



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

**BRUNO LOPES SANTOS**

**O EMPREENDEDORISMO E O IL SORDO GELATO: A HISTÓRIA DE UM  
EMPREENDEDOR COM DEFICIÊNCIA AUDITIVA**

**SÃO CRISTÓVÃO, SE**

**2023**

**BRUNO LOPES SANTOS**

**O EMPREENDEDORISMO E O IL SORDO GELATO: A HISTÓRIA DE UM  
EMPREENDEDOR COM DEFICIÊNCIA AUDITIVA**

Trabalho de Conclusão de Curso I (TCC) apresentado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração, em cumprimento às Normas regulamentadas pela Resolução nº 69/2012/CONEPE.

Orientadora: Professora Dra.  
Gracyanne Freire de Araujo

**SÃO CRISTÓVÃO, SE**

**2023**

**BRUNO LOPES SANTOS**

**O EMPREENDEDORISMO E O IL SORDO GELATO: A HISTÓRIA DE UM  
EMPREENDEDOR COM DEFICIÊNCIA AUDITIVA**

Trabalho de Conclusão de Curso I (TCC) apresentado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração, em cumprimento às Normas regulamentadas pela Resolução nº 69/2012/CONEPE.

Orientadora: Professora Dra.  
Gracyanne Freire de Araújo

**Trabalho defendido e aprovado em 20 de outubro de 2023.**

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Gracyanne Freire de Araujo (Orientadora)  
Universidade Federal de Sergipe**

---

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ludmilla Meyer Montenegro (Membro interno)  
Universidade Federal de Sergipe**

---

**Prof. Dr. Marcos Antônio de Souza Barbosa (Membro externo)  
Universidade Federal de Sergipe**

## AGRADECIMENTOS

Achamos que este dia nunca alcançaria ou chegaria. Rezamos diariamente para que chegasse logo, marcamos os dias no calendário, contamos horas, minutos e segundos e agora, sinto que tenha chegado, porque significa deixar amigos que me inspiraram e professores que foram meus guias, pessoas que marcaram minha vida e as dos meus colegas de forma decisiva e para sempre. Eu vivo em dois universos. Um é o universo dos livros. Fui residente da cidade Kattegat, conheci a famosa revista Scarlet, matei o rei do norte, lutei ao lado de Napoleão, tomei café com Lorelai, olhei roupas de modas com Alex Claremont-Diaz, aprendi o romance com Nicolas Sparks, naveguei com capitão Jack, fui a floresta com Curupira, peguei um trem triste com Anna Karenina e passei com Emily em Paris. É um mundo gratificante, mas o meu segundo é muito superior. O segundo universo tem personagens protagonistas, mas sobretudo verdadeiros, feitos de carne e osso, cheios de amor e que são minha principal inspiração para tudo. A primeira protagonista que vou falar é aquela que me inspiro todos os dias, que sempre estar ao meu lado, dando aqueles melhores conselhos, que faz melhores biscoitos e é a mulher mais incrível do mundo que se chama Givalda Monteiro Damacena. Ela é a minha mãe, minha avó e a minha melhor amiga. É amável, superprotetora, generosa e doce. Tenho orgulho de ser seu filho e neto. Sempre foi tudo para mim. Meu apoio, meu colo, meu rumo. Foi aquela luz na escuridão, aquele sorriso quando corriam lágrimas dos meus olhos, aquela voz da razão quando me desviei do caminho. Não sei o que seria a minha vida, da minha mãe e da minha irmã sem a senhora. Incansável em seu esforço para me dar exemplos que vão de Norma Bates a Monica Geller a Gloria Delgado. Ao me guiar nesses incríveis 26 anos, não sei se ela chegou a perceber que a pessoa que eu mais queria ser era ela. A segunda protagonista que vou falar é aquela sempre dar bom dia todos os dias, que adora rir em todos os momentos, que corre atrás até conseguir, me dar broncas para meu bem, que vive fofocando comigo e que fica no portão me esperando chegar. Sei que passamos por tantas coisas, lutamos cada dia e sou muito grato por tudo. Ela se chama Antônia Monteiro Lopes. É uma grande mulher batalhadora, deslumbrante e de garra. Essas duas foi que aprendi o que é o amor, aprendi a dar valor às coisas, aprendi a ser responsável, aprendi o que é verdade e aprendi tudo o que sei hoje. Me sinto protegido, feliz e sortudo por ter vocês na minha

vida. A terceira protagonista é aquela que brigamos às vezes, que te vi nascer, que cuidei a vida toda, que ama conversar, que está se tornando uma grande mulher e é uma garota mais inteligente que já vi na vida. Ela se chama Emily Gabrielly Lopes Moura. Minha irmã, minha confidente, minha cúmplice e minha dupla. Você é sangue do meu sangue, minha caçulinha e um pedaço de mim. Essas três mulheres foram principais protagonistas do meu segundo mundo. Quero agradecer por tudo a minha prima, irmã e amiga que é Iasmin dos Santos Lopes. Foi ela com quem crescemos juntos, que batalhamos em momentos bons e ruins e que ajudamos um ao outro. Fomos uma DUPLA. Lembro que sempre falamos que iremos crescer juntos, nos formar, ter emprego e está se tornando real. Quero agradecer também a Tia Flávia, Tio Amauri, Maria Eduarda e Tia Vilma por deixar ter uma parte das suas casas para eu poder morar. Após morar com vocês, aprendi muitas coisas com seus conselhos, de ter grande coração para receber alguém e de tantas coisas boas que posso dizer. Aos meus amigos como Yuri Carvalho, Micael Geraldo, Leonardo Ferreira, Igor Vinicius, Islayne Santana, Bruna Matos, João Victor, João Victor Matos, Valesca Oliveira e Helen Natalia, obrigado por tudo de primeiro período até último período. Vocês são os melhores. Ter uma orientadora como a professora e Dra. Gracyanne foi uma honra que a vida nos ofertou. Foram meses de tantas orientações, tantas conversas, tantas reuniões presenciais e virtuais para concluirmos o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Todas foram feitas com muita alegria, apesar dos puxões de orelha, cobranças de prazos e revisões. Por tudo isso, queremos agradecer-lá pela paciência, apoio, dedicação e incentivo em nos conduzir até aqui. Temos certeza de que fomos orientados pela melhor. Também agradeço a toda a família, amigos e professores. A vida nos mostrou que devemos ser sempre gratos. Gratos pelas bênçãos que recebemos e a tudo que recebemos do mundo e, principalmente, gratos pelas pessoas que cruzam a nossa vida e que nela se espalham, trazendo ensinamentos pessoais e profissionais. Só GRATIDÃO.

***Dedico esta conquista à minha avó,  
minha mãe e minha irmã***

## RESUMO

O presente estudo tem como objetivo compreender como o empreendedorismo influenciou a criação da empresa IL Sordo Gelato. O empreendimento é uma gelateria fundada por Breno Nunes de Oliveira, um empreendedor com deficiência auditiva. Este trabalho se baseou na literatura acadêmica sobre empreendedorismo e inclusão, respaldado em uma pesquisa qualitativa e exploratória que utilizou de entrevista semiestruturada com o empreendedor, e o material coletado foi analisado por meio da análise de conteúdo. Os resultados destacam o papel do empreendedorismo como um meio de inclusão e emancipação social, especialmente para pessoas com deficiência. A trajetória de Breno ilustra como as adversidades podem ser transformadas em oportunidades, e como a diversidade pode ser uma força motriz para a inovação e o sucesso empresarial. O estudo conclui enfatizando a importância da inclusão e da promoção da diversidade no mundo dos negócios por meio do empreendedorismo e sugere a necessidade de mais pesquisas e políticas públicas de apoio ao empreendedorismo para pessoas com deficiência.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Deficiência Auditiva, Il Sordo Gelato, Diversidade, Inclusão Social.

## ABSTRACT

The study aims to understand how entrepreneurship influenced the creation of IL Sordo Gelato, an ice cream parlor founded by Breno Nunes de Oliveira, an entrepreneur with hearing impairment. This study is based on academic literature on entrepreneurship and inclusion, supported by qualitative and exploratory research that utilized a semi-structured interview with the entrepreneur, with the material analyzed through content analysis. The results highlight the role of entrepreneurship as a means of social inclusion and empowerment, especially for people with disabilities. Breno's journey illustrates how adversities can be transformed into opportunities and how diversity can be a driving force for innovation and business success. The study concludes by emphasizing the importance of inclusion and promoting diversity in the business world through entrepreneurship and suggests the need for more research and public policies to support entrepreneurship for people with disabilities.

**Keywords:** Entrepreneurship, Hearing Impairment, Il Sordo Gelato, Diversity, Social Inclusion.

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
1.1 Problema da pesquisa.....	12
1.2 Objetivos.....	13
1.2.1 Objetivo geral.....	13
1.2.2 Objetivos específicos.....	13
1.3 Justificativa.....	13
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	15
2.1 Empreendedorismo e a motivação para empreender.....	15
2.2 A Deficiência Auditiva no Brasil.....	21
2.3 Trabalho e Deficiência Auditiva.....	23
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	26
3.1 Abordagem Metodológica.....	26
3.2 Técnica de Coleta de Dados.....	27
3.3 Estratégia de análise.....	28
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	30
5 CONCLUSÃO.....	34
6 REFERÊNCIAS.....	37
7 APÊNDICES.....	42

## 1 INTRODUÇÃO

A palavra empreendedor origina-se da expressão francesa “entrepreneur” que significa “aquele que está entre ou intermediário” (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014). Foi usada pelo economista francês Jean-Baptiste Say com o intuito de nomear o indivíduo que transfere recursos econômicos de um setor de baixa produtividade para um setor de produtividade mais alta. No momento atual, o empreendedor é considerado por muitos como aquele que abre um negócio novo e próprio, entretanto, Drucker (2016) afirma que nem todos os indivíduos que abrem pequenos negócios são empreendedores ou estão realizando um empreendimento.

Dessa forma, o empreendedor busca a transformação, a mudança e a exploração de oportunidade e, é capaz de somar valor dos produtos e serviços, estando continuamente ligado ao gerenciamento do capital. Drucker (2016) identifica os empreendedores como aqueles que buscam as oportunidades e as mudanças de acordo com a escolha dos consumidores, já que para o autor, eles possuem a qualidade da inovação, sendo capazes não somente de identificar oportunidades que permitam transformações de produtos ou serviços, mas de perceber mudanças no fluxo mercadológico com o intuito de estarem prontos para ocorrências futuras, ou seja, a inovação é a ferramenta essencial desses empreendedores.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2020) resume esses principais conceitos e confirma o empreendedorismo como o processo de criar algo recente com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, responsabilizando os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e obtendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. Sendo assim, o diferencial do empreendedor é aquele que consegue unir prazer e trabalho, obtendo realização pessoal e profissional.

Segundo Sarkar (2010), o empreendedorismo está ligado à inovação e a outras características como forte vontade de sucesso, capacidade para trabalhar arduamente, criatividade, de criar uma equipe de sucesso e pensamento próprio. Essa última engloba inteligência ou desejo de enriquecer.

Para se promover no mercado cada vez mais concorrido, é fundamental apresentar o perfil do empreendedor que apresente um diferencial, que promova a mudança, a sustentabilidade e o desenvolvimento econômico. Esse novo profissional deve ter a capacidade de inovar constantemente, trazendo ideias, que modernizem a

maneira de administrar as decisões que trarão o sucesso para a organização (GOOSEN, 2009).

Alguns teóricos pesquisam quatro ciclos transitórios do desenvolvimento dos indivíduos que apresentam deficiências: “A época da negligência, até o século XVII; a época da institucionalização, séculos XVIII e XIX; A época da educação, século XX; e a época da inclusão, a partir da década de 70 do século XX” (MENDES, 1995; SASSAKI, 1997; MAZZOTA, 2001).

Pelos termos dos autores citados observa-se que o deficiente, em princípio, era excluído, tanto na sua situação enquanto pessoa com uma determinada limitação; quanto no seu direito de viver como indivíduo e que, só depois de muitos séculos, inicia-se uma reparação desse olhar indiferente para uma compreensão do acontecimento, e a possível alteração do pensamento e dos comportamentos sociais com relação aos deficientes.

Desta forma, quando dizemos em deficiência, de acordo com o Míni Aurélio (2004, p. 289) estamos pronunciando de “falta, carência e insuficiência de alguma coisa”. Consequentemente, deficiência seria o fato de não possuir qualquer coisa ou algo. Em se tratando de deficiência auditiva, por exemplo, pode-se dizer que seria uma determinada limitação do corpo, como não poder ouvir e falar.

Para Gagliardi e Barrella (1986) a deficiência auditiva é um tipo de isolamento de percepção, cujo indício comum é uma reação incomum diante do estímulo sonoro. A surdez é vista assim, definido pela perda, maior ou menor, da compreensão normal dos sons, existindo vários tipos de deficiência auditiva, em geral consideradas de acordo com o grau de perda da audição. Esta perda é observada pela intensidade do som, medida em decibéis (dB), em cada um dos ouvidos (MARCHESI, 1996).

O empreendedorismo é visto hoje como um grande fenômeno global, dada a sua força, potência e crescimento, nas relações internacionais e formação profissional. O Brasil é apontado como um dos países que mais se desenvolvem empreendedores. A partir de 2019, o país está cada vez mais empreendedor, segundo a pesquisa realizada pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019) que tem como atividade principal sobre a criação de novos empreendedores em todo o mundo, informa que atingiu 23,3% de taxa de empreendedorismo inicial do ano 2019, considerada a maior marca até agora de 2002 a 2019.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022), existem 18,6 milhões de pessoas com deficiência. É importante entender o número

de indivíduos que apontam necessidades especiais para cooperar com a conscientização ou compreensão das necessidades dessas pessoas com deficiência, com isso, diminuir as barreiras que existem (IBGE, 2022).

Estudos feitos no Instituto Locomotiva e a semana de Acessibilidade surda Agência Brasil (AGBR, 2019), revela a presença, no Brasil, de 10,7 milhões de pessoas com deficiência auditiva e comprovam que a surdez é uma das deficiências que mais cresce e com a maior dominação na população brasileira, seja por surdez obtida quando se busque em qualquer fase da vida ou surdez congênita, quando já tenham nascido com essa situação (GANDRA, 2019).

Percebe-se que, para todo empreendedor, os desafios para se inserir no mercado são enormes e está cada vez mais competitivo. É muito comum falar, estudar e praticar o empreendedorismo quando não se tem nenhuma limitação física que dificulte a sua inserção nele. Conseqüentemente, ao analisar a atitude determinada e empreendedora do Empresário e Gestor do estabelecimento II Sordo Gelato, que é deficiente auditivo desde que nasceu e fundou a primeira gelateria com colaboradores surdos na capital de Aracaju – SE, surgiu a vontade de pesquisar a fundo a sua iniciativa de empreender e inserir colaboradores surdos em sua empresa, a fim de identificar seus desafios profissionais e pessoais.

Deste modo, as primeiras dificuldades do surdo começam na infância, com a comunicação e compreensão da família, depois a dificuldade de encontrar uma escola inclusiva, que tenha profissionais fluentes em LIBRAS, profissionais da saúde e a inclusão social e relacionamento com as pessoas ao seu redor. Assim, é preciso muita atenção e cuidado, pois se a criança surda não tiver tudo isso como suporte, torna-se um adulto reprimido e isolado, porque se sente incompreendido por todos ao seu redor, e isso o impede de desenvolver habilidades que todo ser humano precisa.

## **1.1 Problema da pesquisa**

Com base em informações sobre o espaço do empreendedorismo para pessoas com deficiência no Brasil e, nos dias atuais, a sua importância em frente aos grandes empreendimentos, pode-se observar os desafios enfrentados pelo indivíduo Pessoa Com Deficiência (PCD) no mercado de trabalho e na vida acadêmica.

Desta forma, almejou-se com este estudo refletir sobre o seguinte questionamento: Como o empreendedorismo influenciou a criação da empresa II

Sordo Gelato?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo geral**

A partir da reflexão que gerou o problema desta pesquisa, elaborou-se o seguinte objetivo geral: compreender como o empreendedorismo influenciou a criação da empresa IL Sordo Gelato.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Identificar o tipo de empreendedorismo (necessidade x oportunidade) criado para o empreendimento estudado;
- Apontar as características empreendedoras do proprietário do IL Sordo Gelato;
- Descrever o processo empreendedor para a criação do empreendimento estudado.

## **1.3 Justificativa**

A justificativa para este estudo reside, primeiramente, na possibilidade de contribuir com o entendimento acerca do empreendedorismo como emancipação e inclusão social em relação ao estabelecimento IL Sordo Gelato. É importante compreender como uma empresa inclusiva contempla as diferenças individuais, sem perder de vista o valor da diversidade humana ao promover mudanças físicas e administrativas que possam garantir aos funcionários com deficiência a possibilidade de exercerem sua função com qualidade e autonomia.

A relevância deste estudo reside na notoriedade de conhecer a história do empreendedor com deficiência auditiva. Além de desvelar que todas as pessoas com deficiência possuem capacidade de empreender. Para isso, busca-se explorar melhor alguns aspectos, tais como, o conceito de empreendedorismo, compreender o que é deficiência auditiva, como identificá-las os tipos de deficiência auditiva e caracterizar os desafios das pessoas com deficiência. Assim, esta pesquisa tem o intuito de contribuir positivamente tanto para a academia com novos estudos sobre pessoas com deficiência e empreendedorismo, como para a prática, ou seja, ajudar pessoas com deficiência auditiva que pretendem empreender futuramente. Por esse motivo

recomenda-se que a língua de sinais seja cada vez mais divulgada.

Por fim, ressalta-se que este estudo tem como contribuição mostrar que os deficientes têm capacidade de empreender, de trabalhar em qualquer área e conquistar seus espaços em diferentes áreas profissionais.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo destina-se a apresentar as perspectivas teóricas que fundamentam este estudo. Para facilitar a compreensão do assunto esta seção foi dividida em três partes: a primeira traz os conceitos sobre empreendedorismo e a motivação para empreender; a segunda versa sobre a deficiência auditiva no Brasil; e a terceira trata sobre o trabalho e deficiência auditiva.

### 2.1 Empreendedorismo e a motivação para empreender

Richard Cantillon (1680-1734) é um dos responsáveis pela criação do termo empreendedor, é um dos primeiros a diferenciar empreendedor do capitalista, sendo o primeiro, aquele que assume riscos, e o segundo aquele que fornece o capital. No Brasil, o empreendedorismo começou a ganhar força na década de 90, quando várias empresas tiveram que se modernizar para poder competir Silva *et al.* (2013).

Segundo Sanches (2018, p. 18), o empreendedorismo é um termo que possui um conceito importante ou/e poderoso, pode ser compreendido “como uma arte de fazer alguma coisa surgir ou acontecer, ser criativo e realizar algo novo, sonhar e transformar ideias em realidade”. Pode ser considerado uma explosão por conta de seu grande crescimento e sua grande força na formação profissional e nas relações internacionais.

Conforme consta no Sebrae (2007, p.15 *apud* CUSTÓDIO, 2011, p. 38),

Empreendedorismo é o método de gerar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

Para Custódio (2011), empreendedorismo é a formação de valor das organizações e indivíduos, com o objetivo de se juntarem para gerar uma ideia por meio da criatividade, capacidade e a vontade de transformar. De acordo com Drucker (2016), empreender é ver a transformação, além de buscá-la sempre e fazer dela uma grande oportunidade.

Franco *et al.* (2016) afirmam que, na verdade, o empreendedor consegue fazer as coisas acontecerem por ser dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar e aproveitar oportunidades, nem sempre claras e definidas.

Assim, no Quadro 1 são apresentadas algumas definições de empreendedorismo.

**Quadro 1 – Resumo sobre as definições de empreendedorismo**

Autor/Ano	Conceito
Kirzner (1973, <i>apud</i> DORNELAS, 2005, p. 39)	O empreendedor é que cria um equilíbrio, que procura uma posição positiva e clara em meio a um espaço de caos e turbulência, ou seja, aquele que identifica oportunidades.
Schumpeter (1949 <i>apud</i> DORNELAS, 2005 p. 39)	Empreendedor é aquele que acaba a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.
Dolabela (1999)	O conceito dos economistas, que referiram o empreendedor à inovação, e os comportamentalistas, que ressaltam aspectos como a criatividade e a intuição.
Filion (1999, p. 21).	O empreendedorismo foi mostrado pelos economistas, em um primeiro instante, como um elemento útil à compreensão do desenvolvimento. Entretanto, os comportamentalistas tentaram compreender o empreendedor como pessoa.
Hirsch e Peters (2004, p. 2)	O empreendedorismo é o método dinâmico de criar mais riqueza. A riqueza é criada por sociedade, que responsabilizam os principais riscos, em termos de patrimônio, comprometimento e tempo com a carreira.
Dornelas (2005, p. 39).	Empreendedorismo engloba as pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades.
Lohn (2010, p. 27).	O empreendedorismo trata de uma área muito significativa na administração, área responsável por criar e inovar, seja com ideias, produtos, serviços. Atualmente, constitui uma das ferramentas mais trabalhadas no mercado, o ato de criar projetos e inovar.
Chiavenato (2012, p. 17).	Empreendedor é a pessoa que começa e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo risco, buscando diferencial e responsabilidade e inovando continuamente.

Baggio e Baggio (2014, p. 24).	O empreendedorismo consiste-se num conjunto de práticas capazes de provar a geração de riqueza e uma ótima <i>performance</i> àquelas pessoas que o apoiam e o praticam.
Figueira e Carvalho (2015, p. 8).	A atividade empreendedora é considerada um dos principais fatores de mudanças econômicas, sociais e tecnológicas no mundo, e vem crescendo cada vez mais nos últimos anos. O empreendedorismo é um acontecimento e/ou fenômeno que pode ocorrer em qualquer ambiente (pública ou privada) ou instituição.
Costa e Furtado (2016, p. 28).	O empreendedorismo é essencial para o bom funcionamento e desempenho da economia como um todo; o empreendedor de grande sucesso gera emprego, renda, movimentando o processo de mercado.
Picanço e Periotto (2017, p. 7).	Empreendedorismo é a organização para identificar ou buscar problemas e oportunidades e investir recursos e competências na criação de um negócio, projeto ou movimento que seja capaz de alavancar mudanças e gerar um grande impacto positivo.
Sanches <i>et al.</i> (2018, p. 5).	Empreendedorismo pode ser considerado como o estudo relacionado aos empreendedores e seu comportamento.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Conforme os autores apontados no Quadro 1, o empreendedorismo traz a busca da criação ou desenvolvimento de um novo negócio, motivando nas pessoas o desejo de serem diferentes, inovadoras, geradoras de emprego e que movimentam a economia do país.

De acordo com Ferrão (2013), o empreendedorismo constitui-se como uma oportunidade, é uma visão estratégica para criar novas e opções. Não se limita a apenas criar um negócio, mas é também transformar um conjunto de ideias em oportunidades. Pode-se responsabilizar o empreendedorismo pelo desenvolvimento econômico dos países, tanto desenvolvidos quanto subdesenvolvidos.

Ainda segundo a autora, projetos empreendedores aumentam a competitividade no cenário dos negócios, exigindo cada vez mais de seus participantes, a fim de seguir os padrões globalizados. A base do empreendedorismo pode-se dizer que é a criatividade e inovação, marcada cada vez mais pela competitividade e desenvolvimento tecnológico.

Baggio e Baggio (2015) apontam que os economistas veem o empreendedor como essencial ao processo de desenvolvimento econômico, uma vez que não é suficiente que conhecimentos sejam acumulados sem se sejam

devidamente aplicados. Os empreendedores não causam mudanças, mas aproveitam tais mudanças para explorar novas possibilidades. É um conjunto de práticas capazes de garantir uma melhor *performance* àquelas cidades que as apoiam e participam. Os autores ainda afirmam que o empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer ocorrer com criatividade e motivação, ter prazer em realizar qualquer projeto pessoal ou organizacional, desafiando os riscos existentes. É atribuir uma posição proativa diante de questões que precisam ser resolvidas, é a destruição de velhos conceitos que não têm mais a capacidade de surpreender. O empreendedor é aquele que vê o mundo com os olhos da mudança, traz novos conceitos, novas atitudes e propósitos, sendo um inovador. É aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio que gera capital.

Existem algumas formas diferentes de empreendedorismo que são discutidas e estudadas, como por exemplo o empreendedorismo social: voltado a produzir bens e serviços à comunidade, procura resolver problemas sociais. O empreendedorismo empresarial: visa procurar um equilíbrio entre acumulação e riqueza, tem como objetivo principal o lucro, mas também procura agir com responsabilidade social (FERRÃO, 2013)

De acordo com Silva *et al.* (2013), a motivação de cada tipo de empreendedor é diferente, como exemplo: o empreendedor corporativo trabalha nas organizações e transforma ideias em realidade dentro das empresas; o empreendedor social preocupa-se com a humanidade e o bem-estar das pessoas, quer dar oportunidade para aquele que mais precisa; o empreendedor por necessidade cria seu negócio por falta de alternativa, é aquele que não tem acesso ao mercado de trabalho ou que foi demitido, este normalmente envolve-se em negócios informais e visa algum retorno financeiro; o empreendedor herdeiro é aquele que assume os negócios dos pais.

O empreendedorismo é visto hoje como um grande fenômeno global, dada a sua força, potência e crescimento, nas relações internacionais e formação profissional. O Brasil é apontado como um dos países em que mais se desenvolvem empreendedores. A partir de 2019, o país está cada vez mais empreendedor, segundo a pesquisa realizada pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019) – que tem como atividade principal sobre a criação de novos empreendedores em todo o mundo –, informa que atingiu 23,3% de taxa de empreendedorismo inicial do ano 2019, considerada a maior marca até agora de 2002 a 2019.

A pesquisa realizada pelo GEM (2019), divulgou os resultados do Brasil, os quais mostraram que em 2019 (tabela 1) 70,8% dos empreendedores iniciais recomendaram mais do que uma motivação para a abertura do negócio. Ao analisar cada uma das motivações, mostrou-se que uma parte dos empreendedores nascentes estavam envolvidos em novos negócios para dar continuidade a uma tradição familiar. A segunda motivação seria a ambição de construir uma grande riqueza ou obter uma renda muito alta. Na terceira motivação, a metade desses empreendedores iniciais também apontaram que fazer diferença no mundo, ou seja, contribuir para um mundo melhor, foi um dos motivos que os levaram a empreender. E, portanto, a quarta motivação tem 88,4% dos empreendedores iniciais e garantiram que a escassez de emprego constituiu uma das razões para desenvolver a iniciativa empreendedora com a qual estavam envolvidos.

**Tabela 1 – Percentual dos empreendedores iniciais segundo as motivações para começar um novo negócio no Brasil – 2019**

<b>Motivações</b>	<b>Nascentes</b>	<b>Novos</b>	<b>Iniciais</b>
Mais de uma motivação	79,8	66,0	70,8
Apenas uma motivação	20,2	34,0	29,2
<b>Motivações</b>	<b>Nascentes</b>	<b>Novos</b>	<b>Iniciais</b>
Para continuar uma tradição familiar	30,4	25,2	26,6
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	45,6	32,4	36,9
Para fazer diferença no mundo	65,3	44,7	51,4
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	88,7	88,4	88,4

Fonte: GEM Brasil (2019).

Independentemente dos tipos de empreendedorismo, é certo dizer que a sociedade precisa desses indivíduos capazes de criar e aproveitar oportunidades, melhorar processos e inventar negócios, a fim de conseguir aproveitar os benefícios provenientes do mercado livre capitalista. Dentro desta lógica, os empreendedores são vistos como indivíduos que impulsionam a máquina capitalista, ao prover novos bens de consumo, possuem também o compromisso de identificar oportunidades e convertê-las em valores. O empreendedorismo é essencial para o desenvolvimento econômico (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011).

Para Sanches (2018), é essencial o papel do empreendedor para as pessoas, ou seja, o empreendedorismo afasta barreiras culturais, comerciais, globaliza e atualiza conceitos econômicos, além de criar novos empregos, quebrando paradigmas e gerando uma renda para a sociedade. Porém, a falta de emprego é uma das opções pelas quais diversas pessoas tiveram o desejo de empreender negócios.

E com isso, os indivíduos são motivados a empreenderem por conta de dois motivos: empreender por necessidade ou por oportunidade. Segundo Reynolds; Bygrave; Autio (2002, p.20 *apud* SANCHES, 2018, s.p)

A maioria do público que se envolve com o empreendedorismo por necessidade é por não terem outro tipo de trabalho e, conseqüentemente tem a necessidade de estarem economicamente ativas. Já as pessoas interessadas pela oportunidade, são capazes de identificar um negócio dentre aqueles que lhe foi apresentado.

Os empreendedores por necessidade, em geral são aquelas pessoas que não possuem trabalho, e para que consiga manter-se economicamente ativa na sociedade, se aventuram em abrir um negócio próprio, e que na maioria das vezes é sem nenhum planejamento. De acordo com a pesquisa feita pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019), empreender por necessidade era a maioria no país e tenderia a ser maior em países que são subdesenvolvidos.

Para Lyrio (2008, p. 26):

O empreendedor deve avaliar a oportunidade que tem em mãos, para evitar desperdiçar tempo e recursos em uma ideia que talvez não agregue tanto valor ao negócio nascente ou já criado.

Segundo Drucker (2016, p.45), “é a mudança o que sempre proporciona a oportunidade para o novo e o diferente”. As pessoas que têm interesse de empreender por oportunidade identificam no mercado a necessidade de algo inovador, de algo diferente ou na melhoria de algo já existente.

Pode-se então considerar empreendedores aquelas pessoas que estão atentas às oportunidades, mesmo que a motivação seja por necessidade, ou seja, o aspecto fundamental do empreendedorismo é a identificação de oportunidades (SANCHES, 2018).

O empreendimento é definido pelas qualidades pessoais e incentivos do indivíduo empreendedor. As situações que os empreendedores mostram que ao desenvolverem e administrarem um novo negócio são ímpares na complexidade e

nas constantes mudanças. Os empreendedores, conseqüentemente, devem ser aptos de demonstrar diversas habilidades em diferentes áreas (KOZUBIKOVA, 2015).

Existem algumas características importantes que os empreendedores devem possuir: iniciativa para criar ou inovar, paixão pelo que faz, capacidade de utilizar os recursos disponíveis de forma criativa, disponibilidade para assumir os riscos e a possibilidade de falhar, persistência e ambição (SILVA, 2013).

Para Bonetto (2017, p. 3) essas características são: encontrar oportunidades e tomar a iniciativa, correr riscos calculados, cobrar qualidade e eficiência, ser persistente, ser comprometido, procurar informações, estabelecer metas, ter planejamento estratégico e monitoramento sistemático, ter persuasão e rede de contatos, ser independente e autoconfiante.

Segundo Hashimoto (2009, p. 4), as 4 principais características são: superação é como ter capacidade de ir além, criatividade como pensar algo novo, valor como competência de gerar algum benefício para alguém e risco é aquele que tem capacidade de aceitar o fato de que as coisas não podem sair como planejado.

Baron e Shane (2005) acreditam que o empreendedorismo deve ser visto como um processo que se cresce ao longo do tempo e acrescentam: “esse processo é afetado por diversos fatores, alguns relacionados aos indivíduos, alguns às suas relações com outras pessoas (sócios, clientes, investidores) e outro o indivíduo como um todo”. Hisrich e Peters (1998) resumem o processo empreendedor em quatro fases: 1. identificar e avaliar a oportunidade; 2. desenvolver o plano de negócios; 3. determinar e captar os recursos necessários; e 4. gerenciar a empresa criada.

## **2.2 A Deficiência Auditiva no Brasil**

Segundo Fortes (2015) o conceito da deficiência auditiva refere-se à perda da habilidade de ouvir, que pode ser provocada por qualquer alteração que fuja da normalidade no processo de audição, seja qual for a causa, tipo e intensidade. No momento, são necessários o conhecimento e a compreensão sobre as características da deficiência para atender às necessidades especiais constatadas.

Segundo Novaes (2014) quanto ao período de aquisição, a surdez pode ser dividida em dois grupos: 1) congênitas, quando a pessoa já nasce surda. Nesse caso a surdez é pré-lingual, ou seja, aconteceu antes da aquisição da linguagem;

2) adquiridas, quando a pessoa perde a audição no decorrer da sua vida, caso este no qual a surdez poderá ser pré ou pós-lingual, dependendo do seu acontecimento ter se dado antes ou depois da aquisição da linguagem.

O grau de intensidade da perda auditiva é, provavelmente, à proporção que tem maior influência no progresso da fase infantil, não somente nas habilidades linguísticas, mas também nas cognitivas, sociais e educacionais (Marchesi, 1996). Segundo Ciccone (1990), a carência da função auditiva provoca uma alteração na organização neurológica do indivíduo, podendo estimular um impedimento no fluxo de mensagens e, portanto, a comunicação, como um todo, estará então sentindo uma interferência.

A definição da deficiência auditiva, conforme consta nos principais manuais/artigos de pesquisas, é diversificada. Com conhecimento na classificação do Bureau Internacional d'Audiophonologie-BIAP e da Portaria Interministerial N°. 186, de 10/03/78 (MEC/SEESP, 1995), entende-se "surdos" e "surdos parcialmente" as pessoas que mostram, nesta ordem, surdez severa ou profunda e surdez leve ou moderada.

Contudo, sabe-se que, conforme Cambiaghi (2007), a conquista da cidadania plena pelas pessoas com deficiências ainda está longe de ser alcançada, pois sabe-se que a inclusão é um tema que engloba uma amplitude de questões e trata, acima de tudo, de uma mudança de olhar.

Conforme revelado no estudo feito pelo Instituto Locomotiva e a Semana da Acessibilidade Surda (ARGBR, 2019), no Brasil existem 10,7 milhões de pessoas com deficiência auditiva. Desse número total, 2,3 milhões têm deficiência severa. A surdez atinge mais pessoas do sexo masculino do que do sexo feminino, numa proporção de 54% a 46%. A dominação é na faixa de 60 anos de idade ou mais (57%). Sendo que 9% do público com deficiência auditiva nasceu com essa condição e 91% adquiriram ao longo da vida, sendo que metade foi antes dos 50 anos. Entre os que apresentaram deficiência auditiva severa, 15% já nasceram surdos. Do total pesquisado, 87% não usam aparelhos auditivos.

Segundo a pesquisa, a deficiência auditiva é que mais se agrava com o passar dos anos. E como o Brasil está se tornando um país idoso, hoje já existem 59 milhões de brasileiros com mais de 50 anos com deficiência auditiva e, em 2050, haverá mais de 98 milhões de brasileiros acima de 50 anos com essa deficiência.

## 2.3 Trabalho e Deficiência Auditiva

Na última década, o Brasil e o mundo vêm sofrendo mudanças culturais, sociais e econômicas de forma muito acelerada e intensa. No que tange à inclusão dos portadores de deficiência no mercado de trabalho, essas mudanças trouxeram algumas conquistas para tal fração da população, visto que a legislação brasileira avançou no sentido de legislar sobre o acesso das pessoas com deficiências (PCDs) no mercado de trabalho criando algumas leis importantes.

Segundo o censo IBGE de 2019, 6,2% da população do país têm algum tipo de deficiência. Apenas 441 mil das pessoas com deficiência estão empregadas. Ou seja, menos de 1% do total de empregos formais do Brasil são ocupados por pessoa com deficiência. Observa-se que a taxa de inclusão de pessoa com deficiência no mercado de trabalho tem apresentado crescimento constante ao longo dos últimos anos. Porém, ainda é pouco em relação ao total de empregos no Brasil (IBGE, 2019)

O mercado de trabalho para pessoas surdas é um ambiente totalmente desafiador. Ainda que a Lei de cotas para pessoas com deficiências (PCDs), oficialmente chamada de Lei de Cotas (art. 93 da Lei nº 8.213/91), aponte que empresas com cem ou mais empregados devam preencher uma parte dos seus cargos com pessoas com deficiência, constata-se que muitas dessas vagas não são preenchidas. Além disso, quando preenchidas, muitas vezes não colocam as pessoas com deficiência auditiva porque consideram que a comunicação com esses profissionais é muito complicada. Portanto, ainda existem grandes preconceitos e capacitismo nas empresas. Dados divulgados pela Agência Brasil (AGBR, 2019) indicam que entre as pessoas com deficiência auditiva com ocupação (e mais de 18 anos), 37% trabalham por conta própria, possivelmente porque tenham desistido de buscar emprego.

No Quadro 2 são apresentados os principais desafios dos surdos para entrarem no mercado de trabalho.

## Quadro 2 – Desafios dos surdos no mercado de Trabalho

INDICADORES	DESAFIOS
Falta de informação	O desafio começa pela educação. A grande falta de acessibilidade nas escolas dificulta a formação dos deficientes auditivos. Resultado: apenas 7% têm ensino superior completo, 15% frequentaram até o ensino médio, 46% até o fundamental e 32% não possuem grau de instrução. Os dados são do Instituto Locomotiva e a Semana da Acessibilidade Surda (AGBR, 2019).
Dificuldade de comunicação no processo seletivo	Como existem pouquíssimos tradutores para Libras nas empresas e nas consultorias de recrutamento, as entrevistas de emprego muitas vezes impossibilitam a comunicação entre candidatos com surdez e recrutadores sem conhecimento de língua de sinais.
Capacitismo	O grande desafio das pessoas surdas que enfrentam no mercado de trabalho é o capacitismo. Maioria acreditam equivocadamente que os surdos são incapazes de realizar atividades profissionais simplesmente por terem essa deficiência que é considerado como segunda opção.
Falta de tecnologias Assistivas	A comunicação em ambiente profissional pode ser um grande desafio para pessoas surdas porque as empresas, em geral, não têm tecnologias assistivas que possam incluir pessoas com esse tipo de deficiência e também não tem muito conhecimento.  Hoje em dia, existem dispositivos e aplicativos que podem fazer o papel de um tradutor de libras e mediar a interação entre pessoas ouvintes e não ouvintes. Portanto, é possível implementar o ensino de LIBRAS ou o incentivo ao mesmo na empresa e promover a inclusão.

Fonte: Vagas Profissões – Pessoas Surdas no mercado de trabalho: veja os desafios e avanços (2022).

Conforme os dados relativos à ocupação dos deficientes auditivos no mercado de trabalho, tendo como base a Relação Anual de informações Sociais RAIS (2015), divulgada pelo Ministério do Trabalho, existem 356.345 mil pessoas com deficiência ocupando postos de trabalho formal, sendo que desses, 79,389 tem algum tipo de deficiência auditiva o que representa 22,28 % do total de trabalhadores com deficiência.

As dificuldades encontradas pelos deficientes ao entrar no mercado de trabalho, segundo Carvalho-Freitas (2000), devem-se a três principais dificuldades que os gestores encontram para gerir o trabalho dessas pessoas: (1) o modo como

os gestores veem os deficientes, (2) a forma como as empresas se ajustam às práticas de trabalho para essas pessoas com deficiência e (3) a necessidade de avaliação de satisfação com o deficiente auditivo no mercado de trabalho.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

O presente capítulo apresenta os métodos e as etapas adotados para esta pesquisa, com vistas a atingir os objetivos traçados no estudo e entender a história do empreendedor com deficiência auditiva mediante suas peculiaridades e características.

Ao selecionar a metodologia, segundo Ferrarezi Junior (2013), é necessário ter bem claro qual a que mais se adequa aos objetivos da pesquisa. Alguns pesquisadores acreditam que, além de deixar claro que metodologia utilizarão, devem argumentar porque desconsiderarão outras existentes. E algumas vezes, duas ou mais formas de coleta de informações são adotadas; gerando, assim, uma pesquisa multimétodo.

Segundo Marconi e Lakatos (2011), método é o conjunto de atividades sistemáticas e racionais que, com grande capacidade de segurança e economia, permite alcançar o objetivo, este contendo validade e certeza do conhecimento, desenvolvendo o caminho a ser seguido, excluindo erros e ajudando nas decisões do pesquisador.

#### **3.1 Abordagem Metodológica**

Marconi e Lakatos (2010) esclarecem que a abordagem qualitativa se refere a uma pesquisa que tem como princípio examinar e explicar aspectos mais profundos, desenvolvendo a complexidade do comportamento humano e oferecendo análises consistentes sobre as investigações, atitudes e tendências de comportamento. Assim, ressalta-se que a ênfase da pesquisa qualitativa é nos processos e nos significados.

O presente estudo tem natureza de pesquisa qualitativa, pois busca-se compreender como o empreendedorismo influenciou a criação da empresa Il Sordo. O estudo se revela importante, pois mostra a história bem-sucedida de um empreendedor com deficiência auditiva, desvelando o fato de que todas as pessoas com deficiência possuem capacidade de empreender.

Tomando como base os objetivos do estudo, esta pesquisa foi classificada como exploratória, uma vez que há poucos estudos sobre o empreendedorismo como emancipação e inclusão social e também sobre a história do empreendedor

com deficiência auditiva, pois ainda é insuficiente o número de pesquisas que tratam do tema proposto, visando dar maior acessibilidade à informação para o meio acadêmico e abrindo possibilidade para novos estudos a respeito. A pesquisa exploratória visa buscar informações sobre um assunto ainda pouco investigado, adaptando-se com o fenômeno ou conseguir nova compreensão desse, a fim de poder formular um problema mais preciso de pesquisa ou criar novas hipóteses. Pode ser também o passo inicial em um processo de pesquisa. Permite uma maior proximidade entre o pesquisador e o tema pesquisado, visto que este ainda é pouco visto, pouco explorado (LEÃO, 2017).

Neste sentido, é importante que os resultados deste estudo contribuam com Universidade Federal de Sergipe para ajudar pessoas com deficiência auditiva que pretendem empreender futuramente. Por meio de pesquisas exploratórias avalia-se a possibilidade de desenvolver uma boa pesquisa sobre determinado assunto. Portanto, a pesquisa exploratória, na maioria dos casos, constitui um trabalho preliminar ou preparatório para outro tipo de pesquisa (ANDRADE, 2017).

Para esta pesquisa, optou-se por realizar um estudo de caso, com vistas a contemplar a profundidade esperada num estudo deste tipo e permitindo buscar o conhecimento sobre a empresa Il Sordo Gelato para, assim, oferecer subsídios para novas investigações sobre a temática do empreendedorismo. O estudo de caso prevê coletar e investigar informações sobre determinado indivíduo, uma família, uma comunidade, a fim de estudar ou conhecer aspectos variados de sua vida, de acordo com o assunto da pesquisa. É um tipo de pesquisa qualitativa e/ou quantitativa, entendido como uma categoria de investigação que tem como objeto o estudo de uma unidade de forma aprofundada. Logo, pode-se tratar de um sujeito, de um grupo de pessoas, de uma comunidade, etc. São necessários alguns requisitos básicos para sua realização, entre os quais, severidade, objetivação, originalidade e coerência (PRODANOV; FREITAS, 2013).

### **3.2 Técnica de Coleta de Dados**

Para a coleta de dados desta pesquisa, foi elaborada uma entrevista semiestruturada para atender aos objetivos traçados. De acordo com Quaresma (2005), as entrevistas semiestruturadas organizam perguntas fechadas e abertas, onde o entrevistado pode discutir sobre o tema proposto. Entretanto, o pesquisador

segue um conjunto de questões definidas previamente, porém são permitidas exclusões, inclusões, mudanças em geral nas perguntas e informações ao entrevistado quanto a alguma palavra ou pergunta (VERGARA, 2009). De acordo com a autora, a sequência de perguntas deve apresentar uma ordem lógica que permita ao interrogado transitar de uma resposta a outra sem esforço. Sugere-se que o roteiro comece com questões mais gerais e, em seguida, contemple as questões mais específicas.

Para Manzini (1990/1991, p. 154), a entrevista semiestruturada está focada no assunto estudado organizado no formato de um roteiro com principais perguntas, podendo ser inseridas outras questões, caso haja necessidade, na medida em que a entrevista transcorre. Para o autor, esse tipo de entrevista busca informações de forma mais livre, visto que as respostas não estão condicionadas a uma padronização de alternativas. Portanto, a entrevista semiestruturada corresponde em um modelo de entrevista flexível, uma vez que a entrevista possui um roteiro elaborado antecipadamente, mas abre espaço para que o candidato e entrevistador façam perguntas fora do que havia sido planejado.

O entrevistado foi o empreendedor Breno Nunes de Oliveira. A entrevista foi realizada em 15/08/2023 e durou cerca de 60 minutos. Para a criação do roteiro das entrevistas, foram definidas, com base em Freitas e Teixeira (2014) e atendendo ao que foi apresentado no referencial teórico, 3 categorias analíticas e seus respectivos elementos de análise, conforme constam no Quadro 3.

**Quadro 3 – Categorias analíticas e elementos de análise**

<b>Categoria Analítica</b>	<b>Elementos de Análise</b>
Tipo de empreendedorismo	Empreendedorismo por Necessidade. Empreendedorismo por Oportunidade.
Características Empreendedores(a)	Criatividade Risco Valor Superação
Processo Empreendedor	Etapas do processo

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

**3.3 Estratégia de análise de dados**

A análise de conteúdo foi escolhida como a técnica de análise de dados

para esta pesquisa, conforme Bardin (2011), devido à sua eficácia em examinar textos e transcrições de maneira sistemática e objetiva. Esta abordagem permitiu uma interpretação qualitativa dos dados, proporcionando *insights* consistentes sobre o tema em estudo.

A narrativa desempenhou um papel crucial na análise dos resultados. A trajetória empreendedora de Breno Nunes de Oliveira, bem como sua perspectiva sobre o empreendedorismo inclusivo, foi examinada por meio de uma inspiração narrativa. Esta abordagem permitiu:

- Compreender a sequência de eventos e experiências que moldaram a jornada de Breno.
- Identificar os principais desafios, motivações e pontos de inflexão em sua carreira.
- Analisar a interação entre a experiência pessoal de Breno e o contexto socioeconômico mais amplo.

O roteiro de entrevista foi estruturado para abordar vários aspectos do empreendedorismo inclusivo e da experiência de Breno. As perguntas foram categorizadas da seguinte forma:

- Perguntas do perfil empreendedor: estas se concentram em obter informações básicas sobre o entrevistado, como idade, formação e tempo de trabalho na empresa.
- Perguntas sobre Empreendedorismo: Estas abordaram a gênese do “Il Sordo Gelato”, as inovações implementadas, e as perspectivas futuras para o negócio.
- Perguntas sobre Desafios e Oportunidades: estas se concentraram nos desafios específicos enfrentados por Breno e outros surdos no mercado de trabalho brasileiro, bem como sua perspectiva sobre a trajetória de empresários surdos no contexto brasileiro.

A combinação do método de análise de conteúdo, da abordagem narrativa e do roteiro de entrevista estruturado permitiu uma análise holística e aprofundada dos dados coletados, proporcionando *insights* valiosos sobre o empreendedorismo inclusivo e a experiência de indivíduos surdos no mercado de trabalho brasileiro.

## **4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

### **4.1 O empreendedorismo por oportunidade**

A jornada empreendedora subjacente ao "Il Sordo Gelato" constitui uma profunda análise do empreendedorismo inclusivo, ilustrando a capacidade de superar obstáculos pessoais inerentes. A deficiência auditiva, que para muitos poderia ser percebida como um impedimento, emergiu como um catalisador na busca por alternativas profissionais, culminando na concepção de um ambiente laboral inclusivo. A fervorosa paixão do empreendedor por gelatos, aliada à identificação de uma oportunidade latente no mercado aracajuano, proporcionou o ímpeto ideal para a inauguração de um empreendimento. Esta sinergia entre necessidade intrínseca e oportunidade de mercado evidencia a aptidão do empreendedor em metamorfosear adversidades em propulsores competitivos (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011).

Em diversos contextos, a deficiência auditiva poderia ser categorizada como um obstáculo insuperável. Contudo, para o visionário por trás do "Il Sordo Gelato", tal condição se manifestou como um ponto de inflexão, catalisando a motivação para explorar alternativas profissionais e estabelecer um ambiente laboral progressivamente inclusivo. Em vez de uma fixação nas limitações, ele discerniu uma oportunidade de amalgamar sua paixão por gelatos com a imperativa necessidade de estabelecer um espaço em que a deficiência não fosse um empecilho. O mercado de gelatos, caracterizado por uma demanda ascendente e um potencial inovador, emergiu como o ambiente propício para a materialização desta confluência de paixão e necessidade em uma oportunidade empresarial tangível.

### **4.2 Características empreendedoras e o processo empreendedor**

A odisséia empreendedora é repleta de desafios, e para o empreendedor do "Il Sordo Gelato", tais desafios foram exacerbados devido à sua condição auditiva. No entanto, em vez de capitular, ele adotou uma estratégia adaptativa, engajando-se em soluções criativas para superar tais obstáculos. A resiliência, portanto, tornou-se emblemática de sua trajetória, capacitando-o a não apenas

confrontar, mas também transcender adversidades.

A entrevista com Breno Nunes de Oliveira, fundador do "Il Sordo Gelato" proporcionou uma visão mais aprofundada e pessoal sobre a jornada empreendedora inclusiva e os desafios enfrentados por indivíduos surdos no mercado de trabalho brasileiro, como a falta de comunicação inclusiva nas empresas, preferência por outras deficiências em detrimento dos surdos e estagnação profissional após a contratação.

Breno destacou que a inovação em sua empresa não se limita apenas à oferta de produtos, mas se estende à experiência do cliente e à cultura organizacional. O atendimento diferenciado para surdos, a comunicação visual, a interação em Libras entre funcionários e a adaptação arquitetônica são apenas algumas das inovações implementadas. Além disso, a introdução de sabores de gelatos para diversos públicos, incluindo veganos e diabéticos, demonstra uma abordagem holística à inclusão. A ênfase na comunicação inclusiva, equidade e diversidade posiciona "Il Sordo Gelato" como uma tendência emergente no mercado (PRODANOV; FREITAS, 2013).

As ambições de Breno para o "Il Sordo Gelato" são notavelmente progressistas. Ele visa a expansão por meio de franquias que já foram iniciadas, com um foco particular em tornar os surdos franqueadores e executivos, reforçando o papel protagonista dos surdos no mundo dos negócios. Esta visão alinha-se com o desejo de impactar positivamente a inclusão social e o mercado de trabalho, proporcionando oportunidades para os surdos.

A motivação de Breno para criar "Il Sordo Gelato" é profundamente pessoal e inspiradora. Ele tem 34 anos, estudou sobre empreendedorismo no SENAC, também sobre curso de gelato e trabalhou como empacotador antes de começar a empreender. Após enfrentar rejeições no mercado de trabalho devido à sua deficiência auditiva, ele optou por trilhar seu próprio caminho, fundando uma empresa que não apenas lhe proporcionasse sustento, mas também oferecesse oportunidades para outros surdos. Sua determinação em mostrar à sociedade que os surdos são capazes ressoa como um testemunho poderoso de resiliência e visão.

Breno destacou que, apesar da legislação existente, os surdos enfrentam inúmeros desafios no mercado de trabalho brasileiro. A falta de comunicação inclusiva nas empresas e a preferência por outras deficiências em detrimento dos

surdos são barreiras significativas. Além disso, uma vez contratados, muitos surdos enfrentam estagnação profissional devido à falta de oportunidades de crescimento e desenvolvimento.

Breno afirmou que, embora o número de empreendedores surdos esteja aumentando, muitos ainda operam no setor informal. Isso sugere que, enquanto alguns progressos foram feitos, ainda há um longo caminho a percorrer para garantir a inclusão total e igualitária dos surdos no empreendedorismo formal (MARCHESI, 1996).

Em suma, a entrevista com Breno Nunes de Oliveira não apenas enriquece a compreensão do empreendedorismo inclusivo, mas também destaca a necessidade urgente de abordagens mais inclusivas e equitativas no mercado de trabalho e no mundo dos negócios. A história de Breno e sua visão para o "Il Sordo Gelato" servem como um lembrete poderoso do potencial inexplorado e das contribuições valiosas que os surdos podem oferecer à sociedade quando são dadas as oportunidades adequadas (MARCHESI, 1996).

O "Il Sordo Gelato" transcende a definição convencional de uma gelateria. Desde sua gênese, a inclusão foi entrelaçada em sua essência. O empreendedor, com perspicácia, percebeu que sua deficiência auditiva poderia ser mobilizada como um vetor de força, proporcionando um diferencial em um mercado saturado. Ao conceber um espaço que celebra e fomenta a diversidade, ele não apenas capturou um espectro mais amplo de clientela, mas também solidificou sua marca como epítome de inclusão e aceitação.

A saga do "Il Sordo Gelato" serve como um farol luminoso, inspirando aspirantes a empreendedores e a sociedade como um todo. Ao superar adversidades e estabelecer um reduto inclusivo, o empreendedor reiterou que limitações físicas não são determinantes do potencial intrínseco de um indivíduo. Sua trajetória é um testemunho eloquente de que, armado com determinação e visão, é viável gerar um impacto benéfico na sociedade. Adicionalmente, ao advogar pela inclusão e aceitação, o "Il Sordo Gelato" desempenha um papel instrumental na sensibilização sobre as competências e potenciais de indivíduos com deficiências.

O processo empreendedor de criação do empreendimento é uma história de perseverança. Desde a concepção da ideia até a sua materialização, o empreendedor Breno teve que lidar com obstáculos financeiros, logísticos e de

aceitação social. No entanto, ele não se deixou abater por essas dificuldades. Ao contrário, ele as utilizou como motivação para buscar soluções criativas, encontrar apoio na comunidade, estabeleceu parcerias estratégicas e utilizou sua habilidade de adaptação para superar essas barreiras.

## 5 CONCLUSÃO

O objetivo geral deste estudo foi entender como o empreendedorismo desempenhou um papel na criação do IL Sordo Gelato, e para alcançá-lo, foram definidos três objetivos específicos. O primeiro foi identificar o tipo de empreendedorismo envolvido, que se revelou ser predominantemente orientado por oportunidades, em que o fundador identificou uma lacuna no mercado de gelatos e a aproveitou. O segundo objetivo específico foi apontar as características empreendedoras do proprietário, destacando sua resiliência, inovação e habilidade para transformar desafios pessoais em oportunidades de negócios. Finalmente, o terceiro objetivo foi descrever o processo empreendedor que levou à criação do IL Sordo Gelato, incluindo a superação de obstáculos, a mobilização de recursos e a construção de uma cultura inclusiva.

A presente pesquisa, ao debruçar-se sobre a trajetória empreendedora subjacente ao "Il Sordo Gelato", proporcionou uma análise meticulosa do empreendedorismo inclusivo e da capacidade de superar adversidades pessoais no contexto empresarial. O estudo revelou nuances significativas que vão além da mera criação de um negócio, evidenciando o empreendedorismo como uma manifestação intrínseca da resiliência humana e da capacidade de metamorfosear desafios em oportunidades tangíveis. Isso destaca a evolução constante do empreendimento, não apenas como um negócio, mas como um agente de mudança social

A deficiência auditiva, frequentemente percebida no contexto social como uma limitação, emergiu, na narrativa do empreendedor, como um elemento catalisador para a inovação. O empreendedor inovou não apenas no produto, mas também na experiência oferecida aos clientes. O "Il Sordo Gelato" não é apenas uma gelateria; é um espaço inclusivo que se destaca no mercado. Isso enfatiza a importância da diferenciação e da busca constante pela inovação. Esta reconfiguração da deficiência, de uma barreira para um impulsionador, é emblemática da capacidade adaptativa inerente ao espírito empreendedor. A paixão manifesta pelo mundo dos gelatos, quando amalgamada com uma visão inclusiva, culminou na concepção de um empreendimento que não apenas atende a uma demanda específica do mercado, mas também serve como um bastião de valores de inclusão e diversidade. Com isso, conclui-se que este estudo não só

proporcionou um vislumbre do papel do empreendedorismo na criação de empreendimentos bem-sucedidos, mas também destacou a importância de ouvir as vozes daqueles que estão frequentemente subestimados pela sociedade. A história do "Il Sordo Gelato" reforça a ideia de que cada indivíduo possui um potencial inexplorado, e o empreendedorismo pode ser uma ferramenta poderosa para liberar essa capacidade e criar um impacto positivo na sociedade.

A análise detalhada dos desafios enfrentados pelo empreendedor, amplificados por sua condição auditiva, forneceu *insights* valiosos como empreendedorismo inclusivo, resiliência, determinação, inovação, diferenciação no mercado de gelatos, inspiração, conscientização e valor da diversidade sobre a jornada empreendedora. Isso incluiu atendimento diferenciado para clientes surdos, comunicação visual, uso de Libras entre funcionários, adaptações arquitetônicas para acessibilidade e a criação de sabores de gelatos para públicos diversos, como veganos e diabéticos. Essas inovações não se limitaram à oferta de produtos, mas também moldaram a cultura da empresa, tornando-a um exemplo de empreendedorismo inclusivo. Elas demonstram como desafios pessoais, como a deficiência auditiva, podem ser transformados em oportunidades de negócios que beneficiam a sociedade como um todo. Cada obstáculo, desde a comunicação até a mobilização de recursos, foi abordado com uma combinação de resiliência e inovação. Esta abordagem adaptativa, conforme evidenciado pelo estudo, é central para a sobrevivência e prosperidade de empreendimentos em ambientes competitivos.

O "Il Sordo Gelato", em sua essência, transcende a definição convencional de uma gelateria. A inclusão, entrelaçada em sua identidade desde a gênese, posicionou o empreendimento como um diferencial no mercado saturado de gelatos. Esta abordagem inclusiva não apenas solidificou sua posição no mercado, mas também serviu como um farol de inspiração para outros empreendedores e para a sociedade em geral.

Por fim, a pesquisa reitera a importância de abordar o empreendedorismo a partir de uma lente inclusiva, reconhecendo e valorizando a diversidade de experiências e desafios que moldam a jornada empreendedora. A história do "Il Sordo Gelato" serve como um testemunho eloquente da capacidade humana de superar adversidades e criar soluções inovadoras que beneficiam não apenas o indivíduo, mas a sociedade como um todo. Recomenda-se que futuras pesquisas

explorem ainda mais as interseções entre empreendedorismo, inclusão como deficiência auditiva e superação de adversidades, a fim de enriquecer o *corpus* de conhecimento neste domínio.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. de. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 10. Ed. São Paulo: Atlas, 2017.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan./jun. 2014. Semestral. Disponível em: <https://seer.imes.edu.br/index.php/revistas/article/viewFile/612/522>. Acesso em: 11 set. 2018.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Edição 1. São Paulo: Edições 70, 2011. p. 33-52.

BARRETO, L. P. Educação para o empreendedorismo. **Educação Brasileira**, v. 20, n. 41, 1998.

BONI, V.; QUARESMA, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Revista Em Tese**, v. 2, n. 1, p. 68-80, jan/jul. 2005.

BRASIL. Lei nº 13.146, de 6 De julho De 2015. **Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com deficiência (Estatuto da Pessoas com Deficiência)**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm)>

BSANCHES, V. L. **A importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico no Brasil. 2018**. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/desenvolvimento-economico>.

CARVALHO-FREITAS, M. N. **Inserção e gestão do trabalho de Pessoas com Deficiência: Um Estudo de Caso**. 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v...> 2010. Características da população pessoas com deficiência. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br...> em 01 de set. de 2018.

CICCONI, M. (1990). **Comunicação Total - Introdução - Estratégia - A Pessoa Surda**. Rio de Janeiro: Editora Cultura Médica Ltda.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**. Dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012. Disponível em: <https://books.google.com.br/bookshl=ptBR&lr=&id=ONs9CQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=empreendedorismo&ots=bYCJto9DsT&sig=83t63kgCHjQahG0TzB3KGttCzUg#v=onepage&q=empreendedorismo&f=true>. Acesso em: 10 set. 2018.

CORRÊA, J. M. **Surdez e os fatores que compõem o método áudio + visual de linguagem oral para crianças com perda auditiva**. São Paulo: Atheneu, 2001.

COSTA, R. A. T.; FURTADO, C. B. R. A. **Empreendedorismo: características, habilidades e competências**. 2016. Disponível em: [http://files.comunidades.net/robsontavares/2caracteristica\\_empreendedora\\_ou](http://files.comunidades.net/robsontavares/2caracteristica_empreendedora_ou)

habilidades e competencias empreendedoras.pdf. Acesso em: 23 set. 2018.

CUSTÓDIO, T, P. et al. **Empreendedorismo: um estudo sobre a importância do empreendedorismo como estratégia de negócios na empresa Fênix**

**locações e eventos**. 2011. Disponível em:  
<file:///F:/ADMINISTRA%C3%87%C3%83O%20FAMESC/7%C2%B0%20Per%C3%ADodo/Empreendedorismo/artigos%20para%20o%20trabalho/artigo31.pdf>.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**: 1ª ed. São Paulo: Editora Cultura, 1999.

\_\_\_\_\_. **O segredo de Luisa**. São Paulo: De Cultura, 2006.

\_\_\_\_\_. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. ISBN 9788575424032. **O Segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. ISBN 97885754233873

DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócios**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 9ª reimpressão. ISBN 853521500X

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**: 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2005.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor: prática e princípios**. São Paulo, (SP): Cengage, 2016.

FERRÃO, S. **Empreendedorismo e empresas startup: uma nova visão estratégica como motor de empregabilidade jovem**. Boletim de Sociologia Militar, p. 9., 2013.

FERRAREZI JUNIOR, Celso. **Guia do trabalho científico: Do projeto à redação final: monografia, dissertação e tese**. 1. ed., 2ª reimpressão, São Paulo: Contexto, 2013.

FERREIRA, A. B. H. **Míni Aurélio: o dicionário da Língua Portuguesa**. 6 ed. Curitiba: Posigraf, 2004.

FIGUEIRA, J. B.; CARVALHO, T. M. **Empreendedorismo acadêmico no Brasil: evidências a partir da avaliação da trajetória profissional de ex-bolsistas de iniciação científica, mestrado e doutorado**. 2015. Disponível em:  
<file:///C:/Users/La%C3%ADs/Downloads/JESSICABOTELHOFIGUEIRAeTAYNANM.B.DECARVALHO.pdf>. Acesso em: 23 set. 2018.

FORTES, S. S. **Intervenções de Enfermagem as crianças com deficiência auditiva**. Revista da Escola de Enfermagem, 2017.

FRANCO, J. O. B.; GOUVÊA, J. B. A cronologia dos estudos sobre o

empreendedorismo. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.5, n.3, p.144-166, 2016.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999. Trimestral. Disponível em: [200.232.30.99/download.asp?file=3402005.pdf](http://200.232.30.99/download.asp?file=3402005.pdf). Acesso em: 28 set. 2018.

FILHO, M. C. F.; FILHO, E. J. M. A. **Planejamento da pesquisa científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

GAGLIARDI, C.; BARRELLA, F. F. **Uso da informática na educação do deficiente auditivo: um modelo metodológico**. Em Sociedade Brasileira de Psicologia (Org.), Anais da XVI Reunião Anual de Psicologia (pp. 120-123). Ribeirão Preto: SBP, 1986.

GANDRA, A. **País Tem 10,7 País tem 10,7 milhões de pessoas com deficiência auditiva, diz estudo: Entre os que têm deficiência auditiva severa, 15% já nasceram surdos**. Agência Brasil. Rio de Janeiro: 2019. Disponível em <https://agen.ciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-10/brasil-tem-107-milhoes-dedeficientes-auditivos-diz-estudo>.

GEM-Brasil 2019. **Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo 2019. Curitiba: IBQP, 2019.

GOOSSEN, R. J. **E-empendedor A força das REDES SOCIAIS para alavancar seus negócios e identificar oportunidades**. São Paulo: Elsevier, 2009.

HISRICH, R.; PETERS, M. **Empreendedorismo**: 5ª ed. Porto Alegre: Editora Bookman, 2004.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9ª. Ed. Porto Alegre (RS): AMGH Editora, 2014.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Brasileiro de 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. Disponível em [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd\\_2010\\_religiao\\_deficiencia.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf)

KOZUBÍKOVÁ, L.; BELÁS; J., BILAN, Y.; BARTOŠ, P. Personal characteristics of entrepreneurs in the context of perception and management of business risk in the SME segment. **Economics and Sociology**, v. 8., n. 1. 2015.

LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 7 ed. 4ª reimpressão. São Paulo: Atlas, 2011.

LEÃO, L. M. **Metodologia do Estudo e Pesquisa: facilitando a vida dos estudantes, professores e pesquisadores**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

LOHN, V. M. **Empreendedorismo**. Natal: FPB, 2010. Disponível em: <https://fpbvirtual.fpb.edu.br/unpvirtual/fpb/184914/698.pdf>. Acesso em: 28 set. 2018.

MANZINI, E. J. A entrevista na pesquisa social. **Didática**, v. 26/27, p. 149-158, 1990/1991.

MARCHESI, A. **Comunicação, linguagem e pensamento**. Em César Call; Jesus Palácios; Álvaro Marchesi. (Orgs.), Desenvolvimento Psicológico e Educação (pp. 200-216). Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAZZOTTA, M. **Educação especial no Brasil: história e políticas públicas**. São Paulo: Cortez, 2001.

MENDES, E. G. **Deficiência mental: a construção científica de um conceito e a realidade educacional**, 1995. 387 f. Tese (Doutorado em Psicologia) – Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, 1995.

MEC/SEESP - Secretaria de Educação Especial. Subsídios para < **Organização e Funcionamento de Serviços de Educação Especial: Área de Deficiência Auditiva**. Brasília, DF, 1995.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**. 11 ed. São Paulo: Hucitec, 2008.

NOVAES, E. C. **Surdos: Educação, Direito e Cidadania**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Wak, 2014.

PICANÇO, F. C. A.; PERIOTTO, T. R. C. **Empreendedorismo e inovação**. Maringá: Cesumar, 2017. Disponível em: <https://www.unicesumar.edu.br/empresarial/wpcontent/uploads/sites/31/2017/1/Empreendedorismo-e-Inovacao-09-11-2017.pdf>. Acesso em: 23 set. 2018.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SANCHES, V. L.; et al. O empreendedorismo como ferramenta de desenvolvimento econômico e social. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, São Paulo, Ano 03, Ed. 08, Vol. 13, p. 5-23, agosto de 2018. ISSN: 2448-0959. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/wpcontent/uploads/kalins-pdf/singles/desenvolvimento-economico-e-social.pdf>. Acesso em: 04 nov. 2018.

SASSAKI, R. K. **Inclusão: construindo uma sociedade para todos**. Rio de Janeiro: WVA, 1997.

Schumpeter, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo, Nova

Cultura, 1998.

SILVA, T. et al. Metodologia em voga no campo de empreendedorismo: emprego de métodos quantitativos para o estudo das características inerentes aos empreendedores. **Revista Ibero Americana de Estratégia**, v. 12, n. 4, 2013.

VERGARA, S. C. **Métodos de coleta de dados no campo**. Edição 2. São Paulo: Atlas, 2009.

## **APÊNDICE A. ROTEIRO DE ENTREVISTA**

- I. Como se deu o processo de criação do empreendimento IL Sordo Gelato?
- II. Como o empreendedorismo influenciou na sua vida e na criação do IL Sordo Gelato?
- III. O que o senhor considera de inovação na sua empresa?
- IV. Quais as dificuldades enfrentadas no processo de criação da sua empresa?
- V. Quais os desafios enfrentados atualmente na gestão do empreendimento?
- VI. Quais as perspectivas futuras para o empreendimento?

## APÊNDICE B. FOTOS



