

Bisnez – Uma Rede Social para Empreendedores

Jadson dos Santos de Santana
Instituto Federal da Bahia
Salvador, Brasil
jadson.santana@ifba.edu.br

Renato Lima Novais
Instituto Federal da Bahia
Salvador, Brasil
renato@ifba.edu.br

Resumo—O empreendedorismo possui importância fundamental para a sociedade. É por meio deste que muitas pessoas conseguem ascender social e economicamente e ao mesmo tempo gerar novos empregos. Entretanto, devido a uma série de fatores, boa parte dos negócios acaba não saindo do papel ou indo a falência ainda nos estágios iniciais. Este trabalho apresenta a Bisnez, uma rede social que tem como objetivo oferecer ferramentas que auxiliam o empreendedor no momento de transformar uma ideia em realidade. Através da rede, é possível encontrar membros com interesses em comum, mentores, investidores e oportunidades em incubadoras, aceleradoras, entre outros.

Keywords—*Empreendedorismo, rede social, aplicativos, suporte.*

I. INTRODUÇÃO

Atualmente, o empreendedorismo é tão ligado a sociedade que é quase possível considerar como sendo algo inerente ao homem. Esse princípio de transformar uma ideia em sucesso e obter riqueza atrai interessados antes mesmo do capitalismo.

Com o avanço da tecnologia e da globalização, cada vez mais oportunidades de negócio têm surgido. Somente em 2020, cerca de 3 milhões de empresas foram abertas no Brasil [1]. Contudo, muitas dessas empresas não sobrevivem por muito tempo. Segundo o censo demográfico produzido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), das empresas abertas em 2008, apenas 25,3% continuaram em operação dez anos depois [2]. Em adição, conforme o mapa de empresas do governo federal, entre os anos de 2018 e 2020 mais de 4 milhões de empreendimentos foram fechados [1].

De acordo com o estudo Sobrevivência das Empresas no Brasil, do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), não há um fator específico que seja responsável pela mortalidade das empresas. A isso é atribuído uma série de razões combinadas que são relacionadas a quatro áreas principais: o planejamento, a situação do empresário antes de abrir o empreendimento, o nível de capacitação dos envolvidos e a gestão do negócio em si [3]. Em adição a isso, as chances de fracasso são maiores quando o empreendedor tem pouca ou nenhuma experiência na área de investimento, não investe em capacitação da mão de obra, não faz inovações no produto e também não acompanha da forma correta o faturamento e despesas do negócio [3].

Este trabalho apresenta a Bisnez, uma rede social voltada para pessoas interessadas em empreender. A rede possui o objetivo de conectar empreendedores com interesses em comum para troca e ideias e experiências. Além disso, a plataforma oferece ferramentas que buscam ajudar o usuário a criar ou desenvolver um negócio sem cometer os principais erros que

levam a um possível fechamento, como a possibilidade de encontrar oportunidades de incentivo e o acesso a mentores da rede.

Além desta Introdução (seção), esta monografia está organizada como se segue. A Seção II apresenta os assuntos correlatos a este trabalho. As ferramentas e trabalhos relacionados são exibidos na Seção III. A Seção IV apresenta a solução desenvolvida neste trabalho. A Seção V apresenta o estudo realizado para validar a solução. Por fim, a Seção VI conclui este projeto, destacando as suas limitações e perspectivas futuras.

II. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

A. Empreendedorismo

O empreendedorismo pode ser entendido como o ato de criar algo diferente que possui valor, assumindo todos os riscos financeiros, psicológicos e sociais e recebendo as consequentes recompensas pessoais e econômicas [4]. É um dos fatores mais importantes para o desenvolvimento da economia de um país e do capitalismo em si, uma vez que está ligado a transformar uma oportunidade em lucro, enfrentando todos os riscos do processo. Historicamente, não há uma definição exata de quem foi o primeiro empreendedor, mas segundo [5], o aventureiro Marco Polo pode ser considerado um dos precursores da ideia ao traçar uma rota comercial até o Oriente no século XIII e assinar contratos de venda dos seus produtos com banqueiros que ofereciam recursos para financiar seus empreendimentos.

Seguindo mais adiante na história, o período entre os séculos XVI e XIX foi um divisor de águas para as aventuras empreendedores, muito por causa da manufatura e apoio às exportações na época do mercantilismo e posteriormente do processo de industrialização que se instaurou no mundo. Dois exemplos claros disso são Samuel Morse e Thomas Edison, que recebiam auxílios de investidores para poder financiar invenções como o telégrafo, o fonógrafo e a lâmpada incandescente [5][6].

No Brasil, esse processo se fortaleceu no final do século XX após a criação de instituições de apoio ao empresário como Sebrae, Sesc (Serviço Social do Comércio) e Softex (Sociedade Brasileira de Exportação de Software). Um dos fatores para esse atraso no desenvolvimento era a condição política do país. Os anos pós ditadura foram fundamentais para a evolução do empreendedorismo brasileiro, pois permitiram que a economia se abrisse, facilitando a entrada de capital e suporte estrangeiro [5].

Ao produzir a teoria da Destruição Criativa, Joseph Schumpeter definiu o perfil do empreendedor como alguém habilidoso

tecnicamente, para poder participar ativamente no processo produtivo e ao mesmo tempo capitalista, para conseguir realizar as vendas e operações internas [7]. De acordo com [8], o empreendedor pode ser classificado em diversos tipos, com os principais sendo:

1) *Empreendedor comum*: O perfil considerado comum é aquele que se planeja bem e atende todas as características esperadas de um empreendedor: minimizar riscos, ter uma visão clara de futuro e trabalhar em função de metas. Apesar de ser considerado a referência a ser seguida, este perfil não é encontrado muito facilmente. Mesmo com o fator planejamento sendo presente entre os empreendedores de sucesso, nem todos atendem às características restantes do perfil empreendedor normal [8].

2) *Empreendedor por necessidade*: O empreendedor por necessidade desenvolve o próprio negócio por não ter outras opções disponíveis. Na maior parte das vezes foi demitido, não conseguiu recolocação e participa de negócios informais ou se tornou prestador de serviços, tendo pouco retorno financeiro. Esse perfil costuma não ter muito acesso à educação, recursos e nem condições mínimas para empreender de forma organizada. Ao mesmo tempo, se torna um problema para o desenvolvimento econômico dos países por não contribuir com impostos [8].

3) *Empreendedor herdeiro*: O empreendedor herdeiro tem como missão levar adiante o legado da família. Nos últimos anos, esse perfil tem assumido um papel diferente, estando mais presente no conselho da empresa, enquanto que as funções administrativas são exercidas por um outro profissional contratado. O empreendedor herdeiro geralmente aprendeu sobre o negócio ainda jovem e em alguns momentos já tendo responsabilidades sobre a empresa. O principal desafio desse perfil é aumentar o patrimônio obtido [8]. Segundo [9], cerca de 70% das companhias familiares não resistem à morte do fundador. Para evitar esse problema, muitas das famílias têm investido em capacitações e especializações [8].

4) *Empreendedor corporativo*: Esse perfil é considerado ideal para trabalhar em grandes empresas, pois são ótimos influenciadores, além de possuírem altos conhecimentos sobre ferramentas administrativas, e também são muito bons com gestão e negociação. Costumam se interessar mais por crescer na empresa do que por abrir novos projetos. Nos últimos anos têm recebido muito mais importância devido à necessidade de inovação e crescimento das multinacionais [8].

5) *Empreendedor nato*: Costumam ser bem populares e com grande exposição midiática. Suas histórias são quase mitológicas, onde muitas das vezes começam a trabalhar muito jovens em uma origem humilde com pouco ou nenhum recurso e após adquirirem conhecimento em negociações e finanças, transformam esse pequeno recurso em um império gigante. São visionários e extremamente comprometidos. Devido aos seus valores e sucesso, acabam por se tornarem grandes referências no mundo do empreendedorismo [8].

6) *Empreendedor que aprende*: É o tipo de pessoa que não possuía interesse em empreender até o momento em que uma oportunidade de negócio considerada muito boa surge repentinamente. Esse tipo de situação é comum de acontecer com pessoas que estão próximas de ser demitidas ou já receberam a demissão, que foram convidadas para formar regime de

sociedade, ou ainda com pessoas próximas da aposentadoria que buscam outras alternativas [8].

7) *Empreendedor serial*: Não costuma ficar na empresa até ela se tornar uma grande organização. Seu gosto é puramente por empreender. Costuma vender o empreendimento e utilizar os ganhos para montar um novo e em seguida vendê-lo, gerando uma espécie de ciclo. Na maior parte das vezes não se interessa por assumir postura de executivo, mas por ter um perfil dinâmico, está sempre presente em eventos relacionados a área [8].

8) *Empreendedor social*: De todos os tipos, é o que menos se importa com o ganho financeiro. Apesar de ter características parecidas com as dos demais, geralmente se preocupam em fazer seus projetos darem mais retorno aos outros do que para si mesmo. Seus empreendimentos estão voltados a resolver causas humanitárias e na maior parte das vezes é localizado em países subdesenvolvidos, em desenvolvimento ou em zona de guerra [8].

B. Redes Sociais

Redes sociais podem ser definidas como uma espécie de estrutura social composta por vários participantes anônimos, que podem ser pessoas ou organizações, e que estão conectados pela intenção em compartilhar recursos, valores e interesses em comum. Uma das principais características das redes é fornecer uma interação não geográfica e não hierárquica entre os participantes [10].

Historicamente, o conceito surgiu na primeira metade do século XX, contudo, na época não era visto como um objeto de estudo, tendo seu termo sido referenciado de forma metafórica pelos autores do período [11]. Foi a partir da segunda metade do século que as redes sociais passaram a ser estudadas mais a fundo por duas vertentes principais. Enquanto a vertente britânica focava mais no campo da antropologia social, realçando principalmente as relações sociais, a corrente de origem estadunidense estudava de forma estruturalista o formato dos sistemas sociais. Ambas foram fundamentais para a definição atual das redes [11].

De acordo com [12], “o termo ‘rede’ é compreendido como um conjunto de pessoas ou grupos que são influenciados e influenciam os demais de acordo com as ligações que possuem com os demais integrantes da rede. Estes laços entre os participantes podem ser mais fortes ou mais fracos, e podem permitir uma maior ou menor troca de informação.”.

Devido ao aumento do acesso à internet e do posterior surgimento da era digital, as redes sociais passaram a se estender cada vez mais na vida na população. Outro fator crucial para essa explosão foi o processo de modernização das antigas empresas de mídia, que passaram a adotar o uso de ferramentas de mídias sociais digitais. A popularização desses sistemas é tamanha que os termos “redes sociais” e “mídias sociais” se tornaram uma espécie de sinônimo entre os usuários.

A plataforma considerada pioneira no ramo surgiu em 1997 e era chamada SixDegrees. O objetivo do software era permitir que as pessoas se conectassem com desconhecidos e formassem laços afetivos. Apesar de ter sido encerrada três anos depois por problemas financeiros, a ferramenta conseguiu

obter cerca de 3,5 milhões de usuários e se tornar um tipo de referência para outros projetos que surgiram em seguida [13].

Durante a produção deste trabalho não foi identificada a quantidade de redes existentes atualmente, mas de acordo com [14], elas podem ser classificadas em três formas:

1) *Megacomunidades*: São redes de propósito geral, não costumam realizar muitos tipos de filtros de acesso e permitem interações com temas mais livres. Por possuir um perfil mais genérico e fornecer uma maior autonomia, este tipo de rede costuma reunir um número maior de usuários. Exemplos de redes desta formato são o Facebook e o Twitter [14].

2) *Rede de compartilhamento de arquivos*: Como o próprio nome diz, são redes em que as interações entre os usuários acontecem com base na publicação de arquivos, sejam eles em formato de música, imagem, vídeo ou slide. Dois exemplos deste modelo são o Youtube e o SlideShare [14].

3) *Microcomunidades*: Dentre os três modelos, este é o mais específico, não se dirige ao público em geral, sendo mais utilizado por pequenos grupos temáticos ou uma comunidade restrita. Devido ao seu perfil mais limitado, costuma ter uma quantidade baixa de usuários, e conseqüentemente um volume menor de troca de informações. Como exemplos deste tipo de rede podem ser mencionadas as plataformas Ning, GROU.PS e Elgg. [14].

C. Aplicativos Móveis

Os aplicativos móveis são um tipo de software desenvolvido para funcionar em dispositivos móveis como *smartphones*, *tablets* e *smartwatches*. Esses sistemas abrangem diversas classificações, podendo ser desenvolvidos como jogos, bate-papos, organizadores de finanças, redes de relacionamentos e etc [15]. As aplicações podem ser instaladas no dispositivo do usuário por meio de lojas virtuais, onde o cliente adquire e faz o download do programa e o processo pode ser gratuito ou pago, dependendo do aplicativo.

Hoje em dia, os aplicativos são divididos entre dois sistemas operacionais: Android e IOS. O primeiro é mantido pela Google e tem como linguagens de programação principais Java e Kotlin. O IOS é um sistema desenvolvido pela Apple que utiliza linguagens conhecidas como Swift e Objective-C. Ambas as plataformas estão presentes em celulares, relógios, *tablets*, televisores e mais uma série de aparelhos.

No quesito desenvolvimento, os programas podem ser classificados de três maneiras:

1) *Aplicativos nativos*: São desenvolvidos utilizando ferramentas exclusivas que só funcionam em uma plataforma específica. Apesar de possuírem essa característica restritiva, geralmente apresentam um desempenho melhor quando é necessário fazer uso de recursos avançados ou complexos de cada dispositivo [16].

2) *Aplicativos híbridos*: São criados utilizando uma arquitetura que converte o código produzido em uma linguagem que vários sistemas operacionais conseguem identificar. Este modelo permite que o desenvolvimento ocorra de forma mais rápida, pois com um mesmo código fonte é possível criar um sistema que funcione em mais de uma plataforma. Entretanto, dependendo da arquitetura híbrida que for utilizada,

o desempenho do software se sai muito inferior ao de uma aplicação nativa por ter camadas a mais efetuando a conversão do código. Um exemplo de ferramenta que funciona desta maneira é o React Native, que utiliza uma arquitetura chamada Bridge para fazer o código escrito em Javascript ser entendido pelos dispositivos Android e IOS [17].

3) *Web App*: São páginas Web desenvolvidas exclusivamente para os dispositivos móveis. Elas possuem uma programação que detecta o aparelho e faz a aplicação se adaptar a ele. Dentre os três tipos de aplicativos, este é o único que não é encontrado em lojas, sendo necessário o uso do navegador para acessá-los. As principais vantagens deste modelo são a economia de armazenamento, já que o sistema não é baixado, e o desenvolvimento multiplataforma. Como a aplicação funciona no navegador, a implementação é feita apenas uma vez. Contudo, os *Web Apps* enfrentam o problema de ainda não conseguirem utilizar corretamente todos os recursos nativos dos dispositivos, o que limita o escopo de funcionalidades a atividades mais básicas [18].

Independente da forma como são desenvolvidos, os aplicativos representam parte importante da vida da população moderna. Muito disso se deve à facilitação do acesso aos celulares. Somente no Brasil, cerca de 80% da população têm ao menos um *smartphone*, e atualmente, as duas lojas mais populares possuem mais de 4 milhões de aplicativos disponíveis para download [19][20].

III. TRABALHOS RELACIONADOS

Na literatura é disponibilizada uma série de trabalhos que visam estudar o perfil do empreendedor e seu comportamento em redes sociais. A subseção III-A apresenta alguns destes trabalhos enquanto que na subseção III-B são exibidas ferramentas diretamente relacionadas a Biznes e uma comparação entre elas.

A. Trabalhos correlatos:

Em [21], é feita uma análise sobre a maneira como os empreendedores utilizam as redes sociais de modo a obter recursos quando estão na fase inicial de um negócio. Para esse trabalho, foi realizado um estudo qualitativo e de natureza exploratória e descritiva com empreendedores sociais do estado de Sergipe. Como resultado, foi notado que quanto mais fortes são os laços entre os envolvidos, maiores são as chances de fomentação dos recursos. Além do mais, também foi possível notar que as redes sociais possuem papel de grande importância no processo de legitimação das organizações em estágio inicial. Este estudo é relevante para a compreensão deste trabalho, pois tenta demonstrar como é o comportamento de um empreendedor nas redes sociais ao mesmo tempo em que ajuda a entender qual o nível de importância das redes para o processo de concepção de um negócio.

Já em [22], é discutido sobre a trajetória de empreendedores que por muito tempo viveram em situação de pobreza e vulnerabilidade econômica. No desenvolvimento deste trabalho foi utilizada uma pesquisa de cunho qualitativo com empreendedores do estado de Minas Gerais. No artigo é possível notar a semelhança das trajetórias dos envolvidos com alguns tipos de perfis empreendedores descritos na subseção II-A deste trabalho. Este estudo é importante por apresentar ao leitor

alguns dos perfis mais presentes no mundo dos negócios e exibir como cada um precisou enfrentar desafios diferentes mesmo tendo origens similares.

Por último, o trabalho de [23] faz uma avaliação acerca da influência das redes sociais na sobrevivência de um negócio. Para tal, foi produzida uma pesquisa com grupos de empresários de diferentes setores e com empresas em estágios diferentes (parte já extinta e parte ativa). Simultaneamente, foi desenvolvida uma série de indicadores a fim de medir a capacidade de cada indivíduo de interagir com as informações advindas das redes. Durante o experimento foi notado que os agentes que conseguiram manter seus negócios ativos foram os que melhor utilizaram as redes para conseguir os primeiros clientes, encontrar apoio na hora de abrir o negócio e também pesquisar sobre a área de interesse, ao mesmo tempo em que o grupo que enfrentou maiores dificuldades de estabelecer relacionamentos foi o que continha membros com empreendimentos falidos. Este trabalho possui grande relevância por demonstrar o quão decisivo pode ser o uso de uma rede social na formação ou afirmação de um empreendimento.

B. Ferramentas relacionadas:

1) *Maker*: É uma comunidade voltada a empresários e *startups*. O objetivo dela é oferecer um ambiente onde as pessoas que estão criando um negócio ou necessitam de algum tipo de suporte, podem encontrar outros empreendedores e trocar experiências. Além disso, na plataforma é disponibilizado uma gama de cursos que abrangem diversas áreas do conhecimento, como marketing, gestão, comércio eletrônico e outros. A ferramenta foi desenvolvida em 2021 pela Yapay, uma unidade de pagamentos do grupo Locaweb[24].

O *Maker* possui um design simples e intuitivo, facilitando o uso de quem não possui muito contato com tecnologia. Entretanto, sua estrutura é mais próxima de um fórum do que de uma rede social convencional, permitindo interação entre os membros apenas por meio de comentários nas publicações. Além disso, é importante mencionar que o sistema separa os conteúdos por categorias, e a quantidade de temas disponíveis atualmente é bem baixa, fazendo com que as discussões sigam um acervo limitado de áreas do conhecimento.

2) *GoodPeople*: O *GoodPeople* é um aplicativo fundado em 2015 que tem como objetivo conectar pessoas com habilidades complementares. Por meio da plataforma, o usuário insere uma característica, podendo ser profissional ou não, e o software lista pessoas que estão à procura desta habilidade. Posteriormente, o aplicativo oferece um *chat* para que as conexões consigam interagir entre si.

Dentre as opções desta seção, o *GoodPeople* é a mais limitada em questão de funcionalidades. A estrutura da aplicação é parecida com a de um mural de empregos, não permitindo ao usuário criar publicações, grupos ou até mesmo interagir com membros de características diferentes das procuradas. Fator que compromete a interação entre os membros.

3) *Biznik*: Dentre as opções mencionadas nesta seção, a *Biznik* é a única que não está mais em atividades. O sistema criado em 2005 conseguiu obter em seu auge cerca de cem mil usuários e um prêmio *Webby Awards* de melhor rede social. O objetivo da ferramenta era aproximar donos de pequenos

empreendimentos com o intuito de promover a troca de ideias entre eles. Por meio do software era possível publicar artigos, criar grupos de discussão, eventos e enviar mensagens para outros membros. Além do mais, a rede buscava promover constantemente encontros face a face entre os usuários, oferecendo inclusive ferramentas para gerenciamento destes eventos [25].

Contudo, a quantidade alta de usuários e a premiação não foram suficientes para manter a rede em funcionamento. No ano de 2014 foi anunciado o encerramento da *Biznik*. Dentre os fatores que influenciaram esse acontecimento estão [25]:

- 1) Na época, grande parte dos usuários não tinha muito contato com redes sociais, o que fazia com que muitos membros tivessem dificuldades para usar a tecnologia e alavancar seus perfis;
- 2) A rede não desenvolveu um modelo de negócios muito eficiente, e produzindo receita baixa, passou a cobrar dos usuários pelo acesso, o que causou uma série de cancelamentos nas assinaturas;
- 3) O design da ferramenta era pouco intuitivo e ultrapassado para a época, fazendo com que a aplicação perdesse mais espaço para novas redes que surgiam com uma aparência mais moderna e maior usabilidade.

4) *Linkedin*: De todas as ferramentas mencionadas, o *Linkedin* é a que atingiu o maior nível de popularidade. Atualmente a rede possui cerca de 750 milhões de usuários por todo o mundo e é considerada uma referência na área [26]. Por meio dela é possível publicar artigos, se conectar com outros membros e enviar mensagens privadas, tudo com um design bonito e bem interativo. Além disso, a ferramenta oferece os usuários a possibilidade de se candidatar a vagas de empregos [27].

Entretanto, por possuir um propósito mais voltado ao ambiente profissional em geral, a ferramenta não oferece muitas funcionalidades direcionadas ao público empreendedor. As funções mais próximas de auxiliar um empresário são a plataforma de cursos (*Linkedin Learning*) e as análises de dados sobre empresas. Ambas as funcionalidades estão disponíveis no plano “Negócios” que não é disponibilizado de forma gratuita [27].

A tabela I apresenta um comparativo entre a *Bisnez* e as ferramentas mencionadas nesta seção.

IV. APLICATIVO BISNEZ

Para guiar o desenvolvimento do aplicativo de rede social para empreendedores, objetivo deste trabalho, conduzimos alguns estudos com potenciais usuários.

A. Estudo com potenciais usuários

Inicialmente, foi realizado um estudo acerca do histórico do empreendedorismo no Brasil, com o objetivo de entender o status atual, as principais dificuldades enfrentadas pelos empreendedores e como cada uma é tratada. Para complementar esse levantamento, também foi aplicado um questionário com estudantes universitários e aspirantes a empreendedores a fim de avaliar as ferramentas utilizadas pelos mesmos e o grau de satisfação com elas.

Tabela I. COMPARAÇÃO ENTRE A BISNEZ E OUTRAS FERRAMENTAS UTILIZADAS POR EMPREENDEDORES

Característica	Bisnez	Maker	Linkedin	GoodPeople	Biznik
Permite criar publicações	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Permite criar grupos de discussão	Sim	Não	Sim	Não	Sim
Ferramenta de análise de compatibilidade entre perfis	Sim	Não	Não	Não	Não
Oferece acesso a cursos ou mentores	Sim	Sim	Sim	Não	Não
Possui chat para interação entre usuários	Sim	Não	Sim	parcial	Sim
Oferece acesso a oportunidades de incentivo ao negócio	Sim	Não	Não	Não	Não
Plataforma	Mobile	Web	Web e Mobile	Mobile	Web

A enquete realizada durante o mês de março obteve 163 respostas e indicou uma tendência já esperada na hora de escolher uma parceria. Conforme indica a Figura 1, cerca de 48% dos entrevistados buscam apoio ao negócio entre familiares e amigos, o que está de acordo com o estudo de [28], mencionado anteriormente neste trabalho, que aponta que cerca de 57% das Micro e Pequenas Empresas no Brasil possui parentes entre seus sócios, empregados e colaboradores. Em segundo lugar na pesquisa vêm as redes como Instagram e Facebook, com 42%. A plataforma LinkedIn, voltada ao ambiente de trabalho em geral, foi escolhida por apenas 22% do público, ficando atrás até mesmo dos sites de empregos, que obtiveram 23% dos votos.

Caso precisasse de alguém para ser seu parceiro ou ajudar de alguma forma o seu negócio, em qual lugar buscaria?
163 respostas

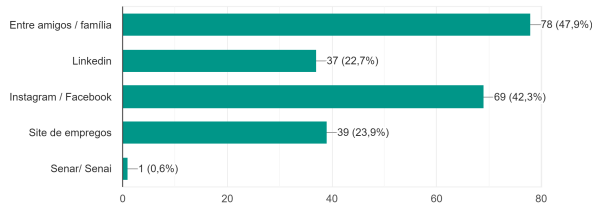


Figura 1. Principais canais de apoio ao empreendedor.

Entretanto, ao serem questionados se estão satisfeitos com as opções escolhidas, cerca de 40% dos entrevistados responderam que não. Ao analisar as respostas separadamente, foi possível perceber também que as opções com menores índices de aprovação eram ao mesmo tempo as mais escolhidas entre os entrevistados. Assim como mostra a Figura 2, os sites de emprego obtiveram o maior número de entrevistados satisfeitos (cerca de 87%), enquanto que apenas 46% das pessoas se agradaram com o uso do Instagram/Facebook para encontrar suporte aos negócios.

Durante a produção desta pesquisa, também foi possível notar que dentre os empreendedores que já tiveram algum negócio que deu errado, a maior parte apontou três razões principais para o insucesso de seus empreendimentos: (i) Falta de dinheiro; (ii) Falta de conhecimento sobre a área do negócio e (iii) Falta de parceria/apoio. Os resultados dessa pesquisa aparentam proximidade com o estudo Sobrevivência das Empresas no Brasil, mencionado na introdução deste trabalho, que aponta alguns desses fatores supracitados como grandes causadores de fechamento das empresas quando aparecem combinados [3].

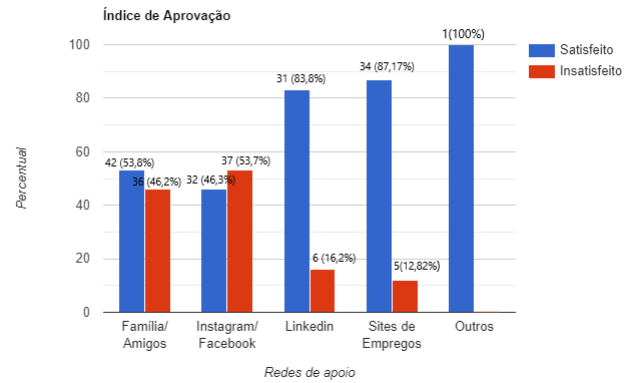


Figura 2. Percentual de satisfação com as opções escolhidas.

O resto das perguntas, assim como seus respectivos índices de respostas se encontram nas figuras 13,14, 15 e 16 no Apêndice A deste documento.

Razões do negócio dar errado

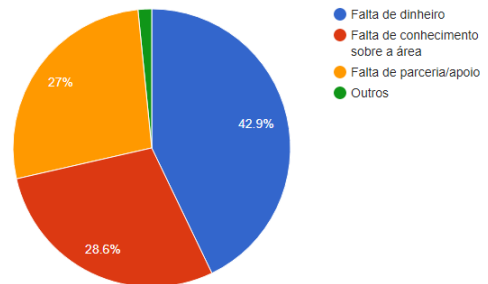


Figura 3. Principais razões do insucesso nos negócios dos entrevistados.

B. Proposta e arquitetura

A Bisnez surgiu com o propósito de promover a conexão entre empreendedores e permitir que eles interajam com pessoas que contém interesses em comum para troca de ideias e experiências. Além disso, a plataforma dispõe de ferramentas que buscam auxiliar o usuário no desenvolvimento dos seus negócios, seja oferecendo mentorias ou até mesmo oportunidades em incubadoras e aceleradoras.

Para a criação do software foram desenvolvidos dois subsistemas independentes: Bisnez-app e Bisnez-service. Através da junção dessas duas aplicações, o usuário consegue criar postagens, oportunidades, enviar mensagens e realizar diversas interações com outros membros. A Figura 4 apresenta o diagrama de implantação da Bisnez. Por meio desta, é possível visualizar como funciona a interação entre os dois sistemas.

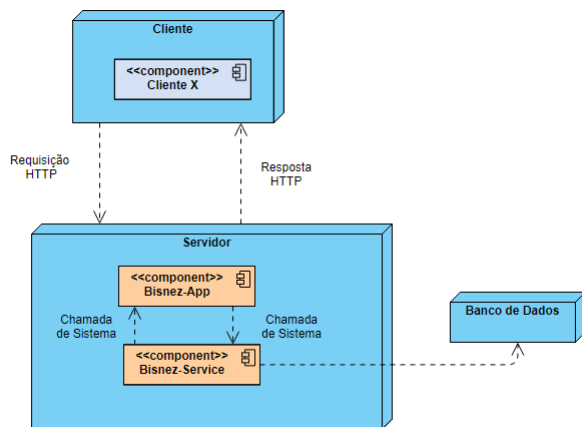


Figura 4. Diagrama de implantação da Bisnez

1) *bisnez-app*: O bisnez-app é um software desenvolvido utilizando o kit de desenvolvimento Flutter, que permite a produção de aplicativos de forma nativa tanto para Android quanto IOS utilizando o mesmo código-fonte. O estilo arquitetural da ferramenta é baseado no estilo Cliente-Servidor, enquanto que o padrão arquitetural utilizado é o *Bloc(Business Logic Object Component)*, que busca separar a regra de negócios da camada de interface, e na prática tem um funcionamento bem semelhante ao padrão *Model-View-Presenter (MVP)* [29].

Esta aplicação tem como principal responsabilidade a realização de comunicação com o bisnez-service, de modo a facilitar a gestão de perfis, troca de informações e interações do usuário em geral. As Figuras 17 e 18 do Apêndice B apresentam o diagrama de classes e casos de uso do software. Por meio destas, é possível visualizar as relações entre os modelos e ações que o usuário pode fazer durante o uso da aplicação.

2) *bisnez-service*: O bisnez-service é a parte da aplicação responsável por lidar com as requisições do usuário. Através deste subsistema, todos os recursos e comportamentos do sistema são gerenciados de forma escalável e facilmente configurável. A ferramenta foi desenvolvida utilizando a tecnologia Node JS. Devido ao fato de a mesma possuir uma arquitetura *single thread* não bloqueante, as requisições são tratadas de modo a não deixar o cliente ocioso ao mesmo tempo em que não faz grande consumo dos recursos do servidor.

Após receber uma requisição do bisnez-app, o bisnez-service realiza o tratamento da solicitação e estrutura a resposta em formato *JSON (Javascript Object Notation)*. Além dos dados necessários, o service avisa o módulo app se a requisição foi bem sucedida. É válido salientar que devido ao fato de ambos os módulos funcionarem de forma independente, podem ser configurados para se conectarem a diferentes aplicações

em plataformas diversas. Mais detalhes sobre a estrutura de um arquivo *JSON* da aplicação, assim como o diagrama de sequência da requisição do *feed* inicial são apresentados no Apêndice B deste trabalho.

C. Levantamento de Requisitos

1) *Requisitos Funcionais*: Por meio dos requisitos funcionais é possível definir todas as funcionalidades e serviços que o aplicativo fornece. Na Tabela II são apresentados todos os requisitos definidos para o software.

2) *Requisitos não Funcionais*: Os requisitos não funcionais são responsáveis por definir o comportamento que a aplicação deve ter em determinada situação. Com base nisso, são listados abaixo os requisitos não funcionais desejados na Bisnez.

- 1) Segurança: A aplicação não deverá permitir acesso de usuários não autenticados;
- 2) Portabilidade: O sistema deve ser compatível com as plataformas Android e IOS;
- 3) Usabilidade: A rede precisa ter uma interface intuitiva;
- 4) Desempenho: A plataforma não pode demorar a responder as interações do usuário.

Tabela II. REQUISITOS FUNCIONAIS.

Nº	Requisito
RF1	O usuário deve ser capaz de acessar a aplicação por meio de login e senha.
RF2	O usuário deve poder publicar fotos e textos
RF3	O usuário deve ser capaz de comentar em publicações
RF4	O usuário deve poder se comunicar com outros usuários por meio do chat
RF5	O usuário deve poder pesquisar outros usuários
RF6	O sistema deve exibir o nível de compatibilidade entre os perfis dos usuários
RF7	O sistema deve exibir uma lista de oportunidades de auxílios disponíveis
RF8	O sistema deve ser capaz de pesquisar mentores disponíveis
RF9	O usuário deve poder visualizar o perfil de outros usuários
RF10	O sistema deve permitir que o usuário siga outros usuários

3) *Visão Geral da aplicação*: Esta subseção exibe algumas das principais telas do sistema e suas respectivas descrições.

A Figura 5 exibe a tela inicial da aplicação. Nesta interface é apresentado um *feed* com as publicações dos usuários que o perfil correspondente segue. Por meio deste *feed*, os utilizadores são capazes de interagir com as publicações por meio de comentários, curtidas e também salvar as postagens para uma visualização posterior. No topo da tela estão os botões de bate-papo e acesso à configurações do sistema. Tanto a lista de comentários quanto o *feed* de publicações são disponibilizados na aplicação em ordem cronológica decrescente. Por fim, no rodapé da interface há um menu de navegação. Através dele, o usuário pode ser redirecionado para outras páginas do aplicativo.

São apresentadas na Figura 6 as telas de perfil do usuário. Através destas, o dono da conta consegue ver informações sobre si próprio, como o histórico de postagens realizadas,

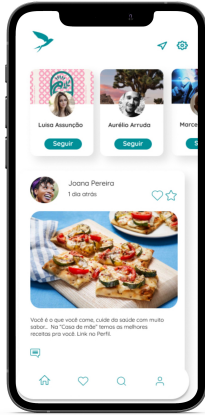


Figura 5. Tela inicial da Bisnez

quem são seus seguidores e também se há alguma publicação salva no momento. Quando um usuário entra no perfil de outro membro, uma tela semelhante a mencionada anteriormente é exibida, com a diferença que na parte superior da tela dois novos ícones aparecem. O primeiro permite ao usuário seguir outros membros da rede, enquanto que o ícone composto por uma letra dentro de um círculo é responsável por informar o Índice Geral de Convergência (IGC) entre os dois perfis.

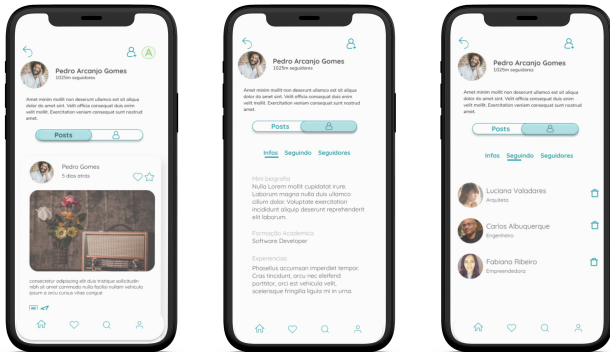


Figura 6. Telas de perfil do usuário

O Índice Geral de Convergência (IGC) é uma equação que busca medir a relação de identificação entre dois perfis. O método tem como objetivo ajudar aqueles que estão em busca de um sócio ou parceiro na rede. Para tal, são levadas em consideração uma série de fatores, dentre eles os níveis de experiência, áreas de interesses e valores buscados. O resultado é gerado com base na seguinte fórmula:

$$IGC = a + (25 - p * y) + (V * 9) - I - F$$

Na equação, a variável a equivale as áreas de interesse em comum. Esse valor varia entre 0 e 30 e depende se os dois usuários comparados compartilham interesse em alguma área em comum. Em seguida, é verificado o nível de importância que o usuário em questão dá para o possível parceiro ter experiência prévia nas áreas de interesse. Este fator é representado pela variável p e multiplica-se pelo valor y , que informa se

o usuário alvo possui ou não alguma experiência. O resultado dessa multiplicação varia entre 0 e 25. Após isso, soma-se à equação a quantidade de valores V convergentes entre os indivíduos, multiplicados por 9, sendo que o valor máximo resultante é 45. Por fim, são subtraídos os valores I e F , que indicam se os membros comparados possuem alguma ideia de negócio e desempenhariam a mesma função em uma possível parceria. Para cada afirmação verdadeira, é subtraído o valor 10 no resultado.

Como conclusão, a fórmula indica um valor entre 0 e 100. Na aplicação, esta nota é classificada entre 5 categorias (A, B, C, D, E), sendo que a categoria 'A' é a mais alta e indica um índice acima de 80, enquanto que a letra 'E' informa que o valor obtido está abaixo de 20. É importante salientar que o método foi desenvolvido de forma empírica, e que por isso os critérios e pesos das variáveis são definidos de forma arbitrária e sem comprovação científica. Além disso, é válido mencionar que o software só apresenta o IGC caso ambos os usuários preencherem o questionário que gera a pontuação.

Por fim, nas Figuras 7 e 8 são exibidas as seções de oportunidades da rede. Nelas, as organizações conseguem publicar vagas em processos seletivos, editais de projetos de inovação, seleção para aceleração, entre outras oportunidades. Ao inserir o processo no sistema, a oportunidade se torna visível para todos os usuários da rede, independente deles seguirem ou não a instituição. Essa funcionalidade tem o objetivo de aumentar o alcance da vaga e ao mesmo tempo oferecer mais opções de apoio ao empreendedor em potencial.

Além das vagas, a pessoa que possuir interesse em capacitações também pode procurar por mentorias na tela. Ao trocar a aba "Oportunidades" para "Mentores", a aplicação exibe uma lista de consultores disponíveis e as áreas do conhecimento em que cada um oferece atendimento. Ao selecionar o mentor, o usuário consegue visualizar mais detalhes sobre o mesmo, checar a agenda do consultor e ainda verificar as avaliações que outros membros já efetuaram sobre o instrutor.

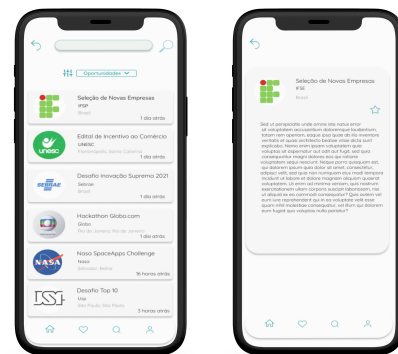


Figura 7. Telas com a lista de oportunidades

V. AVALIAÇÃO EXPERIMENTAL

A etapa de validação da Bisnez foi realizada durante os dias 12, 13, 28 e 29 de junho de 2021. Para tal, foi selecionado um grupo com quatorze pessoas da cidade de Camaçari, sendo que todos os participantes possuem ou já possuíram algum empreendimento. Todo o processo foi realizado em três etapas:

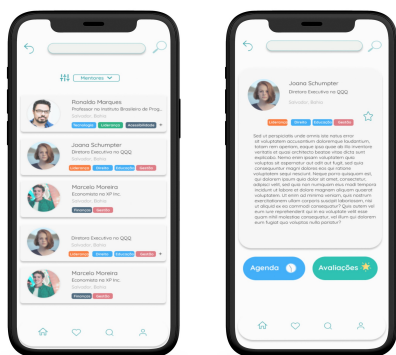


Figura 8. Telas com a lista de mentores disponíveis

(i) Aplicação de questionário para levantamento de perfil; (ii) Disponibilização do software para testes, e (iii) Aplicação de questionário de opiniões sobre a ferramenta.

Durante a primeira fase da validação, foi aplicado um questionário que tinha como objetivo traçar o perfil dos entrevistados. O levantamento contou com 14 respostas e mostrou que a grande maioria dos participantes (92,9%) possui empreendimentos de micro e pequeno porte (entre 1 e 20 funcionários), sendo que apenas um participante continha mais de 20 funcionários.

Ao longo da pesquisa também foi possível notar que mais da metade das companhias (57,1%) possuía perfil familiar, isto é, contém ao menos um parente do dono entre o quadro de sócios ou funcionários da empresa. Este fator está de acordo com o estudo de [30] que informava que mais de 50% das empresas existentes no mundo são de perfil familiar. Além do mais, como mostra a Figura 9, também foi possível notar que nenhum dos entrevistados utiliza o LinkedIn como ferramenta de apoio ao negócio, preferindo o uso de redes sociais de foco mais amplo, como Instagram e Facebook ou até mesmo a não utilização de nenhuma rede, situação relatada por cerca de 42% dos participantes. O resto das perguntas, assim como seus respectivos resultados estão disponíveis no apêndice C deste trabalho.

Você utiliza(utilizava) alguma rede social para impulsionar seu empreendimento?
14 respostas

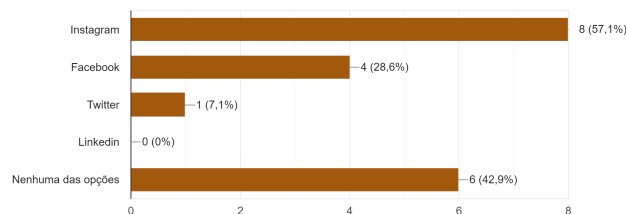


Figura 9. Gráfico sobre redes sociais utilizadas pelos entrevistados

A segunda etapa consistia na concessão do software para testagem por parte do grupo de empreendedores. Para que isso fosse possível, o aplicativo foi disponibilizado para download a partir do endereço <https://cutt.ly/mmonlmg>, podendo ser baixado através de qualquer navegador web. Junto ao sistema não foi fornecido nenhum material de apoio ou instrução

sobre como utilizar sistema, objetivando avaliar o nível de intuitividade que a aplicação fornece a cada participante. É importante mencionar que a base de dados da Bisnez foi preenchida com oportunidades reais de negócio, a fim de tornar a experiência do usuário o mais próximo possível do esperado no uso real.

Por último, foi aplicado um formulário com objetivo de captar os níveis de satisfação dos entrevistados com a ferramenta. Com base nas respostas, é possível analisar quais requisitos não funcionais são atendidos pela aplicação.

A Figura 10 apresenta o gráfico com o nível de satisfação dos entrevistados com as interfaces do aplicativo. Como é possível perceber na imagem, nenhum participante se mostrou descontente com a aparência do software, sendo que cerca de 78% dos participantes classificaram as telas como “excelente”, enquanto que aproximadamente 22% dos entrevistados categorizaram a ferramenta como “boa”.

Qual a sua opinião sobre as telas do app?

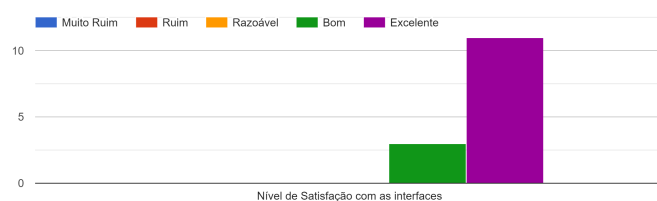


Figura 10. Gráfico sobre o nível de satisfação dos entrevistados com a interface do aplicativo

Seguindo adiante, a pesquisa mostra como mais um ponto de destaque da aplicação a facilidade de utilização. Conforme percebido na Figura 11, nenhum dos participantes da pesquisa relatou ter grandes dificuldades ao navegar entre as telas da aplicação. 85% dos entrevistados alegaram que foi fácil ou muito fácil utilizar o aplicativo, o que indica um nível satisfatório de usabilidade, permitindo que o sistema seja facilmente utilizado até mesmo por usuários com baixa experiência com redes sociais e aplicativos móveis.

Quão fácil foi para você utilizar as funcionalidades do app?

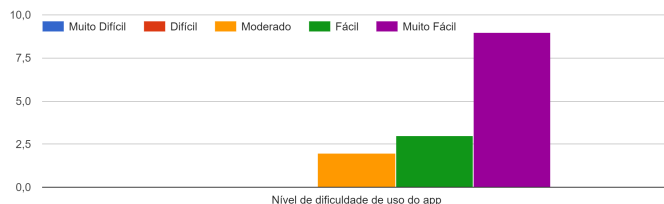


Figura 11. Gráfico sobre o nível de satisfação dos entrevistados com a usabilidade do aplicativo

O fator final analisado pelo levantamento atestava sobre a probabilidade de os usuários recomendarem a Bisnez a colegas e amigos. Conforme exibe a figura 31, todos os entrevistados

afirmaram que há a possibilidade de recomendar o aplicativo. Além disso, aproximadamente 64% das pessoas alegaram que é “extremamente provável” que indiquem a solução, enquanto que os outros 36% informaram ser “muito provável” a recomendação. Com base nesta questão, é possível calcular o Net Promoter Score (NPS) no aplicativo.

O Net Promoter Score é uma métrica criada em 2003 por Fred Reichheld que busca medir o nível de satisfação e fidelidade dos clientes com um determinado produto. O teste consiste em efetuar uma pergunta (Qual é a probabilidade de você recomendar o produto a um amigo ou colega?) e atribuir uma pontuação entre 0 e 10 sobre a mesma. Aqueles que dão uma nota maior ou igual a 9 são considerados promotores. Os que atribuem um valor entre 7 e 8 são tidos como neutros. Por fim, os clientes que atribuem um valor abaixo de 7 são considerados detratores. O NPS é calculado subtraindo o percentual de detratores da porcentagem de promotores [31].

De acordo com o estudo de [32], um NPS considerado alto no segmento de softwares se encontra a partir de 41 pontos. Ao aplicar o teste no questionário de validação da Bisnez, foi obtido o resultado de 65 pontos, fato que indica que o aplicativo consegue atender satisfatoriamente os usuários avaliados. O resto das perguntas, assim como suas respectivas respostas se encontram no apêndice C deste documento.

Por fim, foi solicitado aos entrevistados que sugerissem melhorias à Bisnez. Contudo, devido a pergunta ser opcional, obteve-se apenas 4 respostas. Destas, 3 pessoas informaram que não haviam muitas vagas e postagens nas áreas de interesses delas e um entrevistado informou que não entendeu completamente o significado da nota de IGC. Fatores que precisam ser aprimorados nas próximas versões do software.

Qual a probabilidade de você recomendar o app a colegas e amigos?

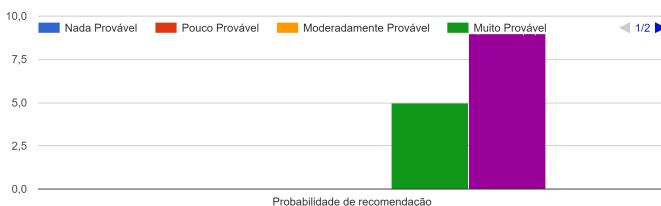


Figura 12. Gráfico sobre a probabilidade de recomendarem o app

Com base no desfecho da validação da Bisnez, é possível considerar a rede como uma ferramenta promissora no que tange o estímulo a conexão entre empreendedores. Entretanto, devido ao fato de o grupo amostral ser pequeno e o ambiente de validação ter sido conduzido de forma controlada pelo autor deste trabalho, mostram-se necessários mais testes com grupos maiores e situações diversas a fim de avaliar a efetividade do software como uma ferramenta de auxílio ao empreendedor.

VI. CONCLUSÃO

Atualmente, os empreendedores têm enfrentado diversas dificuldades na hora de transformar uma ideia em realidade.

Até o presente momento, não há muitas ferramentas disponíveis que buscam ajudar o mesmo a iniciar um negócio e mantê-lo em funcionamento.

Este trabalho apresentou a Bisnez, uma rede social que tem o objetivo de conectar empreendedores para troca de ideias e interesses em comum. Por meio da combinação de dois subsistemas (bisnez-service e bisnez-app), o usuário da rede consegue interagir com outros membros, ao mesmo tempo em que procura por mentorias e oportunidades de incentivo para o seu negócio.

Com base no resultado do teste de validação realizado, é possível afirmar que a Bisnez é uma solução promissora no que tange as redes de apoio ao empreendedor. Os índices de satisfação da rede, assim como o desempenho apresentado pela mesma e a quantidade de opções disponíveis atualmente são fatores que permitem corroborar a afirmação. Contudo, novos testes mostram-se necessários a fim de avaliar o nível de efetividade da rede como uma ferramenta de suporte ao empreendedor. Visando otimizar o software de modo a aprimorar a experiência dos usuários e o desempenho da rede, destacam-se as seguintes extensões como trabalhos futuros:

- 1) Atualmente, o *feed* da rede é exibido apenas em ordem cronológica decrescente, o que diminui em certo nível a qualidade da experiência do usuário. Sendo assim, é de grande avalia a implementação de um mecanismo que analise os gostos do usuário e gere um *feed* personalizado de acordo com o que cada um está em busca na rede;
- 2) Visto que o bisnez-app está disponível em plataformas mobile, é importante implementar uma versão web do aplicativo para funcionar em computadores e *desktops*;
- 3) Atualmente, quando um empreendedor agenda uma monitoria na seção de oportunidades, a mesma não é realizada dentro do aplicativo, o que diminui o tempo que o usuário utiliza a rede. Com base nisso, é necessário permitir que as monitorias aconteçam dentro do aplicativo por meio de videoconferência;
- 4) Alterar o bisnez-service para uma arquitetura de microsserviços, de modo a melhorar o desacoplamento de código do módulo .

A. Agradecimentos

Esse trabalho foi feito no contexto de um projeto de desenvolvimento ligado ao edital 05/2020 do Instituto Federal do Espírito Santo. Tal projeto conta com a coordenação do professor orientador deste trabalho e com uma equipe de pessoas ligadas a empreendedorismo e a desenvolvimento de software. Todas as pessoas contribuíram direta ou indiretamente para a realização deste trabalho uma vez que o projeto versa sobre a Bisnez. Desta forma, fica registrado os sinceros agradecimentos do autor deste trabalho a toda equipe Bisnez.

REFERÊNCIAS

- [1] G. Federal, “Painel mapa de empresas,” 2021. [Online]. Available: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas>

- [2] I. B. de Geografia e Estatística, “Demografia das empresas e estatísticas de empreendedorismo,” 2020. [Online]. Available: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/industria/22649-demografia-das-empresas-e-estatisticas-de-empreendedorismo.html?#t=o-que-e>
- [3] Sebrae, “Sobrevivência das empresas,” 2016. [Online]. Available: <https://datasebrae.com.br/sobrevivencia-das-empresas/>
- [4] R. D. H. Michael P. Peters, Dean A. Shepherd, 2009.
- [5] J. C. A. Dornelas, “Empreendedorismo,” pp. 25–28, 2004.
- [6] M. Bellis, “Samuel morse and the invention of the telegraph,” 2019. [Online]. Available: <https://www.thoughtco.com/communication-revolution-telegraph-1991939>
- [7] J. Schumpeter, “A teoria do desenvolvimento econômico,” 1988.
- [8] J. C. A. Dornelas, “Tipos de empreendedores,” pp. 11–16, 2007.
- [9] B. M. Jane Soares, Ana Cristina Machado, “Gestão em família,” 1997.
- [10] Q. S. Fabio Duarte, Carlos Quandt, “Vivendo redes,” pp. 149–158, 2008.
- [11] S. Portugal, “Contributos para uma discussão do conceito de rede na teoria sociológica,” 2007. [Online]. Available: <https://eg.uc.pt/bitstream/10316/11097/1.pdf>
- [12] P. d. S. F. L. C. B. Juliana Augusto Clementi, Fernanda dos Santos, “Mídias sociais e redes sociais: Conceitos e característica.” *Anais do Seminário Universidades Corporativas e Escolas de Governo*, vol. 1, no. 1, 2017.
- [13] P. Gnipper, “A evolução das redes sociais e seu impacto na sociedade,” 2018. [Online]. Available: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/a-evolucao-das-redes-sociais-e-seu-impacto-na-sociedade-parte-2-108116/>
- [14] M. Area, “Las redes sociales en internet como espacios para la formación del profesorado,” 2008. [Online]. Available: <http://www.razonypalabra.org.mx/n63/marea.html>
- [15] P. B. Maico Amorim, “Material didático em mídia digital: transposição de uma apostila do colégio dom bosco para tablet computer,” *Trabalho de Conclusão do Curso de Design Gráfico, do Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes - Universidade Federal do Paraná*, 2011.
- [16] G. Silva, “O que são apps nativos e como eles funcionam?” 2017. [Online]. Available: <https://www.certsys.com.br/insights/blog/o-que-sao-aplicativos-hibridos/>
- [17] Ilhasoft, “O que são aplicativos híbridos?” 2016. [Online]. Available: <https://www.ilhasoft.com.br/o-que-sao-apps-nativos-e-como-eles-funcionam/>
- [18] F. Teixeira, “O que são progressive web apps?” 2016. [Online]. Available: <https://brasil.uxdesign.cc/o-que-sao-progressive-web-apps-86e1b5306051>
- [19] I. B. de Geografia e Estatística, “Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua - pnad contínua,” 2018. [Online]. Available: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/condicoes-de-vida-desigualdade-e-pobreza/17270-pnad-continua.html?#t=o-que-e>
- [20] R. Eishima, “Volume de downloads do google play é três vezes maior que o da app store,” 2020. [Online]. Available: [https://canaltech.com.br/apps/volume-de-downloads-do-google-play-e-tres-vezes-maior-que-o-da-app-store-173056/:text=De20acordo20com20dados20das,2C620bilhões20\(Android\)](https://canaltech.com.br/apps/volume-de-downloads-do-google-play-e-tres-vezes-maior-que-o-da-app-store-173056/:text=De20acordo20com20dados20das,2C620bilhões20(Android))
- [21] R. M. T. Rúbia Oliveira Correa, “Redes sociais empreendedoras para obtenção de recursos e legitimação organizacional: Um estudo de caso com múltiplos empreendedores sociais,” *Revista de Administração Mackenzie*, vol. 16, no. 1, 2015.
- [22] G. M. V. V. Victor Silva Correa, “Redes sociais, perfil empreendedor e trajetórias,” *Revista de Administração FEAUSP*, vol. 49, no. 1, 2014.
- [23] L. d. O. G. Gláucia Maria Vasconcellos Vale, “Redes sociais, informação, criação e sobrevivência de empresas,” *Perspectivas em Ciência da Informação*, vol. 15, no. 3, 2010.
- [24] R. E.-C. Brasil, “Yapay pagamentos lança comunidade maker para empreendedores,” 2021. [Online]. Available: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/yapay-pagamentos-lanca-comunidade-maker-para-empreendedores/>
- [25] L. Feltn, “Biznik’s story,” 2015. [Online]. Available: <http://biznik.com/2015/07/28/bizniks-story/>
- [26] LinkedIn, “About linkedin,” 2021. [Online]. Available: <https://about.linkedin.com>
- [27] R. Fernandes, “LinkedIn premium vale a pena? veja a diferença para a versão grátis,” 2019. [Online]. Available: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/09/linkedin-premium-vale-a-pena-veja-a-diferenca-para-a-versao-gratis.ghtml>
- [28] Sebrae, “Relatório especial,” 2015. [Online]. Available: <https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/bds/bds.nsf/5986.pdf>
- [29] S. Suri, “Architect your flutter project using bloc pattern,” 2018. [Online]. Available: <https://medium.com/codechai/architecting-your-flutter-project-bd04e144a8f1>
- [30] M. M. H. I. L. Kelin E. Gersick, John A. Davis, “Generation to generation,” 1997.
- [31] B. Magalhães, “Entenda o que é nps (net promoter score) e como implementar essa metodologia na sua empresa,” 2019. [Online]. Available: <https://rockcontent.com/br/blog/nps/>
- [32] C. Gauge, “The 2018 nps cx benchmarks report,” 2018. [Online]. Available: <https://customer.gauge.com/benchmarks-report>

APÊNDICE A PESQUISA DE OPINIÃO SOBRE APOIO AO EMPREENDEADORISMO

Você já teve/ tem alguma ideia de negócio que não conseguiu levar adiante?
163 respostas

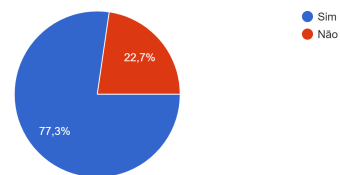


Figura 13. Percentual de pessoas com ideias que não foram adiante

Caso a resposta anterior seja “SIM”, qual foi o principal motivo?
163 respostas

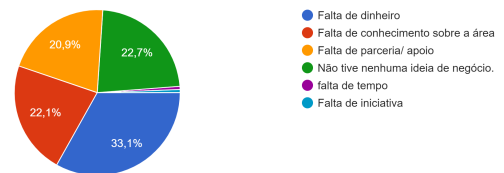


Figura 14. Motivos alegados para o insucesso das ideias de negócio

Caso precisasse de alguém para ser seu parceiro ou ajudar de alguma forma o seu negócio, em qual lugar buscaria?
163 respostas

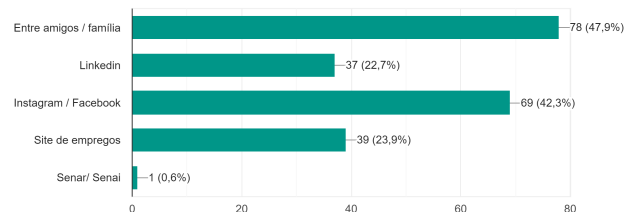


Figura 15. Lista de opções de apoio escolhidas pelos entrevistados

Com base na pergunta anterior, você se considera satisfeito(a) com as opções escolhidas?
163 respostas

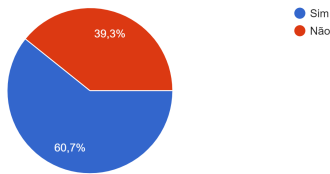


Figura 16. Grau de satisfação dos entrevistados com as opções escolhidas

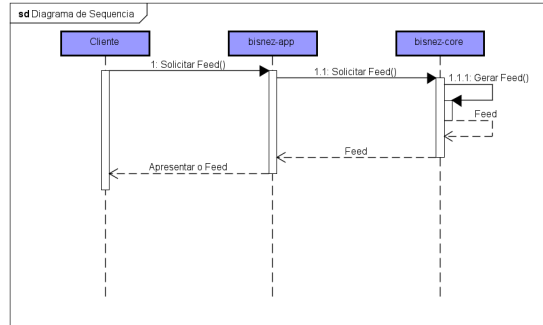


Figura 19. Diagrama de sequência do processo de gerar o feed inicial da aplicação

APÊNDICE B DOCUMENTAÇÃO DA BISNEZ

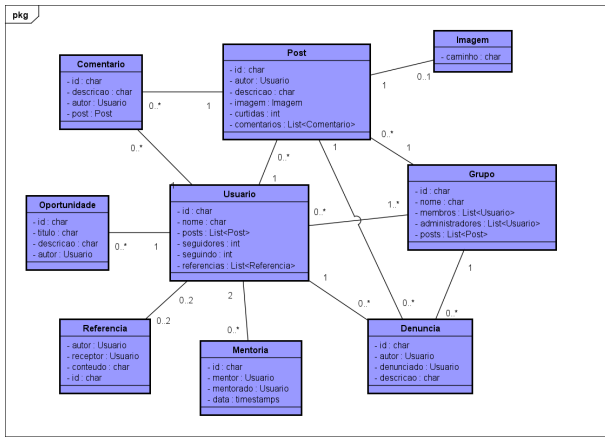


Figura 17. Diagrama de classes sobre a Bisnez

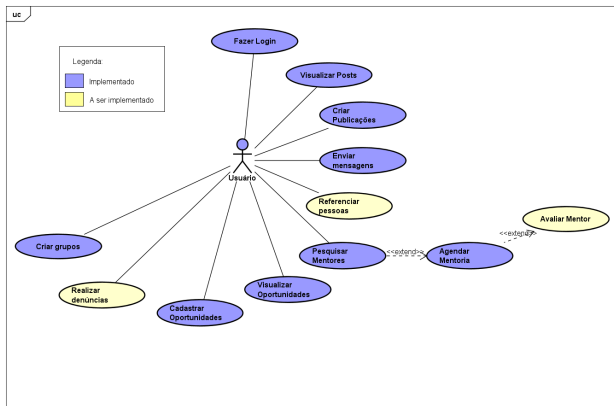


Figura 18. Diagrama de casos de uso da Bisnez

APÊNDICE C PERGUNTAS DA FASE DE AVALIAÇÃO DA BISNEZ

Seu empreendimento está ativo?
14 respostas

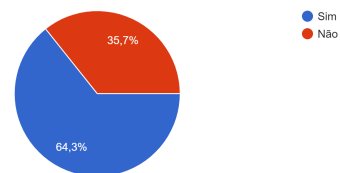


Figura 21. Número de entrevistados com empreendimento ativos

```

1 {
2   "message": "Success",
3   "content": {
4     {
5       "id": 10,
6       "description": "A vantagem de usar Lorem Ipsum é que ele tem uma distribuição",
7       "created_at": "em 3 dias",
8       "image_url": null,
9       "author_id": 1,
10      "authorName": "Jadson ",
11      "authorImage": null,
12      "wasLikedByUser": false,
13      "likes": 95,
14      "comments": 11
15    },
16    {
17      "id": 9,
18      "description": "Muitos editores agora usam Lorem Ipsum como texto-modelo padrão",
19      "created_at": "em 3 dias",
20      "image_url": null,
21      "author_id": 1,
22      "authorName": "Jonas Santos ",
23      "authorImage": null,
24      "wasLikedByUser": true,
25      "likes": 16,
26      "comments": 0
27    },
28    {
29      "id": 8,
30      "description": "A vantagem de usar Lorem Ipsum é que ele tem uma distribuição normal.",
31      "created_at": "em 3 dias",
32      "image_url": null,
33      "author_id": 1,
34      "authorName": "Marcele Silveira ",
35      "authorImage": null,
36      "wasLikedByUser": true,
37      "likes": 4,
38      "comments": 11
39    },
40    {
41      "id": 1,
42      "description": "Um leitor se distrairá com o conteúdo de texto legível.",
43      "created_at": "em 4 dias",
44      "image_url": null,
45      "author_id": 1,
46      "authorName": "Jadson ",
47      "authorImage": null,
48      "wasLikedByUser": true,
49      "likes": 2,
50      "comments": 13
51    }
52  ]
53 }

```

Figura 20. Exemplo de JSON retornado nas requisições HTTP

Qual é (era) a área de atuação do empreendimento?
14 respostas

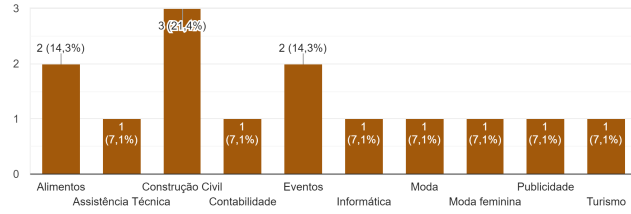


Figura 22. Área de atuação dos entrevistados

Qual a sua opinião sobre as telas do app?

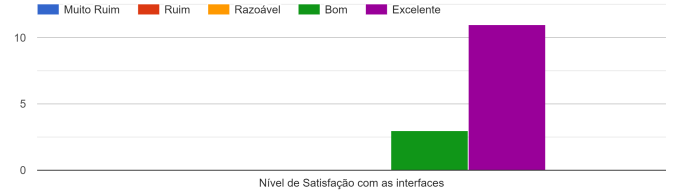


Figura 26. Nível de satisfação com as interfaces do aplicativo

Quantos funcionários existem (existiam) na empresa?
14 respostas

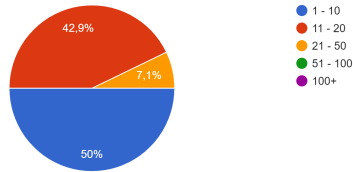


Figura 23. Porte das empresas dos entrevistados

Quão fácil foi para você utilizar as funcionalidades do app?

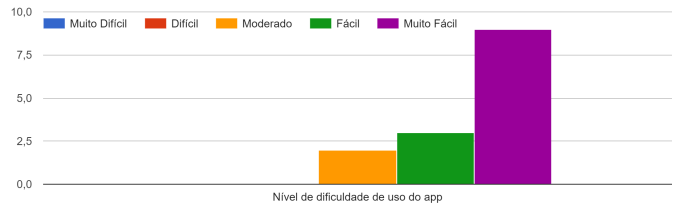


Figura 27. Nível de dificuldade apontado no uso da Bisnez

Você utiliza(utilizava) alguma rede social para impulsionar seu empreendimento?
14 respostas

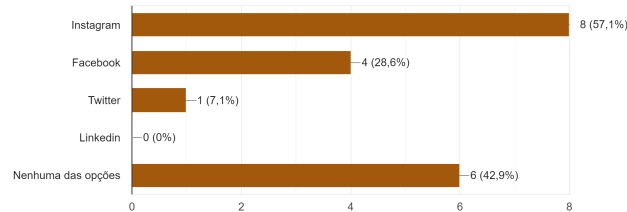


Figura 24. Quantidade de redes sociais utilizadas pelos participantes

Com que frequência o aplicativo para de funcionar ou fica indisponível?

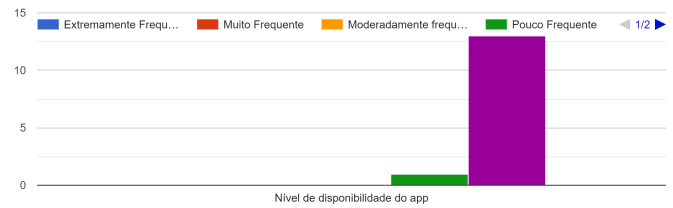


Figura 28. Índice de frequência em que o aplicativo ficava indisponível

A empresa possui algum familiar seu entre os sócios/funcionários?
14 respostas

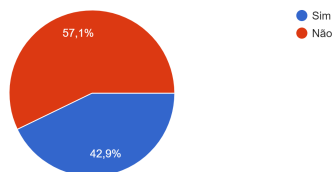


Figura 25. Número empreendimentos familiares entre os entrevistados

Quão satisfeito você está com a velocidade com que o app respondia aos seus comandos?

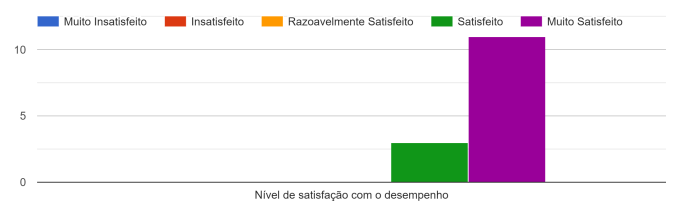


Figura 29. Nível de satisfação com o desempenho do software

De modo geral, quão satisfeito você está com o aplicativo?

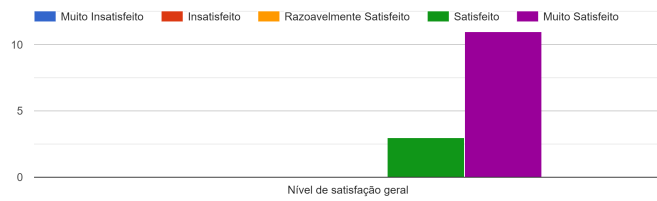


Figura 30. Nível de satisfação geral com o aplicativo

Qual a probabilidade de você recomendar o app a colegas e amigos?

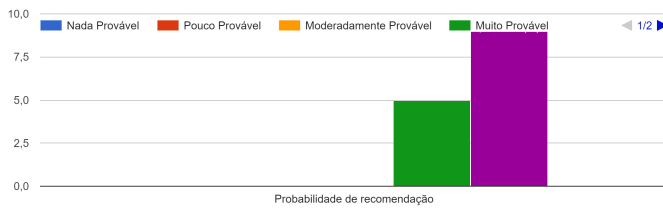


Figura 31. Probabilidade de recomendação da Bisnez a amigos e colegas