



XIX ENCONTRO REGIONAL DE ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO, CIÊNCIA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO (EREBD/PB)

GT 2 – Educação, Trabalho, Habilidades e Competências do Bibliotecário

Pôster

A IMPORTÂNCIA DOS BIBLIOTECÁRIOS EMPREENDEREM NO MERCADO DE LIVRARIAS: DIANTE DA PERSPECTIVA DE NOVOS EMPREGOS E EXPANSÃO DO CONHECIMENTO

Anne Ramayhara Mendes Gomes¹

Resumo: Ressalta o empreendedorismo no ramo de livrarias como oportunidade de negócio aos Bibliotecários. Descreve o aparato histórico das livrarias. Retrata o perfil dos novos usuários. Apresenta as perspectivas econômicas do mercado. Relata sobre as contribuições das livrarias na educação. Discorre sobre a importância de empreender utilizando técnicas de planejamento estratégico e marketing. Destaca sobre a seriedade da leitura no processo de desenvolvimento cognitivo. Desperta o Bibliotecário para a criatividade e empreendedorismo. Compara o mercado na compra de livros on line com a estrutura física em São Luís MA. Relata a colaboração desse empreendimento para abertura de novos empregos. Observa que empreender é agregar valor ao produto. Compreende a necessidade de investimentos nesse mercado, utilizando como modelo a metodologia desenvolvida por Frederick W. Taylor, denominada “Escola de Administração Científica”. A pesquisa utilizada foi de maneira bibliográfica, preservando valores, analisando o perfil do usuário, identificando suas dificuldades com o sistema e o uso que este faz da livraria. As conclusões adquiridas pautam para a importância de Bibliotecários investirem nesse empreendimento.

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Educação. Mercado de Trabalho. Livrarias. Planejamento Estratégico.

¹ Graduanda em Biblioteconomia da Universidade Federal do Maranhão. E.mail: gomesramayhara@gmail.com

THE IMPORTANCE OF LIBRARIANS UNDERTAKE IN BOOKSTORES MARKET: AT THE PROSPECT OF NEW JOBS AND EXPANSION OF KNOWLEDGE

Abstract: *Emphasizes entrepreneurship in the business of libraries as a business opportunity to librarians. It describes the historical apparatus of bookstores. Depicts the profile of the new users. It presents the economic prospects of the market. Reports on the contributions of libraries in education. Discusses the importance of undertaking using strategic planning and marketing techniques. Highlights on the reading of seriousness in the process of cognitive development. Awakens the Librarian for creativity and entrepreneurship. Compare the market in online book purchase with the physical structure in São Luis MA. Reports the collaboration in this endeavor to open new jobs. Notes that undertake is to add value to the product. We understand the need for investment in this market, using as a model the methodology developed by Frederick W. Taylor, called "School of Scientific Management". The research used was bibliographic way, preserving values, analyzing the user profile, identifying their difficulties with the system and use that this is the bookstore. The findings acquired agenda for the importance of Librarians invest in this enterprise.*

Keywords: *Entrepreneurship. Education. Job market. Bookstores. Strategic planning.*

1 INTRODUÇÃO

Tratar sobre o investimento no ramo de livrarias pelos Bibliotecários corresponde à visualização de um novo mercado pouco percorrido por eles. Dentro do cenário de aproximadamente 42 livrarias instaladas na capital de São Luís MA, apenas 1% foram montadas por Bibliotecários, enquanto que as demais são administradas por empresários de outras áreas que tiveram visão holística, acreditaram no mercado, e perceberam oportunidades em desenvolver-se nesse negócio.

De fato é comum encontramos profissionais que se graduam e ingressam em empresas privadas ou públicas, poucos são os que se interessam pelo mercado empreendedor. Realidade que repercute constantemente. Então, quebrar essa concepção de profissional-empregado, é um desafio que pode ser apresentado pelo leque de exigências sobre ações e serviços do mercado. Vejamos o que diz (GARCIA 2010, não paginado):

Mágicos foram os primeiros livreiros do Brasil. Propagar uma nova cultura com livros advindos da Europa foi uma experiência que deu certo, tanto que se criou um mercado de trabalho no Brasil antes inexistente. Muito mais que comerciantes de livros, eram também editores e encadernadores. Quando se chega a uma livraria não se faz ideia o quanto foi importante este comércio, efervescente no século XIX, para a sociedade [...]. Um comércio que afluía o cotidiano da cidade e tinha o seu devido respeito que, para prosperar, não precisava apenas de dotes comerciais, precisava de um toque de amor e sutileza para agradar o leitor.

Algumas livrarias já não atendem mais a atual demanda social e cultural devido às mudanças radicais no cenário político, e isso exige alterações nos serviços prestados, ou seja, um novo modelo administrativo que valorize o usuário. De acordo com Silva (2009, p.119) é importante que haja a multiplicação de livrarias especializadas, que além de se preocuparem com a venda imediata, também formem novos leitores.

Diante do contexto econômico, é perceptível que investir em qualquer empreendimento acaba tornando-se de certo modo um risco, porém, para que as chances de crescimento do investimento sejam progressivas, é importante a elaboração de um bom planejamento, incluindo o plano de marketing, avaliando metas, desafios, principais concorrentes, e o que tem de atrativo no negócio para que o cliente retorne. Pois como diz Contador (1995, p. 46 e 47) a empresa tem três núcleos de preocupações: como satisfazer o cliente, como vencer a concorrência e como resolver os problemas internos (produtividade, qualidade, projeto, fornecedor etc.).

Outra consideração a tratar é que o público atualmente é exigente, o mesmo quer chegar a uma livraria e se deparar com outros produtos agregados, como dvd's, cd's, acessórios dos livros, gostam de um bom atendimento, e até mesmo de um café na sala de espera, é incontestável enquanto a infraestrutura, e como são armazenados esses livros, como é o espaço para receber os clientes e se é um local receptível. Atender a um público esclarecido faz com que o empreendedor reformule sua livraria e adeque a esses clientes. Sendo assim (CAMPOS, 2009, não paginado) ressalta:

Para que essa visão se transforme, para que esse usuário específico não tenha medo da informação, o bibliotecário deve “assumir que o profissional desta área não deve se caracterizar como um caracol que fica dentro de sua casca, muito pelo contrário, deve ter a coragem de conhecer o novo, de investigar, de criar.

Não se pode deixar de falar que o mercado das livrarias é amplo e de total importância para o desenvolvimento da educação, independente do contexto na qual se encontre, seja física ou virtual, ambas com suas especificidades e características, apesar da comodidade oferecida pela internet, à mesma não te dá o sabor de está em um ambiente aconchegante, e ao calor do cheiro do livro e das pessoas, mas, em contrapartida, temos as virtuais que te possibilitam comodidade para adquirir o produto sem precisar sair de casa. Dessa forma, se verifica que ambas possuem seus pontos fortes e fracos, e isso é um fator que realmente está à mercê do usuário, pois é ele quem decide o que melhor lhe satisfaz, de acordo com as suas necessidades e características.

É com grande satisfação que podemos desfrutar tanto das bibliotecas, quanto das livrarias, consideradas portal de abertura ao conhecimento. E espera-se que com o decorrer dos anos, Bibliotecários passem a se interessar pelo setor de livrarias, trazendo novidades para o mercado consumidor.

2 PERSPECTIVAS ECONÔMICAS PARA EMPREENDER NO MERCADO DE LIVRARIAS

As novas tecnologias estão criando formas de informação e comunicação, bem como a cultura e os comportamentos deste cenário. Apesar das dificuldades em se investir em uma empresa, ainda assim é possível não desacreditar dessa oportunidade, agregando a essa livraria valores como sites de leituras, espaço para discussão sobre literaturas, espaço de normalização de trabalhos acadêmicos, grupos de pesquisas, elaboração de revistas semanais elaboradas pelos acadêmicos e formandos de biblioteconomia, a criação de um espaço de leitura destinado a crianças, formação de mais grupos destinados a educar os analfabetos do nosso País, e dentre outros valores que podem ser pensados pelos bibliotecários para serem modelo no Brasil. Afirma (CORDEIRO, 2009, não paginado):

É neste contexto que o bibliotecário deve atuar como empreendedor, adequando o seu perfil às exigências da sociedade moderna, aprendendo a agir e a pensar por conta própria, com criatividade, liderança e visão do futuro, para inovar e ocupar o seu espaço.

É importante falar que para desenvolver um bom empreendimento na área de livraria o primeiro momento seria uma pesquisa de mercado para conhecer o usuário, e principais concorrentes inseridos dentro desse contexto social e empresarial, conhecer as diversas classes, que, diga-se de passagem, encontram-se cada vez mais exigente, onde necessitam de tudo de forma mais ágil, resultando na diminuição de tempo e custos. Ressalta Rodrigues, (2014, p. 2), com o advento do computador, surge também um novo perfil de usuário. Um usuário mais exigente, que tem uma necessidade de informação mais precisa, e/ou que queira uma informação a um curto espaço de tempo.

E é por esses motivos que é necessário conhecer os gostos, suas crenças, sua inserção na sociedade, para atender essa diversidade de público de forma proativa e competente, sem fugir do seu foco que é o de educar e disseminar a informação. As livrarias podem servir como espaço de estímulo a pesquisa, sendo um mediador para a extensão, e contribuir de forma significativa ao progresso do País. Outro ponto a ser

falado seria sobre o perfil desse bibliotecário empreendedor, que de acordo com Peter Drucker (1987 apud CORDEIRO; FIGUEIREDO FILHO; CORRÊA; et al. 2009):

Indivíduo que precisa conta com a certeza, é impossível que seja bom empreendedor. Após diversos estudos descobriu-se que as características comuns aos empreendedores são: Capacidade de delegar, Procurar sempre inovação, Adaptar-se facilmente às mudanças e Capacidade de decisão rápida e objetiva.

É observado que atuar enquanto empreendedor no mercado de trabalho pode ser um ponto de partida interessante para aqueles que almejam uma carreira promissora dentro dessa estrutura de classes, sendo que tudo que é feito com empenho, disciplina e dedicação tem grandes chances de ser uma empresa promissora no meio de tantas. Atualmente, diante desse mercado dinâmico, ficar aguardando concursos públicos, ou uma oportunidade em uma empresa privada já é considerado sinal de passividade, pois agora se tem a oportunidade de serem fornecedores de empregos, de serem geradores de capital de giro para o mundo, e de dar oportunidades para tantas outras pessoas que se encontram desempregadas, através desse espaço que fornece conhecimentos.

3 CONTRIBUIÇÃO DO TEÓRICO TAYLOR NO MERCADO EMPREENDEDOR

Frederick W. Taylor, nascido nos Estados Unidos, homem comum, tornou-se a personalidade que mais influenciou os estudos da administração, podendo ser comparado com Thomas Edson e Henry Ford, por sua grande colaboração de progresso. Filho de família de princípios rígidos foi o primeiro a estudar a racionalização e a eficiência no trabalho, por volta de 1903.

Foi diante desse mercado competitivo que a teoria de Frederick W. Taylor ganhou respaldo dentro das organizações, até hoje, levando em consideração que a empresa para sobreviver tem necessidade de fazer divisão de tarefas, onde cada funcionário se responsabiliza na execução do que lhe foi estabelecido.

Outra abordagem trazida por ele trata-se dos benefícios oferecidos a cada venda, como forma de bonificações, além das condições ambientais e do desempenho de cargos e tarefas, entre outros. Vejamos o que diz (CONTADOR, 1995, não paginado):

Para a empresa alcançar o sucesso nos dias atuais, parece-nos que a prioridade deve estar no cliente. Não que deva descuidar da concorrência ou dos problemas internos, mas precisa, em primeiro lugar, satisfazer as necessidades, anseios e desejos dos clientes. Isto implica o crescimento das atividades de pesquisa junto aos

consumidores, tanto para conhecer seus desejos como para saber por que preferem o produto ou serviço de uma empresa em detrimento do outro. Ou seja, a empresa precisa manter-se atualizada quanto às exigências dos consumidores, que estão se modificando muito rapidamente.

Ambiente adequado para receber seus clientes, fornecer bônus salariais aos empregados que obtiver maior número de vendas ao mês, fornecer dentro do contexto divisões de tarefas, aperfeiçoamento dos funcionários com palestras sobre a importância da leitura e até mesmo motivacionais, palestras voltadas ao público, preparação de Works Shoppings, com entrada e participações de feiras do livro e eventos para divulgação e vendas.

A estrutura física da livraria precisa ser pensada de modo a receber os diversos públicos, esquecendo aquela antiga estrutura, onde os livros eram expostos apenas em prateleiras. A criação de ambientes diversificados pode ser uma grande oportunidade de destaque no mercado, quem sabe até um pátio para deixar seu animal de estimação lhe aguardando enquanto compra o seu produto, a mesma não deve estar atrelada apenas a venda de livros, precisa investir em acessórios, pois o cliente leva o livro, logo em seguida aquela caneta linda, e quem sabe aquela bolsa ou caderno escolar.

4 PERFIL DO USUÁRIO NAS LIVRARIAS

De acordo com a pesquisa mais recente da ANL (Associação Nacional de Livrarias), (AMARAL, 2011, não paginado), ressalta que hoje:

O Brasil é composto por 50% de leitores ou cerca de 88,2 milhões de pessoas. Neste conceito, foram considerados leitores apenas as pessoas que leram pelo menos um livro, inteiro ou em partes, nos últimos três meses. Há também cerca de 50% de não-leitores. A pesquisa do IPL apontou ainda que é maior o índice de leitoras no País, com 53%, enquanto que o sexo masculino representa esse percentual com 43%.

As transformações no mundo do trabalho e as revoluções tecnológicas também tem função na transformação do novo perfil dos usuários. Atender essa demanda social, cultural e fazer com que a livrarias tornem-se um espaço que extrapole os objetivos básicos de venda de livros, pode transformar-se de centro de informação à uma opção de espaço de lazer e cultura, além de uma referência na formação de leitores. Discorre sobre o perfil desse leitor (ROCCO, 1989, p. 41):

Assegurando que o final dos anos 80 e o início dos anos 90 desvendaram, pois, a existência de um tipo de leitor, social e

individualmente diferente. E “este novo leitor que lê no meio de outros está em perfeita osmose com seu entorno: ele não mais está só na imensidão do mundo. E seu ler encontra-se muito bem ancorado no reconhecimento de um grupo social”. Parece até mesmo que a “letra invadiu a vida” e que “para além dos leitores, permanecem as questões de leitura.

Atender a esse novo cliente alerta ao bibliotecário sobre a sua potencialidade em assumir a responsabilidade de criar satisfação a seu usuário.

5 O MERCADO NA COMPRA DE LIVROS ON LINE E FISICA ENTRE OS GRADUANDOS DE BIBLIOTECONOMIA DE SÃO LUIS MA

Apesar das perspectivas do mundo contemporâneo voltado as buscas práticas por meio tecnológico, observou-se com a pesquisa de campo feita com a população de 30 alunos de Biblioteconomia da Universidade Federal do Maranhão um grande equilíbrio entre a compra de livros pela internet e a ida até as livrarias para efetuar a compra, apesar de comprarem pela rede, de fato ainda vence o trajeto até a livraria, pois gostam de sentir de perto o livro, manusear, e dá uma lida prévia pessoalmente sobre o que se trata o conteúdo, dizem que na rede a maioria das vezes é inviável fazer esse processo. Falam também que se sentem confiantes com a compra através dos meios tecnológicos, mas a demora acaba não se tornando um ponto positivo para aqueles que possuem presa ao ler a literatura desejada, algo que as livrarias físicas oferecem. Vejamos abaixo os dados abordados durante a coleta:

5.1 QUANTOS COMPRAM PELA INTERNET

Os dados nos mostram que 17 alunos compram pela internet enquanto 13 não compram pela internet. Consolidando a diferença de 4 alunos entre os grupos. O que possibilita um equilíbrio entre ambos.

5.2 PREFEREM COMPRAR NA INTERNET OU NA LIVRARIA:

Observa-se que apesar de ter um equilíbrio entre a compra de livros pela internet e livrarias como foi mostrado no gráfico acima, os usuários ainda preferem ir até a livraria sentir, manusear, conhecer a qualidade, alguns sentem o cheiro, ler a sinopse pessoalmente do livro. Gostam de serem atendidos pelo vendedor, de escutarem a opinião, de percorrerem e encontrarem outros adereços que agregam valor ao livro.

5.3 CONFIAM NA COMPRA DE LIVROS PELA INTERNET:

Apesar de a grande maioria ter a preferência em ir até a livraria comprar os livros pessoalmente, isso não muda a perspectiva em relação à confiança na compra, pois os usuários afirmam que nunca tiveram problemas em relação a realizarem a compra e o material não chegar, apesar da demora na logística, o mesmo vê dentro do esperado.

5.4 COSTUMAM COMPRAR PELO GOOGLE OU EM SITES:

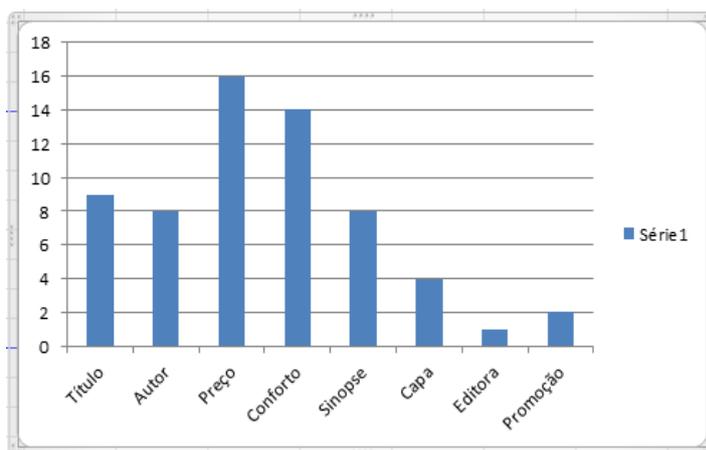
É visível a discrepância entre a compra direta no google e a compra em sites específicos, esse gráfico mostra também que os usuários são atualizados enquanto as livrarias virtuais e sabem perfeitamente onde comprar e o que querem na rede. Buscam de fato sites de confiança. Sendo assim, 1 aluno não compra diretamente pelo google, enquanto 29 alunos compram diretamente em sites específicos como no Estante Virtual, Americanos, Mercado do Livro, Saraiva, Cebo Virtual, Submarino, Cultura, Extra. Com, Ponto Frio, Americanos, 2AB, Livros de biblio e dentre outros específicos.

5.5 QUAIS LIVROS COSTUMAM COMPRAR PELA INTERNET:

Os alunos de Biblioteconomia da Universidade Federal do Maranhão são bem ecléticos em se tratando na escolha da literatura desejada. 8 alunos escolhem Romance; 10 alunos escolhem livros Científicos; 1 aluno escolhe Contos; 4 alunos escolhem Ficção; 1 aluno escolhe Eróticos; 1 aluno escolhe Biografia e 5 alunos preferem outras literaturas.

5.6 O QUE OS ATRAEM AO COMPRAR OS LIVROS PELA INTERNET:

Gráfico 1 – Características que levam os usuários a comprarem livros pela internet



De acordo com a atratividade em se comprar pela internet observa-se que os usuários de fato os procuram pelo menor preço e logo em seguida o conforto em está em casa executando a compra. Vejamos os dados atrativos para a compra desses alunos pela internet: 9 alunos Título; 8 alunos Autor; 16 alunos Preço; 14 alunos conforto; 8 alunos Sinopse; 4 alunos Capa; 1aluno Editora e 2 alunos Promoção.

6 CONTRIBUIÇÃO DAS LIVRARIAS NA EDUCAÇÃO

Como já foi visto nos gráficos acima, a leitura possui seu papel fundamental no desenvolvimento cognitivo, aquele que lê integra-se com facilidade ao mundo, tem posicionamento crítico, e liberta-se de muitos paradigmas impostos. Desconstrói e constrói.

É dentro desse contexto que as livrarias também servem como mediadoras da informação, de ter uma postura educadora, preocupando-se com a qualidade da informação, assim como ter conhecimento sobre o seu papel transformador na sociedade de modo geral. Nessa visão confirma Rocco (1989, p. 40) que hoje precisa não só garantir a permanência do processo de interlocução que se instaura entre leitores e leituras, mas também delinear mais nitidamente os espaços em que tal atividade seja sistematicamente produzida.

Com acervo destinado a todos os gostos, as livrarias, assim como as bibliotecas, também podem contribuir para o desenvolvimento da educação. Pois a leitura abre leques para caminhos jamais percorridos, te permite viajar sem precisar sair de casa, e melhorar o desempenho do individuo com o tempo. Quem lê sabe expor suas ideias independente da situação ou local, tem mais facilidade em se desenvolver no mercado de trabalho.

Não esquecendo que temos atualmente um novo perfil, a geração Y e Z que é composta por indivíduos que já nascem imersos aos meios tecnológicos e necessitam da informação de maneira rápida, gostam também da leitura digital, de novidades, e do acesso a informação, sendo assim, as livrarias podem contribuir para atender essa nova demanda, tanto aqueles que estão inseridos diante das novas tecnologias, quanto aqueles que ainda não estão mergulhados nela. De acordo com (BISPO):

Concluiu-se então que o empreendedorismo evoluiu de acordo com as necessidades econômicas de cada época em que coexistiu, e teve sempre por finalidade o suprimento de carências do mercado, tanto na prestação de serviços quanto na concepção de novas ideias e produtos,

criando assim uma associação com a definição que atualmente norteia, diferencia e destaca o empreendedorismo, a busca constante pela inovação, o que torna cada empreendedor uma espécie de revolucionário em algum nível da sua sociedade ou mesmo da economia mundial contemporânea ou atemporal.

Sendo que essa estratégia de inserção a todos pode ser feita através de promoções de livros, programas de troca-troca de livros, dia da leitura, e dentre outras propostas significativas. O importante é se pensar como utilizar essa ferramenta para que o acesso seja amplo a todas as classes sócias.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude do que foi mencionando, se entende que o mercado na área de livrarias é de fundamental importância para os bibliotecários, pois desperta a visão para o seguimento empreendedor. Percebe-se que com o passar dos tempos, as livrarias deixaram de ser apenas lugar de vendas de livros, e se tornaram lugar de aprendizagem e entretenimento. Sendo que contribuem de forma positiva para a educação, e incentivo ao hábito da leitura a um público cada vez maior.

A relação que estabelecemos junto aos livros varia conforme a importância que esse nos são apresentados, as novas tecnologias estão criando novas formas de informação e comunicação, bem como a cultura e os comportamentos decorrentes deste cenário, as livrarias devem estar preparadas para essas mudanças e por consequência delas redimensionar seus espaços, seus trabalhos, serviços e produtos, para assim acompanhar a evolução tecnológica disponível, principalmente voltada para um novo usuário cada vez mais conhecedor das tecnologias.

Portanto, é importante que a livraria seja bem gerenciada, idealizada como um espaço tradicional de leitura, pesquisa e extensão escolar, necessitando adaptar-se à sua clientela de maneira a suprir as necessidades, e o bibliotecário deve ter em mente que tem muito a oferecer nesse processo.

Foi visto no decorrer do texto a grande importância que a leitura desenvolve cognitivamente no processo intelectual do indivíduo, e como as livrarias podem ter participação significativa nessa estrutura. O quanto é fundamental enquanto profissional da informação, pensar em criar novas oportunidades de empregos, e como abrir esse aparato para outras estruturas.

É visível que se trata de um mercado amplo mundialmente, e ocupado por profissionais que não são Bibliotecários. Ou seja, visualizaram a oportunidade, e

montaram sua livraria. Do mesmo modo os responsáveis por essa disseminação da informação devem está à frente e já começarem a se mobilizar abrindo novos mercado e oportunidades. De acordo com (PESSOA, 2005, não paginado):

[...] perceber que o empreendedor é um agente de mudanças, onde quer que ele esteja, não somente quando criam novas empresas. Ser empreendedor é uma atitude, uma postura diferenciada diante das situações da vida. Assim, o empreendedor pode ser visto como um estado de espírito que motiva e impulsiona para sonhar e agir, para ser agente de mudança e de transformação e consciente do seu papel na comunidade. Ser empreendedor é desenvolver um potencial que todo ser humano possui, independentemente se a pessoa é um empresário ou não. Ser empreendedor é fundamental de qualquer maneira para se ganhar a vida, seja como empregado ou como dono de empresa. Ser empreendedor não é uma questão de talento só para alguns escolhidos; é uma qualidade em potencial que, ao contrário do que se pensa, é muito comum entre a população em geral e em determinadas culturas.[...].

Apesar das perspectivas economicas no País não serem tão viáveis, onde o fato empreender acaba tornando-se um risco, é importante a implantação do planejamento estratégico, plano de marketing, traçar metas, ter visão holística e disciplina para investir nesse mercado que só tem a crescer.

Desse modo, compreender que investir enquanto profissionais da Biblioteconomia no ramo de livrarias é uma grande oportunidade, pois atualmente as Livrarias trabalham de modo significativo, tanto as físicas ofertando outros produtos, como as virtuais fazendo associações e promoções de títulos relacionados por assunto, imagem e etc. O mostruário de um livro é mais que uma simples exposição de produto, enquanto na livrarias físicas as pessoas podem manusear, sentir a textura da folhas nas livrarias virtuais são disponibilizados informações completas sobre o autor e sua obra através de links que direcionam o comprador de acordo com seu perfil.

E empreender significa colocar em prática a criatividade, sendo viável que o Bibliotecário utilize a seu favor as ferramentas necessárias para esse empreendimento, aplicando estratégias de marketing e planejamento, fazendo pesquisa de campo para que possa conhecer o perfil desse usuário, suas necessidades, e quem sabe levar além do esperado a seu público, pois possui todas as características necessárias para isso. Sendo assim, chegou à vez dos Bibliotecários também expandirem mercados.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Marilu G. do. Associação nacional de livrarias. São Paulo: ANL. 2011. **Anais eletrônicos...**Disponível em: < http://anl.org.br/web/pesquisas_setor_livreiro.html> Acesso em: 01 out 2015.

BISPO, Santos Claudio dos e SOUZA, Diego de Jesus. Empreendedorismo e Inovação. Instituto Baiano de Ensino Superior. **Anais eletrônicos...**Bahia: IBES, Disponível em:<www.ibes.edu.br/aluno/arquivos/artigo_empreendedorismo_inovacao.pdf> Acesso em: 01 nov 2015.

CONTADOR, José Celso. Planejamento Estratégico: Recomendações sobre os ambientes externo e interno - São Paulo, v. 35, n. 2, 43-56. 1995. **Anais eletrônicos...**São Paulo: UNESP, Disponível em: < <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:XBWiIloC-FAJ:www.scielo.br/pdf/rae/v35n2/a07v35n2.pdf+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>>. Acesso 01 out 2015.

CORDEIRO, E. C. A, FIGUEIREDO, Filho e CORREA, Rh. Empreendedorismo nas bibliotecas universitárias. – São Paulo: SNBU. **Anais eletrônico...**Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:WAa4WGUrIrcJ:www.sbu.unicamp.br/snbu2008/anais/site/pdfs/2797.pdf+&cd=5&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>> Acesso em 03 nov 2015.

CAMPOS, Maria Luiza de. As 5 leis da Biblioteconomia e o exercício profissional. UFF. **Anais eletrônicos...**Disponível em: < <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:QFSQKhCODrUJ:bibliodata.ibict.br/geral/docs/260504.pdf+&cd=2&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>> Acesso em 03 nov 2015.

GARCIA, Glauca. Uma breve história dos livros – 23 jun 2010. **Anais eletrônicos...** Disponível em: < <http://www.saopauloantiga.com.br/uma-breve-historia-das-livrarias-paulistanas/>> Acesso em: 02 nov 2015.

ROCCO, Fraco Maria Thereza. A importância da leitura na sociedade contemporânea e o papel da escola nesse contexto – 1988 e 1989. **Anais eletrônicos...**São Paulo: USP, Disponível em: < https://www.google.com.br/?gws_rd=ssl#q=a+importancia+da+leitura+na+sociedade+contemporanea> Acesso em 02 nov 2015.

PESSOA, Eliana. Empreendedorismo uma questão de atitude - 8 de maio de 2005. **Anais eletrônico...**Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/empreendedorismo-uma-questao-de-atitude/10802/>> Acesso em 01 set 2015.

SILVA, Aparecida de Almeida. As livrarias como espaço de mediação de leitura. Rio Grande: Universidade Estadual de Londrina. **Anais eletrônicos...**Disponível em: < <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:dgCrRT4nYzkJ:www.brapi.pr.br/download.php%3Fdd0%3D9998+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>> . Acesso 01 set 2015.

SILVA, Natália Rodrigues. O bibliotecário mediante as novas tecnologias da informação e comunicação. In: ENCONTRO REGIONAL DOS ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO, CIÊNCIA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO, 17., 2014, Fortaleza. **Anais eletrônicos...**Fortaleza: UFC, 2014.

Disponível em:<

<http://www.erebdfortaleza2014.ufc.br/gt/GT3/O%20BIBLIOTEC%C3%81RIO%20ME DIANTE%20AS%20NOVAS%20TECNOLOGIAS%20DA%20INFORMA%C3%87% C3%83O%20E%20COMUNICA%C3%87%C3%83O.pdf.>>. Acesso em: 7 set. 2014.