



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM SECRETARIADO EXECUTIVO**

**EDLEIDE DA SILVA ARAÚJO
KAROLINY GONÇALVES DA SILVA**

**SECRETÁRIO EXECUTIVO: UM EMPREENDEDOR ATIVO NO MEIO
DIGITAL**

Recife-PE
2023

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM SECRETARIADO EXECUTIVO**

**EDLEIDE DA SILVA ARAÚJO
KAROLINY GONÇALVES DA SILVA**

**SECRETÁRIO EXECUTIVO: UM EMPREENDEDOR ATIVO NO MEIO
DIGITAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Secretariado Executivo.

Orientador(a): Prof^a Dra. Maria
Christianni Coutinho Marçal

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor.

Araújo, Edleide da Silva. Silva, Karoliny Gonçalves da.

Secretário Executivo: Um Empreendedor Ativo No Meio Digital / Edleide Da Silva
Araújo, Karoliny Gonçalves Da Silva. - Recife, 2023.

34 : il., tab.

Orientador(a): Maria Christianni Coutinho Marçal Trabalho de Conclusão de Curso
(Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais
Aplicadas, Secretariado Executivo - Bacharelado, 2023.

9,5.

1. Secretariado Executivo. 2. Empreendedorismo. 3. Empreendedorismo Digital. 4. Redes Sociais. I. Araújo, Edleide da Silva. II. Silva, Karoliny Gonçalves da . III. Marçal, Maria Christianni Coutinho. (Orientação). IV. Título.

650 CDD (22.ed.)

**EDLEIDE DA SILVA ARAÚJO
KAROLINY GONÇALVES DA SILVA**

**SECRETÁRIO EXECUTIVO: UM EMPREENDEDOR ATIVO NO MEIO
DIGITAL.**

Artigo aprovado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Secretariado Executivo, pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, por uma comissão examinadora formada pelos seguintes professores:

Prof.^a Dr.^a Maria Christianni Coutinho Marçal
Professor(a) Orientador(a)

Prof.^a Dr. Louis Guillaume Théodore Bueno Santos Martins
Professor(a) Examinador(a)

Prof.^a Msc.^a Stephane Alves de Albuquerque
Professor(a) Examinador(a)

Recife, _____ de _____ de 2023.

Nota: _____.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Estratégias utilizadas na criação de conteúdo atrativo para o público alvo..	29
Tabela 2 - Estratégias de marketing digital.....	30
Tabela 3 – Precificação.	32

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
1.1 Objetivo Geral	7
1.2 Objetivo Específico	7
2. REFERENCIAL TEÓRICO	9
2.1 Empreendedorismo e o Secretário Executivo	9
2.2 Conceitos do Empreendedorismo digital	13
2.3 Vantagens e Desvantagens do empreendedorismo Digital em Secretariado	16
3. METODOLOGIA	19
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE DADOS	20
4.1 Compreendendo o empreendedorismo a partir da vivência do Secretário Executivo	20
4.2 Empreendedorismo digital e o fazer Secretarial	25
4.3 Secretário Executivo atuante no Mercado Digital	31
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
REFERÊNCIAS	39

SECRETÁRIO EXECUTIVO: UM EMPREENDEDOR ATIVO NO MEIO DIGITAL.

Edleide Da Silva Araújo
Karoliny Gonçalves Da Silva

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo evidenciar como o profissional de secretariado executivo pode empreender no meio digital em um cenário global onde as empresas são motivadas exclusivamente pelo lucro. A importância desse estudo está em identificar como os secretários executivos podem empreender no meio digital e os meios utilizados para exercer os serviços secretariais através de ferramentas pela Internet mostrando as habilidades e desafios encontrados. Tal iniciativa justifica-se pela importância em contribuir com pesquisas para a área secretarial com ênfase na competência em empreendedorismo, uma vez que há um crescimento nos estudos nos últimos anos. Aliada a essas afirmações, foram utilizadas como principais fontes teóricas : Dornelas (2014), Pereira e Bernardo (2016), Borges e Borges (2018) . A pesquisa foi classificada como qualitativa e realizada um estudo de caso, cujos dados foram obtidos através de um questionário aplicado aos profissionais da área de Secretariado que já atuam no meio digital. Os principais achados mostram que , apesar dos desafios, empreender no meio digital pode ser uma oportunidade para os secretários executivos ampliarem suas carreiras e criar novas experiências de trabalho, além de, compreender que empreender no meio digital é uma oportunidade viável para secretários executivos, desde que estejam dispostos a enfrentar os desafios inerentes a este ambiente.

Palavras-chave: Secretariado Executivo. Empreendedorismo. Empreendedorismo digital. Redes sociais.

ABSTRACT

This work aimed to show how the executive secretarial professional can undertake in the digital environment in a global scenario where companies are motivated exclusively by profit. The importance of this study lies in identifying how executive secretaries can undertake in the digital environment and the means used to exercise secretarial services through Internet tools showing the skills and challenges encountered. This initiative is justified by the importance of contributing research to the secretarial area with emphasis on competence in entrepreneurship, since there is a growth in studies in recent years. Allied to these statements, the following were used as main theoretical sources: Dornelas (2014), Pereira and Bernardo (2016), Borges and Borges (2018). The research was classified as qualitative and a case study was conducted, whose data were obtained through a questionnaire applied to professionals in the area of Secretariat who already work in the digital environment. The main findings show that, despite the challenges, undertaking in the digital environment can be an opportunity for executive secretaries to expand their careers and create new work experiences, in addition to understanding that undertaking in the digital environment is a viable opportunity for executive secretaries, as long as they are willing to face the challenges inherent in this environment.

Key words: Executive secretary. Entrepreneurship. Digital Entrepreneurship. Social networks.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo digital é ter um negócio construído na internet, na qual o profissional pode gerir o seu empreendimento de qualquer lugar do mundo, desde que tenha acesso à internet. O alto número de pessoas iniciando seus negócios digitais, somando a fatores como profissionalização e o investimento em mídias para divulgação, mostra como o empreendedorismo digital está ganhando espaço no mercado.

Conforme se vê nos últimos anos, a área de Secretariado vem passando por mudanças impulsionadas principalmente pela transformação no avanço digital e evolução tecnológica. Por sua vez, o profissional de secretariado executivo ao longo de sua trajetória desenvolveu grandes conquistas ocorridas na área secretarial, por meio de uma postura comprometida na atuação profissional no mercado de trabalho. Além de utilizar as novas ferramentas tecnológicas e dominar as técnicas, hoje o profissional de secretariado trabalha acompanhando as transformações no mundo digital. Esse profissional mudou e, hoje, observa-se que ele atua como um crescente empreendedor presente em diversos segmentos digitais, que corresponde a uma nova forma de estruturação do trabalho emergindo como uma oportunidade de atuação secretarial. Diante do exposto entende-se que o secretário é um profissional que atua de forma empreendedora desenvolvendo atividades inovadoras e específicas da área, visando identificar as transformações ocorridas no âmbito do trabalho em um contexto digitalizado.

De todo modo, o empreendedor digital busca oportunidades de negócios considerando recursos digitais. Dispõe de uma busca incessante por inovações com, riscos calculados na intenção de obter renda, reconhecimento e expansão no mercado, engloba mudanças de serviços físicos em serviços digitais. Partindo dessa explanação, este trabalho levanta o seguinte problema: Como o profissional de secretariado executivo pode empreender no meio digital?

Com base nesse questionamento, este trabalho busca identificar as características de competência empreendedora associada ao uso de ferramentas digitais e como os profissionais de secretariado têm desenvolvido o empreendedorismo digital. Desta forma, observar dentro do cenário atual a posição empreendedora mais a evolução digital sendo o secretário um agente de mudanças nas organizações.

Portanto, como objetivo, o presente trabalho visa evidenciar como o profissional de secretariado executivo pode empreender no meio digital em um cenário global onde as empresas são motivadas exclusivamente pelo lucro. Além disso, há uma complexidade entre o impacto social, sustentabilidade financeira, avanço do crescimento digital e o papel da internet junto às organizações.

Como objetivos específicos, busca-se:

1. Realizar leituras sobre a compreensão empreendedora do Profissional de Secretariado Executivo;
2. Realizar um levantamento junto aos periódicos da área, como o empreendedorismo digital vem sendo articulado ao fazer secretarial;
3. Identificar como os secretários executivos atuam no mercado digital.

Além disso, uma pesquisa realizada com mais de 5 mil empresas, pelo site de hospedagem HostGator, revelou que mais de 50% das empresas passaram a investir no meio digital durante a pandemia. Desses, mais de 60% perceberam uma crescente nas vendas. A pesquisa aponta que 28% dos negócios, sendo parte ou o todo, migraram para o ambiente digital durante o período da covid-19. No período de isolamento, mais de 40% tiveram aumento nos acessos de seus sites e meios digitais de venda. A mesma pesquisa mostra que 97% das empresas têm presença online, onde 65% atuam de forma totalmente digital e 32% ainda alternam entre físico e on-line (híbrido). No levantamento realizado pela HostGator é possível verificar tendências para o setor: mais de 60% dos pesquisados pretendem aumentar o investimento no formato digital e apenas 7% planejam diminuir. A pesquisa realizada pela HostGator confirma o presente fato discutido nesse trabalho, o ambiente digital é hoje um, se não o mais, rentável ambiente para se trabalhar, o meio digital cresceu exponencialmente durante o período da pandemia do covid-19. E tem dado bastante resultados positivos como mostra os dados da pesquisa, corroborando assim para a seguinte afirmação, o secretário executivo pode empreender de forma ativa no meio digital e obter sucesso. O Home Office também foi outra mudança importante no comportamento das organizações nestes últimos tempos. Em alguns casos, sua adoção foi praticamente forçada por causa do período mais intenso de pandemia. As empresas precisaram mover seus escritórios para a casa dos colaboradores e depois, para manter a

eficiência, adotaram técnicas e ferramentas para digitalização do negócio, como a utilização de icloud, ferramentas para automação de escritório, de processos, ferramentas de comunicação, entre outras.

Devido a essas mudanças após a pandemia, observou-se o importante conhecimento e desenvolvimento profissional, nesse segmento. Em meio ao cenário atual, o empreendedorismo digital influencia na forma de atuar do Secretário Executivo nas organizações.

Contudo, não há fronteiras geográficas com relação ao atendimento, sendo *e-commerce* ou vendas de cursos ou serviços, essa pesquisa visa ajudar profissionais a compreender o potencial do marketing digital para os negócios e trazer a percepção das grandes possibilidades que estão disponíveis, assim como abrir a mente para o empreendedorismo aos profissionais de Secretariado Executivo.

REFERENCIAL TEÓRICO

Muitos Secretários Executivos almejam ser donos do próprio negócio, mas para isso, esse profissional precisa desenvolver características empreendedoras. No tópico a seguir serão abordados autores empreendedores correlacionados à área profissional de secretariado executivo. Ademais será apresentado o levantamento teórico que servirá de embasamento para a construção da pesquisa. Constitui-se de um espaço com teorias, contendo um aparato dos tópicos estudados, que reúne os conhecimentos necessários para que seja possível realizar a interpretação dos dados, criticar a realidade, analisar os assuntos de forma objetiva possibilitando, assim, obter conclusões acerca do tema (MICHEL, 2015).

1. Empreendedorismo e o Secretário Executivo.

Ser empreendedor é uma competência secretarial que vem se tornando, ao longo dos tempos, indispensável no mercado de trabalho. Se tornar proprietário e dono do seu próprio negócio, está sendo o alvo de muitos profissionais. Conforme o Código Civil Brasileiro (2011, p. 126), considera-se empresário “quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços”. O empreendedorismo estimula positivamente a economia do país, além de criar novas fontes de sustento aos trabalhadores.

O termo empreendedorismo tem sua origem da palavra francesa *entrepreneur*, e tem como significado “aquele que está entre ou intermediário” (HISRICH e PETERS, 2004, p. 26). Esse termo foi utilizado por Jean Baptiste Say, um economista do século XIX, em um dos seus estudos dando a ideia de uma pessoa que consegue transferir recursos de um lugar com baixa produtividade para um com maior produtividade.

As características empreendedoras podem e são desenvolvidas em sociedade e podem ser aprendidas e aperfeiçoadas com o passar do tempo. O profissional de secretariado não nasce com algumas qualidades específicas, tais como, criatividade, proatividade ou flexibilidade como se pensava antigamente.

Para Soledade (2015, p.30) “A capacidade de empreender está relacionada às características do indivíduo, aos seus valores e modo de pensar e agir.”

Sendo assim, traz uma reflexão importante sobre a habilidade de empreender, ao destacar que a capacidade de empreender está diretamente relacionada às características do indivíduo, nos leva a pensar que empreender é muito mais do que dominar técnicas e habilidades específicas. É preciso que o empreendedor tenha valores sólidos e uma maneira de pensar e agir alinhada com o mundo dos negócios. Dessa forma, a capacidade de empreender torna-se uma questão de personalidade e formação humana, que vai além do conhecimento adquirido.

Para Soledade (2015, p.31) É aquele que tem um espírito livre, aventureiro, capaz de gerar inovações tecnológicas, capaz de criar novos mercados, superar a concorrência e ser bem-sucedido nos negócios, assumindo os riscos do empreendimento. É o agente transformador da economia, o motor do crescimento.

Dessa forma, ao mencionar que o empreendedor tem um espírito livre e aventureiro, sugere-se que esse indivíduo é inovador e criativo, buscando novas oportunidades em vez de se contentar com o status quo. Além disso, destaca-se a importância da inovação tecnológica para o empreendedorismo, bem como a capacidade de criação de novos mercados e a habilidade de superar a concorrência. Com isso, o empreendedor deve ser capaz de assumir riscos, o que sugere que o empreendedorismo é um campo no qual a coragem e a confiança são valores fundamentais. No geral, empreender é uma força vital na economia, impulsionando novas ideias, empregos e oportunidades.

Segundo o GEM (2020-2021), começar um negócio é a consequência da relação através de um indivíduo que vê uma situação de negócio e sua aptidão própria para operar juntamente a situação, incluindo seu interesse, autoconfiança e habilidades assumidas, todas definidas incluso das condições no ambiente onde está inserida.

Observar as oportunidades de negócios irá originar o interesse e o intuito que se quer atingir junto a ele. Os tipos básicos de motivação para empreender conforme o GEM (2010) são: (1) empreendedores por oportunidades, motivados pela possibilidade de investimento de um nicho de mercado em potencial; (2) empreendedores por necessidade, motivados pela escassez de empregos no mercado de trabalho.

Independentemente do modelo e interesse que levam um indivíduo a empreender e se tornar um empreendedor de êxito é essencial uma análise

interdisciplinar, que irá propiciar ao profissional em Secretariado Executivo definir princípios em todas as áreas que envolvem o empreendimento.

Para Salim (2010, p. 33) A atitude empreendedora está relacionada à ação e a postura estabelecida, é algo que se aprimora e exercita ao passo que vai sendo praticada de forma a ser associada à racionalidade à vontade. Já o comportamento empreendedor é algo racional e imaginário que ocorre constantemente, mas pode ser burlado de alguma forma a sua racionalidade..

Diante disso, destaca a importância de distinguir entre a atitude empreendedora e o comportamento empreendedor. A atitude empreendedora é a disposição para agir e mudar, enquanto o comportamento empreendedor é a forma como pensamos e agimos de forma a alcançar objetivos empreendedores. Ambos estão relacionados e são importantes para o empreendedorismo. É interessante observar que nem sempre as ações que tomamos são completamente racionais, e que podemos ser influenciados por fatores externos ou internos que podem nos levar a tomar decisões que não são as mais adequadas para o sucesso do negócio.

Portanto, é fundamental para o empreendedor estar sempre atento tanto à sua atitude empreendedora quanto ao seu comportamento empreendedor, buscando constantemente aprimorar e exercitar esses aspectos, a fim de alcançar o sucesso nos negócios e estar consciente dos riscos e limitações do comportamento empreendedor, a fim de minimizar os efeitos de possíveis influências negativas.

Não há uma fórmula preestabelecida para identificar um empreendedor, pois essa caracterização consiste em uma junção de características e habilidades. De acordo com Dornelas (2014), não existe um perfil concreto para ser empreendedor, mas há a possibilidade de traçar as motivações que o levam a empreender.

Para Salim (2010, p. 32) A vontade é a capacidade de agir deliberadamente em busca de um desejo, uma das características mais marcantes dos seres humanos. “Atitude empreendedora consiste em empreender como trajetória escolhida para sua vida, por sua convicção racional, por seu sentimento, sua vontade, mas não algo imposto ou recomendável”).

Para Salim (2010, p. 33) A atitude empreendedora é coligada a determinados termos ou caráter, nos quais são encontradas nos empreendedores: “Assumir posições; estabelecer uma meta; tomar iniciativa; buscar conhecimento; saber escolher; ser corajoso; seguir sua decisão; ser determinado; ser perseverante e ser proativo”.

Uma das principais vantagens da atitude empreendedora é que ela permite ao indivíduo tomar a iniciativa de buscar o sucesso, em vez de esperar que as oportunidades apareçam ou de se contentar com o ambiente atual. Além disso, essa atitude oferece uma grande dose de resiliência, pois os empreendedores estão dispostos a enfrentar todas as dificuldades e desafios que possam surgir no caminho rumo ao sucesso. No entanto, é importante ressaltar que a atitude empreendedora não é uma característica inata, mas sim algo que pode ser desenvolvido e aprimorado ao longo do tempo, por meio de um trabalho de conscientização e treinamento. É fundamental, portanto, que os secretários executivos interessados em empreender busquem informações, apoio e incentivo para desenvolver a sua atitude empreendedora, e assim maximizar suas chances de sucesso.

Portanto, o Secretário Executivo empreendedor exerce grande influência no meio profissional no qual está inserido, assim como também é transformado pelo avanço social, econômico do ambiente. Habilidades inovadoras e criativas ampliam a competência empreendedora do profissional em secretariado, com fatores positivos agregados ao fazer secretarial e ao ambiente no qual atua.

Sobre o tema não existe um consenso entre os autores no assunto, existe uma relação que evolui na humanidade socialmente e economicamente.

Para Bernardo (2016, p. 298) Alguns autores, as dificuldades encontradas a respeito da definição de empreendedorismo são decorrentes da distorção de conceitos divulgados principalmente pela mídia e pelo senso comum.

De fato, muitas vezes a ideia de empreendedorismo é associada exclusivamente à criação de novos negócios ou startups inovadoras. No entanto, essa visão estreita não reflete a diversidade e a complexidade do empreendedorismo em si, que pode se manifestar em uma grande variedade de contextos, setores e atividades. O empreendedorismo também é muitas vezes confundido com outras concepções, como autoemprego, inovação ou espírito empreendedor. Embora esses conceitos estejam relacionados ao empreendedorismo, eles não são idênticos e não devem ser tratados como sinônimos. É importante, portanto, que os autores e pesquisadores adotem uma abordagem mais abrangente e precisa ao definir o que é empreendedorismo, levando em conta sua complexidade e diversidade. Isso contribuirá para uma compreensão

mais adequada do fenômeno e para a captação de sua relevância para o desenvolvimento econômico e social.

Segundo os autores há várias características empreendedoras que se relacionam com o indivíduo e a sociedade. Dornelas (2001, apud Teixeira et al. 2011), enxerga as características de um empreendedor como um indivíduo visionário, que consegue compreender as oportunidades antes que ela se apresenta frente a ele, sabe conquistar as decisões, apaixonado no que faz, lidera com preceito, devoção e originalidade. Dolabela (1999 apud Teixeira et al. 2011) enfatiza as características do empreendedor por haver iniciativa, segurança, otimismo, necessidade de satisfação, desenvolve muitas vezes um serviço solitário, aprende com os erros, persistente no alcance de metas e empenhado. Associa à conduta do empreendedor a busca de novas oportunidades, exigente com a habilidade e produtividade, assume riscos calculados, informado, planeja e monitora sistematicamente. Busca network para alcançar as melhores negociações, positivo, corre atrás da liberdade em seus atos. Acredita que o crescimento do empreendedor é gradativo e que não pode ser mensurado com precisão. Fillion (1999 apud Pereira; Bernardo 2016), define como características marcantes do empreendedor o potencial inovador, a habilidade de determinar e alcançar seus objetivos, está a frente do seu tempo, um visionário que está acessível a feedback de atuação e aprende com os erros.

Com essa visão, o empreendedorismo nasce da inclinação do empreendedor em distinguir oportunidades atrativas, de necessidades a determinado público. Vem da opinião que a sociedade humana é um organismo vivo que nasce, cresce, desenvolve e morre, mas o empreendedor jamais se extinguiu, se adapta e se reinventa para a atualidade de cada época da sociedade.

2 Conceitos de empreendedorismo digital

A internet teve suas raízes iniciais na década de 60 pelos norte-americanos (Estados unidos da América), projeto desenvolvido pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos com o intuito de descentralização no armazenamento de informações, principalmente pelo momento de guerra em que viviam (Guerra Fria), para evitar que em um ataque nuclear as informações fossem perdidas.

Para Bernardo (2016, p.21) A Internet é um meio de comunicação que permite a troca de informações a qualquer momento entre pessoas de diferentes locais e seu uso expande-se cada dia mais e gera mudanças em âmbito cultural, social, econômico e político.

Para Bernardo (2016, p.21) No Brasil, a Internet teve uma maior expressão a partir da década de 1990, por meio de incentivos do governo federal, Ministério das Comunicações e do Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação.

A digitalização e virtualização dos meios de comunicação viabilizados pelo desenvolvimento de tecnologias digitais vêm ampliando largamente o acesso dos usuários a informações, gerando uma grande produção de conteúdo, estreitando a interação dos indivíduos, o que cria novas oportunidades de socialização e novas visões de negócios (BUENO, 2015).

Segundo Gusmão (2018), “o empreendedorismo digital é um modelo de negócios que tem a sua base comercial no ambiente on-line”. Este ambiente nasceu após o surgimento da internet, na década de 60, uma ferramenta que antes era utilizada apenas para comunicação militar. Após o incremento de inovações, atualmente possibilita a troca de informações entre diferentes pessoas, de diversos locais do mundo, e possibilita transformações como a criação de negócios no ambiente virtual (PEREIRA; BERNARDO, 2016).

Assim, existe uma atenção de muitos voltados à era digital alcançada nas últimas décadas. Com isso há uma preocupação política com a propagação da introdução digital, o que impulsiona o acesso à telecomunicação, baixando os valores dos celulares e computadores, além de progredir para que todos se conectem a uma rede de internet.

Limeira (2007, apud Pereira; Bernardo, 2016), relata que o mundo está interconectado por esse ambiente de informação que é a internet, que apesar da distância aproxima as pessoas, de forma rápida e mais econômica. E o empreendedorismo é conceituado por Schumpeter (1883-1950, apud Pereira; Bernardo, 2016), como inovação tecnológica, a força que a internet proporciona, aliado a intuição visionária do empreendedor abre oportunidades para o negócio digital.

Para Oliveira (2019, p. 04) A maior consequência do crescimento acelerado da internet foi o empreendedorismo digital, o qual ocorre quando

o empreendedor busca novas oportunidades pela internet. Dessa forma, é através dos meios digitais que ele obtém seu lucro .

No entanto, as empresas que conseguem utilizar as ferramentas digitais de maneira efetiva conseguem tomar decisões mais rápidas e assertivas, com maior precisão e objetividade. Além disso, a capacidade de lidar com grandes volumes de dados, integrar processos ao longo de toda a cadeia de produção e atender às necessidades dos clientes de forma personalizada e ágil são outras vantagens significativas que podem ser alcançadas com a transformação digital.

Com isso é importante destacar que a utilização de ferramentas digitais não é garantia de sucesso. É preciso que as empresas também tenham uma visão estratégica clara e coerente, com um planejamento sólido e eficiente para implementar as mudanças necessárias para a transformação digital. Portanto, as empresas que conseguirem utilizar as ferramentas digitais de forma estratégica, integrada e eficiente provavelmente terão mais chances de sucesso nos próximos anos, mas é fundamental que estejam cientes de que a transformação digital é um processo contínuo, que requer investimento, capacitação e adaptação constante.

Para Bernardo (2016, p. 11) O comércio via Internet está entre os dez setores empresariais mais atrativos para os futuros empreendedores. Um dos motivos é o fato de o investimento ser relativamente mais baixo se comparado à criação de uma empresa física; ao mesmo tempo, deve ser dada atenção à acirrada concorrência dos grandes varejistas virtuais, pois se a empresa não conseguir atrair clientes para sua loja virtual dificilmente conseguirá se manter no mercado.

Desta forma, com a modalidade de lojas virtuais (e-commerce) em ascensão deu início ao empreendedorismo digital, inicialmente por empresas e redes de lojas renomadas no mercado, porém a micro e pequenas empresas enxergando potencial mercado que a web proporciona tem fomentado seu faturamento e impulsionado a economia.

Sendo assim, com a ascensão da Internet, a forma de se comunicar foi completamente reinventada tanto em diversidade de canais de comunicação, com sites e aplicativos de troca de mensagens, como no menor custo e na rapidez que a informação é transmitida de um lugar para outro (SALDANHA; TONTINI, 2017). Nesse contexto, o empreendedor deve estar antenado a essa realidade, devendo levar em conta as tendências e observar o que está sendo desenvolvido no mercado em que

atua, sempre considerando as mudanças globais que ocorrem na política, economia e tecnologia (LIMA *et al.*, 2016).

3 Vantagens e Desvantagens do empreendedorismo digital em secretariado

No tocante aos empreendedores, estudos sugerem que empresas pequenas e novas falem devido a deficiências de conhecimento gerencial e financeiro, práticas elementares para a manutenção de um negócio. Um exemplo dessa afirmativa amplamente citado é o trabalho de Thornhill e Amit (2003). Em uma análise de 339 falências de empresas canadenses, eles encontraram como principais causas as falências de empresas novas, a falta de conhecimentos em finanças, marketing, operações, entre outros; e uma estrutura de capital desbalanceada ou ainda, pouca capitalização do empreendimento. A falência de um empreendimento é um dos muitos desafios que o empreendedor enfrenta para obter sucesso profissional e a adoção de práticas gerenciais influencia positivamente na sobrevivência de novas empresas. No Brasil, o Sebrae desempenha importante papel na formação e na divulgação desse perfil de cultura empreendedora. Define cultura empreendedora como o “complexo de crenças, valores, conhecimentos, articulação de ideias e padrões de comportamento, condicionado por características pessoais, pela cultura e pelo ambiente, caracterizando a interferência criativa e realizadora do meio, em busca de ganhos econômicos e sociais” (SEBRAE, 2007).

Segundo Oliveira(2019, p. 05) No decorrer das décadas o empreendedorismo tem desempenhado um importante papel no crescimento econômico, visto que é responsável pelo aumento significativo de produtos e serviços disponibilizados no mercado, além de gerar um grande número de empregos.

De fato, empreendedores criam empresas e iniciativas que introduzem inovação, competição e diversidade no mercado, impulsionando a economia. Eles são capazes de identificar oportunidades de negócios e desenvolver soluções criativas e eficientes para as demandas do mercado. Além disso, o empreendedorismo também é um importante agente de desenvolvimento social.

No entanto, é importante lembrar que o sucesso do empreendedorismo depende de uma série de fatores, incluindo a capacidade de gestão do empreendedor, as condições do mercado e do ambiente econômico, além de políticas públicas que

apoiem e incentivem o empreendedorismo. Portanto, o empreendedorismo é um importante motor para o crescimento econômico e social, mas é fundamental que seja incentivado e apoiado de forma adequada para que possa atingir todo o seu potencial e contribuir para um futuro mais próspero e equitativo.

A revolução digital transformou o mundo, essa transformação tem sido vivenciada por profissionais de todas as áreas que envolvem produtos ou serviços. Desenvolve-se assim o empreendedorismo digital e o surgimento de novas formas de negócio com inovações e conhecimento para ganhar o mundo. O Empreendedorismo digital tem ajudado a flexibilizar as atividades secretarias, como assessoria, consultoria, além de, impulsionar o crescimento das organizações. A empregabilidade tem crescido e o consumo de serviços e produtos ampliados. Além disso, o e-commerce é um dos ramos de iniciativa no mundo atual que mais crescem e movimentam a economia familiar e nas organizações, com aumento das autonomias financeiras.

Uma pesquisa realizada pela FGV (2009) aponta que as compras feitas no Brasil em 2008 pela internet foram de 193 bilhões de dólares, comparando com 2007 houve um acréscimo de 13% no valor das compras com alteração na forma em que os serviços e gestão administrativa foram conduzidos. A tecnologia modificou práticas secretarias, uma nova habilidade de atendimento surgiu e as organizações têm ganhado mercado. A oportunidade de atingir o que antes era inatingível, uma vitrine para exposição de sua marca no mundo, uma carteira de cliente ampla, baixo custo de infraestrutura e mão de obra, autonomia para tomada de decisão e potencial de lucro. As facilidades e benefícios são inúmeros para o secretário ou secretária empreender no digital, e divulgar por meio da internet produtos e serviços com preços baixos.

Para Borges e Borges (2018) uma vantagem que o mercado digital trás para o profissional que quer investir nessa área é a autonomia, pois permite que o profissional possa focar na sua carreira e tenha um melhor desempenho, como desvantagem é destacada a alta concorrência já que esse nicho de mercado tem crescido bastante.

Através da internet, os clientes podem ter acesso às mais variadas opções de serviços utilizando os recursos digitais, além de poderem pesquisar, comparar preços e atributos de uma empresa para a outra, podendo assim, fazer a melhor escolha.

Contudo para enfrentar alguns desafios, será necessário qualificação do profissional em Secretariado, por isso, está sempre em atualização de conhecimento é essencial, manter-se atualizado sobre temas em assessoria, gestão, consultoria e empreendedorismo nesse cenário globalizado é papel fundamental para se manter no mercado de trabalho.

Segundo Oliveira(2019, p. 04) As empresas que terão sucesso na próxima década serão aquelas que utilizam ferramentas digitais para reinventar sua maneira de trabalhar. Essas empresas tomarão decisões com rapidez, atuarão com eficácia e irão atingir direta e positivamente seus clientes.

O profissional de Secretariado que pretende seguir carreira na área empreendedora em um meio digital tem grandes chances de obter êxito, pois, a tecnologia tem sido um grande aliado na captação de clientes e propagação de serviço/produto, um profissional com perfil empreendedor tem qualidades que, quando devidamente combinadas, permitem que ele transforme uma ideia simples em algo que traga resultados de mercado tangíveis e lucrativos.

METODOLOGIA

Para começo dessa pesquisa, foi necessário alicerçar e ampliar os conceitos do Secretariado e empreendedorismo digital e desvendar como essa nova perspectiva de trabalho tem sido vista pelo mercado. A pesquisa é classificada como qualitativa de caráter exploratório, mediante de estudo de caso, com o objetivo de oferecer maior intimidade com o tema abordado, demonstrando atuação e características individuais dos profissionais. Para melhor exemplificar as pesquisas qualitativas é importante citar as observações do Prof. Antônio Raimundo dos Santos:

Para Santos (2000, p. 30)... Quantitativa é aquela pesquisa onde é importante a coleta e a análise quantificada dos dados, e, de cuja quantificação, resultados automaticamente apareçam. Qualitativa é aquela pesquisa cujos dados só fazem sentido através de um tratamento lógico secundário, feito pelo pesquisador...

Apesar da pouca informação sobre o assunto, a pesquisa inclui investigação bibliográfica e pesquisa de campo, levando conhecimento as pesquisas posteriores que serão desenvolvidas. Buscou trazer à tona um ponto atual onde foi executado um levantamento com informações gerais do trabalho das profissionais de secretariado em empreender no âmbito digital, cuja atuação se deseja conhecer.

Os instrumentos de coleta foram questionários enviados via *e-mail*, aplicativo *WhatsApp* e *Instagram*. As secretarias receberam através do Instagram o *link* do questionário no espaço destinado a mensagens privadas, outras nos direcionaram a *link* na biografia do Instagram no qual nos conectava diretamente ao *WhatsApp* e outras através de e-mail. Os questionários ficaram disponíveis no período de 17/03/2023 a 20/03/2023 para visualização.

Esses questionários foram compostos de 05 perguntas abertas e 19 perguntas fechadas para uma quantidade de 11 Secretárias executivas residentes em diferentes regiões do Brasil, todas do sexo feminino com idade entre 24 e 44 anos, com experiência na área e conhecimento de mercado, além de, empreenderem no meio digital como assistente, consultora, empreendedora e gestora executiva, para empresas, pessoas físicas em seus compromissos, e profissionais liberais, através da inovação em empreender com atividades secretariais e suas competências.

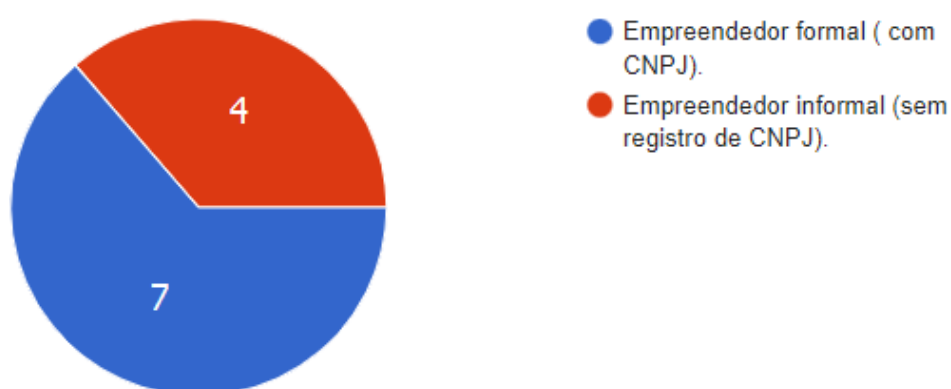
Dessa forma, a seguir são apresentados esses resultados.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DE DADOS

O questionário conta com 23 questões, onde optou-se por reconhecer as participantes pela letra SEC (secretária executiva), seguido do algarismo de ordem referente a cada um do correspondente (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 e 11) para resguardar a identidade das participantes.

1 Compreendendo o empreendedorismo a partir da vivência do Secretário Executivo.

Inicialmente, procurou - se entender qual o regime de atuação das secretarias que empreendem na Internet o seu negócio ou empresa. Onde 4 das 11 secretarias¹ informaram que atuam informalmente, sem o registro de CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas), já 7 das 11² secretarias são registradas formalmente com CNPJ. Os resultados mostram que a forma de trabalho formal com CNPJ é uma preferência entre os profissionais de secretariado para início do trabalho no mercado digital.



Foi observado também através do questionário que 5 das 11 secretarias³ já atuam no mercado digital em um período entre 2 a 4 anos, 2 das 11 secretarias⁴ atuam entre 0 a 6 meses, 1 das 11 secretarias⁵ atua entre 6 meses a 1 ano, já 2 das 11 secretarias⁶ atuam há mais de 5 anos. Considerando que o aumento no mercado digital

¹ sendo elas: SEC1, SEC2, SEC3 e SEC4

² sendo elas: SEC5, SEC6, SEC7, SEC8, SEC9, SEC10 e SEC11

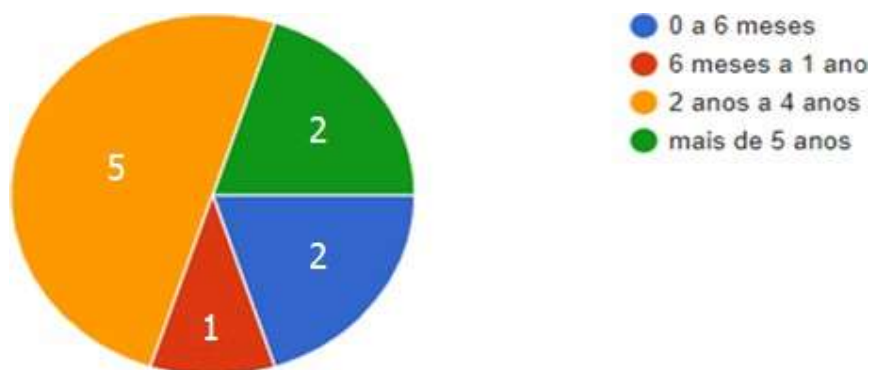
³ sendo elas: SEC1, SEC2, SEC3, SEC4 e SEC5

⁴ sendo elas a SEC6 e a SEC7

⁵ sendo ela a SEC8

⁶ sendo elas a SEC9 e a SEC10

é uma das consequências da Pandemia da covid 19, esse crescimento nos três últimos anos está relacionado às novas formas de visão de mercado mundial pós-pandemia.



Segundo Silva e Oliveira sobre o comércio digital:

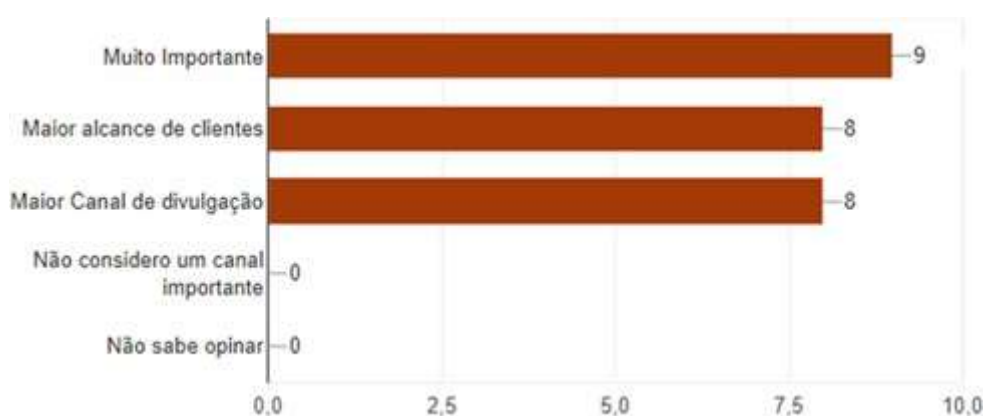
Dessa forma, nota-se que o uso do comércio eletrônico tem se intensificado no Brasil e apresenta um número crescente de consumidores adeptos a essa modalidade de compra online, ajudando a fortalecer a economia nacional (SILVA; OLIVEIRA, 2019).

Recentemente, o novo panorama imposto pela pandemia global do COVID-19 fez com que o comércio eletrônico se expandisse ainda mais. Com o fechamento de diversos estabelecimentos, imposto pelas autoridades locais, muitos consumidores mudaram o canal de vendas que utilizavam. O mercado digital tem crescido bastante e é um dos meios de trabalho mais procurado atualmente, a pandemia teve grande influência para que essa parte do mercado tivesse mais visibilidade e o profissional de secretariado também tem aproveitado essa abertura para captação de clientes e propagação de seus serviços.

Com a tecnologia surgiram inúmeras possibilidades de empreender na área de secretariado executivo. Através da Internet, revelou a possibilidade de reinventar o ser humano com inovação e criatividade, em menos tempo e mais velocidade. Contudo, procurou-se saber das secretarias, qual a importância das redes sociais para o seu empreendimento digital.

Considerando este crescimento, cada vez mais as organizações estão solicitando colaboradores nessa nova era inteligente de negócio. De acordo com a abordagem da pesquisa a maioria das secretarias consideraram muito importante o uso

das redes sociais para os seus negócios, as SEC1, SEC2, SEC3, SEC4, SEC5, SEC6, SEC7, SEC8, SEC9 e SEC10, sendo um total de 10 secretárias, consideram importante as redes sociais pois levam a um maior alcance de clientes, já as SEC1, SEC2, SEC3, SEC4, SEC5, SEC6, SEC8 e SEC11, sendo um total de 8 secretárias, consideraram importante as redes sociais pois ela permite maior alcance de clientes, por fim as SEC2, SEC3, SEC4, SEC5, SEC6, SEC7, SEC8 e SEC11, sendo um total de 8 secretárias, também consideram importante as redes sociais pois elas permitem um maior canal de divulgação para seu empreendimento. No entanto, quando questionado se a Internet seria a única forma de divulgar os seus serviços secretariais, obteve-se as seguintes respostas: 8 das 11 secretárias⁷ não utilizam apenas a Internet para divulgação dos seus serviços, porém 3 das 11 secretárias⁸ utilizam unicamente a Internet para divulgar os seus serviços.



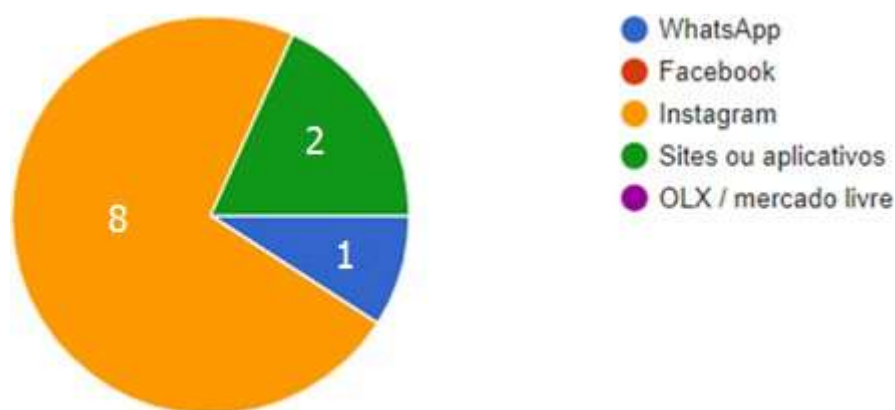
No entanto, a Internet surgiu para ajudar a flexibilizar melhor os projetos e atividades, viabilizando soluções práticas às demandas propostas pelos gestores nas organizações. Estas ferramentas vêm sendo utilizadas como canal de venda e divulgação de produtos, principalmente se tratando das redes sociais, que se tornaram as principais formas de atingir facilmente um grande número de pessoas em pouco tempo e com menores custos.

A partir das informações colhidas, é possível perceber que são usadas pelas secretárias meios de comunicação para auxiliar os profissionais em Secretariado a trabalhar com mais produtividade, tornando o trabalho à distância uma possibilidade

⁷ sendo elas as SEC2, SEC3, SEC5, SEC6, SEC7, SEC8, SEC10 e SEC11

⁸ sendo elas as SEC1, SEC4 e SEC9

de empreender no digital. Além de utilizar ferramentas que facilitem a comunicação e divulgação dos serviços, nesse contexto, foi perguntado qual ou quais veículos digitais elas utilizam para comercializar seus serviços. Ferramentas como, *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, *sites* ou *aplicativos*, *olx/mercado pago* foram expostas como alternativas. Porém o Instagram surgiu com maior porcentagem na pesquisa onde 8 das 11 secretarias⁹ votaram. Das 11 entrevistadas, 2 secretárias¹⁰ optaram por sites e aplicativos e a SEC10 considera o *WhatsApp* um veículo de maior divulgação para comercializar seu serviço.



O número de usuários nas redes sociais aumenta a cada dia, e as empresas que as utilizam podem se destacar no mercado criando conteúdos e campanhas que atendam às necessidades de seus clientes, fomentando relacionamentos positivos. À medida que aumenta o número de pessoas com acesso a smartphones e conexões à Internet, mais pessoas também estão usando sites de mídia social. No momento, a plataforma de mídia social mais proeminente é o Instagram, fundado por Kevin Systrom e Mike Krieger. Ele permite que os usuários compartilhem imagens, vídeos, mensagens e histórias e provou ser uma boa opção para empresas que buscam se destacar online com seus produtos e conteúdos criados especificamente para a plataforma.

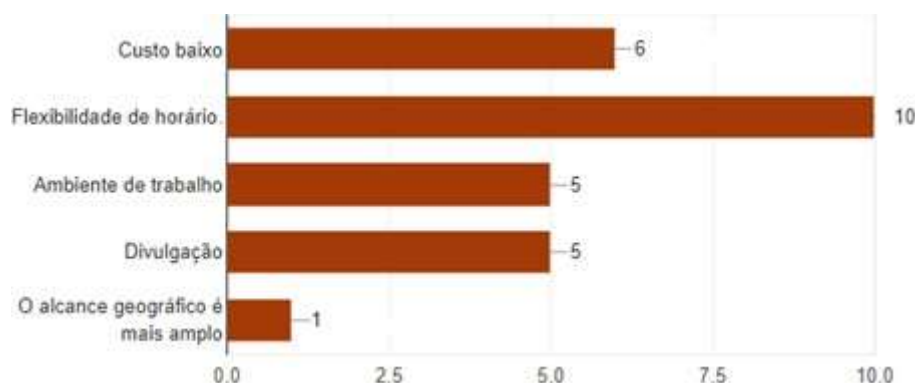
Procurou-se saber das participantes o que elas avaliam como benefício para ter escolhido empreender no meio digital, podendo elas responder mais de uma alternativa. Assim obtivemos, 6 das 11 secretarias¹¹ responderam que um dos

⁹ sendo elas, SEC1, SEC2, SEC4, SEC5, SEC7, SEC8, SEC9 e SEC11

¹⁰ sendo elas a SEC3 e a SEC6

¹¹ sendo elas: SEC1, SEC2, SEC3, SEC4, SEC5 e SEC6

benefícios era o baixo custo para o seu empreendimento, 10 das 11 secretarias¹² responderam que a flexibilidade de horário é um dos benefícios para empreender no meio digital, 5 das 11 secretarias¹³ responderam que o ambiente de trabalho remoto é considerado um benefício, por fim, 5 das 11 secretarias¹⁴ responderam que a forma de divulgação dos seus serviços no meio digital é uma benefício. A SEC4 faz uma anotação pessoal sobre um dos benefícios de empreender no meio digital, informando que para ela: O alcance geográfico é mais amplo. Como a alternativa mais respondida foi a flexibilidade de horário é importante observar que esse é um modelo de gestão de carga horária que permite mais autonomia ao profissional onde o mesmo consegue administrar seu tempo da maneira que mais lhe convier, conseguindo ajustar sua carga horária levando em conta suas necessidades pessoais, proporcionando um equilíbrio maior entre vida profissional e vida pessoal.



No que se refere às desvantagens, das 11 secretárias 3¹⁵ consideraram como desvantagem de empreender no meio digital, a margem de lucro baixa, 4 das 11 secretarias¹⁶ consideram a dificuldade de se relacionar com o cliente umas das desvantagens no ambiente digital e por fim 7 das 11 secretarias¹⁷ consideram a alta concorrência uma grande desvantagem. As SEC2 e SEC5 trazem seu ponto de vista pessoal a respeito das desvantagens para elas de empreender no meio digital, para a SEC2: O profissional de secretariado executivo que empreende no mercado digital não é reconhecido da maneira que deveria, já para a SEC5: As atualizações constantes dos

¹² sendo elas: SEC1, SEC2, SEC3, SEC4, SEC5, SEC6, SEC7, SEC8, SEC9, SEC10

¹³ sendo elas : SEC1, SEC2, SEC3, SEC4 e SEC7

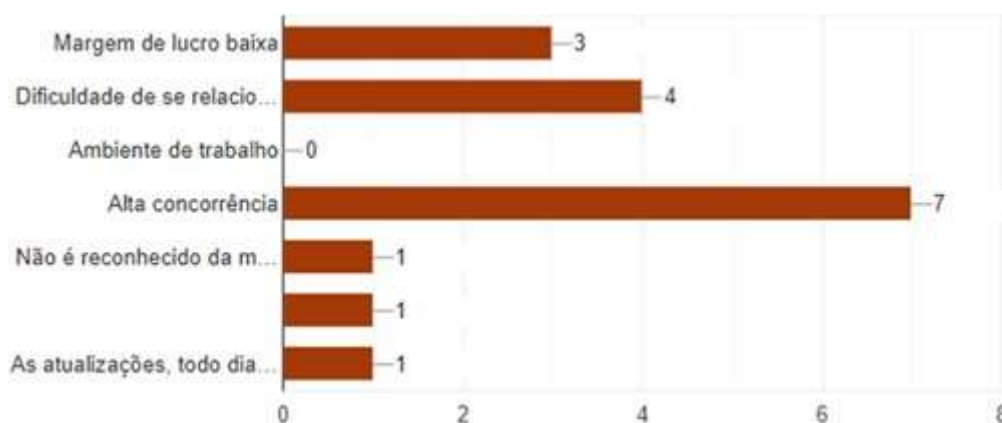
¹⁴ sendo elas : SEC1, SEC2, SEC3, SEC8 e SEC11

¹⁵ sendo elas: SEC1, SEC2 e SEC3

¹⁶ sendo elas : SEC1, SEC2, SEC4 e SEC5

¹⁷ sendo elas: SEC3, SEC4, SEC5, SEC6, SEC7, SEC8 e SEC9

sites e aplicativos, todo dia lançando algo, é preciso estar atento para não ficar para trás.



Como a alternativa mais respondida foi a alta concorrência é importante observar que o crescimento no mercado digital não um pensamento futuro e sim uma realidade do nosso presente, a pandemia deu um empurrão para que isso se tornasse uma realidade em escala exponencial, contudo, hoje temos muitos profissionais trabalhando através da internet o que leva a consequência de uma alta concorrência. A concorrência é um ponto negativo e revela a importância de se empenhar para agregar clientes ao negócio e desenvolver habilidades para conseguir atender as exigências de mercado e atendimento ao cliente de maneira eficiente e eficaz.

2. Empreendedorismo digital e o fazer secretarial

Segundo o projeto pedagógico do curso (PPC) do ano de 2009, o curso de Secretariado Executivo objetiva formar com a seguintes características:

I – Assessor Executivo: articulador e executor nos processos decisórios, atuando com competência e conhecimentos necessários a pratica administrativa, aos processos de comunicação e relacionamentos internos, externos e em transações internacionais;

II – Gestor: exercer as funções gerenciais com capacidade para planejar, organizar, implantar e gerir programas de desenvolvimento;

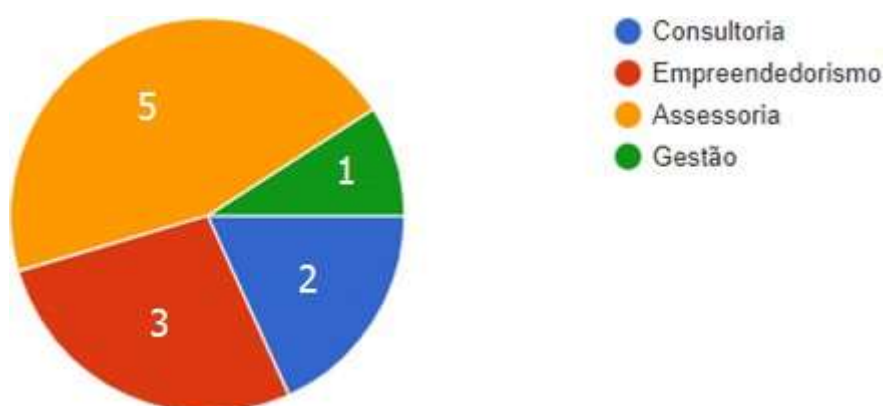
III - Empreendedor: promover ideias e práticas inovadoras, com competência para implantar resoluções alternativas embasadas na capacidade crítica, reflexiva e criativa; Atuação Do Profissional De Secretariado Executivo No Mercado De Trabalho: Uma Análise Dos

Egressos Da Unicentro Revista de Gestão e Secretariado -GeSec, São Paulo, v. 8, n. 3, p 1-20, set./dez. 2017. 10

IV – Consultor: criar programas e projetos relacionados ao desenvolvimento das organizações, promovendo as transformações necessárias para garantir vantagens competitivas;

V - Pesquisador: investigar problemas inerentes à profissão de Secretariado, bem como sua relação com interdisciplinares com as outras áreas do conhecimento, potencializando a área secretarial por meio de contribuições das pesquisas acadêmicas específicas da profissão (Unicentro, 2009, p. 2).

Considerando as competências do curso de Secretariado Executivo, a próxima pergunta foi referente à qual área tende a ter mais semelhança com os serviços oferecidos no dia a dia das secretarias. A competência de assessoria surge com serviço mais selecionado, onde 5 das 11 secretarias¹⁸ seleciona como serviço mais oferecido no dia a dia, 3 das 11 secretarias¹⁹ tem como área de serviço oferecido o empreendedorismo, 2 das 11 secretarias²⁰ optaram por consultoria e 1 das 11 secretarias²¹ optou pela gestão como competência mais semelhante ao serviço oferecido.



Com base nos dados colhidos, a assessoria é o serviço mais oferecido pelas profissionais de Secretariado de modo digital. Embora essa profissão desempenha diversas funções, ela vem ganhando destaque no cargo de assessor executivo em decorrência do crescimento dessa profissão dentro das organizações. O secretário está aprimorando seus conhecimentos e qualificações para poder fazê-lo e continuar

¹⁸ sendo elas : SEC2, SEC3, SEC6, SEC8 e SEC10

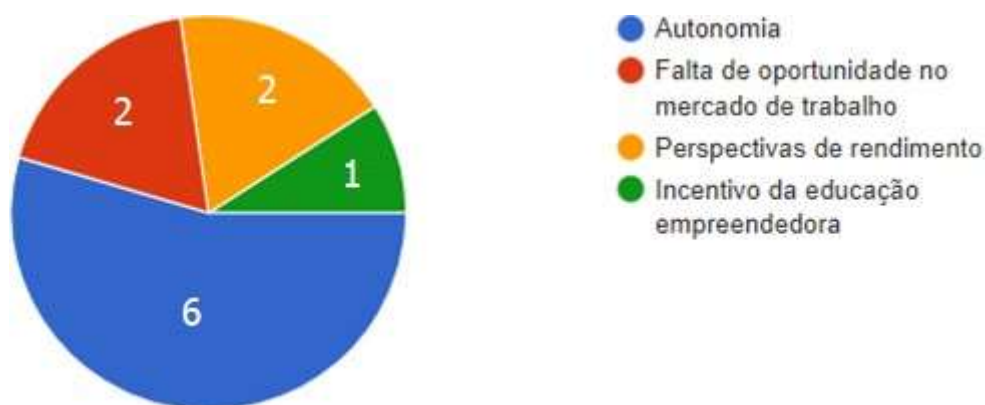
¹⁹ sendo elas: SEC4, SEC9 e SEC11

²⁰ sendo elas: SEC1 e SEC7

²¹ sendo ela: SEC5

trabalhando. Portanto, o secretário precisa ter uma visão ampla de toda a organização, ser extremamente conhecedor de seu trabalho, ter uma atitude positiva na tomada de decisões e administrar seu próprio tempo e também o do executivo.

Empreender como secretária potencializa as possibilidades de buscar sempre por crescimento profissional, com base nestas informações perguntou - se as profissionais quais motivos a levaram criar o seu próprio negócio digital oferecendo os serviços secretariais. 6 das 11 secretarias²² responderam autonomia, 2 das 11 secretarias²³ optaram pela falta de oportunidade no mercado de trabalho, 2 das 11 secretarias²⁴ optaram por perspectivas de rendimento, por fim 1 das 11 secretarias²⁵ optou por incentivar a educação empreendedora.



A importância da autonomia no trabalho é grande, pois permite que o profissional possa focar na sua carreira, grande parte dos profissionais buscam essa autonomia e o trabalho remoto no meio digital da possibilidade de autonomia melhorando o desempenho desse profissional.

Na questão sobre o atendimento é preciso levar em consideração a diferença do atendimento presencial para o virtual, portanto na pesquisa perguntamos às secretarias a diferença do atendimento caso ela tenha atuado no modo presencial, podendo responder mais de uma alternativa, 4 das 11 secretarias²⁶ consideram a não

²² sendo elas: SEC2, SEC6, SEC7, SEC9, SEC10 e SEC11

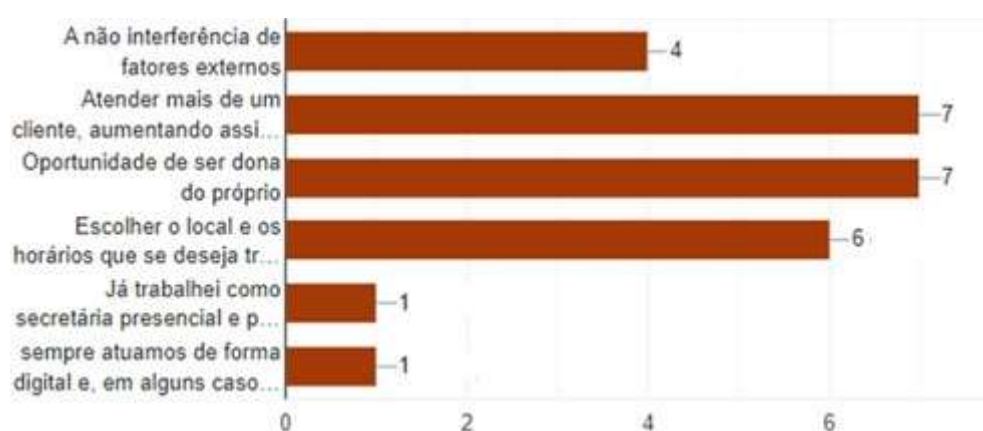
²³ sendo elas: SEC5 e SEC8

²⁴ sendo elas : SEC1 e SEC3

²⁵ sendo ela: SEC4

²⁶ sendo elas: SEC1, SEC2, SEC8 e SEC9

interferência de fatores internos como diferença notada ao iniciar em seu negócio digital, 7 das 11 secretarias²⁷ consideram atender mais de um cliente, aumentando a renda financeira uma das diferenças do trabalho presencial para o digital, 7 das 11 secretarias²⁸ consideram a oportunidade de ser dono do próprio negócio uma das grande diferença entre o negócio presencial e o digital , 6 das 11 secretarias²⁹ consideram escolher o local e os horários que se deseja trabalhar. Relato da SEC 1 sobre a diferença do presencial para o digital: Já trabalhei como secretária e percebo que com o remoto tenho mais foco e concentração, sem a distração que o presencial tem. (SEC 01)



A partir das informações colhidas é possível perceber que ter a opção de conciliar a vida profissional com a vida pessoal, exercendo atividades que anteriormente eram realizadas presencialmente nas organizações, e atualmente pode ser exercida a distância já é indício de que associar as funções secretariais no digital de forma remota ou home Office é uma excelente oportunidade de profissão futura.

Quando perguntado as secretárias sobre as dificuldades enfrentadas para fidelizar clientes, 3 das 11 secretarias³⁰ optaram por retorno no atendimento, 3 das 11 secretarias³¹ optaram como dificuldade o preço, 2 das 11 secretarias³² optaram como

²⁷ sendo elas: SEC1, SEC2, SEC3, SEC4, SEC5, SEC6 e SEC7

²⁸ sendo elas: SEC1, SEC2, SEC3, SEC4, SEC5, SEC6 e SEC7

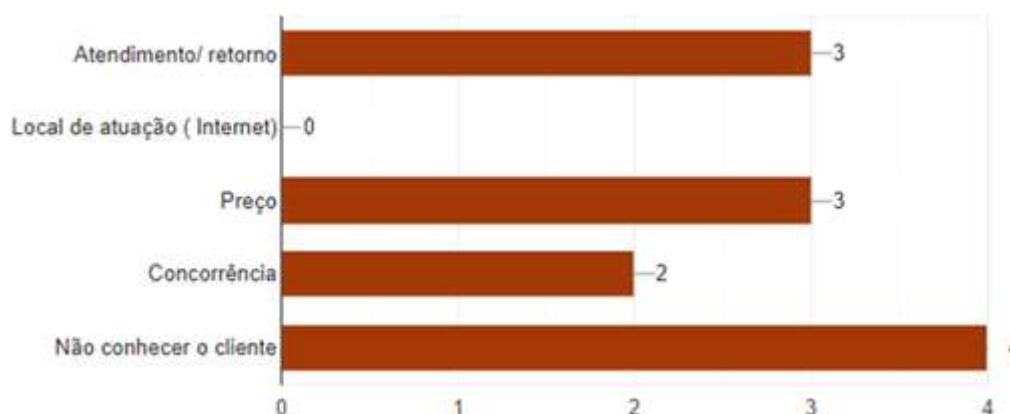
²⁹ sendo elas: SEC1, SEC3, SEC4, SEC5, SEC6 e SEC10

³⁰ sendo elas: SEC1, SEC2 e SEC3

³¹ sendo elas: SEC4, SEC5 e SEC6

³² sendo elas: SEC7 e SEC8

uma dificuldade a concorrência, 4 das 11 secretarias³³ relataram que o fato de não conhecer o perfil do cliente seria a maior dificuldade.



Para maximizar as estratégias de marketing, vendas e atendimento, é fundamental entender e analisar o perfil do cliente. Além disso, fica mais simples localizar e entrar em contato com seu consumidor quando você conhece o perfil dele e deseja tentar vender um bem ou serviço para ele. Assim, entender o perfil do consumidor é fundamental para que seu negócio consiga alinhar suas expectativas com as legítimas demandas de seu mercado-alvo.

Foram perguntadas às secretarias as estratégias utilizadas na criação de conteúdos atrativos para seu público alvo, 5 das 11 secretarias³⁴ relataram em questões abertas e as respostas se encontram na tabela a seguir:

Tabela 1 - Estratégias utilizadas na criação de conteúdo atrativo para o público alvo.

SEC	RESPOSTAS
SEC2	Mostrar a realidade dos meus clientes e como as soluciono.
SEC4	Sempre aparecer nos storys mostrando os serviços promovidos pela empresa, harmonizar as publicações dos posts semanais, estar atenta às datas comemorativas para inovar nas publicações, ficar atento às novidades nas atualizações dos aplicativos, criar conteúdos em que possibilita interação entre você e o cliente.

³³ sendo elas: SEC1, SEC9, SEC10 e SEC11

³⁴ sendo elas :SEC2, SEC4, SEC7, SEC8, SEC10

- SEC7 Fazer um conteúdo que leve ensinamentos e reflexões.
- SEC8 Procurar criar conteúdo relevante e específico para cada cliente.
- SEC10 Conteúdo direcionado para mulheres que querem empreender de casa.

Fonte: Elaborada pelas autoras.

Para uma comunicação ser bem-sucedida é essencial elaborar uma boa estratégia de modo a que a mesma atinja os objetivos propostos. Sem uma estratégia bem elaborada, qualquer tentativa comunicacional poderá falhar. Devido a todo o contexto digital, onde este não verifica contato pessoal com os utilizadores e a quantidade enorme de informação online, torna-se imprescindível a elaboração de um plano estratégico de comunicação, utilizando as ferramentas necessárias, neste caso, o Marketing Digital. Também se verifica cada vez mais uma preocupação inserida na opinião dos consumidores online, já que estes também são produtores de informação e não meros observadores passivos de informação. A sua opinião e feedback tornam-se extremamente relevantes para o sucesso de qualquer marca, negócio ou empresa que queira ser bem-sucedida no mundo digital.

Quando perguntado as secretárias se sua empresa investe em estratégia de marketing digital para expansão dos seus negócios, 7 das 11 secretarias³⁵ responderam que não investem em marketing digital enquanto 4 das 11 secretarias³⁶ investem em marketing digital para expansão dos seus negócios. Foram perguntadas às secretarias as estratégias de marketing digital utilizadas no seu empreendimento, 4 das 11 secretarias³⁷ relataram em questões abertas as seguintes respostas que se encontram na tabela a seguir:

Tabela 2 – Estratégias de marketing digital

SEC	RESPOSTAS
SEC4	Tráfego digital pago.
SEC5	Post de conteúdo no Instagram.

³⁵ sendo elas: SEC1, SEC2, SEC3, SEC6, SEC9, SEC10, SEC11

³⁶ sendo elas : SEC4, SEC5, SEC7 e SEC8

³⁷ sendo elas :SEC4, SEC5, SEC7 e SEC8

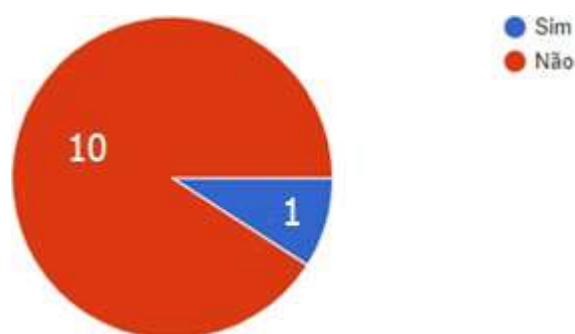
- SEC7 Atualmente, é de suma importância o investimento em marketing digital. Fortalecer sua marca para engajar os ideais de sua empresa e os valores que englobam essa marca fará toda diferença no seu faturamento.
- SEC8 As estratégias usadas pela empresa são as mais simples, que vão desde a criação de conteúdo e divulgação nos dias e horários estratégicos tanto no feed como nos Storys, aumentando o engajamento com caixinha de perguntas e prospecção de clientes.

Fonte: Elaborada pelas autoras.

Enquanto o marketing tradicional ocorre fora do ambiente online, no marketing digital as estratégias são desenvolvidas para o ambiente online, mais especificamente a internet. Por fim, não restam dúvidas de que estar online é fundamental para qualquer profissional que atue em ambiente digital. Além disso, podemos dizer que os três pilares do marketing digital são: atração, engajamento e conversão. Isso envolve todas as etapas do ciclo de vendas, incluindo pré-venda, venda e pós-venda. Usando a tecnologia e a internet, tudo.

3 Secretários Executivos atuante no mercado digital

O ser humano está em constante evolução, e essa evolução está presente no decorrer dos anos e mostra a importância de buscarmos conhecimento profissional, não só para facilitar e automatizar a rotina, além de garantir melhores resultados no trabalho. Diante dessa afirmativa foram questionadas as secretarias se foi elaborado um plano de negócio para inicialização do empreendimento, 10 das 11 secretarias³⁸ não realizaram um plano de negócio, apenas 1 das 11 secretarias³⁹ realizou um plano de negócio para iniciar o seu negócio.



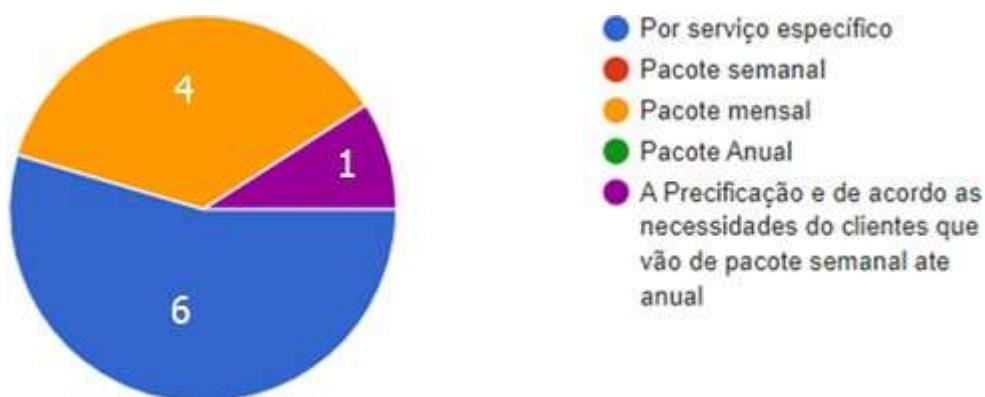
³⁸ sendo elas: SEC1, SEC3, SEC4, SEC5, SEC6, SEC7, SEC8, SEC9, SEC10 e SEC11

³⁹ sendo ela a SEC2

Relatos da SEC2 sobre a aplicação do plano de negócios no seu empreendimento: Separei o que eu sabia fazer de acordo com minhas experiências, com isso montei um plano do que eu poderia oferecer aos meus clientes e como poderia ajudar cada um.

Contudo, por mais que a maioria das secretárias não tenham optado pela realização de um plano de negócio, o plano de negócio tem uma fundamental importância, pois através dele pode-se organizar as ideias, fazer um planejamento com riquezas em detalhes, para com isso reduzir o risco de fracasso antes de iniciar as atividades ou expandir o empreendimento. Ademais, a criação de um plano de negócios é uma fase importante, pois é necessária a integração de conhecimentos de diversas áreas da empresa, obtendo dessa forma uma percepção do todo complexo, para então ter sucesso na estruturação do negócio.

No questionamento seguinte procurou - se saber dos participantes referente a remuneração e como é precificado os serviços prestados pelas secretarias executivas através do seu empreendimento virtual, 6 das 11 secretarias⁴⁰ por serviços específicos e 4 das 11 secretarias⁴¹ precifica por pacote mensais.



⁴⁰ sendo elas SEC1, SEC4, SEC6, SEC7, SEC9, SEC11

⁴¹ sendo elas: SEC2, SEC3, SEC5 e SEC10

A SEC 8 explica que: A precificação é de acordo com as necessidades do cliente que varia de pacote semanal até anual. Observa - se que na hora de considerar a precificação, obteve - se as seguintes respostas que foram introduzidas através de questão aberta na tabela a seguir:

Tabela 3 - Precificação

SEC	RESPOSTAS
SEC1	Público alvo, complexidade do assunto e facilidade em encontrar o mesmo serviço oferecido na concorrência.
SEC2	Mostrar a realidade dos meus clientes e como soluciono.
SEC3	Custos X Investimento de conhecimentos específicos.
SEC4	O tempo dedicado à atividade e os custos gerados para cada serviço.
SEC5	Tempo gasto para executar e a quantidade da demanda
SEC6	Tempo para execução do trabalho e custos
SEC7	O valor do meu trabalho e a transformação que será gerada na vida do cliente.
SEC8	Procuo levar em consideração a renda do meu cliente, porque eu não posso cobrar um valor do qual ele não terá como pagar.
SEC10	Conteúdo direcionado para mulheres que querem empreender de casa
SEC11	Investimento, tempo de trabalho.

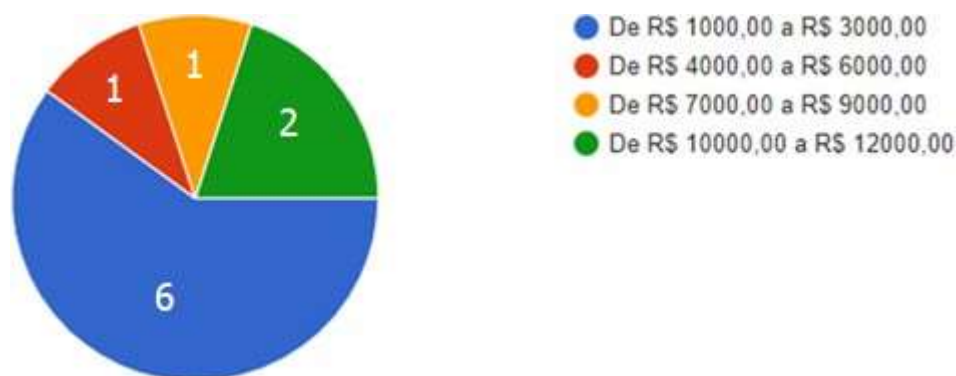
Fonte: Elaborada pelas autoras.

É notório que as respostas têm um denominador comum que é o gasto de tempo e grande fluxo de demanda. A remuneração dos serviços está muito relacionada com os valores dos serviços oferecidos. O tempo é uma variável importante para criar um diferencial ao serviço, essa variável que podemos dizer ser um dos custos não monetários mais importantes, pois tanto os outros custos não monetários, de pesquisa, de conveniência geram um gasto de tempo grandioso influenciando assim no valor total percebido pelo cliente.

Foram perguntadas as secretarias em relação às receitas mensais e foram obtidas as seguintes informações; 6 das 11 secretarias⁴² recebem de R\$ 1.000 a R\$ 3.000 no mês,

⁴² sendo elas: SEC1, SEC3, SEC4, SEC5, SEC6 e SEC7

2 das 11 secretarias⁴³ recebem de R\$ 10.000 a R\$ 12.000, 1 de 11 secretarias⁴⁴ recebe em média de R\$ 7.000 a R\$ 9.000 e por fim 1 de 11 secretarias⁴⁵ recebe em média de R\$ 4.000 a R\$ 6.000.



Empreender no meio digital exige um conjunto de competências é preciso ter habilidades quanto às ferramentas virtuais. Sem isso, fica difícil executar o trabalho, é necessário ter conhecimentos gerenciais e financeiros, já que o profissional será responsável por toda essa parte do seu empreendimento.

Dessa forma, o profissional empreendedor de secretariado que possui interesse em tecnologia, inovação e principalmente desejo de se reinventar serão valorizados num futuro próximo digital, com uma carreira altamente inteligente, Mas é preciso também um conjunto de ações para desenvolver novas habilidades, aumentar o conhecimento, ganhar mais experiência e manter-se atualizado com o mercado e suas tendências. Pensando nestas questões foram questionadas as secretarias se elas investem no seu crescimento profissional, 10 das 11 secretarias⁴⁶ responderam que, sim, elas investem em crescimento profissional, já 1 de 11 secretarias⁴⁷, não investe.

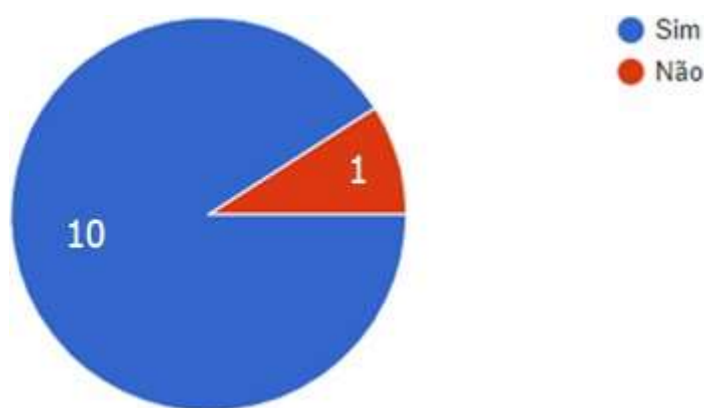
⁴³ sendo elas as SEC8 e SEC10

⁴⁴ sendo ela a SEC9

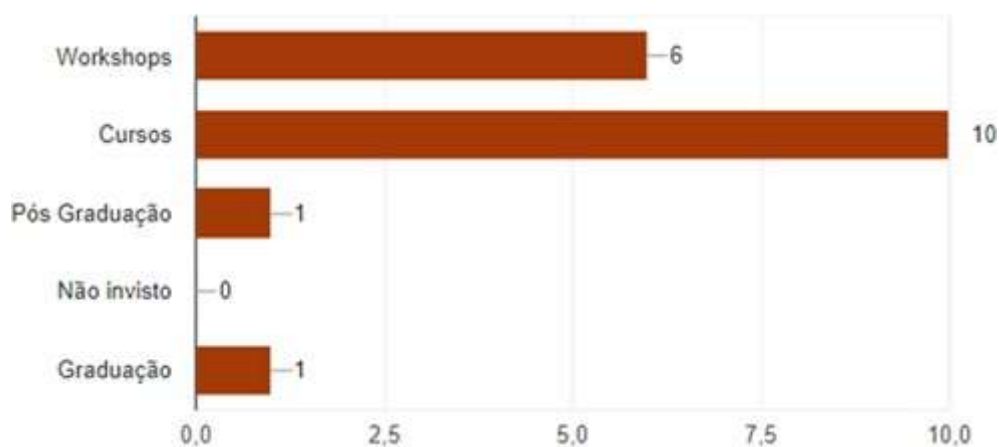
⁴⁵ sendo ela a SEC2

⁴⁶ sendo elas: SEC1, SEC2, SEC4, SEC5, SEC6, SEC7, SEC8, SEC9, SEC10 e SEC11

⁴⁷ sendo ela a SEC3



Já que a maioria respondeu que investe no crescimento profissional, foram questionados quais meios elas procuram investir, foram coletadas tais informações, levando em consideração que poderia ser mais de uma alternativa. 10 das 11 secretarias⁴⁸ marcaram a alternativa, cursos, 6 das 11 secretarias⁴⁹ marcaram a alternativa, workshop, 1 de 11 secretarias⁵⁰ marcou a alternativa graduação.



Dessa forma é possível entender que os profissionais buscam crescimento mesmo após conseguir seu espaço no mercado de trabalho e essa informação é importante por que mostra o quanto os profissionais de secretariado prezam pela qualidade do serviço que está prestando ao seu cliente.

⁴⁸ sendo elas: SEC1, SEC2, SEC3, SEC4, SEC5, SEC6, SEC7, SEC8, SEC9 e SEC10

⁴⁹ sendo elas: SEC1, SEC2, SEC3, SEC4, SEC5 e SEC6

⁵⁰ sendo ela SEC1

Por fim, o profissional de secretariado que possui interesse em tecnologia, inovação e principalmente tenha curiosidade para empreender e acompanhar uma profissão que tende a se reinventar será valorizado com uma carreira altamente inteligente. Porém, como qualquer empreendedor digital, o secretário executivo precisa estar sempre atento às tendências do mercado e às novas tecnologias para oferecer soluções inovadoras aos seus clientes ou criar produtos digitais de sucesso. É importante também investir em uma boa presença online, construir sua rede de contatos e manter um bom relacionamento com seus clientes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O primeiro passo do estudo foi demonstrar o profissional de secretariado executivo e sua atuação no empreendedorismo digital dada a sua importância no mercado de trabalho, sendo mais uma oportunidade de desenvolvimento e crescimento da área profissional, tendo as redes sociais como um canal de oportunidades para o mesmo. Após a análise de dados, foi possível concluir que hoje com infinitas possibilidades no mercado, a evolução digital e inovações tecnológicas vieram para se aliar com o profissional de secretariado impulsionado por uma visão digital.

Os resultados obtidos com essa pesquisa mostram que o mercado digital tem crescido muito, principalmente durante e pós-pandemia. Muitos profissionais têm aproveitado essa oportunidade para investir em um negócio próprio. Empreender exige inovação e criatividade e o profissional de secretariado executivo que tem a oportunidade de junto com o seu conhecimento adquirido oferecer serviços de uma forma prática, rápida e acessível, consegue ter um retorno lucrativo. É perceptível através dos dados colhidos que o trabalho no meio digital também tem suas dificuldades e os profissionais secretários executivos precisam ficar atentos para conseguir traçar estratégias a tempo de sanar a dificuldade, seja ela, de curto ou longo prazo.

O empreendedorismo digital é uma tendência que surgiu junto a globalização e ao acesso à internet, mas ainda é um assunto que não tem recebido a devida atenção do ponto de vista das pesquisas científicas realizadas na área secretarial. Sem levar em consideração o desenvolvimento de uma tendência de crescimento profissional que beneficia os que usam as mídias sociais. Ao utilizar estas redes sociais, os profissionais de secretariado esperam conquistar clientes fiéis, provando que o principal objetivo da sua presença nestas plataformas é o crescimento, estabilização e prestação de serviços de qualidade.

Por fim, é fundamental enfatizar que o empreendedorismo digital pode ter um papel significativo no mercado de trabalho, mas é importante levar em consideração as características únicas de cada profissão. Além disso, o sucesso na economia digital depende de habilidades especializadas como criatividade, inovação e capacidade de detectar oportunidades. Sugerimos que, para que o secretário executivo continue a

atender com eficácia as necessidades empresariais, seja necessário um equilíbrio entre a busca de novas oportunidades e a preservação das funções tradicionais da profissão. Essas habilidades podem não ser inerentes a todo profissional, o que pode levar à percepção errônea de que qualquer pessoa pode se tornar um empreendedor digital de sucesso.

REFERÊNCIAS

BUENO, W. C. **Estratégias de comunicação nas mídias sociais**. Barueri: Manole, 2015.

BORGES, Lígia Cristine Ferreira; BORGES, Luciano. **O crescimento do mercado digital e suas principais vantagens e desvantagens**. Revista Científica Semana Acadêmica, Fortaleza, v. 1, n. 127, p. 1-17, 2018.

CAVALCANTI, Leonardo José Elias; DONEUX, Nicolas Franco. **Análise de fatores determinantes na decisão de compra online: reflexões sobre o impacto da pandemia no comportamento do consumidor brasileiro**. 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. Editora Manole, v. 3, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Remuneração, benefícios e relações de trabalho: Como reter talentos na organização**, 7ª edição, São Paulo: Editora Manole Ltda, 2016, Capítulo 2.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos: Fundamentos básicos**, 8ª edição, São Paulo: Editora Manole, 2016, Capítulo 2.

DUTRA, Joel Souza 2016. **Gestão de pessoas: Modelo, processos, tendências e perspectivas**. 2ª edição, São Paulo: Editora Gen./Atlas, 2016, Cap./parte 2.

COSTA, Wagner Fernandes et al. Uso de instrumentos de coleta de dados em pesquisa qualitativa: um estudo em produções científicas de turismo. **Turismo: visão e ação**, v. 20, n. 1, p. 02-28, 2018.

DE SIQUEIRA, Moema Miranda; DE OLIVEIRA GUIMARÃES, Liliane. Novos desafios do empreendedorismo. **Revista Administração em Diálogo**, v. 9, n. 1, p. 144-156, 2007.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação**. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.

FAUSTINO, Paulo. **Marketing Digital na Prática: Como criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos**. DVS Editora, v. 3, f. 172, 2019. 344 p.

FERREIRA, J.B; FERREIRA, F.M. **A utilização do marketing digital em uma empresa prestadora de serviço**. Rev. da Universidade Vale do Rio Verde. v. 16 , n. 2, 2018.

GUSMÃO, A. **Empreendedorismo digital**: entenda o que é e como criar um negócio digital. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/empreendedorismo-digital/> Acesso em: 01 dez. 2019.

LEITE, Emanuel Ferreira. **O FENÔMENO DO EMPREENDEDORISMO**. Saraiva Educação S.A., v. 3, 2017.

LIMA, E. M. M.; LIMA, J. J.; CASTRUCHI, A. A.; DUARTE, L. T. L.; SOUZA, S. S.; SACOMANO, J. B. Um estudo das redes sociais como diferencial competitivo em um cluster moveleiro no estado do Paraná/ Brasil. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON ENGINEERING AND TECHNOLOGY EDUCATION, XIV., 2016, Salvador. **Anais** [...]. Salvador: COPEC, 2016. Disponível em: <http://copec.eu/congresses/intertech2016/proc/works/19.pdf> Acesso em: 13 out. 2022.

LIMA, E. M. M. Um estudo das redes sociais como diferencial competitivo em cooperativas agroindustriais no noroeste do Paraná. **Rev. Ciênc. Empres. UNIPAR**, Umuarama, v. 15, n. 2, p. 233-249, 2014 Disponível em: <http://revistas.unipar.br/index.php/empresarial/article/view/5645/3217> Acesso em: 13 out. 2022

MICHEL, M. E. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

PEREIRA, J.; BERNARDO, A. Empreendedorismo Digital: estudo do Projeto Negócios Digitais desenvolvido pelo SEBRAE-PR em Maringá. **Desenvolvimento em Questão**, [S.l.], v. 14, n. 37, p. 293-327, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.21527/2237-6453.2016.37.293-327> Acesso em: 25 out. 2022.

RÉVILLION, Anya Sartori Piatnicki. A utilização de pesquisas exploratórias na área de marketing. **Revista Interdisciplinar de Marketing**, v. 2, n. 2, p. 21-37, 2003.

SALDANHA, B. S.; TONTINI, G. Identificação de Atributos Críticos em Redes Sociais: Análise do Contraste da Penalidade e Recompensa (PRC) na Satisfação de Usuários do Facebook. **Revista de Negócios**, [S.l.], v. 22, n. 3, p. 7-21, jul. 2017. Disponível em: <https://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/6222/3883>. Acesso em: 13 out. 2022.

SALIM, C. S. **Construindo planos de empreendimentos: negócios lucrativos, ações sociais e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SANTOS, Maria; CORTES, Fillipe. **Empreendedorismo digital como estratégia de negócios de micro e pequenas empresas**. 2020. 50 f. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos, Brasília, 2020.

SILVA, Danielly. **A formação em secretário executivo e sua influência no empreendedorismo feminino em meio a pandemia da covid-19**. 2022. 42 f. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2022.

SILVA, Lidiane Rodrigues Campêlo da et al. Pesquisa documental: alternativa investigativa na formação docente. In: **Congresso Nacional de Educação**. 2009. p. 4554-4566.

SILVA, A. F. **Empreendedorismo digital: o que é e como entrar nessa tendência?** 2019. Disponível em: <https://guiaempreendedor.com/empreendedorismo-digital-oque-e-2/>. Acesso em: 01 set. 2019

SILVA, J. **Perfil do empreendedor digital brasileiro**. 2016. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/perfil-do-empreendedor-digital-brasileiro>. Acesso em: 04 nov. 2019.

VERA, L.A.R; GOSLING, M.S; SHIGAKI. **Teoria da Cultura do Consumo: possibilidades, limitações e caminhos em estudos de marketing no Brasil**. Rev. de

Gestão dos Países de Língua Portuguesa. v. 18, nº 1, p. 15-32, Rio de Janeiro, Jan./Abr. 2019.