inovação das organizações e, a partir desta estratégia de pesquisa, pretende-se apresentar os serviços de informação que podem ser explorados, o que facilitará na tomada de decisões em um contexto estratégico dos empreendimentos bibliotecários.

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

A definição da amostragem teve como fundamento o método não probabilístico. De acordo com Martins e Theóphilo (2016), não é possível generalizar e representar os resultados da amostra para a população. Posto que, além dos casos das empresas informais e das pessoas bibliotecárias autônomas não inclusos nesse universo, a amostra disposta não abrange todas as empresas formais. Pois, infelizmente, ainda não há um órgão, entidade ou organização da Biblioteconomia que gerencie estes dados quantitativos.

A coleta foi realizada a partir de dados secundários externos, com base em publicações empresariais e setoriais nos meios digitais, exclusivamente em sites oficiais e redes sociais (Facebook e Instagram). Dessa forma, para a definição da amostra, empregou-se os seguintes critérios: a) ser gerida por uma(a) bibliotecário(a); b) possuir um site ou rede social ativa; e c) disponibilizar no site/rede social informações sobre os serviços ofertados.

3 O ATO DE EMPREENDER: MOTIVAÇÕES, NECESSIDADES E ATITUDES

As ideias do empreendedorismo, em se tratando de Brasil, está no cenário nacional desde 2013, aproximadamente, com o início da crise econômica. No entanto, deve-se ter consciência que o ato de empreender não vai sanar todos os problemas econômicos, pois não existe a ‘fórmula para o sucesso’. A teoria existe, mas a prática é cada indivíduo quem faz.

Portanto, uma atitude mental positiva desenvolve uma crença sem limites em si mesmo, mas não adianta ter uma mente positiva, desenvolver conhecimento sobre a causa se isso não reflete em atitudes. A essência desse processo está em descobrir e aprender seu potencial para externá-lo através de ações.

Logo, surge a questão: como estes empreendedores podem desenvolver seu potencial? Para isso, faz-se alusão aos princípios da Teoria Comportamentalista. Esta abordagem investiga a ampliação do conhecimento sobre motivação e o comportamento humano no processo de mudança econômica e nas relações de trabalho, com enfoque nos traços pessoais, necessidades e atitudes do empreendedor (SANTIAGO, 2009; VERGA; SILVA, 2014). Isto significa que, para iniciar um empreendimento, o profissional necessita refletir sobre suas percepções e concepções, bem como o impacto delas em suas ações, ou seja, é essencial que compreenda o que está no seu subconsciente.

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

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

A motivação é um processo interno de cada ser humano e parte de dentro para fora. Nesse sentido, o profissional motivado através de mudanças atitudinais sabe qual caminho seguir, passa a compreender as limitações que o impede de alcançar suas metas e superá-las.

Mas, qual será a verdadeira motivação para os empreendedores iniciais: oportunidade ou necessidade? *O Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) classifica essas duas categorias para a compreensão do empreendedorismo: oportunidade e necessidade.

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

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

Schmidt e Bohnenberger (2009) sintetizaram as características atitudinais comuns de um empreendedor (Quadro 1), segundo as definições encontradas na literatura científica, objetivando ampliar a base conceitual sobre o perfil desse profissional e sustentar o processo de elaboração do instrumento de mediação nas pesquisas sobre a temática em questão.

Quadro 1 - Características atitudinais do empreendedor

Características atitudinais	Descrição
Auto eficaz	É a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercitar controle sobre eventos na sua vida (Carland <i>et al.</i> , 1988; Kaufman, 1991; Longenecker <i>et al.</i> , 1997; Chen <i>et al.</i> , 1998; Markman; Baron, 2003).
Assume riscos calculados	Indivíduo que, diante de um projeto pessoal, relaciona e analisa as variáveis que podem influenciar o seu resultado, decidindo, a partir disso, a continuidade do projeto (DRUCKER, 1986; CARLAND <i>et al.</i> , 1988; Hisrich; Peters, 2004).
Planejador	“Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazê-lo” (Filion, 2000, p. 3).
Detecta oportunidades	Habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança (Degen, 1989; Birley; Muzyka, 2001; Markman; Baron, 2003).

Persistente	“[...] capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até a privações sociais, em projetos de retorno incerto” (Markman; Baron, 2003, p. 290).
Sociável	“Os empreendedores ... fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Já não os vemos como provedores de mercadorias e autopeças nada interessantes. Em vez disso, eles são vistos como energizadores que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento, produtiva” (Longenecker; Moore; Petty, 1997, p. 3).
Inovador	Aquele que relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa (Carland <i>et al.</i> , 1988; Degen, 1989; Filion, 2000; Birley; Muzyka, 2001).
Líder	Pessoa que, a partir de um objetivo próprio, influencia outras a adotarem voluntariamente esse objetivo (Longenecker <i>et al.</i> , 1997; Filion, 2000; Hisrich; Peters, 2004).

Fonte: Adaptado de Schmidt e Bohnenberger (2009).

Com base nas características atitudinais descritas, trazendo essa reflexão para a Biblioteconomia, empreender é colocar em prática, de forma integral, suas potencialidades racionais e intuitivas, além da tecnicidade, buscando constantemente o autoconhecimento e o aprendizado a partir das novas experiências. Em síntese, a pessoa bibliotecária tem que estar apta a transformação e ter competências técnicas, gerenciais e pessoais, particularidades as quais devem ser aprimoradas mediante educação continuada, pois nem sempre são contempladas na formação acadêmica.

A mudança na prática profissional pode abrir outros caminhos para se empreender, principalmente em tempos de inovação como um diferencial competitivo. Desse modo, pode-se envidar a constituição íntegra do seu próprio negócio, prestando serviços de qualidade em projetos inovadores frente à nova realidade empregatícia, capaz de promover a construção de conhecimentos, resolução de problemas e satisfação de necessidades.

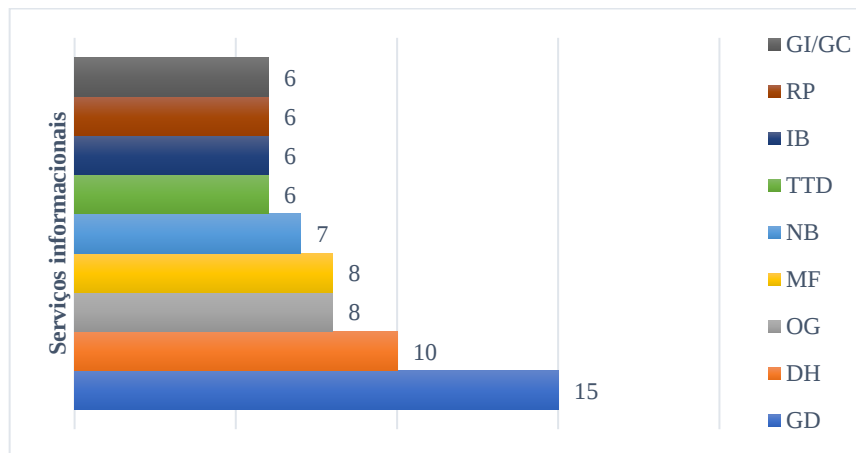
4 INFERÊNCIA ANALÍTICA

Antes de explanar sobre os dados analisados, vale ressaltar que para Marta Valentim (2000) o mercado de trabalho informacional é classificado em: tradicional (bibliotecas, centros culturais, arquivos e museus), existente (livrarias, empresas privadas, bases de dados, editoras, consultorias etc.) e de tendências (centros de informação, base de dados digitais, portais de conteúdo e outros).

No que tange à identificação da atuação no mercado tradicional e existente, serão apresentados os resultados sobre os serviços ofertados pelas 24 iniciativas bibliotecárias,

utilizando como base as publicações empresariais e setoriais nos meios digitais. Ante o exposto, elaborou-se o gráfico abaixo contendo informações quantitativas no tocante aos serviços disponibilizados pelas empresas analisadas.

Gráfico 1 - Principais serviços ofertados no mercado informacional tradicional e existente



Fonte: Elaborada pelas autoras (2023).

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

Quanto ao mapeamento dos dados, verificou-se 15 serviços voltados para Gestão da Informação (GI). Os métodos e técnicas usadas na prática da GI buscam garantir que a informação seja gerenciada como um recurso indispensável e valioso para resolução de problemas (DUARTE; SILVA; COSTA, 2007). Esta afirmação está em conformidade com a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), (BRASIL, 2010), quando caracteriza a atuação da pessoa bibliotecária para além dos ambientes tradicionais, considerando-o um profissional capacitado em trabalhar diretamente com a informação, transformando-a em um recurso estratégico para tomada de decisão, vantagem competitiva e diferencial no mercado.

O Gráfico 1 ilustra que aproximadamente 62,5% dos empreendimentos, isto é, mais da metade da amostra, atuam com gestão documental seja com gerenciamento e organização de arquivos físicos e digitais, seja com digitalização ou higienização destes materiais. Estes dados confirmam o que é referido por Milano e Davok (2009) e Madalena (2018), ao evidenciarem que estes profissionais não têm explorado outros nichos de atuação e suas atividades continuam associadas ao mercado tradicional descrito por Valentim (2000).

Assim sendo, identificou-se que em muitos casos a mudança de atuação ocorre somente no suporte, passando do acervo físico para o digital. Além disso, as atividades voltadas à gestão documental abrangem os conhecimentos já adquiridos no decorrer da

graduação, o que as tornam mais confortáveis no fazer empreendedor do bibliotecário. E como afirma Hunter (2004), é mais fácil fazer aquilo que está na zona de conforto.

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

Seguindo, destaca-se que entorno de 30% das empresas trabalham com normalização documentária e mapeamento de fontes informacionais e especializadas. Essa atuação se dá devido a Biblioteconomia ser uma área que estuda a aplicação das normas de documentação e políticas de normalização, bem como a recuperação e análise da informação. Nesse campo, a pessoa bibliotecária tem a função de buscar informações científicas e empresariais relevantes para a construção de pesquisas e a tomada de decisão das organizações, utilizando-se das TICs como sua aliada nesse processo.

A consultoria informacional é um serviço que vem sendo explorado nos últimos tempos, não apenas por profissionais da Biblioteconomia. É aqui que surge o desafio. Apesar do bibliotecário ter a informação como ferramenta chave de trabalho e possuir conhecimentos adquiridos na sua formação para executar o serviço com eficácia, existe muita competitividade no mercado. Por isso, faz-se necessário conhecer os fatores internos determinantes para se empreender, em questão, as competências empreendedoras.

Em relação às práticas voltadas para Gestão da Informação e do Conhecimento, constatou-se que 25% empresas apresentam estes serviços em seus portfólios, através de: planejamento e gestão de processos organizacionais; desenvolvimento de ambientes de colaboração e redes sociais corporativas, entre outras ações que pretendem otimizar a promoção do acesso à informação e da aprendizagem no ambiente organizacional.

O serviço de resgate e preservação da memória institucional também é disponibilizado por 25% dos empreendimentos. A memória institucional refere-se ao registro e preservação das informações de uma instituição, promovendo a gestão organizacional linear e o fortalecimento de seu mercado. A preservação desses documentos é indispensável para que haja memória histórica e cultural das organizações. Nesse serviço, o bibliotecário atua na seleção das informações, absorvendo as características particulares da instituição e avaliando

os aspectos, acontecimentos e detalhes pertinentes a sua história (SALCEDO; LIMA, 2018). Sendo assim, este profissional é essencial para a execução de práticas de tratamento, salvaguarda e disseminação da memória institucional.

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

Mediante tais percepções de exercício no mercado informacional de tendência, pontua-se as oportunidades de trabalho para se empreender, com base no SEBRAE (2023b). A saber: criação de conteúdo; experiência do cliente; e-commerce (o que exige boa navegabilidade e site responsivo); proteção de dados (em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD); ESG (do inglês *“Environmental, Social and Corporate Governance”*, que significa governança ambiental, social e corporativa), ou seja, a empresa deve preocupar-se também com valores sociais e ambientais. Essas tendências no mercado se fortalecem frente as novas necessidades e comportamentos da sociedade, em especial pós-pandemia.

Por fim, cabe a quem deseja empreender, dedicar-se aos três pilares fundamentais: **conhecimento** (investir tempo e esforço em pesquisar, analisar, planejar e avaliar as diversas nuances do empreendedorismo), **prática** (executar serviços, desenvolver habilidades, aperfeiçoar processos e correr riscos) e **motivação** (ter um propósito, construir uma rede de apoio, fazer parte do ecossistema empreendedor e estabelecer parcerias). Esses elementos combinados são a base para alcançar o sucesso e superar os desafios que acompanham a jornada empreendedora.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo foi e vem sendo uma oportunidade de trabalho para muitos profissionais (seja na busca de renda extra ou principal). Dessa forma, através dessa pesquisa, foi possível pensar em oportunidades de trabalho para se empreender, como o desenvolvimento de software e aplicativos, segurança da informação, análise de dados, serviços de hospedagem e nuvem, inteligência artificial, entre outros serviços. Tais práticas

proporcionam as pessoas bibliotecárias novas formas de exercer sua profissão de maneira criativa e inovadora, sob a perspectiva de diferentes campos de atuação.

Entretanto, dentre as dificuldades encontradas nesta busca, observou-se a necessidade de desenvolver uma base de dados sobre estes empreendimentos, o que facilitaria a localização de informações para futuras pesquisas. Sob tal adversidade, aponta-se a possibilidade do desenvolvimento de ações dos Conselhos Regionais de Biblioteconomia (CRBs) dentro desta perspectiva do empreendedorismo na área, em que poderão fornecer informação em seus sites sobre práticas empreendedoras.

Mediante essas explanações, constatou-se que ainda existe uma invariabilidade nos serviços ofertados, particularmente aqueles direcionados ao gerenciamento da informação, isto é, percebe-se que apesar de haver uma variação nas possibilidades de atuação, ainda existe uma predisposição ao mercado tradicional.

Por isso, se faz necessário investir na inovação como ação fundamental, a fim de se destacar e obter visibilidade nos ambientes informacionais. As práticas bibliotecárias empreendedoras precisam buscar outras possibilidades para ampliar seus serviços e conseguir diferencial competitivo, procurando implementar estratégias para alcançar um segmento de clientes ainda maior com serviços de qualidade.

Em linhas gerais, tenciona-se que novos estudos sejam gerados nesse sentido, mostrando os horizontes que o campo da Biblioteconomia possui, dando destaque ao valor que o empreendedorismo pode agregar, sob o ponto de vista dos possíveis ambientes em potencial para atuação bibliotecária.

REFERÊNCIAS

ALLEMAND, Renato Neves. **Apostila sobre Teoria Comportamental Empreendedora**. Pelotas: IFSUL, 2011. Disponível em: <http://www2.pelotas.ifsul.edu.br/~ralleman/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedora/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedora.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2023.

BRASIL. Ministério do Trabalho. **Classificação Brasileira de Ocupações**. 2010. Disponível em: <http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf>. Acesso em: 13 abr. 2023.

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

DUARTE, Emeide Nóbrega; SILVA, Alzira Karla Araújo; COSTA, Suzana Queiroga da. Gestão da Informação e do Conhecimento: práticas de empresas “excelente em gestão empresarial” extensivas a unidades de informação. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 17, n. 1, p. 97-107, jan./abr., 2007. Disponível em: <https://www.cin.ufpe.br/~psgm/Gestao%20da%20Informacao%20e%20do%20Conhecimento%20-%20GIC/Artigos/1%20-%20503-2277-1-PB.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2023.

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

INSTITUTO BRASILEIRO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **GEM: empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2018**. Curitiba: IBQP; SEBRAE, 2018. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>. Acesso: 12 abr. 2023.

MADALENA, Críchyna da Silva. **Competências empreendedoras para prestação de serviços de informação por bibliotecários no Brasil**. 2018. Dissertação (Mestrado em Gestão de Unidades de Informação) – Centro de Ciências Humanas e da Educação, Universidade do Estado de Santa, Florianópolis, 2018. Disponível em: http://www.faed.udesc.br/arquivos/id_submenu/3015/crichyna_da_silva_madalena.pdf. Acesso em: 13 abr. 2023.

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

MILANO, Manoelle Cristine Dalri; DAVOK, Delsi Fries. Consultor de informação: serviços prestados por empresas de consultoria nas áreas de Biblioteconomia e Gestão da Informação. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 253-278, jan./jun., 2009. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/658>. Acesso em: 13 abr. 2023.

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

SALCEDO, Diego; LIMA, Igor Pires. O papel do bibliotecário na prática de preservação da memória institucional: o caso do espaço memória da Justiça Federal em Pernambuco. **ÁGORA**, Florianópolis, v. 28, n. 57, p. 314-331, jul./dez. 2018. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/101554>. Acesso em: 03 jul 2023.

SANTIAGO, Eduardo Girão. Vertentes teóricas sobre empreendedorismo em Schumpeter, Weber e McClelland: novas referências para a sociologia do trabalho. **Revista de Ciência Sociais**, Fortaleza, v. 40, n. 2, p. 87-103, 2009. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/revcienso/article/view/488>. Acesso em: 11 abr. 2023.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **RAC**, Curitiba, v. 13, n. 3, art. 6, p. 450-467, jul./ago. 2009. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552009000300007. Acesso em: 13 abr. 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. 2023a. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 9 jul. 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Estou apto para ser consultor do Sebrae?** 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/estou-apto-para-ser-consultor-do-sebrae,8b7b1ebfe6f5f510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 9 jul. 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **O que é ser empreendedor?** 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 3 abr. 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Tendências para o empreendedorismo em 2023**. 2023b. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tendencias-para-o-empreendedorismo-em-2022,b622b5d392f72810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 9 jul. 2023.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Atuação e perspectivas profissionais do profissional da informação. In: VALENTIM, Marta Lígia Pomim. (org.) **O profissional da informação: formação, perfil e atuação**. São Paulo: Polis, 2000, p. 135-152. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2000v5n9p16>. Acesso em: 10 abr. 2023.

VERGA, Everton; SILVA, Luiz Fernando Soares da. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014. Disponível em: <https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/161>. Acesso em: 13 abr. 2023.