



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS JOÃO PESSOA
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

THOMAS EWERTON LAURINDO PESSOA PERES

**DECORA FESTAS: UM ESTUDO DE CASO À LUZ DA TEORIA
*EFFECTUATION***

**João Pessoa
2025**

THOMAS EWERTON LAURINDO PESSOA PERES

DECORA FESTAS: UM ESTUDO DE CASO À LUZ DA TEORIA *EFFECTUATION*



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel em **ADMINISTRAÇÃO**.

Orientadora: Profa. Dra. Thaís Teles Firmino.

JOÃO PESSOA
2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca Nilo Peçanha do IFPB, *campus* João Pessoa

P437d Peres, Thomas Ewerton Laurindo Pessoa.

Decora festas : um estudo de caso à luz da Teoria
Effectuation / Thomas Ewerton Laurindo Pessoa Peres. – 2025.
50 f. : il.

TCC (Graduação – Bacharelado em Administração) –
Instituto Federal de Educação da Paraíba / Unidade Acadêmica
de Gestão e Negócios, 2025.

Orientação : Profa. Dra. Thaís Teles Firmino.

1.*Effectuation*. 2. Empreendedorismo. 3. Setor de eventos.
4. Tomada de decisão. I. Título.

CDU 005.342(043)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

FOLHA DE APROVAÇÃO

THOMAS EWERTON LAURINDO PESSOA PERES

Matricula: 20172460073

DECORA FESTAS: UM ESTUDO DE CASO À LUZ DA TEORIA EFFECTUATION

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado em **14/03/2025** no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Resultado: APROVADO

João Pessoa, 19/03/2025.

BANCA EXAMINADORA:

(assinaturas eletrônicas via SUAP)

Dra. Thaís Teles Firmino
Orientador(a)

Dra. Karoline Fernandes Siqueira Campos
Examinador(a) interno(a)

Ma. Elaine Gonçalves Soares de Medeiros
Examinador(a) interno(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- **Thais Teles Firmino, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO**, em 19/03/2025 19:20:36.
- **Karoline Fernandes Siqueira Campos, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 19/03/2025 19:30:36.
- **Elaine Goncalves Soares de Medeiros, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 20/03/2025 07:49:16.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 19/03/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 684791
Verificador: cf2ac41f7e
Código de Autenticação:



Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, JOÃO PESSOA / PB, CEP 58015-435
<http://ifpb.edu.br> - (83) 3612-1200

Ao Rei eterno, imortal, invisível, Deus único,
DEDICO.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, a Deus, o autor da minha vida, que com Sua bondade e infinita misericórdia, me concedeu o discernimento, sabedoria e entendimento para realizar os meus feitos.

Agradeço à minha mãe, Rossana de Cássia Laurindo Pessoa Peres, pelo amor, orações e apoio na produção do trabalho; também ao meu pai Renilson Peres da Silva pelo apoio e suporte ao me emprestar o carro, para que eu pudesse me deslocar e acompanhar as aulas.

Agradeço à minha irmã, Cynthia Stephane Pessoa Peres Muniz, pelo amor, pelas preocupações e por sempre se orgulhar de mim; e ao meu cunhado João Barbosa Muniz Júnior, pelo carinho e apoio de sempre.

Agradeço o cuidado, carinho, preocupação e as orações da minha namorada Sarah Cardoso Ribeiro, que também me ajudou com palavras bíblicas e motivadoras.

Agradeço o apoio e companheirismo do meu amigo e irmão Leandro Agripino Cordeiro e por sua preocupação durante a produção do trabalho.

Agradeço à minha amiga Ana Karolina Bernardo Machado Peres, por aceitar o convite para participar do projeto de pesquisa, utilizando seu empreendimento como estudo de caso.

Agradeço à minha orientadora, professora Dra. Thaís Teles Firmino, pela disposição em me orientar, pelas leituras sugeridas ao longo dessa orientação, pelas palavras de incentivo e, sobretudo, o esmero no exercício de sua profissão.

Agradeço aos professores do curso de Bacharelado em Administração do IFPB; à coordenadora, professora Dra. Karoline Fernandes Siqueira Campos, pela disposição no atendimento, sendo sempre muito solícita.

Agradeço aos funcionários do IFPB, pela presteza e atendimento quando foi necessário.

Agradeço aos colegas de classe e amigos que ganhei: Ingrid de Oliveira Bezerra, pela amizade e parceria no início do curso; Kalline Andrade Nóbrega, pela companhia e por dividir as lutas nas disciplinas, principalmente as de cálculo; e Gilson Ferreira de Andrade, por sua lição de vida e pelas conversas muito enriquecedoras.

A todos os mencionados, certifico o meu agradecimento!

“Com a sabedoria edifica-se a casa, e com a inteligência ela se firma.”
Provérbios 24:3

RESUMO

Este trabalho examina o percurso do empreendedorismo no ramo de eventos à luz da teoria *effectuation*, proposta por Sarasvathy (2001), utilizando como referência o caso da empresa Decora Festas. O segmento de eventos lida com desafios frequentes, mas proporciona chances para empreendedores que adotam estratégias flexíveis, como personalização de serviços e tendências inovadoras. O estudo utilizou uma metodologia qualitativa, com um estudo de caso descritivo. Realizou-se uma entrevista de dez perguntas, semiestruturada, com a fundadora do empreendimento, seguida de entrevistas não estruturadas para complementação, visita ao local, acompanhamento de um evento, análise das mídias sociais e documentos relacionados à empresa, examinados por meio da técnica de análise de conteúdo. A coleta de dados permitiu entender como a empreendedora fez escolhas, estabeleceu sua rede de contatos e lidou com obstáculos durante sua trajetória. A avaliação se fundamentou na classificação dos princípios da *effectuation* e na identificação das estratégias implementadas para o desenvolvimento do empreendimento. Os resultados indicaram que a empreendedora usou seus próprios recursos e habilidades para começar o empreendimento e deu preferência a investimentos com perdas aceitáveis, diminuindo os riscos financeiros. A pandemia foi um grande desafio, demandando ajustes e reorganização. Além disso, a formação de alianças estratégicas, destacou a relevância da rede de contatos para a manutenção e crescimento do negócio. Chegou-se à conclusão de que teoria *effectuation* proporciona um quadro robusto para compreender a dinâmica do empreendedorismo em contextos incertos. Esta pesquisa evidenciou como a capacidade de adaptação, a administração estratégica dos recursos e a cooperação podem auxiliar no êxito de um empreendimento. O estudo enriquece as pesquisas sobre empreendedorismo no campo dos eventos, indicando que estratégias adaptáveis podem ser mais eficientes do que planos rígidos em situações de incerteza. Além disso, contribui com embasamento teórico para as práticas da empreendedora, promovendo reflexões e *insights* que permitam o aprimoramento constante da Decora Festas.

Palavras-chave: *Effectuation*. Empreendedorismo. Setor de eventos. Tomada de decisão.

ABSTRACT

This paper examines the path of entrepreneurship in the events industry in the light of the effectuation theory proposed by Sarasvathy (2001), using the case of Decora Festas as a reference. The events segment deals with frequent challenges, but offers chances for entrepreneurs who adopt flexible strategies, such as personalization of services and innovative trends. The study used a qualitative methodology, with a descriptive case study. A ten-question, semi-structured interview was conducted with the founder of the business, followed by unstructured interviews to complement it, a site visit, an event, an analysis of social media and documents related to the business, which were examined using the content analysis technique. Data collection enabled us to understand how the entrepreneur made choices, established her network of contacts and dealt with obstacles during her career. The evaluation was based on classifying the principles of effectuation and identifying the strategies implemented to develop the venture. The results indicated that the entrepreneur used her own resources and skills to start the venture and gave preference to investments with acceptable losses, reducing the financial risks. The pandemic was a major challenge, requiring adjustments and reorganization. In addition, the formation of strategic alliances highlighted the importance of networking in maintaining and growing the business. The conclusion is that effectuation theory provides a robust framework for understanding the dynamics of entrepreneurship in uncertain contexts. This research has shown how adaptability, strategic management of resources and cooperation can help to make a business successful. The study enriches research into entrepreneurship in the field of events, indicating that adaptable strategies can be more efficient than rigid plans in situations of uncertainty. It also provides a theoretical basis for the entrepreneur's practices, promoting reflections and insights that allow Decora Festas to constantly improve.

Keywords: Effectuation. Entrepreneurship. Events sector. Decision-making.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Primeira arte para divulgação da marca em 25 de outubro de 2016	30
Figura 2 – Arte para divulgação da marca em 01 de maio de 2017	30
Figura 3 – Arte de divulgação com fixação do nome em 03 de julho de 2017.....	31
Figura 4 – Marca de divulgação em 06 de julho de 2018	33
Figura 5 – Novo nome e marca de divulgação para 2021.....	34
Figura 6 – Marca atual da Decora Festas (2025)	34
Figura 7 – Perfil do <i>Instagram</i> da Decora Festas	36

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Desempregados que buscam emprego há 2 anos [...] em 2019.....	20
Gráfico 2 – Evolução da população desocupada de longa duração.....	21
Gráfico 3 – Eventos realizados em 2024.....	39

LISTA DE FOTOS

Foto 1 – Decoração personalizada para noivado de amigos em [...] 2017.....	32
Foto 2 – Decoração personalizada para aniversário infantil em [...] 2017.....	32
Foto 3 – Empresária dá volta por cima e vê retomada dos negócios.....	35
Foto 4 – Cursos de aperfeiçoamento e parcerias do Decora Festas.....	38

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRAPE	Associação Brasileira de Promotores de Eventos
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
OIT	Organização Internacional do Trabalho
OMS	Organização Mundial da Saúde
PIB	Produto Interno Bruto
Sebrae	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
1.1	OBJETIVOS.....	15
1.1.1	Objetivo Geral.....	15
1.1.2	Objetivos Específicos.....	15
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	15
2.1	PANORAMA DO EMPREENDEDORISMO: <i>CAUSATION VS. EFFECTUATION</i>	16
2.2	CRISE ECONÔMICA: INCERTEZA E OPORTUNIDADES.....	20
2.3	SETOR DE SERVIÇOS: UMA ÊNFASE EM EVENTOS.....	22
3	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	25
4	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	27
4.1	CASE: DECORA FESTAS.....	27
4.1.1	História de vida e visão empreendedora.....	27
4.1.2	Trajétoria empreendedora: desenvolvimento do negócio.....	29
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	40
	REFERÊNCIAS.....	42
	APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	47
	APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	48

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo está ligado à geração de novas possibilidades de trabalho, à inovação, ao incremento da competitividade, ao desenvolvimento econômico sustentável e ao aprimoramento da qualidade de vida (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [Sebrae], 2023), sendo crucial para o progresso social e econômico de uma comunidade. Os empreendedores estabelecem empresas e empreendimentos que criam postos de trabalho diretos e indiretos. Isso contribui para a diminuição dos índices de desemprego, incentiva a inclusão social e aprimora a distribuição de renda. Segundo Chiavenato (2007), o empreendedor é aquele que possui energia, ideias, e intrepidez para realizar seus projetos, mesmo que corra riscos, a fim de operar a seu favor e prosperar financeiramente.

Frequentemente, os empreendedores lançam novos produtos, serviços e modelos de negócios, que satisfazem as demandas do mercado e auxiliam no progresso tecnológico e social. Esta inovação aumenta a competitividade econômica (Dornelas, 2008). Iniciativas desse tipo podem beneficiar comunidades em situação de vulnerabilidade, proporcionar acesso a serviços essenciais e lutar contra a marginalização social. Investimentos podem impulsionar o desenvolvimento de áreas subdesenvolvidas ao atrair capital, reforçar o comércio local e fomentar a infraestrutura (Lima, 2001).

Diversas teorias foram desenvolvidas com o objetivo de entender a lógica e as ações por trás do comportamento empreendedor, incluindo a teoria *effectuation*, conceito formulado pela professora Saras Sarasvathy, uma especialista em empreendedorismo da Universidade de Virgínia, nos Estados Unidos. A sua ideia principal explica como os empreendedores fazem escolhas e atuam em circunstâncias de incerteza e imprevisibilidade, fundamentando-se mais em recursos já existentes do que em objetivos ou projeções de longo prazo (Sarasvathy, 2001).

De acordo com Fisher (2012), a teoria *effectuation* se apresenta como uma alternativa ao empreendedorismo tradicional, enfatizando a adaptação à incerteza e a tomada de decisão flexível e ganhou força nos últimos anos como uma ótica de maior impacto e abrangência. Esse pensamento tem sido extensivamente analisado e implementado em várias situações, demonstrando sua eficácia na formação e evolução de negócios, particularmente em ambientes incertos. Faia *et al.* (2014) apontam que os empreendedores que empregam a lógica do *effectuation* costumam

ser mais flexíveis e criativos na identificação e exploração de oportunidades. Da mesma forma, Nguyen-Duc, Kemell e Abrahamsson (2021) reforçam que a aplicação da lógica *effectuation* permite aos empreendedores serem mais flexíveis, inovadores e resilientes.

Devido à necessidade de se manterem, muitas pessoas buscam no empreendedorismo uma forma de obter renda extra ou mesmo serem donos de seu próprio negócio. Programas de incentivo do governo auxiliam os que planejam empreender, bem como impulsionar seus empreendimentos. Antes da pandemia do COVID-19, nos anos de 2018 e 2019, o Brasil contava com cerca de 75% dos pequenos negócios criados, segundo o presidente do Sebrae (2021).

Durante esse período e com a incerteza econômica, alguns setores de serviços sofreram altas e baixas, como por exemplo o ramo de *delivery* (serviço de entrega). Com as restrições acerca do cenário pandêmico, aumentou-se a demanda dos pedidos de produtos físicos e alimentícios. Em contrapartida, o setor de eventos foi impactado por não haver permissões para se realizar qualquer tipo de reunião, pois se configurava uma aglomeração. Assim, festas de casamento, noivados, aniversário e quaisquer celebrações presenciais foram impedidas de acontecer.

Nesse sentido, este setor tem vivido mudanças consideráveis, motivadas por aspectos como avanços tecnológicos, alterações nos comportamentos dos consumidores e a exigência de se ajustar a situações de crise, como a ocorrência da pandemia da COVID-19. Antes da crise de saúde global, a indústria já mostrava um crescimento significativo, que se destacava pela diversidade de serviços e pelo crescente interesse em eventos. Entretanto, a influência da pandemia levou empresas e profissionais a repensarem suas abordagens, com modelos de negócio mais adaptáveis (Souza; Manfré, 2022). Esse cenário despertou o interesse para o estudo em si, no setor de eventos, com ênfase na resiliência e inovação que o empreendedorismo permite.

Para aprofundar essa análise, o estudo de caso da empreendedora que administra a Decora Festas oferece uma oportunidade de entender como um empreendimento do ramo conseguiu se ajustar às transformações e prosperar em um cenário desafiador. A Decora Festas se distingue pela inovação na prestação de serviços personalizados para eventos, empregando táticas que unem criatividade, administração eficaz e exploração de oportunidades no mercado. Assim, o estudo

procura entender os obstáculos que a empreendedora enfrentou, as táticas empregadas para vencê-los e as lições extraídas dessa experiência.

No âmbito teórico, o estudo busca ampliar o entendimento sobre o empreendedorismo no segmento de eventos, associando-o à teoria *effectuation*, de Sarasvathy (2001), que destaca a tomada de decisões adaptáveis em contextos de incerteza. Adicionalmente, contribuir com a literatura acerca da adaptação estratégica e inovação em empresas do setor de serviços. Na esfera prática, os resultados podem oferecer percepções valiosas para a própria empreendedora, auxiliando-a a melhorar sua administração e a reconhecer novas possibilidades de crescimento. Para a comunidade, a pesquisa pode servir de inspiração para novos empreendedores interessados em entrar no ramo de eventos, evidenciando que a inovação e a capacidade de resiliência são essenciais para o êxito neste segmento.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Compreender a trajetória empreendedora percorrida para consolidação da Decora Festas à luz da teoria *effectuation*.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar o perfil da empreendedora;
- Avaliar as competências da empreendedora e conhecimentos adquiridos para o negócio;
- Mapear as alianças formadas pela empreendedora para o desenvolvimento do seu empreendimento.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção, foi abordado o empreendedorismo a partir das perspectivas *causation* e *effectuation* de Saras Sarasvathy, como também a conexão do tema com momentos de incerteza, como as crises econômicas, e de que forma elas podem

originar oportunidades. Adicionalmente, foi discutido o efeito das crises no setor de serviços, com foco no segmento de eventos, um campo que tem demonstrado resiliência e habilidade de se ajustar às mudanças do mercado. Ao entender como os empreendedores deste setor reinventam seus empreendimentos e exploram novas oportunidades, destacou-se as estratégias que auxiliam na sustentabilidade e expansão do setor em um cenário dinâmico e desafiador.

2.1 PANORAMA DO EMPREENDEDORISMO: *CAUSATION VS. EFFECTUATION*

A perspectiva empreendedora é a habilidade de reconhecer oportunidades, desenvolver soluções inovadoras e fazer escolhas estratégicas visando a criação de valor, seja no âmbito de um empreendimento, projeto ou iniciativa. Trata-se de um conjunto de mentalidades, competências e comportamentos que possibilitam ao empresário visualizar o futuro, prever tendências e traçar um trajeto para atingir suas metas (Stevenson, 1983).

Drucker (1985) afirma que o empreendedor não é apenas aquele que inicia um empreendimento, mas sim aquele que reconhece oportunidades e gera valor através da inovação. Ainda assim, diz que o ato de empreender envolve um conjunto de práticas e competências que podem ser aprimoradas e que os empreendedores de sucesso são aqueles que conseguem reconhecer e tirar proveito dessas transformações. Ou seja, empreender não se resume a estabelecer um negócio, mas também a reconhecer oportunidades, inovar e gerar valor de maneira organizada e que o empreendedorismo pode ser ensinado, aprendido e utilizado em vários contextos.

Nesse mesmo caminho, Shane e Venkataraman (2000) definem o empreendedorismo como a identificação, avaliação e exploração de oportunidades. Eles destacam que as oportunidades existem, independentemente das pessoas, no entanto, somente algumas são capazes de identificá-las e aproveitá-las. Eles acreditam que o empreendedorismo não se limita apenas a vias financeiras, mas também à habilidade de identificar oportunidades inovadoras e convertê-las em empreendimentos rentáveis. Este procedimento compreende duas fases principais: a identificação da oportunidade e a sua exploração, sendo crucial para fomentar a inovação e o desenvolvimento econômico. Portanto, nessa linha é enfatizado que a

verdadeira diferença do empreendedor está na capacidade de identificar e atuar de forma estratégica sobre oportunidades que outros simplesmente não percebem.

À medida que o empreendedorismo avança, o interesse nesse campo de estudo tem aumentado conseqüentemente. Essa intensificação possibilita o surgimento de diversas perspectivas teóricas, na busca de elucidar as ações e as reações que estimulam a atitude empreendedora (Fisher, 2012).

Sabe-se que o empreendedorismo é um fenômeno para o progresso econômico e social, marcado pela identificação e exploração de oportunidades para o estabelecimento de novos empreendimentos (Ardichvili; Cardozo; Ray, 2003). Nesse âmbito diversas perspectivas esclarecem como os empreendedores fazem suas escolhas e administram seus empreendimentos. Sarasvathy (2001) sugeriu duas lógicas fundamentais: *causation* e *effectuation*.

Comumente, os empreendedores eram percebidos como indivíduos racionais que adotavam uma estratégia estruturada e previsível, em conformidade com a lógica *causation*. Segundo Sarasvathy (2001) e Chandler *et al.* (2011), essa visão supõe que os empreendedores estabelecem objetivos claros e empregam planejamentos minuciosos para minimizar incertezas e maximizar os lucros. O modelo *causation* é frequentemente aplicado em contextos de incerteza reduzida, onde é viável realizar previsões e aderir a estratégias pré-estabelecidas. Assim, a decisão é fundamentada em análises de mercado, estudos de viabilidade e projeções futuras, com o objetivo de reduzir riscos e maximizar os recursos disponíveis (Sarasvathy, 2001).

Os empreendimentos que adotam a lógica *causation* geralmente seguem uma trajetória linear, com investimentos planejados, táticas de marketing claramente estabelecidas e projeções financeiras baseadas em estudos de viabilidade (Fisher, 2012). Portanto, este modelo é frequentemente adotado por empresas estabelecidas e setores mais tradicionais, onde a estabilidade e o planejamento meticuloso são elementos cruciais para o êxito e a competitividade no mercado.

Em contrapartida, Sarasvathy (2001) também sugere a lógica *effectuation*, que destaca a tomada de decisões em contextos de grande incerteza, um traço característico do empreendedorismo inovador. Os empreendedores eficazes, ao invés de se concentrarem em objetivos pré-estabelecidos, iniciam com os recursos que já possuem: quem são, o que sabem e quem conhecem; e, a partir daí, exploram oportunidades emergentes e adaptam suas táticas de acordo com as circunstâncias. Esta estratégia é particularmente eficaz em mercados voláteis e incertos, onde a

constante adaptação e a cooperação com partes interessadas possibilitam a criação de negócios de maneira adaptável e incremental. Em função do efeito gerado, os processos pautados no *effectuation* são mais eficazes na análise de contingências e dependem de quem está conduzindo o negócio (Sarasvathy, 2001).

A lógica *effectuation*, começa sem meta definida, inverte os princípios fundamentais e a lógica de previsão racional, como ocorre no modelo *causation*. Sob este raciocínio, as oportunidades não podem ser criadas, descobertas ou reconhecidas, mas surgem de um processo que inclui uma interação, uma negociação acirrada entre partes interessadas para concretizar suas aspirações e valores, itens, serviços e entidades tangíveis (Sarasvathy *et al.*, 2010). Em ambas as perspectivas, a habilidade cognitiva do empreendedor é considerada, entretanto, na *causation*, a cognição tem influência no estabelecimento prévio de metas e estratégias de ação, enquanto, na *effectuation*, impacta no projeto de ação, em parceria com outros participantes (Augier; Sarasvathy, 2004).

No modelo *effectuation*, os componentes “quem eu sou”, “o que eu sei” e “quem eu conheço”, têm um papel crucial na formação do processo decisório, no modo de empreender e nos resultados alcançados. O elemento “*Who I am*” (“Quem eu sou”) diz respeito às características individuais, vivências, princípios e gostos do empreendedor. Na tomada de decisões, isso implica que as decisões de negócios são moldadas pela sua identidade, seus interesses e sua perspectiva de mundo. No processo de empreender, os empreendimentos costumam espelhar as paixões e competências do empreendedor, frequentemente desenvolvendo soluções inovadoras com base em seu conhecimento pessoal. Como resultado, os negócios são muitas vezes influenciados pela personalidade do fundador, afetando sua cultura organizacional e estratégia (Sarasvathy, 2001).

O componente “*What I know*” (“O que eu sei”) refere-se ao conhecimento, competências e vivências acumuladas pelo empreendedor ao longo de sua existência. Na tomada de decisões, isso significa que as escolhas estratégicas são tomadas com base no conhecimento do empreendedor, reduzindo os riscos ligados à incerteza. No modo de empreender, o conhecimento técnico orienta a organização do empreendimento, possibilitando aos empreendedores inovarem em setores onde já têm experiência. Portanto, existe um potencial ampliado para a geração de uma vantagem competitiva, já que as decisões são baseadas em habilidades tangíveis e não apenas em suposições sobre o mercado (Sarasvathy, 2001).

O aspecto do “*Whom I know*” (“Quem eu conheço”) está ligado à rede de conexões e colaborações do empreendedor. Na tomada de decisões, ele influencia na simplificação do acesso a recursos, apoio e oportunidades de mercado. No âmbito do empreendedorismo, a formação de alianças estratégicas e parcerias possibilita ao empreendedor diminuir incertezas e obter suporte financeiro, técnico ou operacional sem a necessidade de prever com precisão as variáveis e os desafios que podem surgir no futuro. Portanto, os empreendimentos que possuem uma sólida rede de conexões tendem a se desenvolver de maneira mais resiliente, ajustando-se às alterações do ambiente e maximizando as oportunidades por meio de alianças (Sarasvathy, 2001).

Ademais, pela lógica *effectuation*, o processo de empreendedorismo se divide em quatro princípios, os quais simbolizam a progressão do negócio desde a sua criação até a sua consolidação. Os quatro norteadores e a visão de mundo relacionada à criação de oportunidades, isto é, de que o futuro do empreendedor é influenciado por suas ações (*Pilot-in-the-plane*), são aplicados em processos de empreendedorismo para planejar e realizar o próximo passo mais adequado, além de ajustar a direção do projeto conforme os resultados alcançados (Sarasvathy, 2001).

O primeiro diz respeito ao reconhecimento de meios, a “*Bird-in-Hand*” (“Pássaro na Mão”). Nesta fase inicial, o empresário avalia quem é, o que sabe e quem conhece. Ao invés de estabelecer um objetivo específico e, posteriormente, procurar os meios para atingi-lo, o empreendedor eficaz começa com o que já tem e identifica oportunidades com base nesses recursos já existentes. O princípio “*Affordable Loss*” (“Perda Acessível”), alude à maneira como os empreendedores fazem escolhas financeiras em situações de incerteza. Concentram-se em quanto podem perder sem prejudicar seu futuro financeiro ou corporativo, de modo a minimizar seus riscos por considerar investir o quanto estaria disposto a perder (Sarasvathy, 2001).

No “*Crazy Quilt*” (“Colcha de Retalhos”), o empreendedor procura estabelecer alianças estratégicas, enfatizando o valor de colaborar com uma diversidade de parceiros que realmente desejam se comprometer. Essas parcerias são essenciais para incorporar novos recursos, saberes e diminuir riscos. Há ainda a ideia de tirar proveito das circunstâncias, a “*Lemonade Principle*” (“Princípio da Limonada”). Neste sentido, o empreendedor compreende que o mercado é volátil e que erros e surpresas podem acontecer. Assim, ao invés de aderir a um plano rígido, ele se molda às circunstâncias e converte dificuldades em oportunidades (Sarasvathy, 2001).

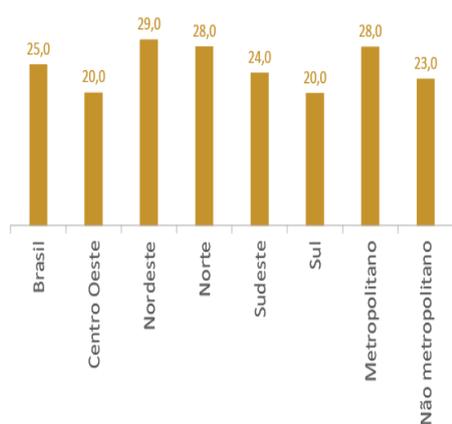
Assim, a metodologia *effectuation* possibilita que o empreendedor ajuste sua trajetória conforme os recursos disponíveis e as oportunidades que aparecem durante o percurso. Ao invés de aderir a um planejamento rigoroso e previsões minuciosas, ele faz escolhas fundamentadas na experiência, colaboração e adaptabilidade. É isto que Frese (2009) pontua quando diz que o empreendedor procura realizar suas metas identificando a melhor combinação dos recursos que ele possui, tais como competências, recursos materiais e financeiros, entre outros aspectos. Após a identificação de um espaço no mercado, como resultado dessa combinação, são dados novos passos para atingir um êxito ainda mais amplo.

2.2 CRISE ECONÔMICA: INCERTEZA E OPORTUNIDADES

Correntemente o Brasil passa por crises políticas, sociais e econômicas. Não bastasse esse cenário, muitos trabalhadores se veem desempregados. Os indicadores no ano de 2019 mostram as consequências desses desequilíbrios:

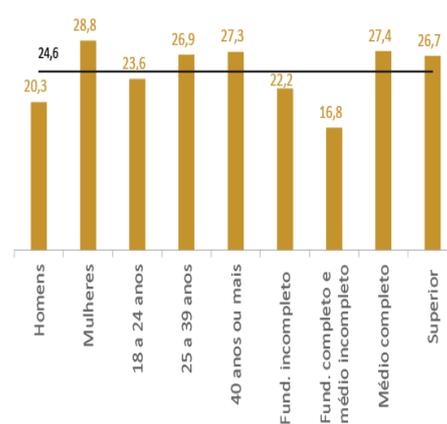
Gráfico 1 – Desempregados que buscam emprego há 2 anos ou mais em 2019

Desempregados que buscam emprego há 2 anos ou mais em 2019
(Em %)



Elaboração: Grupo de Conjuntura/Dimac/Ipea.

Desempregados que buscam emprego há 2 anos ou mais em 2019
(Em %)



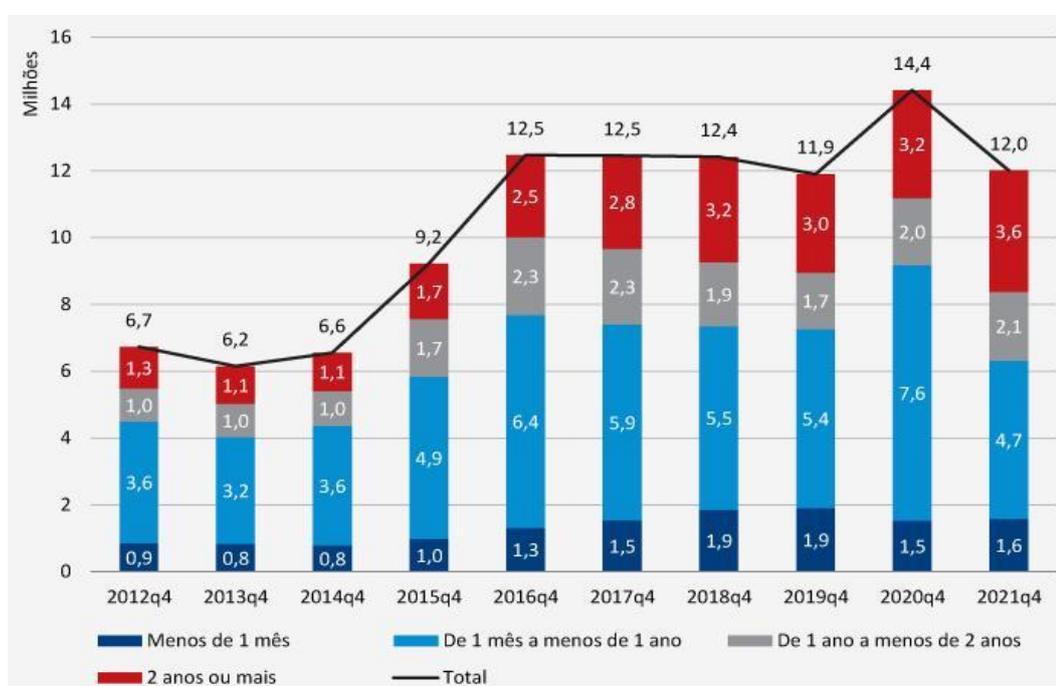
Elaboração: Grupo de Conjuntura/Dimac/Ipea.

Fonte: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) (2019).

Os dados desse gráfico mostram a situação de desempregados no Brasil em 2019, um ano antes da pandemia do COVID-19. Numa situação desanimadora como

esta, um número significativo de brasileiros buscou formas alternativas de trabalho e renda recorrendo ao empreendedorismo. Para Sarasvathy (2008), esse seria um cenário cabível à teoria *effectuation*; podendo ser interpretado como uma chance para inovação e adaptação, já que obriga os empreendedores a utilizarem os recursos disponíveis e a fazerem escolhas estratégicas em meio à incerteza. Assim, ao invés de aguardar por oportunidades formais de emprego, as pessoas poderiam aproveitar seus recursos à disposição para estabelecer novas fontes de renda e reformular suas trajetórias profissionais. Empreendedores que adotam essa abordagem são capazes de converter desafios em chances de expansão e reinvenção (Sarasvathy, 2008).

Gráfico 2 - Evolução da população desocupada de longa duração



Fonte: Monteiro (2022).

Com a declaração oficial da pandemia do coronavírus, feita pelo diretor geral da Organização Mundial da Saúde (OMS) em março de 2020, o Brasil foi impactado não somente na esfera da saúde, mas também no âmbito econômico. O Gráfico 2 acima, aponta esta situação e o aumento da população desocupada no Brasil. Medidas protetivas parciais ou totais, aplicadas por diversos países, com o intuito de bloquear o aumento do contágio, afetaram bilhões de trabalhadores; números que representam em torno de 81% do trabalho mundial (Organização Internacional do Trabalho [OIT],

2020). Com as empresas impedidas de executarem seus trabalhos presenciais e o abalo na economia, demissões em massa foram episódios rotineiros no mercado.

Esses acontecimentos geraram uma inquietação em muitos trabalhadores, fazendo com que eles buscassem alternativas para se manterem economicamente, enxergando no empreendedorismo uma saída. Quando se observa o segmento de serviços é possível enxergar o enfrentamento de flutuações econômicas que afetam a demanda e exigem ajustes. No ramo de eventos, crises podem diminuir o consumo e restringir reuniões presenciais, colocando em risco negócios estabelecidos. Contudo, esses momentos também fomentam a inovação, promovendo novos formatos, modelos adaptáveis e táticas inovadoras. Portanto, mesmo com os desafios, a crise pode ser um catalisador para oportunidades de negócios no ramo de eventos.

2.3 SETOR DE SERVIÇOS: UMA ÊNFASE EM EVENTOS

A partir da segunda metade do século XX, observou-se um aumento no setor de serviços a nível global, particularmente entre as nações desenvolvidas. O fenômeno da lei de Engel, teoria econômica que prevê uma redução proporcional nos gastos com alimentação à medida que a renda aumenta, poderia justificar o crescimento da elasticidade-renda na procura por serviços. Igualmente, o avanço das tecnologias da informação forçou as corporações a focar em suas operações centrais, como também a buscar terceirizar suas funções secundárias (Arbache, 2016).

O segmento de serviços é incrivelmente variado, englobando uma vasta variedade de atividades que servem tanto a consumidores individuais como corporações. Esta variedade é evidenciada na diversidade de segmentos, modelos de negócios e graus de complexidade dos serviços prestados. Fisher (1939) diz que o setor de serviços possui uma grande diversidade interna: de um lado existem atividades que estão entre as mais produtivas da economia, como a intermediação financeira e, no outro extremo, há também atividades como o serviço doméstico que da mesma forma contribuem no processo econômico.

É certo que o segmento de serviços é notável pela sua vasta variedade e habilidade de se adaptar, incluindo desde tarefas fundamentais até serviços altamente especializados e tecnológicos, servindo tanto para pessoas físicas quanto para organizações e empreendedores. Além de ser o principal responsável pela criação de empregos no país, promove a inovação e a competitividade em vários setores. Como

pontua Branski e Lima Jr (2010), a definição de serviços é inicialmente complexa, uma vez que abrange uma ampla gama de atividades. De maneira complementar, Castells (1999) argumenta que:

o conceito de “serviços” é considerado [...] ambíguo, na melhor das hipóteses, ou errôneo, na pior. [...] Assim, a categoria de serviços inclui atividades de todas as espécies, historicamente originárias de várias estruturas sociais e sistemas produtivos. A única característica comum dessas atividades do setor de serviços é o que elas não são. (Castells, 1999, p. 227-228).

O setor de serviços tem um papel relevante na economia do Brasil, contribuindo com uma parte considerável do Produto Interno Bruto (PIB) e gerando uma quantidade significativa de empregos (Secretaria de Comunicação Social, 2024). Segundo Batista e Hegele (2018), o setor de serviços vem se destacando como um dos principais impulsionadores do desenvolvimento econômico do país, englobando setores como o comércio, o transporte, a saúde, a educação, o turismo e a tecnologia. Esta variedade possibilita uma adaptação ágil às alterações do mercado, fazendo dele um ambiente favorável para a inovação e o empreendedorismo.

De acordo com os estudos anuais do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), em relação à sobrevivência e a mortalidade das empresas no Brasil, o setor de serviços é o que tem o maior índice de sobrevivência, e supera o setor de comércio e produtos (Sebrae, 2008). Nos últimos anos, o setor de serviços na Paraíba apresentou um desempenho sólido, estabelecendo-se como um dos alicerces da economia do estado. Ao examinar as estatísticas mensais, nota-se que, em novembro de 2024, o setor de serviços da Paraíba apresentou um aumento de 9,8% em relação ao mesmo mês de 2023, superando a média nacional de 2,9% (Governo da Paraíba, 2025).

Neste cenário, o segmento de eventos surge como uma área estratégica, impulsionada pela demanda crescente por experiências personalizadas, feiras, congressos, festivais e eventos sociais e corporativos. Faria *et al.* (2021) salientam que os eventos impulsionam várias cadeias de produção, incluindo turismo, gastronomia, hotelaria e entretenimento, demonstrando sua estreita ligação com o setor de serviços. Com o progresso tecnológico e as alterações nos padrões de consumo, a indústria de eventos está se transformando, adotando novos métodos de

planejamento e execução, como eventos híbridos e digitais. Isso destaca sua relevância na economia e cria oportunidades para novos empreendimentos.

O setor de eventos é um dos que mais crescem no Brasil, tendo apresentado um avanço notável nos últimos anos, contribuindo significativamente para a economia do país. Até maio de 2024, houve um crescimento médio de 46,6% no índice de estoque de empregos em relação à 2019, período anterior à pandemia do COVID-19; o índice registrado em 2024, até o mês aferido, foi de 163.269, enquanto que, em 2019, foi de 111.401 (Associação Brasileira de Promotores de Eventos [ABRAPE], 2024). Ainda segundo a ABRAPE (2023), o setor movimenta, anualmente, o que corresponde a aproximadamente 2,7% do Produto Interno Bruto do Brasil. Além disso, gera centenas de postos de trabalho, o que representa 46,6% dos empregos gerados no país (ABRAPE, 2023).

A organização de um evento social requer uma complexa cadeia produtiva que engloba vários setores da economia. O segmento de eventos sociais, que inclui desde celebrações matrimoniais, aniversários, colação de grau, entre outros, movimenta bilhões, de acordo com a Associação Brasileira de Promotores de Eventos, contribuindo para a criação de empregos, o estímulo da economia local e a promoção da cultura (Bahia de Valor, 2024). O serviço de organização de eventos tem se destacado: o consumo no setor foi estimado em R\$96,7 bilhões de janeiro a outubro de 2023, um valor 12,5% maior do que o mesmo período de 2022 (R\$86 bilhões). Em outubro, o índice atingiu R\$10,14 Bilhões, o valor mais alto desde o início da série histórica deste indicador em 2019 (ABRAPE, 2023). Este avanço está associado a uma série de elementos, como o crescimento da procura por eventos empresariais, culturais e sociais, bem como aprimoramentos na infraestrutura e no profissionalismo do setor.

Vale salientar que o fim da pandemia COVID-19 também estimulou o crescimento mais recente, devido às restrições e isolamento que impossibilitaram a realização de comemorações. Da mesma forma, durante o período de confinamento, muitos indivíduos aproveitaram o tempo livre para descobrir novas atividades, aprimorar competências, adotar novos costumes e explorar a criatividade, um ponto relevante no desenvolvimento econômico. Desse modo, o setor de eventos, festas e entretenimento tem passado por um processo de forte recuperação desde 2022. Os dados acumulados até janeiro de 2024 apontam para uma tendência de crescimento

ainda robusto ao longo do ano, consolidando o setor como um dos maiores geradores de empregos da economia (Cedeño, 2024).

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

O foco deste estudo foi identificar o perfil da empreendedora, avaliar as suas competências e conhecimentos adquiridos para o negócio e mapear as alianças formadas para o desenvolvimento do empreendimento à luz da teoria *effectuation*. Para tanto, estudou-se o caso da empreendedora do Decora Festas. Esta pesquisa se caracteriza como de natureza aplicada. Segundo Marconi e Lakatos (2017), o objetivo de uma pesquisa aplicada é gerar conhecimentos que possam ser aplicados diretamente em contextos reais, sendo amplamente empregada nos campos da tecnologia, gestão e ciências sociais aplicadas. Ou seja, ela tem uma ligação direta com a inovação e a criação de novos processos, produtos ou serviços.

A pesquisa tem um enfoque qualitativo e, de acordo com Creswell (2014), a pesquisa qualitativa é adaptável e possibilita ao pesquisador modificar seu plano à medida que a coleta de dados progride, permitindo uma maior interação com os participantes da pesquisa. Uma vez que o objetivo é de natureza qualitativa, o propósito é discutir a teoria e examinar a vivência da empreendedora no setor de serviços em organização de eventos, nas circunstâncias em que se encontra, sem a intenção de quantificar ou generalizar.

Adotou-se o método de estudo de caso, pois é uma abordagem que possibilita uma avaliação aprofundada e minuciosa de uma pessoa, grupo, entidade ou acontecimento; também é possível recorrer a várias fontes, tais como entrevistas, documentos e observações. Segundo Yin (2015), a técnica de pesquisa com estudo de caso é um método qualitativo que analisa um fenômeno em seu contexto real, particularmente quando a separação entre o fenômeno e o contexto não é claramente estabelecida (Yin, 2015). Da mesma forma Godoy (1995) aponta que essa abordagem caracteriza um tipo de pesquisa em que o objeto é uma entidade que é examinada de maneira minuciosa e o foco está na análise detalhada de um contexto, de um indivíduo específico ou de uma circunstância particular.

Nesse sentido, estabeleceu-se a unidade de estudo, o Decora Festas, o qual foi escolhido por permitir a análise à luz da teoria *effectuation*. Para tanto, a

empreendedora preencheu o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) disponibilizado na plataforma Google Forms, formalizando seu aceite para participação na pesquisa. Assim, realizou-se a coleta de dados, assegurando a triangulação das informações para uma maior confiabilidade dos resultados (Yin, 2015). Essa coleta ocorreu entre dezembro de 2024 e fevereiro de 2025, período em que foi realizada uma entrevista semiestruturada com a fundadora do empreendimento.

Além disso, ao longo do processo, entrevistas não estruturadas foram feitas como complemento, o que permitiu uma compreensão mais flexível e aprofundada da dinâmica do negócio. Uma visita foi feita ao empreendimento e, neste momento, observou-se como a empreendedora gerencia seu tempo, seus recursos e a interação com clientes e parceiros. Também foi acompanhado um evento organizado pela Decora Festas, o que permitiu compreender de maneira prática a execução dos serviços, desde a preparação da decoração até o atendimento ao público e a resolução de imprevistos. Ademais, as leituras teóricas foram norteadoras para a estruturação e condução do estudo.

Os dados recolhidos passaram por uma avaliação qualitativa, feita utilizando a técnica de análise de conteúdo (Bardin, 2011). A análise e debate dos resultados seguiram-se vinculadas à literatura já existente, reconhecendo padrões e suas implicações teóricas e práticas. Conforme sugerido por Bardin (2011), a análise de conteúdo é um método frequentemente empregado para a interpretação de dados qualitativos, possibilitando a categorização e a extração de significados de materiais textuais, tais como entrevistas, documentos e mídias. O procedimento para a coleta de dados foi dividido em três fases fundamentais: pré-análise, análise do conteúdo e tratamento dos resultados e interpretação.

Na fase de pré-análise, os dados foram obtidos inicialmente, com uma leitura superficial do material para familiarização e reconhecimento de temática. Nesta fase, estabeleceram-se como categorias os elementos relacionados aos objetivos do estudo: 1) *Who I am* (Quem eu sou); 2) *What I know* (O que eu sei); e 3) *Whom I know* (Quem eu conheço), de acordo com a teoria *effectuation* de Saras Sarasvathy. A análise do conteúdo implica na codificação e classificação dos dados, etapa crucial para converter dados em informações estruturadas, simplificando a análise e compreensão dos significados contidos no conteúdo.

Para finalizar, na análise e interpretação dos resultados, as categorias identificadas foram examinadas, vinculando-as ao objetivo da pesquisa e à literatura disponível. O objetivo foi entender padrões e tendências nos dados; este passo também possibilita a extração de implicações teóricas e práticas, bem como a apresentação de sugestões futuras.

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 CASE: DECORA FESTAS

A Decora Festas é um empreendimento focado na organização e decoração de eventos, disponibilizando kits completos para celebrações e customização de espaços festivos. Fundada em 2016, está situada na Rua Radialista Nilton Francisco dos Santos Júnior, 315, Planalto Boa Esperança, João Pessoa – PB. Seu quadro de pessoal é composto pela empreendedora, idealizadora do negócio, e um ajudante colaborador. O *Instagram* (@decorafestas_1) é o principal meio de comunicação com os clientes, onde são divulgados conteúdos através de *stories*, vídeos, *reels* e imagens de eventos realizados, além do contato via *WhatsApp*. As subseções a seguir descrevem o progresso detalhado do negócio, sua trajetória e as estratégias implementadas ao longo do tempo.

4.1.1 História de vida e visão empreendedora

A idealizadora do Decora Festas, Ana Karolina Bernardo Machado Peres, tem 32 anos e sua história no empreendedorismo começou há 9 anos. Segundo ela, durante o ensino médio, se sentia atípica, por não ter o desejo de trilhar uma carreira nas profissões que suas amigas e colegas da época desejavam, por exemplo: medicina, advocacia e enfermagem. Eram diversas possibilidades, mas nenhuma faziam os seus olhos brilharem, chegando ao ponto de se questionar constantemente sobre o que seria da vida.

Este elemento se refere à identidade, aos traços pessoais e à trajetória de vida da empreendedora, o que Sarasvathy (2001) chama de *Who I Am* (Quem sou eu?). No caso de Ana, ela expressa sua sensação de ser atípica em relação às profissões

convencionais, sugerindo que sua personalidade e interesses divergem do percurso habitual seguido por seus colegas. Isso evidencia como a sua identidade influenciou a sua escolha de empreender. Portanto, o autoconhecimento e a compreensão de sua singularidade foram essenciais para que ela questionasse e explorasse novos caminhos, possibilitando a criação de um negócio que estivesse em sintonia com seus valores e interesses individuais. Esta conexão intensa com a sua identidade pessoal evidencia como o *Who I Am* é um elemento crucial na estratégia de *effectuation*, uma vez que impacta diretamente as decisões e táticas do empreendedor.

Ela começou a trabalhar no comércio, em seguida com vendas, mas via que algo não estava saudável em relação ao modo como estava vivendo, não se sentia feliz. Quando eram épocas festivas ou mesmo em datas de aniversário da família e amigos, percebeu que se empenhava com muito esmero nas organizações. Foi então que enxergou uma oportunidade de trabalhar utilizando suas habilidades e criatividade para gerar renda. Isso a deixava feliz, ela compreendeu que esse era o caminho a seguir: abrir o seu próprio negócio, sendo uma empreendedora.

Assim, Ana Karolina notou que seu emprego no setor comercial e de vendas não era gratificante para ela, o que evidencia sua identidade e seus anseios. O fato de se empenhar intensamente na organização de eventos familiares indica que essa tarefa estava mais em sintonia com sua natureza. Este reconhecimento interno teve um impacto na sua escolha de empreender em uma área que a deixava contente. Essa situação se relaciona com o que Sarasvathy e Dew (2005) apontam, quando ressaltam que os empreendedores no modelo *effectuation* começam com uma autoanálise sobre quem são, quais são seus conhecimentos e quem eles conhecem.

A experiência dela no setor comercial e de vendas, trabalhando em lojas especializadas em materiais de festas, lhe proporcionou competências fundamentais para lidar com clientes e administrar o empreendimento. Além disso, sua participação na organização de eventos para amigos e parentes possibilitou que adquirisse habilidades práticas em planejamento e decoração. Ao notar que seu empenho nesses momentos gerava reconhecimento e contentamento pessoal, com base nessas experiências, ela percebeu que já tinha competências suficientes para converter essa paixão em uma fonte de renda e começar o seu próprio empreendimento. Essa situação se relaciona com o que Sarasvathy (2001) chama de *What I Know*, quando a acumulação de conhecimentos e habilidades é o pilar para estabelecer oportunidades viáveis.

A participação em encontros familiares e com amigos permitiu à empreendedora estabelecer uma rede de contatos preliminar, que foi crucial para a promoção do seu trabalho e a obtenção dos primeiros clientes. A convivência com indivíduos que valorizavam suas habilidades e empenho contribuiu para impulsionar sua trajetória empreendedora, um traço essencial da lógica *effectuation*, quando Sarasvathy (2001) apresenta o *Whom I know* que trata da rede de contatos e utiliza parcerias e conexões sociais para gerar novas possibilidades de negócio.

A sua ligação com o comércio e as vendas também a aproximou de fornecedores, clientes e outros profissionais, oferecendo chances estratégicas para formar parcerias. Ademais, ao trabalhar na organização de eventos, ela começou a estabelecer uma rede de conexões no ramo, que incluía outros decoradores, fornecedores de materiais, *buffets*, fotógrafos e outros especialistas, o que contribuiu para o desenvolvimento e fortalecimento do seu empreendimento. Essas ligações abriram novas possibilidades de aprendizado, recomendações e colaborações estratégicas, consolidando sua posição no mercado.

Com isso, a ação é fruto dos recursos disponíveis, do que o empreendedor acredita ser capaz de realizar. Segundo Sarasvathy (2001), o modelo fornece uma estrutura e se relaciona com aqueles empreendedores que desejam converter suas competências e criatividade em possibilidades de lucro, particularmente em situações de incerteza. Uma das premissas fundamentais desta metodologia é o "Pássaro na Mão" (*Bird-in-Hand*), que lança a proposta aos empreendedores de iniciarem com os recursos que já têm, ou seja, suas habilidades, talentos, experiências, para reconhecerem oportunidades de negócio.

4.1.2 Trajetória empreendedora: desenvolvimento do negócio

Inicialmente, Ana Karolina começou a montar decorações personalizadas para festas e eventos, fornecendo produtos e serviços de acordo com o que era demandado. Os pedidos eram de itens decorativos para festas de aniversário temáticas, noivados e casamentos. A sua marca sofreu mudanças ao longo do tempo, mas, no início, em 2016, chamava-se Personalizados da Ka, conforme a Figura 1.

Figura 1 – Primeira arte para divulgação da marca em 25 de outubro de 2016

Personalizados da Ka

- 15 Cofrinhos**
- 15 latinhas**
- 15 tubetes**
- 15 Pirâmides**
- 15 Sacolas**
- 15 Marmitinhas**
- 15 Plaquinhas divertidas**
- 30 Trufas**

#100 Reais (Qualquer tema)

Promoção até dia 30/11/2016

**Encomendas pelo Whats
98738-7135/98863-1194**

Fonte: Peres (2016).

Figura 2 – Arte para divulgação da marca em 01 de maio de 2017

Ka Personalizados

- **Cestas de café da manhã**
- **Sacolas - Trufas - Caixas Mdf**
- **Plaquinhas Divertidas**

Contato: 98738-7135

Fonte: Peres (2017d).

O conceito *Bird-in-Hand* (Pássaro na Mão) da teoria *effectuation* (Sarasvathy, 2001) destaca que os empreendedores iniciam com os recursos que já têm, no caso suas competências, saberes e rede de contatos, ao invés de aguardar por circunstâncias perfeitas para abrir um empreendimento. A história da empreendedora Ana Karolina se alinha pontualmente a esse princípio, uma vez que ela ingressou no empreendedorismo ao reconhecer suas próprias habilidades e interesses. Ela utilizava as ferramentas de edição de imagens que possuía para fazer divulgação do seu trabalho, como observado nas Figuras 2 e 3.

Figura 3 – Arte de divulgação com fixação do nome em 03 de julho de 2017



Fonte: Peres (2017a).

Como percebeu que não se adequava às profissões convencionais que seus colegas optaram, com o passar do tempo, suas vivências no setor comercial e de vendas lhe deram competências valiosas e percebeu que seu verdadeiro dom era a organização de eventos, uma atividade que sempre executou com empenho em festas familiares e aniversários de amigos. Ao invés de aguardar por grandes investimentos ou planos minuciosos, ela usou suas habilidades para convertê-las em um empreendimento concreto. As Fotos 1 e 2 a seguir atestam suas atividades.

Além disso, sua primeira rede de relacionamentos, formada por amigos, parentes e conhecidos, atuou como um alicerce para seus primeiros clientes e oportunidades. Ela também utilizou as relações que estabeleceu no comércio e nas vendas para ampliar suas relações e colaborações no setor de eventos. Assim, Ana Karolina ilustra o princípio *Bird-in-Hand*, uma vez que iniciou sua trajetória empreendedora a partir dos recursos já existentes, adaptando-se e expandindo-se sobre eles.

Foto 1 – Decoração personalizada para noivado de amigos em 14 de julho de 2017



Fonte: Peres (2017c).

Foto 2 – Decoração personalizada para aniversário infantil em 20 de setembro de 2017



Fonte: Peres (2017b).

A teoria de Sarasvathy (2001), por meio do princípio *Lemonade* (Limonada), ensina que os empreendedores devem converter imprevistos e desafios em

oportunidades, ajustando-se às situações inesperadas. No caso da empreendedora Ana Karolina, esse princípio se evidencia ao optar por desenvolver uma nova marca de promoção para seu empreendimento. Ela notou que sua estratégia de marketing anterior não estava produzindo os resultados esperados e que a identidade visual da sua organização já não correspondia ao seu público-alvo, isso poderia ser interpretado como um entrave. Contudo, em vez de ver isso como uma questão insuperável, ela viu essa necessidade de reposicionamento como uma chance de consolidar sua posição no mercado. Para isso, ela apostou em uma nova imagem para divulgação, conforme apresentado na Figura 4.

Figura 4 – Marca de divulgação em 06 de julho de 2018



Fonte: Peres (2018).

A concepção de uma nova marca de apresentação foi motivada por obstáculos como alterações no comportamento dos consumidores, expansão da concorrência e impasses na transmissão do valor dos seus serviços. Utilizando o princípio *Lemonade*, Ana Karolina se vale desses acontecimentos inesperados para inovar, reposicionar seu empreendimento e atingir novos públicos. Este movimento não só solucionou uma questão, como também expandiu suas oportunidades de desenvolvimento e reconhecimento no segmento de eventos.

Figura 5 – Novo nome e marca de divulgação para 2021



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Figura 6 – Marca atual da Decora Festas (2025)



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

À medida que o tempo passava era necessário inovar, proporcionar ao cliente novas experiências. Foi então que além de fornecer os personalizados, a empreendedora decidiu oferecer serviços de organização de eventos. As Figuras 5 e 6 acima ilustram o avanço para essa inovação. A trajetória não foi fácil. Desde o início

os desafios foram rotineiros e perduraram. A empolgação de realizar algo onde havia satisfação foi o combustível para fazer o negócio prosperar. Em meio a tudo que foi passado, com a chegada da pandemia, não houve condições de se manter de pé. Nesse momento, foi necessário vender todo o material. Isso causou uma tristeza profunda na empreendedora que se viu diante de mais um desafio.

O conceito *Affordable Loss* (Perda Acessível) de Sarasvathy (2001) indica que os empreendedores devem se concentrar no que estão prontos para perder, ao invés de se concentrarem apenas no retorno esperado. No caso de Ana Karolina, a pandemia apresentou obstáculos que a obrigaram a vender seus itens e enfrentar uma perda considerável. Contudo, ao invés de se render, ela soube analisar a situação e estabelecer um novo rumo para seu empreendimento, evidenciando a implementação deste princípio ao se reerguer mesmo perante as dificuldades. A Foto 3 a seguir, mostra o registro de uma entrevista, em que a empreendedora relatou o momento desafiador na sua vida.

Foto 3 – Empresária dá volta por cima e vê retomada dos negócios



Fonte: Empresária (2022).

Foi assim que a empreendedora agiu diante da queda de demanda durante a pandemia. Os eventos se tornaram mais restritos em pequenos núcleos de famílias. No entanto, com as flexibilizações de realização de eventos, as demandas foram aparecendo. Nesse momento, a história da empreendedora Ana também está conectada ao princípio *Lemonade*, pois ela converteu o imprevisto em uma nova

chance, ao invés de se deixar abater pelas circunstâncias. Ao longo da pandemia, com uma queda acentuada na procura por eventos, Ana Karolina se deparou com um cenário desafiador. Diante disso, ela se ajustou à nova situação, utilizando as flexibilizações permitidas para atender a pequenos eventos familiares.

A trajetória da empreendedora Ana Karolina se conecta do mesmo modo ao princípio *Crazy Quilt* (Colcha de Retalhos) da teoria de Sarasvathy (2001), o qual destaca a relevância de alianças estratégicas e da participação de outros participantes no progresso do empreendimento. Durante sua jornada, Ana não seguiu um plano preciso e pré-estabelecido, mas soube criar conexões estratégicas que contribuíram para o desenvolvimento do seu negócio. Por exemplo: a aparição em uma TV local não só destacou seu trabalho, como também ampliou sua rede de contatos com o aumento do número de seguidores na página do *Instagram* (Figura 7), expandindo suas possibilidades no segmento de eventos.

Figura 7 – Perfil do *Instagram* da Decora Festas



Fonte: Decora Festas (2025).

Além disso, ao dividir sua vivência e motivar outros pequenos empreendedores, ela se integrou a uma rede de colaboração, um elemento fundamental do princípio *Crazy Quilt*, dado que contribui para minimizar riscos e fomentar a inovação. Esta estratégia ilustra como as relações e colaborações podem ser um fator decisivo para o desenvolvimento de um empreendimento, possibilitando ao empreendedor se adaptar e prosperar mesmo em situações de incerteza.

Ao investir em cursos de aprimoramento, a empreendedora expressou o desejo de ampliar seus conhecimentos, aprendendo novas técnicas e melhorando suas competências, para proporcionar um serviço de excelência. Simultaneamente, a formação de parcerias evidencia a importância da cooperação na geração de novas oportunidades e na diminuição de incertezas. Assim, a história da Decora Festas demonstra como parcerias e aprendizado constante são essenciais para o desenvolvimento e adaptação do empreendimento. A Foto 4 mostra alguns dos cursos e parcerias que Ana fez. Dentre as capacitações estão o curso de aperfeiçoamento de festas, balões e marketing do Festeiros em Ação em 2022 e 2023, o curso de personalizados, balões e redes sociais da Maya Decorações em 2025 e a parceria com a Edla Buffet.

Inicialmente, as parcerias possibilitaram um aumento na variedade de serviços e permitiu a elaboração de pacotes completos que englobam a decoração e o *buffet*, satisfazendo a necessidade de clientes que procuram soluções unificadas para eventos. Além disso, a colaboração permitiu ampliar a visibilidade e atingir novos públicos, uma vez que ambas as companhias têm a oportunidade de promover os serviços uma da outra, consolidando suas redes de clientes.

Foto 4 – Cursos de aperfeiçoamento e parcerias do Decora Festas



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

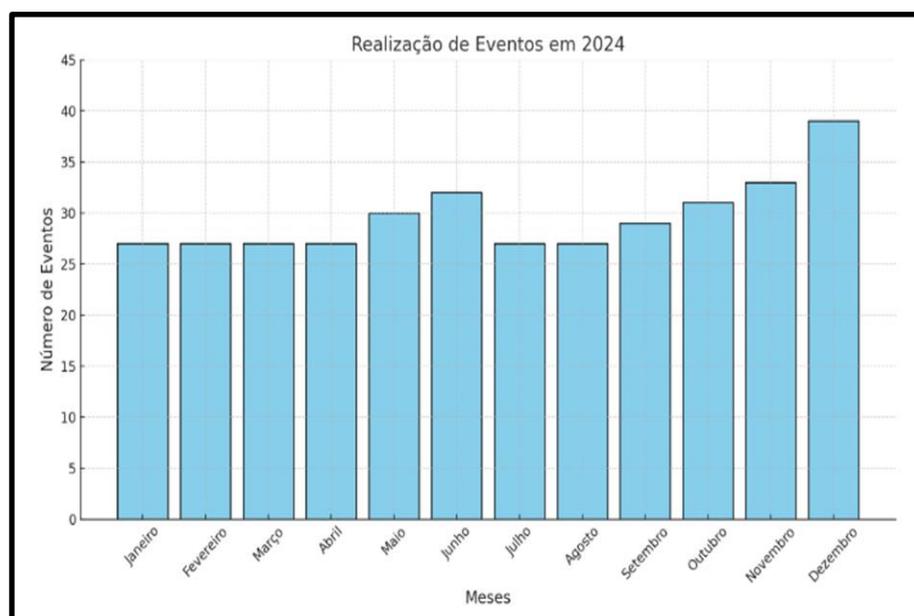
Sendo assim, o princípio *Crazy Quilt* possibilita, inclusive, a criação de alianças estratégicas para lidar com as variações sazonais. Por exemplo: um empreendedor pode se associar a outros empreendimentos para dividir despesas, desenvolver promoções conjuntas ou disponibilizar pacotes combinados em momentos de menor procura. No caso do Decora Festas, a empreendedora utilizou a criatividade baseada nas tendências e firmou parcerias com locais de realização de eventos.

Os períodos sazonais apresentam tanto obstáculos quanto possibilidades para os empreendedores, demandando táticas adaptáveis para gerir variações na procura. A teoria *effectuation* de Sarasvathy (2001), apresenta um modelo de decisão que se ajusta a contextos imprevisíveis, possibilitando que os empreendedores usem os recursos à disposição para explorar oportunidades à medida que elas se manifestam.

Na área de eventos, a procura pode ser vista como constante, pois eventos como festas de aniversário, matrimônios e confraternizações ocorrem regularmente ao longo do ano. Contudo, existem épocas de maior movimento, como meses festivos e finais de ano, bem como períodos de menor demanda. No caso da Decora Festas, a empreendedora percebe que todo mês é bom de um modo geral, somente no fim do ano que há um aumento na demanda.

Nesse contexto, a estratégia *effectuation* encoraja os empreendedores a aproveitarem ao máximo os recursos disponíveis e estabelecerem alianças estratégicas, minimizando os efeitos da sazonalidade e descobrindo novas maneiras de captar clientes em períodos de menor movimento. Além do mais, a adaptabilidade do negócio, seja por meio da diversificação de serviços ou da personalização das propostas, se transforma em um diferencial competitivo. Assim, entender e implementar os princípios *effectuation* possibilita que negócios do ramo de eventos não só sobrevivam a essas flutuações, mas também descubram novas chances de expansão e inovação. O Gráfico 3 mostra o desempenho na realização de eventos que o Decora Festas teve em 2024.

Gráfico 3 – Eventos realizados em 2024



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A visão de mundo sugerida pelo conceito *Pilot-in-the-Plane* (Piloto no Avião), dentro da teoria *effectuation*, propõe que os empreendedores não são meros observadores das circunstâncias externas, mas participantes ativos na formação do futuro através de suas decisões e ações (Sarasvathy, 2001). Ao invés de se basear apenas em previsões ou deixar que o ambiente defina o curso do negócio, essa perspectiva destaca que as oportunidades podem surgir a partir dos recursos existentes e das escolhas estratégicas tomadas durante o percurso.

No caso da Decora Festas, que iniciou como um empreendimento pequeno e se adaptou às transformações, Ana Karolina agora vislumbra proporcionar experiências inovadoras e expandir sua presença para novas áreas ou formatos. Assim, o empreendedor controla seu próprio destino, adaptando sua rota de acordo com os desafios e oportunidades que surgem, sem se apegar a um plano inflexível. Esta mentalidade não só facilita a adaptação a cenários incertos, como também promove a experimentação e a inovação, possibilitando uma evolução dinâmica e sustentável do negócio. Ao adotar essa visão, o empreendedor não só responde às transformações, mas também as molda a seu favor, convertendo desafios em novas chances de expansão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa examinou e compreendeu o percurso do empreendedorismo no ramo de eventos à luz da teoria *effectuation*, proposta por Sarasvathy (2001), utilizando como exemplo a empresa Decora Festas. Nesta perspectiva, os objetivos foram identificar o perfil da empresária (*Who I Am*), avaliar suas habilidades e conhecimentos adquiridos para o empreendimento (*What I Know*), além de mapear as parcerias estabelecidas durante seu crescimento empresarial (*Who I Know*). Tais elementos foram cruciais para entender como a empresária empregou seus recursos, vivências e conexões para estabelecer e ampliar seu empreendimento, destacando a implementação prática do *effectuation* no ramo de eventos.

A história da Decora Festas ilustra a lógica *effectuation* através de diversos princípios. O conceito de *Bird-in-Hand* se expressou na maneira como a empresária organizou seu empreendimento com base em suas habilidades criativas e seu amor pela organização de eventos. O princípio do *Affordable Loss* foi evidente na forma como ela administrava seus investimentos e riscos, escolhendo táticas que pudessem reduzir as perdas e possibilitar modificações de acordo com a reação do mercado.

Durante as dificuldades, particularmente na crise desencadeada pela pandemia, o conceito *Lemonade* foi crucial. A empresária converteu desafios em chances, reestruturando sua marca e desenvolvendo novas táticas para promover seus serviços. O conceito do *Crazy Quilt* também foi aplicado na formação de alianças

estratégicas, como a parceria com a Edla Buffet, consolidando a rede de contatos e expandindo a abrangência da empresa.

Além destes, a pesquisa apontou como a Decora Festas adotou uma perspectiva de mundo alinhada ao *Pilot-in-the-Plane*, evidenciando que o futuro do negócio foi fortemente determinado pelas decisões e estratégias da proprietária, ao invés de se basear em previsões precisas do mercado, foi estabelecida através de decisões ajustáveis e na maximização de oportunidades emergentes.

Neste contexto, o estudo contribui para a compreensão do empreendedorismo na área de eventos, destacando como a estratégia *effectuation* pode ser uma opção eficiente para gerir incertezas e converter desafios em oportunidades de crescimento. Além disso, a realização deste estudo também trouxe benefícios tanto para a empreendedora quanto para o próprio negócio. A análise da sua trajetória permitiu uma compreensão mais nítida das suas decisões estratégicas e dos elementos que auxiliaram no desenvolvimento do empreendimento.

Desse modo, contribui por respaldar teoricamente suas práticas, oportunizando reflexões e *insights* que permitam a inovação e melhoria contínua da Decora Festas. Como limitação, ressalta-se que a pesquisa focou em um único caso, indicando a necessidade de pesquisas futuras com diversos empreendedores e contextos para validar as conclusões.

Conclui-se que a trajetória da Decora Festas evidencia a relevância da adaptabilidade, da utilização estratégica dos recursos à disposição e da formação de redes de colaboração para o êxito de um negócio. Espera-se que esse estudo sirva de inspiração para empreendedores que procuram inovar e prosperar em ambientes desafiadores, mostrando que o empreendedorismo, quando conduzido por uma mentalidade adaptável e focada em resultados, é capaz de gerar novas oportunidades, mesmo diante de adversidades.

REFERÊNCIAS

- ARBACHE, J. S. The contribution of services to manufacturing competitiveness in Brazil. *In: HERNÁNDEZ, R. A. et al. (eds.). Innovation and internationalization of Latin American services*. Santiago: United Nations, 2016. p. 65-98.
- ARDICHVILI, A.; CARDOZO, R.; RAY, S. A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. **Journal of Business Venturing**, v. 18, n. 1, p. 105-123, 2003.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PROMOTORES DE EVENTOS (ABRAPE). Setor de eventos registra crescimento de 46,6% e se consolida como o maior gerador de empregos no país em 2023. **ABRAPE Notícias**, Belo Horizonte, 1 dez. 2023. Disponível em: <https://abrape.com.br/setor-de-eventos-registra-crescimento-de-466-e-se-consolida-como-o-maior-gerador-de-empregos-no-pais-em-2023/>. Acesso em: 8 jan. 2025.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PROMOTORES DE EVENTOS (ABRAPE). Setor de eventos tem crescimento do PIB superior à média nacional. **ABRAPE Notícias**, Belo Horizonte, 19 jul. 2024. Disponível em: <https://abrape.com.br/setor-de-eventos-tem-crescimento-do-pib-superior-a-media-nacional/#:~:text=Setor%20de%20eventos%20tem%20crescimento%20do%20PIB%20superior%20%C3%A0%20m%C3%A9dia%20nacional,-19%20de%20julho&text=O%20PIB%20do%20setor%20de,mesmo%20per%20C3%ADodo%20do%20ano%20anterior>. Acesso em: 15 fev. 2025.
- AUGIER, M.; SARASVATHY, S. D. Integrating Evolution, Cognition and Design: Extending Simonian Perspectives to Strategic Organization. **Strategic Organization**, v. 2, n. 2, p. 169-204, 2004. <https://doi.org/10.1177/1476127004042843>.
- BAHIA DE VALOR. Setor de eventos movimenta bilhões em 2024. **BAdevalor**, [S. l.], 4 out. 2024. Disponível em: https://badevalor.com.br/setor-de-eventos-movimenta-bilhoes-em-2024/#google_vignette. Acesso em: 31 jan. 2025.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BATISTA, Alexandre Ricardo de Aragão; HEGELE, Fabiane. A Importância do Setor de Serviços na Economia Brasileira: Uma Análise Baseada em Setores-Chave para 2013. *In: KON, Anita; BORELLI, Elizabeth (orgs.). Economia Brasileira em Debate: Subsídios ao Desenvolvimento*. São Paulo: Blucher, 2018. p. 187-206. <http://doi.org/10.5151/9788580393330-10>.
- BRANSKI, R. M.; LIMA JR, O. F. Logística no setor de serviços: estudo de casos com empresas de utilidade pública. *In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO*, 30., 2010, São Carlos. **Anais [...]**. São José dos Campos: ABEPRO, 2010. Tema: Maturidade e desafios da Engenharia de Produção: competitividade das empresas, condições de trabalho, meio ambiente, p. 1-14. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Orlando-Lima-Jr/publication/277598691> LOGISTICA NO SETOR DE SERVICOS ESTUDO DE

CASOS COM EMPRESAS DE UTILIDADE PUBLICA/links/556e739d08aec2268308c66c/LOGISTICA-NO-SETOR-DE-SERVICOS-ESTUDO-DE-CASOS-COM-EMPRESAS-DE-UTILIDADE-PUBLICA.pdf. Acesso em: 3 jan. 2025.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CEDEÑO, K. Demanda por profissionais de eventos cresce 67,2% em janeiro. **PANROTAS corporativo**, [S. l.], 9 fev. 2024. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/viagens-corporativas/mice/2024/02/demanda-por-profissionais-de-eventos-cresce-672-em-janeiro_203071.html. Acesso em: 31 jan. 2025.

CHANDLER, G. N.; DEW, N.; READ, S.; WILTBANK, R. Causation and effectuation processes: A validation study. **Journal of Business Venturing**, v. 26, n. 3, p. 375-390, 2011.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2007.

CRESWELL, J. W. **Research design**: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Thousand Oaks: SAGE, 2014.

DECORA FESTAS. **Perfil do Instagram**. João Pessoa: Decora Festas, 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/decorafestas_1. Acesso em: 6 fev. 2025.

DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter. **Innovation and Entrepreneurship**: Practice and Principles. New York: Harper & Row, 1985.

EMPRESÁRIA dá volta por cima e vê retomada dos negócios. Bom dia Paraíba, [João Pessoa]: TV Cabo Branco, 2022. 1 vídeo (5min). Publicado pelo Globoplay. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10430343/>. Acesso em: 3 jan. 2025.

FAIA, A. C.; ROSA, A. C.; MACHADO, H. P. F. Alerta empreendedor e as abordagens causation e effectuation sobre empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 2, p. 196-216, 2014. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552014000200006>.

FARIA, Barbara Bianca Santos; SILVA, Rodrigo Cardoso da; BORGES, Aylana Laissa Medeiros. Mercado de eventos: uma análise das empresas organizadoras e prestadores de infraestrutura de apoio do Distrito Federal – Brasil. **Revista Hospitalidade**, v. 18, n. 3, p. 1-25, 2021. <https://doi.org/10.29147/revhosp.v18i03.962>.

FISHER, A. G. B. Production, primary, secondary and tertiary. **The Economic Record**, v. 15, n. 1, p. 24-38, 1939.

FISHER, G. Effectuation, Causation, and Bricolage: A Behavioral Comparison of Emerging Theories in Entrepreneurship Research. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 36, n. 5, p. 1019-1051, 2012. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.0053>.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995. <https://doi.org/10.1590/S0034-75901995000300004>.

LAMEIRAS, M. A. P. *et al.* Mercado de Trabalho. *In*: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). **Carta de Conjuntura Número 43 - 2º Trimestre de 2019**. Rio de Janeiro: IPEA, 2019. p. 99-124. Disponível em: https://portalantigo.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/conjuntura/200825_cc_43.pdf. Acesso em: 10 jan. 2025.

LIMA, Afonso Augusto Teixeira de Freitas de Carvalho. **Meta-modelo de diagnóstico para pequenas empresas**. 2001. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/82045>. Acesso em: 20 jan. 2025.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MONTEIRO, S. Desemprego de longa duração aumenta com a pandemia e ameaça reinserção de brasileiros no mercado de trabalho. **Instituto Brasileiro de Economia (IBRE) FGV**, Rio de Janeiro, 27 abr. 2022. Blog da CONJUNTURA ECONÔMICA. Disponível em: <https://ibre.fgv.br/blog-da-conjuntura-economica/artigos/desemprego-de-longa-duracao-aumenta-com-pandemia-e-ameaca>. Acesso em: 12 jan. 2025.

NGUYEN-DUC, A.; KEMELL, K.; ABRAHAMSSON, P. The entrepreneurial logic of startup software development: A study of 40 software startups. **ArXiv**, New York, 2021. [No prelo]. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2103.07999>.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (OIT). COVID-19 causa perdas devastadoras de empregos e horas de trabalho. **OIT Newsroom**, 7 abr. 2020. Disponível em: <https://www.ilo.org/pt-pt/resource/news/oit-covid-19-causa-perdas-devastadoras-de-empregos-e-horas-de-trabalho>. Acesso em: 12 jan. 2025.

PERES, Karolina B. M. Ana Karolina Personalizados. João Pessoa, 3 jul. 2017a. Facebook: anakarolina.bernardo.7. Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1375170392538264&set=pb.100001359485391.-2207520000&type=3&locale=pt_BR. Acesso em: 8 jan. 2025.

PERES, Karolina B. M. Decoração personalizada para aniversário infantil. João Pessoa, 20 set. 2017b. Facebook: anakarolina.bernardo.7. Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1444698358918800&set=pb.100001359485391.-2207520000&type=3&locale=pt_BR. Acesso em: 8 jan.2025.

PERES, Karolina B. M. Decoração personalizada para noivado de amigos. João Pessoa, 14 jul. 2017c. Facebook: anakarolina.bernardo.7. Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1384958778226092&set=pb.100001359485391.-2207520000&type=3&locale=pt_BR. Acesso em: 8 jan. 2025.

PERES, Karolina B. M. Ka Personalizados. João Pessoa, 1 mai. 2017d. Facebook: anakarolina.bernardo.7. Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1311494615572509&set=pb.100001359485391.-2207520000&type=3&locale=pt_BR. Acesso em: 8 jan. 2025.

PERES, Karolina B. M. Karol Personalizados. João Pessoa, 6 jul. 2018. Facebook: anakarolina.bernardo.7. Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1737023883019578&set=pb.100001359485391.-2207520000&type=3&locale=pt_BR. Acesso em: 8 jan. 2025.

PERES, Karolina B. M. Personalizados da Ka. João Pessoa, 25 out. 2016. Facebook: anakarolina.bernardo.7. Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1112066808848625&set=pb.100001359485391.-2207520000&type=3&locale=pt_BR. Acesso em: 8 jan. 2025.

SARASVATHY, S. D. **Effectuation**: Elements of Entrepreneurial Expertise. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2008.

SARASVATHY, S. D. Causation and effectuation: toward a theorical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. **Academy of Management Review**, v. 26, n. 2, p. 243-263, 2001.

SARASVATHY, S. D., DEW, N., VELAMURI, S. R., & VENKATARAMAN, S. Three views of entrepreneurial opportunity. *In*: ACS, Z. J.; AUDRETSCH, D. B. (eds.). **Handbook of entrepreneurship research**: an interdisciplinary survey and introduction. New York: Springer, 2010. p. 77-98.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. Brasil gera mais de 247 mil novos empregos formais em setembro e alcança 1,83 milhão de novas vagas nos últimos 12 meses. **Secretaria de Comunicação Social**, [Brasília], 30 out. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2024/10/brasil-gera-mais-de-247-mil-novos-empregos-formais-em-setembro-e-alcanca-1-83-milhao-de-novas-vagas-nos-ultimos-12-meses>. Acesso em: 10 fev. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (Sebrae). Brasil alcança recorde de novos negócios, com quase 4 milhões de MPE. **Sebrae**, [S. l.], [2021?]. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/brasil-alcanca-recorde-de-novos-negocios-com-quase-4-milhoes-de-mpe,b7e02a013f80f710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 7 jan. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (Sebrae). **Doze Anos de Monitoramento da Sobrevivência e Mortalidade de Empresas**. São Paulo: SEBRAE-SP, 2008. Disponível em:

[https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/10 anos mortalidade relatorio completo.pdf](https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/10%20anos%20mortalidade%20relatorio%20completo.pdf). Acesso em: 12 jan. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (Sebrae). O papel da inovação e do empreendedorismo no desenvolvimento econômico. **Sebrae**, [S. l.], 20 mai. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-papel-da-inovacao-e-do-empreendedorismo-no-desenvolvimento-economico,8358781563028810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 25 jan. 2025.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, Mississippi, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

SOUZA, Mariana Cristina Cunha; MANFRÉ, Edson Roberto. Panorama do setor de eventos no Brasil na pandemia de Covid-19. In: JOAQUIM DA SILVA, J.; SOUZA, M. C. da C. (org.). **Tópicos Especiais: Eventos e Gestão**. Assis: Gráfica & Editora Triunfal Ltda., 2022. p. 21-36. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/369421755_Panorama_do_setor_de_eventos_no_Brasil_na_pandemia_de_Covid-19. Acesso em: 15 fev. 2025.

STEVENSON, Howard H. A perspective on entrepreneurship. **Harvard Business School Background Note**, Boston, n. 9, out. 1983.

YIN, R. K. **Case study research: design and methods**. 5. ed. Thousand Oaks: SAGE, 2015.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. O que a motivou a iniciar seu próprio negócio na área de organização de eventos?
2. Quais características pessoais você acredita que mais contribuíram para o sucesso do seu empreendimento?
3. Quais desafios você enfrentou no início do negócio e como suas experiências pessoais ajudaram a superá-los?
4. Quais conhecimentos e habilidades você já possuía antes de iniciar seu negócio e que foram úteis na organização de eventos?
5. Como você adquiriu novas competências ao longo do tempo para melhorar a gestão do seu empreendimento?
6. De que forma a experiência prática impactou sua forma de tomar decisões dentro do negócio?
7. Quais parcerias ou contatos foram essenciais para o crescimento do seu negócio?
8. Como o networking influenciou a captação de clientes e a expansão da empresa?
9. Você já contou com o apoio de mentores, associações ou grupos empresariais? Como isso impactou o seu desenvolvimento profissional?
10. Quais conselhos você daria para quem deseja empreender no setor de eventos?

APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Você está sendo convidada a participar de um projeto de pesquisa, intitulado **DECORA FESTAS: UM ESTUDO DE CASO À LUZ DA TEORIA *EFFECTUATION***, sob a responsabilidade do pesquisador **Thomas Ewerton Laurindo Pessoa Peres**, discente do Bacharelado em Administração do Instituto Federal da Paraíba (IFPB), orientado pela profa. Dra. **Thaís Teles Firmino**. Este estudo tem por objetivo: compreender a trajetória empreendedora percorrida para consolidação da Decora Festas à luz da teoria *effectuation*; identificar o perfil da empreendedora; avaliar as competências da empreendedora e conhecimentos adquiridos para o negócio; mapear as alianças formadas pela empreendedora para o desenvolvimento do seu empreendimento.

PARTICIPAÇÃO NO ESTUDO E AUTONOMIA

A partir do aceite a este termo, você autoriza o discente pesquisador a coletar dados para a referida pesquisa por meio de entrevistas, observações e análise de documentos. Sua participação é voluntária e a desistência poderá ocorrer a qualquer momento se assim desejar sem nenhum dano associado, sendo excluídos os dados referentes à sua participação, a não ser que a identificação de suas respostas não seja possível. Você não será penalizada de nenhuma maneira caso decida não consentir sua participação ou desistir dela. As questões abordam a trajetória da empreendedora para desenvolvimento de seu negócio, considerando seu perfil, competências e alianças estratégicas. Você terá acesso às perguntas somente depois que tiver dado o seu consentimento.

SIGILO E PRIVACIDADE

Somente o discente e sua orientadora, que se comprometeram com a condução ética e responsável deste estudo, terão acesso a seus dados e não farão uso destas informações para finalidades diversas das comunicadas neste termo, armazenando o material coletado em local seguro, em observação aos artigos 7º e 11º da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), como orientado em seu *corpus*: “Art. 4º Esta Lei não se aplica ao tratamento de dados pessoais: II - realizado para fins exclusivamente: b) acadêmicos, aplicando-se a esta hipótese os arts. 7º e 11 desta Lei”. Portanto, garante-se a confidencialidade e a privacidade, a proteção da imagem e a não estigmatização dos participantes da pesquisa, sendo mantido o anonimato, a não ser que se autorize diversamente, conforme as alternativas de aceite listadas a seguir. Os resultados da pesquisa serão utilizados exclusivamente para divulgação (apresentação em eventos acadêmicos) e publicação em meios científicos ou jornalísticos (capítulo de livro, artigos científicos ou de jornais/revistas e anais de eventos acadêmicos).

RISCOS E BENEFÍCIOS

Não são previstos riscos por sua participação neste estudo, a não ser aqueles inerentes ao uso da Internet, como invasão por *hackers*, perda ou vazamento dos dados, porém, reitera-se que serão sempre respeitados os preceitos éticos. Assegura-se ainda que não serão acessadas informações confidenciais não fornecidas pela participante e as informações prestadas não serão utilizadas em prejuízo das pessoas, inclusive em termos de autoestima, de prestígio e/ou econômico-financeiro.

A participante será beneficiada direta e indiretamente com os resultados da pesquisa, visto que estes poderão contribuir para respaldar teoricamente suas práticas, oportunizando reflexões e *insights* que permitam a inovação e melhoria contínua da Decora Festas.

CONTATOS

Durante a pesquisa ou posteriormente, você poderá solicitar ao discente pesquisador informações sobre sua participação e/ou uma devolutiva dos resultados da pesquisa, o que poderá ser feito por meio do e-mail thomas.ewerton@academico.ifpb.edu.br. Após a finalização do estudo, a versão final do trabalho de conclusão de curso estará disponível no repositório do IFPB.

Declaro ter sido informada e compreendi adequadamente as informações sobre o estudo descrito acima. Assim, concordo com a participação no projeto de pesquisa acima descrito. Meu aceite está condicionado ao seguinte requisito:

- a) () Anonimato, isto é, que a divulgação dos resultados seja feita sem mencionar meu nome e/ou da empresa em que atuo/sou proprietária.
- b) () Sem anonimato, isto é, permitindo a minha identificação e/ou da empresa em que atuo/sou proprietária.

Observação sobre o uso de imagem: caso marque a alternativa “c”, você autoriza a realização de fotos, *print screens* e/ou gravações em áudio e/ou vídeo pelo discente, exclusivamente para os fins descritos neste termo, e o pesquisador se compromete a preservar sua identidade nestes materiais visuais com o uso de tarjas, distorção da imagem, distorção da voz, entre outros, a não ser que tenha sido assinalada a opção “b” acima. Meu aceite está condicionado ao seguinte requisito:

- c) () Com a realização de fotos, *print screens* e gravação em áudio e/ou vídeo (no caso das observações e entrevistas).
- d) () Sem a realização de fotos, *print screens* e gravação em áudio e/ou vídeo (no caso das observações e entrevistas).

Diante disso, eu, Thomas Ewerton Laurindo Pessoa Peres, assumo a responsabilidade de cumprir as condições de pesquisa descritas, também atendendo aos requisitos assinalados acima. Ademais, dado que este termo de consentimento foi disponibilizado por meio da Google Forms, a participante receberá uma cópia do documento eletrônico, sendo importante armazená-la em seus arquivos.

() A participante da pesquisa assinala esta opção declarando ciência.

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus João Pessoa - Código INEP: 25096850
	Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, CEP 58015-435, João Pessoa (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0002-56 - Telefone: (83) 3612.1200

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

ENTREGA TCC 2025 - THOMAS EWERTON LAURINDO PESSOA PERES

Assunto:	ENTREGA TCC 2025 - THOMAS EWERTON LAURINDO PESSOA PERES
Assinado por:	Thomas Ewerton
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Thomas Ewerton Laurindo Pessoa Peres, ALUNO (20172460073) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA**, em 24/03/2025 19:29:27.

Este documento foi armazenado no SUAP em 24/03/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1432349

Código de Autenticação: 045b69da49

