**EMPREENDEDORISMO 4.0: ESTUDO DE CASO EM UMA DROGARIA DO MUNICÍPIO DE TRÊS RIOS/RJ**

Daiana Nascimento da Cruz  
Jiullyan Alex Maximiano Nascimento  
Orientador: Prof. Esp. Rone Thales Teixeira Lima  
Co-orientadora: Prof.ª Esp. Jaqueline Conceição Leite

**Área de conhecimento:** Empreendedorismo com foco nas ações e práticas empreendedoras  
**Linha de pesquisa:** Marketing, Gestão Estratégica, Empreendedorismo e Inovação

**RESUMO**

Tendo em vista que o uso de ferramentas e softwares de gestão para controle e administração de empresas está se fazendo mais necessário a cada dia, fora desenvolvido um estudo acerca do Empreendedorismo 4.0, a fim de conceituar o tema através de um estudo de caso desempenhado numa drogaria localizada no município de Três Rios, situado na região Centro-Sul do estado do Rio de Janeiro. Para tanto, foi necessário identificar o perfil empreendedor dos sócios-proprietários da drogaria; elencar qualidades em comum dos empresários bem-sucedidos; e estimular os empreendedores a desenvolverem soft skills. Realizou-se, então, uma pesquisa a partir da revisão bibliográfica do tema abordado. Posteriormente, foi aplicado o estudo do caso mediante a uma pesquisa exploratória de natureza básica. Os dados foram coletados por intermédio de uma entrevista, acarretando em resultados qualitativos que, num segundo momento, foram analisados, interpretados e discutidos em sua plenitude. Diante disso, verificou-se que os entrevistados possuem um perfil empreendedor; que fazem uso de softwares de gestão e controle; e os mesmos buscam manter-se atualizados quanto às inovações do mercado de trabalho, o que impõe a constatação de que a empresa está no caminho certo para se manter ativa no mercado. Sugere-se que os sócios adequem alguns quesitos como o melhor uso das tecnologias à sua disposição e busquem por consultoria na área de Marketing.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo; Indústria 4.0; Revolução Industrial; Tecnologia; Inovação.

**1 INTRODUÇÃO**

O empreendedorismo é o processo decorrente da ação de empreender, que se trata de desenvolver novos negócios, inserindo produtos e/ou serviços no mercado, seja em uma empresa recém-inaugurada ou em outra já existente. Essa capacidade idealizadora e realizadora de projetos tornou-se uma força motriz, que impulsiona a economia em diferentes vertentes, principalmente em países emergentes, como o Brasil (ALVES; LUZ, 2019).

O ato de empreender é ocasionado por dois fatores: a necessidade ou a oportunidade. O empreendedorismo por necessidade, geralmente, decorre de pessoas que estão desempregadas e decidem desempenhar determinada atividade econômica, muitas vezes, de maneira informal, a fim de prover o sustento para si e sua família (BONA, 2019).

O empreendedorismo por oportunidade é proveniente de profissionais com perfil proativo, dinâmico e inovador, que identificam deficiências nas relações comerciais e, mesmo estando empregados, optam por abrir sua própria empresa, visando suprir aquela demanda carente, enquanto obtêm lucro, geram empregos e contribuem para o desenvolvimento socioeconômico da região na qual estão inseridos (SILVA; REATEGUI; OLIVEIRA, 2019). Estes, por sua vez, comumente apresentam competências relacionadas ao planejamento estratégico e à gestão empresarial.

Contudo, vale ressaltar que o empreendedorismo não é uma ciência exata. Ou seja, alguém que empreende por necessidade pode ser bem-sucedido, ao passo em que um empreendedor oportunista venha a fracassar. Obviamente, as chances de sucesso favorecem aqueles que se preparam, atualizam os seus conhecimentos constantemente e se adaptam aos desafios da jornada (BALLESTA; ROSALES; TORRES, 2020).

Esse trabalho também tratará da Indústria 4.0, definindo o seu conceito, apresentando as suas características e contextualizando-a com as práticas empreendedoras presentes no cenário brasileiro contemporâneo.

Atualmente, estamos vivendo a Era da Quarta Revolução Industrial. Ela se caracteriza pela automatização industrial, integrada a diferentes tecnologias, com enfoque no desenvolvimento de produtos e processos eficientes e autônomos, além da customização em massa (SOUZA; JUNIOR; NETO, 2017).

O seu intuito é gerar uma cadeia produtiva inteligente e interligada de ponta a ponta; unindo homens a máquinas; otimizando as interações entre os *stakeholders*; reduzindo os desperdícios; descentralizando a tomada de decisão; aumentando a produtividade; e gerando crescimento exponencial na economia global (SANTOS, 2020).

A Indústria 4.0 é composta por tecnologias como a Inteligência Artificial, a Internet das Coisas, o *Blockchain*, a Computação em Nuvem, o *Big Data*, a Robótica Avançada, o *Machine Learning*, dentre outras. Tais avanços tecnológicos transformam os ambientes de trabalho em sistemas *cyber-físicos*, extremamente ágeis, conectados, dinâmicos, eficientes e precisos (GOMES, 2018).

No entanto, todo esse progresso causará impactos disruptivos na sociedade. Segundo Stock e Seliger (2016), o grande diferencial competitivo pertencente às organizações que adotarem essas tecnologias, acarretará no fechamento daquelas que não conseguirem acompanhar tamanha evolução. Dentre os desafios dessa Revolução, também temos os altos investimentos em equipamentos sofisticados, o enquadramento de layouts, a adaptação de processos e a extinção de postos de trabalho, sobretudo, a criação de novas funções, que exigirão competências diversas.

A CNI (Confederação Nacional da Indústria) (2017) aponta que apenas 58% das empresas brasileiras sabem da importância de incrementar tecnologias digitais em suas operações. Destas, somente 20% estão habilitadas a implementar essas mudanças de imediato. Sabendo-se que, o aumento da capacidade produtiva nas micro, pequenas e médias empresas pioneiras, gira em torno de 22%, as *startups* são um caminho para a modernização dos negócios conservadores.

Devido à forte expansão do Empreendedorismo recentemente, frente aos avanços tecnológicos provenientes da Indústria 4.0, faz-se necessário o estudo mais aprofundado das suas características, assim como a aplicabilidade das novas exigências corporativas, além do levantamento de outros fenômenos mercadológicos decorrentes dessa Nova Era.

Em meio a tantas perspectivas da atualidade surgem os questionamentos: “Como empreender na Era da Quarta Revolução Industrial? ”, “O que deve ser feito para não se tornar um profissional obsoleto? ”, “Quais competências e habilidades são desenvolvidas pelos empreendedores de sucesso? ”, “Quais tecnologias serão imprescindíveis para assegurar a longevidade das empresas? ”.

O objetivo geral deste estudo é relacionar a drogaria ao conceito do Empreendedorismo 4.0. Já os objetivos específicos são: identificar o perfil empreendedor dos sócios-proprietários da drogaria; elencar os aspectos inerentes aos empresários bem-sucedidos; e estimular os empreendedores a desenvolverem soft skills.

Tendo em vista o conteúdo abordado nesse artigo, espera-se que acadêmicos, gestores, empreendedores e profissionais de diferentes áreas consigam compreender a magnitude da manufatura inteligente e, caso queiram, empreendam de forma consciente, atualizada, responsável e sustentável.

**2 REFERENCIAL TEÓRICO**

O presente capítulo reúne os conceitos que fundamentam o trabalho, apresentando o embasamento teórico necessário para o seu entendimento. Em primeiro lugar, nós trataremos sobre o Empreendedorismo, seus praticantes, suas características e relações. Posteriormente, abordaremos a Indústria 4.0, citando exemplos de tecnologias revolucionárias, os impactos causados pela sua atuação e as competências exigidas no contexto atual.

**2.1 CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO**

O empreendedorismo é uma prática que fomenta a economia e impulsiona o progresso da sociedade, através da inovação de produtos e serviços, processos e procedimentos, abrindo mercados que geram valor em diferentes instâncias e colaboram para o crescimento do país. (ALVES; LUZ; SILVA, 2019).

**2.1.1 OS EMPREENDEDORES E SEUS DESAFIOS**

Segundo Dornelas (2008), o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ele, assumindo riscos calculados. A premissa do negócio criado deve ser causar um impacto positivo, promovendo alterações prósperas e duradouras.

**2.1.2 QUEM SÃO OS INTRAEMPREENDEDORES?**

Existem também os intraempreendedores, que nada mais são do que empregados com aptidão para reconhecer, nas dificuldades da empresa em que atuam, as oportunidades de crescimento, apresentando qualidades inerentes a grandes empresários do segmento (ENDEAVOR BRASIL, 2018).

**2.1.3 AS COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS**

Mediante o estudo de diversas publicações estrangeiras relacionadas com o tema, autores renomados elencaram as principais competências empreendedoras e a frequência com que elas são praticadas. Estas, podem ser vistas na Tabela 1.

**Tabela 1 - Competências Empreendedoras**

COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

FREQUÊNCIA %

Foco/Visão/Intenção Global

22,00

Capacidade de Rede/Conhecimento

20,00

Conhecimento Técnico

13,00

Compromisso

13,00

Criatividade e Inovação

13,00

Tomada de Risco

12,00

Atitude

10,00

Aprendizagem Experiencial

10,00

Pró-atividade

10,00

Conhecimento Prático

8,00

Educação

7,00

Capacidade de Identificar Oportunidades

7,00

Autoconfiança e Autoeficácia

5,00

Persistência e Perseverança

4,00

**Fonte**: PEIRIS; AKOORIE; SINHA, 2012, p. 294.

**2.1.4 AS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS**

Dentre as características empreendedoras, podemos destacar: os recursos necessários para desenvolver produtos e serviços inovadores; o conhecimento e as habilidades que auxiliam no gerenciamento das atividades operacionais; a liberdade para realizar transformações de valor agregado, seja no âmbito da organização em que trabalha ou abrindo uma nova empresa; e o reconhecimento do público pela posição social conquistada, ao desempenhar as funções pertinentes, disponibilizar novos bens e serviços que atendem às necessidades alheias, além de gerar empregos (SILVA; REATEGUI; OLIVEIRA, 2019).

**2.1.5 O EMPREENDEDOR RELACIONADO COM A INOVAÇÃO**

Devido ao dinamismo do novo cenário econômico, torna-se unânime a decisão de que as organizações da atualidade precisam se adaptar e inovar (MIGUEZ; LEZANA, 2018). Portanto, o empreendedor precisa ser criativo, inovador, flexível, visionário e proativo, levando em consideração a influência que o ambiente institucional exerce sobre ele, legitimando posições no mercado e desempenhando atividades estratégicas (TEECE, 2016).

**2.2 INDÚSTRIA 4.0: A QUARTA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL**

A Primeira Revolução Industrial foi caracterizada pela invenção das máquinas a vapor. Já na Segunda Revolução Industrial, destacou-se o uso da energia elétrica. A Terceira Revolução Industrial foi marcada pela automação dos processos produtivos, ocasionada pelos avanços eletrônico e digital. A Quarta Revolução Industrial, que vivemos hoje, é composta pela nanotecnologia, a biotecnologia e a inteligência artificial (MCKINSEY, 2016).

O termo “Indústria 4.0” surgiu em 2011, na Feira de Hannover e vem se desenvolvendo ao longo do século XXI por decorrência de quatro fatores: a evolução da computação e da conectividade, o progresso das capacidades analíticas, a interatividade entre homens e máquinas e as inovações que possibilitaram a comunicação do meio digital com o mundo físico. (BORLIDO, 2017).

Segundo Morais e Monteiro (2016), a Indústria 4.0 está atrelada ao conceito de “Smart Factory”. Isto porque se baseia na manufatura inteligente, totalmente integrada e interativa, possibilitando conciliar o volume com a variedade, nas cadeias produtivas.

Gama (2016) afirma que nas duas primeiras Revoluções Industriais, os trabalhadores eram desvalorizados e considerados recursos “descartáveis”. O ambiente era estável, as mudanças aconteciam lentamente e o índice de inovação era baixo. O estilo de liderança era autoritário e centralizado. Não havia incentivos em prol da classe operária, muito menos preocupação com a motivação e a qualidade de vida dos funcionários. A partir da 3ª RI, as pessoas tiveram mais acesso à informação e, com isto, o cenário começou a ser revertido. Desde então, a instabilidade e a competitividade prevalecem no meio empresarial e o conhecimento tornou-se a principal fonte de poder.

**2.2.1 EXEMPLOS DE TECNOLOGIAS EMERGENTES**

De acordo com Magrani (2018), a Internet das Coisas consiste em um ecossistema de computação onipresente, formado por objetos físicos que são conectados por meio de micro sensores, com a finalidade de facilitar o dia-a-dia dos humanos através de soluções funcionais.

A Inteligência Artificial permite que as máquinas coletem dados de forma independente e tomem decisões de maneira autônoma, descentralizando esta função e acelerando o processamento de informações (ROBEYNS, 2017).

O Big-Data, para Gomes e Braga (2017) é definido como um grande sistema armazenador de dados, composto por “4 V’s”: volume, variedade, velocidade e veracidade.

**2.3 OS IMPACTOS DA 4ª REVOLUÇÃO INDUSTRIAL NA SOCIEDADE GLOBAL**

Cada Revolução Industrial anterior impactou e modificou o mundo em diferentes frentes. Com a 4ª RI não será diferente. As inovações dos processos produtivos, a diversificação na logística das operações, os novos padrões de consumo, o surgimento de diferentes modelos de negócios e o investimento em tecnologias da informação e da comunicação (TIC), provocarão fortes mudanças no mercado de trabalho, assim como nos âmbitos econômico, político e social (AMORIM, 2017).

Para Coelho (2016), a Nova Revolução trará profundas transformações, como: a substituição do operacional pelo digital, a criação de produtos inteligentes, formas de colaboração inéditas e maior exigência por conta dos clientes, pois os mesmos estão cada vez mais interessados no processo de aquisição em sua plenitude, ao invés de apenas a etapa de compra, propriamente dita.

As corporações deverão se adaptar constantemente, visando acompanhar as transições mercadológicas que, atreladas às novas tecnologias, influenciarão a liderança, a gestão e a organização dos negócios. Modelos de parcerias como o Coworking, focados na construção de uma rede de contatos, se tornarão mais comuns e permitirão a manutenção da competitividade entre os seus adeptos (SCHWAB, 2016).

O trabalho remoto, que estava sendo testado e introduzido paulatinamente no Brasil, tornou-se praticamente obrigatório, devido à pandemia do novo corona vírus. Na mesma linha de raciocínio, a interação híbrida (remota e presencial) já vem sendo adotada por inúmeras instituições. Estudos recentes apontam as suas vantagens. A principal delas é o aumento da produtividade. Ao que tudo indica, trata-se de uma mudança que veio para ficar (SILVA, 2020).

Os recrutadores estão mais exigentes quanto às habilidades e competências requisitadas pelos cargos. Diversas atividades estão sendo automatizadas. Fato que extingue certas funções enquanto forma novas profissões. A substituição de tarefas mecânicas e repetitivas, neste contexto, acarretará em processos mais céleres e melhorará a qualidade dos resultados, otimizando o desempenho da produção (BUISÁN; VALDÉS, 2017).

De acordo com a CNI (Confederação Nacional da Indústria) (2018), estima-se que 23 mil postos de trabalho deixarão de existir ao passo em que outros 260 mil serão criados. A resolução de problemas complexos e o cultivo de relações interpessoais sadias serão critérios determinantes do trabalho humano nesta Revolução Industrial. Devido ao ritmo acelerado, à escala e à profundidade com que as rupturas vêm acontecendo, as organizações terão pouco tempo hábil para se adequarem à nova realidade.

Tendo em vista as tendências do presente e buscando alertar os gestores do futuro, a Tabela 2 apresenta as atividades e profissões relacionadas à área corporativa que podem ser automatizadas, ao longo dos próximos anos, pelos avanços tecnológicos.

**TABELA 2 - PROBABILIDADE DE AUTOMAÇÃO DE FUNÇÕES GERENCIAIS**

**Atividades/Profissões**

**Probabilidade de**

**Automação (%)**

Preparadores de Impostos

99,00

Secretários e Assistentes

Administrativos

96,00

Recepcionistas

96,00

Analistas de Orçamentos

94,00

Contadores e Auditores

94,00

Secretários Executivos e

Auxiliaries Administrativos

86,00

Estimadores de Custo

57,00

Economistas

43,00

Analistas Financeiros

23,00

Atuários

21,00

Executivo-chefe

1,50

Gerentes de Vendas

1,30

Gestores de Recursos

Humanos

0,50

**Fonte**: Frey; Osborne, 2013.

**2.4 COMPETÊNCIAS DEMANDADAS PELA NOVA ERA**

Na Era da Quarta Revolução Industrial, a criatividade, a disposição para solucionar problemas complexos, a capacidade de se comunicar e se relacionar com as pessoas e a desenvoltura para trabalhar em equipe serão competências imprescindíveis para qualquer profissional (AIRES; MOREIRA; FREIRE, 2017).

Os profissionais da atualidade precisam conhecer e adquirir as competências que estão sendo demandadas pelas empresas. Para tal, as universidades têm um papel importante em desenvolver essas características em seus acadêmicos, os preparando para o mercado de trabalho (RODRIGUES, 2017).

Hoje em dia, os líderes organizacionais devem contribuir para a melhora da qualidade de vida dos seus liderados, proporcionando autonomia e interação entre a equipe; compreendendo e respeitando as peculiaridades de cada pessoa; aguçando a criatividade e a elaboração de ideias inovadoras; além de capacitar e desenvolver o time. Ao participar da tomada de decisões e enfrentar os desafios do cotidiano, o “Líder 4.0” promove o seu próprio crescimento e de todos à sua volta (GAMA, 2016).

Outra mudança evidente no seio corporativo, diz respeito ao estilo de gestão adotado pelos líderes. Na concepção de Shamim (2016), a liderança transformacional, que estimula a motivação e inspira os liderados, combinada à visão sistêmica orientada ao conhecimento é a escolha mais sábia.

Silveira (2016), alega que a gestão estratégica de pessoas vai incorporar novas ferramentas analíticas, no intuito de revelar talentos e habilidades latentes nos candidatos e inexplorados nos empregados, formando equipes de alto rendimento.

Na concepção de Souza e Gasparetto (2018), o conhecimento é um aspecto individual, porém transferível. Eles defendem que o mesmo deve ser compartilhado, a fim de criar um entendimento amplo e coletivo sobre determinado assunto. É importante que a troca de informações entre os indivíduos seja plena e contínua, viabilizando a construção de um sistema de aprendizagem efetivo, envolvendo todo o pessoal da organização.

Gama (2016) corrobora que os resultados positivos dependem da associação entre os objetivos pessoais dos colaboradores e as metas empresariais. Desta forma, enquanto os empregados desempenham as suas atividades laborais, eles também realizam os seus sonhos de vida. Essa integração melhora o desempenho de ambas as partes, intensifica o comprometimento e fortalece a lealdade da relação trabalhista.

**3 METODOLOGIA**

Para atingir os objetivos desse trabalho, partimos da revisão bibliográfica do tema abordado. Posteriormente, realizaremos um estudo de caso através de uma pesquisa exploratória de natureza básica. Os dados serão coletados por intermédio de uma entrevista, acarretando em resultados qualitativos que, num segundo momento, serão conciliados, interpretados e apresentados em sua plenitude.

“A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, [...] até meios de comunicação oral” (LAKATOS e MARCONI, 2017, p.123).

Segundo Goldenberg (2004, p.33), “O estudo de caso reúne o maior número de informações detalhadas, por meio de diferentes técnicas de pesquisa, com o objetivo de apreender a totalidade de uma situação e descrever a complexidade de um caso concreto”.

A pesquisa exploratória “tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses” (GIL, 2002, p.41).

Gerhardt e Silveira (2009, p. 34) afirmam que a pesquisa de natureza básica “Objetiva gerar conhecimentos novos, úteis para o avanço da Ciência, sem aplicação prática prevista. Envolve verdades e interesses universais”.

Na concepção de Lakatos e Marconi (2017, p.130):

A entrevista é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas, mediante conversação, obtenha informações a respeito de determinado assunto. É um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados, ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social.

“A pesquisa qualitativa preocupa-se com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais” (GERHARDT e SILVEIRA, 2009, p.32).

A entrevista será estruturada da seguinte maneira: formulação do problema; definição do caso; elaboração das perguntas; coleta de dados; análise das respostas; e apresentação do relatório.

Os respondentes da entrevista serão os sócios-proprietários de uma drogaria do município de Três Rios, pertencente à Região Centro-Sul Fluminense, situada no estado do Rio de Janeiro.

Com base no censo anual do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas) (2020), a cidade conta com pouco mais de 82.000 habitantes.

Ambos os empresários são do sexo masculino, sendo um deles farmacêutico e o outro técnico em enfermagem. Possuem 32 e 51 anos de idade, respectivamente. O primeiro atua na área há 10 anos e o segundo há 35 anos.

A drogaria é uma microempresa, com 40 anos de tradição, entretanto, está sob nova direção há pouco mais de um ano.

A cidade abriga mais de 80 estabelecimentos que atuam no mesmo ramo de atividade, decorrentes de uma forte expansão que ocorreu recentemente.

Os sócios da farmácia autorizaram a realização da pesquisa e concordaram em assinar o Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE).

**4 CATEGORIAS DE ANÁLISES**

**4.1 O PERFIL EMPREENDEDOR DOS SÓCIOS-PROPRIETÁRIOS DA DROGARIA**

Identificamos que ambos os proprietários da drogaria já tinham familiaridade e experiência com o ramo farmacêutico e desejavam empreender. Um deles seguiu os passos do seu pai, enquanto que o outro, aproveitou uma oportunidade que surgiu em sua vida.

Ambos alegaram que o maior desafio foi no início do empreendimento. Um deles enfrentou dificuldades para implementar mudanças e o outro buscou o auxílio de sua esposa para lidar com as funções contábeis.

Eles almejam o crescimento do negócio, ampliando a sua cartela de clientes, assim como a sua participação no mercado e, consequentemente, conquistando mais reconhecimento e visibilidade.

Para Dornelas (2005), o perfil de um empreendedor é baseado nas seguintes características: ser visionário, dinâmico, determinado, dedicado, apaixonado pelo que faz, organizado e líder; tomar decisões assertivas; estar preparado para aproveitar as oportunidades; assumir riscos calculados; gerar valor para a sociedade; adquirir os conhecimentos necessários; e planejar cada um dos seus passos.

Sabe-se que os sócios-proprietários da drogaria demonstram ser visionários, determinados, dedicados e apaixonados pelo que fazem. Como não tiveram tempo hábil para planejar suas ações iniciais, é recomendado que eles invistam na gestão da empresa e desenvolvam as demais características citadas pelo autor. Desta forma, estarão mais próximos de atingir o seu objetivo.

**4.2 ASPECTOS INERENTES AOS EMPRESÁRIOS BEM-SUCEDIDOS**

Os sócios têm como inspirações e referências familiares e outros profissionais que atuam no mesmo segmento.

Tanto o primeiro quanto o segundo, reconheceram que foram intraempreendedores, pois apresentavam como qualidades: a proatividade e a busca incessante por melhorias. No entanto, muitas das vezes, se viam limitados por não poderem agir conforme desejavam e, este, foi um dos fatores que os levaram a empreenderem.

Quanto às orientações e ferramentas de gestão, um deles buscou aplicar o conhecimento adquirido na sua graduação. Já o outro, se baseou nas orientações religiosa e familiar. Posteriormente, eles receberam ajuda externa de um administrador.

Apesar de terem passado por um processo de aprendizagem profissional voltado ao intraempreendedorismo, é sugerido que eles assimilem as diferenças entre esse comportamento e a sua atual condição.

Segundo Douglas & Fitzsimmons (2013), os empreendedores geralmente possuem uma carga maior de trabalho, quando comparados aos intraempreendedores. Por outro lado, os primeiros têm autonomia para definir a estratégia da empresa, o senso de realização e até o poder de contratar ou demitir colaboradores, proporcionando maiores benefícios psíquicos.

A remuneração tende a favorecer os empreendedores porque, dificilmente, os intraempreendedores recebem bonificações ou dividendos por suas atividades empreendedoras (DOUGLAS; FITZSIMMONS, 2013).

“Em relação ao risco assumido, o intraempreendedor leva vantagem, já que tem o respaldo da empresa em que atua” (SAKALAUSKAS, 2019, p. 22).

“Quando a empresa está estabelecida no mercado, o intraempreendedor possui a disposição alguns recursos intangíveis como, por exemplo, a própria legitimidade da empresa” (SAKALAUSKAS, 2019, p. 22).

**4.3 O EMPREENDEDORISMO NA ERA DA QUARTA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL**

Os sócios afirmaram que empreender é desenvolver o seu próprio negócio, em busca dos seus sonhos, implantando inovações e lidando com os riscos. A motivação está atrelada ao crescimento da empresa.

A administração desempenhada por eles se baseia no controle do fluxo de caixa, na gestão das compras, na visão holística, no planejamento e na melhoria contínua dos processos.

Os diferenciais da drogaria são: o atendimento humanizado e a prestação de serviços agregados, com foco na fidelização dos clientes.

Silva (2019) denomina o Empreendedor 4.0 como Homo Sapiens Artificial e elenca que o mesmo deve possuir as seguintes competências para se destacar no atual mercado de trabalho: inteligência emocional, resiliência, adaptabilidade, flexibilidade, criatividade, sustentabilidade, domínio de tecnologias emergentes e gestão de relações interpessoais.

Em um mercado tão dinâmico e competitivo, percebe-se que os profissionais da atualidade necessitam aprimorar as suas habilidades constantemente e que, esse novo perfil, está cada vez mais alinhado com as características empreendedoras. Ou seja, tornar-se o protagonista da sua própria carreira, criando novas relações de trabalho, renovando os conceitos econômicos e gerando riqueza para a sociedade são as diretrizes da Nova Revolução Industrial.

**4.4 TECNOLOGIAS IMPRESCINDÍVEIS NO MUNDO DOS NEGÓCIOS**

Quando questionados quanto ao tipo de tecnologias utilizadas e de que forma elas contribuem para o resultado da empresa, os respondentes foram concisos afirmando que: “As tecnologias utilizadas na drogaria atualmente são software e redes sociais. Tudo hoje em dia é feito pela internet: compras, vendas e envio de documentos. Hoje, a ferramenta que a gente usa é a internet, para ajudar no gerenciamento.”

Com o mundo cada vez mais conectado, se torna imprescindível o uso de ferramentas e softwares de gestão, bem como o uso de redes sociais e aplicativos para manter-se atualizado e em contato com o público-alvo.

Conforme Silva (2016) cita: “a implantação de SI representa a atitude de sair da zona de conforto do empirismo de registros manuscritos na empresa, para enfrentar os desafios da implantação de uma nova tecnologia, visando organização e produtividade”. Ainda, Brasil (2018, p.12) ressalta que: “Estar presente nas redes sociais significa estar visível para milhões de pessoas, e ao alcance de possíveis clientes que poderão se interessar pelo que as empresas oferecem”.

**4.5 RELAÇÃO ENTRE A DROGARIA E O EMPREENDEDORISMO 4.0**

Por meio da entrevista aplicada e a observância dos dados, nota-se que os entrevistados, de forma geral, buscam estar atualizados com o mercado: “Busco sempre estar me atualizando. A atualização é todo dia. Se você parar, você fica fora do mapa. Então é uma coisa que tem que ser constante”. É perceptível que os mesmos utilizam as ferramentas tecnológicas como contato inicial com os possíveis clientes: “Tentar alcançar um maior número de clientes fazendo um contato via internet, para num segundo momento, conversar pessoalmente, transmitindo suas ideias e expondo o que você tem a ofertar a uma determinada empresa ou pessoa. O conjunto é aliar a tecnologia ao empreendedor.”; além de utilizá-las também para negociações com fornecedores sempre que necessário: “Maior poder de negociação e melhor qualidade na compra. Quando você precisa efetuar compras de produtos, você tem à sua disposição as empresas, então você pode ver preços e calcular as diferenças de valores entre aquelas que te oferecem o mesmo serviço. Essa é uma grande vantagem que antigamente não tínhamos”.

A busca constante por atualização e o uso das ferramentas tecnológicas, tanto para o contato com os clientes, quanto com os fornecedores, demonstra que os gestores estão no caminho certo para se manterem ativos e competitivos no mercado.

Brasil (2018, p.20) ressalta que “é fundamental que as empresas entendam o significado e a importância do marketing digital, para que ações eficientes sejam planejadas capazes de instigar as pessoas e atender aos seus anseios”.

**4.6 ESTÍMULO AO DESENVOLVIMENTO DE SOFT SKILLS**

Ao serem questionados sobre as habilidades necessárias para um profissional não ser substituído por máquinas, os entrevistados afirmaram que a empatia, o contato direto e a criatividade se fazem necessários. É importante aplicar essa tratativa, sem distinções, entre o atendimento presencial e o remoto. Hoje, por conta da pandemia que estamos vivendo, grande parte dos contatos com novos clientes passaram a ser virtuais e as visitas de fornecedores se tornaram esporádicas. Já os clientes fixos continuaram presentes, uma vez que os mesmos são assíduos e preferem serem atendidos na própria loja.

Sobre o desenvolvimento das competências diante de um mercado volátil, os entrevistados enfatizaram a busca constante pela evolução: “tentando se reinventar todo dia nesse mercado de trabalho. Um dia após o outro, todo dia tem que se reinventar, buscando sempre se manter informado do que vem ocorrendo para não cair no desuso, esse é o caminho”.

O uso das ferramentas digitais com o intuito de reduzir o distanciamento entre vendedor e cliente se faz necessário, principalmente em um cenário pandêmico onde, por meses, muitas pessoas sequer saíram de suas casas. Aliar tais tecnologias à boa e velha empatia se mostra eficaz, em um mundo onde os relacionamentos interpessoais estão cada vez mais escassos.

Diante da competitividade acirrada no mercado de empresas varejistas, o relacionamento e a qualidade no atendimento são relevantes para a fidelização de clientes. As empresas devem capacitar seus colaboradores para resgatar valores essenciais que permitam atuarem com alteridade no relacionamento junto aos clientes internos e externos (MOURA; LOPES; PEREIRA, 2015).

**5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

No presente estudo, tornou-se evidente o perfil empreendedor dos sócios, sendo que o primeiro já vinha de uma família conceituada no ramo de drogarias na região, entretanto quis buscar o seu próprio reconhecimento e inserir conceitos e melhorias adquiridas durante sua formação acadêmica. O segundo tem uma experiência de mercado de muitos anos, o que contribui significativamente para o progresso da empresa. Este apoiou o seu sócio nas mudanças que eram necessárias quando tomaram a frente do negócio. Nota-se que os entrevistados buscam estar atualizados diante de um cenário em constante mudança, principalmente tecnológica.

Os mesmos já fazem uso de ferramentas de controle e gestão e também de redes sociais e aplicativos de mensagens para conectarem-se com seus clientes e fornecedores. Percebe-se que, para o sócio de idade mais avançada, isso ainda se torna um pouco desafiador, considerando que o mesmo trabalha há décadas no ramo e que passou por processos completamente diferentes dos que são feitos nos dias atuais.

Utilizar-se de ferramentas tecnológicas de gestão é de extrema necessidade para se manter atualizado e próximo ao seu público-alvo. Ainda mais em meio a uma pandemia. Tornou-se quase uma regra o uso desses novos recursos, já que as pessoas estão cada vez com menos tempo e mais necessidades a serem saciadas.

Conforme citado anteriormente, a empresa já faz uso da maioria das tecnologias disponíveis hoje, entretanto, observou-se que a prioridade ainda é o atendimento pessoal e físico.

Com a pandemia, muitas pessoas ficaram em isolamento social por meses, saindo apenas em casos de extrema necessidade. Devido a isso, o sistema de delivery cresceu exponencialmente, de forma que os mais variados estabelecimentos adotaram esta modalidade de serviço.

Sugere-se aos entrevistados que invistam na área de marketing digital da empresa, com publicações frequentes em suas páginas profissionais em redes sociais. Além disso, anunciar e vender em marketplaces, podendo utilizar um aplicativo próprio ou alguma plataforma já existente no mercado.

**REFERÊNCIAS**

AIRES, R. W. A.; MOREIRA, F. K.; FREIRE, P S. Indústria 4.0: competências requeridas aos profissionais da quarta revolução industrial. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE CONHECIMENTO E INOVAÇÃO, 7. 2017, Foz do Iguaçu. Anais [...]. Foz do Iguaçu: CIKI, 2017.

ALVES, R.A., LUZ, M.V., SILVA, A.S.L.; Empreendedorismo 4.0: Conceitos e Definições. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas V.5, Nº1, p.119-136, Jan/Abr. 2019. Artigo recebido em 10/03/2020. Última versão recebida em 02/03/2020. Aprovado em 18/04/2019.

AMORIM, J. E. B. de. A “Indústria 4.0” e a sustentabilidade do modelo de financiamento do Regime Geral da Segurança Social. Cadernos de Dereito Actual, Santiago de Compostela, v. 5, p.243-254, 2017. Disponível em: <http://www.cadernosdedereitoactual.es/ojs/index.php/cadernos/article/view/132/93>

BONA, André. Empreender por oportunidade ou necessidade. Porto Alegre, 1 jul. 2019. Disponível em: <https://andrebona.com.br/empreender-por-oportunidade-ou-necessidade/>. Acesso em: 28 jul. 2021.

BORLIDO, D. J. A. Indústria 4.0: Aplicação a Sistemas de Manutenção. 2017.77 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia Mecânica, Universidade do Porto, Porto, 2017. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10216/102740>.

BRASIL, Andréa Vieira. A importância das redes sociais para micro e pequenas empresas. Orientadora: Danielle de Souza Saad. 2018. 51 f. TCC (Graduação) – Curso de Administração, Faculdade Antonio Meneghetti – AMF, Restinga Sêca, 2018. Disponível em: <http://repositorio.faculdadeam.edu.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/300/TCC\_ADM\_ANDR%c3%89A\_VIEIRA\_BRASIL\_AMF\_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 14/11/2021

BUISÁN, M.; VALDÉS, F. La Industria Conectada 4.0. Revista de Economia Ice: La Economía Digital en España, [s.l], v. 1, n. 898, p.89-100, out. 2017. Disponível em: <http://www.revistasice.com/es-ES/ICE/PublishingImages/Paginas/Ultimas-Revistas/ICE898.pdf>.

CAMACHO BALLESTA, José Antonio; HOZ ROSALES, Bladimir José de la; TORRES, Ignacio Tamayo. Empreendedorismo e desenvolvimento humano: uma análise internacional. RBGN Revista Brasileira de Gestão de Negócios, [S.l.], v. 22, n. 4, p. 781-798, nov. 2020. ISSN 1983-0807. Disponível em: <https://rbgn.fecap.br/RBGN/article/view/4081>. Acesso em: 28 jun. 2021. doi:https://doi.org/10.7819/rbgn.v22i4.4081.

COELHO, P. M. N. Rumo à Indústria 4.0. 2016. 65 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia e Gestão Industrial, Departamento de Engenharia Mecânica, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2016. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10316/36992>.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA (Brasil). Profissionais que dominarem competências da Indústria 4.0 vão ter mais chances no mercado. 2018. Disponível em: <https://noticias.portaldaindustria.com.br/entrevistas/rafael-lucchesi/profissionais-que-dominarem-competencias-da-industria-40-vao-ter-mais-chances-no-mercado/>.

DE ARAÚJO SILVA, Mariana Augusta. HOMO SAPIENS ARTIFICIAL: O PROFISSIONAL DA QUARTA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL.

DORNELAS, José. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. José Dornelas– 6. ed. – São Paulo: Empreende/Atlas, 2016. Disponível em: https://fazendoacontecer.org.br/wp-content/uploads/2016/05/degustacao-emp6aed.pdf. Acessado em: 29 de junho de 2021.

DOUGLAS, E. J., FITZSIMMONS, J. R. (2013). Intrapreneurial intentions versus entrepreneurial intentions: Distinct constructs with different antecedents. Small Business Economics, 41(1), 115–132.

ENDEAVOR BRASIL. O que é Empreendedorismo: da inspiração à prática. 2018. Disponível em: <https://endeavor.org.br/sem-categoria/o-que-e-empreendedorismo-da-inspiracao-a pratica/?gclid=Cj0KCQiAnNXiBRCoARIsAJe\_1cpF4mLEute6T7QPQa1lMlL3uDcrzDHFk6jBzIiWvXpxC74o8oUdTJUaAg5UEALw\_wcB>.

FREY, C. B.; OSBORNE, M. The future of employment. University of Oxford, 2013. Available at: <https://tinyurl.com/ybqlotoo>

GAMA, M. X. B. et al. A Liderança na Era da Informação e do Conhecimento nas empresas. Research, Society and Development, v. 3, n. 1, p. 02-18, nov. 2016.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. Métodos de Pesquisa. 1. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOLDENBERG, Mirian. A arte de pesquisar: Como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

GOMES, Gerlane Pereira; DOS SANTOS, Wesley Pereira; CAMPOS, Paola Souto. INDÚSTRIA 4.0: UM NOVO CONCEITO DE GERENCIAMENTO NAS INDÚSTRIAS. Revista Científica Semana Acadêmica. Fortaleza, ano MMXVIII, n. 000140, 2018.

GOMES, E.; BRAGA, F. Inteligência Competitiva em tempos de Big Data: Analisando Informações e Identificando Tendências em Tempo Real. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017. Disponível em:<http://reports.weforum.org/future-of-jobs-2016/>.

IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estimativas da população residente com data de referência 1º de julho de 2020. Disponível em: https://ibge.gov.br/cidades-e-estados/rj/tres-rios.html. Acesso em: 29 mar. 2021.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de Metodologia Científica. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MAGRANI, E. A internet das coisas. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2018.

MCKINSEY. Industry 4.0 at McKinsey’s model factories: get ready for the disruptive wave. [S. l.:s. n.], 2016.

MIGUEZ, V. B; LEZANA, Á. G. R. Empreendedorismo e inovação: a evolução dos fatores que influenciam o empreendedorismo corporativo. Navus: Revista de Gestão e Tecnologia, v. 8, n. 2, p. 112-132, 2018.

MORAIS, R. R. de; MONTEIRO, R. A indústria 4.0 e o impacto na área de operações: Um ensaio. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GESTÃO DE PROJETOS, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE, 5. 2016, São Paulo. Anais [...]. São Paulo, 2016.

MOURA, Renan Gomes de; LOPES, Paloma de Lavor; PEREIRA, Francisco Carlos. O relacionamento interpessoal entre vendedores e clientes utilizado como ferramenta estratégica para fidelizar clientes. In: simpósio de excelência em gestão e tecnologia, 12. 2015, Resende. Anais [...]. Resende: AEDB, 2015. Tema: Gestão de Pessoas, p. 1-13. DOI 28822364. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/28822364.pdf. Acesso em: 14 nov. 2021.

PEIRIS, I. K.; AKOORIE, M. M.; SINHA, P. International entrepreneurship: a critical analysis of studies in the past two decades and future directions for research. Journal of International Entrepreneurship, New York, v. 10, n.4, p. 279-324, 2012. Disponível em: <http://link.springer.com/article/10.1007/s10843-012-0096-3#>.

ROBEYNS, I. (2017). Wellbeing, freedom and social justice: The capability approach re-examined. Cambridge: Open Book Publishers.

RODRIGUES, G. Formação no Instituto Politécnico de Tomar: Alinhamento de competências para responder aos desafios da Indústria 4.0. Superavit: revista de gestão e ideias, Tomar, v. 2, n. 2, p.65-75, out. 2017. Disponível em:<http://www.superavit.ipt.pt/index.php/superavit/article/view/23/6>.

SAKALAUSKAS, Eduardo de Carvalho. Importância do comportamento intraempreendedor no sucesso do projeto: um estudo com gerentes de projeto em uma indústria automotiva. 2019. Tese de Doutorado.

SANTOS, Matheus Agapito dos. A influência do serviço 4.0 nas empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC).

SCHWAB, K. A quarta revolução industrial. São Paulo, Edipro, 2016.

SHAMIM, S. et al. Management approaches for Industry 4.0: A human resource management perspective. In: Evolutionary Computation (CEC), Congress online IEEE, 2016.p.5309-5316. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7748365/>.

SILVA, Gabriela Elaine Silva. A relevância da implantação de sistemas nas micro e pequenas empresas para a gestão e a tomada de decisões. Curso de especialização em Gestão de pequenas e médias empresas. Santana do Livramento: Unipampa, 2016. Disponível em: <https://dspace.unipampa.edu.br/bitstream/riu/1864/1/Gabriela%20Elaine%20Silva%20Silva%202016.pdf>. Acesso em 14/11/2021

SILVA, M. A. A.; REATEGUI, B. A.; OLIVEIRA, C. B. Z. Características empreendedoras do discente do curso de Engenharia de Produção na Indústria 4.0. Revista Gestão em Análise, [S.l.], v. 8, n. 1, p. 150-163, abr. 2019. ISSN 2359-618X. Disponível em: <<https://periodicos.unichristus.edu.br/gestao/article/view/2046>>.

SILVA, T. L. Desenvolvimento de competência de líderes gestores frente a indústria 4.0. 2020. 40 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2021.

SILVEIRA, C.B.; LOPES, G.C. O que é Indústria 4.0 e como ela vai impactar o mundo. 2016. Disponível em:<https://www.citisystems.com.br/industria4-0/>.

SOUZA, E. S., & GASPARETTO, V. (2018). Características e impactos da indústria 4.0: percepção de estudantes de ciências contábeis. Anais. XXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS. Curitiba - Paraná. Recuperado de: <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4570/4571>.

SOUZA, P. H. M. de; JUNIOR, S. J. C.; NETO, G. G. D. Indústria 4.0: Contribuições para setor produtivo moderno. Joinville: Enegep, 2017. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/TN\_WIC\_238\_384\_34537.pdf> Acesso em 29 junho 2019.

STOCK, Tim; SELIGER, Günther. Opportunities of sustainable manufacturing in industry 4.0. Procedia Cirp, v. 40, p. 536-541, 2016.

TEECE, D. J. Dynamic capabilities and entrepreneurial management in large organizations: Toward a theory of the (entrepreneurial) firm. European Economic Review, v. 86, p. 202-216, 2016.

**ANEXO 1**

**ENTREVISTA NA ÍNTEGRA**

1. **De onde surgiu a vontade de administrar o seu próprio negócio?**

R1: Surgiu da vontade de seguir os passos de meu pai e tornar a empresa uma empresa mais próspera.

R2: Essa vontade surgiu a. Tinha bastante tempo já, mas não tinha a oportunidade ainda de iniciar meu próprio negócio. Então surgiu uma oportunidade e a partir de 2020 logo no início da pandemia quando surgiu uma oportunidade maior de eu ter meu próprio negócio então eu entrei com a cara e a coragem entendeu e com o passar do tempo a gente ainda vai concluir dois anos ainda da minha empresa, mas a gente está aí na luta eu e meu sócio aí gente dando mata um leão por dia, mas a gente está caminhando então foi assim surgiu a oportunidade e eu agarrei mesmo no meio com um pé atrás, mas eu sabia que a coisa ia evoluir porque já era um ramo conhecido. Então quando você inicia alguma coisa você tem que primeiro conhecer para você poder e como é que eu vou falar, arriscar. Então é isso aí, você tem que conhecer o ramo que você quer e arriscar e não entrar em ramo desconhecido. Se você gosta de A você quer B então aí a coisa fica meio a meio duvidosa, ok?!

1. **Qual foi o seu maior desafio, desde que assumiu a drogaria, e como o senhor lidou com ele?**

R1: No início foi aplicar as mudanças que eu vinha aprendendo durante o curso sendo que nessa época meu sócio era meu pai e ele não tinha uma mente aberta para as mudanças.

R2: O nosso maior desafio é o começo, o comércio e saber como aquilo vai funcionar. E graças a Deus eu tive uma pessoa do meu lado que me deu uma mão e eu acho que isso de repente é genética, porque é até a minha esposa que ela assumiu essa parte de contabilidade essas coisas sim. E a gente foi no dia a dia e aquela, coisa você tem que pensar no futuro, mas também você pensar em um dia de cada vez, não é? E assim que a coisa vai.

1. **Qual é o seu propósito profissional?**

R1: Meu maior propósito é ter uma empresa reconhecida no mercado de trabalho.

R2: Meu propósito profissional é que a empresa cada dia mais venha a crescer um pouco mais e meu almejo é esse: vê-la crescer e deslanchar um pouco mais e ser reconhecido, essa é a minha meta, ter mais clientes entendeu. Essa é a minha meta é agregar mais clientes à um crescimento melhor.

1. **Quais são as suas inspirações e as suas referências?**

R1: As minhas inspirações são meus familiares que são bem-sucedidos no ramo de farmácias.

R2: minhas inspirações para ser um empreendedor surgiram quando eu estava no ramo e tive a percepção que tinha capacidade no futuro para sair das sombras dos outros e tentar levantar o meu próprio voo.

1. **O senhor já foi um intraempreendedor? Se sim, como identificou essas características e como elas ajudaram-lhe a se tornar um empreendedor?**

R1: Sim, eu aprendi que fazer além do necessário é muito importante, você ser proativo, isso faz com que você se torne um empreendedor no futuro.

R2: Sim, porque a empresa que eu trabalhei eu havia sempre uma situação em que eu tinha que agir para tentar fazer alguma coisa, mas ao mesmo tempo eu não podia ir muito além. Você fazia o comentário e você tinha aquela visão de que aquela coisa teria que acontecer. Entendeu, alguma melhora na empresa ou alguma coisa assim, mas como eu não era o dono da situação. Foi que aconteceu comigo, a gente ficava muito tempo assim retido porque você vê o que tem que ser feito e não pode agir.

1. **No processo de abertura do empreendimento, quais foram as orientações e as ferramentas que o senhor buscou para te auxiliar?**

R1: Eu busquei aplicar o conhecimento que eu tive no meu curso em prática na empresa.

R2: Primeiro auxílio na minha vida é você se apegar à sua religião se apegar a Deus pedir lhe uma direção e a segunda pessoa na minha vida foi a minha esposa que ela é uma pessoa que sempre pensa positivo vai, que vai dar certo. Isso é, quando a gente está dentro do ramo que a gente conhece. É uma ferramenta que eu peguei de fora sou uma pessoa até realmente no curso de administração que me deu uma mão e orientou me deu uma direção para mim seguir.

1. **Na sua concepção, o que é empreender?**

R1: Na minha concepção empreender a capacidade de realizar seus sonhos com inovação e correndo riscos.

R2: Para mim empreender é você conseguir dar seguimento ao seu próprio negócio, ver que a cada dia que se passa, a cada mês se passa ele cresceu um pouquinho. Isso é o que te dá força para você continuar empreendendo e se isso não acontecer aí você para na metade do caminho.

1. **Como o senhor administra o seu empreendimento?**

R1: Faço o controle de caixa e busco melhores preços nas compras de mercadorias.

R2: Toda manhã eu chego eu passo aquela revista rapidamente no meu negócio. Tento visualizar o que eu tenho que fazer o que eu tenho que te dar uma atenção maior e tentar aquele dia a dia ali e acertando onde um dia antes nós erramos e dar seguimento, não parar. É aquela coisa tentar: Melhorar no dia a dia.

1. **Em meio à concorrência existente, quais são os diferenciais da sua empresa?**

R1: O diferencial da empresa é atender o cliente da melhor forma possível.

R2: Na minha empresa eu tento oferecer um serviço diferenciado das outras empresas. É assim que a gente vai conquistando os clientes. Você oferece alguma coisa a mais que as outras empresas não têm, não oferecem.

1. **Quais tecnologias são utilizadas na drogaria atualmente?**

R1: As tecnologias são utilizadas na drogaria atualmente software e redes sociais.

R2: Olha a tecnologia que é atualizada e usada atualmente na minha empresa é a internet e tudo hoje em dia pela internet então compra pedido e envio de documentos. Hoje a ferramenta que a gente usa é a internet, para ajudar no gerenciamento.

1. **De que maneira as tecnologias utilizadas auxiliam na gestão e na tomada de decisões da empresa?**

R1: Auxiliam no melhor controle de venda, melhor controle de compras e comunicação com o cliente.

R2: Então aqui eu uso um programa de gerenciamento, que faz o controle de estoque, e junto com o nosso olhar do dia a dia possibilita para não deixarmos faltar os produtos para os clientes.

1. **Com o avanço da tecnologia, quais transformações ocorrerão no mercado farmacêutico, num futuro próximo?**

R1: Eu acredito que as transformações serão conseguir alcançar e atingir o maior número de pessoas através da escalabilidade.

R2: Eu creio que a transformação será o cliente comprar diretamente do laboratório ou direto das distribuidoras, sem sair de casa e ia a farmácia. Mas isso é uma coisa longo do prazo porque existe o medicamento imediato, quando você está sentindo uma dor e você quer sanar aquilo na hora. Você não vai esperar comprar e aguardar para receber dois a três dias depois.

1. **O senhor se considera um empreendedor atualizado e preparado para os desafios da atual conjuntura?**

R1: Não me considero mais busco sempre estar me atualizando.

R2: Essa forma de atualização a gente tem que se atualizar todo dia. Não adianta você hoje você falar que você está atualizado, o mundo está em desenvolvimento.

Então se eu falar hoje eu estou preparado e amanhã eu tenho que se atualizar de novo. Então a atualização é todo dia se você parar você fica fora do mapa. Então é uma coisa que tem que ser constante.

Não adianta eu falar hoje eu sou atualizado com o nosso mundo em desenvolvimento. Então essa coisa é o mundo em movimento. Se atualizar.

1. **Quais práticas do seu dia-a-dia se relacionam ao Empreendedorismo 4.0?**

R1: Tentar alcançar um maior número de clientes.

R2: Você pode fazer um contato um relacionamento até via internet, para um segundo passo que é o contato real, uma conversa pessoalmente, transmitindo suas metas e expondo o que você tem a ofertar à uma determinada empresa ou pessoa, é o conjunto, aliar a tecnologia ao empreendedor.

1. **O senhor poderia citar algumas vantagens que podem ser obtidas ao empregar as tecnologias da Quarta Revolução Industrial no seu negócio?**

R1: As vantagens seriam melhor qualidade de negociação e melhor qualidade na compra e possibilidade de atingir mais clientes.

R2: Sim hoje em dia a facilidade está na compra online, diretamente do distribuidor. Quando você precisa de efetuar compras de produtos, você tem ali à sua disposição as empresas, então você pode ver preço e calcular as diferenças de valores entre as empresas que te oferecem o mesmo serviço. Então essa é uma grande vantagem que antigamente não tinha. Você faria o pedido numa folha passaria pelo telefone sem você ter muito contato sem visualizar outras empresas que não seria um. Um serviço bem desgastante que antigamente funcionava assim, quando você comprava a outra empresa tinha um preço melhor. Hoje em dia com a internet e com as empresas te oferecendo esse serviço fica mais fácil. Então esse relacionamento sim o comprador com o fornecedor através da compra online ficou muito bom, ficou ótimo. Então você não perde muito tempo, você sabe se tem ou não tem um determinado produto, você não fica no escuro.

1. **Na sua opinião, quais habilidades os profissionais devem apresentar para não serem substituídos por máquinas?**

R1: Empatia com o cliente.

R2: Ora para não serem substituídos por máquinas entra a criatividade e aquele contato olho no olho. Para mim tem que ser o contato direto, esse é o melhor.

1. **Como a sua empresa se relaciona com os seus fornecedores e com os seus clientes?**

R1: Procuramos ter mais empatia com os nossos fornecedores e com os nossos clientes.

R2: Como tinha dito, nossos fornecedores são contatados por via digital mesmo e de vez em quando eles nos fazem uma visita físca. Então a gente tem contato direto onde a gente conversa fala do dia a dia e a maior parte agora é de forma remota, efetuando as compras online. São poucos que aparecem, ainda mais com o aparecimento dessa pandemia. Antigamente antes da pandemia o contato era melhor, diretamente, pouco pelo contato online. Então é assim. Esse é o contato que a gente faz uma parte física ainda e a outra parte digital, principalmente nas compras.

O nosso relacionamento aqui com nossos clientes vem do conhecimento antigo, um relacionamento quase que familiar, a maioria já nos conhece a bastante tempo e compra conosco sempre e com um bom atendimento que é o nosso diferencial. O contato via internet eu considero um contato mais frio, já aquele que chega até a farmácia para nos procurar, nós recebemos muito bem então fica aquela coisa, se você é tratado bem, você retorna. Então você está sempre sendo lembrado pelo seu atendimento e o atendimento é tudo no comércio hoje em dia né. Se você escorregar um pouquinho você está fora.

1. **Como o senhor desenvolve as suas competências em meio a um mercado tão volátil?**

R1: Tentando se reinventar todo dia nesse mercado de trabalho. Um dia após o outro todo dia tem que se reinventar.

R2: No dia a dia a gente tem que estar sempre se atualizando. Buscando sempre se manter informado do que vem ocorrendo para não cair no desuso, esse é o caminho.