

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA
CURSO DE GRADUAÇÃO BACHARELADO EM
ADMINISTRAÇÃO

AMÓS FIRMINO DE LEMOS
MARCOS PAULO DA SILVA
THALES WIBSON DUARTE SARMENTO

**OS DESAFIOS DO MICROEMPREENDEDOR
INDIVIDUAL EM TEMPOS DE CRISE**

RECIFE
2021

AMÓS FIRMINO DE LEMOS
MARCOS PAULO DA SILVA
THALES WIBSON DUARTE SARMENTO

OS DESAFIOS DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL EM TEMPOS DE CRISE

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Disciplina TCC II do Curso de Bacharelado em Administração do Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA, como parte dos requisitos para conclusão do curso.

Orientador: Prof. Espec. Emanuel Lima Xavier

RECIFE
2021

L557d

Lemos, Amós Firmino de

Os desafios do Microempreendedor Individual em tempos de crise. / Amós Firmino de Lemos; Marcos Paulo da Silva; Thales Wibson Duarte Sarmento. - Recife: O Autor, 2021.

39 p.

Orientador: Emanuel Lima Xavier.

Trabalho De Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA. Bacharelado em Administração, 2021.

1. Empreendedorismo. 2. Oportunidade. 3. Inovação. 4. Necessidade. 5. Pandemia. Centro Universitário Brasileiro. I. Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA. II. Título.

CDU: 658

AMÓS FIRMINO DE LEMOS
MARCOS PAULO DA SILVA
THALES WIBSON DUARTE SARMENTO

OS DESAFIOS DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL EM TEMPOS DE CRISE

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Disciplina TCC II do Curso de Bacharelado em Administração do Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA, como parte dos requisitos para conclusão do curso.

Examinadores

Prof. Orientador Emanuel Lima Xavier - Espec.

Prof. Avaliador Valderedo Clemente de Siqueira - Me.

Prof. Avaliador Ednaldo de Santana Souza - Dr.

Recife, ___/___/___

NOTA: _____

Dedicamos esse trabalho a todos os futuros empreendedores, que possam fazer uso desta pesquisa como inspiração para nunca desistirem de seus sonhos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiro a deus por ter me mantido na trilha certa durante este projeto de pesquisa com saúde e forças para chegar até o final.

Sou grato à minha família pelo apoio que sempre me deram durante toda a minha vida.

Agradeço ao meu orientador Emanuel Lima Xavier por aceitar conduzir o meu trabalho de pesquisa.

Também quero agradecer à universidade Unibra e a todos os professores do meu curso pela elevada qualidade do ensino oferecido.

Amós Firmino de Lemos

Acima de tudo devo um agradecimento muito especial a minha mãe, pelo apoio incondicional.

A Deus por ter iluminado meu caminho em todos os momentos da minha vida.

Ao meu orientador Emanuel, por acreditar na ideia e me ajudar a desenvolvê-la da melhor forma possível, guiando meu caminho e me estimulando a acreditar no trabalho e a superar os obstáculos.

Aos meus amigos, pelos momentos de descontração e palavras que me incentivaram durante todo o trabalho.

A instituição UNIBRA pelos 4 longos anos de bastante aprendizado.

Muito Obrigado!

Marcos Paulo da Silva

Em primeiro lugar, a Deus, que fez com que meus objetivos fossem alcançados, durante todos os meus anos de estudos.

Sou grato a meus pais e familiares, que me incentivaram nos momentos difíceis e compreenderam a minha ausência enquanto eu me dedicava à realização deste trabalho.

Reconheço os professores, pelas correções e ensinamentos que me permitiram apresentar um melhor desempenho no meu processo de formação profissional ao longo do curso.

Agradeço às pessoas com quem convivi ao longo desses anos de curso, que me incentivaram e que certamente tiveram impacto na minha formação acadêmica.

E por último e não menos importante a instituição de ensino UNIBRA, essencial no meu processo de formação profissional, pela dedicação, e por tudo o que aprendi ao longo dos anos do curso.

Thales Wibson Duarte Sarmiento

“Há três tipos de empresas: Empresas que tentam levar os seus clientes onde eles não querem ir; empresas que ouvem os seus clientes e depois respondem às suas necessidades; e empresas que levam os seus clientes aonde eles ainda não sabem que querem ir.”
(Gary Hamel)

RESUMO

O estudo de alguns autores considera que as pessoas são levadas ao empreendedorismo pelo motivo de oportunidade ou pelo motivo de necessidade, sendo a dedicação, a persistência e a ousadia consideradas como atitudes imprescindíveis para alcance dos objetivos pretendidos. Este presente artigo é voltado ao contexto dessas reflexões. Busca, por meio de uma pesquisa clara e objetiva de como se deu em partes todo o desenvolvimento do empreendedorismo, e especificadamente no Brasil com a vinda da pandemia do novo coronavírus, identificando os motivos intervenientes na criação de novos empreendimentos, e de novas soluções e alternativas para se manter na crise, e no pós pandemia. Os resultados indicam que os motivos ultrapassam a questão da oportunidade versus necessidade, incluindo: oportunidade, atributos pessoais, mercado de trabalho, insatisfação com emprego, família e influência externa. A metodologia utilizada foi a pesquisa exploratória de cunho bibliográfico, baseando-se em publicações de diversos autores como José Dornelas, Emanuel Leite e Beatriz Jackiu Pisa, que consideram o empreendedorismo como a atividade de maior importância nas economias locais e mundiais.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Oportunidade; Inovação; Necessidade; Pandemia.

ABSTRACT

The study of some authors considers that people are led to entrepreneurship because of opportunity or because of need, with dedication, persistence and daring considered essential attitudes to achieve the intended goals. This present article is aimed at the context of these reflections. Search, through a clear and objective research of how the whole development of entrepreneurship happened in parts, and specifically in Brazil with the coming of the new coronavirus pandemic, identifying the intervening reasons in the creation of new enterprises, and of new solutions and alternatives to stay in the crisis, and in the post pandemic. The results indicate that the reasons go beyond the question of opportunity versus need, including: opportunity, personal attributes, labor market, dissatisfaction with employment, family and external influence. The methodology used was exploratory research with a bibliographic nature, based on publications by several authors such as José Dornelas, Emanuel Leite and Beatriz Jackiu Pisa, who consider entrepreneurship as the most important activity in local and world economies.

Keywords: Entrepreneurship; Opportunity; Innovation; Need; Pandemic.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO	12
3 RESULTADOS	13
3.1 Empreendedorismo	21
3.1.1 Histórico do empreendedorismo.....	21
3.1.2 Atividade empreendedora no Brasil.....	24
3.2 Características do empreendedor	26
3.2.1 Oportunidades.....	29
3.2.2 Perfil do empreendedor.....	30
3.2.3 Os riscos de se empreender.....	31
3.3 Tipos de empresas	32
3.4 Sobrevivência das empresas na crise	33
3.4.1 Gestão de inovação.....	35
3.4.2 Pandemia.....	36
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
REFERÊNCIAS	39

1 INTRODUÇÃO

Atualmente há um grande e forte crescimento no mundo dos negócios, assim exigindo que as empresas adotem novos métodos de como empreender, estratégias as quais podem levá-las a se destacarem no seu nincho de mercado.

De acordo com Dornelas (2003), empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor.

Porém, muitos dos empreendedores fazem a abertura de seus negócios sem nenhuma base ou planejamento, sem nenhum tipo de ajuda por parte de especialistas ou ferramentas de atuação no mercado.

Um Plano de Negócio quando bem realizado, é a ferramenta ideal para o início de qualquer novo negócio, entretanto a falta dele pode fazer com que este empreendimento não alcance seu devido sucesso. Sendo considerado um fenômeno global, por causa da sua força, do seu crescimento, seja nas relações internacionais ou na formação do profissional.

O empreendedor costuma ter boas ideias, não somente quando cria uma empresa, mas durante toda a existência dela, tendo a iniciativa de renová-la sempre. Existem diversas características que são fundamentais em um empreendedor, dentre elas destaca-se: autoconfiança, foco em oportunidade, conhecer muitas pessoas, saber calcular e minimizar riscos, poder de persuasão e principalmente paixão pelo que faz.

Conforme SEBRAE (2007), hoje os empreendedores já não são vistos apenas como provedores de mercadorias desinteressantes e que são movidos unicamente por lucro a curto prazo. Ao contrário, são energizadores que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento e produtiva. São eles os geradores de empregos, que introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. O empreendedor tem a capacidade de enxergar objetivos com clareza e traçar planos para atingi-los em prazo pré-estabelecido, tendo a capacidade de identificar oportunidades nos locais mais improváveis. Ele sabe montar um projeto e ainda colocá-lo em prática, mesmo que, para isso, ele corra riscos, o que exige tolerância às frustrações e motivação diante dos desafios.

Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em 2014 coloca o Brasil como um dos países mais criativos do mundo e onde se desenvolve mais empreendedores, à frente de nações como China, Estados Unidos, Reino Unido,

Japão e França. A pesquisa revela ainda que a cada 100 brasileiros que começam um negócio próprio no Brasil, 71 são motivados por uma oportunidade de negócios e não pela necessidade.

Com aspectos de crise e impulsionados pela pandemia do novo coronavírus, fez com que o Brasil tivesse um grande aumento de novos empreendedores, principalmente por necessidade, como uma nova alternativa de renda, mas por outro lado, também se teve o aumento de fechamentos de grandes empresas, principalmente pela falta da lucratividade.

Assim, este trabalho tem como objetivo descrever a evolução das discussões sobre a conceituação do empreendedorismo nos tempos de crise, sendo importante também ressaltar que os critérios de seleção dos trabalhos utilizados partiram da premissa dos que abordavam discussões sobre a evolução do empreendedorismo como campo de pesquisa, suas abordagens e perspectivas. A primeira parte do trabalho apresenta uma abordagem acerca da evolução histórica, seguido pela descrição do campo de pesquisa e uma das definições mais disseminadas na literatura recente sobre o termo empreendedorismo. Depois, são apresentadas as perspectivas da maioria dos empreendedores no antes, durante e o período pós pandêmico e finalizando com a abordagem relacionada à influência do empreendedorismo no desenvolvimento econômico, de grande oportunidade e como nova fonte de renda dos brasileiros.

2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

De acordo com Fonseca (2002) existem pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta.

Já para Gil (2002) a pesquisa é requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema, ou então quando a informação disponível se encontra em tal estado de desordem que não pode ser adequadamente relacionada ao problema.

Em síntese, toda a metodologia da pesquisa abordada tem contribuição para o entendimento mais amplo e profundo, de como o empreendedorismo independentemente do seu contexto histórico nunca parou de crescer, apresentando mudanças em seu cenário e novas formas de gerenciamento e de manutenção. Não

sendo algo apenas de pequenos e novos investidores, mas também das grandes organizações, uma vez que elas podem ser consideradas empreendedoras desde que se apresentem inovações. Diante desse estudo, é possível provar que uma empresa, quando bem estruturada, com um plano de negócio bem feito, que acompanha todas as inovações que vem surgindo e se adaptando aos novos modelos de mercado, mesmo com a pandemia ou qualquer outra crise que possa surgir, ela conseguirá se manter, atingir uma maturidade no nincho mercadológico e até mesmo ter um crescimento significativo quanto a produto, público, concorrente etc.

Será apresentado a partir de conceitos e definições quanto ao empreendedorismo num contexto histórico e geral, abordando características para o entendimento, bem como alguns elementos que falam de todos os novos desafios e possibilidades na gestão de negócios. Para a coleta de dados foram utilizadas bibliografias de alguns autores tanto nacionais, sendo feita também uma análise a partir de artigos já existentes, sites, e pesquisas quantitativas em órgãos voltados ao empreendedor.

3 RESULTADOS

Segundo Dornelas (2008), empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e Processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. É a perfeita implementação destas oportunidades leva a criação de negócios de sucesso.

O empreendedorismo é um fenômeno social de fundamental importância para o desenvolvimento moderno. Faz parte de um processo de racionalização que marca a cultura ocidental (WEBER, 1991). O ato de empreender não é uma característica apenas do setor econômico de uma sociedade, mas toda forma de organização social é resultado de um trabalho empreendedor. É por meio do empreendedorismo que todas as esferas da sociedade como a cultura, a religião, a política e outras são sistematizadas. O crescimento histórico do aparato burocrático e a necessidade funcional de cargos de gerência e administração são prova disso. O empreendedorismo empresarial é de fundamental importância para o crescimento econômico de uma cidade, de uma região e de um país criando riquezas e, conseqüentemente, gerando renda para os empreendedores e empregos para os trabalhadores locais.

Podemos entender o ato de empreender como uma tomada de decisão, e de realização de algo de uma forma nova e diferente do que se habituou a fazer. O empreendedorismo privado tradicional geralmente é regido pelas necessidades determinadas pelo mercado, com a visão racional da eficiência e da produtividade. Um dos objetivos a ser alcançado é a oferta de produtos e serviços que atendam a demanda dos consumidores, mas com a máxima lucratividade. É uma atividade econômica que gera bens e serviços oferecidos e vendidos no mercado. O empreendedorismo privado econômico é amplamente conhecido e praticado em nossa sociedade capitalista.

Quando questionadas sobre quais as razões para empreender, de que forma perceberam que poderiam ser empreendedoras e como decidiram o ramo que iriam empreender, identificou-se que as principais razões para tornarem-se empreendedoras, foram as oportunidades, insatisfação com o trabalho realizado, a necessidade de superar dificuldades, vontade de ter um negócio próprio (autorealização) e o amor pelo que faz. Quanto à percepção do momento certo para serem empreendedoras identificou-se a experiência, o amor e a oportunidade. Já quanto ao ramo de negócio, as entrevistadas decidiram ser empreendedoras, naquele ramo que já tinham experiências ou que tinham admiração. De acordo com isso, segundo Dornelas (2008) os empreendedores estão sempre em busca de novas ideias e oportunidades, ficando atentos a tudo que ocorre a sua volta.

O fato novo nesse contexto é a recente disseminação no Brasil de pequenas e médias empresas de base tecnológica, *start-ups* e *spin-offs*, o que tem permitido maior visibilidade à ocorrência de uma forma especial de empreendedorismo, mais sofisticada e de maior valor agregado, ancorada em domínios técnicos de vanguarda e novas tendências de mercado. Essas empresas caracterizam-se por terem na combinação de conhecimentos e tecnologias um insumo fundamental para seu negócio, o que já seria condição suficiente para concebê-las como uma novidade promissora frente às tendências históricas na trajetória do movimento empreendedor no país.

Diante de alguns estudos realizados, parte-se do princípio de que nem toda ideia é necessariamente uma oportunidade, as oportunidades são criadas de acordo com o mercado e o público-alvo a ser atingido, onde na maioria dos casos tem a exigência de grandes mudanças devido a particularidades ou obstáculos que vão sendo encontrados ao longo do caminho a se percorrer, sejam: inconsistências,

lentidão no processo, intervalos alternativos para divulgar as informações, desvantagens, imperfeições etc.

[...] os principais fatores e causas mais comuns para o fracasso do empreendedorismo, sendo estes: a incompetência do empreendedor; falta de experiência gerencial; lucros insuficientes; juros elevados; perda de mercado; mercado consumidor restrito; pouca competitividade; recessão econômica; vendas insuficientes; dificuldades de administração de estoque; localização inadequada; dívidas e cargas tributárias excessivas; capital e ativos insuficientes CHIAVENATO (2008, p. 15).

Os resultados apresentados, mostram que de fato existe a possibilidade de qualquer empreendimento sobreviver em tempos de crise, independente do seu porte, uma vez que tenha-se um plano de negócio bem estruturado. Acredita-se que possuir uma boa relação com seus clientes é imprescindível para se ter um bom empreendimento, baseada em bom atendimento, confiança e credibilidade, a concorrência para muitos pode ser incômoda, mas para outros ela é considerada um auxílio ou estímulo na busca de melhorias para o próprio negócio.

As questões teóricas sobre o empreendedorismo, acima referidas, ajudam a delimitar um conjunto de aspectos conceituais presentes no atual debate sobre a ação empreendedora, o qual se tem centrado sobre as condições em que os empreendedores percebem oportunidades, as avaliam e agem sobre elas.

As pesquisas mostram que muitos negócios são iniciados e têm seu amadurecimento sem planejamento, entretanto também mostram que a falta dele pode fazer com que esses negócios não alcancem o sucesso. Pouco se conhece da participação de um Plano de Negócios no sucesso e fracasso destes empreendimentos. Assim, surge a dúvida de qual a necessidade de um Plano de Negócios para se ter um empreendimento de sucesso. Muitos autores defendem esta ferramenta como ideal para o início de um novo negócio, porém este trabalho expõe uma pesquisa feita com os próprios empresários, situados no sudeste de Minas Gerais, sobre a visão destes em relação ao Plano de Negócios.

Para aumentar as possibilidades de um novo negócio sobreviver em seus primeiros anos é necessário ter capacitação gerencial contínua, aplicar conceitos teóricos para adquirir experiência necessária e ter disciplina no planejamento periódico das ações. Destas, há uma que somente o empreendedor pode fazer: planejar (DORNELAS, 2012).

No Brasil, o grande propulsor foi a abertura da economia que permitiu o desenvolvimento de empresas voltadas ao atendimento e apoio ao empreendedor.

Antes dessa fase, a terminologia “empreendedor” não era conhecida, o que resultava na restrição e limitação da abertura de micro e pequenas empresas devido ao ambiente político e econômico desfavorável no país.

Acredita-se que as dificuldades e desafios enfrentados no empreendedorismo o que mais preocupa os empresários é a burocracia existente para abrir uma empresa, por ser um processo longo e cansativo e que muitas vezes é o responsável pela desistência de muitos empreendedores em dar continuidade ao seu negócio, também foram citadas as altas cargas tributárias que existem. Constatou-se também que os problemas que podem afetar um empreendimento, não são exclusivamente femininos, pois as mulheres já ocuparam seu espaço sendo livres para exercer a função que desejarem. Problemas como carga tributária e alto custo, não envolvem apenas empreendimentos criados por mulheres, mas sim qualquer tipo de negócio.

O empreendedor é visto como alguém de grande visão, capaz de fazer o que muitos consideram impossível, e transformar um negócio em uma empresa bem sucedida. Portanto muitos empresários tentam aperfeiçoar cada vez mais o seu perfil empreendedor, seja por conta própria ou através de cursos especializados.

Inúmeros são os fatores que podem ser levados em conta em uma tomada de decisão. Fatos como o custo do benefício, ter segurança no que faz, ser persistente e definir metas e objetivos, são fundamentais para a tomada de decisão.

Deve ser capaz de tomar decisões corretas no momento exato, estar bem informado, analisar friamente a situação e avaliar as alternativas para poder escolher a solução mais adequada. Precisa ter iniciativa de agir objetivamente e confiança em si mesmo.

Nesse contexto, é possível verificar a importância do empreendedorismo no sucesso das organizações, de forma que o empreendedorismo internacional é capaz de desempenhar papéis fundamentais no cenário comercial, onde rápidas mudanças ocorrem nos mercados, na tecnologia, e nos governos. Dessa forma, a ação empreendedora fomenta o crescimento econômico, a geração de empregos e a capacidade de inovação dentro das organizações.

Porém, nem todas as novas empresas continuam suas operações. Segundo uma pesquisa realizada pelo Sebrae com dados até 2010, a taxa de empresas que enceraram suas atividades em até dois anos após sua criação foi de 24,4%. O que significa um índice muito alto de mortalidade (SEBRAE, 2013).

Uma pesquisa realizada pelo SBA (Small Business Administration) aponta que a principal causa de mortalidade das novas empresas pode ser pela falta de planejamento (DORNELAS, 2012). De acordo com o Sebrae-PE estes dados também são comprovados no Brasil (SEBRAE, 2008). Esses dados sugerem a importância de um planejamento eficiente e realista para que a empresa passe pelo seu período de amadurecimento e consiga sobreviver.

O ambiente institucional brasileiro de suporte ao empreendedorismo demanda aperfeiçoamento, considerando-se as tendências globais pós-pandemia, através da instauração de políticas de apoio ao empreendedorismo intensivo em conhecimento e a massiva irrigação do sistema nacional de inovação com novos empreendedores, empreendimentos, soluções técnicas, econômicas e sociais, aderentes à realidade pós-pandemia.

Os resultados também geram alguns elementos de reflexão para entidades que atuam na área do empreendedorismo. Em primeiro lugar, programas de estímulo ao empreendedorismo poderiam ser concebidos, levando-se em consideração diferenças de motivações entre indivíduos. Diferentes indivíduos podem ser movidos por diferentes motivações. Conhecê-las permite melhor formatar tais programas. Se, de fato, os empreendedores movidos por oportunidade apresentam um perfil mais competitivo – hipótese a ser comprovada em novas pesquisas – então, deve-se dar maior atenção a empreendedores movidos, por exemplo, pela pressão do desemprego. Sugere-se, nesse caso, priorizar e direcionar programas especializados de treinamento e apoio para indivíduos provenientes de atividades produtivas e setores econômicos em fase de reestruturação ou conversão produtiva e, como tal, mais afetados pelo desemprego. Um operário altamente especializado, porventura demitido de uma grande aciaria em processo de reestruturação, difere bastante, em termos de habilidades e necessidades, de um proveniente no setor automotivo ou, então, de um empregado remanescente do sistema financeiro. Diferenças no perfil ocupacional são fundamentais e devem ser consideradas em programas de capacitação, ainda que indivíduos tenham, eventualmente, sido movidos ao empreendedorismo por um mesmo motivo (no caso, o desemprego).

O surto do novo Corona Vírus iniciado em dezembro de 2019, na China, trouxe impactos, ainda não mensurados, na economia, na sociedade, na saúde, no comércio, nos serviços e nos empreendedores e seus empreendimentos. A

importância de sempre buscar novos métodos para fazer as coisas foi necessário para adaptação. Com o impacto devido à pandemia, ampliou este conceito e exigiu vários modelos de adaptações em todas as áreas, como nos negócios, educação, como os consumidores estão se comportando, decidindo e sendo forçada a adaptação diante da crise pandêmica.

Tendo em vista que, 98,5% dos cerca de cinco milhões de estabelecimentos no Brasil são compostos por micro e pequenas empresas (MPEs), mais passíveis às variações do mercado e à conjuntura econômica fragilizada, expondo-as a situações de perigo. Na atualidade, essas empresas representam aproximadamente, 54% dos empregos formais gerados e por 27% de todo o PIB nacional, aumentando ainda mais o possível impacto negativo na atividade econômica do país como um todo.

Em 2020, já é possível perceber essas mudanças significativas em hábitos como no trabalho, com a aderência do home Office; na alimentação, no consumo, com o disparo das compras online; na saúde, com uma maior atenção ao corpo; e, sobretudo, no conforto, com a reconexão com as próprias casas.

A reabertura econômica em todos os municípios do Brasil tem que ser adotada uma série de medidas de prevenção estabelecidas conforme a nova norma decreta pelo atual gestor. Sendo algumas delas como fita adesiva para indicar o distanciamento, o uso obrigatório de máscaras, as portas do estabelecimento têm que ficar abertas, dispor álcool em gel para higienização, limpeza frequente do balcão ou partes onde irão ser tocadas pela maioria, entre outras.

Esse será o novo normal, uma nova forma de viver que garante a segurança e a sobrevivência da população. Um novo normal também na forma de comprar, tendo mais segurança nas compras online, a comodidade de receberem em casa e a facilidade do pagamento.

Apesar do impacto negativo no setor de lazer e bar, uma pesquisa realizada pelo SEBRAE (2020) mostra que o comércio varejista e o de alimentos e bebidas conseguiram manter o seu fluxo do caixa e algumas empresas até faturaram mais. Em Pernambuco, foi registrado mais de 6080 empreendedores que tiveram resultados positivos no seu faturamento durante a pandemia.

Inovação e criatividade é um desafio e tanto. Com a chegada do vírus *Sars-Cov19*, várias empresas enfrentaram obstáculos para continuar mantendo seu negócio, mas, tiveram que se sobressair com adaptações e formando novos planos de negócios, oferecendo novos serviços.

A crise econômica abriu espaço para empreendedorismo por necessidade, são pessoas que não escolheram empreender e sim por falta de emprego ou observou uma oportunidade de negócio. A crise também fez disparar o aumento dos microempreendedores individuais (MEIs), ou seja, uma pessoa que trabalha por conta própria se formalizou como pequeno empresário.

A Junta Comercial do Estado do Pernambuco (JUCEPE) registrou a abertura de 3.414 empresas no período de janeiro a agosto de 2020.

As atividades empreendedoras, sem dúvida alguma, são fundamentais no desenvolvimento da economia, seja local ou global, pois são elas também geradores de empregos. Os brasileiros como um todo saíram da zona de conforto e alcançaram bons resultados, pois se sentiram desafiados e buscaram novas alternativas, se tornaram empreendedores por necessidade e hoje, movimentam a economia local, diminuindo assim o impacto econômico causado pela pandemia, tendo em vista que, muitos empreendedores locais superfaturaram nesse contexto pandêmico.

Empresas reinvestiram e se reinventaram, enquanto outras investiram e se inventaram, seja com novos planos de negócios ou se adaptando ao que se chama hoje de “novo normal”. Foram adotadas medidas provisórias de sobrevivência, que hoje, pode se tornar permanente, como vendas online, deliverys, home Office e entre outras coisas que em meio ao isolamento social se tornaram possíveis.

Embora pandemias sejam, obviamente, diferentes umas das outras, olhar para o passado recente e buscar na tessitura da história evidências de situações semelhantes talvez possa nos ajudar a refletir sobre o momento atual. Não é a primeira vez que o mundo passa por epidemias e/ou pandemias que impactaram, no passado, a economia e os empreendimentos, em extensão semelhante à demonstrada pelo novo coronavírus no cenário atual. Registros históricos indicam que, desde o século XVI.

Em todas as pandemias, destacou-se o papel comum dos governos e sua importância nas iniciativas para minimizar o impacto das ocorrências não apenas na saúde pública, implementando ações que visaram diminuir sua incidência e disseminação, como no contexto dos negócios, buscando proteger o segmento produtivo de modo geral. Em 2009, para citar apenas a mais recente delas, sob o ponto de vista sanitário, o Brasil implantou uma série de medidas, como a criação de um sistema de barreira de Influenza em todos os aeroportos e nas capitais

brasileiras, intensificou a campanha de vacinação contra gripe, ampliou os grupos prioritários para vacina etc. No campo econômico, as ações visaram proteger, sobretudo, a agroindústria nacional.

O atual contexto pandêmico de COVID-19, ações são entendidas como necessárias para redução do impacto econômico e social no país. Neste sentido, entendemos que refletir sobre os fatores e a importância de medidas que contribuam para a sobrevivência de pequenas e médias empresas, sobretudo em momentos de crise e maior suscetibilidade à mortalidade, apresenta relevância que ultrapassa a natureza idiossincrática dos próprios negócios. Alcançar impactos econômicos e sociais derivados de sua atuação direta e indireta suscita a relevância de questionamentos, ainda hoje sem respostas: o que os empreendedores podem fazer para se manterem ativos no mercado? Como os empreendedores deveriam se comportar em momentos de crise? O que fazer para proteger as empresas, os empreendedores e colaboradores? Como atenuar, no mercado, os impactos derivados de pandemias, a exemplo da gerada pelo COVID-19?

Assim, sugerimos a busca de respostas que, sob a perspectiva dos empreendedores e pequenas empresas, contribuam para a compreensão e a geração de soluções, estratégias, aplicações gerenciais, sociais, ambientais, ou ainda, que contribuam para a geração de políticas públicas que amparem este público em momentos extremos como o que estamos vivenciando hoje.

Em essência, as reflexões aqui apresentadas nos sugerem que o dilema entre conter a todo custo o COVID-19 ou salvar a economia e os empreendimentos nela imersa, talvez seja uma dificuldade a ser de questionada com a apresentação de novas alternativas às disponíveis atualmente.

O empreendedorismo é atrativo e promissor. Foram apresentadas informações básicas sobre o empreendedorismo no Brasil suas vantagens, benefícios e os desafios enfrentados pelos pequenos empreendedores. O empreendedorismo, no Brasil, está em ascensão e as pessoas estão encontrando nele um caminho e em alguns casos se tornam um caminho para sobreviverem.

Neste trabalho também será possível identificar como o contexto de uma crise econômica afetou de forma direta e indireta, aos microempreendedores principalmente, por não ter tido uma elaboração do planejamento, e de como seguir com o empreendimento na questão de inovação, pois apenas as empresas que de fato, se adaptaram à nova realidade, aquelas que também conseguiram aparato seja

governamental ou de órgãos público/privado, as que tiveram que mudar de forma inesperada seu negócio do zero para atingir novos públicos com outros tipos de produtos e serviços, ou então, as que investiram em tecnologia, todo esse dinamismo no mercado, mostra que ter um *timing* é de extrema importância para qualquer empreendimento.

É de interesse geral que os empreendedores sejam bem sucedidos em seu negócio, tanto para o governo, pois ajuda no desenvolvimento da economia quanto para a sociedade, por gerar novos empregos e fontes de renda. Portanto este estudo busca ser mais uma ferramenta para auxiliar o futuro empreendedor, e ajudá-lo a alcançar o sucesso em seu negócio.

3.1 EMPREENDEDORISMO

Este subcapítulo fornece sustentação teórica ao estudo, onde serão abordados os assuntos que estão relacionados com o problema em questão, com ênfase para os principais temas relacionados ao empreendedorismo, planejamento e plano de negócios, sendo apresentados os conceitos fundamentais de empreendedorismo, definindo o que é o empreendedor, seu perfil e suas características, a evolução deste tema e os principais aspectos relacionados ao processo empreendedor e sua relação direta com a pandemia do Covid-19, encontrando modos de se sobreviver, alavancar seu negócio ou o que ocorreu com muitas, que foi o fechamento do empreendimento.

3.1.1 HISTÓRICO DO EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é definido de forma abrangente por aquele que consegue se ajustar conforme as modificações que aparecem no decorrer de sua ocupação profissional. Assim, compreender o fundamento do empreendedorismo consiste em analisar uma oportunidade com o propósito de transformá-la em algo significativo. (DORNELAS, 2005, p.93).

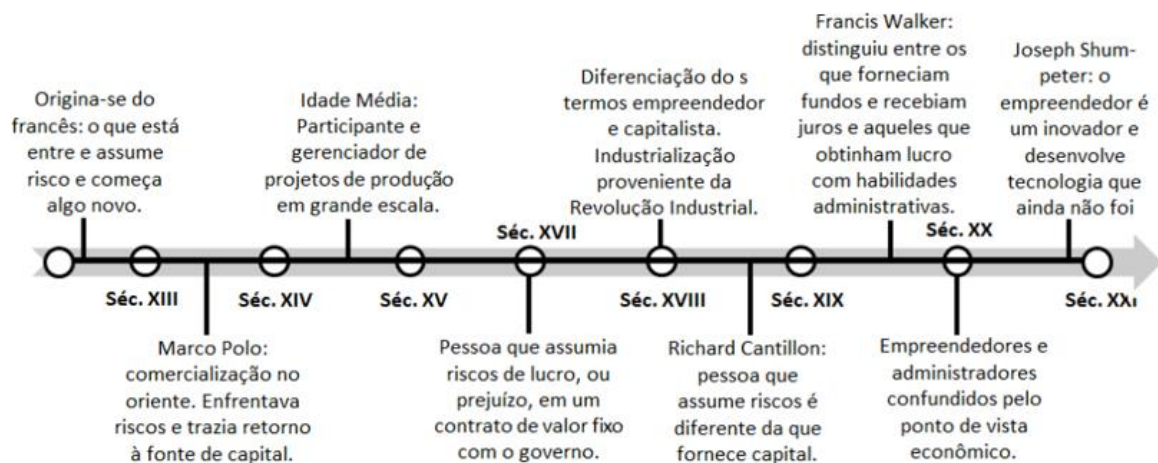
A partir do século XVIII, houve uma separação da pessoa que continha capital para aquela pessoa que precisava do capital, sendo assim, sendo considerada empreendedora a que necessitava do recurso para realização dos seus projetos, e os fornecedores aqueles que detinham todo o capital e faziam um "investimento de alto risco", justamente por investirem um montante em dinheiro, para que

futuramente, a longo prazo, fosse possível receber uma taxa bem maior sob aquela que foi investida.

Em meados dos séculos XIX e XX, o empreendedor era visto, num sentido econômico, onde ele mesmo que organiza e trabalha dentro de uma organização para obtenção de lucro pessoal, que futuramente serviria de contribuição para iniciativa e a habilidade em seu planejamento.

Vindo do termo francês “entrepreneur” tem a significação da ação de assumir riscos e de iniciar algo ainda desconhecido, “O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente (CHIAVENATO, 2007, p. 03).

Figura 1 – Linha do Tempo – Histórico do Empreendedorismo



Fonte: Adaptado de Hisrich; Peters; Shepher (2009)

O termo administrador e empreendedor ainda foram muito confundidos ainda nesses séculos, pois só eram analisados por meio do ponto de vista econômico, ou como aquelas pessoas que só estavam ali para pôr ordem na empresa, aqueles que apenas pagam os empregados, fazem todo o planejamento, dirigentes e controladoras das ações que eram desenvolvidas, mas sempre com o intuito do retorno, do seu lucro.

“É importante entender que todo empreendedor necessariamente deve ser um bom administrador para obter sucesso, no entanto, nem todo bom administrador é um empreendedor” (DORNELAS, 2014, p. 20).

O empreendedor se diferencia dos demais profissionais por causa de suas características, sendo que duas são consideradas as mais marcantes: a habilidade de gerenciar e a criatividade. São considerados assumidores de riscos, mas que inovam, promovem trabalho e tem grande marco participativo no crescimento da economia, seja ela local ou nacional. Independentemente de sua área de atuação, do seu serviço ou produto, acabam transcendendo o que já é usual e a busca pelo novo, e é justamente por este motivo que conseguem atrair um maior número de consumidores, sempre buscando por maiores e melhores nichos de mercado, aos quais geram e agregam mais valor pessoal.

O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. Ele é mais conhecido como aquele que cria novos negócios, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes (DORNELAS, 2005, p. 195).

As pessoas que possuem estes atributos, são bem capazes de transformar toda e qualquer ideia em realidade, não apenas visando seu próprio benefício, mas também o social. Demonstra uma grande expectativa na criação das novas atividades, apenas por terem bastante criatividade e um alto nível de disposição, fatores que quando estão unificados de forma correta e coerente, fazem com que uma simples ideia se transforme em algo concreto e bem sucedido no mercado de trabalho.

O empreendedor é um empresário que possui persistência, energia de sobra, com fixação sob suas metas e que faz de um tudo para poder alcançá-las. Sempre com espírito voltado a inovação e criatividade buscam sempre ter o controle e conhecimento do seu próprio negócio, pois apenas dessa maneira é que será possível identificar as oportunidades, uma vez que essas atitudes não devem focar apenas as empresas, mas sim as pessoas, pois são cruciais para o seu sucesso ou fracasso.

Para Chiavenato (2007), são três as características básicas de um espírito empreendedor:

1. Necessidade de realização: que varia de pessoa para pessoa, podendo ser baixa necessidade que se contenta com o status alcançado e a de alta necessidade que gosta de competir com padrões elevados de excelência.

2. Disposição para assumir riscos: tendo em vista que é uma escolha de carreira que coloca em jogo a vida financeira, familiar e psicológica.

3. Autoconfiança: envolvendo a capacidade da pessoa em se comprometer com o proposto e assumir riscos inerentes, e sempre acreditando em suas habilidades para agir em determinadas situações.

Diante disso, são inúmeras as razões para que a pessoa sinta vontade ou necessidade de empreender, desde a realização de um sonho, liberdade de expressão, ganhar mais ou um pouco melhor, entre outras.

3.1.2 ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO BRASIL

No Brasil o empreendedorismo começou a se desenvolver a partir da década de 90, e é considerado relativamente novo, porém possui uma evolução contínua em seu contexto.

[...] o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso não se falava em empreendedorismo e em criação de empresas (DORNELAS, 2005, p. 21).

Para o autor, são os empreendedores que estão eliminando as barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos e gerando riqueza para a sociedade.

O SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), foi criado para dar apoio aos pequenos empresários ou cidadãos comuns que querem abrir o próprio negócio os auxiliando, para iniciarem suas empresas, através de suporte e consultoria e também proporcionam capacitações para os mesmos. Prestando assessoria e dando suporte aos brasileiros na difícil tarefa de empreender no Brasil. A partir do surgimento do órgão SEBRAE o termo empreendedor se popularizou e alcançou todas as classes da população.

O governo federal também criou ações que são voltadas à capacitação do empreendedor, como de exemplo, o programa Brasil Empreendedor, sendo uma entidade mantida por escolas técnicas, profissionalizantes e de idiomas de todo o Brasil, com o objetivo de oferecer capacitação profissional para Jovens e Adultos de qualidade e de forma acessível.

Segundo Dornelas (2003), os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado.

O empreendedor deve ser capaz de tomar decisões corretas no momento exato, estar bem informado, analisar friamente a situação e avaliar as alternativas para poder escolher a solução mais adequada. Precisa ter iniciativa de agir objetivamente e confiança em si mesmo. Atualmente as estratégias estão diretamente relacionadas às ações das organizações frente ao mercado.

No Brasil esse processo vem ganhando espaço dentro do cenário internacional, devido a sua modernidade gerencial, dos processos de trabalho e da evolução tecnológica se destacando e crescendo fortemente a partir dos anos 90,

Na implantação do Plano Real e com o decorrente crescimento da economia nacional e um aumento na seguridade para se investir em um negócio próprio, cresce de forma conjunta o número de empresas abertas nessa mesma década.

Para Pisa (2019, p.14),

Em contraponto ao cenário internacional, o Brasil tem muitas carências a resolver, tais como:

- Programas específicos e descentralizados que levem em conta o tamanho continental e as diferenças culturais e sociais do país.
- Investimento em infraestrutura devido à precariedade que se encontram, em especial portos e estradas.
- Investimento em educação para proporcionar ao país, mesmo nos locais mais distantes, a mão de obra qualificada, para aplicação, por exemplo de programas de fomento às incubadoras de novos negócios fora dos grandes centros urbanos.
- Aporte localizado do capital de investimentos em função das diferenças regionais.
- Disseminar o estudo do empreendedorismo a partir do ensino básico
- Criar uma agenda de governo focada nos programas de estímulo à cultura empreendedora.
- Garantir proteção legal aos direitos de propriedade intelectual. Reduzir custos com registros de patentes e proporcionar mecanismos de transferência tecnológica.
- Promover maior interação entre as universidades e os empreendedores, possibilitando acesso a ciência e a inovação.
- Investir na capacitação do empreendedor em busca de reduzir a taxa de mortalidade dos pequenos negócios.
- Reduzir a burocracia na criação e abertura de empresas. Abrir uma pequena empresa no Brasil é um dos processos mais longos do mundo.
- Oferecer mais crédito as empresas iniciantes e a juros mais baixos.

A partir do momento em que o país conseguir resolver todas as pendências em questão, toda a parte burocrática para o atual e futuro empreendedor, haverá um novo avanço, muito mais superior e bem mais desenvolvido no requisito tecnológico (internet, comunicação, *software* entre outras).

3.2 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

Para Dornelas (2005) o empreendedor possui características que o torna especial no mundo dos negócios, que são elas: 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, são organizados, planejam, possuem conhecimento, assumem riscos calculados e criam valor para a sociedade.

Os empreendedores gostam de ter responsabilidade por suas próprias ações e decisões e não gostam do trabalho repetitivo e que lhe coloque em uma rotina, sendo dispostos a encararem qualquer tipo de risco em busca do seu sucesso profissional e com longo aprimoramento dessas características ao longo de sua jornada.

Para que um profissional empreendedor venha ser bem sucedido em seu próprio negócio, o empreendedor tem o desafio de iniciar com um pequeno capital, em um momento do mercado em que mudanças são uma constante, já que vivemos em um mundo globalizado onde a tecnologia e a informação exercem grande peso para o mercado.

Segundo o Sebrae (2016) para se saber estar no caminho certo, investido nos pensamentos e condutas necessários para seu negócio seja cada vez mais bem sucedido. São essas:

Tabela 1 - Características do Empreendedor

CARACTERÍSTICAS	DESCRIÇÃO
Ter iniciativa e buscar oportunidade	Os negócios criados por pessoas proativas sempre oferecem novidades para seus clientes. Se você tiver esse perfil, será uma empreendedora atenta ao mercado e que se antecipa às possíveis situações

	difíceis.
Ser persistente	Nem todos os negócios engrenam logo de início, por isso é importante ter perseverança e continuar trabalhando. Acredite nas suas ideias e nos seus clientes, arregace as mangas e vá ao trabalho. Com o tempo você vai aprender como aperfeiçoar sua empresa e progredir. Por isso, não desista nunca.
Correr riscos calculados	No mundo dos negócios, é importante ter ousadia. Tenha disposição para assumir desafios, mas não se esqueça de planejar antes de arriscar, pois suas apostas nunca podem comprometer a saúde da empresa. Por exemplo: sabe aquele investimento a mais que pode gerar um aumento de produção, mas que também traz o medo de não dar certo, não se limite, Tenha coragem, planeje e invista.
Exigir qualidade no negócio	Empreendedores devem fazer mais e melhor pelo seu negócio. Nunca se acomode e sempre busque crescer. Uma boa dica para colocar isso em prática é tentar se destacar ao superar as expectativas dos seus clientes e nunca deixar de cumprir tudo o que prometer.
Ter comprometimento	Negócios de sucesso estão ligados à dedicação de seus donos. Ser empreendedora exige certo esforço, então esteja disposta a trabalhar bastante na empresa. Pode ser que você perca alguns finais de semana, mas com um bom trabalho e paciência ao longo da jornada a

	recompensa vai valer a pena.
Estudar muito	Estar atualizada sobre o mercado é muito importante para manter seu negócio vivo, pois o aprendizado sempre te alinha às demandas dos clientes. A dica é simples: procure cursos e profissionais que são referência na sua área e estude muito.
Estabelecer metas	É essencial fixar objetivos claros para o seu negócio. Com metas consistentes, a empresa sabe para onde caminhar e dá passos muito mais sólidos rumo ao sucesso.
Criar sistemas de monitoramento	Para a empreendedora, é muito importante saber tudo o que acontece na empresa: desde o caixa até a saída dos produtos. Ter o controle total é vital para manter o negócio saudável. Seja por meio da criação de relatórios, realização de questionários ou qualquer outro método, o importante é saber como seu empreendimento está funcionando.
Ter autoconfiança	A característica principal de uma empreendedora exemplar é acreditar muito no seu negócio. Abrir uma empresa dá trabalho e impõe algumas dificuldades, mas, quando se acredita na ideia e se esforça para que dê certo, a satisfação pelos ótimos resultados é enorme. Por isso, sempre vista a camisa e acredite no seu potencial.
Ter uma ampla rede de contatos	Para fazer negócios é essencial ter uma ampla carteira de clientes, que podem

	<p>estar em diversos lugares do seu círculo de relacionamentos. Pode ser um amigo, um primo ou um conhecido: nunca se sabe onde um bom negócio pode acontecer. Por isso, esteja atento e tenha muito relacionamento profissional.</p>
--	---

Fonte: Próprios autores

3.2.1 OPORTUNIDADES

De acordo com Dornelas (2012) as fontes de oportunidades podem ser provenientes de ideias do empreendedor, de sua observação e atenção ao que está ocorrendo ao redor, de sua curiosidade e mente aberta a coisas novas.

Ter uma ideia única e inovadora não significa ter encontrado uma oportunidade de negócio. O que dirá que o empreendedor encontrou a oportunidade será a forma como ele utiliza essa ideia, podendo ela ser inédita ou não, para comercializar algo e gerar crescimento para sua empresa. A ideia por si só, sem ser colocada em prática no momento certo, não significa uma oportunidade de negócio, mesmo que ela seja revolucionária.

Dornelas (2012) atenta para o fato de a oportunidade ser direcionada para ramos já conhecidos pelo empreendedor. “Não arrisque tudo em negócios cuja dinâmica de mercado e forma operacional de tocar a empresa você desconhece, só porque simpatiza com o assunto, ou porque é uma área na qual poderá fazer muito dinheiro” (DORNELAS, 2012, p. 50). É necessário avaliar a oportunidade e conciliar habilidades e metas pessoais.

Segundo Dornelas (2012) o empreendedor de sucesso está sempre atento ao seu redor e a procura de oportunidades. Ele questiona tudo e qualquer informação pode ser utilizada para identificar uma oportunidade. Mesmo estando atento a tudo, a identificação de novas oportunidades pode ser uma tarefa difícil, por isso este mesmo autor apresenta o *brainstorming* como uma sugestão para a identificação de novas ideias e, conseqüentemente, novas oportunidades.

Para determinar se uma oportunidade está sendo considerada mas não haverá futuro nela, é importante que o empreendedor diferencie os valores percebidos por ele e quais são os reais valores daquela oportunidade.

3.2.2 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Desde os primórdios conhecimentos sobre o empreendedorismo, se vem tentando criar um perfil para o empreendedor, porém por existirem cidades mais empreendedoras que outras, acabou se tornando algo cultural, o que irá variar de região para região.

Para Chiavenato (2007) o espírito empreendedor pode ser resumido em três características básicas, que são: A necessidade de realização, a disposição para assumir riscos e a autoconfiança. Para o autor essas seriam as mais importantes e seria o suficiente para o indivíduo ser caracterizado como empreendedor, mas cita outras que ele poderia ter, tais como:

- Saber “fazer acontecer”;
- Ter sensibilidade para os negócios;
- Ter tino financeiro;
- Saber aproveitar as oportunidades;
- Saber transformar ideias em realidade;
- Ter criatividade
- Ter alto nível de energia;
- Ter imaginação e perseverança;
- Saber transformar uma ideia simples em algo bem sucedido.

Já para Dornelas (2005), seguindo a mesma linha de raciocínio, acredita que os empreendedores de sucesso são:

- São visionários;
- Sabem tomar decisões;
- Fazem a diferença, agregam valor;
- Sabem aproveitar as oportunidades;
- São determinados e procuram não permanecer em uma rotina;
- São comprometidos e dedicados;
- São otimistas e fazem tudo com paixão;
- São independentes e capazes de traçar o próprio destino;
- São propensos a ficarem ricos;
- São líderes natos;
- São bem relacionados e cultivam suas relações (networking);

- Fazem tudo com planejamento;
- Buscam aprender e ganhar conhecimento constantemente;
- Procuram usar seu capital intelectual para a realização de grandes feitos;
- Agregam valor para a sociedade.
- No geral os autores que pesquisaram acerca do empreendedorismo, acabam concordando que as características que foram citadas nesse tópico, definem o perfil do empreendedor, embora sejam distintos, os autores conceituam de forma semelhante ao realizar a análise.

3.2.3 OS RISCOS DE SE EMPREENDER

A quantificação do risco define as fronteiras entre os tempos modernos e o restante da história da humanidade. A velocidade, o poder, a livre movimentação de ideias e capitais e a comunicação instantânea que caracterizam a era do empreendedor teriam sido inconcebíveis antes de a ciência substituir a superstição como um baluarte contra os riscos de todos os tipos (Leite, 2012, p. 209).

Dentre todos os destaques de pesquisas e debates que vem sendo realizados ao longo dos anos, é de que um traço bem marcante e característico do empreendedorismo, seria a sua capacidade de correr os riscos de forma calculada.

Para que um profissional empreendedor venha ser bem sucedido em seu próprio negócio, o empreendedor tem o desafio de iniciar com um pequeno capital, em um momento do mercado em que mudanças são uma constante, já que vivemos em um mundo globalizado onde a tecnologia e a informação exercem grande peso para o mercado.

O maior risco de empreender é o negócio não dar certo e se perder dinheiro. Não por acaso, é esse também o grande medo dos novos empreendedores. É por isso que é tão importante fazer um planejamento financeiro e estar atento às mudanças do mercado.

Em muitos casos estudados diante dos novos empreendimentos e também dos antigos, a falta de comprometimento é o principal problema para que o negócio não avance, mais do que uma boa criatividade ou até mesmo uma boa ideia de negócio, um trabalho mais engajado e um planejamento bem realizado são as características mais marcantes de um empreendedor de sucesso.

De acordo com Leite (2012) há uma corrente de pensamento que acredita que um empreendedor não aprende a profissão, mas já nasce com esse perfil. E a outras que afirmam que se pode treinar qualquer pessoa para ser empreendedor.

Outro risco inevitável é o fator tempo, tanto a falta de tempo para se empreender, mas como também, a perda de tempo empreendendo, esse já é um risco menos preocupante se você conseguir tirar aprendizados e lições de suas experiências, e quase sempre se consegue. Mas, para isso, é bom estar atento aos ensinamentos que tudo irá lhe proporcionar.

3.3 TIPOS DE EMPRESAS

O porte da empresa é definido por dados financeiros, como a receita bruta, ou dados referentes a capacidade produtiva, como o número de funcionários. Para fins de tributação e financiamento, o faturamento anual é o indicador mais utilizado no Brasil.

Os critérios adotados para classificar uma empresa podem variar bastante: pelo porte, que é determinado em função do faturamento anual (matriz e filiais quando for o caso) e pelo número de funcionários.

Figura 4 – Classificação por porte

Porte	Faturamento anual
Microempresa	Até R\$ 2,4 milhões
Pequena empresa	Acima de R\$ 2,4 milhões até R\$ 16 milhões
Média empresa	Acima de R\$ 16 milhões até R\$ 90 milhões
Empresa média-grande	Acima de R\$ 90 milhões até R\$ 300 milhões
Grande empresa	Acima de R\$ 300 milhões

Fonte: BNDES

De acordo com o Banco de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES (2019), seus clientes se classificam de acordo com o porte, para que possa atuar pontualmente, conforme as características de cada segmento, por meio da oferta de linhas de crédito, programas e condições específicas para cada porte de empresa:

- **MEI (Microempreendedor Individual)**

O Microempreendedor Individual é um porte de empresa para abarcar atividades com faturamento até R\$81 mil por ano é também o menor tipo de

empresa disponível no Brasil. Pode gerar confusão ao empreendedor saber que o MEI é ao mesmo tempo um tipo de empresa e define um porte e esse é o único caso em que isso ocorre.

É porque na criação deste tipo de empresa, já foi definido um porte limite para os negócios que se enquadram nesta categoria. Foi mais uma forma de facilitar o processo de abertura para o MEI, que justamente foi criado para a formalização de negócios que, em sua maioria, funcionavam no mercado informal.

O MEI é regulado para que atenda especialmente aos menores tipos de negócios, por isso somente podem se registrar nesta categoria as atividades econômicas da tabela divulgada anualmente, atualmente são mais de 400 atividades listadas. As atividades que estão de fora desta lista ainda podem constituir empresas com somente um sócio, embora com outro porte.

- **ME (Microempresa)**

O porte de Microempresa, por classificação de faturamento permite atingir até R\$360 mil por ano. Conforme comentamos, a classificação do faturamento determina o porte e a tributação dentro das faixas do Simples Nacional, regime ao qual empresas deste porte podem aderir.

Além de vantagens no regime de tributação da Receita Federal, as microempresas contam com outras vantagens junto a diversos programas públicos e privados. Em geral, a tributação é reduzida e as linhas de crédito tem custo menor e prazo estendido.

- **EPP (Empresa de Pequeno Porte)**

Pela mesma classificação do Estatuto, uma Empresa de Pequeno Porte pode faturar até R\$4,8 milhões por ano. Embora já com maior faturamento e porte, a Empresa de Pequeno Porte ainda conta com diversos benefícios e também pode ser Optante pelo Simples.

Conforme o faturamento da empresa vai aumentando, é preciso verificar qual é o melhor regime de tributação com seu contador. Por incrível que possa parecer, nem sempre o Simples é a melhor escolha – portanto é preciso verificar todas as possibilidades.

3.4 SOBREVIVÊNCIA DAS MPEs EM NA CRISE

Os principais reflexos da pandemia sobre a economia, foram criadas ações de enfrentamento, desafios e oportunidades para empreendedores e pequenas empresas intensivas em conhecimento - *startups*, considerando as expectativas geradas por este momento de grandes transformações sociais e econômicas provocadas pela pandemia, sendo sempre discutida as ações emergenciais e a renovação econômica pós-pandemia.

O cenário, sem precedentes, inclui o desmoronamento do valor de mercado de ativos e empresas listadas em bolsas de valores, como ilustra o Gráfico 1, a destruição de milhões de posições de empregos diretos e indiretos e formais e informais, e a derrocada do comércio internacional para níveis próximos da última grande crise econômica de 2008-2009 (WTO – WORLD TRADE ORGANIZACION, 2020).

A pandemia levou o mundo a recessão e os anos de 2020 e 2021 e o Fundo Monetário Internacional considerou como a mais aguda crise global desse século.

Historiadores frequentemente fazem uso das grandes crises e de grandes momentos de transformações humanas como marcadores de ciclos históricos, e o impacto que a pandemia provoca, não apenas na saúde, mas também, nas dimensões da ciência, tecnologia, economia, política, cultura e religião, já é considerado por cientistas e historiadores como um evento de abrangência e relevância suficientes para demarcar formalmente a transição entre os séculos.

Nesse novo mundo de transformações, todos buscam um retorno a "nova normalidade", principalmente devido as implementações emergenciais no sistema de saúde e em outras áreas, assim como o isolamento social, entretendo as mesmas não são suficientes para restaurar a normalidade, serão mais que necessárias profundas e grandes transformações e aperfeiçoar as relações entre ciência, tecnologia e a sociedade, regulamentando novos fundamentos para a economia.

Com a pandemia causada pela COVID-19, além das recentes mudanças no consumo e nas tendências dos negócios, é esperada ainda uma mudança nos padrões de comportamento empresarial quanto ao acompanhamento de tendências e do cenário econômico onde se está inserido. A atenção do empresário dedicada ao acompanhamento de indicadores econômicos pode direcionar à uma melhor gestão do negócio. É de senso comum que muitos gestores avaliem somente a saúde financeira de uma empresa tomando decisões com base em indicadores internos e organizacionais.

3.4.1 GESTÃO DE INOVAÇÃO

Os empreendedores de hoje demonstram que a nova economia é baseada na inovação, e que o sucesso vem para aqueles cujas soluções rompem paradigma.

Nos novos tempos a lógica é baseada na revolução da informação e em novas tecnologias de comunicações, fazendo assim, do conhecimento um novo recurso, fonte da nova forma de competitividade.

A busca pela compreensão dos fatores que podem determinar o sucesso ou fracasso de um empreendimento, dentre eles quatro temas centrais: compreender o que se tenta gerenciar, compreender o como, compreender o quê, o porquê e o quando da atividade de inovação, compreender que isso é um alvo móvel.

Pisa e Lemes Júnior (2019) também incluem no termo o processo de transformar oportunidades em novas ideias e de colocá-las em prática. Os autores categorizam a inovação em quatro tipos: 1. Inovação de produto, que consiste na mudança dos produtos e/ou serviços que a organização oferece; 2. Inovação de processo, que considera alguma mudança na forma em que os produtos e/ ou serviços são criados e entregues; 3. Inovação de posição, que se reflete em mudança no contexto em que produtos e processos são inseridos, e 4. Inovação de paradigma, que corresponde às mudanças nos modelos que orientam o que a organização faz.

De acordo com Dornelas (2005) gerenciar a inovação é basear-se em mais que uma boa ideia, é preciso calcular estrategicamente e aprender com o processo.

A importância da inovação sobre o desenvolvimento econômico acontece também no diferencial competitivo das empresas. Para Chiavenato (2007) a maior parte dos ganhos industriais com a inovação estão relacionados às vantagens de ser o primeiro, podendo explorar melhor o mercado. Ser o primeiro a produzir e vender um novo produto no mercado assegura ao empreendedor o reconhecimento de sua marca. Também são considerados incentivos a diminuição de custos e a elevação da capacidade produtiva, além de outras melhorias que podem surgir através de atualizações na forma de produção ou de gestão de uma firma.

Os empreendedores são pessoas ou equipes de pessoas com características especiais, que são visionárias, questionam, ousam, querem algo diferente, fazem acontecer, ou seja, empreendem. Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem uma motivação singular, gostam do que fazem não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas,

referenciadas e imitadas e querem deixar um legado (DORNELAS, 2016, p. 61)

Dornelas (2016) reforça que o fato de uma pessoa possuir diversas características comportamentais voltadas à inovação como fator empreendedor, possuindo grande poder de convencimento para atrair investidores que possam dar sustentação ao seu negócio tornando as suas ideias em ações.

No mesmo raciocínio, a inovação dos produtos ou serviços está relacionada aos novos conceitos voltados aos clientes e o próprio seguimento de mercado.

O ponto de competição está na relação de pesquisa e desenvolvimentos de novos produtos e/ou serviços. Para a orientação de serviços, os autores compreenderam que o atendimento das especificidades que os clientes almejam, suas expectativas, é fator primário de satisfação. O ponto de mudança está nas ações de marketing que aciona, orienta e coordena o projeto de produto e serviço voltado a solucionar uma especificidade do cliente, porém, a dimensão experiência com práticas inovadoras se apresenta num contexto da necessidade de aquisição de conhecimento a partir da interação do indivíduo com o meio social.

3.4.2 PANDEMIA

Para entender o contexto dos impactos de tempos de crise, como na pandemia da COVID-19 e sua relação com a inovação ao redor do mundo, autores como James e Woolliscroft (2020) apontam os legados na inovação causados pela crise da COVID-19 na área de saúde. Considerando o impacto da pandemia nas funções do corpo docente e discente das universidades, as inovações surgiram para lidar com as mudanças.

Os autores argumentam que, durante a crise da COVID-19, às demandas dos consumidores e os comportamentos de compra mudaram, tornando as estratégias de marketing cada vez mais importantes para a sobrevivência das empresas. Com isso, os autores exploram os tipos de inovação de marketing que devem ser adotadas para responder aos novos padrões de consumo dos clientes.

De um modo geral os empreendedores buscam encontrar métodos para e iniciativas inovadoras em tempos de pandemia, buscando promover o bem comum durante e após a crise.

A mudança no local de trabalho é um desenvolvimento que deve ser considerado como uma influência a uma resposta empreendedora a COVID-19. As

inovações tecnológicas, como o aumento da informatização e automação, diminuíram a necessidade de trabalho manual. Isso levou a mais interesse na inteligência artificial devido ao seu efeito transformador no empreendedorismo. Agora há mais autônomos e empreendedores globais móveis que podem se realocar rapidamente com base na demanda. Isto deu origem a mais empreendedores independentes de localização e nômades digitais que pode trabalhar em qualquer local. Isso mudou as estruturas tradicionais de emprego para torná-los mais flexíveis e com base nas necessidades. No entanto, a extensão dessa diversificação foi afetada também pela necessidade de permanecer em um local devido ao isolamento. Isto significa que ainda não se sabe como o empreendedorismo global foi afetado em sua totalidade.

O mundo da ciência e da inovação, bem como o setor empresarial, estão unindo esforços para apoiar a emergência da crise. Nesse sentido, cientistas de todo mundo estão desenvolvendo ações inovadoras, a indústria está mudando seu processo de produção, e outras instituições inovadoras e startups estão se organizando para fornecer soluções para os problemas mais urgentes (LEITE, 2012, p. 286).

Como resultado, novos desafios se impuseram aos setores, que viram a necessidade de se adaptar para superar a crise em todas as frentes. Assim, a inovação tornou-se elemento fundamental para que as empresas superem a crise e se mantenham competitivas nesse novo cenário.

De acordo com Moreira (2020) O que se percebe também, é que a crise provocada pela pandemia foi capaz de levantar um conjunto de oportunidades e resultados positivos em termos de empreendedorismo e inovação. Além de ser um comportamento comum em crises anteriores, a pandemia, em especial, leva as atenções e o foco da atuação de empreendedores e cientistas para soluções de saúde, trabalho remoto, educação à distância e comércio digital. Os empresários e organizações se viram diante da necessidade de adotar medidas destrutivas para fazer frente à crise, movimentando a pesquisa, desenvolvimento e inovação para solucionar diversos problemas e se manterem competitivos diante da nova realidade mundial.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho procurou analisar o perfil do empreendedor, desde o surgimento do termo até os dias atuais, observando que a concepção de

empreendedorismo se modifica de acordo com as ideias e acontecimentos de uma determinada época. Porém, o que permaneceu igual desde o princípio foi a tentativa dos estudiosos desse tema para entender e traçar o perfil de um empreendedor, citando uma série de qualidades que ele precisariam ter para alcançar o sucesso.

Enquanto a comunidade científica mundial investiga a natureza do próprio vírus e busca respostas efetivas da ciência para potenciais novos medicamentos, terapias, vacinas e alternativas de enfrentamento, emergem diariamente novos comportamentos, problemas, tecnologias, tendências e cenários econômicos. São desafios ainda não completamente compreendidos por governos, empresas e sociedade.

A estratégia de reconstrução deve ainda considerar a preservação emergencial dos estoques nacionais de empreendedores por meio da manutenção e sobrevivência das *startups* nacionais com políticas de suporte financeiro emergencial ao ecossistema de inovação, ou seja, a preservação das sementes para o novo ciclo.

Tendo em vista que no momento atual e no qual ninguém estava aguardando ou preparado pro ocorrido, a única alternativa e melhor que sempre vem sendo buscada por parte das empresas, é o investimento em tecnologia e em inovação, seja ele do seu mercado, do seu público alvo, a forma pela qual é ou está sendo vendida seu produto/serviço. Tudo isso ocorreu devido aos agravantes da pandemia do Covid-19, onde apenas os empreendedores que conseguiram se adaptar a uma nova realidade empresarial, foram as que conseguiram sobreviver, e o pós pandemia vem justamente pra continuar revolucionando o mercado empreendedor, grandes investimentos em mídias e no marketing digital, é o que fará a diferença e como consequência, uma ascensão do seu negócio.

Concluiu-se então que o empreendedorismo evoluiu de acordo com as necessidades econômicas de cada época em que coexistiu, e teve sempre por finalidade o suprimento de carências do mercado, tanto na prestação de serviços quanto na concepção de novas ideias e produtos, criando assim uma associação com a definição que atualmente norteia, diferencia e destaca o empreendedorismo, a busca constante pela inovação, o que torna cada empreendedor uma espécie de revolucionário em algum nível da sua sociedade ou mesmo da economia mundial contemporânea ou atemporal.

REFERÊNCIAS

- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor: Empreendedorismo e viabilidade de novas.** 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor: A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.** 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.** 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.** 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- DORNELAS, José. **Plano de negócios: seu guia definitivo.** 3. reimp. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- JACOB et al. **Inovação na abordagem da via aérea durante a pandemia COVID-19.** Revista Portuguesa de Anestesiologia, ago., 2020. Disponível em: <<https://revistas.rcaap.pt/anestesiologia/article/view/19998/>>. Acesso em: 17 set. 2020.
- LEITE, E. F. **Formação de Empreendedores e o papel das Incubadoras Universidade Católica de Pernambuco - Anais Iº Encontro Nacional de Empreendedorismo.** Florianópolis: UFSC, 1999.
- LEITE, E. **O Fenômeno do Empreendedorismo.** Recife: Bagaço, 2000.
- LEMES, A. PISA, B. **Administrando Micro e Pequenas Empresas: empreendedorismo & gestão.** 2. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019.
- MOREIRA, et al. Enfrentando a crise da pandemia de COVID-19: a inovação seria um meio possível aos meios de hospedagem? Revista Gestão e Sociedade, ago., 2020. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/341763408_Enfrentando_a_crise_da_pandemia_de_COVID19_A_inovacao_seria_um_caminho_possivel_aos_meios_de_hospedagem/>. Acesso em: 12 set. 2021.

NASSIF, Vânia Maria Jorge; CORRÊA, Victor Silva; ROSSETO, Dennys Eduardo. **Estão os empreendedores e as pequenas empresas preparadas para as adversidades contextuais? Uma reflexão à luz da pandemia do covid-19.** Regepe, 2020. Disponível em: <<https://regepe.org.br/regepe/article/view/1880>>. Acesso em: 12 out. 2020.

SEBRAE NACIONAL; SEBRAE MG. **Fatores condicionantes da mortalidade das Pequenas e Médias Empresas.** Brasília: Coletânea Estatística, 2012.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo.** São Paulo: Manual do aluno, 2007.

Unicamp de São Paulo. Boletim Nº6 da Unicamp. São Paulo: Unicamp, 2020. Disponível em: <<https://www.unicamp.br/unicamp/sites/default/files/2020-05/Boletim%20Covid-19%20-%20DPCT-IG%206%20%283%29.pdf>>. Acesso em: 28, set., 2021.