

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA

**CURSO DE GRADUAÇÃO TECNOLÓGICA EM
PROCESSOS GERENCIAIS**

GABRIEL HENRIQUE SOARES DE ARAÚJO

JOSÉ HENRIQUE ALVES

MATEUS VITOR FREITAS DE BARROS SILVA

**EMPREENDEDORISMO COMO FERRAMENTA
PARA SUPERAR DESAFIOS EM TEMPOS DE CRISE**

RECIFE/2021

GABRIEL HENRIQUE SOARES DE ARAÚJO

JOSÉ HENRIQUE ALVES

MATEUS VITOR FREITAS DE BARROS SILVA

EMPREENDEDORISMO COMO FERRAMENTA PARA SUPERAR DESAFIOS EM TEMPOS DE CRISE

Artigo apresentado ao Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, como requisito parcial para obtenção do título de tecnólogo em Processos gerenciais

Professora: Ma. Wilka Mayra Ferreira Gomes Monteiro

RECIFE/2021

A663e

Araújo, Gabriel Henrique Soares de
Empreendedorismo como ferramenta para superar desafios em
tempos de crise. Gabriel Henrique Soares de Araújo; José Henrique
Alves; Mateus Vitor Freitas de Barros Silva. - Recife: O Autor, 2021.
41 p.

Orientador: Me. Wilka Mayra Ferreira Gomes Monteiro.

Trabalho De Conclusão de Curso (Graduação) - Centro
Universitário Brasileiro – Unibra. Tecnólogo em Processos
Gerenciais, 2021.

1. Empreendedorismo. 2. Inovação. 3. Crise. I. Centro
Universitário Brasileiro - UNIBRA. II. Título.

CDU: 658

GABRIEL HENRIQUE SOARES DE ARAÚJO

JOSÉ HENRIQUE ALVES

MATEUS VITOR FREITAS DE BARROS SILVA

EMPREENDEDORISMO COMO FERRAMENTA PARA SUPERAR DESAFIOS EM TEMPOS DE CRISE

Artigo aprovado como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Processos gerencias, pelo Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, por uma comissão examinadora formada pelos seguintes professores:

Prof.^a Ma. Wilka Mayra Ferreira Gomes Monteiro
Professora Orientadora

Prof.^o Me. Urbano Cabral da Nobrega Neto
Professor Examinador

Prof.^a Ma. Sylvia Karla Gomes Barbosa
Professora Examinadora

Prof.^a Esp. Andrezza Paula Silva Lima
Professora Examinadora

Prof.^o Me. Daniel França da Rocha
Professor Examinador

Prof.^a Ma. Lorena Vieira Santos Rodrigues
Professora Examinadora

Recife, ___/___/___

NOTA: _____

Dedicamos esse trabalho aos nossos pais.

AGRADECIMENTOS

GABRIEL HENRIQUE SOARES DE ARAÚJO

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

À minha família que sempre me deu o devido apoio, a minha esposa que me ofereceu um grande apoio, nos momentos que mais precisei, tendo que sacrificar momentos de lazer para terminar esse trabalho, sabendo que durante minha formação na faculdade, tive a oportunidade de me tornar pai e posso dizer hoje que, minha filha me deu mais forças para eu me formar, às vezes no caminho da vontade de desistir, porque são muitas as dificuldades, e ninguém bate tão forte como a vida, mas a gente decide se vai se levantar ou não para prosseguirmos, devemos sempre olhar pra frente e buscar nossos objetivos.

Agradeço também a todos que participaram, de forma direta ou indireta no que diz respeito ao desenvolvimento deste trabalho de pesquisa, sobretudo à minha orientadora prof.^a Ma. Wilka Mayra Ferreira Gomes, enriquecendo o meu processo de aprendizado.

JOSÉ HENRIQUE ALVES

Agradeço primeiramente a Deus que mesmo em meio as grandes dificuldades que surgiram durante período da minha formação me permitiram chegar ao final de mais um ciclo em minha vida. Aos meus pais José Amaro Alves da Silva Filho e Mirian Alves da Silva, por sempre incentivarem mesmo nos momentos difíceis da minha vida, por todo o exemplo dado e todo o empenho ao longo dos anos. Aos meus irmão José Leandro e José Ricardo que colaboraram como palavras de apoio

Agradeço também à minha esposa Loruama Marta Alves da Silva e meu filho José Heitor Alves da Silva por trazer mais alegria de viver e revigoramento para seguir em frente todos os dias. Aos meus companheiros de curso e sala de aula, Gabriel e Mateus que fizeram parte dessa longa caminhada. Por fim, agradeço à minha orientadora prof.^a Ma. Wilka Mayra Ferreira Gomes Monteiro pelo auxílio no desenvolvimento do presente trabalho.

MATEUS VITOR FREITAS DE BARROS SILVA

Agradeço à minha avó Maria José de Freitas por ter me ajudado e incentivado a realizar o meu trabalho de conclusão de curso. À minha família que sempre me apoiaram e prezaram a minha educação ao longo da vida.

Aos meus amigos de faculdade José Henrique e Gabriel que sempre estiveram comigo nos momentos mais difíceis.

*“Se você está andando no caminho certo e
está disposto a continuar caminhando,
eventualmente, você vai progredir”
(Barack Obama)*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO	10
3 RESULTADOS E DISCUSSÃO	12
3.1 Conceito do empreendedorismo	12
3.2 Oportunidade de mercado.....	15
3.3 Empreendedorismo no Brasil	16
3.4 A importância do planejamento estratégico para os micros empreendedores	18
3.5 Ferramentas que impulsionam o empreendedorismo	19
3.6 O microempreendedor Individual	21
3.7 Empreendedorismo por necessidade	23
3.8 Empreendedorismo digital.....	25
3.9 Os impactos da crise no empreendedorismo	31
3.10 Exemplos de empresas que inovaram em meio à crise	33
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
REFERÊNCIAS.....	37

EMPREENDEDORISMO COMO FERRAMENTA PARA SUPERAR DESAFIOS EM TEMPOS DE CRISE

Gabriel Henrique Soares De Araújo

José Henrique Alves

Mateus Vitor Freitas De Barros Silva

Ma. Wilka Mayra Ferreira Gomes Monteiro 1

Resumo:

O presente artigo tem como principal objetivo, apresentar o tema empreendedorismo como ferramenta para superar momentos de crise, ressaltando a importância de o empreendedor estar preparado para encarar os desafios que uma crise pode vir a causar, ressaltando a importância do aprimoramento profissional que é necessário para levantar estratégias que podem favorecer o crescimento ou até mesmo possibilitar o surgimento de novas empresas e negócios, atendendo as necessidades de um determinado público. Busca-se de maneira clara e coesa, expor e esclarecer como o surgimento do empreendedorismo aconteceu, bem como os pilares que são essenciais para a prática do mesmo no mercado formal e informal de trabalho. Demonstra-se também os impactos da crise sanitária causada pela pandemia do Covid 19, analisando de que forma os grandes e pequenos empreendedores foram afetados, assim como analisa-se o surgimento de novos empreendedores e expansão do mercado informal utilizando-se de ideias inovadoras. O artigo visa definir, diferenciar, apoiar e justificar a importância do empreendedorismo, defendendo-o como uma prática de suma importância para a economia.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Inovação. Crise.

1 INTRODUÇÃO

Hoje, no Brasil e no mundo, surgiram várias novas empresas com diferentes ideias de negócio, sabe-se que essas normalmente surgem em busca de uma oportunidade no mercado. Assim, é possível dizer que novas empresas com diferentes ideias, são resultados de idealização de pessoas que prezam por iniciativas criativas e empreendedoras, não só isso, como também pessoas que se estão

Professora Ma. Wilka Mayra Ferreira Gomes Monteiro Mestre em Gestão Pública pelo programa de Pós-Graduação em Gestão Pública para o Desenvolvimento do Nordeste MGP da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Possui graduação em Administração pela Faculdade Integrada de Pernambuco (2009). Servidora pública federal, atuando na Coordenação de Acompanhamento e Monitoramento de Egressos (CAME) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). Atualmente exerce a docência no Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA). Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Administração pública. Email para contato: prof.wilkamonteiro@gmail.com

dispostas a assumir e correr riscos que podem vir a surgir com a implementação de uma nova ideia, baseando o pensamento nesta percepção, é possível se deparar também com um cenário de novas oportunidades. Oportunidade essas que caracterizam uma série de circunstâncias benéficas para a empresa, empreendedor e equipe de funcionários.

O empreendedorismo está associado à criatividade e a oportunidade. Um verdadeiro empreendedor é criativo e faz com que essa criatividade expande para toda sua equipe gerando assim, uma cultura criativa e inovadora no seu negócio. (PINTO, 2016 p. 15).

Mas o que fazer quando esse cenário promissor vem a mudar, trazendo infinitas consequências negativas que tendem a imobilizar o empreendedorismo de maneira inesperada muito recentemente, o Brasil se deparou com essa situação em virtude do COVID 19. O aparecimento desse vírus modificou completamente o estilo de vida dos brasileiros, e essa mudança não deixou de respingar na economia, bem como nas resistências das empresas no mercado. Para isso, o empreendedorismo se fez como nunca antes a ferramenta imprescindível para a superação dos desafios no cenário caótico em que o país se deparou.

Muitas vezes, um empreendimento pode não dar certo, porém, um verdadeiro empreendedor é cheio de superações e consegue facilmente transmitir uma enorme capacidade de inovação, melhorando sempre algo que não deu certo, pois para ele um fracasso se torna uma oportunidade de aprender e aperfeiçoar, não deixando se abalar. (PINTO, 2016 p. 15).

Analisando esse pensamento, percebe-se a importância do estudo relacionado ao empreendedorismo visto que o mesmo prepara o empreendedor para momentos de adversidades, dando-lhe a capacidade de idealizar, coordenar e realizar projetos seja ele pessoal ou organizacional.

É interessante então que os estudos acerca do tema “Empreendedorismo” sejam sempre aprofundados, de modo que se possa tomar referência e direção, essa ferramenta possibilita a busca por estratégias que irão desenvolver soluções e investir em recursos de criação de algo positivo para sociedade. Segundo Wildauer (2011, p. 25) “empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa possui de formular uma ideia sobre um determinado produto ou serviço em um mercado”. Quanto mais uma ideia atende e favorece um projeto pessoal ou institucional atendendo a necessidades

específicas dos indivíduos em sociedade, mais chances de progresso e crescimento a mesma terá.

A partir desse entendimento, pode-se compreender que o empreendedor precisa ser visionário no sentido de ampliar e planejar ações voltadas ao bom desempenho e crescimento efetivo de uma empresa ou de um projeto, de modo que esses possam progredir e alcançar os objetivos traçados, mantendo-se estável e se adequando aos desafios socioeconômicos.

A temática deste trabalho justifica a atual situação de muitos empreendedores, que diante deste período desafiador precisam encontrar diferentes formas de inventar e reinventar ações que visam mantê-los no mercado. Sendo assim, o presente estudo tem como principal objetivo enaltecer a importância do empreendedorismo como ferramenta para superar desafios em tempos de crise, durante a pandemia da covid 19, os empreendedores puderam utilizar e contar com diferentes ferramentas de apoio, sobretudo as ferramentas digitais como Instagram e Facebook, essas foram bastante utilizadas para divulgação e venda de diversos serviços e produtos. Os aplicativos de delivery também tiveram um importante papel, no sentido de atender o público oferecendo segurança e comodidade durante todo o período da crise.

2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa de natureza básica, cuja abordagem discutida é qualitativa. Quanto aos objetivos, esta pesquisa é descritiva e utiliza de procedimentos de pesquisa bibliográfica e análise de temas que estudam o desenvolvimento do empreendedorismo. Para Oliveira (2011 p. 9) “A pesquisa científica faz parte de toda a vida acadêmica, seja na graduação, pós-graduação ou extensão. Para o desenvolvimento de qualquer pesquisa, há a necessidade de se elaborar um projeto” A partir desta análise, pode-se perceber a importância de se discutir, ampliar e fortalecer as ideias a respeito de diferentes temas de estudo, bem como o representado neste trabalho, de modo que se possa levantar dados transmitindo os conhecimentos acerca do tema abordado para todos que desejam e necessitam.

Quando o homem passou a questionar estas respostas e a buscar explicações mais aceitáveis, por meio da razão, excluindo suas emoções e suas crenças religiosas, passou-se a obter respostas mais realistas, se aproximavam mais da realidade das pessoas e por isto, talvez, passaram a ser mais bem aceitas pela

sociedade. Pode-se dizer que essa nova forma de pensar do homem foi que criou a possibilidade do surgimento da ideia de ciência e que sua tentativa de explicar os fenômenos, por meio da razão, foi o primeiro passo para se fazer ciência. (OLIVEIRA, 2011 p. 6).

Partindo do pensamento citado acima, é possível perceber a importância da busca por respostas acerca de tudo, isso está presente implicitamente na humanidade desde o princípio da evolução humana. A pesquisa é ferramenta para a exploração, que tem como objetivo descobrir, explicar e compreender os fatos que estão inseridos ou que compõem uma determinada realidade. Sendo assim é necessário que o pesquisador busque conhecer cada vez mais o seu campo de atuação, investigando e interpretando os dados encontrados em sua busca pelas evidências científicas que norteiam os objetos de estudo acerca de cada tema.

Pode-se compreender que há necessidade que todo e qualquer pesquisador aborde no tema o principal objetivo a fim de fundamentar as suas ideias, que normalmente faz parte da sua realidade e é inserida dentro da problemática trabalhada, esclarecendo de maneira satisfatória, a abordagem qualitativa, que se trata de uma pesquisa que tem como principal objetivo, analisar e interpretar aspectos mais específicos com base em dados verídicos.

A metodologia literalmente refere-se ao estudo sistemático e lógico dos métodos empregados nas ciências, seus fundamentos, sua validade e sua relação com as teorias científicas. Embora procedimentos variem de uma área da ciência para outra. (OLIVEIRA 2011 p. 6).

Logo, o pesquisador deve observar os diversos tipos de estudos, falas e posicionamentos, constituídos em diferentes contextos ao longo do tempo e história, para a leitura, compreensão e interpretação. É possível entender que se faz necessário que o trabalho aborde no levantamento de dados e bibliografia, a compreensão sobre aquilo que se deseja contestar, para isso, foram utilizados livros, artigos, revistas e sites obtidos por meio da internet e bibliotecas. Todas as informações coletadas por meio de pesquisas bibliográficas, serviram de subsídios para o embasamento e aquisição de conhecimento sobre as ferramentas e estratégias que podem ser utilizadas e elaboradas por um empreendedor em tempos de desafios como as diferentes crises que assolam a sociedade.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Diante da crise em que o país se encontra, é possível se deparar com um cenário de desemprego e instabilidade financeira, de acordo com o IBGE no ano de 2021 a taxa de desemprego chegou a atingir 14,7%, sendo um total de 14,8 milhões de pessoas desempregadas, com isso pessoas buscavam ferramentas que possibilitaram oportunidades de trabalho para que a sociedade pudesse superar os momentos de crise. Pensando nisso, o presente trabalho busca demonstrar a importância do empreendedorismo neste processo, visto que o mesmo pode se tornar uma prática inteligente para conter os impactos provocados pela crise.

Quando se pensa em crise é comum associar o conceito da palavra a algo totalmente negativo, entretanto, é necessário também pensar nas consequências positivas que esse evento vem a causar. Sabe-se que todas as invenções criadas ao longo do tempo tiveram como principal objetivo suprir uma determinada necessidade, os impactos da crise proporcionam ao empreendedorismo a oportunidade de crescimento e inovação quando o empreendedor utiliza ferramentas adequadas para superar desafios em diferentes contextos.

Vale lembrar que o empreendedorismo não é um conceito acabado, é importante também ressaltar que muitos estudiosos, sobretudo os citados neste trabalho, afirmam que o mesmo vai muito além do que abrir uma nova empresa no mercado. É necessário arriscar, e mais do que isso é fundamental ter paixão, determinação, criatividade, resiliência e iniciativa, pensando sempre que as diferentes situações de riscos serão comuns e poderão sempre acontecer. É possível enxergar a necessidade do perfil e postura do empreendedor, que se não se dispôr a assumir esses riscos e desafios possivelmente poderá se tornar mais uma vítima da mudança avassaladora que todos sem exceção podem encarar em um determinado momento da empresa.

3.1 Conceito do empreendedorismo

O conceito de empreendedorismo está atrelado ao ato de empreender, que nada mais é do que pôr em execução um pensamento, desde as ideias mais simples até as mais complexas. Pode-se dizer também, que o empreendedorismo é o ato de iniciar um novo projeto, ação e trabalho utilizando os recursos disponíveis para transformação de um ambiente social ou econômico.

A ideia empreendedora deve vir acompanhada de um planejamento prévio, afinal o empreendedor não pode só contar com a intuição e com a sorte, pois assim ele corre grande risco de insucesso. É necessário pesquisa e planejamento, e para auxiliar nessa preparação de uma nova empresa/empreendimento podemos contar a ferramenta do plano de negócios. (PAULEK 2017 p. 13).

Um plano de negócios se dá ao estudo estruturado seja de negócios produtos ou serviços dos empreendimentos podendo esses ser atuais ou potenciais levando em consideração todas as estratégias e táticas. A maioria delas estão voltadas à uma análise econômica. Um negócio de forma completa busca também ser a interação dos assuntos relacionado ao tema do empreendimento, sobretudo com relação a sua garantia, pois é fundamental que um plano de negócio seja viável para o empreendedor e empreendimento. (OLIVEIRA 2014 p. 97 – 98).

O principal objetivo desta ferramenta é planejar e desenvolver uma empresa verificando e mensurando os riscos deste empreendimento, inclusive se o mesmo é viável ou não, e também é um excelente meio do empreendedor conhecer melhor o seu negócio. PAULEK (2017 p. 13).

Conforme o conceito descrito acima, não se pode deixar de perceber a importância da preparação que o empreendedor precisa buscar, afinal, o ato de empreender pode ser visto como algo informal, mas também conta com uma postura séria no sentido de entender e se aprofundar em sua área de atuação, garantindo que erros amadores possam ser cometidos por uma mera falta de preparo. O ato de empreender é uma ferramenta que possibilita o planejamento e desenvolvimento de uma empresa, de olho nos riscos, para se perceber quando o mesmo é realmente promissor, para ter esse tipo de visão, é fundamental que o empreendedor conheça de fato o seu negócio.

Para entender melhor como é o empreendedorismo precisa-se dar importância aos feitos passados e analisar historicamente o seu desenvolvimento. Um dos primeiros a utilizar o termo “entrepreneur” que significa empreendedor foi o economista francês Jean Baptiste Say, para reportar-se às pessoas capazes de provocar crescimento econômico por meio de novas práticas.

O termo empreendedor é derivado da palavra francesa *entrepreneur*, e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo. Muitos estudos que definem esse termo têm como foco as características pessoais do indivíduo empreendedor, que os economistas associam à inovação, enquanto os psicólogos e sociólogos concentram-se nos aspectos relacionados à criatividade e à intuição. (TOSI., VIEIRA., OLIVEIRA 2014 p. 36).

Desde os primórdios da terra, o homem primitivo já apresentava atitudes empreendedoras, para sobreviver, era necessário por exemplo, inovar na construção de diferentes ferramentas e utensílios agilizando a caça de animais, ou seja, o empreendedorismo não é um assunto recente ou um mero modismo, ele existe na prática, mesmo que sem nomenclatura, há muito tempo, desde as primeiras ações humanas inovadoras, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a própria natureza. Outro exemplo fantástico que podemos analisar é o período em que os nômades passaram a buscar uma habitação fixa, como o objetivo de demarcar um território e chamar de seu, a partir da consciência de que o local demarcado lhe traria opções de vida com mais utilidade para plantar e colher e até mesmo criar os seus animais em segurança. Dessa forma, pode-se entender que indivíduos são atraídos para o empreendimento por vários incentivos, sejam eles prazerosos ou compensativos. (PINTO 2016).

Por volta de 1800, o economista Jean Baptiste Say lança o termo "entrepreneur" como sendo o indivíduo que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um de maior rendimento. No período da idade média o termo empreendedor era utilizado para definir indivíduos que gerenciam projetos de produção de grandes portes, entretanto o mesmo não assumia riscos e se limitava a cuidar apenas da administração dos projetos. Já nos séculos XIX e XX é possível se deparar com um cenário um pouco mais diferenciado onde as ideias e conceito de empreendedor e gerente se confundiam com muita facilidade na sociedade. Pensava-se que o empreendedor se limitava a figura de gestor ou administrador voltados apenas para o âmbito econômico como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, o que foge um pouco do real sentido.

A capacidade que um empreendedor possui não se baseia em um conjunto de características da personalidade ou uma função econômica, mas se define em uma exploração de oportunidades, independente dos recursos alcançáveis, é um padrão lógico e dimensível de comportamento gerencial. (PINTO, 2016 p. 16).

Hoje, em pleno século XXI, o empreendedorismo passou a ser o ato essencial de fazer acontecer, com cada vez mais criatividade, inovação, visão de longo prazo e conhecimento e aplicação da ciência, buscando sempre se reinventar dadas as circunstâncias que podem surgir em um período de crise. Com base nos conceitos colocados anteriormente, pode-se dizer que o empreendedorismo é o que possibilita o início de um novo negócio a partir de ideias e inovações com o objetivo de assumir riscos e transformar sonhos em realidade.

É inevitável assumir que a definição de um perfil empreendedor não é algo simples ou fácil, quando buscamos aproximá-lo do ideal ou do que se espera minimamente, podemos agrupar alguns aspectos bem como, criatividade para a elaboração de novas ideias, energia para se dispor a encarar os desafios com vagariedade, e principalmente originalidade. O mercado é imenso e cresce a cada dia mais, mas isso não quer dizer que não há mais espaço, cada um pode se destacar da melhor maneira que puder, dentro das condições que se tem, desde que se invista com qualidade e autenticidade.

3.2 Oportunidade de mercado

Entende-se que muitas pessoas tem o objetivo é o pensamento de abrir seu próprio negócio, e olham para o mercado e analisam se está crescendo, qual área o aumento estar maior, em que se pode investir para entrar de vez no mercado e na concorrência, como seria o processo de compra, no caso como investiríamos para deixar em estoque, como atrair o cliente seja com produtos e serviços de qualidade, pois nos dias de hoje, muitas empresas no mercado vem perdendo sua credibilidade, seja com atendimento ao consumidor, ou seja com o produto ou serviço com pouca qualidade para o cliente.

Conhecer profundamente o ambiente em que irá empreender é um ponto crucial da viagem e implica as características e necessidades de público-alvo; os concorrentes e as experiências de terceiros; o ciclo de vida do setor; as práticas do mercado; as variáveis que influenciam os negócios na área em termos tecnológicos,

políticos, sociais, econômicos, financeiros, demográficos, legais. (DOLABELA, 2010, p.111).

Saber que para tudo isso, tem que haver um planejamento, para saber os gastos que terá com tudo isso, desde o início, o quanto será o valor total para conseguir abrir o seu negócio de início, fazer um planejamento para saber o que se vai abrir, se na região e local que está abrindo o seu negócio, as pessoas necessitam de melhorias para determinados estabelecimentos no local, onde será aberto, deve-se criar uma necessidade no consumidor pelo produto ou serviço que tem que ser de qualidade, para o consumidor ir um dia e voltar novamente.

Segundo Qian (2013), a teoria demonstrou que empreendedores, através da criação de novas empresas, desempenham um papel importante na comercialização de novos conhecimentos desenvolvidos por instituições de pesquisa ou por empresas que não podem ou não estão dispostas a comercializar os frutos de suas pesquisas. As oportunidades empresariais neste cenário surgem de novos conhecimentos gerados a partir da P & D, e são descobertos pelos agentes econômicos e tomadores de decisão das empresas em exercício, que mantêm diferentes percepções sobre os valores potenciais de comercialização dessas novas ideias.

Segundo Garcia (2012), uma pesquisa realizada com estudantes brasileiros demonstrou que 73% dos indivíduos já pensaram em abrir um negócio próprio, porém apenas 46% disseram estar realmente preparados para tal, ou seja, há uma propensão alta ao empreendedorismo, no entanto não há propensão ao risco, que pode ser explicada devido à escassez em conhecimentos prévios de gestão de recursos humanos.

Em meio a um momento onde as pessoas tinham poucas formas de ir para um determinado lugar atrás, a Uber por exemplo aplicativo que hoje atende uma grande parte da população, e com uma grande demanda, com o aumento da crise atual da COVID-19 muitas pessoas usaram desse aplicativo uma forma de ter uma renda extra, muitas pessoas fizeram desse aplicativo uma grande forma de oportunidade para empreender.

3.3 Empreendedorismo no Brasil

Que o ato de empreender no Brasil é algo bastante desafiador isso todos já sabem, é comum que as pessoas relatem que para abrir uma empresa é um processo burocrático exigindo paciência e persistência, em contrapartida, sabe-se também que

o Brasil é um país imenso, com diferentes tipos de pessoas, culturas e diversas maneiras de se viver, sendo assim, essa ideia logo pode ser superada, principalmente quando se reflete que uma boa opção é que todo e qualquer empreendedor explore a sua região estrategicamente, promovendo produtos e serviços que irão cair no gosto do povo, atendendo às suas rotinas e maneiras de viver.

No Brasil, os primeiros empreendedores surgiram por meio do avanço da economia nos anos 90. Entretanto, é importante frisar que esses empreendedores não tinham os conhecimentos necessários e suficientes para que pudessem se manter no mercado administrando os seus negócios com êxito. A partir daí, o SEBRAE em 9 de abril no ano de 2020 iniciou o processo de auxílio para esses empreendedores dando-lhes todo um suporte técnico. Atualmente no Brasil e no mundo, o tema empreendedorismo vem sendo muito discutido, afinal, uma esmagadora parte da sociedade sonha em ter uma vida melhor por meio do o seu próprio negócio, buscando uma maior satisfação profissional também colaborando com o mundo de uma certa forma.

Com isso os empreendedores buscam ferramentas que auxiliam e proporcionam avanço e crescimento o utilizando a inovação a fim de melhorar cada vez mais o processo de empreender com qualidade e excelência. Para isso, é necessário estudar e se aprofundar no mercado, compreendendo suas mudanças, melhorias e impactos na sociedade. Analisando a real situação em que o Brasil se encontra hoje, pode-se perceber o quanto a crise/pandemia influenciou no surgimento de microempresas, que optaram pelo empreendedorismo para conseguir sobreviver diante das dificuldades que surgiram ao longo do ano.

Segundo a revista EXAME (2021), o mês de janeiro referente ao ano de 2021 proporcionou um recorde no aumento de novos negócios no Brasil. Ao todo foram 312.462 registros abertos para microempreendedores individuais (MEIs), analisando também o levantamento feito pela Serasa Experian, esse é maior número registrado desde janeiro de 2010, que foi quando se iniciou a pesquisa que deu origem a essa série histórica.

De acordo com a informação acima, pode-se perceber que desde janeiro de 2021 o Brasil vem se deparando com um recorde no surgimento de microempresas jamais visto antes, segundo, sendo esse o maior número desde 2010. Sendo assim, é possível fortalecer o argumento de que a sociedade busca maneiras de se reinventar, criando várias formas de empreender para obter lucro e crescimento, seja

esse um modelo de negócio formal ou informal. Vamos observar o Gráfico 1 que mostra esse crescimento.

Figura 1 Novas empresas no Brasil – Série Histórica janeiro



Fonte: Extraído do Serasa Experian 2021

No gráfico ilustrado acima, é possível perceber que a oportunidade de trabalhar para si mesmo aumentando gradativamente ao longo dos últimos 11 anos, o empreendedorismo passou a ser ainda mais importante para os brasileiros que resolveram encarar algum tipo de mudança, se reinventando e criando novas formas de trabalhar e se manter por meio do empreendedorismo, sobretudo no momento de crise em que mercado de trabalho formal adentrou.

Dentro de um cenário pós pandemia da covid 19, é possível perceber o quanto o número do desemprego no Brasil aumentou, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) o desemprego no Brasil aumentou chegando a 28,6 milhões de pessoas com dificuldade para conseguir trabalho, sendo elas por falta de oportunidade ou por medo do contágio do novo vírus da covid 19. Dessa maneira, é possível refletir sobre os impactos que a pandemia da covid 19 causou na sociedade, deixando danos que em muitas situações são irreversíveis, mais uma vez é importante ressaltar o quanto o empreendedorismo foi e é importante dentro desse contexto, possibilitando que os brasileiros de modo geral possam encontrar nele, a possibilidade de se reinventar criando novas formas de trabalho e investindo em algo próprio que irá gerar uma renda segura. (IBGE, 2021).

3.4 A importância do planejamento estratégico para os micros empreendedores

O planejamento estratégico para uma empresa diminui o tempo de produção, traz mais tempo e ajuda a facilitar os processos criados, as tomadas de decisões e

reduzindo os choques entre funcionários, vindo a melhorar o desempenho na empresa.

Tendo como base em definir a figura da empresa em saber usar todos os seus recursos, analisando formas de buscar as suas metas e objetivos, em um curto prazo, sabendo que toda a empresa tem que estar preparada para as concorrências, levando em conta as constantes mudanças no mercado, com isso uma empresa tem sempre que se adaptar as crises econômicas buscando sempre inovar e buscar ter sempre novas ideias estratégicas. Sendo assim Nogueira, 2014, p. 5 afirma que “o planejamento abrange estabelecer os objetivos da organização e criar planos que possibilitam que eles sejam alcançados”.

Conforme citado acima, é necessário ter objetivos e metas dentro de uma empresa. É importante saber que um planejamento estratégico em uma empresa é dever de um gestor sabendo disso em nenhum momento o mesmo deve delegar essa função. Sabendo disso os chefes da empresa que devem ter as ideias principais, podendo usar pessoas que dominam o assunto para lhe auxiliar naquele momento vindo a buscar o resultado final para aquele planejamento estratégico.

Planejamento estratégico é um processo que consiste na análise sistemática dos pontos fortes (competência) e fracos (incompetência ou possibilidades de melhoria) da organização, e das oportunidades e ameaças do ambiente externos, com o objetivo de formular (formar) estratégias e ações estratégicas com o intuito de aumentar a competitividade e seu grau de resolutividade. (PEREIRA 2010, p. 47).

O planejamento estratégico deve buscar analisar sempre estar acompanhado de seus objetivos para saber se eles estão sendo executados, partindo desse pensamento os gestores devem ter certos tipos de pensamento para poder se destacar em certas situações, saber onde estar, para onde ir, e como chegar lá. A partir desse momento, a empresa tem seus planos de ação em saber o que fazer, como fazer e executar, sabendo que atitudes no presente consequentemente poderá influenciar no futuro, o posicionamento e propósitos na empresa, com isso um gestor deve estar sempre avaliando cenários externos e internos do mercado. O planejamento estratégico em uma empresa deve seguir os padrões, de forma que sejam cumpridas todas as suas demandas e não esquecendo de estar sempre avaliando as suas estratégias para não causar danos futuros a empresa.

3.5 Ferramentas que impulsionam o empreendedorismo

Ao longo dos últimos anos, o país vem ficando com um índice muito alto de desemprego, com isso empreendedores vem buscando novas formas de inovar buscando não só sua independência financeira, como também novos métodos de trabalho e ferramentas que ajudam no cotidiano. O empreendedorismo legítimo, conta com pessoas que apresentam o sentimento e capacidade aguçada de realizar coisas novas, esse deixa de priorizar somente o dinheiro e passam a dar importância também às pequenas coisas, tendo a certeza de que tudo faz parte de grandes conquistas futuras. Sendo assim, o empreendedor deve estar sempre visando o futuro.

No Quadro 1, serão vistas as descrições de algumas ferramentas auxiliaadoras que impulsionam o empreendedorismo:

Quadro 1 Ferramentas que impulsionam o empreendedorismo

FERRAMENTAS	DESCRIÇÃO
Inovação	É um tipo de ferramenta que visa ser diferente das que se costuma observar dentro de padrões, ou seja, algo novo, que ainda não existe. Pode-se dizer que inovar é uma solução muito grande para empreendedores de pequenas empresas como também de grandes empresas, que buscam a melhoria no seu trabalho. Significa dizer que a inovação pode representar um exemplo de negócios e serviços, como desenvolver novas mercadorias, atendimento e serviços.
Planejamento	É a elaboração de negócios e estratégias para melhorar e ajudar a empresa a ter sempre um passo à frente da concorrência e se planejar e saber prever os problemas antes que eles apareçam. Deve-se traçar metas para que sejam alcançados todos os objetivos, por exemplo, uma empresa hoje em dia precisa saber o que o mercado está precisando, ver o que se pode fazer para minimizar perdas em estoque, saber o que já se tem para poder abastecer, e ter controle na linha de produção, para que não venha causar prejuízo, tanto para o fornecedor como para o cliente.
Plano de ação	Deve-se identificar as demandas, determinar prazos para as atividades serem cumpridas, determinar funções dentro da empresa, capacitar os funcionários para melhor andamento do serviço prestado, porque um funcionário despreparado pode causar um enorme prejuízo na empresa, sabe-se que, para cada demanda tem um valor a ser gasto em cada projeto, pensando nisso, a empresa tem que ter uma boa linha de ação para que não passe do valor planejado.
Avaliação e controle	A avaliação e o controle servem para consistir na diferença entre a atividade esperada e a atividade real garantindo a capacidade final, isso deve ser visto e planejado antes do plano de ação.
Aplicativos	Não se pode esquecer que durante o estado de calamidade em que o mundo viveu e o país se encontra devido a pandemia da covid 19, vários aplicativos surgiram para facilitar a vida da população, com isso, foram criadas várias oportunidades de emprego, pessoas que tinham medo de arriscar seu próprio negócio, em meio à crise umas foram levadas e outras obrigadas a buscar novos objetivos, se tornando por fim um empreendedor, como isso, essas pessoas alcançaram sua independência financeira. Aplicativos como Instagram e Facebook foram sem dúvidas como meios de comunicação para as pessoas que não

	podiam de jeito nenhum sair de casa, tendo que usar esses meios para trabalhar.
--	---

Fonte: Baseado Dornelas 2012

As ferramentadas citadas acima desde as mais simples até as mais complexas, possuem suas diferenças, porém são indissociáveis, no sentido de favorecer o crescimento e oferecer o apoio necessário para que o empreendedorismo seja impulsionado, mesmo diferentes, as mesmas caminham para o mesmo objetivo possibilitando um diferencial a fim de aumentar a produtividade por meio de um trabalho mais organizado.

As habilidades requeridas de um empreendedor podem ser classificadas em três áreas: Técnicas: envolve saber escrever, ouvir as pessoas e captar informações, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipe. Gerenciais: incluem as áreas envolvidas na criação e gerenciamento da empresa (marketing, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, planejamento e controle). Características pessoais: ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ter ousadia, ser persistente e visionário, ter iniciativa, coragem, humildade e, principalmente, ter paixão pelo que faz. (REIS E ARMOND, 2012, p. 30).

3.6 O microempreendedor Individual

Para ser um Microempreendedor individual um (MEI), segundo o SEBRAE – PE 2021, você precisa ter um CNPJ, ter facilidade com pedidos de empréstimos, também na abertura de contas e emissões de notas fiscais, não podendo esquecer de ter obrigações e direitos de pessoas jurídicas. Atualmente para ser um MEI, é necessário faturar até R\$ 81.000,00 por ano ou R\$ 6.750 por mês, não pode ter participação com outra empresa como titular ou sócio, e ter no máximo um funcionário que receba o salário mínimo.

O MEI foi criado em 2008, pela Lei Complementar nº 128, de 19/12/2008, facilitando os autônomos e trabalhadores que vinham buscando a sua independência financeira. De acordo com o Sebrae 2021, o microempreendedor individual tem como gastos apenas o pagamento do Simples Nacional que seria:

Comércio ou indústria R\$ 56,00 - Prestação de Serviços R\$ 60,00 - Comercio e serviços juntos R\$ 61,00. Sabendo disso, não se pode ser simplesmente o microempreendedor de uma hora pra outra, tem que conhecer todo o processo para conseguir o objetivo esperado, muitas pessoas tem medo de arriscar durante a sua

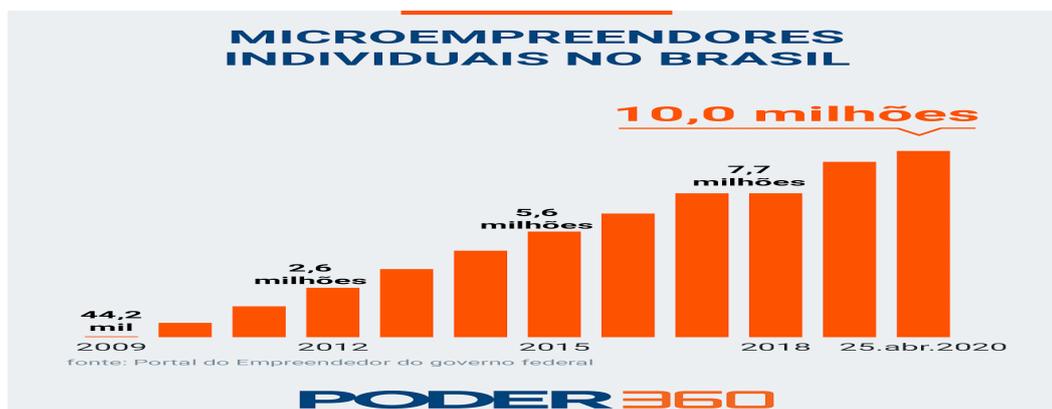
carreira de trabalho, sempre almejando a sua dependência financeira, mais não busca ganhar o conhecimento necessário para certas demandas ou situações, ter a sua independência é saber inovar, ter experiências e aprender com os erros e acertos dos outros, não é ficar esperando situações como crise para poder empreender, e sim buscar ter soluções objetivas para saber lidar com os problemas futuros, porque sair da rotina não é fácil, devemos arriscar se quisemos vencer.

É a pessoa que inicia e/ou dinamiza um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente. Essa definição envolve não apenas os fundadores de empresas e criadores de novos negócios, mas também os membros da segunda ou terceira geração de empresas familiares e os gerentes-proprietários que compram empresas já existentes de seus fundadores. O espírito empreendedor está também presente em todas as pessoas que, mesmo sem fundar uma empresa ou iniciar seus próprios negócios, estão preocupadas e focadas em assumir riscos e inovar continuamente mesmo que não estejam em seus próprios negócios. (CHIAVENATO 2012, p. 3).

A partir da citação acima, é possível afirmar que o empreendedor a partir do momento em que cria seu próprio negócio, ele deve estar ciente dos riscos que está correndo e da grande responsabilidade de se manter, porque não é fácil sustentar uma empresa em meio à crise, sabemos que mesmo que pessoas não tenham seu próprio negócio, as mesmas estão a cada dia buscando sempre inovar e buscando novas formas de sobreviver.

Conforme a figura 1 o Brasil ultrapassou a marca de 10 milhões de MEIs, na 6ª feira (25.abr.2020), segundo o portal do empreendedor. A modalidade registrou 586 mil novas adesões nos 4 primeiros meses de 2020. Em abril, foram 98.000 novos registros.

Figura 1 – Crescimentos de MEI no Brasil



Extraído do poder 360 – 28 abr. 2020

3.7 Empreendedorismo por necessidade

Entende-se que muitas pessoas tanto as que perderam o seu emprego em meio a um momento e não conseguiram voltar ao mercado de trabalho, quanto aqueles empreendedores que já estão desempregados há um certo tempo, têm a necessidade de abrir seu próprio negócio para ter uma renda extra, colocando em prática o seu conhecimento.

Para Vale, Corrêa e Reis (2014 p. 8), “O empreendedor por necessidade é aquele que abre uma organização pressionado pela ausência de alternativas de trabalho ou de outras fontes de renda”. é possível observar que os empreendedores são capacitados pela necessidade e, sendo assim, procuram ter como característica de identificar oportunidades no mercado que possam ser opções interessantes, sendo que essa qualidade interfere diretamente no comportamento do indivíduo que almeja empreender.

A crise da Covid – 19 que afetou o mundo financeiramente onde teve vários fechamentos de empresas, funcionários sendo demitidos, aumentando o desemprego, muitas pessoas tiveram que empreender, abrir seu próprio negócio para ter uma renda extra ou até mesmo para sobreviver neste momento de crise, muitos em meio a essa necessidade conseguiram não só vender seus produtos e serviços, porém também se identificou com o seu trabalho e vários tiveram sucesso com o seu produto ou serviço.

Conforme Hisrich et.al. (2014, p. 22) “o segredo para entender a ação empreendedora é ser capaz de avaliar o nível de incerteza percebido em torno de uma oportunidade em potencial e a disposição de indivíduo de enfrentar essa incerteza”. Assim, ser um empreendedor significa agir diante de uma oportunidade que vale a pena ser trabalhada. O empreendedorismo envolve ação. Antes da ação, os indivíduos utilizam seu conhecimento e motivação para superar a falta de conhecimento e formar uma crença de que existe uma oportunidade para alguém.

Na revista Exame, Zuini (2014), destaca que existem dois grandes grupos de empreendedores: os por necessidade, que começam o seu negócio para sobreviver, e os por oportunidade que são os que identificam um nicho que tenha potencial para crescer.

A crise para vários pode ser um momento difícil para investir em determinada área, porém para outros surge como uma oportunidade de crescer em meio a um momento como esse.

Alves (2011) dispõe que as oportunidades são situações em que os insumos, o trabalho e, portanto, outros ou novos bens são vendidos e negociados a um valor superior aos seus custos, de forma que se obtenham lucros. Nessa ótica, os empreendedores, em sua maioria, saem da zona de conforto influenciados pela necessidade de subsistência, a aspiração pelo lucro que empreender de forma correta pode proporcionar, entrando, assim, no mercado movido pela necessidade e pelas oportunidades. Compreende-se que vários profissionais optam por empreender em uma determinada área, muitos tem o objetivo de ter seu próprio negócio, aumentar também não só a sua renda, como também se tornar uma pessoa independente financeiramente. Podem ser diferenciadas quanto o seu aproveitamento, afinal podem ser complexas ou simples; com retorno de curto, médio e longo prazo; necessitam de um pesado investimento inicial ou não.

Vantagens de empreender seu próprio negócio compreende-se que empreender é nada fácil, porém existe algumas vantagens, você é o seu próprio chefe, você define o seu próprio horário, e você tem que ter paixão no que faz, pois o mundo do empreendedor, é bastante amplo. Para Brito, Pereira e Linard (2013, p. 15) “um empreendedor é capaz de conceder a algo já existente uma nova funcionalidade. Constantemente empenha-se em descobrir oportunidades para inovar, sem medo de assumir riscos”. Pois quando a pessoa faz o que gosta nem sente que está trabalhando, antes tem como um momento único de realização.

Devemos ter postura de líder, pois temos funcionários a pagar, contas e salários a pagar, porém você tendo em mente um objetivo de crescer o negócio, focando no seu objetivo de crescimento da empresa.

Para Dornelas (2011, p. 4) “o plano de negócios é um documento utilizado para planejar um empreendimento ou unidade de negócios, em estágio inicial ou não, com o propósito de definir e delinear sua estratégia de atuação para o futuro”.

Quem não gostaria de ser seu próprio patrão. E sabendo que o processo ele pode ser rápido ou lento, sabendo que nem sempre as coisas deram do nosso jeito, o empreendedor, tem a oportunidade de trabalhar com o que gosta, ao invés de trabalhar para o objetivo de outra pessoas, pois as melhores ideias são as que geram mais valor para a sociedade desvantagens de ter seu próprio Negócio a burocracia são um dos maiores fatores para antes de querer abrir o seu próprio negócio, sabendo que a responsabilidade é enorme em ter que se alto pagar, pagar funcionários e impostos etc, insegurança financeira, pois a empresa a qualquer momento pode

passar por algum momento difícil, saber que tudo depende do empreendedor, correr riscos de não dá certo.

O que diferencia o empreendedor de um indivíduo sonhador é a crença que algo dará certo, ter um “sonho realista” e o esforço que ele dedica a isso. Ele assume o risco dessa visão a investe financeiramente, usando de sua proatividade e criatividade.

Conforme Freitas e Manhães (2016, p. 2) “diante das dificuldades em conseguir um emprego e serem inseridas no mercado, as pessoas tem procurado no empreendedorismo a solução para suas dificuldades financeiras e descobrem uma habilidade para negócios até então desconhecida”

Um grande exemplo foi a empresa Ambev, que viu a necessidade de levar o seu produto ao seu cliente, sem que ele saísse do local que ele está, criou o app Zé delivery, onde em meio principalmente a pandemia atual que estamos vivendo, muitas empresas tiveram que fechar as portas, forma de vender seu produto, e com um serviço de qualidade, onde no ano de 2021 teve seu recorde em vendas, onde se tornou também o segundo maior delivery do Brasil é um dos maiores serviços do mundo.

3.8 Empreendedorismo digital

Entendesse que com o desenvolvimento da tecnologia, o mundo vem cada vez se avançando mais rápido, coisas que fazíamos antigamente que levava dias ou até mesmo meses, no mundo atual conseguimos fazer apenas em algumas horas ou minutos, o crescimento da internet vem nos possibilitando cada vez mais a relação com o empreendedor e com clientes usando as mídias e redes sociais, com isso existem ferramentas que impulsionam o comercio virtual, o acesso no mundo digital atualmente estar tão fácil que empresas usam de maneira que tragam estratégias para seus negócios, possibilitando o acesso a seus clientes de formas mais rápidas e objetivas, divulgando também aos seus clientes.

Para Gabriel (2010, p. 104) “o termo marketing digital é usado como sendo o marketing que utiliza estratégias com algum componente digital no marketing mix – produto, preço, praça ou promoção”. Com isso esse tipo de estratégias, empresas que estão no início, vem buscando o mundo digital como forma de expandir e divulgar as suas estratégias de negócios, para alcançar seus objetivos, o google oferece várias

ferramentas que auxiliam o empreendedor no seu trabalho, facilitando as vidas de muitas profissionais.

percebesse que o impacto do Instagram no comércio digital é muito grande, nascido em 2010 e sendo adquirido em 2012 pelo Facebook, vem sendo um sucesso, um aplicativo usado por muita gente atualmente, é uma ferramenta que vem ajudando muitos empreendedores, hoje qualquer pessoa pode criar o seu perfil e começar a divulgar os seus produtos, ou também pegar um perfil de famosos que já tem muitos seguidores e fazer seu marketing digital.

É nesse cenário que surge o marketing digital, um conjunto de ações de comunicação realizadas por meio da web, como celulares, tablets e notebooks, para divulgar e comercializar produtos e serviços de forma rápida e assertiva. Essas ações são idealizadas, estruturadas e aplicadas em canais digitais, desde sites até mensagens via aplicativos. Por isso é importante entender que o marketing digital não é um “bicho de sete cabeças”, mas que se trata de uma nova forma de fazer marketing, adequando-o as mídias digitais, que, por outro lado, também se adaptaram para funcionar como meios de divulgação mesmo quando não surgiram para isso. e Assad (2016, p. 29)

O marketing digital vem facilitando a vida de muito empreendedor tendo um vínculo de confiança com o cliente.

É notório que as redes sociais (Twitter, Instagram, Facebook, Pinterest etc.) ampliaram as possibilidades de troca de informações e influências, pois as pessoas falam sobre seus interesses, e entre eles estão empresas, marcas e produtos. Elas interagem no sentido de esclarecer suas dúvidas e conhecer os questionamentos de outros usuários, e usam, para isso, a opinião de pessoas conhecidas ou não TURCHI, (2019, p. 64).

O fato dessas ferramentas cada vez mais estar evoluindo facilitando pessoas tanto física como jurídica, a saber mexer no aplicativo, possibilitando também pessoas idosas que tem dificuldade de aprender, conseguir cada vez utilizar com mais facilidade.

Se por um lado, redes sociais relacionam-se pessoas conectadas em função de um interesse em comum, mídias sociais associam. É possível perceber que com o desenvolvimento da tecnologia, o mundo vem cada vez se avançando mais rápido, coisas que fazíamos antigamente que levava dias ou até mesmo meses, no mundo atual conseguimos fazer apenas em algumas horas ou minutos, o crescimento da

internet vem nos possibilitando cada vez mais a relação com o empreendedor e com clientes usando as mídias e redes sociais, com isso existem ferramentas que impulsionam o comércio virtual, o acesso no mundo digital atualmente está tão fácil que empresas usam de maneira que tragam estratégias para seus negócios, possibilitando o acesso a seus clientes de formas mais rápidas e objetivas, divulgando também aos seus clientes.

Por outro lado, redes sociais criam ligações entre pessoas com conteúdo (textos, imagem, vídeo etc.) gerados e compartilhados pelas pessoas nas redes sociais. Dessa forma, tanto redes sociais quanto mídias sociais, em sua essência, não tem nada a ver com tecnologia, mas com pessoas e conexões humanas. (GABRIEL, 2010, p.202).

As redes sociais e as mídias sociais em geral, cada uma com suas estratégias específicas vem facilitando a vida do consumidor e as empresas.

Começar um comércio ou uma empresa nunca foi fácil, hoje com o avanço da tecnologia se tornou mais fácil a abertura de empresas ou negócios, para ser um empreendedor atualmente com a ajuda da tecnologia e aplicativos os clientes estão chegando de forma mais fácil nas empresas que usam essas ferramentas para suas divulgações

Conforme explicado por Gabriel (2010. P.104), “a sociedade, o mercado e os consumidores mudaram, portanto o marketing também precisa mudar levando em consideração esse novo cenário e as novas ferramentas e plataformas de ação que com ele se tornam disponíveis.”

Pode-se afirmar que o Instagram é uma ferramenta bastante usada atualmente, e que se paramos para pensar antes mesmo de abrirmos o google, o Instagram já é usado em primeiro lugar para divulgações de empresas e negócios.

Carvalho (2020, p.58) disse: [...]todo dia eu uso o Instagram para me comunicar. Lá posso escrever, fazer lives, criar enquetes, responder perguntas, juntar a galera... Tá tudo lá, de graça! Se você tiver um bom conteúdo, uma boa proposta e um bom discurso, seu Instagram será muito mais eficiente do que um site. O que importa mesmo é seu discurso a sua capacidade de criar uma proposta atrativa.

O Instagram tem um grande poder de influência em meio a sociedade, com isso empresas usam isso como estratégias para divulgar o seu dia a dia, porque para nós consumidores cada vez que a gente vê uma propaganda na tv e no jornal repetidamente, ficamos com mais vontade de adquirir aquele produto, sabendo disso,

o uso do Instagram vem sendo o aplicativo com grande influência no mundo digital na hora de realizar uma compra ou o relacionamento com os clientes.

O Instagram permite que as marcas estejam em contato direto com o público no cotidiano, fortaleçam o relacionamento, divulguem lançamento de produtos e serviços e reforcem ou construam identidades. A maneira como cada marca dá forma ao seu perfil pode variar dependendo dos objetivos e do público consumidor de cada uma. (OTHON e COELHO, 2016, p.15).

Segundo Montardo (2010, p. 162) “A geração de conteúdo pelo consumidor, no que se relaciona à produção, armazenamento e distribuições de informação e opiniões sobre produtos/serviços e marcas na web, é uma realidade tornada possível por múltiplos

As mídias sociais vêm cada vez se destacando, trazendo soluções, para empresas e consumidores, empreendedores vem buscando o meio digital para superar os momentos de crises, sabendo que não é fácil se manter financeiramente, as dificuldades são muitas, e saber realizar essa tão difícil missão de se tornar um bom empreendedor, e superar desafios, cada vez mais difíceis, não é fácil.

Atualmente temos usados muito o mundo digital para fazer divulgações, usando muito o marketing para atrair consumidores.

De acordo com Kotler e Keller (2010, p 4), “o marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais. Para defini-lo de uma maneira bem simples, pode-se dizer que ele supre as necessidades lucrativamente.” A empresa se preocupa muito com os seus lucros com isso estratégias são criadas para procurar meios de informar seus produtos para os consumidores usando como ferramenta o marketing.

Na primeira fase, o marketing era orientado pela transação, concentrava-se em como efetuar a venda. Na segunda fase, o marketing tornou-se orientado pelo relacionamento – como fazer o consumidor voltar e comprar mais. Na terceira fase, convida os consumidores a participar do desenvolvimento de produtos da empresa e de suas comunicações.

O marketing colaborativo é o primeiro elemento básico do Marketing 3.0. As empresas que praticam o Marketing 3.0 querem mudar o mundo. Não conseguirão fazê-lo sozinhas. O Marketing 3.0 representa a colaboração de entidades de negócios que compartilham conjuntos semelhantes de valores e desejos. (KOTLER; KELLER, 2010, p. 12)

Usando a internet para usar o marketing expande a formas de relacionamento com os consumidores e as empresas.

A internet constitui um bom recurso para a empresa, pois permite explorar novas formas de negócio, promover uma comunicação direcionada e possibilita a interatividade com clientes, colaboradores e fornecedores. Além disso, a internet é uma excelente ferramenta para recolher dados sobre os clientes. (MARQUES, 2011, p.29)

Atualmente o comercio virtual vem crescendo muito rápido, até porque o consumidor prefere a facilidade das compras e no momento em que estamos vivendo de crise, muita gente prefere ficar em casa e receber seus produtos através de aplicativos que facilitam e vem ajudando cada vez mais, o WhatsApp vem sendo um aplicativo de muita importância para empresas e novos empreendedores que é um ferramenta de sociabilização mais íntima e restrita, onde podemos criar grupos para melhor se comunicar restritamente como a disponibilidade que o aplicativo tem de poder ser enviado a troca de arquivos e conversas sem que as informações não seja divulgado e sim só pra aquela pessoa a qual foi enviada.

Tecnologias de Informação e Comunicação consistem em dispositivos produzidos pelo engenho humano com a finalidade de obter, armazenar e processar informações, bem como estabelecer comunicação entre diferentes dispositivos, possibilitando que tais informações sejam disseminadas ou compartilhadas. (SANTOS, 2014, p.15).

Analisasse que nos dias de hoje o meio digital vem sendo de grande influência para muita gente, por causa da facilidade que a gente tem de adiantar nossos trabalhos, estar ajudando muita gente a ganhar o seu dinheiro, tirando muita gente da crise, ajudando as empresas a identificar perfis de pessoas de formas mais rápidas, esses meios vem ajudando o empreendedor cada vez mais a superar seus desafios, em meio à crise, porque sabemos que dinheiro não é fácil, existe muita gente desempregada em nosso meio, o país está passando por um situação difícil, não é preciso muita coisa para agente enxergar isso, basta ver em repórteres e jornais que vive hoje em dia, está sendo uma questão de sobrevivência , então usar o empreendedorismo como ferramenta para superar a crise é a solução para muitas famílias que estão se superando e conseguindo reverter tal situação.

“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).

A forma de empreender depende muito da disponibilidade e força de vontade de cada pessoa, e como a internet vem disponibilizando aplicativos e sistemas que disponibiliza a facilidade de começar a empreender, um empreendedor estar atento a tudo que acontece no mercado, tendo em vista que um pequeno descuido pode lavar ele a destruir a sua empresa até mesmo antes de abrir, se não estudar toda situação em volta.

De acordo com Orlickas (2010, p. 158) “o planejamento visa prever e minimizar os inibidores dos resultados e maximizar os facilitadores no processo de tomada de decisão, pois permitem que o gestor tome decisões mais assertivas”

Isso significa que tem que alisar e a hora certa de tomar as decisões corretas antecipadamente antes que ela exista, para quando for preciso a empresa está a um passo à frente, e não chegar à causa transtornos desnecessários.

A internet constitui um bom recurso para a empresa, pois permite explorar novas formas de negócio, promover uma comunicação direcionada e possibilita a interatividade com clientes, colaboradores e fornecedores. Além disso, a internet é uma excelente ferramenta para recolher dados sobre os clientes. Marques (2011)

Temos muitos recurso hoje em dia, que a internet nos proporciona, devemos apenas buscar conhecimentos e fazer acontecer, buscar se aperfeiçoar, porque muita gente tem coragem de empreender a partir do momento em que fica desempregado, o meio digital foi uma forma de tirar muitos desempregados da crise, porque os meios são muitos, e muita gente dentro da sua especialidade usa cada uma que seja do seu interesse para superar suas crises financeiras, buscando recursos, no momento em que o mundo se encontra buscar sua melhoria foi a solução para muitas pessoas, que buscar soluções de seus problemas no mundo digital, estamos em tempos que a internet está sendo um grande canal para se conectarmos como o mundo todo, e buscar ganhar dinheiro com isso, está sendo o momento melhor para aproveitar esse recurso e arriscar tudo, para melhorar a renda do trabalhador, que necessita de empreender para superar crises.

3.9 Os impactos da crise no empreendedorismo

Para entender os impactos da crise no empreendedorismo, é necessário identificar os desafios que a acompanha, onde muitos empreendedores têm que diminuir seus custos, números de funcionários e outros até paralisar seus negócios. Entende-se que muitos empreendedores e gestores precisam se adaptar a essa situação, se reinventando e melhorando os seus negócios, por meio disso, muitos empreendedores conseguem mesmo em meio à crise, transformar essa situação em uma chance de alavancar e de criar oportunidades.

quando a pandemia chegou ao Brasil, o cenário brasileiro era de superação da crise de 2014-2017, a qual foi originada por uma combinação de choques de oferta de demanda, devido a erros de política econômica. Estes fatores provocaram uma redução do crescimento da economia brasileira e incertezas sobre a solvência das finanças públicas. (SILVA 2020).

Partindo desse pensamento, compreende-se que as empresas e empreendedores temem o cenário de crise o encarando como um momento bastante desafiador, entretanto, não se pode banalizar que esses podem também sair dessa situação ainda mais fortes e com uma vasta bagagem de novos aprendizados e experiências, como exemplo, que a crise pode chegar aos seus negócios a qualquer momento, e para isso, deve-se sempre buscar estar preparados para situações como essas.

O processo de criação de algo novo, de valor. Em segundo lugar, requer a devoção, o comprometimento de tempo e o esforço necessário para fazer a empresa crescer. Em terceiro, que riscos calculados sejam assumidos, e decisões críticas sejam tomadas é preciso ousadia e ânimo, apesar de falhas e erros. (Dornelas 2016 p. 30).

Isso leva a pensar que a atual situação econômica em que o Brasil está inserido atualmente é de estagnação. Com isso, é muito importante que os brasileiros se arrisquem nesse momento de desespero para uma grande parte da sociedade, sendo criativos e inovadores, desvendando e alcançando formas de gerar oportunidades para empreender, caminhando rumo ao sucesso.

Com o desafio de enxergar a situação o mais rápido possível, e entendendo como a crise pode impactar o negócio, mesmo em meio a um momento como esse, deve-se manter a qualidade dos produtos e serviços, para que o público alvo não seja afetado. É possível ver que muitas empresas não conseguem sobreviver, as grandes

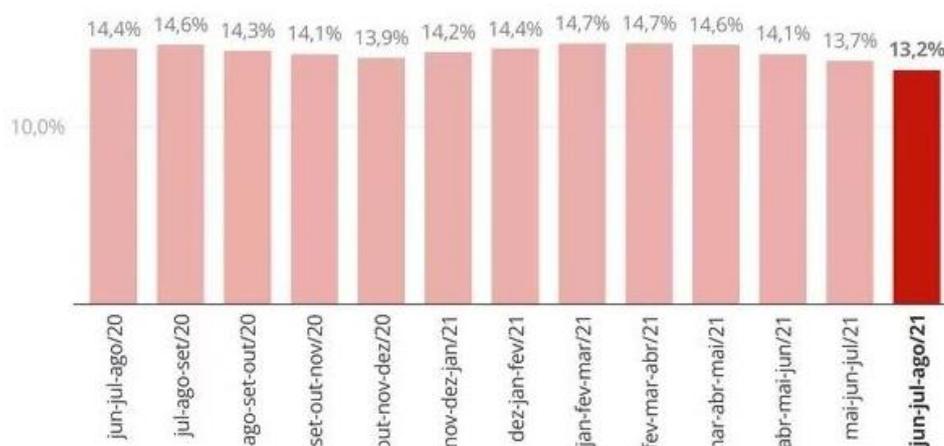
têm grandes possibilidades de suportar um momento como esse com um melhor desempenho, já as pequenas empresas tendem a sofrer mais nos momentos de crise.

O mundo está tão globalizado que qualquer ameaça de um colapso econômico em algum país pode colocar todo sistema em risco, e muitas vezes por mais que se possa acreditar que algo não irá ser afetado nem sempre há como garantir estabilidade (GONTIJO E OLIVEIRA,2011, p.2) Em meio a uma crise sanitária, como essa atual que estamos vivendo com a Covid-19, e uma das maiores crises econômicas da História, é necessário avaliar os nossos custos, ver o que podemos reduzir no momento como esse, evitar de encher o estoque para minimizar perdas, tentar realizar negociações com nossos fornecedores, investir no serviço delivery onde várias empresas tiveram que optar por esse serviço para sobreviver, devemos sempre entender o momento e saber como superar a crise, e saber tomar as melhores decisões.

Conforme figura 2, de acordo com o G1, no dia 30/09/21 09h00, a taxa de desemprego no Brasil ficou em 13% no trimestre acabando em julho, mas ainda atinge 14,1 milhão de brasileiros. O resultado representa uma redução de 1 ponto percentual em relação à taxa de desemprego dos três meses anteriores (14,7%) e a menor taxa de desemprego no ano. O dado também representa estabilidade em relação à taxa de desemprego em julho de 2020, que era de 13,8%.

Já entre os desempregados, a queda foi de 4,6% (menos 676 mil pessoas) em relação ao trimestre encerrado em abril, quando o IBGE estimou o número em 14,8 milhões de pessoas.

FIGURA 2 – Evolução da Taxa de Desemprego – Índice do trimestre



Fonte: IBGE, Desemprego - julho/2021 — Foto: Economia g1

A crise leva muitas pessoas a se reinventar em um momento como esse, onde muitas pessoas perdem seus empregos, pois as empresas em situações como essa, diminuí os seus custos, quadro de funcionários, e as que não consegue sobreviver em um momento como esse, dificilmente continua no mercado, o desemprego diminuiu um pouco, porém continua ainda em 14,1 milhões de desempregados no Brasil segundo o IBGE 2021 com o desemprego alto em meio a uma a crise da pandemia covid -19 que estamos vivendo, muitas pessoas tiveram que abrir o seu próprio negócio para ter uma renda, o trabalho por conta própria fez com que muitas pessoas descobrisse formas de estar no mercado, Segundo o IBGE o trabalho informal foi o principal responsável pelo crescimento da população ocupada. Essa classe – que inclui aqueles sem carteira assinada (empregados do setor privado ou trabalhadores domésticos), sem CNPJ (empregadores ou empregados por conta própria) ou trabalhadores sem remuneração – chegou a 36,3 milhões de pessoas e uma taxa de 40,8%.

3.10 Exemplos de empresas que inovaram em meio à crise

Conforme o quadro 2 é possível observar exemplos de empresas que utilizaram da inovação no período de crise, para se sobressair no mercado.

Quadro 2 Empresas que utilizaram a inovação.

EMPRESAS	DESCRIÇÃO
MRV Engenharia	A engenharia Civil teve que se reinventar a partir do momento em que se encontrou em uma situação difícil durante a pandemia do Covid 19, a MRV criou a campanha #FiqueEmCasa e se melhorou os seus canais para que suas vendas fossem de formas totalmente online, mesmo tendo que adiar suas construções e com os fechamentos de seus stands a companhia reportou um grande aumento de 28% nas suas vendas, progresso que a mesma não conseguiu nos últimos 3 meses do ano passado. A MRV se encontra nas 10 empresas mais inovadoras do Brasil.
	A Magazine Luiza estava com um projeto digital de 5 meses, mais com a chegada da pandemia, o projeto foi lançado em 5 dias, a crise forçou a Magazine a inovar de forma rápida e objetiva, a plataforma digital visa

Magazine Luiza	ajudar micro e pequenos varejistas a continuarem a vender mesmo em tempos de crise, tendo acesso aos 20 milhões de clientes do Magazine Luiza, os produtos podem ser oferecidos tanto no site como no aplicativo, essa foi a forma de superar os desafios nos momentos de crise.
Nike	através de informações do aplicativo, a Nike identificou estratégias para superar seus desafios no momento de pandemia, enquanto todas suas lojas encontrava-se fechadas, a Nike por meio de do seu aplicativo digital, usaram seus treinadores especialistas digitais para estabelecer uma melhor conexão com seus clientes, Apenas na China, o número de usuários ativos semanalmente em todos os aplicativos de atividade da Nike subiu 80%, gerando uma receita de US\$ 10,1 bilhões no final do primeiro trimestre, o que estava totalmente fora do esperado.
Reserva	a marca de roupa masculina Reserva nos momentos de crise teve que usar sua ferramenta de inteligência artificial e possibilita conversas diretas por SMS, Whatsapp, e-mail , ou Facebook , com as lojas físicas fechadas todos os seus funcionários foram para seu canal exclusivo de atendimento online.

Fonte: Baseado em Dornelas 2012.

É possível perceber o quanto a ferramenta de inovação foi importante para que as empresas pudessem dar continuidade no mercado. Comprova-se então a eficácia desta ferramenta no sentido de oferecer o respaldo necessário para superar as adversidades causada pela crise do Covid-19.

As crianças são moldadas a fazer as coisas de acordo com os princípios dos outros; começam a perder sua criatividade, aprendem a ter medo e a ficar restritas ao mundo tecnistas dos adultos, que lhes cortam a capacidade de criar, inovar e de ter iniciativa, de buscar autonomia, de desenvolver sua independência e autoconfiança. Substituem a iniciativa e a coragem que têm até esta idade pelo medo de errar, de fracassar de reprovar, de perder e desenvolvem, no lugar destas características o pavor por não conseguir resolver todos problemas que lhes são impostos. (FOLLE, 2011, p.14).

Nesses momentos difíceis, uma empresa tem que reinventar o mais rápido possível, buscar soluções, para continuar alcançando os seus objetivos, em meio à

crise muitas empresas foram forçadas a continuar os seus empregos por meios de aplicativos, que foram essências para dar continuidade em seus trabalhos, buscando se aperfeiçoar cada vez no dia a dia, procurando sempre o melhor para os seus funcionários e clientes.

A atitude empreendedora está relacionada à ação e a postura estabelecida, é algo que se aprimora e exercita ao passo que vai sendo praticada de forma a ser associada à racionalidade à vontade. Já o comportamento empreendedor é algo racional e imaginário que ocorre constantemente, mas pode ser burlado de alguma forma a sua racionalidade (SALIM, 2010, p. 33).

Pessoas passarão por momentos que não poderiam sair de suas casas para ir comprar ou buscar algumas mercadorias, que por meios de aplicativos foram levados às suas residências, pensando nisso, sabe-se que se reinventar às vezes leva tempo e dinheiro, não se deve fazer qualquer jeito, porque sempre que existir um projeto, tende-se a saber que se vai gastar no total e saber a sua demanda, não adianta em meio à crise inventar um projeto de qualquer maneira, deve-se fazer reuniões estudar as possibilidades, definir o dever de cada funcionário, fazer readaptações, e durante todo o processo, verificar se todos estão fazendo suas atribuições corretamente, enquanto isso empresas que não se reinventam durante a crise, terminam indo a falência, perdendo tudo e deixando muita gente sem emprego, apenas por um detalhe que se chama organização, um gestor, não deve simplesmente sentar em uma cadeira o dia todo e dar ordens, é simplesmente fazer o seu papel.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa aqui apresentada teve como objetivo demonstrar e analisar o tema empreendedorismo, dando ênfase principalmente ao processo de empreender como uma ferramenta eficaz para superar desafios causados por diferentes tipos de crise, sobretudo a crise mais recente que assolou o mundo, a crise sanitária causada pela pandemia da covid 19.

Analisou-se principalmente como as empresas se comportaram diante das mudanças no mercado, acarretando em fechamento temporário, falência, desemprego e inibição de prestação de serviços para a população. Buscou-se por meio da análise desses desafios, observar o surgimento de novos empreendedores, revelando talento, disposição e apresentando boas ideias para se envolver e inovar o

mercado criando diferentes tipos de empreendimentos e superando a crise financeira que grande parte da população veio a enfrentar.

Foi possível se deparar com uma realidade em que a formação, estudo e aprimoramento é fundamental, sobretudo nos dias de hoje, onde o mercado se torna cada vez mais competitivo, é necessário os o empreendedor busque sempre aperfeiçoar suas práticas e buscar novas estratégias para se manter firme no mercado estando ele em crise ou não.

Dessa maneira, foi possível concluir que o empreendedorismo é a chave para o surgimento de novos negócios, e que o mesmo vem enfrentando diferentes cenários ao longo do tempo deixando claro que vem evoluindo ao longo do tempo de acordo com as necessidades econômicas em cada fase da economia no Brasil. Assim, não foi diferente durante a pandemia da Covid 19, a partir das necessidades que surgiram durante esse período, muitos se tornaram empreendedores formais ou informais. Buscando atender um determinado público por meio de prestação de serviços e obtendo o lucro necessário nesse período difícil e sobretudo de desemprego.

Buscou-se deixar claro, portanto, que o empreendedorismo sempre esteve associado ao risco que cada empreender deve assumir sempre que decide tomar decisões, criar novos projetos, abrir novas empresas ou negócios a fim de prestar algum serviço ao cliente. A crise foi uma situação em que muitos desses empreendimentos necessitaram de novas ideias, buscando a reinvenção e superação das ideias ultrapassadas, frisando mais uma vez a importância do empreendedor buscar sempre estar atualizado dos problemas que poderá enfrentar no futuro.

REFERÊNCIAS

ALVES, A. R. **Empreendedorismo**. 2. Ed. Recife: Sectma, 2011

ARAGÃO, F. B. P. et al. **Curtiu, Comentou, Comprou: A mídia social digital Instagram e o consumo**. In: XVIII SEmeAD – Seminários em Administração. Fortaleza: Universidade estadual do Ceará, 2015. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/18semead/resultado/trabalhosPDF/613.pdf>. Acesso em: 02 ago.2020.

ASSAD, Nancy. **Marketing de conteúdo: como fazer sua empresa decolar no meio digital**. São Paulo : Atlas, 2016.

BONETTO, Matheus. **As principais características do empreendedor de sucesso. 2017**. Disponível em: <http://empreendedoresdamidia.com.br/as-principais-caracteristicasdo-empreendedor-de-sucesso/>. Acesso em: 28 set. 2018.

BRITO, Andréia Matos; PEREIRA, Pedro Silvino; LINARD, Ângela Patrícia. **Empreendedorismo**. 2013. Disponível em: http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/ifce/tecnico_edificacoes/empreendedorismo.Pdf. Acesso em: 15 set. 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo. Dando asas ao espírito empreendedor**. 4. Ed. São Paulo: Manole, 2012. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=ptbr&lr=&id=ons9cqaaqbaj&oi=fnd&pg=PT5&dq=empreendedorismo&ots=bycjto9dst&sig=83t63kgchjqahg0tzb3kgttczug#v=onepage&q=empreendedorismo&f=true>. Acesso em: 10 set. 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.

Desemprego recua para 13,7% em julho, mas ainda atinge 14,1 milhões, aponta IBGE.G1.2021.Disponívelem:<<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/09/30/desemprego-fica-em-137percent-em-julho-aponta-ibge.ghtml>> Acesso em: 25/11/2021.

DIAS, Maria Clara. **Brasil Bate Recorde De Novos Negócios Em 2021**, Exame 2021 Disponível em: <<https://exame.com/pme/brasil-bate-recorde-de-novos-negocios-em-2021/>> São Paulo Acesso em: 27 Out, 2021.

DOLABELA, Fernando. **Riscos Bem Calculados: o que é e o que faz o empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2010.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo - Transformando Ideias em negócios**. 6ª ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

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.

FOLLE, Jaime. **Empreendedores de sucesso: como os empreendedores constroem suas fortunas**. 2 ed. Frederico Westphalen: Grafimax, 2011.

FREITAS, Annamaria Claudino; MANHÃES, Viviane Ramos. **Análise do perfil do empreendedor no município de Campos dos Goytacazes**. 2016. Disponível em: <http://bd.centro.iff.edu.br/xmlui/handle/123456789/1146>. Acesso em: 09 set. 2018.

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital**. São Paulo: Novatec, 2010

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias**. São Paulo: Novatec, 2010.

GARCIA, R.; ARAÚJO, V.; MASCARINI, S.; SILVA, A. O.; ASCÚA, R. **Empreendedorismo acadêmico no Brasil: uma avaliação á criação de empresas por alunos universitários**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v.1, n.3, 2012.

Globo.com. Negócios. 2021. **As 10 empresas que mais cresceram durante a pandemia do coronavírus** Disponível em:<As 10 empresas que mais cresceram durante a pandemia do coronavírus - Época Negócios | Empresa (globo.com)> Acesso em: 25/11/2021.

GONTIJO, C. E OLIVEIRA, F. A. De. Subprime: **Os 100 dias que abalaram o capital financeiro mundial e os efeitos da crise sobre o Brasil**. Belo Horizonte. 2011. ISBN 9788591092024.

HISRICH, R.D.; PETERS, M.P.; SHEPHERD, D.A. **Empreendedorismo** – AMGH Editora LTDA, 9ª edição, bookman 2014.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 12a Edição. São Paulo: Prentice Hall. 2010.

MARQUES, Mariana C. M. I. **Marketing e Comunicação: A Web como ferramenta para a promoção turística dos hotéis da Costa do Estoril**. 2011. 149 f. Dissertação (Mestrado 59 em Economia) – Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa-Portugal, 2011. Disponível em . Acesso em: 01 de jul. 2016.

MARQUES. **A Influência do Marketing Digital para o Desenvolvimento das Empresas**¹, 2019:Tcc, Belem do para <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-2263-1.pdf>> MONTARDO. S. P. Conteúdo Gerado Pelo Consumidor: Reflexões sobre sua apropriação pela Comunicação Corporativa. Intercom- Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v.33, n.2, p. 161-180, Jul./Dez. 2010.

NOGUEIRA, Cleber Suckow. **Planejamento Estratégico**. São Paulo: Pearson **Números de MEIs no Brasil chega a 10 milhões**. Poder 360. 2020<<https://www.poder360.com.br/economia/numero-de-meis-no-brasil-chega-a-10-milhoes/>> Acesso em: 25/11/2021.

OLIVEIRA, Djalma. **Empreendedorismo, vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios**. São Paulo: Atlas - 2013 p. 94 – 98.

OLIVEIRA, Maxuel Ferreira. **Metodologia Científica: Um Manual Para A Realização De Pesquisas Em Administração**. Catalão GO, 2011 p. 6 – 10.

ORLICKAS, Elizenda. **Modelos de Gestão: das teorias da administração à gestão estratégica**. 1. ed. Curitiba: Ibpex, 2010.

OTHON, A. A. R., COELHO, P. G. M. **Comunicação de Marcas em Redes Sociais na Internet, 2016**.

PAULEK CASAGRANDE, Emanuele. **Plano de Negócio Para Abertura de Uma Distribuidora de Componentes e Perfis Para Esquadrias na Cidade de Chapecó – Sc.**, Chapecó, 2017. p. 10 - 17.

PEREIRA, M. F. **Planejamento Estratégico: teorias, modelos e processos**. São Paulo: Atlas, 2010.

PINTO KRAN, Andreia. **Empreendedorismo Como Oportunidade No Momento Da Crise Brasileira**, Goiás, 2016. p. 11 - 26.

QIAN, H.; ACS, Z. J. An **absorptive capacity theory of knowledge spillover entrepreneurship**. **Small Business Economics**, v. 40, p. 185 – 197, 2013.

REIS, Evandro Paes dos.; ARMOND, Álvaro Cardoso. **Empreendedorismo**. Curitiba: IESDE Brasil, 2012.

SALIM, C. S. **Construindo planos de empreendimentos: negócios lucrativos, ações sociais e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SANTIAGO, Emerson. **Crises econômico-financeiras. 2011**. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/economia/crises-economico-financeiras-de-1991-a-2011/>> Acesso em: 01 Out. 2021.

SANTOS, Clodogil Fabiano Ribeiro dos. **Tecnologias de Informação e Comunicação**. 1. ed. Gráfica Unicentro, 2014. 63 p.

SCHAEFER, Ricardo; MINELLO, Italo Fernando. **Mentalidade empreendedora: o modo de pensar do indivíduo empreendedor**. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, São Paulo, v. 6, n. 3, p. 495-524, 2017. Disponível em: <http://www.regepe.org.br/regepe/article/view/422/pdf>. Acesso em: 02 nov. 2018.

RABI, Luiz. **Análise de dados janeiro tem mais de 300 mil novas empresas e bate novo recorde histórico**. Serasa Experian. Disponível em: <<https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/analise-de-dados/janeiro-tem-mais-de-300-mil-novas-empresas-e-bate-novo-recorde-historico-revela-serasa-experian/>> Acesso em: 20 Set. 2021.

SILVA, Mygre Lopes. **Economia brasileira, Pré, durante e Pós-pandemia do covid19: impactos e reflexões.** Publicado em: 19/06/2020. Disponível em: Acesso em 15 de maio de 2021.

TOSI, Pedro. VIEIRA, Amanda. OLIVEIRA, Sônia. **Empreendedorismo** Disponível em: < <https://biblioteca.claretiano.edu.br/anexo/000036/000036dc.pdf>> Acesso em: 22 Set. 2021.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F; **Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?**. Revista de Administração contemporânea, Curitiba, v. 18, n. 3, p. 311-327, mai/jun. 2014.

WILDAUER, Egon Walter. PLANO DE NEGÓCIOS: Elementos constitutivos e processo de elaboração. 2ª ed. Curitiba - Pr: Ibpex, 2011 p. 25.

Globo.com **Zé Delivery, aplicativo de entrega da Ambev, tem vendas recorde no 1º semestre. Valor Investe Empresas. 2021.** Disponível em: <Zé Delivery, aplicativo de entrega da Ambev, tem vendas recorde no 1º semestre | Empresas | Valor Investe (globo.com)> Acesso no dia: 02/12/21

ZUINI, Priscila. **Os 9 tipos de empreendedores mais comuns no Brasil.** 2014. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/pme/os-9-tipos-de-empreendedores-mais-comunsno-brasil/>. Acesso em: 29 set. 2021.