

O EMPREENDEDORISMO NO CAMPO DA GESTÃO DE UNIDADE DE INFORMAÇÃO

estruturas latentes frente à elaboração do Plano de negócios

Sérgio Rodrigues de Santana¹

Universidade Federal da Paraíba
sergiokafe@gmail.com

Carla Daniella Teixeira Girard²

Universidade Federal Rural da Amazônia
carlinhagirard@yahoo.com.br

Annebelles Pena Lima Magalhães Cruz³

Universidade do Estado do Amapá
annebelle.cruz@gmail.com

Lília Mara Menezes⁴

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte
liliamaram@hotmail.com

Resumo

O empreendedorismo opera na gestão de unidade de informação, pois é um fenômeno que significa fazer algo considerando variáveis como risco, criatividade, inovação e mudança, que são constituintes da inquietação do empreendedor. O plano de negócios como ferramenta do empreendedorismo/empreendedor instrumentaliza a prática do fazer e suas condições, inclusive das estruturas latentes que são variáveis invisíveis. Quais as estruturas latentes frente à elaboração de um plano de negócios no âmbito do empreendedorismo para unidades de informação? Objetivou descrever e discutir as estruturas latentes para elaboração de um plano de negócios frente ao empreendedorismo com o foco nas bibliotecas, arquivos e museus. Justifica-se pela lacuna temática entre o empreendedorismo, plano de negócios e Gestão de unidade de informação, em que o empreendedorismo pode contribuir na manutenção da excelência dos produtos, processos e satisfação informacionais das unidades de informação. Adotou-se a abordagem quanti-qualitativa que permitiu a análise da escassez bibliográfica sobre as discussões entre empreendedorismo, plano de negócios e gestão de unidade de informação, e dos aspectos mais subjetivos na descrição de construtos e hipóteses sobre essas discussões. Aplicou-se o método de Revisão Bibliográfica Sistemática que analisa o conhecimento acumulado; mapeia trabalhos publicados; responde questão pontual de pesquisa e identifica lacunas. As estruturas latentes são a Plataformização, tipológicas de unidades de informação; administração pública; identidade institucional; o empreendedorismo informacional e o

¹ Doutor e Mestre em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Graduado em Psicologia (UFPB) e Biblioteconomia e Arquivologia (Uniassevi), é especialista em 'Ensino e Interdisciplinaridade' (Uniassevi) e especialista em Arquivologia (Faculdade Domínios).

² Graduação em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Pará (UFPA) e Graduação em Formação Pedagógica de Docentes - Habilitação em Letras e Pedagogia pela Faculdade Educacional da Lapa (FAEL), Especialização em Docência da Educação Superior pela Universidade do Estado do Pará (UEPA), Mestrado em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e Doutora em Educação pela Universidade Luterana do Brasil (ULBRA/Canoas).

³ Docente da Universidade do Estado do Amapá (UEAP), Doutora em Educação (ULBRA/RS, 2024). Mestre em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local (Centro Universitário UNA/BH/2013). Graduada em Psicologia (UNINCOR/MG/2009), Pedagogia (FBN/AM/2023) e Ciências Sociais (ÚNICA, 2024).

⁴ Doutoranda e Mestre em Letras (PROFLETRAS) pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, é pós-graduada em Literatura e Ensino, pelo Instituto Federal do Rio Grande do Norte (2011) e graduada em Letras e Artes pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (2005), atualmente é professora na educação básica e tutora do curso Letras-Língua Portuguesa na UERN/UAB.



Esta obra está licenciada sob uma licença

Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0).

P2P & INOVAÇÃO, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 1-26, e-7440, jan./jul. 2025.

empreendedorismo social. Todas As estruturas latentes convergem para uma consciência frente à democracia da informação, através da disseminação da informação e os impactos positivos do acesso, uso e apropriação da informação seja ela em qualquer formato, suporte e/ou fluxo.

Palavras-chave: empreendedorismo; plano de negócios; gestão de unidade de informação; epistemologia; bibliotecas, arquivos e museus.

ENTREPRENEURSHIP INTO INFORMATION UNIT MANAGEMENT FIELD: latent structures in the preparation of a Business Plan

Abstract

Entrepreneurism operates in the management of information unity, because it is a phenomenon that means doing something considering variables such as risk, creativity, innovation and change, which are the constituents of the entrepreneur's concern. The business plan as a tool of entrepreneurship/entrepreneur instrumentalizes the practice of doing things and its conditions, including the latent structures that only vary invisíveis. What are the latent structures in the development of a business plan in the field of entrepreneurship for information units? The objective is to discover and discuss the latent structures for the elaboration of a business plan regarding entrepreneurship as a focus in libraries, archives and museums. The thematic gap between entrepreneurship, business planning and information unit management is justified, in that entrepreneurship can contribute to the maintenance of excellence of the products, processes and information satisfaction of the information units. A quantitative-qualitative approach is adopted that allows the analysis of the bibliographic scarcity on the discussions between entrepreneurship, business planning and information unit management, and two more subjective aspects in the description of constructs and hypotheses on these discussions. Application or Systematic Bibliographic Review method that analyzes accumulated knowledge; maps published jobs; responds to a potential research question and identifies gaps. The latent structures are the platform, typological information units; public administration; institutional identity; o informational entrepreneurship and o social entrepreneurship. All latent structures converge for a conscience in the face of information democracy, through the dissemination of information and the positive impacts of access, use and appropriation of information in any format, support and/or flow.

Keywords: entrepreneurship; business plan; information unit management; epistemology; libraries, archives and museums.

EMPRENDIMIENTO EN EL ÁMBITO DE LA GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN:estructuras latentes en la elaboración del Plan de Negocio

Resumen

El emprendedorismo opera en la gestión de la unidad de información, pois é um fenômeno que significa fazer algo considerando variaciones como riesgo, criatividade, innovación y mudança, que são constituintes da inquietação do empreendedor. El plano de negocios como ferramenta do empreendedorismo/empreendedor instrumentaliza a prática do fazer e sus condiciones, inclusive das estruturas latentes que son variadas invisibles. ¿Quais como estructuras latentes frente a la elaboración de un plano de negocios en el ámbito del emprendedorismo para unidades de información? Objetivou descrever e discutir as estruturas latentes para elaborar un plano de negocios frente al emprendedorismo com o foco nas bibliotecas, archivos y museos. Justifica la laguna temática entre el emprendedorismo, el plano de negocios y la gestión de unidades de información, para que el emprendedorismo pueda contribuir a la mantención de la excelencia de los productos, procesos y satisfacción de la información de las unidades de información. Adotou-se a abordagem quantitativa que permite a análise da escassez bibliográfica sobre as discusiones entre emprendedorismo, plano de negocios y gestión de unidad de información, y dos aspectos más subjetivos na descripción de construcciones e hipóteses sobre esas discusiones. Aplicou-se o método de Revisão Bibliográfica Sistemática que analisa o conhecimento acumulado; mapeia trabajos publicados; Responde a la pregunta puntual de pesquisa e identifica lagunas. Como estructuras latentes en la plataforma, tipológicas de unidad de información; administración pública; identidad institucional; o emprendedorismo informacional y o emprendedorismo social. Todas las estructuras latentes convergen para una conciencia frente a la democracia de la información, a través de la difusión de la información y los impactos positivos del acceso, el uso y la apropiación de la información sea en cualquier formato, soporte y flujo.

Palabras clave: emprendedorismo; plano de negocios; gestión de unidad de información; epistemología; bibliotecas, archivos y museos.

1 INTRODUÇÃO

O filósofo Bachelard (1996) já discutiu sobre o sujeito de mente inquieta, que está constantemente em busca de transformação no campo da ciência. Essa inquietação frente à mudança é a força motriz que impulsiona o empreendedorismo e caracteriza o empreendedor, independentemente do contexto em que ele está inserido. No âmbito da Gestão de Unidades de Informação (GUI), essa mesma inquietação também desempenha um papel fundamental.

Nesse sentido, o empreendedorismo é um fenômeno que se manifesta em diversos contextos e circunstâncias, por meio do empreendedor, seja ele um cientista ou um sujeito comum. Esse processo está intrinsecamente ligado às estruturas como oportunidade, criatividade, liderança, risco, inovação e mudança, que são elementos fundamentais da inquietação que impulsionam a ação empreendedora (Schumpeter, 1988; Pinchot, 1989; Ma; Tan, 2006; Chiavenato, 2012; Farah; Cavalcanti; Marcondes, 2013; Hashimoto; 2006).

De tal modo, para o avanço da GUI, é fundamental incorporar o empreendedorismo como base epistêmica no quadro interdisciplinar-holístico de suas teorias do conhecimento. Isso se torna indispensável, pois, embora bibliotecas, arquivos e museus mantenham produtos e processos tradicionais, essas instituições são sistemas abertos, e o empreendedorismo pode proporcionar atualização e inovação necessárias para o aprimoramento dessas unidades de informação.

As estruturas oportunidade, criatividade, liderança, risco, inovação e mudança podem ser mais efetivamente fundamentadas por meio das estruturas latentes na formulação de um plano de negócios que vise revitalizar essas instituições. Se compreende como estruturas latentes nesta pesquisa como variáveis que não são visíveis, mas que afetam o todo e que devem ser consideradas na elaboração do Plano de negócios.

O plano de negócios é um documento estratégico, uma ferramenta de gestão que caracteriza o negócio e traça a viabilidade do mercado, é usado por instituições e empreendedores para estruturar e reestruturar uma instituição (Dornelas, 2012; Sebrae, 2013; Bichueti; Zaluski, 2022; Silva Junior, 2021). Ele é composto por estruturas manifestadas, ou seja, variáveis visíveis e supracitadas nos manuais de empreendedorismo, que incluem as estruturas legais, de mercado, de *marketing*, operacional, de finanças, estratégico, avaliação do plano de negócios e roteiro para coleta de informações consolidado (Sebrae, 2013; Giovanela, 2017).

Diante das argumentações, quais são as estruturas latentes frente à elaboração de um plano de negócios no âmbito do empreendedorismo para as unidades de informação? Essa

pesquisa teve como objetivo descrever e discutir as estruturas latentes para elaboração de um plano de negócios frente ao empreendedorismo com o foco nas bibliotecas, arquivos e museus na contemporaneidade. A justificativa do trabalho recai sobre o fato de haver uma lacuna temática na GUI em que discuta o empreendedorismo por meio do Plano de negócios frente à manutenção da excelência dos produtos, processos e satisfação informacionais das unidades de informação.

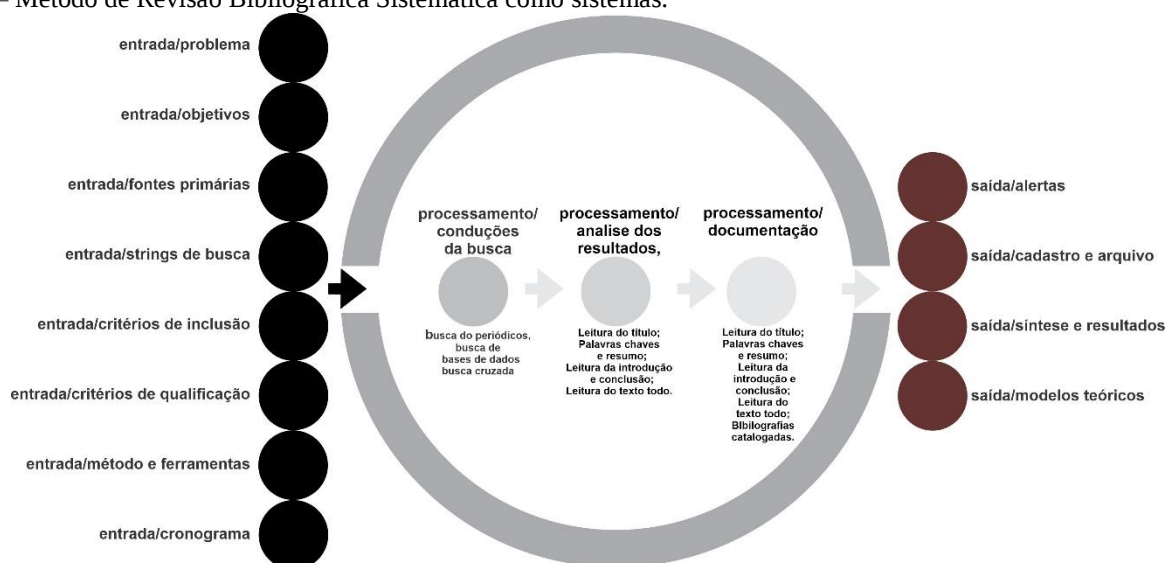
2 METODOLOGIA

Adotou-se nesta pesquisa a abordagem quanti-qualitativa, pois permite uma análise abrangente ao integrar dados numéricos (quantitativos) (Frainer, 2020), permitindo do mesmo modo a investigação da escassez de bibliografia sobre a temática do empreendedorismo e suas relações com o plano de negócios no campo da GUI. Além disso, desusou-se sobre a análise de aspectos mais subjetivos (qualitativos) (Sampieri; Collado; Lucio, 2013), que foi realizada a partir do *corpus*, de tal modo descrevendo construtos e hipóteses.

Aplicou-se o método de Revisão Bibliográfica Sistemática (MRBS) que reúne, revisa, compreende, analisa, sintetiza e avalia um *corpus* constituídos de bibliografias que embasa de forma teórico-científico um fenômeno, tema e/ou tópico específico. O MRBS funcionou como um sistema, e analisa o conhecimento acumulado acerca do empreendedorismo através de mapeamento frente à uma lacuna entre empreendedorismos, plano de negócios e GUI.

4

Figura 1 – Método de Revisão Bibliográfica Sistemática como sistemas.



Fonte: Adaptado de Bertalanffy, 2010.

Baseado em Levy e Ellis (2006), Biolchini *et al.*, 2007 e Conforto, Amaral e Silva (2011) MRBS foi aplicado por meio de um conjunto de protocolos fundamentados na teoria dos sistemas de Bertalanffy (2010), sendo estruturado em três bases: entradas (figura 1, preto), processamentos (figura 1, cinza) e saídas (figura 1, marrom).

No protocolo entrada/problema (Levy; Ellis, 2006; Biolchini *et al.*, 2007; Conforto; Amaral; Silva, 2011) diz acerca da definição do problema, constitui o primeiro protocolo de realização da RBS de maneira clara e precisa, que nesse estudo trouxe à baila a questão: **Quais são as estruturas latentes frente à elaboração de um plano de negócios no âmbito do empreendedorismo para as unidades de informação?**

No protocolo de entrada/objetivos, os objetivos do MRBS devem estar alinhados com os objetivos da pesquisa, sendo claros, factíveis e bem definidos, como: **teve como objetivo descrever e discutir as estruturas latentes para elaboração de um plano de negócios frente ao empreendedorismo com o foco nas bibliotecas, arquivos e museus na contemporaneidade.**

Já no protocolo entrada/fontes primárias, versa sobre às fontes primárias que se constituem de artigos, periódicos ou bases de dados que serão úteis para a definição de palavras-chave (Levy; Ellis, 2006; Biolchini *et al.*, 2007; Conforto; Amaral; Silva, 2011).

Nesta pesquisa foi inicialmente Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI), e frente à escassez da busca, ela se estendeu de forma avulsa no *Google* que recuperou bibliografias de bases de dado como *SciELO*, *Google Acadêmico* e repositório temáticos e institucionais. A bibliografias contemplou autorias de especialistas, doutores, mestres e pesquisadores seniores, portanto incluindo referências clássica e mais atuais

Por sua vez, quanto ao protocolo entrada/stringsde busca, se refere ao conjunto terminológico referente ao fenômeno da pesquisa, do mesmo modo foi construído a partir da busca na BRAPCI, e que resultou no arranjo de buscadores final e aplicado que incluiu: ‘empreendedorismo’, ‘empreendedor’, ‘empreender’, ‘empreendedorismo e gestão de unidade de informação’, ‘plano de negócios e gestão de unidade de informação’, ‘empreendedorismo e plano de negócios’, ‘empreendedor e plano de negócios’.

No protocolo entrada/critérios de inclusão ocorre-se a definição dos critérios de inclusão dos artigos, de tal modo sendo preciso levar em conta os objetivos e a pergunta-problema, pois eles ajudam a afunilar a busca (Levy; Ellis, 2006; Biolchini *et al.*, 2007; Conforto; Amaral; Silva, 2011). Nesta pesquisa se usou dois critérios inclusão, o ‘critério de tipologia bibliográfica’ que se relaciona à forma como os conteúdos que são apresentados, nos

diferentes tipos de publicações, que nesta pesquisa incluiu artigos, livros, capítulos de livros, teses, dissertações, relatórios técnicos, manuais, entre outros.

E o ‘critério de saturação’ que é utilizado principalmente em estudos qualitativos e indica o ponto em que a coleta de dados chega a um limite em que novas bibliografias não são mais necessárias (Thiry-Cherques, 2009).

No protocolo entrada/critérios de qualificação, se refere a avaliação e acuidade do artigo para o estudo, e que geralmente ocorre pelo método de pesquisa utilizado, a quantidade de citações do artigo, fator de impacto do periódico e até mesmo o conteúdo em si, esse adotado nesta pesquisa.

No protocolo entrada/método e ferramentas, a definição do método de busca e ferramentas analógicas ou digitais que envolve para definir as etapas para a condução das buscas, definir os filtros de busca, como será realizado a busca nos periódicos e bases de dados, como os resultados serão armazenados, etc. O método de busca deve ser iterativo, ou seja, deve contemplar ciclos que favorecem o aprendizado, refinamento da busca, e buscas cruzadas, a partir de referências citadas nos artigos encontrados (Levy; Ellis, 2006; Biolchiniet *al.*, 2007; Conforto; Amaral; Silva, 2011).

E por fim, no protocolo entrada/cronograma, versa sobre o tempo de realização da pesquisa, que correu no segundo em abril de 2024, em que os meses de julho, agosto, setembro, outubro, novembro e dezembro foram dedicados ao MRBS, pois é preciso estar atento para o prazo máximo viável para a condução da MRBS e da pesquisa (Levy; Ellis, 2006; Biolchiniet *al.*, 2007; Conforto; Amaral; Silva, 2011).

No protocolo processamento/conduções da busca, é o local onde são realizadas as buscas, compreende os passos 1, 5 e 6, busca dos periódicos, busca das bases de dados, e busca cruzada. Quanto ao protocolo processamento/analise dos resultados, nesta etapa é realizada a leitura e análise dos resultados, ou seja, os filtros de leitura, leitura do título, palavras chaves e resumo; leitura da introdução e conclusão e leitura do texto todo, ambos adotados nessa pesquisa.

No protocolo processamento/documentação, a ênfase é na documentação e arquivamento dos artigos selecionados nos filtros, bem como os resultados das buscas e filtros de leitura, seguindo os passos: leitura do título, palavras-chave e resumo; leitura da introdução e conclusão e Leitura do texto todo e bibliografias catalogadas.

No protocolo saída/alertas, ocorre a inserção de alertas quanto aos principais periódicos, como também a bibliografia avulsa identificada durante a condução do método. Ao final da MRBS, as informações contidas na leitura da introdução e da conclusão, essas que

se caracterizam úteis para priorizar os artigos e consequentemente identificar os principais periódicos e bibliografia avulsa para a área de estudo. O cientista pode inserir alertas nos próprios periódicos e receber por *e-mail* um aviso com os artigos publicados em futuras edições. Essa ação é benéfica para rastrear novos artigos e atualizar o repositório de artigos da pesquisa (Levy; Ellis, 2006; Biolchini *et al.*, 2007; Conforto; Amaral; Silva, 2011).

No protocolo saída/cadastro e arquivo, versa sobre as bibliografias que foram selecionados a partir da leitura da introdução e da conclusão, que foram analisados e interpretados e que serão incluídos no *corpus* da pesquisa. As bibliografias podem ser armazenadas com o apoio de um *software* ou tecnologia analógica para gerenciamento de referências (Levy; Ellis, 2006; Biolchini *et al.*, 2007; Conforto; Amaral; Silva, 2011).

Nesta pesquisa, utilizou-se o Zotero para a organização do *corpus*, por ser um gerenciador de referências de código aberto. Entre suas os principais atributos do *software*, destacam-se a integração com navegadores, a sincronização online, a geração de documentos em formato PDF, a inserção de citações no corpo do texto, a criação de rodapés e a elaboração automática de bibliografias (Andalia; Díaz, 2008; Zotero, 2019; Yamakawa, 2014).

No protocolo saída/síntese e resultados, nesse se elabora um relatório que será uma síntese da bibliografia do *corpus* estudada. Este texto aborda o fenômeno em questão e poderá ser estruturado como uma seção de revisão bibliográfica, em que será incorporada posteriormente às discussões da pesquisa.

Nessa seção, é fundamental identificar o estado atual do conhecimento sobre o fenômeno pesquisado, destacando, por exemplo, os principais autores da área e a evolução dos conceitos ao longo do tempo, a quantidade de textos diretamente relacionados ao fenômeno, compilar e avaliar as definições terminológicas, modelos teóricos, etc. (Levy; Ellis, 2006; Biolchini *et al.*, 2007; Conforto; Amaral; Silva, 2011).

No protocolo saída/modelos teóricos, diz acerca da construção de modelos teóricos, construtos, hipóteses ou qualquer fenomenotécnico (Levy; Ellis, 2006; Biolchini *et al.*, 2007; Conforto; Amaral; Silva, 2011), e que nesta pesquisa a tese é que existem seis estruturas latentes, construtos que passa a embasar uma nova configuração para um plano de negócio, que pode ser avaliá-las e confrontá-las por estudos posteriores.

3 EMPREENDEDORISMO

Para Farah, Cavalcanti e Marcondes (2013, p. 1) '[...] as dificuldades para definir o termo são decorrentes de concepções errôneas postuladas, principalmente pela mídia e pelo

senso comum, que distorcem alguns conceitos [...]', o que torna o conceito polissêmico, e que possibilita uma discussão epistêmica frente as escolas, e sua aplicação conceitual frente a um objetivo ou problema de pesquisa, ou até mesmo a aplicação no cotidiano.

Percorrendo através da abordagem histórica-epistêmica, empreendedorismo é um fenômeno presente desde os primórdios da humanidade, iniciando-se com a primeira ação inovadora do ser humano, como a criação de ferramentas para caça e sobrevivência durante a Idade da Pedra (Sosnowski, 2018) e com a invenção da roda.

O empreendedorismo é um verbete de origem francesa *entrepreneur*, e vem sendo introduzida na nossa cultura '[...] que significa aquele que assume riscos e começa algo novo'. No início do século XVI, os empreendedores eram considerados aqueles que lideravam as expedições militares, e em 1700 o termo passou incluir os empreiteiros frente ao comprometimento de construir para os militares as estradas, pontes, portos, fortificações etc. (Cunningham; Lischeron, 1991).

Já para Gouvêa (2012, p. 6) na prática o fenômeno empreendedorismo se deu com Marco Polo ao estabelecer uma rota comercial para do Oriente entre 1270 a 1290. Em relação ao primeiro registro do uso do termo 'empreendedorismo', pois em 1755, Richard Cantillon utilizou o termo para explicar o risco de comprar algo em um determinado preço e procurar vendê-lo sem a certeza do êxito. Em 1803, Jean-Baptiste Say derivou o conceito, relacionado aquele sujeito que transferia recursos econômicos de um setor de baixa produtividade para um setor de alta produtividade e maior rendimento (Hashimoto, 2006).

Contudo o empreendedorismo pode ser compreendido em termos de escola e características de um empreendedor, frente a efetuação, a adaptabilidade cognitiva e quanto ao fracasso (sucesso).

A Escola de Empreendedorismo A Grande Pessoa (*The 'Great Person' School of Entrepreneurship*), parte das premissas que a filosofia *Are entrepreneurs (like leaders) born, or are they made?* Essa escola acredita no líder carismático, e atualmente podemos citar Steve Jobs, Madonna, Larry Page, Mark Zuckerberg, Luiza Helena Trajano, pois esses líderes representam poder, sucesso e riqueza e inspiração, são capazes de apresentar ideias, conceitos e crenças que outros achem interessantes, intrigantes ou estimulantes.

Isso sugere que eles são dotados de certos traços ou qualidades que os diferenciam dos outros, especialmente, a habilidade intuitiva, de reconhecer uma oportunidade e tomar a decisão apropriada. Elas implicam que, sem a intuição como faculdade inata, a pessoa seria um apenas um sujeito comum (Cunningham; Lischeron, 1991).

A Escola de Empreendedorismo frente às Características Psicológicas (*The Psychological Characteristics School of Entrepreneurship Recognizing Opportunities*). Os empreendedores podem ser diferenciados dos não empreendedores por características de personalidades e comportamentais (Cunningham; Lischeron 1991, p. 48).

Do mesmo modo, o foco nos estudos comportamentais e de personalidades e pertinentes, pois elas são as bases dos empreendedores. Esta escola parte da premissa de que o empreendedor desenvolve atitudes, crenças e valores que desenham a sua personalidade em torno de três áreas: valores pessoais – como honestidade e integridade, que tenham um senso de responsabilidade e ética para com outros sujeitos, embora a representações apresentem de empreendedores como antiéticos, inescrupulosos, desonestos e totalmente egocêntricos (Cunningham; Lischeron, 1991).

Há propensão ao risco, assim sendo um fator-chave para distinguir empreendedores de gerentes, pois o risco é uma realidade encarada por um empreendedor. Como também a necessidade de realização, pois o sujeito que aprendeu o valor da produtividade no processo de crescimento tem mais probabilidade de ter uma grande necessidade de trabalhar duro e alcançar algo significativo (Cunningham; Lischeron, 1991).

A Escola Clássica de Empreendedorismo (*The Classical School of Entrepreneurship Acting and Managing*). Essa escola foca os construtos ‘agir e gerenciar’, pois o primeiro é ação para efetivar algo, ou seja, é o ato de tomar uma decisão e colocá-la em prática, enquanto gerenciar, se refere a processo mais técnico iminente ligado ao planejamento, organização, coordenação e controle, entre outros frente aos processos, recursos e pessoas com o objetivo de atingir metas e objetivos de longo prazo. Nesta escola se foca o ‘ato criativo’ como fenômeno que ultrapassa a ordem estabelecida a partir da introspecção do empreendedor que quase sempre começa isoladamente e posteriormente atrai um grupo.

A Escola de Gestão de Empreendedorismo (*The Management School of Entrepreneurship*). Como na maioria dos campos de organização estudo, o empreendedorismo atrai fortemente da teoria da gestão. Essa escola sugere que um empreendedor é um sujeito que organiza ou administra um empreendimento comercial, assumindo o risco.

E além dos riscos, as funções de um empreendedor incluem supervisão, controle e fornecimento direção para uma empresa. E frente às funções, inclui-se o desenvolvendo do plano de negócios, pois é nessa escola que ele surgiu como mecanismos de administração (Cunningham; Lischeron 1991).

Assim, nesta abordagem de gestão do empreendedorismo, trabalha-se com aspectos técnicos, fundamentados na crença de que os empreendedores podem ser desenvolvidos e treinados nos ambientes acadêmicos, escolares e corporativos, em que o empreendedorismo como habilidade nata cai por terra. Portanto, a gestão da escola de empreendedorismo objetiva melhorar a vida de um sujeito através de desenvolvendo das capacidades racionais, analítica, e orientação de facilidade e efeito (Cunningham; Lischeron 1991).

Há também a Escola de Liderança de Empreendedorismo/Reavaliar e Adaptar (*The Leadership School of Entrepreneurship Reassessing and Adapting*). Para essa escola, o empreendedor é frequentemente um líder, a liderança é o construto, pois: ‘O empreendedor tem que ser um líder, capaz de produzir uma visão daquilo que é possível de se realizar e atrair pessoas para se congregarem em torno daquela visão e a transformar em realidade’ (Kao, 1989). Portanto, ele depende das pessoas para realizar propósitos e objetivos.

O valor técnico e instrutivo educacional não opera, pois sugere que os empreendedores precisam ser hábeis em apelar para outros para se juntarem à sua causa, ideia e projeto. Por isso, o empreendedor deve ser um líder, capaz para definir uma visão do que é possível, e atrair pessoas para se unirem em torno visão e transformá-la em realidade.

E por último, a Escola de Intraempreendedorismo de Empreendedorismo (*The Intrapreneurship School of Entrepreneurship*). Essa perspectiva surgiu como resposta à carência de inovação e competitividade nas instituições. Nesse contexto, a premissa de estar atento às oportunidades e o trabalho em equipe são duas características fundamentais do intraempreendedorismo. Essas práticas possibilitam que instituições já estabelecidas se desenvolvam e diversifiquem suas atividades, impulsionando seu crescimento e adaptabilidade.

Essa escola geralmente parte do princípio de que a inovação pode ser alcançada em instituições já estabelecidas, incentivando os colaboradores a adotar uma postura empreendedora. Além do modelo de incentivo, ela requer que os sujeitos trabalhem em equipe, pois, ao colaborarem em grupos, tornam-se mais capazes de reconhecer a importância das necessidades políticas e de entender como implementar suas ideias de forma eficaz. Nesse sentido, o intraempreendedorismo é um modelo de equipe em que os sujeitos são convidados a trabalhar juntos na resolução problemas e frente as oportunidades (Cunningham; Lischeron 1991).

Quanto a efetuação, ela se refere ao contexto externo, a adaptabilidade cognitiva, por sua vez ao contexto interno e fracasso (sucesso) interseção que é os excedentes do contexto interno e externo, versa na aprendizagem.

A Teoria da efetuação proposta por Sarasvathy (2001) oferece uma alternativa lógica ao processo de tomada de decisão em contextos de incerteza e contrapõe-se como os modelos tradicionais fundamentados na lógica causal, logo, a efetuação é o oposto da causalidade. Os modelos causais criam a partir de variáveis específicas, adequadas e disponíveis para alcançar um efeito desejado.

Os modelos efetuais também partem das variáveis disponíveis ‘do que têm, o que conhecem, o que são, e quem conhecem.’ A efetuação cria utilizando as estratégias não preditivas, que se refere à capacidade de prever ou antecipar algo no futuro (Sarasvathy, 2001), portanto o ‘modelo efetuação’ é flexível e adaptativa, pois ele prever resultados a partir de variáveis específicas, mas enfatiza a criação de oportunidades e a adaptação ao que vai surgindo, dos excedentes que não são necessariamente são os efeitos desejados das variáveis específicas.

Essas variáveis ‘do que têm, o que conhecem, o que são, e quem conhecem’ e a ‘adaptação’ por sua vez se referem a noção de adaptabilidade cognitiva, o conjunto de processos de condicionamento interseccionado pelo biológico, psicológico, social e educacional, que possibilita agilidade, dinamicidade, flexibilidade e aprendizagem, comportamento responsivo estruturado, que é a adaptação a uma situação (Souza; Esteves; Coelho, 2021).

Portanto, por meio da adaptabilidade cognitiva, os empreendedores se sentem bem frente ao processo metacognitivo (Hisrich; Peters; Shepherd, 2009), uma vez que a metacognição envolve o reconhecimento e o controle das estratégias mentais que utiliza para aprender, resolver problemas e tomar decisões.

Quanto à aprendizagem com o fracasso, para o empreendedor a percepção do fracasso é configurado como uma fonte de aprendizagem, ele irá fazer uma reflexão e anotar o que ele errou, ele vai se deter na psicologia do erro (Bachelard, 1996), e não da ignorância e da irreflexão. Isso significa dizer que os empreendedores dedicam tempo para refletir profundamente sobre os aspectos psicológicos envolvidos no erro, pois para eles a compreensão desses aspectos psicológicos poderia levar a uma melhor aprendizagem e crescimento pessoal, e Hisrich, Peters e Shepherd (2009) eles irão e evitá-los no próximo projeto.

Assim sendo, eles avaliam o que poderia ter feito melhor e não se lamentar, desistir de tudo, culpar alguém e/ou se culpar. Uma das causas mais comuns do fracasso no empreendedorismo é a falta de experiência, pois os mais experientes geralmente possuem um conhecimento mais profundo para desempenhar suas funções de maneira eficaz.

No entanto, a experiência não vem exclusivamente do sucesso; na verdade, muitas vezes aprendemos mais com nossos fracassos do que com nossos acertos, o que nos permite crescer e aprimorar nossas habilidades. O foco do fracasso como fonte de aprendizagem somente se configura como tal quando dá a ele a noção de *feedback*.

4 PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócios (*business plan*) é caracterizado por duas abordagens, para abertura de uma nova instituição, mas também para reestruturação de uma que já existe, ou seja, madura (Dolabela, 2008). Na segunda perspectiva versa sobre a ampliação, lançamento e melhoramento de processos, produtos, serviços e novos projetos de uma instituição madura, de tal modo que pode ser aplicada às bibliotecas, arquivos e museus.

Tabela 1–Conceitos de plano de negócios.

Autor	Conceito	Natureza
Dolabela (2008)	É um documento que descreve a oportunidade de um negócio: por que a oportunidade existe e por que o empreendedor e sua equipe têm condições de aproveitá-la; como o empreendedor e sua equipe pretendem fazê-lo. É um instrumento de negociação interna e externa para administrar a interdependência com sócios, empregados, financiadores, incubadoras, clientes, fornecedores, bancos etc. Dolabela (2008, p. 244).	Clássico
Sebrae (2013)	[...] um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado. (Sebrae, 2013, p. 13).	Prático
Rosa (2013)	Um plano de negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado. (Rosa, 2013, p.13).	Prático
Giovanela (2017)	[...] uma ferramenta de planejamento para todos os tipos de empresa. Serve para nortear o caminho de microempresas ou grandes organizações, de empresas que estão iniciando ou que já estão estabelecidas no mercado, de todos os setores econômicos. (Giovanela, 2017, p. 89).	Didático
Oliveira (2022)	[...] um instrumento para traçar um retrato do mercado, obtendo-se informações de talhadas sobre a viabilidade e descrevendo os objetivos de um empreendimento e como serão alcançados, diminuindo os riscos, as incertezas e disponibilizando a oportunidade de cometer erros previamente enquanto o plano permanece no papel. (Oliveira, 2022, p.4).	Derivação Epistêmica
Ramal et al. (2001), Bichueti (2022, s/p)	[...] documento que contém a caracterização de um negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar uma fatia do mercado, a projeção de receitas, despesas e resultados financeiros [...]. Entende-se que o plano de negócios como processo de organização que atravessa todas as dimensões de um negócio, fazendo um exercício para entender como cada setor da organização poderia trabalhar com mais eficácia no futuro próximo, obtendo os melhores resultados com seu trabalho. O plano de negócios, assim, é tanto um exercício de definição de cenários futuros como de análise de viabilidade e rentabilidade. (Bichueti, 2022, s/p).	Derivação Epistêmica
Honig e Karlsson (2004).	[...] o plano de negócios é uma atividade racional que auxilia os proprietários de novas empresas (empreendedores) a obter lucros maiores por meio de ganhos de eficiência e/ou aumento de vendas. O sucesso aparente do paradigma do plano de negócios é visto como prova de que a maioria das empresas recebe valor considerável da produção de planos de negócios. Testar essa variável relaciona nosso estudo a estudos anteriores conduzidos sobre planejamento e desempenho de negócios*. (Honig; Karlsson, 2004).	Internacional

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Em vista de uma inclinação epistêmica a partir do conceito clássico, prático, didático, derivados e um conceito intencional⁵ com se observa na tabela 1, o plano de negócios é uma ferramenta sofisticada de alcance institucional ilimitado, semiestruturado, dinâmico, fundamento em informações, dados e conhecimento detalhados sobre o contexto interno e externo, de tal modo construído e usado para melhor gerir a instituição seja ela nova, madura, grande, média, pequena, comercial e não comercial (Honig; Karlsson, 2004; Dolabela, 2008; Sebrae, 2013; Rosa 2013; Giovanela, 2017; Oliveira, 2022; Bichueti; Zaluski, 2022).

Do mesmo modo, ao construir o plano de negócios o gestor empreendedor deve coletar informações, dados e conhecimento frente aos fatores do mercado e aos fatores do ambiente, pois somente desta forma ele terá uma visão precisa sobre a viabilidade ou não do novo negócio. No primeiro caso se refere a questão interna à instituição e contextual que se refere a externa, assim frente a análise ambiental, pois para Giovanela (2017):

Essa análise ambiental envolve dois grandes segmentos externos à organização: o macroambiente ou ambiente geral, composto pelas variáveis econômicas, políticas, tecnológicas, ecológicas, sociais, legais e demográficas; e o microambiente ou ambiente de tarefa, formado pelos clientes, concorrentes, fornecedores e agências reguladoras, conforme podemos verificar na figura a seguir. (Giovanela, 2017, p. 114)

De tal modo, a análise ambiental versa sobre os detalhes de como estruturas tipológicas, tecnológicas, culturais e políticas para elaboração de um plano de negócios que são fundamentalmente externos à instituição.

Com todas estas detalhes e particularidades colocados formalmente no papel, fica muito mais fácil para o gestor empreendedor avaliar de forma efetiva, se o negócio é viável ou não, coerente ou não. A inviabilidade pode ser decorrente de diversas variáveis latentes e para promover a abertura e a sobrevivência do novo negócio (Dolabela, 2008). Enquanto a inviabilidade deve ser analisada cuidadosamente pelo empreendedor, frente a pequeno ajuste em algum detalhe se for pertinente, e com o aborto, frente a pertinência de reiniciar um novo plano de negócio do zero.

O plano de negócio em si não garante o sucesso da empresa ou sua lucratividade; no entanto, quando desenvolvido com boa qualidade, aumenta as chances do empreendimento, pois, através da reflexão e da compreensão das necessidades, cria bases sólidas para o

⁵The business plan is a rational activity that assists the owners of new firms (entrepreneurs) to earn larger profits through efficiency gains and/or increased sales. The apparent success of the business plan paradigm is seen as proof that most firms receive considerable value from producing business plans. Testing this variable relates our study to previous studies conducted about business planning and performance. (Honig; Karlsson, 2004).

monitoramento do modelo e da estratégia de negócios (Bernardi, 2008, p. 4). E o desenvolvido com boa qualidade pode se basear nas estruturas latentes tipológicas, tecnológicas, culturais e políticas, que se figura os fatores que não se vê ou que são sublimados

Em termos prático-epistêmicos, para Dolabela (2008), o plano de negócio se baseia em: entender e estabelecer o rumo que se pretende seguir; verificar a viabilidade de conceito do negócio; transmitir credibilidade junto a instituições de crédito, investidores, instituições governamentais; atrair recursos financeiros; encontrar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo; assegurar uma comunicação eficaz com o público interno e externo; montar a equipe de gestão; monitorar o dia a dia, exercer controle e ações corretivas quando necessário; gerenciar de maneira eficaz e tomar decisões acertadas e orientar o desenvolvimento das operações e estratégia.

O primeiro ponto é **entender e estabelecer o rumo** que se pretende seguir, esse ponto permite que empreendedor tenha consciência da missão, visão, valores, objetivos e metas, de forma bem estruturados a serem seguidos. Portanto, entender e estabelecer o rumo que se pretende seguir de forma clara ajuda a definir um direcionamento estratégico e a minimizar a incerteza no processo de tomada de decisões, proporcionando foco nas ações a serem realizadas.

A segunda questão **verificar a viabilidade de conceito do negócio**, o plano de negócios ajuda a avaliar a viabilidade do conceito do empreendimento, ou seja, se a ideia proposta tem realmente potencial para se transformar em um negócio sustentável e rentável. Isso envolve a análise do mercado, da demanda, dos concorrentes e da diferenciação da proposta de valor. Se o conceito não for viável, o plano de negócios pode ser uma ferramenta para ajustá-lo ou até mesmo para decidir que não vale a pena prosseguir.

Já no ponto **Transmissão de credibilidade junto a instituições de crédito**, investidores, instituições governamentais, entre outros. A credibilidade é um fator determinante, e delicado, pois para Oliveira e Almeida (2019), homens e mulheres ainda competem em pé de desigualdade, em que a mulher muitas dificuldades para obter sucesso em seu empreendimento.

O plano de negócios é uma ferramenta essencial para demonstrar seriedade e profissionalismo independente da disseminação e preceito, ou de qualquer outro fator especialmente frente aos investidores, bancos e outras entidades financeiras. Ele oferece uma visão detalhada sobre o negócio e suas perspectivas de crescimento, além de mostrar que o

empreendedor fez uma análise cuidadosa do mercado e das finanças, transmitindo confiança para quem está avaliando a viabilidade do investimento ou crédito.

Sobre à **Atração de recursos financeiros**, ponto que versa sobre o montante necessário para implantação e operacionalização do negócio (Brito; Pereira; Linard, 2013), pois para muitas instituições a obtenção de recursos financeiros é um dos maiores desafios. O plano de negócios detalha a necessidade de capital, a forma com será utilizado esses recursos e o retorno esperado para investidores ou credores para se sentirem mais seguros ao aportar recursos financeiros no negócio, especialmente quanto as metas financeiras de curto e longo prazo (Dornelas, 2012; Bichueti; Zaluski, 2022).

No que versa sobre o **Encontro de oportunidades e transformação em diferencial competitivo**, significa nas vantagens competitivas para Dornelas (2012). Nesse ponto se refere as características que fazem com que instituição seja mais atrativa e que todas as outras que oferecem processos, produtos, serviços, como outros bens e material simbólicos, que para Saraiva e Nogueira (2014) se configura o diferencial competitivo, que é uma fuga de situações semelhantes às que já são impostas.

Um plano de negócios bem estruturado permite ao empreendedor identificar oportunidades no mercado frente a essa fuga, pois ele ajuda a mapear as tendências, as necessidades não atendidas e os pontos fortes da empresa, utilizando essas informações para ganhar uma vantagem sobre os concorrentes e se posicionar de forma estratégica no mercado.

Por sua vez, na questão **assegurar a comunicação eficaz com o público interno e externo**, o plano de negócios serve como uma ferramenta de comunicação, que se configura [...] capacidade de expressar as próprias ideias (se fazer entender) e de compreender as ideias dos outros.' (Brito; Pereira; Linard, 2013, p. 44). A inovação ocorre principalmente na forma de comunicação, especialmente através dos canais de comunicação por meio das TIC (Lunardi, 2022).

Para Mourão (2015), o bom empreendedor deve procurar se torna bons comunicadores (Giovanela, 2017), desenvolve, prática e aplica a todos, investidores, parceiros, equipe e colaboradores. Ele ajuda a alinhar os objetivos, as estratégias e a visão do negócio para todos os envolvidos, garantindo que todos estejam na mesma página. Isso facilita o engajamento e a compreensão dos objetivos e das metas organizacionais.

Em relação a **monitoramento da equipe de gestão**, o sucesso de qualquer empreendimento está frequentemente ligado à formação e qualidade de sua equipe de gestão, pois liderar também é formar equipes e capacitá-las, inspirá-las a fazer cada vez melhor para que eles se tornem novos líderes (Brito; Pereira; Linard, 2013).

Deste modo, o plano de negócios ajuda a definir as competências necessárias dos sujeitos da equipe, identificando as áreas e competências, como também serve para compartilhar a visão e os objetivos do negócio.

Já para o **monitoramento do dia a dia, exercer controle e ações corretivas quando necessário**, com um plano de negócios bem estruturado, é possível monitorar o desempenho do negócio, controlar o progresso da missão, visão, valores, objetivos e metas e verificar se o plano está sendo seguido conforme o esperado.

Para monitorar as áreas, processos e resultados, nas quais se identificou pontos fortes para evitar surpresas no futuro por possíveis riscos latentes (Brito; Pereira; Linard, 2013). Do mesmo modo, o plano serve como referência para ações ajustes, permitindo elaborar outras estratégicas para manter o negócio em evolução (Dornelas, 2012).

No penúltimo ponto, **gerenciamento eficaz e tomar decisões acertadas**, pois o plano de negócios proporciona uma base sólida de dados e informações para a tomada de decisões, pois é comum para os empreendedores a tomadas de decisões frente aos ambientes altamente inseguros e de riscos, com intensas pressões de tempo e considerável investimento emocional (Dolabela, 2008; Giovanela, 2017).

Para o Sebrae (2013, p. 112) ‘O plano de negócio, apesar de não será garantia de sucesso, irá auxiliá-lo a tomar decisões mais acertadas, assim como a não se desviar de seus objetivos’. Neste sentido, o plano de negócios ajuda o empreendedor a analisar as situações de maneira objetiva, avaliar alternativas e fazer escolhas informadas. Com isso, o empreendedor consegue gerenciar as operações de forma mais eficaz, minimizando riscos e maximizando oportunidades.

E por último, **orientação do desenvolvimento das operações e estratégia**. O plano de negócios não apenas guia as ações iniciais, mas também é relevante para o desenvolvimento contínuo do negócio. ‘É função e responsabilidade do gestor de operações buscar, decidir e tomar ações que evitem a ocorrência das falhas dos recursos físicos, diminuam sua probabilidade de ocorrência ou, no mínimo, minimizem suas consequências.’ (Brito; Oliveira, 2012, p. 4).

Logo, ele estabelece o mapa estratégico de curto, médio e longo prazo, direcionando as operações e ajudando a instituição a adaptar-se às mudanças do mercado.

6 ANÁLISES E DISCUSSÕES

Considerando o plano de negócios através da abordagem voltada para a reestruturação de uma instituição já existente, a descrição e discussão das estruturas latentes abordam esses três tipos de unidades de informação, a bibliotecas, arquivos e museus. Contudo, o alcance epistêmico dessas estruturas para outros tipos de instituições, no entanto, deve ser explorado em estudos futuros.

Como pode ser observado na tabela 2, as estruturas latentes identificadas nesta pesquisa são: a Plataformização, as tipologias de unidades de informação, a administração pública, a identidade institucional (missão, valores, metas e objetivos), o empreendedorismo informacional e o empreendedorismo social.

Portanto, frente ao plano de negócios, aborda especialmente no sentido, de que ele é uma ferramenta dinâmica e flexível e que precisa ser atualizada constantemente (Dornelas, 2012). O plano de negócio é uma trilha e não trilho, e não deve ser visto por estruturas rígidas, portanto, é preciso acompanhá-lo permanentemente, portanto, considerar questões latentes são fundamentais, como apontadas neste estudo e por outros estudos posteriores.

17

Tabela 2– Estruturas latentes

Estruturas latentes	Tipológicas	Tecnológicas	Culturais	Políticas	Epistêmicas
Plataformização		X			
Tipologias de Unidade de Informação	X				
Administração Pública				X	
identidade institucional			X		
Empreendedorismo Informacional					X
Empreendedorismo Social					X

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

A Plataformização é uma variável latente essencialmente tecnológica se considerarmos a estrutura de dados. Dolabela (2008) aponta que na era da *internet*, em especial, das redes sociais, o empreendedorismo tem prosperado, pois o contexto da plataformização potencializou a inovação, o *know-how*, o planejamento e a construção de equipes nesta estrutura de dados. Para Nieborg e Poell (2018) a estrutura de dados é a espinha dorsal, logo

as outras duas dimensões como mercados e governança são excedentes. Assim sendo, essa estrutura refere-se à ‘transformação digital’ e ‘acessibilidade e trabalho remoto’ mediados pelo acesso e uso das TIC, especialmente das plataformas digitais.

Na transformação digital da plataformização permite que bibliotecas, arquivos e museus integrem as plataformas digitais que irão potencializar o acesso remoto, a digitalização de coleções, a proposta de novo serviços e suportes informacionais e a interação direta com o usuário de informação, especialmente frente a redes sociais como plataforma iniciais. Isso implica na necessidade do plano de negócios em investir em sistemas de gestão, bancos de dados digitais e interfaces de fácil acesso através do *affordances* que se refere à percepção e o reconhecimento dele e de tudo que o compõe (Vieira Filho, 2022) que versam de alguma forma na Arquitetura da informação.

Acessibilidade e trabalho remoto, esse versa sobre plano de negócios com o foco nas plataformas digitais quanto ao alargamento da acessibilidade dos serviços e informações, alcançando um público mais amplo, além de permitir a personalização de serviços com base nas necessidades dos usuários, e ambos dizem acerca da gerência de dado e metadados *bits* por meio do *upload* e *download* em que os usuários de informação e o profissional da informação estão atualmente imersos.

Do mesmo modo, a plataformização irá refletir a interação com os usuários de informação quanto aos acessos e uso dos serviços e produtos, como no profissional da informação quanto aos processos técnicos internos frente à organização e disseminação da informação. Essa estrutura latente, ao ser considerada no plano de negócios, deve orientar a transformação digital, acessibilidade e trabalho remoto da unidade de informação, com um foco claro na inovação tecnológica que atendam às expectativas e necessidades do usuário de informação e a próprio fazer internos da instituição.

Quanto à Tipologia de unidade de informação, atentar para essa estrutura latente é imperativo, pois uma unidade pode ser um centro de informação, uma livraria, um sebo cultural, além de biblioteca, arquivo (Duarte; Silva, 2007), e museus. Assim, há uma diferença entre uma livraria e uma biblioteca, e por mais que ocorra aproximações entre as bibliotecas, arquivos e museus, há diferenças na origem do acervo e coleções, da natureza do acervo e coleções, forma de constituição do acervo e coleções, elementos de composição do acervo e coleções, características do acervo e coleções, finalidade do acervo e coleções, tratamento do acervo e coleções e na legislação (Chaves, 2024).

Refletir sobre as tipologias de unidade de informação no plano de negócios versa em destringer o conceito de unidade de informação, assim afirmando que não basta ser uma

unidade de informação é preciso ser categórico separando a natureza de cada uma, pois frente a essa categoria clara de instituição, o plano de negócio deve ir se caracterizar mais adequado frente aos processos de criação de estratégias que melhore cada realidade.

Quanto à Administração Pública, como estrutura latente política que deve ser considerada no plano de negócio, pois essa variável diz acerca do arranjo de entidades que compõem o Estado, as quais são responsáveis pela prestação de produtos e serviços públicos ao cidadão e à coletividade (Brasil, 2019) e que se aplica a bibliotecas, arquivos e museus, esse último em alguma medida.

Deste modo, ela desempenha um papel central na gestão de muitas unidades de informação, e nesse contexto, há uma série de desafios de inovação e oportunidades do empreendedor frente a três elementos básicos, o orçamento, a regulamentação e negligência e transparência administrativa.

O orçamento e regulamentação de muitas unidades de informação dependem de recursos públicos que muitas vezes são escassos, e até mesmo pode ocorrer a total falta de recursos, fatores que dificultam a prestação digna dos produtos e serviços públicos. Isso implica na necessidade de alinhamento do plano de negócios com forte inclinação a criatividade frente aos limites orçamentários impostos por consequências pelas esferas de governo e/ou agências de fomento.

Outra problemática da Administração Pública é a negligência e transparência administrativa, pois além da necessidade de trabalhar com a escassez que pode em teses minimizado pelo empreendedorismo através da criatividade, o profissional da informação empreendedor pode estar situado em uma zona administrativa em que o ‘gestor’ é pouco criativo, e como tal desencoraja, e promove desconfiança frente a equipe e as ideias de inovação.

Assim, refletir sobre a Administração pública permite compreender as restrições latentes que afetam diretamente as possibilidades de inovação e empreendedorismo nessas unidades de informação de nível estadual, municipal, federal, e como adaptar o plano de negócios dentro desse contexto.

Quanto à identidade institucional, é estrutura latente que emerge pela intersecção da missão, valores, metas e objetivos, assim compondo o arranjo dos ‘componentes genéticos’ que delimitam a identidade e o propósito da instituição no presente e no futuro (Santa Catarina, 2024). Considerar esses ‘componentes genéticos’ no plano de negócios é pertinente para que a instituição não perca o rumo, filosofia e estéticas originalmente traçados.

A **missão** é uma declaração concisa do propósito e das responsabilidades da sua empresa perante os seus clientes: Por que a empresa existe? O que a empresa faz? Para quem? [...]. A **visão** é a descrição do futuro desejado para a empresa. Esse enunciado reflete o alvo a ser procurado pelos esforços individuais, da equipe e pela alocação de recursos. [...]. Quando falamos em **valores**, estamos falando sobre princípios, ou crenças, que servem de guia, ou critério, para os comportamentos, atitudes e decisões de todas e quaisquer pessoas, que no exercício das suas responsabilidades, e na busca dos seus objetivos, estejam executando a missão, na direção da visão. (Campos, 2016, p. 38-45).

Assim sendo, essa estrutura latente composta por esses componentes é fundamental para garantir que o plano de negócios esteja alinhado aos princípios e à identidade institucional da unidade de informação, orientando as decisões e ações de forma coerente (Identidade..., 2024).

Ao logo do tempo, as derivações epistêmicas acerca do empreendedorismo geraram construtos como o empreendedorismo informacional e o empreendedorismo social, que nesta pesquisa são caracterizadas como estruturas epistêmicas.

O empreendedorismo informacional é um tema como poucas produções no Brasil, o conceito é debatido especialmente no texto ‘Perspectivas sobre o empreendedorismo informacional na ciência da informação’ de 2020. Para os atores Santos, Ottonicar e Damian, (2020) a informação é um mecanismo gerador de conhecimento e inovação, pois a partida dele:

[...] não há necessariamente a necessidade de criar um novo mecanismo para se gerenciar a informação presente no ambiente organizacional, mas sim a necessidade em inovar os processos e as etapas da gestão da informação, pois, apenas a consciência de que a informação e o seu gerenciamento são importantes não basta. (Santos; Ottonicar; Damian, 2020, p. 64),

Com isso, o empreendedorismo informacional se aplica como maestria as bibliotecas, arquivos e museus, em virtude de que estas unidades de informação têm seus produtos e processos clássicos, ainda que se agregue novos serviços a elas, os produtos como os livros, processo clássicos e tradicionais como por exemplo catalogação/representação temática devem estar sempre em evolução. Portanto, quando Santos, Ottonicar e Damian (2020, p. 64), fala em ‘[...] **a necessidade em inovar os processos e as etapas da gestão da informação**’, significa pensar a informação para melhorá-los.

Digamos que uma biblioteca precise inovar no processo de catalogação/representação temática, a aplicação dos conhecimentos e informação da *Folksonomia* compõem o comportamento inovador, ainda que ela seja vista com desconfiança, a que é um sistema de classificação de informações baseado na contribuição de usuários de informação, onde esses classificam e organizam conteúdos por meio de palavras-chave acerca de temas que esse

usuário tem íntima reação fenomenológica. Em termos comuns, significa dizer que já inventaram a roda, o comportamento da inovação se dá através da busca e uso de informação para melhorá-la cada vez mais.

Quanto ao empreendedorismo social como uma derivação epistêmica dos estudos do empreendedorismo, se configura uma estrutura latente importante de ser considerada na elaboração do plano de negócio especialmente quando se destacam unidades de informação como bibliotecas, arquivos e museus, em que o espectro Administração pública as envolve.

O empreendedorismo social expressa a capacidade de segmentos e que comunidades e instituições públicas organizam e implementam iniciativas coerentes à melhoria das condições de vida locais e à abertura de oportunidades para grupos sociais menos favorecidos, pois são soluções sistêmicas, atuam na raiz dos problemas e no enfrentamento das estruturas que criam os problemas que querem solucionar (Lunardi, 2022). Do mesmo modo, é processo no qual “[...] leva ao aumento da riqueza social de modo a beneficiar tanto a sociedade quanto o empreendedor.

Lunardi (2022) traz a categorização epistêmica feita por Melo Neto e Fróes (2002) que nos fornece de forma simples a compreensão em termos que permite esse alagamento para unidades de informação (Melo Neto; Fróes, 2002). Assim, o empreendedorismo na verdade é o empreendedorismo tradicional pois ele:

É individual. [...] Produz bens e serviços para o mercado. [...] Tem foco no mercado. [...] Sua medida de desempenho é o lucro. [...] Visa satisfazer necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio. (Lunardi, 2022, p. 11).

Do mesmo modo, para Costa (2022), o empreendedorismo privado tem estruturas filosóficas que não se aplicam à gestão de unidades de informação, pois em tese sua aplicação pode não ter resultados frutíferos, diferente do empreendedorismo social, pois ele:

[...] É coletivo. [...] Produz bens e serviços para a comunidade. [...] Tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais. [...] Sua medida de desempenho é o impacto social. [...] Visa resgatar pessoas da situação de risco social e promovê-las. (Lunardi, 2022, p. 11).

Neste sentido, em especial, o impacto social do empreendedorismo social converge com mais eficácia as variáveis como a estrutura identitária, a administração pública, as tipologias e ao empreendedorismo informacional, pois todas elas armam-se para uma consciência frente à democracia da informação, através da disseminação da informação e os impactos positivos do acesso, uso e apropriação da informação.

7 CONSIDERAÇÕES

As discussões acerca do empreendedorismo como uma base epistêmica que constitui o quadro interdisciplinar-holístico das teorias do conhecimento da GUI se confugira urgente quando se pensa as bibliotecas, arquivos e museus e seus respectivos produtos e processos tradicionais, e cada uma delas como um sistema aberto.

Essa urgência pode ser vista através do plano de negócios e de seus mecanismos, pois através dele o empreendedorismo pode proporcionar as atualizações e inovações para o aprimoramento dessas unidades de informação frente a estruturas manifestadas, e sortudo as estruturas latentes, ou seja, as variáveis visíveis e invisíveis.

Entre as variáveis manifestadas que incluem as estruturas legais, de mercado, de *marketing*, operacional, de finanças, estratégico, avaliação do plano de negócio e roteiro para coleta de informações consolidado (Sebrae, 2013; Giovanela, 2017).

Quanto as variáveis latentes que são poucas exploradas são de natureza tecnológicas, como a Plataformização, que se refere as estruturas de dado e metadados; tipológicas, que se refere às aproximações e distinções acerca das biblioteca, arquivos e museus; políticas, como a administração pública, que versa sobre as formas de administrar entre o público e privado; culturais, como a identidade institucional; e epistemológicas, como o empreendedorismo informacional e o empreendedorismo social que são algumas das derivações teóricas e práticas do empreendedorismo, a primeira melhor processos, serviços e produtos tradicionais e segundo a disseminar serviços e produtos as comodidades.

Neste sentido, o impacto social do empreendedorismo envolve todas as estruturas latentes apontado nesta pesquisa, e ambas convergem para uma consciência frente à democracia da informação, através da disseminação da informação e os impactos positivos do acesso, uso e apropriação da informação seja ela em qualquer estrutura qual for o formato, acomodada em qualquer suporte e/ou trafegando em os fluxos.

REFERÊNCIAS

ANDALIA, Rubén Cañedo; DÍAZ, Javier Santovenia. Zotero: un gestor de referencias bibliográficas libre. **ACIMED**, Ciudad de La Habana, v.18, n.6, 2008. Disponível em: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352008001200018&lang=pt. Acesso em: 20 nov. 2024.

BACHELARD, G. **A formação do espírito científico**: contribuição para uma psicanálise do conhecimento. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

BERTALANFFY, L. V. **Teoria geral dos sistemas**: fundamentos, desenvolvimento e aplicações. Petrópolis: Vozes, 2010.

BIOLCHINI, J.C.A., *et al.* Scientific research ontology to support systematic review in software engineering. **AdvancedEngineeringInformatics**, v.21, n.2, p.133-151, 2007.

BICHUETI, Robert S.; ZALUSKI, Felipe Cavalheiro. **Plano de Negócio/Empreendedorismo**. Santa Maria: Incubadora Social da UFSM, 2022. Disponível em: <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/570/2022/03/03.-PLANO-DE-NEGOCIO-EMPREENDEDORISMO.pdf>. Acesso em: 21 dez. 2024.

BRASIL. Ministério do Planejamento. Orçamento e Gestão. Secretaria de Gestão. **Programa Nacional de Gestão Pública e Desburocratização - GesPública; Instrumento para Avaliação da Gestão Pública - 250 e 500 Pontos**; Brasília, DF: MP, SEGES, 2009. Disponível em: https://bibliotecadigital.economia.gov.br/bitstream/777/609/1/iagp_250_500_pontos_2010_0.pdf. Acesso em: 13 dez. 2024.

BRITO, A. K. A.; OLIVEIRA, C.M.G. Implantação de um Modelo de Gestão da Manutenção no Setor de Suporte Técnico de Informática de uma Universidade Pública. *In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO*, 32, 2012, Bento Gonçalves. **Anais [...]**. Bento Gonçalves: ABEPRO, 2012. Disponível em: https://abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2012_TN_STO_157_917_20782.pdf. Acesso em: 14 dez. 2024.

BRITO, A. M.; PEREIRA, P. S.; LINARD, Â. P. **Empreendedorismo**. Juazeiro do Norte: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE, 2013.

CAMPOS, L. M. F. **Administração estratégica**: planejamento, ferramentas e implantação. Curitiba: Intersaberes, 2016.

CONFORTO, E. C.; AMARAL, D. C.; SILVA, S.L. da. Roteiro para revisão bibliográfica sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos. *In: Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produto*, 8, 2011, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre: PPGE/UFRGS, 2011. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2205710/mod_resource/content/1/Roteiro%20para%20revis%C3%A3o%20bibliogr%C3%A1fica%20sistem%C3%A1tica.pdf. Acesso em: 14 dez. 2024.

COSTA, Marizélia Gomes. O Empreendedorismo e a responsabilidade social: uma experiência. **PortalResponsabilidade Social**, [20--?]. Disponível em: <https://www.responsabilidadesocial.com/artigo/o-empREENDEDORISMO-e-a-responsabilidade-social-uma-experiencia/>. Acesso em: 15 jul. 2024.

CHAVES, A. L. Conheça as diferenças entre Arquivo, Biblioteca e Museu. **Portal Mrharquivos**, maio 2024. Disponível em: <https://mrharquivos.com.br/2024/05/29/conheca-as-diferencas-entre-arquivobiblioteca-e-museu/>. Acesso em: 15 jul. 2024.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012.

CUNNINGHAM, B.; LISCHERON, J. Defining entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**, Milwaukee, n. 45, v. 29, jan. 1991. Disponível em: <https://www.proquest.com/docview/220953774?sourcetype=Scholarly%20Journals>. Acesso em: 15 jul. 2024.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DUARTE, E. N.; SILVA, A.K.A. **Gestão de unidades de informação**: teoria e prática. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2007.

FARAH, O. E.; CAVALCANTI, M.; MARCONDES, L. P. **Empreendedorismo estratégico**: criação e gestão de pequenas empresas. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

FRAINER, J. **Metodologia científica**. Indaial: Uniasselvi, 2020.

GIOVANELA, A. **Empreendedorismo**. Indaial: Uniasselvi, 2017.

GOUVÊA, A. B. C. T. **Empreendedorismo**. Indaial: Uniasselvi, 2012.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações**: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2006.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HONIG, B.; KARLSSON, T. Institutional forces and the written business plan. **Journal of Management**, London, n.30 v.1, 2004. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1016/j.jm.2002.11.002>. Acesso em: 22 dez. 2024.

KAO, R. W. Y. **Entrepreneurship and enterprise Development**. Toronto: Holt, Rinehart and Winston of Canada, Limited, 1989.

LEVY, Y.; ELLIS, T. J. A systems approach to conduct an effective literature review insupport of information systems research. **Informing Science:International Journal of naEmerging Transdiscipline**, v. 9, n. 1, p. 181-212, 2006. Disponível em:<http://inform.nu/Articles/Vol9/V9p181-212Levy99.pdf> Acesso em: 18 jan. 2024.

LUNARDI, G. M. **O Empreendedorismo Social**. Indaial: Uniasselvi, 2022.

MA, H.; TAN, J. Key components and implications of entrepreneurship: A 4-P framework. **Journalof Business Venturing**, Indiana, v. 21, n. 5, 2006.Disponível em: <https://ideas.repec.org/a/eee/jbvent/v21y2006i5p704-725.html>. Acesso em: 13 jan. 2024.

MELO NETO, F. P.; FRÓES, C. **Empreendedorismo social**: a transição para uma sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MOURÃO, D. Comunicação de sucesso para empreendedores.**Revista do Empreendedor**, agosto2015. Disponível em: <https://www.empreendedor.com/comunicacao-de-sucesso-para-empreendedores/>. Acessoem: 14 dez. 2024.

NIEBORG, D. B.; POELL, T. The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. **New Media & Society**, v. 20, n.11, 2018. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444818769694>. Acesso em: 13 jan. 2024.

OLIVEIRA, C. A.; ALMEIDA, L. A. Empreendedorismo Feminino: O empoderamento feminino nas organizações empresariais da cidade de maringá – PR. In: PICANÇO, F. C. A.; SILVA, P. R.; PERIOTTO, T. R. C. **Empreendedorismo, Inovação & Desenvolvimento Sustentável**. Maringá: Unicesumar, 2019.

OLIVEIRA, K. D. **Proposta de Modelo para um Plano de Negócio**. Monografia (graduação) - Universidade Federal Rural do Semiárido, Curso de Administração, 2022.Disponível em: <https://repositorio.ufersa.edu.br/server/api/core/bitstreams/59107f83-4c66-4cac-b944-154dfe09e34f/content>. Acesso em: 22 dez. 2024.

PINCHOT, G. **Intrapreneuring**: porque você não precisa deixar a empresa paratornar-se um empreendedor. São Paulo: Harbra, 1989.

ROSA, C. A. **Como Elaborar um Plano de Negócios**. Brasília, DF: Sebrae, 2013.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de pesquisa**. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANTA CATARINA. Secretaria de Integridade e Governança.**Identidade e propósito organizacional**. [S.l: s. n, 20--?]. Disponível em: <https://wordpress.sea.sc.gov.br/site.cge/wp-content/uploads/2023/08/SIG-E-book-02Identidade-e-proposito-organizacional.pdf>. Acessoem: 22 dez. 2024.

SANTOS, B. R. P.; OTTONICAR, S. L. C.; DAMIAN, I. P. M. Perspectivas sobre o empreendedorismo informacional na ciência da informação. **Informação@Profissões**, Londrina, v. 9, n. 2, p. 54-76, jul./dez. 2020. Disponível em: <https://cip.brapci.inf.br/download/151039>. Acesso em: 20 dez. 2024.

SARAIVA, N. L.; NOGUEIRA, R. F. Software livre: um diferencial competitivo para a arquivística. **Informação Arquivística**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 136-142, jul./dez., 2014. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/41590>. Acesso em: 22 dez. 2024.

SARASVATHY, S. D. Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from the Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. **Academy of Management Review**, Valhalla, v.26, n. 2, 2001.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília, DF: Sebrae, 2013. Disponível em: <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>. Acesso em: 22 dez. 2024.

SILVA JUNIOR, E. M. *et al.*, A Importância do Plano de Negócios como Ferramenta para Estruturação Empresarial. **Unisalesiano**, jun. 2021. Disponível em: <https://unisalesiano.com.br/aracatuba/wp-content/uploads/2021/06/Artigo-A-Importancia-do-Plano-de-Negocios-como-Ferramenta-para-Estruturacao-Empresarial-Pronto.pdf>. Acesso em: 21 dez. 2024.

SOUZA, G. H. S.; ESTEVES, G. G. L.; COELHO, J. A. P. M. Evidências de Validade da Escala de Adaptabilidade Cognitiva (EAC): Uma Adaptação para o Contexto Brasileiro em Empreendedores. **Revista Psicologia: Organizações & Trabalho**, Santa Catarina, v. 21, n. 3, 2021. Disponível em: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpot/v21n3/v21n3a13.pdf>. Acesso em: 21 dez. 2024.

SOSNOWSKI, A. S. **Empreendedorismo para leigos**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.

THIRY-CHERQUES, H. R. Saturação em pesquisa qualitativa: estimativa empírica de dimensionamento. **PMKT – Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing**, São Paulo, set. 2009. Disponível em: https://revistapmkt.com.br/wp-content/uploads/2009/09/SATURACAO_EM_PESQUISA_QUALITATIVA_ESTIMATIVA_EMPIRICA_DE_DIMENSIONAMENTO.pdf. Acesso em: 13 nov. 2024.

YAMAKAWA, E. K. *et al.* Comparativo dos softwares de gerenciamento de referências bibliográficas: Mendeley, EndNote e Zotero. **Transinformação**, Campinas, v. 26, n. 2, maio/ago. 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/0103-37862014000200006>. Acesso em: 13 nov. 2024.

VIEIRA FILHO, M. J. Plataformização da pornografia: considerações sobre estruturas e regimes de circulação de conteúdos audiovisuais na xvideos. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura**, Aracaju, v. 24, n. 3, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/17829>. Acesso em: 21 set. 2024.

ZOTERO, Your personal research assistant. Disponível em: <https://www.zotero.org/>. Acesso em: 13 dez. 2019.