

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO RIO GRANDE DO SUL
UNIDADE UNIVERSITÁRIA EM TAPES
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

KAREN SILVA RIBEIRO

**O EMPREENDEDORISMO NO CONTEXTO DA COVID-19: NECESSIDADE OU
OPORTUNIDADE EM TAPES-RS**

**TAPES
2021**

KAREN SILVA RIBEIRO

**O EMPREENDEDORISMO NO CONTEXTO DA COVID-19: NECESSIDADE OU
OPORTUNIDADE EM TAPES-RS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título no Curso Superior Bacharelado em Administração da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Marc François Richter

Coorientadora: Profa. Dra. Andreia de Bem Machado

**TAPES
2021**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

R484e Ribeiro, Karen Silva.

O empreendedorismo no contexto da Covid-19: necessidades ou oportunidades em Tapes-RS. / Karen Silva Ribeiro. – Tapes, 2021.
32 f.; il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, Curso de Administração (Bacharelado), Unidade em Tapes, 2021.

Orientador: Prof. Dr. Marc François Richter.
Coorientadora: Profa. Dra. Andreia de Bem Machado.

1. Empreendedorismo Tapes/RS. 2. Oportunidade de negócios. 3. Covid-19 e empreendimento. I. Richter, Marc François. II. Machado, Andreia de Bem. III. Título.

KAREN SILVA RIBEIRO

O EMPREENDEDORISMO NO CONTEXTO DA COVID-19: NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE EM TAPES-RS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título no Curso Superior Bacharelado em Administração da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Marc François Richter

Coorientadora: Prof^a Dr^a. Andreia de Bem Machado

Aprovada em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Professor Dr. Marc François Richter
Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – UERGS

Professora Dra. Silvia Santin Bordin
Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – UERGS

Professora Dra. Zenicléia Angelita Deggerone
Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – UERGS

Dedicatória

Dedico este trabalho ao meu filho Estevan, que é a razão que encontro para perseverar, crescer e me desenvolver em busca de um futuro melhor para nós.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha família, meus pais Carmem e Alexandre, que sempre me apoiaram e colaboraram com as tarefas diárias, aliviando assim o fardo dos afazeres domésticos, me proporcionando mais tempo para os estudos. Ao meu namorado Roque Gustavo que com seu apoio e incentivo me fez ingressar em uma universidade, que dedicou tantas horas me auxiliando em pesquisas e trabalhos. E por fim e não menos importante, aos meus orientadores, Marc e Andreia que com o entusiasmo e vasta experiência me deram a segurança necessária para enfrentar esta jornada. O meu muito obrigada de coração a vocês.

RESUMO

A crise sanitária causada pelo COVID-19, causou mudanças positivas e negativas no mundo dos negócios. Olhando para o lado positivo desta nova realidade, muitos empreendimentos, foram abertos nos anos de 2020/2021, gerando inúmeros empregos diretos e indiretos. Sendo assim o objetivo dessa pesquisa foi levantar as razões que levaram a abertura de empreendimentos durante a pandemia no período de 2020/2021, no município de Tapes/RS. Para tanto foi realizado uma pesquisa de campo, através de um questionário elaborado na plataforma *Google Forms*, e aplicado de forma online sem seleção dos participantes, bastando que estes estivessem empreendendo entre o ano de 2020 e 2021. Os resultados evidenciaram que 66,7% dos respondentes já planejavam a abertura do próprio negócio. E os que buscaram uma alternativa ao desemprego foi 16,7%, e aqueles que afirmaram ser outros motivos foi de 16,7%. Assim podemos constatar com essa pesquisa que a maioria dos respondentes viram a pandemia como uma oportunidade de empreender.

Palavras-chave: Empreendimento. Covid-19. Tapes-RS.

ABSTRACT

The health crisis caused by COVID-19, positively potentiated the business world. Many enterprises were opened in the years 2020, generating many direct and indirect jobs. Thus, the objective of this research was to raise the reasons that led to the opening of enterprises during the pandemic 2020/2021, in the municipality of Tapes/RS. To this end a field research was conducted, through a questionnaire prepared on the Google Forms platform, and applied online without selection of participants, provided that they are undertaking at the time questioned. It was concluded that 66.7% of respondents were already planning to open their own business. And those who sought an alternative to unemployment was 16.7%, and those who claimed to be other reasons was 16.7%. Thus we can see with this research that most respondents saw the pandemic as an opportunity to undertake.

Keywords: Enterprise. Covid-19. Tapes-RS.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 PROBLEMA DE PESQUISA	10
3 JUSTIFICATIVA	10
4 OBJETIVO GERAL	11
4.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS	11
5 REFERENCIAL TEÓRICO	11
5.1 COVID-19	11
5.2 EMPREENDEDORISMO	12
5.3 TIPOS DE EMPREENDEDORISMO	14
6 METODOLOGIA	15
6.1 RISCOS	16
6.2 BENEFÍCIOS	16
6.3 COLETA DE DADOS	16
6.4 CONTEXTO DA PESQUISA	17
7 RESULTADOS E DISCUSSÃO	17
Figura 01 – Faixa etária dos respondentes.....	17
Figura 02 – Escolaridade dos respondentes.....	18
Figura 03 – Ramo de atividade dos respondentes	19
Figura 04 – Meios de divulgação dos respondentes	20
Figura 05 – Período de abertura dos empreendimentos dos respondentes.....	22
8 CONCLUSÃO	22
REFERÊNCIAS	24
APÊNDICE A	27

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo visa pesquisar os motivos que levaram as pessoas a empreender no ano em que o mundo foi assolado pela pandemia do coronavírus SARS-CoV-2, causando uma crise econômica e sanitária. A pandemia causou a perda de 255 milhões de postos de trabalho no mundo ao longo do ano de 2020, segundo relatório da Organização Internacional do Trabalho (OIT, 2021). No Brasil, a pandemia gerou perda equivalente a 11 milhões de empregos. Somente nas duas primeiras semanas do mês de junho de 2020, cerca de 700 mil pessoas perderam seus empregos, segundo levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020). De acordo com a OIT, o Brasil experimentou um declínio na renda do trabalho de 21% no segundo trimestre de 2020, juntamente com uma perda de 22% em horas de trabalho. Embora a taxa de desocupação tenha ficado estável em 14,2% frente ao trimestre anterior, é a mais alta para um trimestre encerrado em janeiro (IBGE, 2021).

Mesmo em um cenário negativo, “*em tempo de crise também é sinal de oportunidade*”, pois no período de março a julho do ano de 2020, o Brasil registrou 551.153 novos registros de microempreendedores individuais (MEI) no país, sendo 16.788 registros a mais do que no mesmo período do ano de 2019 (BRASIL, 2021).

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, o impacto causado pela pandemia em microempreendedores modificou as funções de 5,3 milhões de pequenas empresas brasileiras, representando 31% do total de empresas (SEBRAE, 2020). Estas viram a possibilidade de oferecer novos serviços, ou se adequar modificando algumas formas de serviços para sobreviver. O empreendedor teve que se reinventar, transformando o seu negócio para atender aos desafios causados pela crise da COVID-19. Muitos empreendedores tiveram que reavaliar os seus negócios para adaptá-los ao novo perfil do consumidor.

Diante deste cenário, o presente estudo fez um levantamento através do uso de um questionário on-line para descobrir quais as razões e motivações principais que levam os indivíduos a empreender neste momento de pandemia, de que maneira estão conseguindo lidar com as restrições impostas, e quais as formas que encontraram para gerir seus novos negócios. O estudo foi realizado de um questionário *on-line* na plataforma Google *Forms* (<https://forms.gle/6eCDkNe5o2KPP6Ke6>), que foi divulgado de forma totalmente *on-line*, desenvolvendo assim a busca dos dados necessários para sanar estas questões

(MACHADO, 2021). Sendo divulgado em diversas redes sociais tais como Facebook, Instagram e outros, e também de forma direta presencialmente buscando os pesquisados.

2 PROBLEMA DE PESQUISA

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o empreendedor se caracteriza como alguém que cria algo novo, com valor agregado, encarando riscos financeiros, sociais e psíquicos com a intenção de alcançar uma satisfação pessoal, que pode se manifestar como satisfação e independência econômica. A partir disso, pode-se inferir que o tema deste estudo é: o perfil empreendedor durante a crise da pandemia da covid-19.

Entre as razões que explicam o surgimento de novos empreendimentos durante a pandemia Covid-19, autores da área têm evidenciado que isso esteve atrelado as definições de empreendedorismo, os empreendedores têm características em comum. Dentre eles, a iniciativa para criar um novo negócio e ter paixão pelo que faz. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa modificando assim o ambiente social e econômico onde vive. “Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.” (JOSÉ DORNELLAS, 2008).

Diante destes resultados, a pergunta orientadora deste estudo, buscou identificar quais foram as razões que levaram as pessoas a iniciar um empreendimento durante a pandemia do COVID-19 (2020/2021), no município de Tapes/RS.

Justificando-se assim a necessidade do levantamento de dados concretos de novos empreendimentos para entender as principais razões da abertura de empreendimentos, que poderá servir posteriormente como base de informações para futuros empreendedores.

3 JUSTIFICATIVA

O presente estudo contribui como subsídio na formação de novos empreendimentos ou até mesmo dos que já atuam, com a possibilidade de visualizar

os resultados obtidos por estes empreendedores, vislumbrando oportunidades ainda existentes para novos negócios, para os momentos de crise causados pela pandemia, que em novembro de 2021 ainda não terminou.

4 OBJETIVO GERAL

Levantar as razões que levaram a abertura de empreendimentos durante a pandemia 2020/2021, no município de Tapes/RS.

4.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Para atingir o objetivo geral do presente trabalho, foram desenvolvidos os seguintes objetivos específicos:

- Identificar os tipos de empreendimentos que foram abertos durante a pandemia (2020/2021);
- Conhecer o perfil socioeconômico dos empreendedores pesquisados;
- Descrever as motivações dos empreendimentos que iniciaram suas atividades durante a pandemia (2020/2021), no município de Tapes/RS.

5 REFERENCIAL TEÓRICO

De modo a esclarecer os conceitos utilizados, nesta seção são apresentados os pressupostos teóricos para o desenvolvimento da pesquisa. Inicialmente, faz-se uma explanação sobre a COVID-19 e suas consequências, na sequência, expõe-se a respeito do empreendedorismo em tempos de turbulência econômica.

5.1 COVID-19

COVID-19 é a uma doença infecciosa causada pelo novo Coronavírus: SARS-CoV-2, e surgiu pela primeira vez em dezembro de 2019, em Wuhan, na China

(MACHADO e RICHTER, 2020). O aumento do número de casos rapidamente caracterizou a infecção como um surto, de modo que, no final de janeiro de 2020, a Organização Mundial de Saúde – OMS, declarou a situação como uma emergência em saúde pública, uma pandemia (GIONES et al., 2020). A partir deste momento iniciaram-se os protocolos internacionais de quarentena em muitos países, com o fechamento parcial de diversos serviços não essenciais, sendo algumas fechadas parcialmente enquanto outros totalmente. Dando início a uma crise econômica em nível mundial enfrentada até o presente momento, onde muitos ainda não conseguiram se adaptar ou se adequar a esta nova realidade.

5.2 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo tem como concepção a habilidade e a competência em transformar conceitos em empreendimentos reais, promovendo o desenvolvimento de novos negócios, sabendo aceitar todos os riscos da operação e tendo como recompensa o lucro do mesmo (NAKAO *et al*, 2018).

Outra definição ligada ao empreender é (FERREIRA, *et al*, 2020):

[...] mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor. [...] sua essência se resume em fazer diferente, empregar os recursos disponíveis de forma criativa, assumir riscos calculados, buscar oportunidades e inovar.

Sendo assim, o empreendedor é um indivíduo que explora uma oportunidade de negócio por meio de alguma forma de inovação. Isso significa visualizar uma necessidade no mercado e preenchê-la por uma nova ideia de negócio. Com isso, é necessário criar alguma forma de produto, processo ou serviço que levará a ganhos financeiros (RATTEN, 2020). No cenário pandêmico, ocasionado pela pandemia da covid-19, nota-se que muitas pessoas se reinventaram para superar os desafios impostos pela crise sanitária, abrindo novas oportunidades de negócios, novos empreendimentos/empresa. Nesse contexto, empresas são criadas por necessidade não por oportunidade de empreender, são criadas muitas vezes por pessoas que perderam o emprego ou mesmo para aumentar a renda familiar (MACHADO, 2021). O empreendedor no contexto de crise econômica pensa em descobrir e explorar novas oportunidades, assim:

A motivação dos empreendedores iniciais pode ocorrer pela necessidade ou oportunidade. Os empreendedores por necessidade decidem empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego, propondo-se criar um negócio que gere rendimentos, visando basicamente a sua subsistência e de seus familiares (FERREIRA *et al.*, 2020, p. 3).

Neste contexto, o empreendedorismo pode ser conceituado de duas formas, sendo elas: empreendedorismo de oportunidade e empreendedorismo de necessidade. Em cenários de crise, denomina-se “empreendedorismo por necessidade”, pois neste contexto as pessoas predominantemente garantem uma fonte de renda para sobrevivência. Já o “empreendedorismo por oportunidade” é aquele em que o futuro empreendedor identifica um nicho de mercado e assim investe nesta área (GUIMARÃES *et al.*, 2020).

Demonstrando assim indivíduos capazes de explorar qualquer cenário possível. Para Muniz (2008), o empreendedor é aquele que se antecipa aos fatos, fazendo as coisas acontecerem com organização e visão de futuro, desta forma abre empresas com a intenção de administrá-las para aproveitar uma oportunidade.

Segundo Kotler (2017), diante de uma realidade cada vez mais transparente, a autenticidade é o ativo mais valioso. Quando empresas de serviços ou varejistas locais fecham suas portas, as ofertas de bens essenciais desaparecem, os consumidores não têm outra escolha a não ser mudar seus comportamentos e hábitos de compra para o online.

Dados de antes da pandemia, relatado por uma pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), no ano de 2019, aproximadamente 38% (dos brasileiros adultos (entre 18 e 64 anos) estão investindo em seu próprio empreendimento. Para aproximadamente 90% dos empreendedores, a falta de emprego foi a principal razão para iniciar o seu próprio negócio. Metade dos entrevistados (50%) também indicou o fato de querer "fazer a diferença" no mundo, 25% falaram da vontade de "construir riqueza", ou obter renda. A necessidade de ganhar dinheiro para pagar as contas também foi argumento para começar a empreender (GEM, 2019). O programa de pesquisa GEM, que é de abrangência mundial, realiza uma avaliação anual sobre a atividade empreendedora nos países participantes, entre eles o Brasil. Este programa teve início no ano de 1999, com a participação de 10 países, por meio de uma parceria entre a *London Business School*, da Inglaterra, e o *Babson College*, dos EUA. Este trabalho é considerado único, pois enquanto a maioria dos dados sobre empreendedorismo foca nas em novas

empreendimentos, o GEM estuda, de forma detalhado, o comportamento dos indivíduos com respeito à criação e gerenciamento de novos negócios (GEM, 2019).

A internet se tornou, nos últimos anos, umas das ferramentas vitais a sobrevivência de muitas empresas, e com a nova realidade vivida hoje, com as medidas de distanciamento social para a contenção do vírus, afetou drasticamente as empresas que dependiam somente de vendas e serviços presenciais. A partir deste contexto vivido em todo o mundo, e que afetou as finanças de muitos, as empresas e as pessoas tiveram de repensar seus hábitos de compra e venda de produtos, e começar a ser e viver a informatização do mundo (SEBRAE, 2020).

Diante da realidade de uma quarentena mundial e prolongada, as vendas *online* tornaram-se uma necessidade e uma oportunidade para os empreendedores em reinventarem seus negócios. Os serviços de *delivery* tornaram-se uma alternativa de atender ao novo perfil de consumidor. Em um contexto, no qual foi vedado o contato físico, as redes sociais passaram a ser uma maneira primordial de comunicação das empresas com seus clientes. A internet se torna refúgio nas inseguranças da pandemia. Considerando a magnitude da incerteza que assola a economia global, desde o início da pandemia da COVID-19, é evidente a necessidade de investigar como o empreendedorismo está sendo impactado pela pandemia (BROWN e ROCHA, 2020).

5.3 TIPOS DE EMPREENDEDORISMO

Oportunidade e necessidade são variáveis que constantemente costumam ser confundidas, por serem termos que possuem conteúdos similares e que, muitas vezes, Saber Humano, cruzam-se quando o indivíduo enxerga dentro da sua necessidade uma oportunidade para a sua subsistência.

O Empreendedor por Necessidade é aquele que cria seu próprio negócio, porque não tem alternativa, seja aquele que não teve oportunidade no mercado de trabalho ou foi demitido. Geralmente se envolve em negócios informais, desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e conseguindo como resultado pouco retorno financeiro. Esse tipo de empreendedor é um problema para países desenvolvimento, pois apesar de ter iniciativa, trabalhar arduamente e buscar de todas as formas a sua subsistência e a dos seus familiares, não contribui para o desenvolvimento econômico.

Na verdade, os empreendedores por necessidade são vítimas do modelo capitalista atual, pois não têm acesso a recursos, à educação e às mínimas condições para empreender de maneira estruturada. Suas iniciativas empreendedoras são simples, pouco inovadoras, geralmente não contribuem com impostos e outras taxas, e acabam por inflar as estatísticas empreendedoras de países em desenvolvimento, como o Brasil (DORNELAS, 2007, p. 14)

Segundo Hisrich & Peters (2002), o empreendedorismo de oportunidade se caracteriza por uma capacidade de criar algo inovador sob condições de incerteza, assumindo os riscos aí envolvidos. Perseverança e visão de futuro envolvem o processo de empreender que resultando em uma nova maneira de realizar uma atividade, um novo produto, serviço ou a criação de um novo empreendimento.

6 METODOLOGIA

O método científico identifica-se através de uma junção de regras básicas dos procedimentos que produzem o conhecimento científico, desenvolvendo algum novo conhecimento, ou trazendo uma nova correção ou visão de um fato, um aumento na área de incidência de conhecimentos anteriormente existentes. Assim para as autoras Lakatos e Marconi fica definido que:

A seleção do instrumental metodológico está, portanto, diretamente relacionada com o problema a ser estudado; a escolha dependerá dos vários fatores relacionados com a pesquisa, ou seja, a natureza dos fenômenos, o objeto da pesquisa. Os recursos financeiros, a equipe humana e outros elementos que possam surgir no campo da investigação. (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 163).

Diante disto trata-se de estudo do tipo transversal, quantitativo com aplicação de questionário APENDICE A, construído especificamente para analisar o comportamento destas pessoas que iniciaram seus empreendimentos em 2020/21.

Para garantir a equidade dos resultados, esse questionário foi elaborado na plataforma Google *Forms*, e aplicado de forma online sem seleção dos participantes, bastando que estes estivessem empreendendo no momento questionado. Buscando assim estes indivíduos com a divulgação *on-line* e publica do questionário e também pessoalmente.

O questionário que contempla 22 questões, e foi divulgado para a população em geral, através de aplicativos de comunicação (Facebook, Instagram, WhatsApp, e-mail, LinkedIn) compartilhando-se o link: <https://forms.gle/6eCDkNe5o2KPP6Ke6>.

Sendo questionado os motivos que levaram estes indivíduos a empreender, seu grau de satisfação financeira, as pretensões de se manter aberto, a escolaridade dos pesquisados, a área que estes empreendimentos atendem, dentre outras conforme o Apêndice A.

Da mesma forma, o TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido) também foi colocado *on-line* e não foi impresso. Ao acessá-lo visualizarão a seguinte expressão: “Declaro que tenho mais de 18 anos, e aceito participar da pesquisa”. Caso a resposta foi negativa, o questionário foi encerrado.

6.1 RISCOS

Os riscos de participação nessa pesquisa são mínimos, podendo envolver algum constrangimento ao responder às questões, cansaço relacionado ao preenchimento do questionário, ou desânimo em dar continuidade à pesquisa. No intuito de minimizar, tanto quanto possível, este desconforto o questionário foi desenvolvido com uma ferramenta de fácil manuseio, que propícia agilidade e rapidez sendo necessário cerca de 10 minutos para responder. Além disso é possível acessar pelo celular ou desktop, de acordo com a preferência de quem responde.

6.2 BENEFÍCIOS

Os benefícios e vantagens em participar desse estudo serão indiretos e não imediatos; entretanto, podemos citar a valiosa contribuição do respondente no trabalho que está sendo realizado, enquanto que, coletivamente, mencionamos a valorosa cooperação para o progresso da ciência, no sentido de permitir agregar conhecimento ao assunto do presente projeto.

6.3 COLETA DE DADOS

A divulgação on-line do questionário iniciou-se em 08 de agosto, encerrando em 30 de setembro de 2021. Sendo divulgada inicialmente nas redes sociais: Facebook

Instagram, WhatsApp, LinkedIn e e-mail. Após a segunda semana de divulgação, percebemos a necessidade de buscar pessoalmente os respondentes, sendo assim, fui em busca dos novos empreendimentos da cidade de Tapes/RS, fazendo a apresentação verbal da pesquisa e seu objetivo, pedindo a participação destes e passando o questionário diretamente para os empreendedores através do WhatsApp.

6.4 CONTEXTO DA PESQUISA

A pesquisa foi desenvolvida no município de Tapes/RS, o município atualmente tem uma população estimada de 17.363 habitantes. O percentual de pessoas ocupadas no município é baixo, no ano de 2019 era somente 13,1% segundo o IBGE. A cidade tem características fortes na economia arrojzeira e no turismo tendo em vista estar as margens da Lagoa dos Patos/RS. Com a pandemia e o baixo índice de empregos formais no município houve a abertura de diversos empreendimentos.

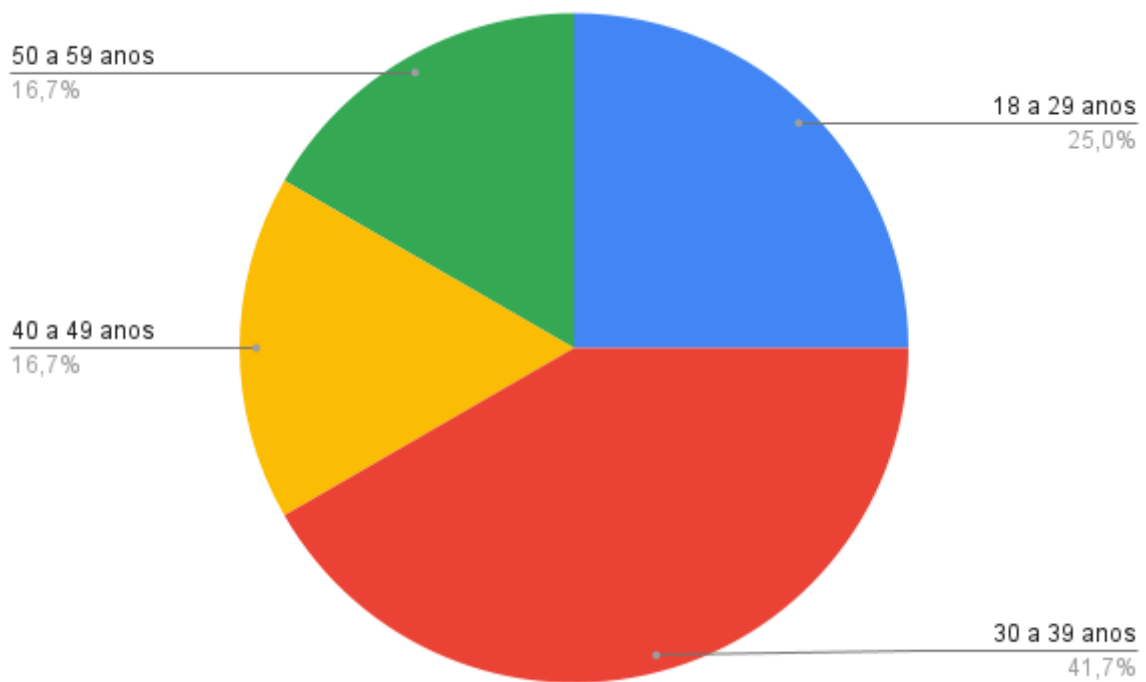
7 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente estudo teve o intuito de obter informações por parte dos participantes tais como as motivações e justificativas que levaram eles a abrir um empreendimento durante a atual pandemia da COVID-19. As respostas foram analisadas através de análise qualitativa e quantitativa e apresentados em formato de gráficos, gerado pelo Google *Forms*.

Os resultados do presente estudo são apresentados em formato de um TCC de Conclusão de curso e também em formato de um manuscrito de artigo científico (ainda em preparação), a ser submetido a uma revista científica indexada, qualis B.

Com a realização da pesquisa obteve-se um total de 12 respondentes, sendo que 50% deles foram mulheres e 50% homens, uma demonstração clara quanto a capacidade de empreender de ambos os sexos. Já a diversidade de faixas etária ficou entre 18 e 59 anos, conforme o figura 01 a seguir:

Figura 01 – Faixa etária dos respondentes.



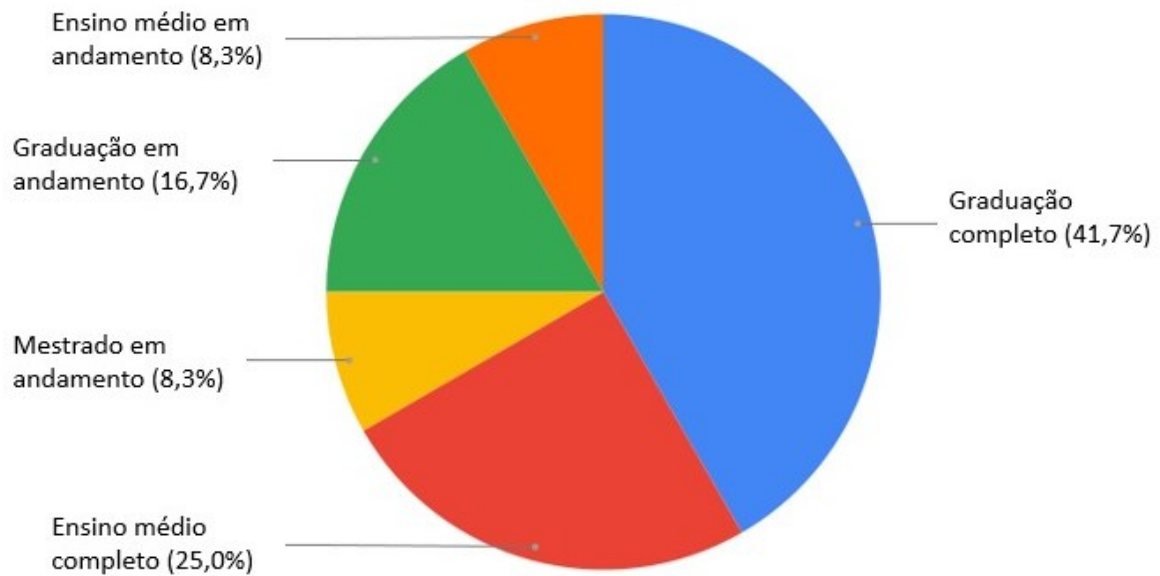
Fonte: Elaborado pela autora com base em dados da pesquisa (2021).

Referente a faixa etária, o maior percentual de respondentes se apresentou entre a faixa dos 30 a 39 anos, e a segunda maior faixa entre 18 e 25 anos, sendo assim a maior parcela populacional ativa entre os 18 e 39 anos foi quem mais empreendeu durante o período, corroborando os dados apresentados acima relativos à situação econômica do município, e também do país.

A pesquisa feita pelo SEBRAE no ano de 2019 mostrou que a maioria dos empreendedores brasileiros ainda são jovens são na maioria de 18 a 30 anos

Outro elemento significativo no desenvolvimento econômico vem do nível de instrução alcançado pela população, a figura 2 a seguir traz estes percentuais dos entrevistados.

Figura 02 – Escolaridade dos respondentes

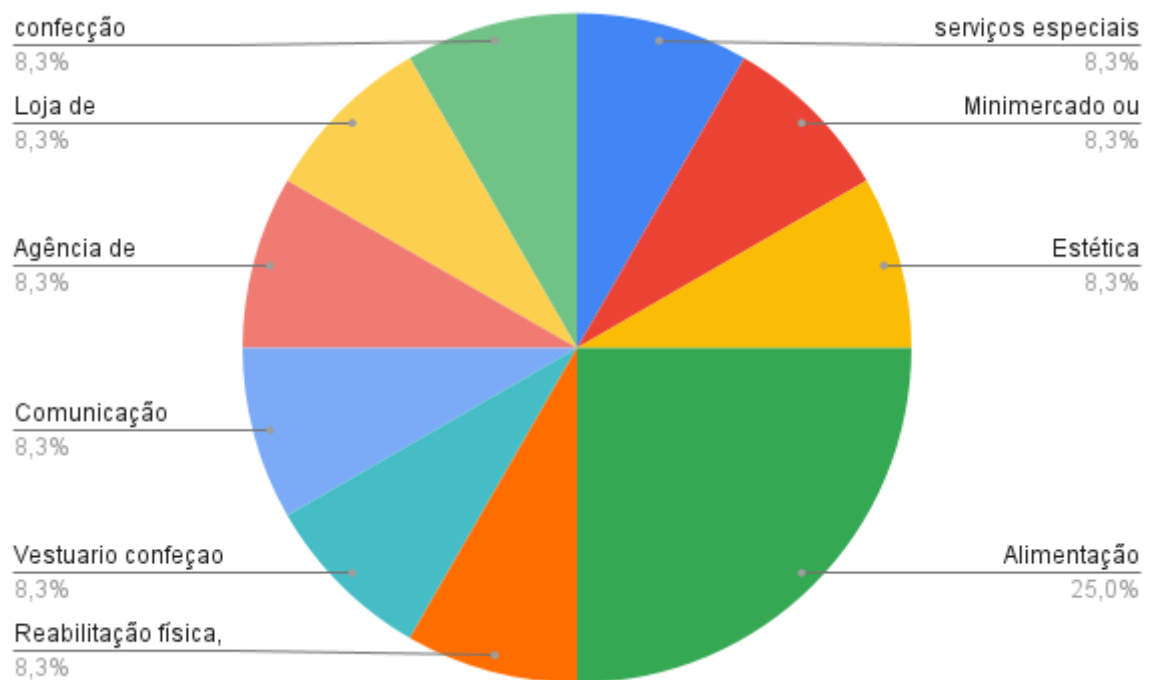


Fonte: Elaborado pela autora com base em dados da pesquisa (2021).

Ter acesso a cursos superiores se mostrou significativo dentre os pesquisados sendo que 41,7% dos entrevistados tem uma graduação completa, sendo que 8,3% deles já estão cursando Mestrado. Além disso, mais uma parcela de 16,7% está cursando um curso de graduação.

Nos levando assim a uma próxima etapa da pesquisa, que identifica as áreas mais escolhidas pela população amostral e os motivos que levaram os indivíduos a empreender. Trazendo assim a figura 3, que apresenta as áreas escolhidas.

Figura 03 – Ramo de atividade dos respondentes



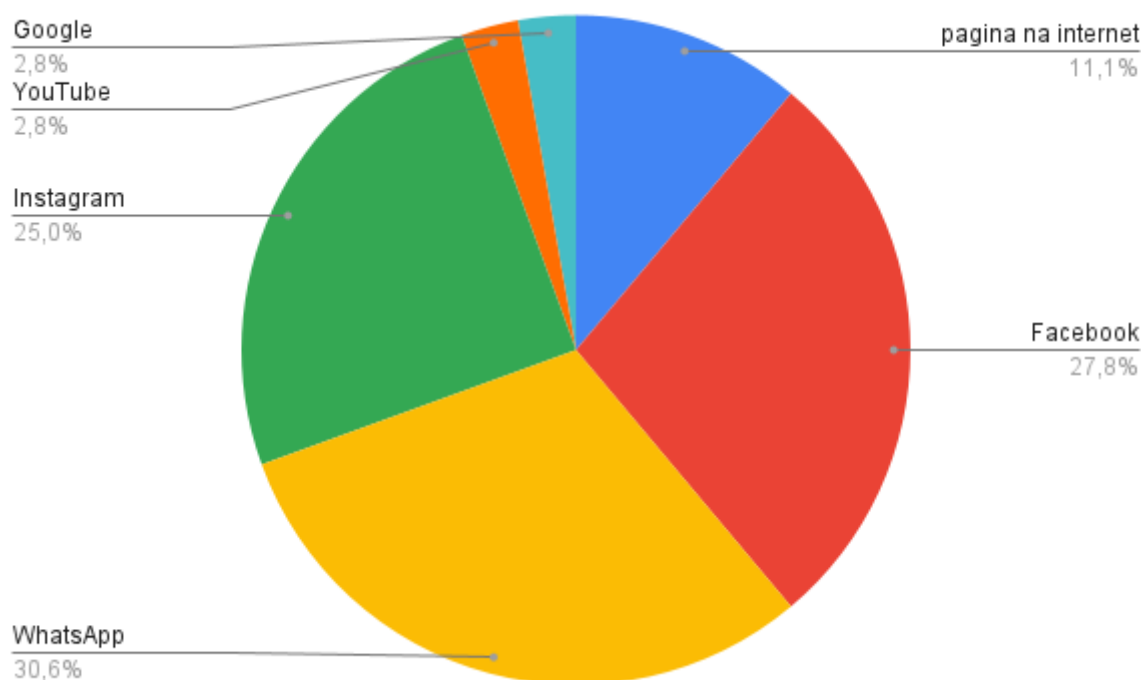
Fonte: Elaborado pela autora com base em dados da pesquisa (2021).

A figura 3 apresenta que 75,0% dos empreendedores optaram pelas mais diversas áreas, de saúde, beleza, serviços e vestuário. Mas se destacou os serviços na área da alimentação, com uma representatividade de 25,0%, evidenciando um setor que se destacou no período com o atendimento e entrega a domicilio.

Buscando-se os percentuais referentes ao que levou estes indivíduos a empreender neste período, como um dos objetivos específicos da presente pesquisa, se averiguou que um total de 66,7% já planejava a abertura do próprio negócio. E os que buscaram uma alternativa ao desemprego ficou na casa dos 16,7%, e aqueles que afirmaram ser outros motivos foi de 16,7%.

O questionário também buscou os dados referentes a divulgação dos empreendimentos, visando constatar a importância de cada meio de comunicação existentes. A seguir podemos visualizar melhor estes dados.

Figura 04 – Meios de divulgação dos respondentes

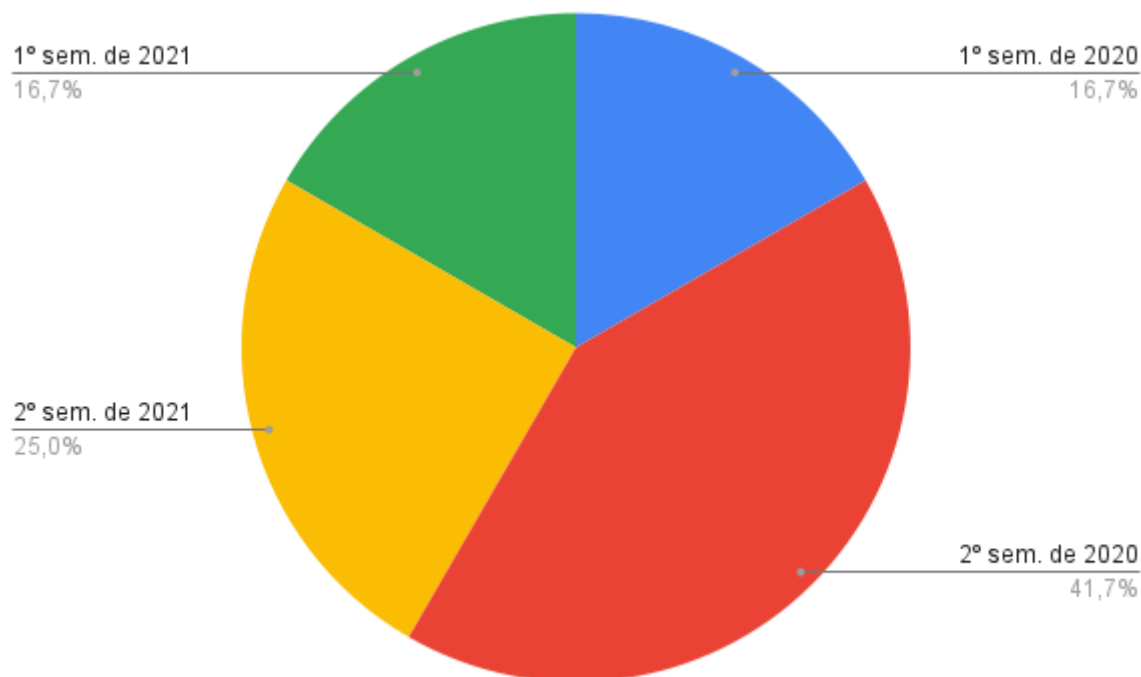


Fonte: Elaborado pela autora com base em dados da pesquisa (2021).

A ferramenta de comunicação conhecida como WhatsApp, um software para smartphones utilizado para troca de mensagens de texto instantaneamente, além de vídeos, fotos e áudios, destacou-se entre os meios de divulgação escolhido pelos participantes da pesquisa com um total de 30,6%, seguido das redes sociais Facebook 27,8% e Instagram 25,0%, aclarando a importância que tem os meios de comunicação eletrônicos nos tempos de pandemia e isolamento social. Já a tradicional pagina da internet está sendo usado por 11,1% dos respondentes.

Quando a parte financeira os entrevistados 91,7% afirmaram estar satisfeitos com os resultados, sendo que apenas 8,3% não está contente. O período de abertura dos empreendimentos esta evidenciado no próximo figura. Com 41,7% dos empreendimentos abertos logo no segundo semestre de 2020, passados seis meses do início da pandemia, muitos já buscaram alternativas a crise. Uma grande redução no primeiro semestre de 2021 com 16,7%, e novamente um aumento com um total de 25,0% dos entrevistados inaugurando no segundo semestre de 2021.

Figura 05 – Período de abertura dos empreendimentos dos respondentes



Fonte: Autora

Cem por cento (100%) da população amostral respondeu que mesmo que o país não estivesse enfrentando a atual crise econômica e sanitária teria empreendido mesmo assim. Estes novos empreendedores já vinham se preparando para investirem em seus negócios próprios, sendo que a maioria deles (75%) já estava preparado para isto, e somente 25% não se planejou para abrir um empreendimento.

Os empreendedores além de trazer seu próprio sustento, também empregam colaboradores, do total deles 72% trabalha somente a família, mas já 36% conta com ao menos um colaborador e 24% com dois.

Grande maioria dos novos empreendimentos (67,7%) estão registrados de alguma forma junto aos órgãos competentes, restando 33,3% na informalidade.

8 CONCLUSÃO

Conclui-se com essa pesquisa que empreender na crise sanitária foi uma oportunidade de gerar novos empregos no país durante o momento pandêmico, evitando cenários de aumento no desemprego no Brasil.

Constatou-se que todos os objetivos foram alcançados. E que os respondentes empreenderam neste período, pois planejavam a abertura do próprio negócio, essa foi a resposta de 66,7% dos entrevistados. Os empreendimentos que foram abertos foram nas áreas da saúde, beleza, serviços e vestuário. Destacando-se os serviços na área da alimentação, com uma representatividade de 25,0%, evidenciando um setor que se destacou no período com o atendimento e entrega em domicílio. Quando a parte financeira gerada pela abertura dos negócios, 91,7% dos entrevistados afirmaram estar satisfeitos com os resultados, sendo que apenas 8,3% não está contente.

Os negócios que foram abertos no momento pandêmico, além de trazer o próprio sustento ao empreendedor, também emprega colaboradores. Sendo que 72% dos entrevistados, trabalha somente a família e 36% trabalham sozinho ou com pelo menos um colaborador e 24% com dois, mas empregados.

Para futuras pesquisas, pretende-se abordar as razões que levaram os brasileiros a empreender e se os empreendimentos geram sucesso ou tiveram que ser fechados em menos de um ano após sua abertura.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Economia: **Brasil ultrapassa a marca de 10 milhões de Microempreendedores Individuais (MEIs), 2021.** Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2020/abril/brasil-ultrapassa-a-marca-de-10-milhoes-de-microempreendedores-individuais-meis>. Acesso em: 24 jun. 2021.

BROWN, R.; ROCHA, A. **Entrepreneurial uncertainty during the COVID-19 crisis: Mapping the temporal dynamics of entrepreneurial finance.** Journal of Business Venturing Insights, 14 (e00174), 1-10. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00174> Acesso em 01 de jun. 2021.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios:** 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2008.

DORNELAS, José C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso.** Rio de Janeiro: Elsevier, p. 14, 2007.

FERREIRA, G. T. C.; KAETSU, P. T.; CUNHA, C. L. Empreendedorismo na Amazonia brasileira: uma revisão sistemática da literatura. **HUMANIDADES & INOVAÇÃO**, v. 7, p. 443-455, 2020.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **GEM 2019-2020 Global Report**, 2020. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>. Acesso em: 12 jun. 2021.

GIONES, F.; BREM, A.; POLLACK, J. M., MICHAELIS, T. L., KLYVER, K., BRINCKMANN. **Revisando a ação empreendedora em resposta a choques exógenos: Considerando a pandemia de COVID-19.** Journal of Business Venturing Insights, Elsevier, vol. 14 (C). Jan, 2020.

GUIMARAES, C. P.; OLIVEIRA, Q. K. H.; DIMAS, M. S.; CORREA, T. M. M. **O empreendedorismo no contexto da covid-19: Necessidade, oportunidade e solidariedade.** In: VI Seminário Científico do UNIFACIG, 2020, Manhuaçu. Anais do seminário científico do UNIFACIG, 2020. v. 6.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Desemprego fica estável em 14,2% no trimestre encerrado em janeiro.** 2021. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/30390-desemprego-fica-estavel-em-14-2-no-trimestre-encerrado-em-janeiro>>. Acesso em: 26 de mar. 2021.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PNAD Contínua: taxa de desocupação é de 12,9% e taxa de subutilização é de 27,5% no trimestre encerrado em maio de 2020.** 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/28110-pnad-continua-taxa-de-desocupacao-e-de-12-9-e-taxa-de>

subutilizacao-e-de-27-5-no-trimestre-encerrado-em-maio-de-2020. Acesso em: 26 mar. 2021.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

Hisrich, R. D., & Peters, M. P. **Entrepreneurship** (5nd ed.). Boston: Irwin/McGraw Hill. (2002)

KIRZNER, I. M. **Perception, opportunity, and profit: studies in the theory of entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press, 1979.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de Metodologia Científica: teoria da ciência e prática da pesquisa**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

KOTLER, P. **Marketing 4.0. Do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
LAKATOS, E. M. MARCONI, M.A., Metodologia do trabalho científico. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. Disponível em <https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india> Acesso em 16 de jun. 2021.

MACHADO, A. de B. **CELTA: diretrizes para construção do conhecimento em incubadoras**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2021, p. 137.

MACHADO, A. de B.; RICHTER, M. F. **Sustainability in times of pandemic (Covid-19)**. **RECIMA21** – Revista Científica Multidisciplinar, 1(2), 264–279, 2020. <https://doi.org/10.47820/recima21.v1i2.25>

MUNIZ, C. N. S. **Atitude empreendedora e suas dimensões**. Dissertação de Mestrado em Administração. Brasília: Universidade de Brasília, 2008.

NAKAO, I. H.; PEREIRA, V. H. K. K.; FINGERMAN, N.; STETTINER, C. F.; MOIA, R. P.; JUNGER, A. P. O EMPRETEC como política pública de empreendedorismo. **Revista Humanidades & Inovação**, v. 5, n. 11, p. 388-397, 2018.

OIT- Organização Mundial do Trabalho. **Recuperação incerta e desigual é esperada após crise sem precedentes no mercado de trabalho**, 2021. Disponível em: https://www.ilo.org/brasilia/noticias/WCMS_767317/lang--pt/index.htm. Acesso em 26 de mar. 2020.

RATTEN, V. **Coronavirus and international business: An entrepreneurial ecosystem perspective**. Thunderbird International Business Review, v. 62, p. 629–634, 2020. DOI: 10.1002/tie.22161

SAMARA, B. S.; BARROS, J. C., **Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia**. 4. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, [S.L.], v. 13, n. 3, p. 450-467, set. 2009. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/s1415-65552009000300007>.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Empreender é o desejo da maioria dos jovens**. Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/perfil-do-jovem-empreendedor-brasileiro,2ded471583858610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 10 de dez. 2021.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Impactos do coronavírus: perspectivas para os pequenos negócios**. Perspectivas para os pequenos negócios, 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/galeriavideo/impactos-do-coronavirus-perspectivas-para-os-pequenos-negocios,cf6278aa85235710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 26 mar. 2021.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Estudo mostra novo comportamento do consumidor diante da pandemia**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/estudo-mostra-novo-comportamento-do-consumidor-diante-da-pandemia,9388ad41eab21710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em 18 de abr. 2021.

APÊNDICE A – Questionário *on-line* na plataforma Google *Forms*, incluindo o Termo de Consentimento.

Título da pesquisa: **Empreendimentos que foram abertos durante a pandemia COVID (2020 e 2021)**

TERMO DE CONSENTIMENTO

Esta pesquisa faz parte do estudo do Trabalho de conclusão de Curso – TCC da aluna Karen Silva Ribeiro, da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – UERGS.

Tem por objetivo analisar os empreendimentos que foram abertos durante a pandemia COVID-19 (2020 e 2021), na região Sul do Brasil. Com esse intuito, elaboramos um questionário, com 21 questões.

A data para preenchimento deste questionário é até dia 20 de outubro de 2021. Essa pesquisa assegura a não identificação pessoal dos participantes e sigilo das informações. Os dados serão somente utilizados para finalidade dessa pesquisa. Se você necessitar de mais esclarecimentos comunique-se com a acadêmica Karen Silva Ribeiro e/ou Prof. Marc Richter da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (Uergs), através dos e-mails: marc-richter@uergs.eu.br e/ou karen-ribeiro@uergs.edu.br.

Sua contribuição é de extrema importância para a pesquisa e, por esse motivo, agradecemos antecipadamente sua participação.

Acadêmica: Karen Silva Ribeiro

Orientadora: Prof. Dr. Marc François Richter

Co-orientadora: Prof.^a Dr^a. Andreia de Bem Machado

Assinale o seu termo de concordância:

- Aceito participar voluntariamente da pesquisa, mantendo o sigilo de minha identidade.
- Não aceito participar voluntariamente da pesquisa.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO – Faixa de Idade

- 18 a 29
- 30 a 39
- 40 a 49
- 50 a 59
- 60 ou mais anos

2. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO – Gênero

- Feminino
- Masculina
- Outros

3. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO – Grau de escolaridade

- Ensino fundamental – incompleto
- Ensino fundamental – completo
- Ensino médio – incompleto
- Ensino médio – completo
- Graduação – em andamento
- Graduação – completo
- Mestrado – em andamento
- Mestrado – completo
- Doutorado – em andamento
- Doutorado completo

4. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO – Formação

Indicar a sua formação _____

5. Qual o nome do seu empreendimento?

Indicar nome do empreendimento _____

6. Qual o ramo (área) do seu empreendimento?

- Alimentação (restaurante, lancherias, etc....)
- Estética (cabelereiro, manicure, etc....)

- Artesanato/cultura
- Concertos de produtos
- Minimercado ou loja de conveniências
- Empreendimento na área da tecnologia
- Empreendimento na área social
- Empreendimento na área da educação
- Outros _____

7. Quais os motivos que te levaram a empreender neste momento?

- Fiquei desempregado durante a pandemia (necessidade financeira)
- Já estava planejando de empreender
- Outros motivos _____

8. Como você faz a divulgação do seu empreendimento/negócio?

- Redes sociais/internet
- Panfletos
- Radio
- Boca a boca
- Outros _____

9. Financeiramente você está satisfeito com os resultados, e pretende manter o empreendimento após a pandemia?

- Sim
- Não

10. Você procurou algum tipo de qualificação ou curso para abrir seu empreendimento/negócio?

- Sim
- Não
- Não, mas tenho experiência para empreender!

11. O SEBRAE oferece diversos cursos sobre empreendedorismo de forma gratuita. Você teve acesso a algum deles?

- Sim

Não

12. Caso você respondeu com SIM na pergunta anterior, favor indicar quais cursos?

Favor indicar qual(quais) curso(s) _____

13. Quando você abriu o seu empreendimento/negócio?

primeiro semestre de 2020

segundo semestre de 2020

primeiro semestre de 2021

segundo semestre de 2021

14. Se o país não estivesse na atual crise econômica e sanitária da COVID-19, você teria empreendido mesmo assim?

Sim

Não

15. Você se preparou fazendo um Plano de Negócios para abrir seu empreendimento/negócio?

Sim

Não

16. Quantos colaboradores contratados seu empreendimento/negócio tem?

0

1

2

3 a 5

acima de 5

17. Você se registrou junto à Prefeitura como MEI (microempreendedor individual)

Sim

Não

18. Seu empreendimento/negócio tem uma página na internet e/ou em redes sociais?

- Sim
- Não

19. Caso você respondeu com SIM na pergunta anterior, favor indicar quais:

- Página na Internet
- Instagram
- Facebook
- WhatsApp
- Twitter
- LinkedIn
- Pinterest
- YouTube
- Outros _____

20. Deixa aqui seus contatos: telefone/whatsapp, e/ou redes sociais (Facebook, Instagram, etc...), e/ou e-mail?

Indicar contato(s) _____

21. Em que cidade seu empreendimento/negócio está localizado?

Indicar cidade _____

22. Em que Estado seu empreendimento/negócio está localizado?

- Acre (AC)
- Alagoas (AL)
- Amapá (AP)
- Amazonas (AM)
- Bahia (BA)
- Ceará (CE)
- Distrito Federal (DF)
- Espírito Santo (ES)
- Goiás (GO)
- Maranhão (MA)
- Mato Grosso (MT)
- Mato Grosso do Sul (MS)

- Minas Gerais (MG)
- Pará (PA)
- Paraíba (PB)
- Paraná (PR)
- Pernambuco (PE)
- Piauí (PI)
- Rio de Janeiro (RJ)
- Rio Grande do Norte (RN)
- Rio Grande do Sul (RS)
- Rondônia (RO)
- Roraima (RR)
- Santa Catarina (SC)
- São Paulo (SP)
- Sergipe (SE)
- Tocantins (TO)

Agradecemos a sua participação!