



Do amor pelo chocolate à visão empreendedora: O caso dos bombons da Dulcília

Nalva Beatriz Ferreira Fernandes

Naquele mês ensolarado do fevereiro de 2019, Dulcília, sua mãe Regina e sua irmã Jorgina, resolveram mudar do Estado de Minas Gerais rumo ao Estado do Rio de Janeiro. Cansada da vida de recepcionista em uma cidade grande, com altos riscos de violência e sem ser reconhecida pelo seu talento, sentia no peito uma vontade muito forte de buscar uma vida nova junto com sua família. Com garra, muita vontade de vencer e um espírito empreendedor, Dulcília foi convidada para trabalhar na empresa de seu irmão na cidade do Rio de Janeiro, desenvolvendo trabalhos de recepcionista, que é sua maior habilidade.

Com a esperança de ser reconhecida pelo que faz, Dulcília encarou o desafio. Em um Estado conhecido por suas belezas naturais, belas praias e um povo bastante hospitaleiro, Dulcília e sua família encontram o lugar ideal para viver e talvez realizar seu grande sonho de ter o seu próprio negócio.

A chegada ao Rio de Janeiro foi com grande entusiasmo e otimismo, pois Dulcília estava cheia de planos e queria colocar tudo em prática, rapidamente. Sua mãe Regina a apoiava muito. Ela também estava animada e logo começou a trabalhar como cabeleireira. Como já possuía um salão de beleza em Minas Gerais, logo conseguiu atuar no ramo indo trabalhar em um salão de beleza de sucesso da região. A irmã Jorgina estava encantada com as belezas da região e rapidamente foi se adaptando a escola. Tudo estava indo bem como haviam planejado e estavam confiantes com a nova mudança.

Como eram novos e muito batalhadores Dulcília e a mãe Regina tinham ambições e

sonhavam com um futuro promissor para sua família. Dulcília trabalhava como recepcionista dentro de lojas do irmão, convidava os clientes para entrarem e conhecerem a parte interna da loja, os produtos, as promoções, os preços e assim por diante, fazendo um *merchandising* para a empresa que a contratou. Esta era a tarefa que Dulcília exercia diariamente com muito humor e profissionalismo, e após dois anos de trabalho árduo, finalmente recebem o prestígio do público e o reconhecimento pela sua competência e dedicação.

No entanto, a inquietação que beirava seus pensamentos levou Dulcília para outros caminhos, o de ter seu próprio negócio. Com as vendas baixas, de maneira geral, no comércio do Rio de Janeiro devido a pandemia da COVID-19, o contrato de recepcionista foi rescindido, desempregada, e isso foram deixando Dulcília muito preocupada, pois tinha contas mensais que precisariam ser quitadas, como luz, água, aluguel, entre outras. Da mesma forma que diminuía as oportunidades de trabalho para Dulcília, o movimento dos clientes no salão de beleza onde Regina trabalhava também tinha uma queda significativa, reduzindo a carga horária de Regina e, conseqüentemente, seu salário. Diante deste cenário Dulcília pensou: E agora, o que faremos?

Logo veio a cabeça seu grande amor por doces, porque ela já tinha como *hobby* fazer bombons de chocolate para os amigos. A visão empreendedora e o amor pelo chocolate levaram Dulcília a ter seu novo negócio: *Bombons caseiro da Dulcília*. A confecção dos bombons caseiros da Dulcília. Depois de um



dia de muito trabalho, como de costume, Dulcília senta-se junto a Regina para assistir televisão. Dulcília e Regina começaram a falar da apreensão de verem as contas baterem na porta ela desempregada e sua mãe com salário reduzido.

Neste momento Dulcília sugeriu a Regina que mudassem para uma cidade próxima ao Rio de Janeiro para reduzir as despesas mensais e também falou do desejo de transformar seu *hobby* em uma atividade financeira para ajudar nas despesas da família. No mesmo instante Regina achou uma ideia interessante e apoiou sua filha. Então começaram a procurar por uma nova moradia em cidades vizinhas ao Rio de Janeiro. Ambas pensavam que em uma cidade menor o aluguel e o custo de vida, de forma geral, seriam mais baratos. No entanto, talvez as oportunidades pudessem ser mais restritas, em função do potencial de consumo deste local.

Assim, era necessário identificar algo que pudesse viabilizar a necessidade de reduzir estes custos e ao mesmo tempo viabilizar a possibilidade de ter o próprio negócio. Foi então que tiveram uma grande surpresa. Dulcília e Regina encontraram uma casa que estava à venda por um valor muito acessível e ainda em um lugar privilegiado, ao lado de uma escola. Com o dinheiro que elas tinham guardado da venda da casa de Minas Gerais efetuaram a compra da nova casa, com um terreno amplo e excelente localização. Logo, Dulcília pensou que era viável morar naquele local e instalar seu negócio em frente à nova moradia da família.

No mesmo mês mudaram para a nova casa, em uma cidade acolhedora de apenas cinquenta mil habitantes. Uma nova vida se iniciava naquele momento. Dulcília começou suas atividades como empreendedora fazendo bombons para vender. Por sua vez, como havia

aprendido muito no salão de beleza em que trabalhava, Regina também resolveu abrir seu próprio negócio e passou a atuar como autônoma, atendendo em sua residência. Como a residência era pequena e a atividade alimentícia demandava cuidados especiais relacionados ao manuseio do chocolate, higiene e limpeza, Dulcília fez uma pequena estrutura de madeira em forma de uma Barraca em frente a sua residência para vender seus bombons, principalmente o com recheio de morango.

A Barraca era muito simples, mas o suficiente para atender seus clientes, um espaço pequeno de apenas cinco metros quadrados, mas aconchegante. O diferencial estava no atendimento muito cordial prestado por Dulcília, com o qual ela cativava seus clientes. No entanto, em nenhum momento Dulcília pensou em verificar se alcançaria os resultados desejados. Dulcília com bom humor, ri após um dia cansativo.

Vanderlei e Luana no caminho de casa se depararam com a Barraca de bombom da Dulcília e ali estava atendendo uma senhora muito simpática que imediatamente abriu um sorriso enorme ao vê-los, rapidamente surgiu à ideia de conhecer e saborear os bombons da vizinha.

- É a especialidade da casa, o bombom com recheio de morango. É uma invenção minha. Recomendo vocês provarem!
- Certo, vamos provar as invenções da Dulcília!
Responde Luana.

A barraca da Dulcília oferece diversos tipos de bombons, desde um simples bombom até o mais completo recheado de diversos sabores, oferece produtos de excelente qualidade, preza pelo bom atendimento, limpeza do ambiente e o cuidado no preparo dos bombons. Dulcília trabalha sozinha, atende aos clientes, faz os doces, faz a limpeza do local, faz compra com fornecedores, com exceção da tele entrega, que



é realizada por sua mãe. Enquanto embala os bombons solicitados pelos novos clientes, Vanderlei e Luana, como são bons observadores, não hesitam em questionar Dulcilia sobre seu negócio.

- Dulcilia, como surgiu a ideia de abrir a barraca de bombons? Pergunta Luana.

- Bem... sempre tive uma habilidade com bombons e um espírito empreendedor que me motivava em um dia pensar em abrir meu próprio negócio. Como aqui onde eu moro o terreno é grande, consegui montar minha barraca em frente a minha casa. Consegui realizar meu sonho, apesar da grande dificuldade que estou encontrando.

- Dificuldades? Mas quais dificuldades? Luana pergunta.

- Ah, são tantas! Primeiramente, vejo que as vendas estão fracas, esperava muito mais clientela em virtude da proximidade com a escola. Olhe, a escola está aqui do lado, passam tantas pessoas por dia aqui e eu não consigo atrair esses alunos para o meu negócio. Sei que poderia lucrar muito mais, pois não tenho nenhum concorrente nas proximidades. Procuo oferecer um produto de qualidade com um preço justo, para que meus clientes possam retornar. Hoje tenho mais venda pela entrega do que aqui, por isso aumentei o mix de produtos e estou sempre inovando. Meus clientes são extremamente fiéis, quando vem uma vez, vem sempre. Isso é a qualidade do meu produto e um segredinho... “o recheio dos bombons de morango ao leite dá um toque especial no sabor”. Estou com algumas ideias, vamos ver se vai dar certo.

Vanderlei pergunta sobre seus novos projetos.

- Dulcilia, quais são essas ideias?

- Estou pensando em vender minha casa, já fiz o anúncio na imobiliária e estou aguardando respostas. Minha ideia é comprar uma casa

menor e com o restante do dinheiro comprar um *trailer* e vender chocolates na rua, em outros lugares, se o cliente não vem até mim, vou até o cliente... mas é só uma ideia que precisa ainda amadurecer.

- Ah, quer montar *uma Bomboneria*? Interrompe Vanderlei.

- Exatamente, mas estou um pouco confusa. Não tenho certeza se é uma boa ideia, tenho que considerar que onde estou hoje não pago aluguel, a casa é minha, o negócio é meu e a escola está aqui bem pertinho de mim é só questão de chamar esse povo pra cá! Como não estou conseguindo dessa forma, tenho que buscar novas alternativas e essa foi uma delas que pensei.

Nesse momento Dulcilia entrega o pedido do casal.

Vanderlei não entende como a barraca da Dulcilia não cresce não se desenvolve.

- Ela tem tudo para dar certo, um atendimento excelente, uns bombons deliciosos e uma cordialidade com o cliente que não tem igual! Temos que fazer algo para ajudar ela.

- Eis a questão Vanderlei!

Quais medidas Dulcilia deve adotar para aumentar as vendas? O que Dulcilia deve fazer para que sua barraca continue em funcionamento e aumente suas vendas de maneira significativa? Dulcilia possui um diferencial na comercialização dos seus produtos, que é recheio de morango ao leite. É uma receita de família... de sua avó... que tem mais de trinta anos. Os clientes já reconheceram que o famoso recheio de Dulcilia faz a diferença em seus bombons, aquele cliente que prova uma vez sempre volta. Os clientes são fidelizados pelo sabor dos bombons e pelo atendimento cordial da barraca.



Dulcilia é otimista e está sempre perseguindo novas oportunidades. Apesar de possuir poucos recursos, a partir de suas ideias, consegue lidar com as incertezas e faz o negócio acontecer. Mesmo com as barreiras que vem enfrentando com a barraca de bombons, seu amor pelo negócio fala mais alto. E é esse amor que Dulcilia acredita que vai ajudá-la a seguir em frente.

No entanto, a dificuldade está em captar novos clientes para alavancar suas vendas e mesmo com muita determinação, criatividade e capacidade de enfrentar desafios diários, Dulcilia sabe que precisa criar novas oportunidades para sua pequena empresa.

Vender o terreno com a casa e comprar um *trailer* foi uma ideia que Dulcilia pensou, mas logo vem à sua cabeça várias perguntas, tais como: Quem garante que vai dar certo, onde vou posicionar o *trailer* para vender? E se eu sair da região onde estou instalado e ir para outro local, posso encontrar concorrentes? Quais os gastos que vou ter nessa nova possibilidade? Dulcilia se perguntava constantemente: o que devo fazer? Ir atrás dos clientes ou esperar que eles venham até mim? E se acaso isso não ocorrer e as vendas continuarem caindo, o que vou fazer para alcançar a sustentabilidade do meu negócio?

Mesmo possuindo características empreendedoras, Dulcilia precisaria de orientação tanto para implantar estratégias em sua barraca de bombons quanto para inovar com um novo negócio, como sua ideia do *Trailer*. Vanderlei explicou que a infraestrutura necessária para montar um *Trailer* precisava ser muito bem planejada para poder atender às necessidades de comercialização dos bombons. Sugeriu que ela fosse buscar mais informações no Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Lá ela receberá as informações que precisará a

respeito das exigências da Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), Prefeitura e Detran (Departamento Estadual de Trânsito), bem como deveriam proceder para obter a concessão da prefeitura e da vigilância sanitária para a implantação do negócio.

Com o auxílio do SEBRAE, ainda receberá informações sobre o modelo de negócios para *Trailer*, bem como formas de gestão nesse mercado. Essas informações foram fundamentais para a implantação do sonho de Dulcilia. Através das informações dadas por aqueles órgãos Dulcilia conseguiu posicionar-se no mercado atuando de maneira competitiva e de forma organizada. O empreendimento passou a ser bem-sucedido, se transformando de uma simples barraca de bombons ao conhecido e inovador “*Trailer da Dulcilia*”.

Atualmente o *Trailer da Dulcilia* é um sucesso, possui muitos clientes fiéis e recebe um grande número de clientes que vem para conhecer seus produtos e serviços. Relatando os momentos mais difíceis enfrentados neste novo empreendimento, Dulcilia destaca que sentiu muita dificuldade a respeito das legislações que regulamentam a categoria *Trailer*, mas conseguiu superar essas dificuldades com perseverança e comprometimento. Destaca que as competências empreendedoras dela foram o fator chave para o sucesso da criação da empresa.

Notas de Ensino

- **Resumo:**

Do amor pelo chocolate à visão empreendedora: o caso dos bombons da Dulcilia – permitirá que os alunos conheçam o episódio da Recepcionista por formação Dulcilia, que enxergou



nos chocolates uma oportunidade de garantir renda. A empresa de Dulcilia estava passando por sérios desafios financeiros e cada vez estava mais difícil de conseguir permanecer atuando neste ramo. Guiada pelo amor por chocolates, Dulcilia abre uma pequena barraca no mesmo terreno de sua casa, para vender bombons caseiros. No entanto suas vendas não estavam como se esperava, seus custos aumentavam dia a dia e Dulcilia se via frente a uma decisão difícil: Será que é hora de se reposicionar no mercado? Ao longo do caso, Dulcilia teve que tomar grandes decisões, como mudar de cidade, abandonar sua carreira de recepcionista, e a principal: constituir sua própria empresa. Ao abrir seu negócio teve que escolher a área de atuação, o local para instalação, o público-alvo, definir preço e a qualidade dos produtos que iria comercializar, entre outros aspectos relacionados à gestão do seu negócio.

- **Palavras-chave:**

Empreendedorismo empresarial, identificação de oportunidades, criação de negócio.

- **Objetivo de aprendizagem:**

O caso de ensino objetiva auxiliar os alunos no processo de avaliação na busca de novas oportunidades, através do empreendedorismo empresarial, para que sejam capazes de avaliar estratégias de crescimento e desenvolvimento de um negócio para que ele não encerre suas atividades. Com isso os educandos adquirirão autonomia e autorregulação no

seu processo de aprendizagem, propiciando a ele identificação de oportunidades, avaliação dela na realidade, assim desenvolverão atitudes e mentalidade empreendedoras, para que possam encontrar soluções para os mais diversos problemas, através de análise dos impactos das diversas escolhas (financeiras e estruturais) no sucesso ou insucesso de um empreendimento, relacionando trabalho, planejamento e resultados.

- **Utilização recomendada:**

O presente caso foi discorrido para ser usado no primeiro bimestre do terceiro ano do ensino médio, considerando o planejamento previsto na matriz curricular do Empreendedorismo empresarial: reconhecendo oportunidades, abrangerá a semana 1. Trata-se de um extraordinário instrumento para encerramento do tema reconhecendo oportunidades para empreender e busca de novas oportunidades, incluindo seus tipos e fontes e sua relevância para analisar os impactos das diversas escolhas (financeiras e estruturais) no sucesso ou insucesso de um empreendimento.

- **Fontes de obtenção dos dados do caso:**

As informações descritas no texto foram coletadas a partir de dados secundários de fonte externa ao caso e de entrevistas junto a proprietária da empresa. O nome da empresa e das personagens citadas no texto foram alterados para preservar a identidade dos mesmos por se tratar de um caso real.



- <https://novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/empreendedorismo-empresarial-no-brasil/>
- <https://respostas.sebrae.com.br/o-que-e-empreendedorismo-empresarial/>
- <https://www.significados.com.br/empreendedorismo/>
- <https://www.suafranquia.com/noticias/alimentacao-e-food-service/2017/08/>
- <https://www.adorocinema.com/series/serie-25196/video-19566073/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=nX2Ya0q-7-U>

Relevância dos tópicos:

O caso foi elaborado para aplicação principalmente com alunos de ensino médio preferencialmente na disciplina de empreendedorismo voltado na busca de novas oportunidades para empreender. Espera-se que o aluno, por meio do caso, desenvolva um entendimento sobre perfil empreendedor e estratégias na tomada de decisão no contexto de pequenas empresas, assim focando o pensamento em que o trabalho do empreendedor não é apenas idealizar o negócio, mas sim trabalhar com bastante engajamento no planejamento que exige muitas competências empreendedoras, dedicação, e conhecimento de todo o ambiente interno e externo da organização. Contudo os conceitos trazidos são de fácil compreensão de alunos do ensino médio mostrando que empreender é uma atividade apaixonante e desafiadora, pois instiga a busca incessante pelo sucesso. Muito dos conceitos aqui tratados estão existentes

em uma obra consagrada na área da gestão, o livro Transformando ideias em negócios de José Carlos Assis Dornelas. Esta obra é voltada para estudantes de graduação e pós-graduação, mas para compor este caso foi preciso torná-lo com linguagem mais acessível pedagogicamente a alunos do ensino médio.

• **Questões para discussão:**

- √ **Analisando as atitudes e competências de Dulcilia, quais seriam as suas sugestões de escolha estratégica com relação ao futuro da barraca de bombons? Arriscar ou tentar manter sua barraca onde ela está instalada? Justifique com base nas características da proprietária, apresentadas no caso.**

De acordo com DORNELAS, (2008, p. 6). os empreendedores estão “eliminando barreiras comerciais, e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade”. Desta forma entende-se que os empreendedores estão cada vez mais ganhando espaço em um mercado bastante competitivo onde as informações circulam de maneira rápida deixando muitas oportunidades a serem exploradas para aqueles que conseguem utilizar de seu conhecimento e de suas competências empreendedoras para alavancar seu negócio. Neste sentido os empreendedores possuem algumas características. Fillon (1999) cita como por exemplo: a) têm sonhos realistas, ou visões, com cuja realização estão comprometidos; b) gastam tempo imaginando aonde querem chegar e como



chegar; c) delegam e treinam seus empregados para lidar com o inesperado. Dornelas (2007) formou uma nova relação das características dos empreendedores de sucesso, a qual contempla: ser visionário; saber tomar decisões; fazer a diferença e explorar ao máximo as oportunidades; ser determinado, dinâmico, dedicado, otimista e apaixonado pelo que faz; ser independente e construir seu próprio destino; ficar rico; ser organizado, líder, formador de equipe e bem relacionado; possuir conhecimento; assumir riscos calculados, criar valor para a sociedade e planejar muito.

Como foi destacado que o empreendedor é aquele que tem visão, que sabe agir e enxergar oportunidades a partir de suas características e competências. Diante ao exposto, Dulcilia possui as características citadas pelos autores ela deve arriscar, pois procurou buscar informações no Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Lá ela recebeu as informações que precisava a respeito das exigências da Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), Prefeitura e Detran (Departamento Estadual de Trânsito), bem como deveria proceder para obter a concessão da prefeitura e da vigilância sanitária para a implantação do negócio. Com o auxílio do SEBRAE. Portanto, Dulcilia conseguirá inovar.

√ **Se você estivesse na situação da proprietária da empresa qual seria sua estratégia no caso da mudança da barraca para a compra de um trailer?**

Os alunos poderão listar os seguintes processos iniciados pela O tema

empreendedorismo tem sido utilizado e aplicado em inúmeras organizações com fins lucrativos e nos últimos anos verificam-se estudos em instituições governamentais e de ensino com o intuito de melhorias significativas em seus processos de inovação e novas estratégias de negócios. Alguns autores arriscam-se a afirmar que estamos vivendo a era do empreendedorismo (AIDAR, 2007; DORNELAS, 2008). De maneira complementar, conforme explica Oliveira (1991), o planejamento estratégico é uma técnica gerencial que oportuniza ao gestor deliberar sobre o rumo da empresa, implicando sobre a necessidade de decisão, que ocorrerá antes, durante e depois da sua elaboração e da sua implantação na empresa. Assim, segundo o autor, o planejamento estratégico é uma ferramenta gerencial que fornece apoio ao processo de tomada de decisão. Essa técnica gerencial auxilia os gestores a terem uma visão dos assuntos de maior relevância na empresa, contribuindo com a obtenção dos resultados esperados. Pelo que foi dito, analisando a mudança da barraca para a compra de um trailer acharia viável, primeiro pensaria que ter um ponto comercial é importante porque um espaço físico é considerado a vitrine de um negócio. Decidir se é o momento certo para ter um ponto comercial requer uma avaliação cuidadosa e considerar diversos fatores. Por exemplo, um fator a se levar em conta é se a demanda pelos meus produtos ou serviços estaria aumentando consistentemente e, se por conta disso, o espaço atual não seria mais o suficiente para atender a essa demanda. Outro sinal de que é hora de expandir para um ponto comercial é se o negócio já construiu uma presença online sólida e conquistou uma base de clientes fiéis. O trailer é uma ótima



opção de ponto comercial porque pode se mover com ele e instalá-lo em ruas, condomínios ou locais de eventos. Além disso, o lado bom desse tipo de ponto comercial é que pode tê-lo com um investimento inicial mais barato. Além disso, verificaria se o local tem conexões adequadas de serviços básicos, como eletricidade, água, esgoto e internet.

REFERÊNCIAS

CAVALHEIRO, G. M.; MARIANO, S. R. H.

Fundamento de empreendedorismo.

Niterói: Departamento de Empreendedorismo e Gestão, Universidade Federal Fluminense, 2022. (Coleção Empreendedorismo e Gestão para Professores do Ensino Médio, 1).

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.** 3. ed. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2008.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo.** São Paulo, v.34, n.2, p.05-28, abril/junho, 1999.

OLIVEIRA, D.P.R. **Estratégia Empresarial.** São Paulo, Atlas, 1991.

ROCHA, S. B.; CUNHA, R. M. **Elaboração de Produto Tecnológico Educacional.**

Niterói: Departamento de Empreendedorismo e Gestão, Universidade Federal Fluminense, 2022. (Coleção Empreendedorismo e Gestão para Professores do Ensino Médio, 8)