

## APLICAÇÃO DO MÉTODO MINIMUM VIABLE PRODUCT NO RAMO DE CONFEITARIAS ARTESANAIS DE BOLOS CASEIROS

Luana Feitosa Freire - luana.freire@unemat.br  
Lucilene Campos Ferreira Miranda - lucilenecfmiranda@gmail.com  
Lidiane Silva Souza - lidiane.unemat@gmail.com  
Ibsen Bittencourt - ibsen@feac.ufal.br  
Oksana Aparecida de Lara Hungaro - oksanahungaro@gmail.com

\* Submissão em: 09/07/2024 | Aceito em: 20/07/2025

### RESUMO

O estudo investigou o uso do método MVP (Minimum Viable Product) para validar a viabilidade comercial de bolos caseiros como uma iniciativa prospectiva de negócio. Conduzido entre julho e agosto de 2022, empregou um MVP por protótipo para desenvolver e testar um tipo de bolo caseiro. A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, coletando e interpretando feedbacks dos participantes, os quais resultaram em uma validação positiva do produto. Os objetivos específicos foram plenamente alcançados, incluindo a construção do protótipo, a descrição da aplicação do método MVP, a elaboração de um roteiro de avaliação e a análise dos resultados obtidos. Além de evidenciar a importância da adaptação contínua e iterativa durante o desenvolvimento do produto, o estudo ofereceu *insights* fundamentais para estratégias de marketing e desenvolvimento futuro. Concluiu-se que o método MVP é essencial para validar produtos com recursos limitados antes de seu lançamento no mercado, reduzindo incertezas e aumentando a confiança na aceitação pelo público consumidor. Recomenda-se amplamente a aplicação do MVP para produtos e serviços variados, independentemente do tamanho ou setor do negócio, destacando seu potencial como uma ferramenta fundamental para empreendedores. Este estudo reforça a relevância do MVP não apenas como uma estratégia de desenvolvimento inicial, mas como um meio estruturado para aprimorar a eficácia e a competitividade no mercado.

**Palavras-chave:** Método MVP. Validação de Produto. Bolos Caseiros.

## APPLICATION OF THE MINIMUM VIABLE PRODUCT METHOD IN THE HANDCRAFTED HOMEMADE CAKE CONFECTIONERY INDUSTRY

### ABSTRACT

The study investigated the application of the Minimum Viable Product (MVP) method to validate the commercial viability of homemade cakes as a prospective business initiative. Conducted between July and August 2022, it employed an MVP prototype to develop and test a specific type of homemade cake. The research utilized a qualitative approach, gathering and interpreting participant feedback, which led to a positive validation of the product. Specific objectives were fully achieved, including prototype construction, description of MVP method application, development of an evaluation script, and analysis of the results obtained. In addition to highlighting the importance of continuous and iterative adaptation during product development, the study provided critical insights for marketing strategies and future development efforts. It was concluded that the MVP method is essential for validating products with limited resources prior to market

launch, thereby reducing uncertainties and bolstering confidence in consumer acceptance. The widespread application of MVP is strongly recommended across diverse product categories and service offerings, irrespective of business size or sector, underscoring its potential as a fundamental tool for entrepreneurs. This study reinforces the significance of MVP not only as an initial development strategy but also as a structured approach to enhance efficacy and competitiveness in the marketplace.

**Keywords:** MVP Method. Product Validation. Homemade Cakes.

## Introdução

O setor de panificação e confeitaria no Brasil apresentou otimismo e boas perspectivas para 2023, segundo diversos relatos da Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP) e outros especialistas do setor. O setor enfrenta desafios devido à inflação e aumento de preços, mas há uma busca constante por rentabilidade, as tendências indicam uma preferência crescente por produtos mais saudáveis, como pães integrais e com grãos, além de uma valorização de produtos artesanais e naturais.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) relatou em 2022 que o mercado de bolos caseiros continua em crescimento significativo. De acordo com o site Quem Vê (2020), esses bolos são lucrativos e requerem baixo custo de investimento. Por outro lado, os brasileiros possuem memória afetiva em relação a bolos caseiros, existe uma crescente comercialização deste produto, não apenas por padarias e confeitarias tradicionais, mas também por confeitarias artesanais que, em sua maioria, são instaladas ou utilizam da instalação do próprio lar do empreendedor para a produção (EDUK CONFEITARIA, 2020).

Para que esses empreendedores iniciem no mercado é importante produzirem o seu produto ou serviço e saibam monetizar a sua ideia/inação, torna-se necessário saber quanto o consumidor pode ou está disposto a pagar pelo seu produto ou serviço, ou seja, buscar a solução de um problema, e transformar em um negócio rentável (CORIM, 2017).

Nesse sentido, para isentar de riscos ou evitar surpresas desagradáveis, o empreendedor deve ofertar o mínimo de aplicabilidades para observar a reação do mercado, a percepção do cliente para com seu produto e se ele, realmente, atende ao problema que foi proposto, antes do investimento de todos os recursos, nessa perspectiva apresenta-se o *minimum viable product* (MVP) (em português produto mínimo viável), que é uma ferramenta composta por testes para constatar a

viabilidade de um produto ou serviço e analisar se contém uma lacuna no mercado, (ENDEAVOR BRASIL, 2021).

A Fundação Instituto Administração (FIA, 2022) apresenta que O *MVP* não é tão difundido em empresas convencionais, tendo maior intensificação deste método em *startups*. Muitas vezes o empreendedor brasileiro idealiza um produto, faz todos os investimentos para produzi-lo e quando insere no mercado nota-se que não é realmente o que ele tinha imaginado e acaba ficando sem recursos para fazer alguma alteração necessária. Por isso que o *MVP* pode ser tão válido, o método permite a economia de tempo e dinheiro.

A partir desta perspectiva, existem diversos métodos de apoio ao empreendedor, a exemplo o *MVP* que tem o objetivo de validar o produto ou o serviço. Assim temos a seguinte questão de pesquisa: **o método *MVP* se aplica na validação de bolos caseiros, como prospecção de um futuro negócio?**

Por conseguinte, o objetivo geral desta pesquisa foi aplicar o método *MVP* para validar a comercialização de bolos caseiros. E como objetivos específicos deste estudo visou elucidar os seguintes: construir o protótipo do produto; descrever o uso do método *MVP* na validação de bolos caseiros; elaborar um roteiro de avaliação no momento do teste do produto e qualificar resultados dos testes de acordo com o método *MVP*.

## 1. Referencial Teórico

### 1.1 Empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo no Brasil ganhou destaque a partir do final do século XX, impulsionado pelo ensino sistemático do tema e a criação de incubadoras de empresas em universidades (Salim & Silva, 2010). Diversos conceitos sobre empreendedorismo foram apresentados, incluindo a habilidade de identificar problemas e oportunidades, criar soluções e investir recursos para gerar valor para a sociedade (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE], 2021).

O mercado de bolos caseiros continua crescendo significativamente, conforme relatado pelo SEBRAE em 2022. De acordo com o site Quem Vê (2020), esses bolos são lucrativos e requerem baixo custo de investimento. A crise da Covid-19 em 2020, com o aumento do desemprego, impulsionou muitos brasileiros a empreender em casa, favorecendo a expansão do setor devido à sua fácil entrada e baixo custo.

Segundo Baggio e Baggio (2015), o empreendedorismo é a arte de realizar com criatividade e proatividade, enfrentando desafios e riscos com novas abordagens. Dornelas (2021) complementa que, na criação de novos negócios, o empreendedorismo envolve pessoas e processos comprometidos com a transformação e inovação. Baggio e Baggio (2015) definem empreendedores como "inovadores de contextos", que enxergam problemas e soluções simultaneamente. Dornelas (2021) descreve o empreendedor como alguém com iniciativa, criatividade e disposição para assumir riscos.

Uma pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2020) em 2019 revelou que as motivações para empreender no Brasil incluem a tradição familiar (25%) e a busca por uma melhor renda (37%). A pesquisa também apontou que muitos empreendedores são impulsionados pela falta de emprego (88,4%). O relatório GEM de 2020, em parceria com o SEBRAE e o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), indicou que a taxa de empreendedores iniciais subiu ligeiramente para 23,4%, enquanto houve uma redução significativa de empreendedores estabelecidos em um período de oito anos (SEBRAE, 2021).

## 1.2 Diferença entre *startups* e empresas convencionais

O setor de confeitarias no Brasil é diversificado, compreendendo segmentos industrial, semi-industrial e artesanal. A confeitaria artesanal, frequentemente conduzida de forma informal, é caracterizada por pequenos empreendedores que operam em suas residências ou instalações simples, destacando-se pela produção de produtos frescos e com sabores distintos (Brehn, 2018). É notável que essa informalidade muitas vezes esteja ligada às exigências regulatórias da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e aos custos burocráticos elevados.

Enquanto isso, o surgimento de *startups* no ramo da confeitaria representa uma mudança significativa na dinâmica do mercado. As *startups* e empresas convencionais operam de maneiras distintas. As empresas tradicionais, geralmente estabelecidas em setores consolidados, oferecem produtos para um público já existente, competindo com outras empresas do mesmo ramo e, frequentemente, demonstrando uma menor predisposição a riscos e incertezas (Marques, 2019). Por outro lado, as *startups* têm uma mentalidade mais voltada para o crescimento a curto e médio prazo, buscando inovação e rápida adaptação às demandas do mercado (Padrão, 2021).

No que tange à gestão, as empresas tradicionais operam em mercados conhecidos, com especialização e controle concentrado nos sócios/proprietários. Por outro lado, as *startups* emergem

em ambientes de inovação, buscando investimentos contínuos e frequentemente oferecendo participação no empreendimento em troca, com uma cultura organizacional marcada pela proatividade e resolução ágil de problemas (Marques, 2019; Padrão, 2021).

Eric Ries (2011) define *startups* como organizações dedicadas à criação de novos produtos e serviços em condições de extrema incerteza. Perin (2018) destaca a importância da flexibilidade e da busca por um modelo de negócio viável, enfatizando a colaboração como chave para superar desafios. As *startups* são reconhecidas por sua capacidade de serem repetíveis e escaláveis, difundindo suas ideias de forma rápida e sustentável (Perin, 2018). Essas empresas iniciais, segundo Barbosa (2018) e Alves (2013), são centradas em inovação e tecnologia, testando e ajustando suas ideias para atender às necessidades do mercado. A Associação Brasileira de Startups (ABStartups, 2021) define startups como negócios que geram valor ao resolver problemas reais com agilidade, flexibilidade e adoção de tecnologia.

### 1.3. Método Minimum Viable Product (MVP)

O MVP ajuda empreendedores a iniciar o ciclo de aprendizado com rapidez, não necessariamente como o menor produto concebível, mas como uma técnica para caminhar no ciclo construir-medir-aprender com menor esforço e investimento. Diferente de produtos tradicionais que visam a perfeição, o MVP foca em testar hipóteses essenciais para o negócio (Ries, 2011). Para Kuviatkoski (2021), o MVP é uma maneira de testar e construir as ideias iniciais de um negócio. O MVP realiza testes iniciais para validar a viabilidade do negócio, utilizando recursos mínimos para resolver problemas essenciais (Endeavor Brasil, 2021). É uma versão simples do produto ou serviço com as funcionalidades indispensáveis, e sua criação envolve tentativa e erro, mensuração e testes com usuários (Sebrae, 2021).

O MVP serve para validar modelos de negócios, conhecer o mercado, conquistar parcerias e adquirir investimentos (Kuviatkoski, 2021). Ele permite testar a concepção inicial de uma startup, captando feedbacks dos clientes para identificar erros antes do lançamento completo do produto (Endeavor Brasil, 2021). Além disso, alerta para que qualquer tarefa além do necessário para iniciar o aprendizado é desperdício (Ries, 2011).

O MVP deve ser prático, claro e escalável, respondendo perguntas como: "Para que serve?", "Que dor atende?", "Como resolve esta dor?" (Kuviatkoski, 2021). A Fundação Instituto Administração (FIA, 2022) destaca que o MVP acelera a validação do produto no mercado,

agregando valor através da experiência do usuário e promovendo um ciclo contínuo de feedbacks. Ghion (2020) classifica cinco principais tipos de MVP: Concierge, Mágico de Oz, Duplo, Single Feature e Fumaça. Coutinho (2020) acrescenta o MVP Protótipo, cada um com características distintas. Neste trabalho, optamos pelo MVP Protótipo que produz um exemplar funcional para testar interações e obter insights.

Para criar e testar um MVP, Kuviatkoski (2021) sugere cinco etapas: entender a dor/desejo do cliente, definir a *persona*, estabelecer as principais tarefas do MVP, criar o MVP de forma ágil e barata, e mensurar os resultados. Coutinho (2020) recomenda identificar a dor/interesse do cliente, desenvolver o protótipo, captar consumidores, abrir-se a críticas e mensurar a performance do MVP.

## 2. Procedimentos Metodológicos

A pesquisa científica é o resultado de uma investigação detalhada, buscando resolver um problema por meio de processos científicos (Gerhard & Silveira, 2009). Nesta pesquisa, adotou-se uma abordagem qualitativa. Proetti (2018) destaca que a pesquisa qualitativa visa compreender, descrever e interpretar acontecimentos, permitindo uma interação direta com o objeto de estudo. Flick (2008) ressalta a importância da escolha adequada de métodos e teorias, da análise de diferentes perspectivas e da pluralidade de abordagens na pesquisa qualitativa.

Este estudo concentrou-se na coleta e interpretação dos feedbacks dos consumidores sobre o produto, por meio dos testes realizados conforme o método MVP. Além disso, foi classificado como pesquisa descritiva, pois buscou descrever as características do uso do MVP para a validação do produto apresentado. O objetivo principal da pesquisa descritiva é descrever as características de uma determinada população ou fenômeno, estabelecendo relações entre variáveis (Gil, 2002).

Quanto aos métodos, este estudo também se qualificou como bibliográfico, pois analisou artigos, livros e sites relacionados à técnica utilizada. Boccato (2006) define a pesquisa bibliográfica como aquela que busca soluções para problemas por meio de referenciais teóricos publicados. Além disso, foi realizada uma pesquisa de campo, pois os testes foram conduzidos em locais pré-definidos, observando como ocorriam. Rodrigues (2007) afirma que a pesquisa de campo consiste na observação dos eventos à medida que ocorrem, permitindo entender as relações definidas.

No que diz respeito à população da pesquisa, seguindo as diretrizes do método MVP, optou-se por trabalhar com um público controlado, selecionado de forma conveniente para o autor, em fases alpha e beta. A amostra deste estudo foi classificada como não probabilística por

acessibilidade ou conveniência, devido à facilidade de acesso para a pesquisadora (Guimarães, 2008). A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário composto por perguntas fechadas e abertas, aplicado após os testes individuais do produto. Essa técnica permitiu identificar a adequação do produto às expectativas do cliente (Andrade, 2012; Appolinário, 2015).

O questionário passou por um pré-teste para identificar falhas e torná-lo mais válido e confiável para as aplicações durante os testes planejados (Andrade, 2012). Quanto ao tipo de MVP utilizado, optou-se pelo MVP por prototipagem, que reproduz um exemplar funcional a ser lançado no mercado. Os passos para criar e testar o MVP foram seguidos conforme descrito por Fundação Instituto de Administração (2022).

|                                                                 |                  |                     |                  |                 |              |
|-----------------------------------------------------------------|------------------|---------------------|------------------|-----------------|--------------|
| Idade                                                           | 4 a 12 anos ( )  | 13 a 18 anos ( )    | 19 a 29 anos ( ) |                 |              |
| 30 a 40 anos ( )                                                | 41 a 50 anos ( ) | 51 anos ou mais ( ) |                  |                 |              |
| Gênero: Feminino ( ) Masculino ( ) Outro ( )                    |                  |                     |                  |                 |              |
| 1.Em relação a aparência desteproduto, o que você achou?        | Ótima ( )        | Boa ( )             | Regular ( )      | Ruim ( )        | Péssima ( )  |
| 2.No que diz respeito ao sabor deste produto, o que você achou? | Ótimo ( )        | Bom ( )             | Regular ( )      | Ruim ( )        | Péssimo ( )  |
| 3.Como você classificaria a qualidade deste produto?            | Ótima ( )        | Boa ( )             | Regular ( )      | Ruim ( )        | Péssima ( )  |
| 4.O que mais te agradou nesteproduto?                           | Sabor ( )        | Aparência ( )       | Qualidade ( )    | Não agradou ( ) | Outro: _____ |
| 5.O que você achou deste produto?                               | Ótimo ( )        | Bom ( )             | Regular ( )      | Ruim ( )        | Péssimo ( )  |
| 6.O que te impediria de consumir este produto com frequência?   | Resposta:        |                     |                  |                 |              |
| 7.O que poderia ser feito paramelhorar este produto?            | Resposta:        |                     |                  |                 |              |

**Fonte:** Elaborada pelos autores (2022).

Durante a etapa de definir a solução, foram utilizadas duas receitas, uma antes e outra após o pré-teste. Os testes foram realizados em locais pré-determinados, e as informações sobre sua realização estão apresentadas no Quadro 4.

#### Quadro 4 – Informações da realização dos testes.

| Datas                 | Local                                                                            | Número de testes |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 19 de julho de 2022.  | Pré-teste – Praça da Bíblia, centro da cidade de Tangará da Serra – MT.          | 10               |
| 24 de agosto de 2022. | Universidade do Estado de Mato Grosso – curso de Administração, período noturno. | 50               |
| 27 de agosto de 2022. | Praça da Bíblia – centro da cidade, Tangará da Serra – MT.                       | 50               |

**Fonte:** elaborado pelos autores, (2022).

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

#### 3.1 Criação do protótipo

A prototipagem consiste em definir as últimas características de um produto/serviço, para que seja possível entregar ou criar o que será ofertado (SLACK *et al*, 2018). Para a criação do protótipo *MVP* foi utilizado como referência o quadro 2 - Passo a passo para criar um *MVP* (p.26), a seguir expõe-se o desenvolvimento de cada passo.

#### Quadro 5 – Passo a passo da criação do protótipo.

| Passo                       | Descrição                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Construir uma equipe        | Formamos uma equipe composta por quatro pessoas, incluindo a pesquisadora.                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Definir a solução           | Optamos por desenvolver um produto artesanal, especificamente um bolo caseiro (imagem 1), utilizando a receita de bolo de chocolate "nega maluca" como base. A escolha se deu em razão da conexão afetiva que as pessoas têm com esse tipo de produto.                                                                           |
| Criar personas              | Não elaboramos um perfil ideal para a solução neste momento.                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Eliminar excessos           | Após o pré-teste, identificamos maneiras de aprimorar o produto. Por exemplo, após um participante informar que o papel toalha interferiu na experiência de consumo, decidimos utilizar embalagens de pizza para acomodar os pedaços de bolo de forma mais eficiente e evitar que os guardanapos se misturassem com a cobertura. |
| Testar e monitorar          | Após a aplicação do questionário, consolidaremos os resultados para avaliar os aspectos positivos e negativos do produto.                                                                                                                                                                                                        |
| Interpretar feedbacks       | As contribuições dos participantes serão discutidas posteriormente (ver tópico 4.1.1).                                                                                                                                                                                                                                           |
| Realizar benchmarking       | Durante os testes, identificamos participantes com experiência no ramo de bolos caseiros, incluindo uma padaria e um profissional da área de panificação, que contribuíram com feedbacks valiosos.                                                                                                                               |
| Definir metas               | O próximo passo é elaborar o modelo de negócios usando a ferramenta Canvas do SEBRAE.                                                                                                                                                                                                                                            |
| Realizar mudanças contínuas | Embora a maioria das respostas tenha sido positiva, reconhecemos a importância de ouvir o feedback dos clientes e estar aberto a ajustes. Essa abordagem é fundamental para aprimorar o produto, conforme preconizado pela metodologia do MVP.                                                                                   |

**Fonte:** apresentação dos resultados com base em FIA (2022).

A seguir, temos a imagem de como ficou o protótipo após a produção e a apresentação das fatias do bolo cortado e prontos para serem testados. Vale ressaltar que a sua aparência não sofreu alteração após o pré-teste e durante os testes.

**FIGURA 1** – Protótipo construído e amostra



Nesta imagem, nota-se, também, como foi realizada a disposição das fatias, para que elas não se tocassem prejudicando a sua aparência e sabor de modo geral. Essas embalagens de *pizza* não possuem um custo muito alto, por isso, não houve alteração perante o conceito de que um *MVP* deve ser feito com o mínimo de recursos.

### 3.2. *Feedbacks* dos usuários

A contribuição nas perguntas abertas é fundamental. O objetivo do pré-teste foi identificar eventuais falhas na estrutura do questionário em geral; as contribuições nesta fase impulsionaram alterações no protótipo. No quadro 6 é apresentado os apontamentos realizados pelos participantes.

| Questões | Pré-teste - Respostas | Teste Praça da Bíblia - Respostas | Teste Curso de Administração - Noturno - |
|----------|-----------------------|-----------------------------------|------------------------------------------|
|----------|-----------------------|-----------------------------------|------------------------------------------|

|                                                             |                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| O que te impediria de consumir este produto com frequência? | Entre os entrevistados, 40% mencionaram preocupações com a quantidade de açúcar devido a problemas de saúde e outros 40% não identificaram impedimentos. Outras justificativas incluíram questões financeiras e de hábito alimentar. | Entre os entrevistados, 52% não identificaram impedimentos, 36% mencionaram preocupações com saúde e dieta e 10% apontaram questões financeiras. Outras respostas foram relacionadas a preferências pessoais. | Entre os entrevistados, 44% mencionaram preocupações com saúde e dietas, 26% responderam por questões financeiras e 18% não identificaram impedimentos. |
| O que poderia ser feito para melhorar este produto?         | Diversas sugestões foram fornecidas, incluindo melhorias na apresentação, adição de mais cobertura, recheio e mudanças na receita.                                                                                                   | A maioria considerou o produto satisfatório. Sugestões incluíram adição de mais recheio e cobertura.                                                                                                          | Diversas sugestões foram fornecidas, incluindo aumento do tamanho da fatia, adição de recheio e variações de cobertura.                                 |

**Fonte:** elaborado pelos autores, (2022).

No tópico a seguir, serão apresentados os porquês de não aderir, neste momento, à algumas contribuições feitas pelos participantes.

### 3.3. Descrever o uso do método MVP na validação de bolos caseiros.

Somados os dois testes, a pesquisa contou com 100 participantes, sendo que 48% se identificaram ao gênero feminino, 47% ao gênero masculino e 5% deixaram em branco. Em relação a idade, 6% se classificaram entre 13 a 18 anos, 48% entre 13 e 18 anos, entre 19 e 29 anos, 32% entre 30 e 40 anos, 8% entre 41 e 50 anos e 6% para 51 anos ou mais.

| Aparência                    | Ótima | Boa | Regular |
|------------------------------|-------|-----|---------|
| Teste praça                  | 44    | 50  | 6       |
| Teste Curso de Administração | 26    | 74  | 0       |
| Sabor                        | Ótima | Boa | Regular |
| Teste praça                  | 56    | 40  | 4       |
| Teste Curso de Administração | 72    | 26  | 2       |
| Qualidade                    | Ótima | Boa | Regular |
| Teste praça                  | 58    | 40  | 2       |
| Teste Curso de Administração | 74    | 24  | 2       |
| Avaliação do produto:        | Ótima | Boa | Regular |
| Teste praça                  |       | 100 |         |

|                              |       |           |           |
|------------------------------|-------|-----------|-----------|
| Teste Curso de Administração | 2     | 96        | 2         |
| O que mais agradou?          | Sabor | Aparência | Qualidade |
| Teste praça                  | 74    | 22        | 4         |
| Teste Curso de Administração | 56    | 30        | 12        |

**Fonte:** elaborado pelos autores, (2022).

No que diz respeito à avaliação do produto, os resultados são positivos em todas as categorias: aparência, sabor e qualidade. Notavelmente, o sabor se destaca como o aspecto mais apreciado pelos participantes em ambos os testes, seguido pela aparência e qualidade. A maioria dos participantes classificou o produto como "ótimo" ou "bom", com uma porcentagem mínima considerando-o "regular" ou optando por não responder. Esses resultados indicam uma recepção muito positiva do produto pelos consumidores, com índices significativamente altos de satisfação geral. Apesar de algumas avaliações menos favoráveis, como as classificações "regular", esses percentuais são bastante baixos em comparação com as avaliações positivas. Isso sugere que o produto não só atendeu às expectativas da maioria dos participantes, mas também recebeu críticas mínimas em relação às suas características essenciais.

Os resultados das pesquisas foram animadores, contudo, de acordo com FIA (2022), o *MVP* é uma ferramenta que tem sua fundamentação nos interesses dos clientes e não em interesses organizacionais, por isso a postura correta a se tomar diante de resultados favoráveis é de nunca parar, independentemente, das respostas positivas.

### 3.3 Qualificar resultados dos testes de acordo com o método *MVP*

Nas contribuições realizadas pelos integrantes, por meio das perguntas com respostas abertas, desenvolver uma embalagem/apresentação exclusiva foi um dos itens mais citados. Todavia, desenvolver esse requisito não era uma das funcionalidades básicas deste produto para ser testado. As funções básicas deste produto, foram: aparência, sabor e a qualidade, além das opiniões dos integrantes sobre o que mais os agradaram e o que acharam do produto de modo geral. É oportuno citar novamente que o *MVP* promove aos empreendedores a oportunidade de validar a sua ideia antes mesmo de elaborar seu produto finalizado e inaugurá-lo no mercado (CAMACHO, 2020).

Outra contribuição foi referente ao uso do cacau 100% na composição da massa, em contrapartida, para buscar atender essa contribuição, foi utilizado o achocolatado com cacau 50%,

essa decisão foi tomada devido ao custo para adquirir o cacau 100%. Vale ressaltar que o *MVP* se trata de uma solução com o uso mínimo de recursos e que, em sua completude, atenda às funções para solucionar o problema ao qual foi direcionado (ENDEAVOR BRASIL, 2021).

Alguns participantes sugeriram, também, aumentar o tamanho da fatia do produto, contudo, como já citado anteriormente, o *MVP* é testado com o uso mínimo de recursos, para tanto, se as fatias do produto fossem maiores iriam interferir diretamente no custo. Visto que seria necessário a construção de mais protótipos.

Outra contribuição muito recorrente foi para molhar um pouco mais a massa. Houve tentativas para atender essa sugestão, porém, para cortar as fatias do bolo com a massa mais molhada gerou um problema, pois a maioria das fatias acabavam se repartindo, diante disso, optar por uma massa um pouco mais seca tornou-se a melhor decisão a ser tomada.

Outro fator relevante, sobre as receitas, duas foram utilizadas como base para construir os protótipos, sendo uma para o pré-teste e outra para os testes. Nota-se que em ambas possui a indicação de usar o chocolate em pó cacau 50%, entretanto, com o intuito de não ter um custo elevado, não fizemos uso do chocolate em pó no pré-teste, somente nos testes após recomendação dos participantes.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O problema da pesquisa “O método MVP se aplica na validação de bolos caseiros, como prospecção de um novo negócio?”, foi respondido durante toda a construção do trabalho, na primeira etapa houve a construção do protótipo, em seguida ocorreu o pré-teste para analisar as perguntas que, posteriormente, seriam utilizadas nos testes, após a análise do pré-teste realizou-se os testes com 100 participantes e em seguida houve a consolidação das respostas e contribuições obtidas. É importante citar novamente que a ação de ouvir os clientes deve ser constante, mesmo após o lançamento do produto para o mercado, pois desta forma é possível continuar atendendo o último passo da construção do protótipo “realizar mudanças contínuas”.

O objetivo geral da pesquisa foi aplicar o método MVP para validar a comercialização de bolos caseiros. Com base nos testes realizados, pode-se afirmar que esse objetivo foi plenamente alcançado. O produto testado recebeu avaliações positivas e foi validado com sucesso, atendendo a todos os critérios estabelecidos durante o estudo.

O estudo foi formado por quatro objetivos específicos. O primeiro construir um protótipo do produto, foi atingido, visto que houve a produção dos protótipos, como demonstrado no quadro. O segundo objetivo consistia em descrever o uso do método MVP na validação de bolos caseiros, este foi alcançado por meio da consolidação dos dados obtidos na pesquisa, demonstrando os pontos fortes do produto, o que mais foi agradável e as avaliações positivas dos critérios pautados (sabor, aparência e qualidade), permitindo, assim, validar o produto.

O terceiro visou elaborar um roteiro de avaliação no momento do teste do produto, foi alcançado, visto que o questionário foi elaborado, testado e não apresentou nenhuma dificuldade para que os participantes pudessem responder a todas as perguntas. O quarto compreendia em qualificar os resultados de acordo com o método MVP, foi atendido por meio das análises das contribuições dos participantes, onde foi necessário esclarecer o que competia ou não realizar nesta fase da prototipagem. Se fez oportuno explicar que na ferramenta MVP, elabora-se os protótipos com o mínimo de recursos. Dessa forma, não foi possível, neste momento, acatar contribuições para desenvolver uma embalagem exclusiva, utilizar o chocolate em pó cacau 100% na composição da massa, aumentar o tamanho das fatias e deixar um pouco mais molhada a massa.

Além de reduzir riscos e custos, o método MVP também promove a inovação e uma cultura de experimentação e aprendizado dentro da organização. Esses benefícios adicionais destacam a importância do MVP não apenas na validação de produtos, mas também no desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora. Reconhece-se que o método MVP também enfrenta desafios, como interpretação subjetiva de dados e aplicação em certos contextos de mercado. Discutir esses desafios e oferecer estratégias para superá-los é fundamental para uma análise abrangente do método.

Diante dos resultados apresentados, torna-se possível afirmar o quanto o método MVP é fundamental para o desenvolvimento de um produto/serviço. Nota-se que, mesmo com poucos recursos, é apropriado testar o seu protótipo e depois moldá-lo com base nos apontamentos realizados pelos participantes. O resultado deste estudo demonstrou o quanto o MVP pode auxiliar na validação de um produto antes mesmo de lançá-lo no mercado, com base na opinião das pessoas participantes, se torna menos desafiador produzir um produto/serviço dentro dos parâmetros exigidos pelos clientes/consumidores.

Em relação ao produto testado, o uso do MVP proporcionou mais segurança para uma futura estreia no mercado. Quando se tem dados que mostram como as pessoas avaliam o produto, há uma redução de riscos a respeito se os clientes irão gostar ou rejeitá-lo. Além disso, o MVP permitiu um

contato prévio do produto com seu público-alvo. Como sugestão para os próximos estudos é que utilizem mais dessa ferramenta, para os mais diversos produtos e serviços. O MVP não é de uso exclusivo de *startups*, mas sim para todos os negócios, independentemente, do seu porte ou ramo.

## REFERÊNCIAS

ABIP, Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria. **Desempenho das panificadoras e confeitarias brasileiras em 2020**. 2020. Indicadores da Panificação e Confeitaria Brasileira. Disponível em: <https://www.abip.org.br/site/wp-content/uploads/2021/01/Indicadores2020-abip.pdf>. Acesso em: 08 maio 2022.

\_\_\_\_\_, Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria -. **Panificadores brasileiros estão otimistas com 2021**. 2021. Disponível em: <https://www.abip.org.br/site/panificadores-brasileiros-estao-otimistas-com-2021/>. Acesso em: 25 maio 2022.

ABSTARTUPS, **Tudo Que Você Precisa Saber Sobre Startups**. 2017. Disponível em: <https://abstartups.com.br/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 14 maio 2022.

APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia Científica**. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2015. 9788522122424. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522122424/>. Acesso em: 29 mai. 2022.

ALVES, Fábila Santos. **Um estudo das startups no Brasil**. 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/15395>. Acesso em: 09 maio 2022.

ANDRADE, Maria Margarida D. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação, 10ª edição**. São Paulo: Grupo GEN, 2012. 9788522478392. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522478392/>. Acesso em: 05 jun. 2022.

AMÂNCIO, Isamara. **Bolo fofinho nega maluca - bolo de chocolate fácil e rápido - mega delicioso**. Youtube, 03 de janeiro de 2020. Disponível em: <https://youtu.be/1mPNsBlyuEg>. Acesso em: 26 maio 2022.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. *Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia*, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015. Disponível em: <http://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522>. Acesso em: 05 maio 2022.

BARBOSA, Bruna. **A importância da validação de hipóteses**. 2018. Site Tudo Sobre Startups. Disponível em: <https://tudosobrestartups.com.br/a-importancia-da-validacao-de-hipoteses/>. Acesso em: 17 abr. 2022.

\_\_\_\_\_, Bruna. **O que é uma startup**. 2018. Site Tudo sobre Startups. Disponível em: <https://tudosobrestartups.com.br/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 09 maio 2022.

BARBOSA, Suria. **Criar um protótipo pode ser a chave para garantir o sucesso do seu negócio**. 2020. Fundação Estudar, site Na Prática.Org. Disponível em: <https://www.napratica.org.br/prototipagem-garante-sucesso-do-negocio/>. Acesso em: 18 maio 2022.

BOCCATO, Vera Regina Casari. **Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação**. Rev. Odontol. Univ. Cidade São Paulo, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006. Disponível em: [https://arquivos.cruzeirodosuleducacional.edu.br/principal/old/revista\\_odontologia/pdf/setembro\\_dezembro\\_2006/metodologia\\_pesquisa\\_bibliografica.pdf](https://arquivos.cruzeirodosuleducacional.edu.br/principal/old/revista_odontologia/pdf/setembro_dezembro_2006/metodologia_pesquisa_bibliografica.pdf). Acesso em: 26 maio 2022.

**BOLO DE CHOCOLATE SIMPLES**. Site Tudo Gostoso. 2022. Disponível em: <https://www.tudogostoso.com.br/receita/309779-bolo-de-chocolate-simples.html>. Acesso em: 09 nov. 2022.

BREHN, Laura Leticia Barbieri. **Análise de modelos de negócios de confeitarias artesanais**. 2018. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/185010>. Acesso em: 08 maio 2022.

CAMACHO, Matheus Viegas de Campos. **MVP: Produto Mínimo Viável**. 2020. Site Pantanal Incubadora Mista de Empresas. Disponível em: <https://pime.ufms.br/mvp/>. Acesso em: 15 maio 2022.

CARRILO, Ana Flávia. **Customer Development – Quais As Perguntas Fazer Para Seus Cliente?** 2019. Site Abstartups Disponível em: <https://abstartups.com.br/customer-development-quais-as-perguntas-fazer-para-seus-cliente/>. Acesso em: 27 maio 2022.

CORIM, Nicolas Nunes. **Estratégias de monetização e pivotagem de startups tecnológicas em Santa Saria, Rio Grande do Sul**. 2017. Disponível em: [https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/21223/CORIM\\_Nicolas\\_Nunes.pdf?sequence=1](https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/21223/CORIM_Nicolas_Nunes.pdf?sequence=1). Acesso em: 17 abr. 2022.

COUTINHO, Thiago. **Veja o que é um MVP (Produto Mínimo Viável) e o passo a passo para a sua criação!** 2020. Grupo Voitto. Disponível em: <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/mvp-minimum-viable-product>. Acesso em: 19 maio 2022.

DESENVOLVE MT. **Apresentação**. 2020. Governo do Estado de Mato Grosso. Disponível em: <http://www.desenvolve.mt.gov.br/apresentacao>. Acesso em: 26 maio 2022

DORNELAS, José. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. 8. ed. São Paulo: Empreende Editora, 2021. 288 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786587052083/pageid/4>. Acesso em: 05 maio 2022.

EDUK CONFEITARIA. **Mercado de bolos: tendências e oportunidades para investir**. 2020.

Blog EduK Confeitaria. Disponível em: <https://blog.eduk.com.br/post/mercado-de-bolos/>. Acesso em: 22 maio 2022.

ENDEAVOR BRASIL, **O Guia Prático para o seu MVP – Minimum Viable Product**. 2021. Disponível em: <https://endeavor.org.br/estrategia-e-gestao/mvp/>. Acesso em: 15 maio 2022.

\_\_\_\_\_. **Saiba a importância do MVP para os seus negócios**. 2021. Site Endeavor Brasil. Disponível em: <https://endeavor.org.br/estrategia-e-gestao/saiba-a-importancia-do-mvp-para-os-seus-negocios/>. Acesso em: 24 maio 2022.

FIA, Fundação Instituto de Administração -. **MVP: o que é, tipos, vantagens e como fazer para o seu produto**. 2022. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/mvp/>. Acesso em: 16 maio 2022.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa-3**. Artmed editora, 2008. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=dKmqDAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=O+QUE+%C3%89+PESQUISA+QUALITATIVA&ots=JhFdR08Prj&sig=igwagNYCHxorLGRW4h591Yu3mdE#v=onepage&q=O%20QUE%20%C3%89%20PESQUISA%20QUALITATIVA&f=false>. Acesso em: 26 maio 2022.

FRANÇA, Ivanir. **Conheça os 15 setores que mais crescem no Brasil**. 2020. Quem empreende em um negócio próprio, além de ter afinidade com o setor escolhido, deve saber avaliar suas opções estrategicamente. Para isso, nada melhor do que conhecer os setores que mais crescem no Brasil. Disponível em: <https://blog.deliverymuch.com.br/setores-que-mais-crescem-no-brasil/#7>. Acesso em: 08 maio 2022.

GEM, *Global Entrepreneurship Monitor*. **Empreendedorismo no Brasil**. 2020. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores, Curitiba - PR. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em: 06 maio 2022.

GERHARD, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora Ufrgs, 2009. 120 p. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 22 maio 2022.

GHION, Andre. **Conheça os 5 tipos de MVP mais utilizados por startups e entenda qual é o ideal para você**. 2020. Site LinkedIn. Disponível em: <https://pt.linkedin.com/pulse/conhe%C3%A7a-os-5-tipos-de-mvp-mais-utilizados-por-startups-andre-ghion>. Acesso em: 18 maio 2022.

GIL, Antônio Carlos et al. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: [https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo\\_C1\\_como\\_elaborar\\_projeto\\_de\\_pesquisa\\_-\\_antonio\\_carlos\\_gil.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf). Acesso em: 26 maio 2022.

GUIMARÃES, Paulo Ricardo Bittencourt. **Métodos Quantitativos Estatísticos**. Curitiba: Iesde Brasil S.A, 2008. 245 p. Disponível em: [https://docs.ufpr.br/~prbg/public\\_html/ce020/livro%20prbg.pdf](https://docs.ufpr.br/~prbg/public_html/ce020/livro%20prbg.pdf). Acesso em: 29 maio 2022.

HALAT, Angela. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Senac, 2018. 316 p. Apenas algumas partes disponíveis neste site. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?id=TmJoDwAAQBAJ&pg=PT33&lpg=PT33&dq=bolos+caseiros+fazem+sucesso+remetem+a+boas+lembran%C3%A7as&source=bl&ots=CwQHGDcCgG&sig=ACfU3U0-OYQ2nKCY\\_g\\_btXVDZQwqK-Br7g&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwjw95Oc0Kn7AhXruZUCHTBHCM04ChDoAXoECBUQAw#v=onepage&q=bolos%20caseiros%20&f=false](https://books.google.com.br/books?id=TmJoDwAAQBAJ&pg=PT33&lpg=PT33&dq=bolos+caseiros+fazem+sucesso+remetem+a+boas+lembran%C3%A7as&source=bl&ots=CwQHGDcCgG&sig=ACfU3U0-OYQ2nKCY_g_btXVDZQwqK-Br7g&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwjw95Oc0Kn7AhXruZUCHTBHCM04ChDoAXoECBUQAw#v=onepage&q=bolos%20caseiros%20&f=false). Acesso em: 12 nov. 2022.

**IFOOD. Guia completo de delivery: tudo que seu restaurante precisa saber**. 2022. Site *Ifood* para parceiros. Disponível em: <https://blog-parceiros.ifood.com.br/delivery/>. Acesso em: 12 nov. 2022.

KUVIATKOSKI, Carol. Startup: **O que é, como funciona e como criar uma startup!** 2021. Site *Ideia no Ar*. Disponível em: <https://www.ideianoar.com.br/startup/>. Acesso em: 14 maio 2022.

MARQUES, Vanessa. **Empresa tradicional X Startup: Você sabe a diferença entre uma e outra?** 2019. Rede Jornal Contábil. Disponível em: <https://www.jornalcontabil.com.br/empresa-tradicional-x-startup-voce-sabe-a-diferenca-entre-uma-e-outra/#.Ynm-KejMLIU>. Acesso em: 09 maio 2022.

OLIVEIRA, Vitória Alvarenga; ISHISAKI, Norio. **Planejamento financeiro pessoal: uma estratégia para empreendedores na área de confeitaria**. Revista H-TEC Humanidades e Tecnologia, v. 4, n. 2, p. 169-192, 2020. Disponível em: <https://revista.fateccruzeiro.edu.br/index.php/htec/article/view/194>. Acesso em: 08 maio 2022.

PERIN, Bruno. **A revolução das startups: o novo mundo do empreendedorismo de alto impacto**. Alta Books Editora, 2018. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=NNSSDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Bruno+Perin+a+revolu%C3%A7%C3%A3o+das+startups&ots=t20pwXy33o&sig=x6MfmfTBr8PzIRy8i9VMvEoCvCQ#v=onepage&q=Bruno%20Perin%20a%20revolu%C3%A7%C3%A3o%20das%20startups&f=false>. Acesso: 09 maio 2022.

PINTO, Mateus. **Conheça 6 tipos de startups e saiba em qual a sua se encaixa**. 2015. Site *Guia Empreendedor*. Disponível em: <https://www.guiaempreendedor.com/guia/conheca-6-tipos-de-startups-e-saiba-em-qual-a-sua-se-encaixa>. Acesso em: 14 maio 2022.

PROETTI, Sidney. **As pesquisas qualitativa e quantitativa como métodos de investigação científica: Um estudo comparativo e objetivo**. Revista Lumen-ISSN: 2447-8717, v. 2, n. 4, 2018. Disponível em: <http://www.periodicos.unifai.edu.br/index.php/lumen/article/view/60>. Acesso em: 24 maio 2022.

QUEM VÊ. **Bolos Caseiros se tornam fonte de renda extra durante a pandemia**. 2020. Disponível em: <https://quemve.com.br/saude-e-bem-estar/gastronomia/bolos-caseiros-se-tornam-fonte-de-renda-extra-durante-a-pandemia/>. Acesso em: 17 abr. 2022.

RABANI, Lívia. **Novo programa social oferece crédito para mulheres e jovens empreendedores de MT**. 2021. Governo do Estado de Mato Grosso, Desenvolve MT. Disponível em: <http://www.desenvolve.mt.gov.br/-/18667850-novo-programa-social-oferece-credito-para-mulheres-e-jovens-empresarios-de->

mt#:~:text=A%20iniciativa%20oferece%20uma%20linha,empresa%20para%20tomar%20o%20cr%C3%A9dito. Acesso em: 27 maio 2022.

REDATOR ROCK CONTENT (ed.). **Entenda o que é MVP (Mínimo Produto Viável) e como aplicar esta metodologia no seu negócio.** 2018. Disponível em:

<https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-mvp/>. Acesso em: 02 nov. 2022.

\_\_\_\_\_. **Saiba como fazer histórico de uma empresa no seu site.** 2021. Disponível em:

<https://rockcontent.com/br/blog/como-fazer-historico-de-uma-empresa/>. Acesso em: 12 nov. 2022.

RIES, Eric. **A startup enxuta.** São Paulo: Texto Editores Ltda, 2011. 210 p. Tradução: Le Livros. Disponível em: <http://s-inova.ucdb.br/wp-content/uploads/biblioteca/a-startup-enxuta-eric-ries-livro-completo.pdf>. Acesso em: 08 maio 2022.

RODRIGUES, William Costa et al. **Metodologia científica.** Faetec/IST. Paracambi, p. 2-20, 2007. Disponível em:

[http://pesquisaeducacaoufrgs.pbworks.com/w/file/fetch/64878127/Willian%20Costa%20Rodrigues\\_metodologia\\_cientifica.pdf](http://pesquisaeducacaoufrgs.pbworks.com/w/file/fetch/64878127/Willian%20Costa%20Rodrigues_metodologia_cientifica.pdf). Acesso em: 27 maio 2022.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao empreendedorismo:**

**despertando a atitude empreendedora.** Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2010. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595154414/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dhtml-cover-page\]!/4/2/4%4051:2](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595154414/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dhtml-cover-page]!/4/2/4%4051:2). Acesso em: 05 maio 2022.

SECAF, Vera Maria Stuart. **Conheça os 6 tipos de Startups e entenda sua posição no mercado.**

2019. Site Setting Consultoria. Disponível em: <https://www.setting.com.br/blog/gestao-empresarial/tipos-de-startups/>. Acesso em: 14 maio 2022.

SEBRAE. **Como montar uma loja de bolos caseiros: investir em uma casa de bolos é uma boa ideia para quem pretende investir no mercado de alimentação fora do lar.** 2017.

Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/cursos\\_eventos/como-montar-uma-loja-de-bolos-caseiros,aaa7037036e8c510VgnVCM1000004c00210aRCRD](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/cursos_eventos/como-montar-uma-loja-de-bolos-caseiros,aaa7037036e8c510VgnVCM1000004c00210aRCRD). Acesso em: 17 abr. 2022.

\_\_\_\_\_. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** 2021. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo>.

Acesso em: 05 maio 2022.

\_\_\_\_\_. **Taxa de empreendedorismo no Brasil cai mais de 18% durante a pandemia:** patamar atingiu resultado semelhante ao de 2013 e foi motivado pela saída dos empreendedores já estabelecidos, que saíram do mercado de trabalho com a crise. 2021. A redação. Disponível em:

<https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/taxa-de-empreendedorismo-no-brasil-cai-20-durante-a-pandemia,5b9809025dbe9710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 08 maio 2022.

\_\_\_\_\_. **O que é o Sebrae?** 2021. Disponível em:

[https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais\\_adicionais/o\\_que\\_fazemos](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/o_que_fazemos). Acesso em: 08 maio 2022.

\_\_\_\_\_. **Lean Startup e MVP: entendendo e aplicando os conceitos:** Evitar o desperdício é o objetivo do método lean. E o produto mínimo viável faz parte disso. 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigos/home/entenda-o-que-e-lean-startup,03ebb2a178c83410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 15 maio 2022.

\_\_\_\_\_. **Canvas: Como estruturar seu modelo de negócios.** 2019. Adriana Gonçalves. Disponível em: <https://www.sebraepr.com.br/canvas-como-estruturar-seu-modelo-de-negocios/>. Acesso em: 24 set. 2022.

\_\_\_\_\_. **Marketing digital em mídias sociais faz diferença no seu negócio.** 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/marketing-digital-em-midias-sociais-faz-diferenca-no-seu-negocio,b742d18c73881810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 12 nov. 2022.

\_\_\_\_\_. **Qualificação de mão de obra: entenda a sua importância para a empresa.** 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-importancia-da-mao-de-obra-qualificada,3b03438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 12 nov. 2022.

SLACK, Nigel; BRANDON-JONES, Alistair; JOHNSTON, Robert. **Administração da Produção**, 8ª edição. [Digite o Local da Editora]: Grupo GEN, 2018. E-book. ISBN 9788597015386. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597015386/>. Acesso em: 13 nov. 2022