

O CRESCIMENTO DO EMPREENDEDORISMO MOTIVADO PELA PANDEMIA COVID-19

THE GROWTH OF ENTREPRENEURSHIP MOTIVATED BY THE COVID-19 PANDEMIC

Cristiane Henrique Batista¹
Simone Teles da Silva Costa²
Dênia Aparecida de Amorim³

RESUMO: O empreendedorismo é a capacidade de identificar potenciais problemas e oportunidades e investir recursos e habilidades para criar um negócio, projeto ou movimento capaz de abraçar a inovação, gerar mudanças e causar impacto. Logo, o objetivo do estudo foi analisar, por meio de pesquisa bibliográfica, como a pandemia Covid-19 impulsionou o crescimento do empreendedorismo no Brasil, no qual as pessoas investiram por necessidade criando novas oportunidades. A metodologia adotada foi pesquisa bibliográfica. A seleção do material utilizado foi feita por meio de buscas no *Google Acadêmico* e *SciELO*, com recorte temporal a partir do ano de 2010. Os empreendedores identificam, planejam, criam e desenvolvem novas ideias aproveitando as oportunidades que o mercado de trabalho apresenta. O desenvolvimento de um novo negócio é um projeto que leva à adição de serviços existentes. Devido às drásticas mudanças nos estilos de vida, culturas e interações sociais dos indivíduos causadas pela crise do Covid-19, uma visão de liderança, tal como entendida pelos empreendedores, foi necessária para encontrar novas soluções, diferentes formas de pensar para se adaptar a um novo modo de vida. Com isso, percebeu-se que mesmo durante a pandemia, o empreendedorismo não parou de crescer. O processo de desenvolvimento de um novo negócio deve ser planejado e estruturado, incluindo todas as etapas, negociações e acordos com potenciais interessados. Essa é uma maneira de aumentar drasticamente as chances de sucesso de um novo negócio. Concluiu-se que o empreendedorismo contribuiu para a estruturação dos processos de negócio e para a implementação de uma série de ações que permitiram às empresas e aos empreendedores desenvolverem capacidades para cumprir e adaptar-se à inovação no período de crise.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Inovação. Pandemia.

ABSTRACT: *Entrepreneurship is the ability to identify potential problems and opportunities and invest resources and skills to create a business, project or movement capable of embracing innovation, generating change and making an impact. Therefore, the*

¹ Bacharel em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário Mário Palmério – UNIFUCAMP (2022). E-mail: cristianeibatista@outlook.com

² Doutoranda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Uberlândia. Mestra em Gestão Organizacional pela Universidade Federal de Goiás, campus Catalão (2018). Pós-graduada em Auditoria Contábil pela Faculdade Venda Nova do Imigrante (2019). Graduada em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério (2010). Graduada em Ciências Contábeis pela Faculdade Cruzeiro do Sul (2021). E-mail: simonetscosta@hotmail.com

³ Mestra em Administração Pública pela Universidade Federal do Triângulo Mineiro (2022). MBA em Gestão Empresarial pela Fundação Carmelitana Mário Palmério (2012); Especialista em Gestão Pública pela Faculdade Venda Nova do Imigrante (2016) e em Contabilidade Pública e Auditoria pela Faculdade Instituto Brasil de Ensino - IBRA (2020). Graduada em Administração (2009) e em Ciências Contábeis (2018) pela Fundação Carmelitana Mário Palmério. E-mail: deniaamorim@hotmail.com

objective of the study was to analyze, through bibliographic research, how the Covid-19 pandemic boosted the growth of entrepreneurship in Brazil, in which people invested out of necessity, creating new opportunities. The methodology adopted was bibliographical research. The selection of the material used was made through searches on Google Scholar and SciELO, with a time frame starting in 2010. Entrepreneurs identify, plan, create and develop new ideas by taking advantage of the opportunities that the job market presents. New business development is a project that leads to the addition of existing services. Due to the drastic changes in individuals' lifestyles, cultures and social interactions caused by the Covid-19 crisis, a leadership vision, as understood by entrepreneurs, was necessary to find new solutions, different ways of thinking to adapt to a new way of life. As a result, it was clear that even during the pandemic, entrepreneurship continued to grow. The process of developing a new business must be planned and structured, including all stages, negotiations and agreements with potential interested parties. This is one way to drastically increase the chances of success for a new business. It was concluded that entrepreneurship contributed to the structuring of business processes and to the implementation of a series of actions that allowed companies and entrepreneurs to develop capabilities to comply with and adapt to innovation in the period of crisis.

KEYWORDS: *Entrepreneurship. Innovation. Pandemic.*

1 INTRODUÇÃO

A economia global sofreu grande impacto com a proliferação da pandemia Covid-19. A disseminação da infecção teve início em 31 de dezembro de 2019 na cidade de Wuhan, província de Hebei, na República Popular da China. O vírus se alastrou rapidamente na China e outros países. Em 11 de Março de 2020 a Organização Mundial da Saúde, OMS, classificou a crise do “novo coronavírus” como uma das maiores pandemias já enfrentada pelo mundo. Os impactos causados foram além do colapso nos sistemas de saúde pública e se refletiu no cenário econômico com o aumento do desemprego e da inflação, principalmente em países emergentes como o Brasil.

Com o aumento do desemprego, o governo brasileiro, na tentativa de minimizar os impactos na saúde e na economia, investiu em políticas públicas que assegurassem condições mínimas à população como o Programa Emergencial de Manutenção do emprego e da renda. Esse programa foi criado por meio da Medida Provisória nº 936, de 1º de abril de 2020. A proposta foi voltada aos trabalhadores do setor privado e apostava na redução da carga horária de trabalho e proporcionalmente no salário para evitar as demissões.

Diante disso, as situações trabalhistas tornaram-se um tanto quanto precárias, pois não só o empreendedor sofreu com as mudanças, mas também o trabalhador que sofreu com as consequências da redução e do isolamento social. Nesse contexto, ações empreendedoras

surgiram como soluções e ideias criativas para preencher a lacuna causada pelo desemprego, garantindo o mínimo de dignidade e condições financeiras à população.

A crise gerada pela pandemia levou as pessoas a empreenderem por necessidade e o Brasil foi o país onde a pandemia teve o maior papel em impulsionar o empreendedorismo. Segundo relatório da *Global Entrepreneurship Monitor*, GEM, principal pesquisa sobre empreendedorismo no mundo, o Brasil teve uma maior variação da taxa de empreendedorismo em relação a outras economias passando de 30%, em 2019 para 53%, em 2020 (GEM, 2019).

Considerando o contexto de crise econômica, aumento de inflação e desemprego, o estudo teve o objetivo de analisar, por meio de pesquisa bibliográfica, como a pandemia Covid-19 impulsionou o crescimento do empreendedorismo no Brasil, no qual as pessoas investiram por necessidade criando novas oportunidades. Para isso, buscou-se identificar as formas com que o empreendedorismo contribuiu para a manutenção da economia brasileira durante a pandemia, além de conceituar os tipos de empreendedorismo, apontar alternativas utilizadas para empreender durante a crise e identificar os segmentos que foram mais prejudicados pela crise.

A metodologia adotada foi pesquisa bibliográfica. A seleção do material utilizado foi feita por meio de buscas no *Google Acadêmico* e *SciELO*, com recorte temporal a partir do ano de 2010. Com base no material foi realizada a análise dos artigos selecionados, realizando uma abordagem sobre as ideias de outros autores a fim de alcançar o objetivo geral da pesquisa.

O estudo justificou-se como relevante, pois a maior parte dos empreendedores apresentaram dificuldades para lidar com o momento de pandemia que abalou a economia mundial. Assim, foi necessária uma adaptação geral para manter os negócios ativos durante a crise para evitar um problema ainda maior.

O trabalho foi estruturado em seções, sendo a primeira a introdução, a qual contextualizou a temática abordada, apresentou o objeto de estudo, a justificativa e o objetivo. A segunda seção delimitou o referencial teórico, na qual foram expostas opiniões e conceitos sobre o tema abordado, por meio da explanação do que é o empreendedorismo e sua contribuição em tempos de pandemia. A terceira seção abordou os aspectos metodológicos por meio da apresentação dos métodos utilizados para a elaboração do estudo, enquanto que a quarta seção apresentou os achados da pesquisa e as discussões. Por fim, a última seção apresentou as considerações finais.

2 O QUE É EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é o resultado de pessoas que superam dificuldades e investem em novos negócios como a solução para os problemas. Perda de emprego, dificuldade de encontrar trabalho e redução da renda familiar são alguns dos motivos pelos quais um profissional se torna um empreendedor por necessidade. Já o empreendedor oportunista parte de uma ideia e concentra todos os esforços e talentos em busca de um sonho. Deve-se lembrar de que estas condições por si só não garantem imunidade contra riscos (Barros, 2019).

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, SEBRAE (2017), os negócios que abrem por necessidade tendem a fechar. Isso ocorre porque sem planejamento adequado e as inovações que o mercado exige ao longo do tempo, e o número de concorrentes, esses negócios não conseguem se manter ativos no longo prazo. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE, quase metade das empresas fecham em três anos, porém, um proprietário que se atualiza regularmente e busca conhecimento na área certamente tem boas chances de manter as operações (Nader, 2021).

Por outro lado, o empreendedor por oportunidade, mesmo com outras opções de carreira, opta por iniciar um novo negócio, sabe aonde quer chegar, planeja com antecedência, pensa no que quer, pesquisa informações sobre o negócio e tem como objetivo gerar lucros, empregos e riquezas.

Assim, o empreendedorismo é a vontade e a capacidade de identificar problemas e possíveis oportunidades para investir recursos e habilidades na criação de um negócio, projeto ou movimento capaz de aproveitar a mudança e causar impacto. Há pessoas que possuem forte espírito empreendedor que o fazem em diferentes lugares e circunstâncias. Em casa, quando decidem reformar para otimizar o espaço. Na empresa em que trabalham, quando um projeto precisa ser concluído. Ou, na vida, quando é hora de mudar e tentar melhorias. Outros desenvolvem esse potencial na criação de um novo negócio, ajudam a criar novos empregos, geram renda para a economia local e atendem a demanda por meio de renovação (Endeavor, 2022).

O empreendedorismo cresceu no Brasil e cada vez mais pessoas se interessam por empreender, seja por necessidade ou para aproveitar oportunidades de melhoria. Ter o próprio negócio não é necessariamente um requisito para ser empreendedor, pois o conceito não está inteiramente relacionado ao negócio. Embora não haja uma definição única, existem

vários conceitos que apontam a observação de que o empreendedorismo é diretamente relacionado às características de que um empreendedor deve observar as oportunidades e aproveitá-las com pró-atividade (Santos, 2021).

O empreendedor identifica, planeja, cria e elabora novas ideias, aproveitando as oportunidades ofertadas pelo mercado de trabalho. O desenvolvimento de um novo ofício é um projeto que resulta em uma adição no montante de serviços atuais. Depois de definido, o produto ou serviço que será oferecido, deverá ser apresentado ao mercado, de forma a se comunicar com o comprador principal e promover a satisfação do cliente (Ferreira *et al.*, 2022).

No que se refere às características do empreendedorismo, Bernardi (2010) destaca que diversos fatores podem dar origem ao empreendedorismo, como herança familiar, empreendedores natos, oportunidade de negócio na empresa em que trabalha, vendedores com conhecimento de mercado que investem no próprio negócio, desemprego, oportunidade ou demanda.

Em geral, o empreendedorismo é qualquer atividade que tenha a capacidade de desenhar e implementar projetos, buscar qualidade de vida, saber aproveitar oportunidades e ajudar no crescimento do mercado. É a capacidade de identificar oportunidades, ter uma visão de futuro e criar algo positivo para a sociedade, descobrindo ideias que promovem mudanças reais no cenário dos negócios. Assim, entende-se que os empreendedores possuem características que os diferenciam daqueles que não almejam a abertura do próprio negócio ou desenvolvimento de ideias inovadoras (Peña, 2021).

Independente do motivo para empreender, a abertura de novos negócios ou a inovação dos já existentes contribui para o desenvolvimento econômico local e possibilitam a criação de novos postos de trabalho e complemento da renda familiar.

2.1 Os impactos da crise causada pela pandemia no empreendedorismo

Os impactos da pandemia do novo coronavírus foram muito além da saúde, refletindo também no cenário econômico. As taxas de desemprego e a inflação aumentaram consideravelmente, levando a prejuízos na economia, principalmente em países que estão emergindo no cenário mundial, como o Brasil (Guimarães *et al.*, 2022).

Em março de 2020, com o *status* de pandemia confirmado, o governo adotou diversas medidas para evitar a disseminação da infecção. Estados e municípios optaram pelo fechamento de escolas e comércios não essenciais enquanto os trabalhadores foram orientados a desenvolver as atividades em casa. Autoridades públicas chegaram a decretar o

fechamento total, denominado *lockdown* ou isolamento social. A restrição social foi a medida mais difundida e com maior efetividade para evitar contaminação e achatar a curva de transmissão do vírus (Machado *et. al.*, 2022).

Com isso, o país apresentou a maior taxa de desemprego dos últimos tempos, resultando no aumento de trabalhos informais e na falência de centenas de pequenas e microempresas e aumento considerável no índice de desemprego (Farias, 2020). Logo, os indivíduos tiveram que se reinventar e buscar alternativas para angariar renda para sustento próprio e de familiares e uma das alternativas possíveis foi empreender em novos negócios e diversificar ações para adequar a realidade do isolamento social.

O empreendedor consiste em um indivíduo que aproveita e explora uma oportunidade de negócio inovando em alguma forma de atuação que seja uma maneira aprimorada de lidar com determinado negócio. Significa antecipar um espaço no mercado e preenchê-lo com uma nova ideia de negócio. Para isso, é necessário desenvolver algum tipo de produto, processo ou serviço que resulte em retorno financeiro. Devido às mudanças significativas nos estilos de vida, culturas e interações sociais dos indivíduos causadas pela crise do Covid-19, a visão de liderança empreendedora se fez necessária e estimulou a busca por novas soluções e diferentes formas de pensar para adaptar-se ao novo modo de vida (Ratten, 2020a).

De acordo com Nassif, Corrêa e Rossetto (2020), a expressão do momento foi adaptabilidade, com a necessidade de modificar e ajustar as estratégias em resposta ao mercado, ou seja, inovação em um ambiente de recursos limitados para continuar com as operações econômicas.

Para continuar a atuação no mercado durante o período de crise pandêmica foi necessário a adaptação às novas necessidades, o cultivo das habilidades e o aprimoramento das capacidades necessárias para transformar rapidamente os modelos de negócios e as práticas de gestão diante da crise envolvendo a saúde global. Capacidades dinâmicas relacionadas a processos organizacionais e estratégicos específicos, como desenvolvimento de produtos, identificação de novos parceiros e tomada de decisões estratégicas para criação de valor em um ambiente dinâmico foram canalizadas para gerir os recursos disponíveis (Castro *et al.*, 2021).

Segundo Assunção *et al.* (2020), a cadeia de fornecimento de insumos para o mercado sofreu duras consequências durante a pandemia, como aumento dos custos de transporte, prazos de entrega mais longos, busca de fornecedores alternativos, demanda

instável, fatores que impactaram diretamente no negócio. Por outro lado, Ratten (2020b) afirmou que, alguns segmentos, principalmente supermercados e empresas de tecnologia, cresceram fortemente, entretanto enfrentaram alta demanda de clientes e desafios da cadeia de suprimentos.

Diante do desafio que comprometeu a economia mundial, Liu, Lee e Lee (2020) alertaram que indivíduos, organizações e sociedades precisaram sobreviver e prosperar diante da luta contra a pandemia e os choques econômicos e sociais. Esse cenário exigiu aspectos como resiliência, incluindo prontidão psicológica e suporte organizacional.

A crise fez muitas empresas lutarem para sobreviver, mas também forçou algumas a buscarem caminhos estratégicos alternativos para permanecerem no mercado, e enfrentar a crise foi a única opção. Em resposta à pandemia do Covid-19 e os impactos relacionados, as Nações Unidas pediram aos empresários que apresentassem soluções inovadoras, científicas e tecnológicas (Seetharaman, 2020). Essas ações incentivaram a expansão do empreendedorismo por necessidade.

Para Santos (2021), a capacidade de se manter diante das adversidades, a versatilidade e coragem dos empreendedores foram características marcantes e necessárias para lidar com a pandemia, e trouxe um novo contexto econômico que demonstrou a importância da reinvenção, abertura às mudanças, adequação ao público e acompanhamento da evolução do comércio.

Assim, Liu, Lee e Lee (2020) destacaram que, apesar dos efeitos negativos, a pandemia apresentou oportunidades para empreendedores e gestores promoverem negócios inovadores e exigiu resiliência em benefício de indivíduos, organizações e sociedade.

2.2 A pandemia do coronavírus no contexto econômico

No início de 2020 as empresas se depararam com uma emergência de saúde pública em nível mundial que as obrigou a mudar os hábitos e promover o distanciamento social, seguido de restrições que dificultaram alguns meios de negócios, levando à necessidade de se reinventar no mercado. Além da preocupação com a saúde, os brasileiros enfrentaram a economia debilitada e a forte necessidade de inovar diante da crise econômica provocada pela pandemia. A inovação foi uma forte característica dos empreendedores, visto que para eles, esse período foi vivenciado como uma oportunidade de crescimento (Santos, 2021).

Para Silva *et al.* (2021), a pandemia afetou significativamente vários segmentos da economia. Devido ao isolamento social muitos negócios tiveram que fechar por um

determinado tempo, e ficaram impossibilitados de comercializar produtos e serviços de forma presencial. Isso causou grande transtorno para a maioria das empresas, principalmente as microempresas, que tiveram que se reinventar para se adaptar à nova realidade.

De acordo com Maciente (2020), o distanciamento social afetou negativamente os negócios. O horário de abertura e funcionamento dos estabelecimentos passou a depender de suas características, ou seja, da sua natureza essencial. Na ocasião, foram publicados decretos federais, estaduais e municipais para identificar atividades consideradas essenciais durante a pandemia.

Entre as várias mudanças trazidas pela pandemia, a resistência do empreendedorismo tornou-se algo positivo, pois se tornou mais notável e mostrou-se como um diferencial. Segundo Nassif, Corrêa e Rosset (2020), o papel dos empreendedores, empresários e formuladores de políticas públicas, é aprimorar a capacidade de analisar, adaptar e antecipar situações complexas, tornando-se únicos e altamente desejáveis.

Nesse sentido, qualquer empreendedor que enxergasse uma oportunidade durante a pandemia, seja para sobreviver, aproveitar uma venda ou iniciar um novo negócio, teve grandes chances de sucesso. De acordo com o SEBRAE (2020), os setores que obtiveram maior crescimento com o início da pandemia foram as compras *on-line*, o setor farmacêutico, serviços *delivery*, supermercados, comércio de marmitas, bebidas, animais de estimação, consultorias esportivas, itens de informática e serviços de casa e construção.

Santos (2021) defende que o comércio eletrônico foi a alternativa mais eficaz encontrada pelos empreendedores, pois não comprometia o isolamento social e poderia levar produtos e serviços aos clientes sem expor ao risco de contágio pelo coronavírus, além de englobar diversos segmentos, como vestuário, alimentação e farmácia. Com isso, as empresas conseguiram se fortalecer e se manter no mercado.

Assim, Guimarães *et al.* (2022) ressalta que a criatividade e inovação deram origem a novos empreendedores, e estes foram a base para a reconstrução econômica da sociedade na era pós-pandemia.

3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada foi pesquisa bibliográfica com abordagem qualitativa. De acordo com Martins e Theóphilo (2016), a pesquisa bibliográfica tem como objetivo explicar e discutir um tópico ou questão com base em referências publicadas em livros, jornais, revistas, enciclopédias, dicionários, jornais, sites, entre outras fontes. Por meio deste tipo de pesquisa, o pesquisador procura entender, analisar e explicar as contribuições sobre um tema

específico.

Os métodos qualitativos são fontes diretas de coleta de dados, interpretação de situações e atribuição de sentido. Desta forma, é uma maneira suficiente para compreender a natureza dos fenômenos sociais, considerando que o pesquisador obtém dados da realidade para analisá-los (Prodanov; Freitas, 2013).

Foi realizado um estudo no qual foram utilizados artigos publicados em revistas, jornais acadêmicos e congressos, monografias, teses e dissertações relacionados com o tema abordado, publicados a partir de 2010. Esses artigos foram encontrados por meio de pesquisas nas plataformas do *Google Acadêmico* e *SciELO*.

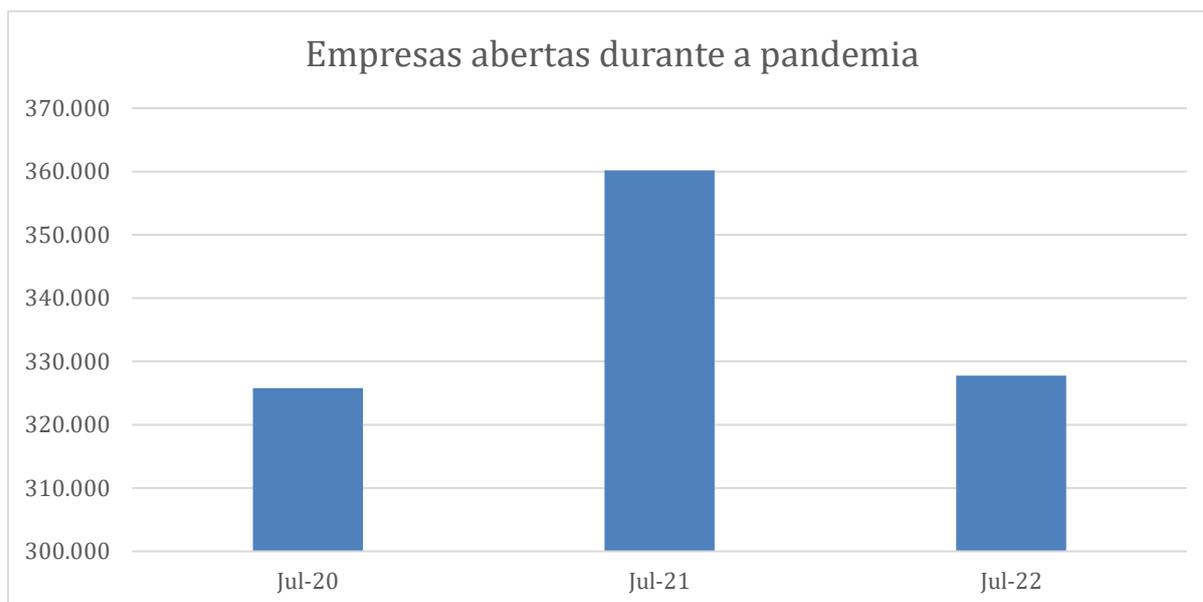
Para a busca e seleção dos materiais foram utilizados os descritores “empreendedorismo”, “pandemia” e “economia”. Como critérios de inclusão dos artigos, foram analisados o título e o resumo dos mesmos, e a partir desses quesitos, foram selecionados os artigos que serviram de base para a elaboração das discussões teóricas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A economia mundial passou por momentos de suspense durante a pandemia de Covid-19. As pessoas foram forçadas a tirar do papel ideias e sonhos de empreender como alternativa à sobrevivência. Elas colocaram em prática opções de negócios que abriram novas possibilidades e alternativas de fontes de renda. Com isso, foi possível verificar que, mesmo com a crise causada pela pandemia, o empreendedorismo se manteve em crescimento contínuo (Senna, 2022).

De acordo com o Mapa de Empresas do Ministério da Economia, mais de 327 mil empresas foram abertas até julho de 2022, sendo que no período de pandemia foram registrados mais de 1 milhão de novas empresas, conforme apresentado no Gráfico 01.

Gráfico 01: Quantidade de empresas abertas durante o período de pandemia



Fonte: Brasil (2022).

No Gráfico 01 notou-se que, no ano de 2021, foi registrado o maior número de abertura de empresas no Brasil. Isso pode ser consequência do auge da pandemia, na qual as pessoas não sabiam mais o que fazer para se sustentarem, o que despertou o lado empreendedor da população, fosse por vocação ou por necessidade.

Nesse cenário, observa-se que este número está relacionado a uma série de fatores, como capacitação, qualificação da mão de obra, programas de orientação para criação e manutenção de negócios, acesso a recursos financeiros e crescimento do mercado digital. Esses aspectos reduziram as dificuldades para o empreendedor e proporcionou um cenário mais favorável para empreendedores e *startups* (Senna, 2022).

Enquanto as médias e grandes organizações encerraram 2020 com resultado negativo de 193,6 mil empregos, no mesmo período, as micro e pequenas empresas foram as responsáveis por reverter o resultado causado pela pandemia, com a criação de 293,2 mil novos empregos (Dourado, 2021). Em média, os pequenos negócios foram responsáveis pela maior parte do saldo final dos 142,7 mil empregos gerados no país durante o ano de 2020, evitando que a crise do desemprego fosse ainda maior.

O processo de desenvolvimento de um novo negócio deve ser totalmente planejado e estruturado, incluindo todas as etapas, negociações e acordos com potenciais interessados, tudo antes do desembolso de qualquer valor. Essa é uma maneira de aumentar as chances de sucesso do novo empreendimento (Meira *et al.*, 2021). Uma crise global tende a paralisar a equipe de uma empresa ou estimulá-la a crescer, tudo depende de como o gestor enxerga os obstáculos. Com a pandemia do Covid-19, foi exatamente isso que aconteceu, visto que,

enquanto alguns negócios fecharam, outros surgiram com força total.

Muitas empresas reduziram ou limitaram as atividades e, em alguns casos, demitiram equipes inteiras de determinados setores. Outras empresas foram mais ágeis e desenvolveram maneiras interessantes de envolvimento dos clientes durante o período de restrições pandêmicas (Stangherlin; João; Oliveira, 2020).

Durante a pandemia do Covid-19 ocorreram enormes transformações nos hábitos sociais e as necessidades individuais e coletivas se modificaram por escolha ou por necessidade. As escolhas de produtos e serviços que antes eram indispensáveis passaram a ser repensadas, pois a prioridade passou a ser a saúde e a sobrevivência, deixando o consumo de certos itens para último caso (Moreira *et al.*, 2023). Muitos setores da economia sobreviveram à crise devido à expansão das tecnologias digitais, com destaque para vendas *on-line* e *marketing* digital.

Foram necessárias muitas mudanças para adequação, como a implementação do *home office* por parte de várias empresas, serviços de entregas de mercadorias por meio de *delivery*, compras e vendas via comércio eletrônico, ensino remoto por aplicativos de vídeo conferência, consultas médicas realizadas de maneira virtual foram realidades motivadas pela pandemia e que passaram a fazer parte do dia a dia das pessoas e empresas. Para que isso fosse possível, a tecnologia foi de extrema importância para a adequação, visto que foi o insumo responsável por integrar as diversas esferas da sociedade (Machado *et al.*, 2022).

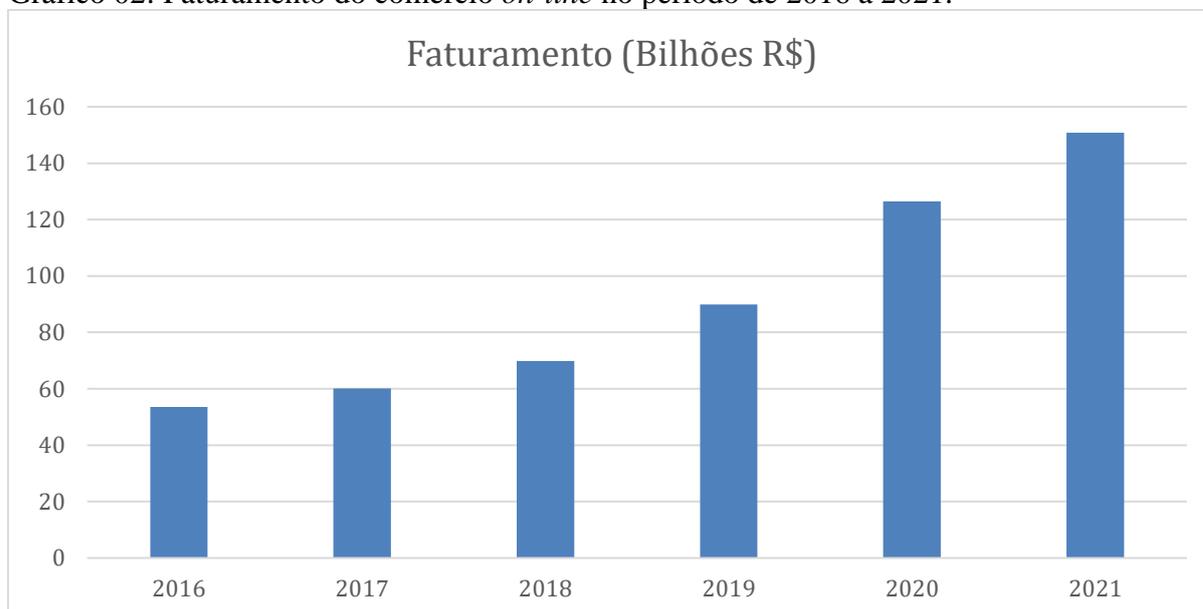
Os fatores que fortaleceram o crescimento do empreendedorismo digital incluem o crescimento forte e constante do número de usuários da *internet*, aumento da conscientização relacionada às compras *on-line*, aumento do lançamento de produtos exclusivos para comercialização digital, preços baixos devido a compras em massa, entre outros pontos (Stangherlin; João; Oliveira, 2020). Isso fez com que a rede mundial de computadores surgisse como uma opção viável para os empreendedores.

Como o comércio eletrônico é a maneira mais rápida de realizar determinadas transações sem presença física, foi um recurso adotado por muitas empresas para atender os clientes. As pessoas, devido às restrições impostas pela pandemia, encararam o comércio *on-line* como a forma de comprar produtos e serviços sem terem de se deslocar a loja física, o que levou ao aumento significativo deste tipo de comércio no Brasil (Mattiuzzi, 2021).

No Gráfico 02 é possível observar que o comércio *on-line* aumentou ano a ano. Entretanto, com a chegada da pandemia, essa modalidade comercial obteve um aumento ainda maior, chegando ao faturamento de R\$ 150 bilhões em 2021, o que representou um

aumento de 67,6% em relação ao ano de 2019.

Gráfico 02: Faturamento do comércio *on-line* no período de 2016 a 2021.



Fonte: ABCOMM (2022).

Para ajudar os pequenos negócios, as grandes empresas usaram conhecimentos em tecnologia para ajudar os empreendedores. O Magazine Luiza, por exemplo, permitiu que microempreendedores individuais e empresas com faturamento anual máximo de 5 milhões de reais registrassem seus estoques no *site* e aplicativo Magalu e, assim, conectá-los a mais de 20 milhões de usuários (Mussalem, 2021). Essa estratégia é denominada *marketplace*, e consiste em um canal para comprar ou vender produtos, ou seja, é um *site* que reúne vários vendedores e lojas, com diferentes ofertas e produtos disponíveis, para oferecer maior variedade para o consumidor final.

Em abril de 2020, os empresários Abílio Diniz, Eduardo Mufarrej, Luciano Huck e outros, fundaram uma entidade privada sem fins lucrativos com intuito de arrecadar fundos e doações para serem utilizados na forma de crédito rápido e fácil, fornecer treinamento para incentivar os pequenos empreendedores a sobreviverem em tempos de crise. Denominada Estímulo 2020, o projeto concedeu 670 empréstimos, totalizando cerca de 23 milhões de reais, com a participação de mais de 80 empreendedores (Vilela, 2020).

Ao entender que o empreendedorismo visa detectar, reduzir ou solucionar problemas sociais, garantindo o desenvolvimento da capacidade humana, destaca-se o potencial de empreender para desenvolver novas ações visando superar as fragilidades sociais causadas pela pandemia do Covid-19. Ao considerar a grave crise social, ambiental, econômica e

política da crise pandêmica, além da intervenção do poder público, toda a população foi afetada, o que levou à diminuição da renda *per capita*, aumento do desemprego, educação precária, dificuldades de acesso a programas de saúde, crescente desigualdade e exclusão social (Silva; Silva, 2022).

Os dois anos de pandemia foram dias de dúvida e insegurança que impulsionaram as empresas e os empreendedores a mudarem suas posturas e estratégias, em atitudes de maior reflexão, cooperação e senso coletivo. Isso se deu em todos os segmentos mercadológicos visto que nenhum tipo de negócio passou intacto pela pandemia (Moreira *et al.*, 2023). Para minimizar os impactos causados pelo vírus foram adotadas diversas medidas, dentre elas, ações governamentais para reforçar o caixa das empresas e apoiar os trabalhadores, entretanto, encontrar meios para permanência no mercado foi difícil. Contudo, os efeitos negativos foram minimizados com a crescente adesão às tecnologias de informação e comunicação (Machado *et al.*, 2022).

Embora o período pandêmico tenha ficado no passado, muitas organizações ainda tentam a recuperação e a volta ao normal. Além das inúmeras mortes causadas pela infecção ou por sequelas, o mercado mundial sofreu perdas irreparáveis. Os hábitos de consumo foram alterados e por isso muitos segmentos econômicos ainda lutam para se estabilizar. Porém, uma lição importante proporcionada pela crise foi a capacidade de reinvenção e adequação demonstrado pelos inúmeros empreendedores que, com as mais diversas limitações, conseguiram fazer dos obstáculos a motivação para empreender o próprio negócio.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo objetivou identificar as formas com que o empreendedorismo contribuiu para a manutenção da economia brasileira durante a pandemia. A economia brasileira sofreu muito com a pandemia Covid-19 e para sobreviver foi preciso reinventar, adaptar e reformular as ações a serem tomadas no período composto de diversas incertezas. Portanto, como muitos negócios que vão à falência ou fecham, muitas pessoas tiveram que enfrentar as dúvidas e encontrar oportunidades no ambiente.

Constatou-se que o uso de ferramentas *on-line* ajudou os empreendedores a tomar decisões mais corretas e fazer a diferença mesmo com a crise que atingiu todos os tipos de negócios. A necessidade de buscar informações e aprimorar o uso da tecnologia fez a diferença para o empreendedor e não o deixou desistir perante a pandemia, obrigando-o a

agir e tomar decisões em virtude do próprio benefício.

O empreendedorismo se apresenta em constante evolução e os avanços tecnológicos garantem o crescimento econômico. Graças às redes sociais pode-se postar anúncios de venda de forma gratuita e ter certeza de que a mensagem alcançará muitas pessoas ao mesmo tempo, independente da localização geográfica. O surgimento de novos empreendedores durante a pandemia do Covid-19, seja por necessidade, oportunidade ou solidariedade, apresentou-se como uma oportunidade de superação e resolução de problemas com probabilidade de permanência futura.

Conclui-se que o empreendedorismo contribuiu não só para a estruturação de processos empreendedores em si, mas também para o estabelecimento de um conjunto de ações que permitiram à empresa desenvolver a capacidade de adesão e adaptação à inovação em tempos de crise. Dessa forma, foi possível entender as etapas do empreendedor e como se deu a inovação da empresa, específica para o setor escolhido, o contexto econômico, a diferenciação oferecida e as características particulares do negócio, que faz do empreendedorismo algo importante para enfrentar a pandemia e qualquer crise que venha a ocorrer.

REFERÊNCIAS

ABCOMM. **Associação Brasileira de Comércio Eletrônico**. 2022. Disponível em: <https://dados.abcomm.org/crescimento-do-ecommerce-brasileiro>. Acesso em: 02 set. 2022.

ASSUNÇÃO; Marcus Vinicius Dantas de; MEDEIROS, Marlene; MOREIRA, Lycia Nascimento Rabelo; PAIVA, Izabelle Virgínia Lopes; PAES, Diego Cristóvão Alves de Souza. Resiliência das cadeias de suprimentos brasileira com os impactos da Covid-19. **Revista HOLOS**, v. 36, n. 5, p. 1-20, 2020. Disponível em: <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/10802>. Acesso em: 10 ago. 2022.

BARROS, Claudius D'Artagnan. **Empreendedor por oportunidade ou por necessidade?**. 2019. Disponível em: <https://sinsesp.com.br/empreendedor-oportunidade-ou-necessidade/>. Acesso em: 06 jun. 2022.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de Empreendedorismo e Gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2010. 336 p.

BRASIL. **Painel de Empresas**. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas>. Acesso em: 09 ago. 2022.

CASTRO, Beatriz Leite Gustmann de; PONTELLI, Greice Eccel; NUNES, Andrieli de Fátima Paz; KNEIPP, Jordana Marques; COSTA, Vânia Medianeira Flores. Empreendedorismo e coronavírus: impactos, estratégias e oportunidades frente à crise

BATISTA, C. H.; COSTA, S. T. S.; AMORIM, D. A.

global. **Estudios Gerenciales**, v. 37, n. 158, p. 49-60, 2021. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21266955005>. Acesso em: 12 set. 2022.

DOURADO, Felipe Caian. **Empreendedorismo no Brasil cresce em meio à pandemia**. 2021. Disponível em: <https://www.iesb.br/noticias/empreendedorismo-no-brasil-cresce-em-meio-a-pandemia/>. Acesso em: 07 ago. 2022.

ENDEAVOR. **O que é empreendedorismo: da inspiração à prática**. 2022. Disponível em: <https://endeavor.org.br/desenvolvimento-pessoal/o-que-e-empreendedorismo-da-inspiracao-a-pratica/>. Acesso em: 01 set. 2022.

FARIAS, Sebastião Alves. **A importância das micro e pequenas empresas para a geração de empregos no Brasil: entre a reforma trabalhista e a pandemia**. 2020. 25 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) - Centro Universitário Fаметro, Fortaleza, 2020. Disponível em: [http://repositorio.unifametro.edu.br/jspui/bitstream/123456789/237/1/SEBASTI%
c3%83O%20ALVES%20FARIAS%20TCC.pdf](http://repositorio.unifametro.edu.br/jspui/bitstream/123456789/237/1/SEBASTI%c3%83O%20ALVES%20FARIAS%20TCC.pdf). Acesso em: 10 out. 2022.

FERREIRA, Stefany Duarte Costa; CALDEIRA, Elizangela Cristina Begido; SILVA, Josney Freitas; SILVA, Marildo Domingos da; CALDEIRA, Carlos Alípio. Empreendedorismo feminino em época de pandemia: um estudo de caso no ramo alimentício na cidade de Itapagipe-MG. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 3, p. 1-12, 2022. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/26344/23117>. Acesso em: 06 nov. 2022.

GEM, *Global Entrepreneurship Monitor*. **Empreendedorismo no Brasil**. 2019. Disponível em: [http://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%
C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf](http://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf). Acesso em: 06 jun. 2022.

GUIMARÃES, Cristiane Pereira; OLIVEIRA, Quésia Klem Horsts de; DIMAS, Matheus de Souza; CORRÊA, Társis de Marcos. O empreendedorismo no contexto da Covid-19: necessidade, oportunidade e solidariedade. **Pensar Acadêmico**, Manhuaçu, v. 20, n. 1, p. 93-105, 2022. Disponível em: <https://pensaracademico.unifacig.edu.br/index.php/pensaracademico/article/view/2436/2457>. Acesso em: 15 nov. 2022.

LIU, Yipeng.; LEE, Jong Min; LEE, Celia. *The challenges and opportunities of a global health crisis: the management and business implications of COVID-19 from an Asian perspective*. **Asian Business & Management**, v. 19, p. 277-297, 2020.

MACIENTE, Aguinaldo Nogueira. Essencialidade, contato interpessoal, teletrabalho e automação das ocupações no mercado formal brasileiro: riscos e potencialidades advindos da Covid-19. **Mercado de Trabalho**, n. 69, p. 95-107, jul. 2020.

MACHADO, Camila Gonçalves; COSTA, Simone Teles da Silva; AMORIM, Dênia Aparecida de; BORGES, Mayara Abadia Delfino dos Anjos e; FERNANDES, Cleidiane Gomes de Souza. *Marketing Digital como Fator do Sucesso de Micro e Pequenas Empresas Durante a Pandemia*. In: AMORIM, Dênia Aparecida de; COSTA, Simone Teles

da Silva (orgs). **COVID 19: Estratégias para Sobrevivência Empresarial - Volume 1**. Monte Carmelo: Editora FUCAMP, 2022. cap. 1, p. 7-16. Disponível em: https://www.unifucamp.edu.br/wp-content/uploads/2022/10/Ebook_CovidVol1.pdf. Acesso em: 17 jan. 2024.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

MATTIUZZI, Lais Gatti. **A relação entre as vendas online e a pandemia do Covid-19: um estudo de caso de um supermercado da cidade de Colatina-ES**. 2021. 24 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo, Colatina, 2021. Disponível em: https://repositorio.ifes.edu.br/bitstream/handle/123456789/1483/TCC_A_RELACAO_ENTRE_AS_VENDAS_ONLINE_E_A_PANDEMIA_DO_COVID-19_UM_ESTUDO_DE_CASO_DE_UM_SUPERMERCADO_DA_CIDADE_DE_COLATINA-ES.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 20 ago. 2022.

MEIRA, Amanda Di Lucca; OLIVEIRA, Bruna Alves de; SOUSA, Caroline Schilagi de; VIEIRA, Felipe Rauter; FERNANDES, Maria Eduarda; OLIVEIRA, Vitória de. **Empreendedorismo: Empreendedorismo durante e pós pandemia**. 2021. 49 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Administração) – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, Leme, 2021. Disponível em: http://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/7453/1/administracao_2021_2_amanda_di_lucca_meira_empreendedorismo.pdf. Acesso em: 15 ago. 2022.

MOREIRA, Erica; BORGES, Mayara Abadia Delfino dos Anjos e; AMORIM, Dênia Aparecida de; COSTA, Simone Teles da Silva. O impacto da pandemia no segmento de vestuário e da indústria têxtil. **GETEC**, v. 12, n. 40, p. 40-56, 2023. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/3068#:~:text=A%20pandemia%20do%20coronav%20C3%ADrus%20impactou,estrat%20C3%A9gias%20para%20manter%20as%20atividades>. Acesso em 18 jan. 2024.

MUSSALEM, Mila Bittar. **Empreendedorismo e Inovação como Resposta à Pandemia da Covid-19: Estudo de Caso uma Empresa de Base Tecnológica**. 2021. 24 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/33279/1/EmpreendedorismoInovacaoResposta.pdf>. Acesso em: 18 set. 2022.

NADER, Danielle. **Quase 50% das empresas fecham em até três anos**. 2021. Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/noticias/48838/quase-50-das-empresas-fecham-em-ate-tres-anos#:~:text=De%20acordo%20com%20o%20IBGE,motivos%20principais%20para%20a%20fal%20C3%A9ncia>. Acesso em: 13 ago. 2022.

NASSIF, Vânia Maria Jorge; CORRÊA, Victor Silva; ROSSETTO, Dennys Eduardo. 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,

BATISTA, C. H.; COSTA, S. T. S.; AMORIM, D. A.

jan./abr. 2020. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7608263>. Acesso em: 06 out. 2022.

PEÑA, Adrielle Hoffmeister. **Percepção das empreendedoras na cidade de Dourados - MS sobre as dificuldades e conflitos que enfrentam frente aos múltiplos papéis que desenvolvem em meio a pandemia**. 2021. 56 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal da Grande Dourados, Dourados, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufgd.edu.br/jspui/bitstream/prefix/4727/1/AdrielleHoffmeisterPe%c3%b1a.pdf>. Acesso em: 15 set. 2022.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmica**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2022.

RATTEN, Vanessa. *Coronavirus (Covid-19) and entrepreneurship: changing life and work landscape*. **Journal of Small Business & Entrepreneurship**, v. 32, n. 5, p. 503-516, 2020a.

RATTEN, Vanessa. *Coronavirus and international business: An entrepreneurial ecosystem perspective*. **Thunderbird International Business Review**, v. 62, p. 629-634, 2020b.

SANTOS, Thaís Andressa Mota dos. **Redes sociais digitais e as potencialidades do marketing empreendedor na pandemia da Covid-19: estudo de caso em microempreendedores alimentícios do município de Muritiba-BA**. 2021. 50 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Centro Universitário Maria Milza, Governador Mangabeira, 2021.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Entenda o motivo do sucesso e do fracasso das empresas**. 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/bis/entenda-o-motivo-do-sucesso-e-do-fracasso-das-empresas,b1d31ebfe6f5f510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 12 ago. 2022.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Mercados em alta em meio à crise do coronavírus**. 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/mercados-em-alta-em-meio-a-crise-do-coronavirus,3d739fa236e02710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 06 jun. 2022.

SEETHARAMAN, Priya. *Business models shifts: Impact of Covid-19*. **International Journal of Information Management**, v. 54, p. 1-4, 2020.

SENNA, Fernando. **Futuro do Empreendedorismo no Brasil**. 2022. Disponível em: <https://diariodocomercio.com.br/opiniaofuturo-do-empendedorismo-no->

