

Clecia Simone Gonçalves Rosa Pacheco
Reinaldo Pacheco Santos
(Organizadores)

AGROECOLOGIA



PRODUÇÃO E SUSTENTABILIDADE EM PESQUISA

VOL.2



editora
científica digital

Clecia Simone Gonçalves Rosa Pacheco
Reinaldo Pacheco Santos
(Organizadores)

AGROECOLOGIA



PRODUÇÃO E SUSTENTABILIDADE EM PESQUISA

VOL.2

1ª EDIÇÃO



editora
científica digital

2022 - GUARUJÁ - SP

Empreendedorismo Saudável: o modelo de negócio da Bonno DuValle - vida sem glúten

| **Aluísio Sampaio Neto**

Universidade de Pernambuco - UPE

| **Silvio André Vital Junior**

Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

| **Clecia Simone Gonçalves Rosa Pacheco**

Instituto Federal do Sertão Pernambucano - IFSer-
tãoPE

| **Márcia Rejane Lopes Cavalcante**

Centro Universitário Tabosa de Almeida - ASCES UNI-
TA

| **José Lincoln Pinheiro Araújo**

EMBRAPA Semiárido

| **Jefferson Gomes Fonseca Tolentino**

PEPSICO Brasil

| **Antonio de Santana Padilha Neto**

Universidade do Estado da Bahia - UNEB

| **Ana Paula Batista de Oliveira**

Faculdade de Petrolina - FACAPE

| **Eryka Fernanda Miranda Sobral**

Universidade de Pernambuco - UPE

| **Reinaldo Pacheco dos Santos**

Universidade Federal do Vale do São Francisco - UNI-
VASF

RESUMO

O Quadro de Modelo de Negócios ou “*Business Model Canvas*”, como também é conhecido, é uma ferramenta que permite planejar, criar ou reformular algum empreendimento. Desenvolvido pelo suíço Alex Osterwalder, é um instrumento que visa compreender de maneira fácil e lógica, a estrutura de um negócio, a partir da descrição de elementos e fases que compõem um empreendimento, como: Proposta de Valor, Canais, Segmento de Clientes, Relacionamento com Clientes, Recursos Principais, Atividades Principais, Parcerias Principais, Estrutura de Custos e Fontes de Receita. **Objetivo:** Analisar e fazer compreender o modelo de negócio exitoso da “**Bonno DuValle - Vida sem Glúten**”, desenvolvida por um jovem casal, que comercializa alimentos sem glúten, especialmente para pessoas que sofrem restrição a essa proteína (celíacos, alérgicos e intolerantes). **Método:** É um estudo de caráter exploratório e descritivo, com abordagem qualitativa. **Resultados:** Surgida em fevereiro de 2022, como necessidade, uma possibilidade para empreender, impulsionar a renda familiar e principalmente, manter a saúde, a “**Bonno DuValle - Vida sem Glúten**” produz de maneira artesanal, diversos alimentos sem glúten, como, bolo, macarronada, pastel, pizza, sanduíche, torta, entre outros, bastante saborosos e com qualidade. O pequeno negócio vem prosperando e a aceitabilidade dos produtos pelos clientes cresce a cada dia mais. **Conclusão:** Devido a popularização da internet e das redes sociais, vêm sendo modificada a forma com que as pessoas se relacionam, e principalmente, a aquisição de produtos e serviços, demonstrando que o comércio virtual tem potencial crescente no país e no mundo.

Palavras-chave: Business Model Canvas, Internet, Região Sertão do São Francisco, Qualidade, Saúde.

■ INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é considerado um projeto ou movimento capaz de alavancar mudanças, gerar impactos positivos e promover o desenvolvimento econômico em um país. No Brasil, o empreendedorismo começou a ganhar espaço em meados do ano de 1990, e esse termo se expandiu principalmente pela alta taxa de mortalidade dos pequenos empreendimentos e pela grande instabilidade econômica advindos da globalização, sendo que, as grandes organizações precisaram buscar ações para adquirir competitividade, redução de custo, além de, se manter competitivos no mercado (DORNELAS, 2016).

Para tanto, o crescimento e a diversificação das atividades empreendedoras devem-se, em grande parte, a crises econômicas, mas, vale destacar que as oportunidades não param de surgir e de se reinventar. Consequentemente, o empreendedorismo está pautado na ideia de criação e na iniciativa de geração de renda, se configurando como um veículo que contribui para o crescimento econômico, sobretudo, propiciando benefícios sociais e culturais (MINNITI, 2008; RIBEIRO-SORIANO; GALINDO-MARTÍN, 2012).

O empreendedorismo busca visualizar negócios e oportunidades, com inovação permanente e riscos calculados, com o objetivo de obter rendimentos, reconhecimento e crescimento no mercado. Empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócios, tendo como foco a inovação e a criação de valor (DORNELAS, 2003).

Segundo Sarkar (2010, p. 31), empreendedorismo é o processo de identificação, desenvolvimento e captação de uma ideia para a vida. A visão pode ser inovadora, uma oportunidade ou simplesmente uma forma melhor de fazer algo. O resultado final deste processo é a criação de uma nova empresa, formada em condições de risco e de uma incerteza considerável.

De acordo com o autor supracitado, o empreendedorismo vai muito além da criação de negócios, reflete uma forma de ver e fazer coisas onde a criatividade tem um papel fundamental.

■ INSTAGRAM

O empreendedorismo digital se desenvolve cada vez mais, e é evidenciado na sociedade brasileira, tendo como base, a criação de um negócio centrado principalmente em meios digitais ou na transformação de negócios existentes, utilizando novas tecnologias (FANG; COLLIER, 2017).

Diante desse contexto, para atender cada vez mais os consumidores de maneira mais prática, econômica e objetiva, os novos empreendedores do século XXI, criam cada vez mais

seus negócios dentro das redes sociais, e o “*Instagram*” é atualmente uma ferramenta de “*marketing*” e comercialização. É uma das redes sociais que vem se destacando atualmente, tanto pelo uso das pessoas, como também no meio empresarial, para divulgação de produtos e vendas “*on-line*”, de acordo com Aragão *et al.*, (2015) *apud* Filippi e Dockhorn (2017, p.6):

O “*Instagram*” foi lançado por Mike Krieger e Kevin Systrom, é um aplicativo que permite compartilhar sua vida através de fotos e vídeos curtos. Por dia são postadas 60 milhões de imagens em todo o mundo. É a mídia social que mais agencia o engajamento dos consumidores com as marcas, possibilitando oportunidades empresariais. É possível criar perfil pessoal ou empresarial, com informações de contato que ficam visíveis a todos os outros usuários.

Empresas e empreendedores digitais, vem se tornando a preferência dos consumidores e clientes, pois, como característica comum, utilizam sistemas que não requerem presença física para realizar negócios (ESTRADA, 2005), evitando assim, deslocamentos desnecessários, objetivando mais eficácia nas negociações e aquisição de produtos e serviços, facilitando efetivamente a vida das pessoas.

■ GLÚTEN

De acordo com Silva (2010), tornou-se corriqueiro encontrar nos mercados produtos industrializados que tradicionalmente não teriam glúten, mas que durante o processo de fabricação se contaminam em razão do uso de uma linha comum de produtos que contém glúten.

Segundo o *Codex Alimentarius* e o *Food and Drug Administration* (FDA) dos EUA, alimentos livres de glúten devem apresentar um nível detectável de até 20 mg por kg de produto (CODEX ALIMENTARIUS, 2008).

No Brasil, a rotulagem de produtos que contém glúten, é regulamentada conforme a Lei nº 10.674 de 2003 e Resolução RDC nº 40 de 2002. As mesmas evidenciam que os fabricantes da indústria alimentícia devem descrever nos rótulos das embalagens de todos os alimentos industrializados de forma clara, precisa e legível se aquele produto contém ou não contém glúten, essa avaliação deve ser realizada através de avaliação dos ingredientes utilizados e/ou contaminação cruzada dentro dos processos produtivos (BRASIL, 2003).

Aliado a isto, não se pode esquecer que, para a constituição, desenvolvimento e inovação em empreendimento, é indispensável a busca por procedimentos que auxiliem as empreendedoras na compreensão da estrutura dos negócios. Neste sentido, o Quadro de Modelo de Negócios ou “*Business Model Canvas*”, é uma ferramenta que o planejamento, a criação ou reformulação de algum empreendimento, contribui assim, para tornar

mais favorável tal modelo de negócio. Esta metodologia foi desenvolvida pelo suíço Alex Osterwalder, sendo um instrumento criado para assimilar de maneira explícita e coerente, a estrutura de um empreendimento.

A referida ferramenta visa descrever os elementos e fases que compõem um negócio, que são eles: Proposta de Valor, Canais, Segmento de Clientes, Relacionamento com Clientes, Recursos Principais, Atividades Principais, Parcerias Principais, Estrutura de Custos e Fontes de Receita.

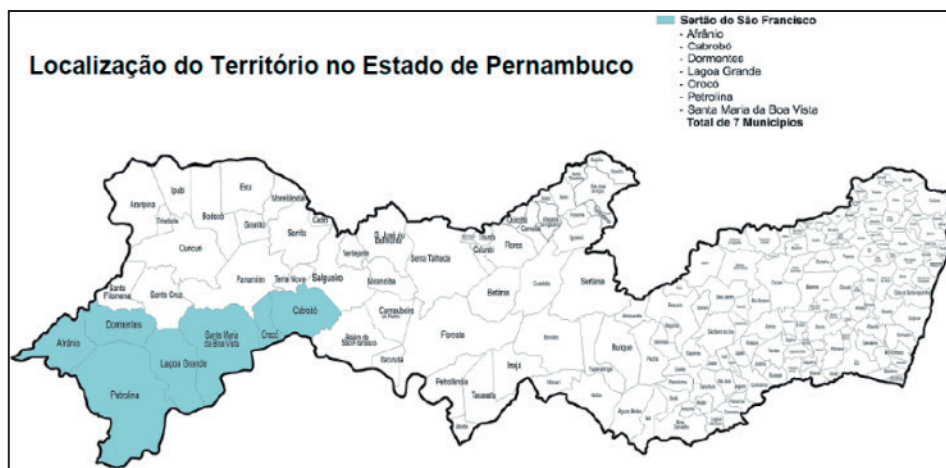
Diante disso, o presente estudo tem como objetivo, analisar e fazer compreender o modelo de negócio exitoso, desenvolvido por um casal de jovens no município de Petrolina - PE, na Região Sertão do São Francisco, que por necessidade, identificou a possibilidade para empreender, impulsionar a renda familiar e principalmente, manter a saúde, com a criação da **“Bonno DuValle - Vida sem Glúten**, por meio da Rede Social **“Instagram”**, comercializando alimentos sem glúten, especialmente para pessoas que sofrem restrição a essa proteína (celíacos, alérgicos e intolerantes).

Devido a popularização da **“internet”** e das redes sociais, vêm sendo modificada a forma com que as pessoas se relacionam, e principalmente, a aquisição de produtos e serviços, demonstrando que o comércio virtual tem potencial crescente no país e no mundo.

■ METODOLOGIA

O estudo foi desenvolvido no empreendimento **“Bonno DuValle - Vida sem Glúten”**, localizado no município de Petrolina - PE, que de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), possui uma população estimada em 359.372 habitantes. A cidade está localizada na Região Sertão do São Francisco (figura 1), distante 713,5 km da capital pernambucana, Recife, à margem esquerda do Rio São Francisco, tendo acesso pelas rodovias BR-428 e BR-232.

Figura 01. Mapa da Região Sertão do São Francisco.



Fonte: SDT / MDA (2011).

Deste modo, este é um estudo de caráter exploratório e descritivo, com abordagem qualitativa, desenvolvido a partir do método fenomenológico, que é empregado em pesquisa qualitativa, e preocupa-se com a descrição direta da experiência como ela é, sendo que a realidade é construída socialmente e entendida da forma que é interpretada, não se colocando como única, podendo existir tantas quantas forem suas interpretações (GIL, 2010).

O estudo exploratório para Gil (2010), busca proporcionar maior familiaridade com o problema em estudo, visando torná-lo mais explícito, e, por conseguinte, o estudo descritivo explicita particularidades de um dado grupo, captando aspectos descritivos (VERGARA, 2009). Quanto a natureza, este estudo traz uma abordagem qualitativa, onde se buscou compreender os fenômenos sociais com o menor afastamento possível do ambiente estudado, procurando compreender e explicar a dinâmica das relações sociais (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

O estudo foi dividido em 05 fases:

- 1) Na primeira fase, buscou-se conhecer a problemática em tese a partir da leitura de teóricos e de trabalhos publicados que abordam sobre tal temática, por meio de busca em sites de periódicos como “*Scielo*” e “*Google Acadêmico*”, a partir das palavras-chave “*modelo de negócio*”, “*loja virtual*” e “*glúten*”;
- 2) Na segunda fase, buscou-se conhecer “*in loco*”, a partir da observação, como é desenvolvido o empreendimento de comercialização de alimentos sem glúten, visando compreender melhor o contexto;
- 3) Em seguida, fez-se uma entrevista visando conhecer mais do desenvolvimento do empreendimento, buscando trabalhar a partir daí a ferramenta Quadro de Modelo de Negócios ou “*Business Model Canvas*”;
- 4) Por último, elencou-se uma análise que se julga adequada para tal empreendimento;
- 5) Finalmente, apresentou-se ao casal, as características do empreendimento com a utilização da metodologia “*Business Model Canvas*”.

■ RESULTADOS E DISCUSSÕES

O surgimento da “*Bonno DuValle - Vida sem Glúten*”

O pequeno negócio de comercialização de alimentos sem glúten, “*Bonno DuValle - Vida sem Glúten*”, surgiu em fevereiro de 2022, pelo jovem casal Estefanía Malla e Pedro Oziel, por uma necessidade, tendo como missão, proporcionar saúde e qualidade de vida as pessoas que sofrem restrição alimentar ao glúten (celíacos, alérgicos e intolerantes). Em 2021, a esposa recebeu o diagnóstico de alergia ao glúten, levando a restrições

alimentícias de produtos que contenham essa proteína ou que sofram contaminação cruzada (transferência acidental, direta ou indireta, aos alimentos, de contaminantes físicos, químicos ou biológicos).

À vista disso, pela dificuldade de encontrar uma variedade de alimentos sem glúten e com preços acessíveis na cidade, o casal logo percebeu uma oportunidade de negócio e principalmente, manter a saúde, decidindo empreender no segmento de alimentos sem glúten, por meio da Rede Social “Instagram” (@bonnoduvalle), e com isso, incrementar a renda familiar.

Figura 02. Logomarca da “Bonno DuValle - Vida sem Glúten”.



Fonte: “Bonno DuValle - Vida sem Glúten” (2022).

São produzidos de maneira artesanal, diversos alimentos sem glúten, como, bolo, macarronada, pastel, pizza, sanduíche, torta, entre outros, bastante saborosos e com qualidade.

Figura 03. Pizza e sanduíches produzidos pela “Bonno DuValle - Vida sem Glúten”.



Fonte: “Bonno DuValle - Vida sem Glúten” (2022).

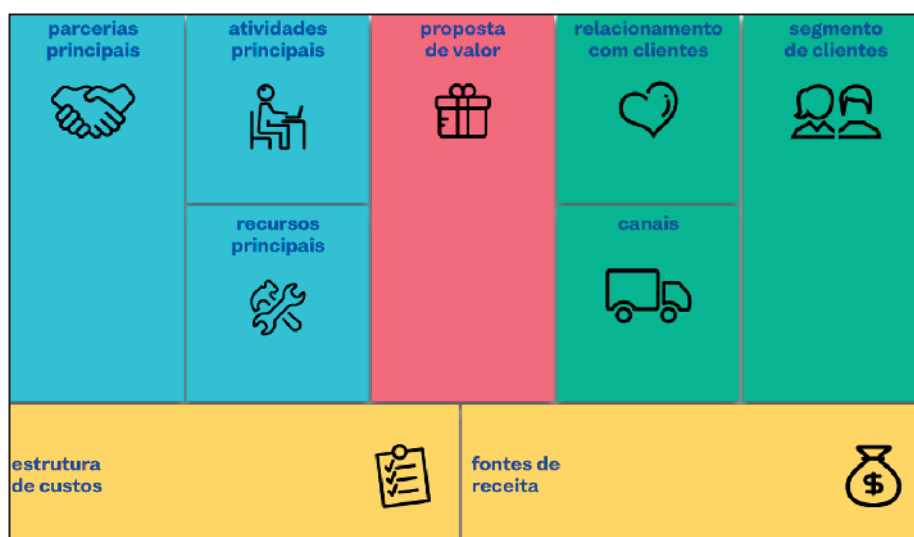
A “**Bonno DuValle - Vida sem Glúten**” vem prosperando e a aceitabilidade dos produtos pelos clientes cresce a cada dia mais.

O Modelo de Negócio da “*Bonno DuValle - Vida sem Glúten*”

O Quadro de Modelo de Negócios ou “*Business Model Canvas*”, é uma metodologia surgida em meados dos anos 2000, pelo empreendedor, palestrante, consultor e teórico da Administração, o suíço Alex Osterwalder, resultante de sua pesquisa de doutorado pela “*Faculté des Hautes Études Commerciales de l’Université de Lausanne*” - *HEC Lausanne*” (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010).

É uma ferramenta bastante eficiente e simples, em formato de um quadro, que permite criar ou remodelar, modelo de negócios, considerando 09 elementos que todo empreendimento possui: Proposta de Valor, Canais, Segmento de Clientes, Relacionamento com Clientes, Recursos Principais, Atividades Principais, Parcerias Principais, Estrutura de Custos e Fontes de Receita, colaborando com o empreendedor, planejar um negócio de sucesso e inovador (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010).

Figura 04. Quadro de Modelo de Negócios ou “*Business Model Canvas*”.



Fonte: Reprodução / Portal Dinamize (2020).

Por meio dos dados coletados e analisados, foi possível compreender o modelo de negócio desenvolvido pela “*Bonno DuValle - Vida sem Glúten*”, com a comercialização de alimentos sem glúten, apresentando as seguintes características:

Figura 05. Modelo de Negócio da “Bonno DuValle - Vida sem Glúten”.



Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Pelas informações do Quadro de Modelo de Negócios, ele demonstra-se da forma abaixo:

- **Proposta de Valor:** Pães, bolos, tortas, pizzas, pastéis, esfirras, coxinhas, biscoitos, sanduíches e macarronada, além de proporcionar bem-estar, saúde e qualidade de vida.
- **Canais:** Contato telefônico, “*delivery*” na cidade, no próprio domicílio, pela Rede Social “*Instagram*” e aplicativo de mensagens e chamadas de voz para “*smartphones*”, “*WhatsApp*”.
- **Segmento de Clientes:** Celíacos, alérgicos e intolerantes ao glúten e, pessoas comuns.
- **Relacionamento com Clientes:** Contato telefônico, atendimento direto, “*Instagram*” e “*WhatsApp*”.
- **Recursos Principais:** Financeiro, para aquisição de bens, materiais e pagamentos diversos, físico, como armário, mesa, prateleira, entre outros e humano, a mão-de-obra dos empreendedores.
- **Atividades Principais:** Comercialização, produção e “*marketing*”.
- **Parcerias Principais:** Rádio Ponte FM 91.5, com apoio e divulgação do empreendimento, “*Chef*” Susan Martha - Amor Pela Comida e, Marta Midori Gluten “*Free*”, via cursos de gastronomia, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), por meio de cursos, oficinas e palestras sobre gestão, empreendedorismo, “*marketing digital*”, finanças, redes sociais e posicionamento digital, e, Mercado Pago, por intermédio de recebíveis de vendas.
- **Estrutura de Custos:** Água, luz, “*internet*”, matéria-prima, embalagem, rótulo, material de limpeza, remuneração e transporte.

- **Fontes de Receita:** Dinheiro em espécie, cartão de crédito e débito, *PIX* e transferência bancária.

Portanto, da análise e discussão obtidas e apresentadas nos itens anteriores, pode-se notar a potencialidade e viabilidade da “**Bonno DuValle - Vida sem Glúten**”, com a comercialização de alimentos sem glúten, por meio da Rede Social “*Instagram*”.

■ CONCLUSÃO

Diante do exposto, objetivou-se, com o presente estudo, analisar e fazer compreender o modelo de negócio exitoso, desenvolvido pela “**Bonno DuValle - Vida sem Glúten**”, por meio da Rede Social “*Instagram*”, que por necessidade, foi identificado a possibilidade para empreender, impulsionar a renda familiar e principalmente, manter a saúde, comercializando alimentos sem glúten, especialmente para pessoas que sofrem restrição a essa proteína (celíacos, alérgicos e intolerantes).

O pequeno negócio vem prosperando e a aceitabilidade dos produtos pelos clientes cresce a cada dia mais.

Devido a popularização da internet e das redes sociais, vêm sendo modificada a forma com que as pessoas se relacionam, e principalmente, a aquisição de produtos e serviços, demonstrando que o comércio virtual tem potencial crescente no país e no mundo.

Agradecimentos

Ao casal de empreendedores Estefanía Malla e Pedro Oziel, que abriram as portas do seu empreendimento para apresentar-nos a sua experiência exitosa.

■ REFERÊNCIAS

1. BRASIL. Decreto - Lei nº 10674, de 16 de Maio de 2003. Obriga que os Produtos Alimentícios Comercializados Informem Sobre a Presença de Glúten, como Medida Preventiva e de Controle da Doença Celíaca. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília 16 de maio de 2003; 182º da Independência e 115º da República.
2. BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução RDC nº 40, de 08 de Fevereiro de 2002. Regulamento Técnico para Rotulagem de Alimentos e Bebidas Embalados que Conttenham Glúten, Constante do Anexo desta Resolução. Diário Oficial da União, Brasília, 2002.

3. CODEX ALIMENTARIUS. **Standard for Foods for Special Dietary use for Persons Intolerant to Gluten**. 2008. Disponível em: <www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/en/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252FStandards%252FCXS%2B118-1979%252FCXS_118e_2015.pdf>. Acesso em 04 de agosto de 2022.
4. DORNELAS, José. **Empreendedorismo Corporativo: Como ser Empreendedor, Inovar e se Diferenciar em Organizações Estabelecidas**. Rio de Janeiro. Elsevier, 2003.
5. DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.
6. ESTRADA, M. M. P. **A Internet Banking no Brasil, na América Latina e na Europa**. Revista do Programa de Mestrado em Direito do UniCEU, 2(1), 138-166. 2005. Disponível em: <<https://doi.org/10.5102/prismas.v2i1.185>>. Acesso em 02 de agosto de 2022.
7. FANG, Z. & COLLIER, A. **Digital Entrepreneurship: Research and Practice**. 9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, (September), 2154-2163. 2017. Disponível em: <<https://emrbi.org/wp-content/uploads/2016/08/euromed2016bof.pdf>>. Acesso em 02 de agosto de 2022.
8. FILIPPI, Emily; DOCKHORN, Danila Cristiane Marques Sanches. **REDES SOCIAIS: A Percepção de Lojistas da Influência das Redes Sociais nas Vendas do Varejo de Moda**. Instituto Federal Catarinense (IFC) - Campus de Ibirama e Instituto Federal do Paraná (IFPR) - Campus de Avançado Goioerê, 2017.
9. GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil - UAB/UFRGS e SEAD/UFRGS. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
10. GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184p.
11. MINNITI, M. **The Role of Government Policy on Entrepreneurial Activity: Productive, Unproductive, or Destructive?** Entrepreneurship Theory and Practice. v. 32, n. 5, p. 779-790, set. 2008. doi: 10.1111/j.1540-6520.20.
12. OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation** (John Wiley & Sons, Eds.). New Jersey - USA, 2010. 278 p.
13. Portal IBGE. Petrolina (PE) | Cidades e Estados | IBGE. Disponível em: <www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pe/petrolina.html>. Acesso em 01 de agosto de 2022.
14. RIBEIRO-SORIANO, D.; GALINDO-MARTÍN, M.-Á. **Government Policies to Support Entrepreneurship**. Entrepreneurship & Regional Development, v. 24, n. 9 - 10, p. 861-864, dez. 2012. doi: 10.1080/08985626.2012.742322.
15. SARKAR, S. **Empreendedorismo e Inovação**. Lisboa: Escolar Editora, 2010.
16. SILVA S, et al. **Tratado de Alimentação, Nutrição e Dietoterapia**. Ed. Roca Ltda, 1ª, São Paulo, SP; 2007;526-527. [5] Mahan LK, Escott-Stump S, Krausse. - Alimentos, Nutrição & Dietoterapia; ed. Roca Lda, 12ª; 2010.
17. VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2009.