

DESAFIOS E PERSPECTIVAS DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL DIANTE DA PANDEMIA DE COVID-19

Newton Cleiton Batista¹
Luiz Carlos do Carmo Fernandes²

RESUMO

Tema de pesquisas ao longo dos anos, reputa-se o empreendedorismo como um dos instrumentos responsáveis pelo crescimento econômico do Brasil. Nessa perspectiva, buscou-se, com este estudo, analisar os elementos que o constituem tendo em vista o contexto de enfrentamento da pandemia de Covid-19. Diante desse cenário, descreve-se, em linhas gerais, o empreendedorismo no Brasil, delineando os desafios e as perspectivas inerentes a ele. Conclui-se que as mudanças nos padrões de consumo levaram as empresas e os empreendedores a buscar estratégias inovadoras, modificando e adequando suas ações para atender às novas exigências mercadológicas e, conseqüentemente, permanecer no mercado.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Negócios; Covid-19; Empresas.

ABSTRACT

A subject of research over the years, entrepreneurship is considered to be one of the instruments responsible for the country's economic growth. From this perspective, this study seeks to analyze the elements that constitute it, in view of the context of coping with the Covid-19 pandemic. Given this scenario, the objective is to describe entrepreneurship in Brazil in general terms, outlining the challenges and perspectives inherent to it. It was concluded that changes in consumption patterns led companies and entrepreneurs to seek innovative strategies, modifying and adapting their actions to meet new market requirements and, consequently, remain in the market.

Keywords: Entrepreneurship; Business; Covid-19; Companies.

1 INTRODUÇÃO

Enquanto campo para investigações, o empreendedorismo vem sendo alvo de estudos em diversas áreas do saber. Isso porque desempenha um importante papel na criação e no crescimento de empresas, bem como na geração de empregos e renda. Ademais, as ações empreendedoras contribuem para o desenvolvimento da inovação nos negócios (GOMES; LIMA; CAPPELLE, 2013).

De modo que a temática empreendedorismo é objeto de problematização e pesquisas e vem sendo apreendido cientificamente a partir de diversas perspectivas,

¹ Discente do Mestrado Profissional em Administração do Centro Universitário Alves Faria (UNIALFA). E-mail: newtonbatista@gmail.com

² Professor do Mestrado Profissional em Administração e do curso de graduação em Publicidade e Propaganda e em Jornalismo no UNIALFA; Professor Assistente no curso de Publicidade e Propaganda da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás). E-mail: lucajor@gmail.com

constituindo, por natureza, um fenômeno multidisciplinar (SILVESTRE; BORGES; PAULA, 2022). Autores como Hisrich (2009) definem o empreendedorismo como:

[...] o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência financeira e pessoal. (HISRICH, 2009, p. 30).

No Brasil, assim como em diversos países do mundo, em virtude do impacto da pandemia de Covid-19, causada pelo vírus SARS-CoV-2, diversas medidas foram adotadas com o intuito de estimular a atividade econômica (GUTMAN, 2020). Nesse contexto, Kuckertz *et al.* (2020) mencionam que o cenário atual requer mudanças e delineamento de estratégias para o enfrentamento da crise decorrente da pandemia, exigindo adaptações por parte dos empreendedores em relação a seus negócios.

Corroborando o posicionamento de Monteiro *et al.* (2007), tendo em vista um mercado em mutação e uma precarização nas oportunidades de trabalho, concebe-se o surgimento da motivação, do interesse ou da necessidade de as pessoas se adaptarem ao novo momento – daí porque resolvem empreender.

Isso posto, o estudo ora apresentado partiu do seguinte problema: quais elementos constituem o empreendedorismo e como eles foram importantes no contexto de enfrentamento à pandemia de Covid-19 no Brasil?

Consoante com Espejo e Previdelli (2006), o empreendedorismo constitui um excelente combustível para o crescimento econômico do Brasil. Pois ele gera impactos na sociedade, na economia e na política, produzindo empregos, gerando renda, proporcionando, pois, crescimento e desenvolvimento.

Contribuindo com essa discussão, traz-se o entendimento de Ratten (2020), para quem o empreendedorismo diz respeito a uma decisão consciente e baseada na avaliação de oportunidades, bem como de reconhecimento da necessidade de encontrar lacunas no mercado, revelando a necessidade de que algo seja feito de forma inovadora.

Nessa perspectiva, descreve-se, neste artigo, em linhas gerais, o empreendedorismo no Brasil, demonstrando os desafios e as perspectivas inerentes a ele. Assim, de modo específico, pretende-se: caracterizar o empreendedorismo no Brasil; identificar os desafios impostos ao empreendedorismo na atualidade, em virtude da pandemia de Covid-19; refletir sobre as perspectivas do empreendedorismo na realidade atual.

Visando respaldar teoricamente a investigação proposta, realizou-se pesquisa bibliográfica e documental com aporte em autores que avaliaram a temática, a exemplo de Dornelas (2001, 2008), Dolabela (1999) e Ratten (2020), entre outros. Intentou-se, por oportuno, realizar “[...] um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 158).

A escolha do tema tem sua justificativa ancorada na relevância do empreendedorismo para o contexto atual, sobretudo em um momento em que os empreendedores tiveram de se reinventar diante do desconhecido – a pandemia, e, apesar do desafio e das dificuldades enfrentadas, alcançaram sucesso.

Valida-se a perspectiva social deste estudo, que pode suscitar outras pesquisas abordando a temática proposta em contextos em que aspectos como a resiliência e a inovação se configuram como indispensáveis para o estabelecimento de uma nova dinâmica em ambientes institucionais e/ou corporativos.

2 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Ao se discutir a temática do empreendedorismo no Brasil é importante pontuar algumas questões introdutórias. A primeira delas é que a história do empreendedorismo no Brasil é contada tendo em vista grandes empresários (EMPREENDEDORISMO..., 2018). Mas a realidade brasileira demonstra que os pequenos e anônimos empreendedores são a maioria.

Ao analisar os dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) entre 2002 e 2016, Silva e Silva (2019) afirmam que o desenvolvimento da economia brasileira é, em sua maioria, fruto das atividades das micro e pequenas empresas, que, ao iniciar as atividades do empreendedorismo, contribuem para a geração de emprego, refletindo positivamente na economia.

O que é confirmado por dados mais recentes. Segundo o Boletim Mapa das Empresas 2022, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as micro e pequenas empresas (MPEs) representam 99% do total das empresas brasileiras; bem como são responsáveis por 62% dos empregos e por 27% do Produto Interno Bruto (PIB) (BRASIL, 2022).

Para dar sequência ao debate sobre a temática empreendedorismo, cabem alguns questionamentos pertinentes: o que é empreendedorismo? Quais as suas características? Como ele é abordado na literatura sobre o tema?

Para respondê-los, buscou-se respostas nos pressupostos de autores que se propuseram a estudar a temática, a exemplo de Borges, Lima e Brito (2017), para os quais o termo ‘empreendedorismo’ é utilizado para identificar os estudos relativos ao empreendedor e suas características, suas ações e práticas, bem como as particularidades de sua manifestação enquanto processo de criação de negócios e de desenvolvimento de inovações.

No entendimento de Costa, Barros e Carvalho (2011) o empreendedorismo envolve a ação de um empreendedor, que utiliza das motivações, dos conhecimentos, dos recursos e dos meios disponíveis para aproveitar e explorar as oportunidades identificadas pelo mercado, criando negócios ou mesmo melhorando e otimizando os processos já existentes. Em consonância com os supracitados autores, a partir desse movimento seria possível gerar inovação, desenvolvimento e riqueza para a economia e para a sociedade.

Logo, o empreendedor é definido como um indivíduo que explora uma oportunidade de negócio por meio de alguma forma de inovação. Isso significa localizar uma lacuna no mercado e preenchê-la com uma nova ideia de negócio. Para tanto, é necessário criar alguma forma de produto, processo ou serviço que levará a ganhos financeiros (RATTEN, 2020).

O conceito de empreendedorismo vem sofrendo alterações ao longo dos anos conforme as transformações que ocorrem no mercado, como a globalização e o surgimento da internet. As alterações no conceito de ser empreendedor revelam, de certa forma, as transformações da própria sociedade e da sua evolução; indo de uma base de produção agrária para uma economia mercantil e, finalmente, do desenvolvimento industrial, que precedeu o mundo contemporâneo, no qual impera a figura do empreendedor (VALE, 2014).

Bateman e Snell (2012) ressaltam que o negócio empreendedor visa o crescimento e a lucratividade, daí porque os empreendedores gerenciam agressivamente suas ações, a partir de estratégias e produtos que tenham aceitação no mercado, a fim de promover crescimento e lucro mediante vendas rápidas e que proporcionem um grande ganho de capital.

No entendimento dos citados autores, aliás, o surgimento do empreendedorismo se dá quando uma pessoa com perfil talentoso e desafiador percebe uma oportunidade lucrativa e está disposta a não medir esforços para transformar o seu sonho em um projeto sólido e real.

Referindo-se aos empreendedores de sucesso, Dornelas (2008) elenca algumas características desses sujeitos: visionários; sabem tomar decisões; são indivíduos que fazem a diferença; sabem explorar ao máximo as oportunidades; são determinados e dinâmicos; são dedicados; são otimistas e apaixonados pelo que fazem; são independentes e constroem o próprio destino; ficam ricos; são líderes e formadores de equipes; são bem relacionados (*networking*); são organizados; planejam; possuem conhecimento; assumem riscos calculados; criam valor para a sociedade.

Por sua vez, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) elenca algumas características reputadas como indispensáveis acerca do comportamento empreendedor, igualmente mencionadas em estudos que tratam dessa temática. São elas:

Busca de oportunidade e iniciativa: agir com proatividade, antecipando-se as situações, buscando sempre a possibilidade de expandir o negócio;

Persistência: não desiste diante de obstáculos e esforça-se além da média para atingir seus objetivos;

Correr riscos calculados: procura avaliar alternativas para tomar decisões, buscando reduzir as chances de erro;

Exigência de qualidade e eficiência: Busca satisfazer e exceder as expectativas dos clientes, criando procedimentos para cumprir prazos e padrões de qualidade e melhora continuamente seus negócios e seus produtos;

Comprometimento: Traz para si as responsabilidades sobre sucesso e fracasso do negócio e atua em conjunto com a equipe para atingir os resultados;

Busca de informações: envolve-se pessoalmente na avaliação do seu mercado, investigando sempre como oferecer novos produtos e serviços e busca a orientação de especialistas para decidir, sempre que necessário; estabelecimento de metas: persegue objetivos desafiantes e importantes para si mesmo, criando objetivos mensuráveis, com indicadores de resultados e tem clara visão de longo prazo;

Planejamento e monitoramento sistemáticos: enfrenta grandes desafios, agindo por etapas. Adequa rapidamente seus planos às mudanças e variáveis de mercado e acompanha os indicadores financeiros e os leva em consideração no momento de tomada de decisão;

Persuasão e rede de contatos: cria estratégias para conseguir apoio para os seus projetos e obtém apoio de pessoas chaves para seus objetivos. desenvolve redes de contatos e constrói bons relacionamentos comerciais;

independência e autoconfiança: confia em suas próprias opiniões mais do que nas dos outros, é otimista e determinado, mesmo diante da oposição e transmite confiança na sua própria capacidade. (SEBRAE, 2021, n.p.).

Coaduna-se com Osborne (1995), tem-se que os empreendedores apresentam o seguinte perfil: indicam necessidade forte para realização; sentem-se confortáveis com as consequências de suas ações; possuem comportamento forte para correr riscos, mas muito bem calculados; evitam recompensas muito baixas, mesmo que o sucesso seja assegurado; são orientados por objetivos e preferem tarefas mensuráveis; quando suas ações são recompensadas financeiramente, eles frequentemente tratam o dinheiro mais como uma medida do que como a motivação para empreender.

Adicionalmente, recorre-se ao entendimento de Johnson (2001), que enumera 12 atitudes e comportamentos fundamentais do empreendedor: ter capacidade para criar impacto; motivação para alcançar e competir; formular uma visão; administrar e ser responsável; ter persistência e determinação face ao desafio ou à falta de recompensa imediata; autonomia para tomar decisões; ter capacidade para administrar e reduzir riscos; estar aberto a novas informações, pessoas e práticas; tolerar ambiguidade e incerteza; habilidade para ver e capturar oportunidades; pensamento criativo e flexível; ter consciência dos riscos, escolhas e ações.

As principais teorias que abordam o empreendedorismo são: a econômica e a comportamentalista. A teoria econômica, também conhecida como schumpeteriana, demonstra que os primeiros a perceberem a importância do empreendedorismo foram os economistas, interessados em compreender o papel do empreendedor e o impacto de sua atuação na economia. Dessa forma, entende-se que a inovação é fundamental para a visão econômica.

Na acepção de Schumpeter (1985), existem cinco espécies de inovações, a saber:

introdução de um novo bem (com o qual os consumidores ainda não estejam familiarizados) ou de uma nova qualidade de um bem; introdução de um novo método de produção, ou seja, um método ainda não testado em determinada área e que tenha sido gerado a partir de uma nova descoberta científica;

abertura de um novo mercado, ainda não explorado, independentemente do fato do mercado já existir ou não; conquista de uma nova fonte de matéria-prima ou de bens semimanufaturados; aparecimento de uma nova estrutura de organização em um setor. (SCHUMPETER, 1985, p. 48).

Além de Joseph Schumpeter, outros dois nomes destacam-se nessa teoria: Richard Cantillon e Jean Baptiste Say. Uma das principais críticas destinadas a esses economistas é que eles não foram capazes de criar uma ciência comportamentalista.

Já a teoria comportamentalista refere-se a especialistas do comportamento humano: psicólogos, psicanalistas, sociólogos e outros. O objetivo desta abordagem do empreendedorismo é ampliar o conhecimento sobre motivação e comportamento humano.

Um dos primeiros autores desse grupo a demonstrar interesse foi Max Weber. Todavia, o autor que realmente contribuiu para as ciências do comportamento foi David C. McClelland, para quem a motivação encerra o principal combustível do motor empreendedor, sendo fundamentada em três necessidades básicas do ser humano:

Necessidade de realização: o indivíduo busca continuamente a superação de seus limites. É uma característica própria de pessoas que costumam estabelecer metas passíveis de serem realizadas durante sua vida, ainda que tais metas os coloquem em situações de competição. Essa constitui a primeira necessidade encontrada entre empreendedores de sucesso, apresentando os seguintes indicadores comportamentais: superação do padrão de excelência, utilização técnicas de *feedback*, resolução de questões-problema que constituem obstáculos.

Necessidade de afiliação: o indivíduo mostra-se interessado em estabelecer, manter ou restabelecer relações emocionais positivas com as demais pessoas. Essa necessidade apresenta como indicadores comportamentais o estabelecimento de relações de amizade, preocupação com o bem-estar das pessoas em seu ambiente de trabalho e desejo de integrar um grupo.

Necessidade de poder: o indivíduo centra-se em exercer autoridade sobre os outros. Essa necessidade pode ser identificada pela observação dos seguintes comportamentos: capacidade de despertar reações de caráter emocional nas demais pessoas, habilidade para executar tarefas, pressupõe exercício de comando, preocupação com a posição social e reputação. (MCCLELLAND, 1961).

3 O EMPREENDEDORISMO EM TEMPOS DE PANDEMIA

Covid-19 é a doença infecciosa causada pelo novo coronavírus, identificado pela primeira vez em dezembro de 2019 na cidade de Wuhan, na China. O aumento do número de casos rapidamente caracterizou a infecção como um surto, de modo que, no fim de janeiro de 2020 a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou a situação como uma emergência em saúde pública de interesse internacional (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2020).

Em decorrência das mudanças substanciais no estilo de vida, cultura e nas interações sociais do indivíduo causadas pela crise de covid-19, uma nova visão de gerenciamento, no entendimento dos empreendedores, fez-se necessária e resultou na busca por outras formas de pensar para se adaptar à nova maneira de viver (RATTEN, 2020).

Autores como Nassif, Corrêa e Rossetto (2020) chamam a atenção para o fato de que eventos inesperados e incontroláveis, como é o caso da pandemia de covid-19, sempre serão uma ameaça às atividades econômicas e empreendedoras em qualquer mercado. Não obstante, o atual contexto leva a uma necessária reflexão quanto à importância de perceber que ações como o monitoramento do ambiente, o planejamento, a capacidade e a velocidade de adaptação, a criatividade e a inovabilidade revelam capacidades, habilidades e competências desejáveis e esperadas.

Sabe-se que o empreendedorismo gera impactos na sociedade, na economia e na política, produzindo empregos, gerando rendas, proporcionando, por conseguinte, crescimento e desenvolvimento (ESPEJO; PREVIDELLI, 2006). E, de acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a população brasileira é uma das mais empreendedoras do mundo (EMPREENDEDORISMO..., 2019).

A pesquisa GEM é a maior e mais importante investigação no âmbito do empreendedorismo em todo o mundo, sendo que em âmbito nacional a instituição soma mais de duas décadas de atuação. Os dados da pesquisa de 2021 revelam um ano de resultados positivos para o empreendedorismo: o Brasil saiu da 13ª posição entre os 50 países pesquisados em 2020 para a 7ª posição; a taxa de empreendedores estabelecidos cresceu de um percentual de 8,7% para 9,9% entre a população adulta. Ou seja, um total de 14 milhões de pessoas adultas (EMPREENDEDORISMO..., 2021).

Outro importante instrumento para a atividade empreendedora no País é o Mapa de Empresas do Brasil, uma ferramenta disponibilizada pelo governo federal que fornece dados sobre o quantitativo de empresas registradas no País e o tempo médio necessário para a abertura de empresas.

De acordo com o referido mapa, no primeiro quadrimestre de 2021 foi contabilizada a abertura de 1.392.758 empresas, indicando um aumento de 17,3% em relação ao último quadrimestre do ano anterior. Além de aumento de 32,5%, se comparado com o mesmo período anteriormente – quando foram fechadas 437.787 empresas, revelando aumento de 22,9% no quantitativo de empresas fechadas, se comparado com o último quadrimestre de 2020, e aumento de 23,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. Tais índices mostram um saldo positivo de 954.971 empresas abertas, com um número total de 17.173.284 empresas ativas em 2021.

Portanto, os dados do Mapa de Empresas do Brasil denotam um crescimento constante no número de empresas abertas no primeiro quadrimestre, com os dados ultrapassando a marca de 1 milhão de empresas criadas desde 2019. Adicionalmente, constatou-se um recorde histórico de registro de novos negócios no período (BRASIL, 2021).

Os números de registro de novos negócios reforçam que o brasileiro tem optado cada vez mais pelo empreendedorismo, confirmando os dados do registro histórico de abertura de empresas no Brasil no primeiro quadrimestre de 2021. Dessa

forma, atina-se que os órgãos federais, estaduais e municipais lançam mão de medidas visando agilizar o processo de formalização de novos negócios, deixando-o cada vez mais dinâmico no País (BRASIL, 2021).

Diante da realidade apresentada, depreende-se que situações incomuns colocam em xeque a capacidade empreendedora do brasileiro. E, em um cenário de pandemia, a situação de cada indivíduo se manifesta a partir da sua capacidade de responder à rápida reconfiguração das novas demandas dos consumidores, assim como pela capacidade de tomar decisões acertadas em momentos de dificuldade (LUNGU; BOGOSLOV, 2020).

A busca por novas maneiras de se fazer as coisas é latente, pois, tendo em vista as mudanças nos padrões de consumo, as empresas e os empreendedores são impulsionados a buscar por maneiras inovadoras – como a modificação e a adequação das estratégias empresariais, de modo a atender às novas exigências mercadológicas e, conseqüentemente, permanecer no mercado (NASSIF; CORRÊA; ROSSETTO, 2020).³

Mesmo com o decreto federal que impediu a abertura de muitos dos 2,5 milhões de pequenos negócios no Brasil, um grande número deles ainda pôde funcionar, autorizados pelos governos estaduais e municipais, abastecendo a população com itens básicos de extrema necessidade (SEBRAE, 2020).

No entendimento da Rede Endeavor (BENCHMARKS..., 2020), diante de uma crise inédita como a provocada pela pandemia de covid-19, não há um manual pronto, o caminho é utilizar as boas práticas de quem está vivendo o mesmo desafio, que é de escala global. E mesmo as boas práticas devem ser revistas todos os dias, porque as ações devem ser implementadas diariamente em consonância com a mudança de cenário, pois todas as decisões impactam, diariamente, a vida de milhares de pessoas. A diferença é que agora esse impacto é exponencial.

4 PERSPECTIVAS DO EMPREENDEDORISMO NA ATUALIDADE

Ser empreendedor não é somente uma questão de acúmulo de conhecimentos, mas a introjeção de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo voltados para atividades em que o risco, a capacidade de inovar, de perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis (DOLABELA, 1999).

Consoante a literatura sobre empreendedorismo, ratifica-se a necessidade de esclarecer questões de pesquisa que tratam tanto da natureza quanto da lógica de seu funcionamento, bem como das múltiplas possibilidades de ação dos agentes e ele associados (BORGES; LIMA; BRITO, 2017).

³ Dados da 10ª Edição da Pesquisa O Impacto da Pandemia de Coronavírus nos Pequenos Negócios, realizada pelo Sebrae em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, demonstraram que, embora 6 em cada 10 Micro e Pequenas Empresas tiveram um faturamento menor em 2020 do que em 2019, 7 em cada 10 já realizavam vendas utilizando a internet.

No cenário nacional foram promovidas ações que vislumbraram o desenvolvimento do empreendedorismo e a potencialização do País nesse novo contexto, entre eles:

- O programa Geração de Novas Empresas de *Software*, Informação e Serviços (GENESIS), que apoia atividades de empreendedorismo em *software*, estimulando o ensino da disciplina em universidades e a geração de novas empresas de *software* (*start-ups*);
- Ações voltadas à capacitação do empreendedor, como os programas EMPRETEC e Jovem Empreendedor do Sebrae. E ainda o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, dirigido à capacitação de mais de 1 milhão de empreendedores em todo o país e destinando recursos financeiros a esses empreendedores, totalizando um investimento de 8 bilhões de reais;
- Os diversos cursos e programas sendo criados nas universidades brasileiras para o ensino do empreendedorismo. É o caso de Santa Catarina, com o programa Engenheiro Empreendedor, que capacita alunos de graduação em engenharia de todo país. Destacam-se o programa REUNE, da Confederação Nacional das Indústrias (CNI), de difusão do empreendedorismo nas escolas de ensino superior do país, presente em mais de duzentas instituições brasileiras;
- A recente explosão do movimento de criação de empresas de *Internet* no País, motivando o surgimento de entidades como o Instituto e-cobra, de apoio aos empreendedores das *ponto.com* (empresas baseadas em *Internet*), com cursos, palestras e até prêmios aos melhores planos de negócios de empresas *start-ups* de *Internet*, desenvolvidos por jovens empreendedores;
- O enorme crescimento de incubadoras de empresas no Brasil. Dados da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas (ANPROTEC) mostram que em 2000, havia mais 135 incubadoras de empresas no País, sem considerar as incubadoras de empresas de *Internet*, totalizando mais 1100 empresas incubadas, que geram mais de 5200 empregos diretos. (DORNELAS, 2001, p. 25-26).

Nesse ambiente, para além da necessidade de promover cursos, programas e outros eventos que motivem o empreendedorismo, nota-se a carência de políticas efetivas destinadas ao seu incentivo enquanto estratégia e, entre outros, ao combate ao desemprego, oriundo da crise financeira estabelecida em nível mundial. Apesar dessa realidade, “[...] as dificuldades causadas pelo distanciamento social impulsionaram os canais digitais e trouxeram também uma nova perspectiva de relacionamento com os consumidores” (BOCCIA, 2021, p. 6).

Em consonância com Ratten (2020), os elementos fundamentais do empreendedorismo para lidar com a crise gerada pelo coronavírus incluem assumir riscos, obter conhecimento acerca do próprio negócio, ter capacidade de entendimento das estruturas de funcionamento e da dinâmica de mudanças e competitividade do segmento em que a empresa atua, assim como ter criatividade e leitura de oportunidades de mercado para o desenvolvimento de inovação.

Aliás, alguns empreendedores buscaram alavancar suas vendas *on-line* mediante *e-commerce* próprio, por aplicativos e até mesmo pelas redes sociais – como o WhatsApp, o Instagram e o Facebook, as quais são consideradas importantes plataformas que contam com funcionalidades de comércio direto e têm sido

exploradas como nunca nessa época de pandemia de covid-19 (MANO; SASAKI, 2021).

Adicionalmente, recorre-se ao ensinamento de Dornelas (2001), que considera que cabe, à sociedade, desmistificar e quebrar o paradigma cultural de não valorização de empreendedores que levam o País ao crescimento, mas dificilmente são reconhecidos como tais. Pelo contrário, são vistos como pessoas de sorte ou que venceram por outros meios, alheios à sua competência.

É válido ressaltar que todos os concorrentes estão no mesmo ambiente e isso pode ser interpretado como uma oportunidade a mais para conquistar clientes novos. Contudo, é de suma importância pesquisar sobre o público-alvo, investir em programas de recompensa, criar experiências satisfatórias e ofertas para o cliente se sentir exclusivo, além de oferecer conteúdo relevante que aproxime o seu negócio das pessoas. Desta forma é criada uma lealdade que afasta a ameaça de perder seus clientes para os concorrentes (COHEN; FRABASIL; CORONATO, 2021).

Segundo Junqueira (2021), uma característica marcante que 2020 reforçou para quem decide empreender é a resiliência, e o que permite ser resiliente é a velocidade com que as empresas têm se adaptado às mudanças que a pandemia impôs. A autora ainda reforça que essa velocidade é o que o País precisa para se recuperar e voltar a se desenvolver.

Concorda-se com Cohen, Frabasil e Coronato (2021, p. 40) quando dizem que “[...] é possível que, no futuro, a pandemia seja vista como o evento catalisador de uma nova era, marcada por mudanças importantes nas relações econômicas e sociais, e certamente na maneira como funciona o mundo dos negócios”.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Demonstrou-se, a partir da pesquisa realizada, os elementos que constituem o empreendedorismo, considerando o momento singular que o mundo atravessa e a necessidade de enfrentamento da emergência na saúde pública em razão da pandemia de covid-19.

Almejou-se descrever em linhas gerais o empreendedorismo no Brasil, revelando os desafios e as perspectivas sobre essa temática. Especificamente, pretendeu-se: contextualizar o empreendedorismo no Brasil; revelar como o empreendedorismo é abordado na literatura pertinente; identificar os desafios para o empreendedorismo na atualidade, em face da pandemia de covid-19; refletir sobre as perspectivas do empreendedorismo na realidade contemporânea.

Conforme estimativa do Sebrae (2020), a crise causada pelo avanço da pandemia impulsionou o quantitativo de pessoas que procuram, no empreendedorismo, uma alternativa de renda, seja com a abertura de um novo negócio ou com a manutenção de um empreendimento já existente.

Em face dessa realidade, Lopes e Lima (2019) mencionam que se torna indispensável avaliar o perfil e o comportamento empreendedor, revelando como eles

se manifestam em âmbito nacional ou mesmo local, bem como em públicos específicos.

Deveras, a necessidade de estabelecimento de ações como o distanciamento social e o fechamento de fronteiras em virtude da pandemia motivou muitas falências e, por conseguinte, o crescimento das já enormes taxas de desemprego. O que repercutiu sobremaneira no mundo empresarial, obrigando os empreendedores a readequar seus negócios, seja expandindo-os ou criando empreendimentos/produtos/serviços. Ou, ainda, buscando, no empreendedorismo, uma alternativa para a perda do emprego formal.

REFERÊNCIAS

BATEMAN, S. T.; SNELL, S. A. **Administração**. 2. ed. Porto Alegre: AMGH Editora LTDA., 2012.

BENCHMARKS endeavor. [S. l.]: Endeavor, 2020. Disponível em: <https://endeavor.org.br/pessoas/scaleups-navegando-crise>. Acesso em: 5 junho. 2022.

BOCCIA, S. Esperar não é uma alternativa. **Pequenas Empresas & Grandes Negócios**, São Paulo, ed. 384, p. 6, fev. 2021.

BORGES, A. F.; LIMA, J. B.; BRITO, M. J. Fundamentos da pesquisa em empreendedorismo: aspectos conceituais, teóricos, ontológicos e epistemológicos. *In*: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 41., 2017, São Paulo. **Anais eletrônicos** [...]. São Paulo: ANPAD, 2017. Disponível em: http://arquivo.anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=MjMzMTc=. Acesso em: 5 junho. 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. Mais de 1,3 milhão de empresas são criadas no país em quatro meses. **Notícias**, Brasília, 12 set. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2022/julho/mais-de-1-3-milhao-de-empresas-sao-criadas-no-pais-em-quatro-meses#:~:text=As%20micro%20e%20pequenas%20empresas,de%20acordo%20com%20o%20documento>. Acesso em: 13 set. 2023.

BRASIL. Ministério da Economia. Secretaria Especial de Desburocratização, Gestão e Governo Digital. Secretaria de Governo Digital. Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração. **Mapa de empresas**: Boletim do 1º quadrimestre/2021. Brasília: Ministério da Economia, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/boletins/mapa-de-empresas-boletim-1o-quadrimestre-2021.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2022.

COHEN, D.; FRABASIL, D.; CORONATO, M. O ano que não acabou. **Época Negócios**, São Paulo, n. 167, p. 40, fev. 2021.

COSTA, A. M.; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. S. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 15, n. 2, p. 179-197, mar./abr. 2011.

Disponível em: <https://rac.anpad.org.br/index.php/rac/article/view/837/834>. Acesso em: 7 set. 2022.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3. ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

EMPREENDEDEDORISMO no Brasil - 2019: relatório executivo. [S. l.]: GEM, 2019. Disponível em: <https://empreender360.org.br/wp-content/uploads/2020/07/Relat%C3%B3rio-Executivo-Empreendedorismo-no-Brasil-2019.pdf>. Acesso em: 7 set. 2023.

EMPREENDEDEDORISMO no Brasil - 2021: relatório executivo. [S. l.]: GEM, 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Sebrae%2050+50/Not%C3%A1cias/gem-fev-2022.pdf>. Acesso em: 20 set. 2023.

EMPREENDEDEDORISMO no Brasil: experiências inspiradoras. *In*: GERENCIANET. **Blog da Efi**, São Paulo, 7 fev. 2018. Disponível em: <https://gerencianet.com.br/blog/empreendedorismo-no-brasil/#>. Acesso em: 15 maio 2022.

ESPEJO, M. M. S. B.; PREVIDELLI, J. J. Os grandes desafios e as estratégias do empreendedor no ensino superior privado. *In*: PREVIDELLI, J. J.; SELA, V. M. (org.). **Empreendedorismo e educação empreendedora**. Maringá, PR: Unicorpore, 2006. p. 21-52.

GOMES, A. F.; LIMA, J. B.; CAPPELLE, M. C. A. Do empreendedorismo à noção de ações empreendedoras: reflexões teóricas. **Revista Alcance**, Itajaí, v. 20, n. 2, p. 203-220, abr./jun. 2013. DOI 10.14210/alcance.v20n2.p203-220. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/ra/article/view/3796/0>. Acesso em: 7 set. 2022.

GUTMAN, P. S. C. **Políticas públicas voltadas ao mercado de trabalho frente à pandemia da Covid-19**. 28f. Monografia (Graduação em Economia) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <http://www.econ.puc-rio.br/uploads/adm/>

HISRICH, R. D. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

JOHNSON, D. What is innovation and entrepreneurship? Lessons for larger Organizations. **Industrial and Commercial Training Press**, [s. l.], v. 33, n. 4, p. 135-140, 2001. DOI 10.1108/00197850110395245. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00197850110395245/full/html>. Acesso em: 5 de set. 2022.

JUNQUEIRA, C. O que aprendemos em 2020. **Pequenas Empresas & Grandes Negócios**, São Paulo, ed. 383/384, p. 22-23, jan. 2021.

KUCKERTZ, A.; BRANDLE, L.; GAUDIG, A.; HINDERER, S.; REYES, C.A.M.; PROCHOTTA, A.; BERGER, E. Startups in times of crisis: a rapid response to the COVID-19 pandemic. **Journal of Business Venturing Insights**, [s. l.], v. 13, jun. 2020. DOI 10.1016/j.jbvi.2020.e00169. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352673420300251>. Acesso em: 5 de set. 2022.

LOPES, R. M. A.; LIMA, E. Desafios atuais e caminhos promissores para a pesquisa em empreendedorismo. **Revista de Administração de Empresas**, Rio de Janeiro, v. 59, n. 4, p. 284-292, 2019. DOI 10.1590/S0034-759020190406. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/80001>. Acesso em: 7 fev 2022.

LUNGU, A. E.; BOGOSLOV, I. A. Entrepreneurship in pandemic: how to succeed? **Revista Econômica**, v. 72, n. 2, p. 36-44, 2020. Disponível em: <http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/72204lungu&bogoslov.pdf>. Acesso em: 5 de ago. 2022.

MANO, C.; SASAKI, L. Como vender mais – e melhor. **Pequenas Empresas & Grandes Negócios**, São Paulo, ed. 384, p. 40-41, fev. 2021.

MARCONI, M.; LAKATOS M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MCCLELLAND, D. **The achieving society**. New York: VanNostrand, 1961.

MONTEIRO, B. G.; BARTHOLO JUNIOR, R. S.; LANGENBACH, M. L.; GONÇALVES, M. V.; SILVA, A. L.; MARQUES, T. D. A energia que move a produção: um diálogo sobre integração, projeto e sustentabilidade. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA, 27., 2007, Foz do Iguaçu. **Anais eletrônicos** [...]. Foz do Iguaçu: ENEGEP, 2007. p. 1-8. Disponível em: https://lidis.ufrj.br/publicacoes/artigo_enegep.pdf. Acesso em: 24 fev. 2022.

NASSIF, V. M. J.; CORRÊA, V. S.; ROSSETTO, D. E. Estão os empreendedores e as pequenas empresas preparadas para as adversidades contextuais? Uma reflexão à luz da pandemia do covid-19. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 1-12, jan./abr. 2020. DOI 10.14211/regepe.v9i2.1880. Disponível em: <https://regepe.org.br/regepe/article/view/1880/pdf>. Acesso em: 24 fev. 2022.

OSBORNE, R. L. The essence of entrepreneurial success. **Management Decision**, [s. l.], v. 33, n. 7, p. 4-9, 1995. DOI 10.1108/00251749510090520. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00251749510090520/full/html>. Acesso em: 24 set. 2022.

paisagem de vida e trabalho. **Journal of Small Business & Entrepreneurship**, [s. l.], v. 32, n. 5, p. 503-516, jun. 2020. DOI 10.1080/08276331.2020.1790167. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08276331.2020.1790167>. Acesso em: 24 set. 2022.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SEBRAE. **Comportamento empreendedor**. Brasília: Sebrae, 2021. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empreendedoras-desenvolvidas-no-empretec,d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 25 set. 2022.

SEBRAE. **Veja as medidas de apoio do governo aos pequenos negócios**. Brasília: Sebrae, 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/veja-as-medidas-de-apoio-do-governo-aos-pequenos-negocios,e5a9721df5b41710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 25 set. 2022.

SILVA, José Alan Barbosa da; SILVA, Murilo Sergio Vieira. Análise da evolução do empreendedorismo no Brasil no período de 2002 a 2016. **REPAD: Revista Estudos e Pesquisas em Administração**, Rondonópolis, v. 3, n. 2, p. 116-137, maio/ago. 2019. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/repad/article/view/8674/6212>. Acesso em: 7 set. 2022.

SILVESTRE, J.; BORGES, A. F.; PAULA, V. F. Empreendedorismo estratégico: *exploration, exploitation* e ambidestria em cervejarias artesanais de Uberlândia-MG. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 23, n. 1, p. 1-25, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ram/a/F4rMfWbXMdy9FfpgHhyctsm/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 24 set. 2022.

VALE, G. M. V. Empreendedor: origens, concepções teóricas, dispersão e integração. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 6, p. 874-891, nov./dez. 2014. DOI 10.1590/1982-7849rac 20141244. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/s8SRpzv4FFtYZWfCqLn7kyn/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 24 set. 2022.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Considerations for quarantine of individuals in the context of containment for coronavirus disease (COVID-19): interim guidance** [Internet]. Geneva (CH): WHO, 2020. Disponível em: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/331299>. Acesso em: 2 ago. 2022.