

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS  
ESCOLA DE DIREITO NEGOCIOS E COMUNICACAO – EDNC**

**Empreendedorismo: razões para empreender e os impactos e desafios no período da  
Pandemia  
Entrepreneurship: reasons to undertake and the impacts and challenges in the period of  
the pandemic**

**Linha de Pesquisa: Empreendedorismo e Inovação**

Leni Gabrielli Dias Barreto Brasil  
CPF: 052.953.721-46 lennybrazil@gmail.com  
Prof.a Dra. Tereza Cristina Pinheiro de Lima  
Prof.a Msc. Maria Aparecida Vaz Evangelista  
Prof.a Msc. Irene Reis

**RESUMO**

As significativas mudanças constantes na economia e principalmente no período de pandemia, fez com que o número de desemprego crescesse e cada vez mais pessoas busquem formas de sustento criando o próprio negócio. O objetivo da pesquisa foi conhecer as motivações e necessidades que levaram pessoas a empreender, detalhar o que mudou após criar o próprio negócio, quais as ações para mantê-lo, como foi o processo de inovação e o perfil e desafios de empreender. Metodologicamente utilizou-se da pesquisa exploratória descritiva com análise qualitativa a partir de entrevistas realizadas, gravadas e transcritas, com empreendedores de distintas áreas comerciais, tendo como critério de escolha, a acessibilidade, disponibilidade e interesse dos entrevistados. Os resultados respondendo as problematizações trazem como empreender transformou a vida do empreendedor, as dificuldades enfrentadas por quem escolhe criar o próprio negócio e as ideias inovadoras que deram certo perante uma realidade incerta.

**PALAVRAS CHAVES**

Empreendedorismo, Administração, inovação e pandemia.

**ABSTRACT**

The significant constant changes in the economy and especially in the pandemic period, caused the number of unemployment to grow and more and more people seek ways to earn a living by creating their own business. The objective of the research was to know the motivations and needs that led people to undertake, to detail what changed after creating their own business, what actions were taken to maintain it, how was the innovation process and the profile and challenges of undertaking. Methodologically, descriptive exploratory research was used with qualitative analysis based on interviews carried out, recorded and transcribed, with entrepreneurs from different commercial areas, having as choice criteria, accessibility, availability and interest of the interviewees. The results answering the problematizations show how entrepreneurship has transformed the entrepreneur's life, the difficulties faced by those who choose to create their own business and the innovative ideas that worked in the face of an uncertain reality.

**KEYWORDS**

Entrepreneur, administration, innovation and pandemic.

## INTRODUÇÃO

A busca por atividades independentes como forma de trabalho, seja ela um apoio extra no final do mês ou única fonte de renda, tem crescido consideravelmente no mercado. Com a pandemia da COVID-19, o número de desempregos foi preocupante e fez com que muitas pessoas se reinventassem, tanto no padrão de vida como na forma de ganhar dinheiro. Empreender é um processo que exige do empreendedor, primeiramente coragem para começar, muitas vezes sozinho uma ideia que pode ter passado anos sendo considerada impossível de ser realizada. É preciso dedicação para oferecer um produto ou serviço de qualidade e persistência para alcançar os objetivos desejados e suprir as próprias necessidades e as do empreendimento. É um negócio que exige um diferencial para se manter no mercado e inovação para conseguir prever os desejos dos clientes.

Nos estudos desenvolvidos por GLITZ et al., (2019, p. 19) discutem que nos últimos trinta anos, o avanço da tecnologia tornou impossível qualquer prognóstico: nunca se experimentou tanto, nunca foi tão viável empreender, arriscar e inovar. Este é um mundo beta, ou seja, em teste e aceleração constante. A convergência de tecnologias e a hiper conectividade tornaram abundante o conhecimento, que, por sua vez, resultou em um crescimento exponencial de negócios e empresas. Conforme eles citam, a tecnologia vem sendo cada vez mais aliada de quem quer empreender, de quem busca ousar no mercado que cresce cada vez mais e expandir seu negócio.

Atualmente, quando se trata de criar um próprio negócio, existem questionamentos como: Quais os motivos para empreender? Qual o perfil do empreendedor? Empreender atendeu as necessidades? Houve inovação no negócio? E como foi feita? Quais as dificuldades e facilidades para empreender?

Empreender requer ousadia, é entrar em um mundo novo e desafiar limites, é trabalhar diariamente com inúmeras possibilidades e dificuldades de como fazer dar certo. Além dos motivos de empreender, existem características que definem os perfis empreendedores e como o empreendimento atendeu as necessidades do empreendedor e do mercado. Para cada indivíduo dono do próprio negócio, existe uma motivação para suprir suas necessidades, desde as fisiologias até as de autor realização.

O presente projeto justifica-se no conhecimento das motivações e necessidades que levaram ao empreendedorismo, quais os perfis empreendedores, como empreender afetou e mudou a vida do empreendedor após a criação do negócio, o que é feito para mantê-lo e como precisou inovar após o período de pandemia que afetou milhares de pessoas e empresas e deixou muitos desempregados ou com salário bem reduzido. Para os empreendedores é um meio de contar um pouco de sua história e assim fazer-se conhecer seu produto e/ou serviço. É também uma forma de incentivar outras pessoas que querem começar seu próprio negócio e por medo, falta de investimento, ou quaisquer outros motivos não o fizeram ainda.

Como objetivo geral busca conhecer os motivos das pessoas para empreender e como inovou seu negócio no período de pandemia. Os objetivos específicos desenham a estrutura teórica e definição metodológica, com realização da pesquisa de campo e entrevista para coleta de dados em pequenas empresas para conhecer o perfil do empreendedor de cada empreendimento bem como, fazer análises dos dados integrados a teoria e levantar as dificuldades e vantagens de empreender.

O trabalho está estruturado no capítulo de introdução seguido da fundamentação teórica. Segue o capítulo de metodologia e o de resultados com a coleta e análise de dados, trabalhando os dados coletados na pesquisa de campo bem como as considerações finais e referências utilizadas na construção do estudo.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### Empreendedorismo

A atividade do empreendedor é tão antiga quanto o intercâmbio e o comércio entre os indivíduos na sociedade (LANDSTRÖM, HARIRCHI & ASTRÖM, 2012) uma vez que é através da criação de um negócio que se traz com ele empregos e uma nova maneira de pensar em produtos ou prestar um serviço, com o uso da tecnologia e da inovação para aproximar cada vez mais clientes e negócios.

O tema do empreendedorismo tem despertado a atenção de diversos pesquisadores ao longo dos últimos anos e percebe-se que a criação de novos negócios e a escassez do trabalho nas empresas tendo em vista crises recorrentes, o incremento de ações empreendedoras se faz presente. A iniciativa para se criar um negócio parte de diversos fatores, seja um sonho, uma percepção de carência de atendimento em determinada área, o anseio de levar algo novo às demais pessoas e fazer seu próprio nome no mercado. Independente dos motivos de empreender, segundo Dornellas (2008), entre as definições de empreendedorismo está a paixão pelo que faz, onde o empreendedor transforma o ambiente em que vive.

Muito além de criar um negócio, o empreendedor cria uma ideia, passando a ser adotada por quem compartilha dos mesmos ideais chegando até mesmo virar um estilo de vida a ser adaptado à realidade dos consumidores que desejam cada dia mais inovação. Não se trata só de um produto, mas na forma com que o serviço chega ao cliente e como é compartilhada a experiência desde a sua divulgação atraindo e aguçando os sentidos dos consumidores, até a finalização deixando a vontade de retornar.

Importante reforçar que o conceito muito difundido de empreendedorismo significa fazer algo novo, buscar sempre fazer diferente buscando novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor. As definições para empreendedorismo são várias, mas sua essência se resume em fazer diferente, empregar os recursos disponíveis de forma criativa, assumir riscos calculados, buscar oportunidades e inovar. (DORNELAS, 2008)

Conforme GLITZ et al., (2019, p. 32) diz em suas pesquisas A única forma de fazer a roda continuar girando, é, como se diz, não parar de movimentá-la, isto é, o único meio de um negócio manter seu crescimento é continuar sendo estimulado. Contudo, não basta ter ideias inovadoras, é preciso saber como, onde e quando as aplicar. Não sendo suficiente ser o primeiro a pensar em algo e sim, ser o primeiro a fazer dar certo, mesmo com todos os erros do processo.

O mundo está em constantes transformações, influenciadas por invenções que mudaram o comportamento das pessoas em curto período de tempo. O papel do empreendedor sempre foi importante para a sociedade, e atualmente obter essa característica é de grande valia para se destacar no mercado e obter sucesso nos negócios, o que interfere positivamente no processo econômico do país. Estudos indicam que o Brasil é um país empreendedor, e que o empreendedorismo de forma geral, tem contribuído consideravelmente no desenvolvimento econômico do país, mostrando ser um grande aliado na geração de emprego, renda e um excelente apoio as inovações. (DORNELAS, 2008)

Importante salientar que por traz das invenções, inovações, crises epidêmicas, dentre outras, que modificaram o estilo de vida da sociedade, existem pessoas diferenciadas, que apresentam características visionárias, que se arriscam em busca de algo inédito e procura olhar de uma forma diferente o que já existe no mercado. Pesquisas indicam através de um conjunto de autores que empreendedorismo contém as ideias de iniciativa e inovação, e que o empreendedor é alguém que sempre em ação busca satisfazer necessidades sempre insatisfeitas e assim investe em novos negócios, alternativas de negócios, novas formas de reinventar o seu negócio e assim, por diante na perspectiva de seguir caminhos não percorridos e assim, acredita que pode através de seu trabalho intervir na vida das empresas, negócios e pessoas. alterar o mundo. Assim acredita que ser empreendedor é ser uma pessoa que consegue detectar uma

oportunidade, lidando com as ameaças e através de iniciativas próprias realizar ações inovadoras dentro do mercado, oferecendo produtos e serviços com alta qualidade e rentabilidade. (DOLABELA, 2006)

O empreendedorismo no Brasil tem se modificado e vem abrindo portas para novos empreendimentos em diversos segmentos. É importante para o crescimento econômico, incentivar os empreendedores locais e futuros microempreendedores a elaboração de plano de negócios, projetando ações para a captação de recursos, desenvolvendo nesses empreendedores um melhor entendimento sobre o estudo de mercado, gestão e marketing e desta forma conseguir identificar novos nichos.

Os estudos realizados por Dornelas (2008) o empreendedorismo pode ser realizado por qualquer pessoa que tenha o desejo de empreender e assim, pode ser capacitado para empreender e desenvolver um perfil para que possa lidar com os desafios, adversidades, capacidade de planejar, liderança, motivação, entre outras características que permeia seu perfil. Formar-se para detectar uma oportunidade e cria um negócio, assumindo riscos calculados.

### **Razões para empreender**

Quando se trata de criar seu próprio negócio, existem inúmeras razões que levaram alguém a essa escolha, seja por necessidade ou independência financeira, opção familiar, gerar oportunidades e mais motivos dentro de cada individualidade do ser humano.

Entre todas as razões de empreender, destaca-se a de necessidade e de oportunidade. O empreendedorismo por necessidade é aquele que cria negócio por não haver uma alternativa e o empreendedorismo por oportunidade que são aqueles que descobrem uma oportunidade lucrativa e assim investem nela. (LEITE E OLIVEIRA, 2007).

Todo empreendimento existe por uma causa e não se pode deixar de salientar que também as mudanças vivenciadas no ambiente organizacional têm gerado dificuldade nas relações entre mercado e trabalho, por questões trazidas pelos avanços tecnológicos e minimização dos postos de trabalho, o que tem incentivado as pessoas abrirem seu próprio negócio.

O estudo sobre oportunidades leva a uma melhor compreensão sobre a criação e desenvolvimento de um empreendimento. A oportunidade pode ser resultante de uma descoberta acidental ou feita através de um processo de criação e construção de uma ideia. (MACHADO, 2013). O empreendedorismo começa com reconhecimento de uma oportunidade, seguido pelo desenvolvimento de uma ideia, com as avaliações de oportunidades, desenvolvimento do serviço/produto que será entregue ao seu cliente. (SHANE; LOCKE; COLLINS, 2003)

### **Facilidades e dificuldades de empreender**

Quando se trata de empreender não existe nada fácil, principalmente se tratando de criar um negócio onde as dificuldades já começam no papel, desde a idealização, recursos financeiros, endereço, visibilidade de mercado até a visão de futuro, quando questionado por quanto tempo o negócio vai conseguir se manter.

De acordo com o SEBRAE, as dificuldades em empreender podem começar com a falta de planejamento. Um plano mal formulado, ou a ausência dele, pode fazer com que decisões conflitantes ou erradas sejam tomadas, deixando a empresa vulnerável aos concorrentes. Saber onde se quer chegar e como fazer para chegar lá é fundamental – e normalmente os empreendedores de pequenos negócios estão tão envolvidos com as questões operacionais da implantação do negócio que não dedicam mais tempo aos próprios planos. (SEBRAE, 2021)

Segundo artigo publicado por GREATTI e SENHORINI existem restrições capazes de dificultar ou até mesmo barrar o início de um negócio. Após estudos, as autoras formaram categorias ao classificar as possíveis dificuldades que alguém possa ter ao empreender.

Quanto a economia, para GREATTI; SENHORINI (2000) na maioria das vezes as ideias do empreendedor são barradas pela dificuldade de captar recursos devido às elevadas taxas de juros praticadas no mercado financeiro e a escassez de linhas de créditos para financiamento. Quanto a localização, as mesmas autoras citam que entre as dificuldades está a falta de terrenos com estrutura para o empreendimento ou de locais com preços acessíveis de compra ou locação. O que faz com que muitos optem por iniciar dentro de suas casas, mesmo com pouco espaço e instalações pouco adequadas.

As dificuldades burocráticas são aquelas que permeiam - muitas vezes até barrando as ações do empreendedor durante a fase de elaboração e registro do processo formal de constituição do novo empreendimento. Para atender todas as formalidades, o empreendedor deve satisfazer as exigências de vários órgãos como a Receita Federal, Receita Estadual, Prefeitura, entre outros, o que ocasionam entraves à constituição legal do empreendimento. (GREATTI; SENHORINI, 2000)

Com a tecnologia, as dificuldades podem ser tanto em saber o que usar, como no uso da tecnologia em si, como execução de programas, softwares e sistemas. E existe também a dificuldade de mercado, se inserir no mercado. Mesmo a ideia partindo de criar um produto ou serviço de qualidade, ele deve ser aceito pelo público, deve ser considerado útil e gerar valor para quem o adquirir, podendo assim, o empreendedor ter sucesso em seu empreendimento.

### **Perfil Empreendedor**

Quando se fala em empreendedorismo, deve-se levar em conta não somente o empreendimento em si, antes de qualquer negócio sair do papel e criar forma, existe alguém por trás dele, responsável por criar, inovar, ter proatividade e dedicação. E identificar o perfil do empreendedor é essencial para o sucesso do negócio.

De acordo com o SEBRAE existem quatro tipos de perfil empreendedor: Corporativo, Inovador, Provedor e Independente e que os resultados de um empreendimento estão diretamente associados as atitudes do tipo de empreendedor que cada um se identificar.

Segundo PATRUS e SILVA (2017), para que o empreendedorismo alcance o sucesso em uma sociedade, é necessário que educação empreendedora seja implementada, já que a mesma é considerada essencial para o desenvolvimento econômico e social de um país. A efetividade de tal educação está diretamente relacionada ao uso apropriado de métodos e estratégias de ensino capazes de instruir e preparar os estudantes com habilidades e conhecimentos necessários para a condução de novos negócios.

A identificação de oportunidades torna-se central no empreendedorismo. Acrescenta-se também a recombinação criativa de recursos (SHANE, 2000). No entanto, evidências empíricas sugerem que tanto a necessidade (orientação para o passado) quanto as oportunidades (orientação para o futuro) respondem pelo empreendedorismo, revelando a complexidade das motivações para empreender.

Múltiplas explicações sobre o empreendedorismo têm sido propostas para que seja possível tomar conhecimento do porque algumas pessoas e não outras engajam-se na carreira empreendedora. Abordagens econômicas afirmam que o fenômeno se deve a motivações financeiras (maiores lucros) e econômicas (crescimento da empresa). A inovação responde por mudanças nos diversos ciclos econômicos e está intimamente ligada a ações empreendedoras. Aspectos subjetivos, como capacidade de inovar e lidar com a incerteza são igualmente relevantes. Ao inovar, o empreendedor incorpora novos conhecimentos a produtos, processos, mercados e organizações. Sua percepção de maior controle dos resultados de suas ações o torna mais hábil a lidar com ambientes instáveis. (Loiola, Gondim, Pereira, & Ferreira, 2016)

## **Empreendedor x empresário**

Por mais que possa parecer, um empresário nem sempre é empreendedor. O empresário cria seu próprio negócio gerando empregos e oportunidades, fazendo seu empreendimento crescer. O empreendedor requer uma postura, o que o diferencia de um empresário é o seu comportamento diante das situações que possam aparecer. Com base em estudos realizados TAJRA, 2019 cita que empreendedorismo está relacionado à atitude, à postura pessoal e à maneira como o indivíduo se comporta diante das situações com que lida em seu dia a dia. Ser empreendedor é ter entusiasmo e energia para desenvolver as ideias e transformá-las em ação. (TAJRA, 2019)

Em conformidade com Hisrich, Peters e Shepherd (2009) empreendedor é aquele que busca agregar a todo instante, valor a sua personalidade, além disso, busca introduzir mudanças e inovações, concentrando todas as suas forças no intuito de manter-se no ápice. Desta forma assumem riscos pessoais, financeiros e sociais em comprometimento a sua carreira profissional.

Há ainda a pessoa empresária com espírito empreendedor, sendo ela a criadora do seu próprio negócio, gerando empregos, trazendo em seu empreendimento inovações e mudanças na forma de pensar e agir de quem compra seu produto ou utiliza de seus serviços. O empresário com espírito empreendedor se adapta às mudanças sociais, culturais, econômicas e tecnológicas. Ao mesmo tempo que é dono do seu próprio negócio, é também o agente principal para estimular inovações em seu empreendimento. (TAJRA, 2019)

## **Empreendedorismo e Inovação**

A inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, um processo, um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas (MACHADO et al., 2020). É a recombinação de ideias antigas, originando uma nova ideia criativa, capaz de modificar a ordem atual (BRUNO-FARIA & FONSECA, 2014).

A inovação é uma necessidade essencial do negócio e as empresas que não inovam morrem (CHESBROUGH, 2006). A inovação aberta posiciona-se como uma ferramenta ponderosa para o desenvolvimento sustentável das empresas (MACHADO et al., 2020) e a inovação social como uma nova solução para um problema social, que atua de forma mais eficaz, eficiente e sustentável que as soluções existentes, a qual agrega valor à toda a sociedade (PHILLS e DEIGLMEIER, 2008). Essa solução é o resultado da experimentação ou implementação de uma ideia de projeto diferenciado (solução inovadora) que gera impacto social positivo, ou seja, que provoca uma melhoria da qualidade de vida ou nas perspectivas de desenvolvimento de um ou vários grupos sociais (Loureiro, 2019), contribuindo com valor positivo para a sociedade, através de métodos mais eficientes, eficazes e sustentáveis.

O processo de mudança é o caminho adequado para o avanço das soluções que resolvam as necessidades sociais, econômicas e ambientais tendo em vista um futuro sustentável. Essas soluções podem ser respondidas através de iniciativas de empreendedorismo sustentável, próximo passo dos negócios responsáveis, visto que se torna cada vez mais evidente que as empresas são obrigadas a assumir um papel mais ativo quando se trata de resolver problemas sociais e ecológicos. A inovação e a criação de valor sustentável são a chave para o sucesso dos negócios (BRANCO, 2016).

## **Empreendedorismo x pandemia**

A chegada da pandemia causada pela covid-19, trouxe consigo uma nova realidade quando se trata de mercado de trabalho, levando muitas pessoas a terem que deixar seus empregos, seja por demissões ou até o medo de contaminação. É o que os estudos realizados pela AGÊNCIA BRASIL, 2021, indicam nos últimos 12 meses, o número de pessoas com idade

de trabalhar que estavam fora da força de trabalho por conta do desalento avançou de 4,8 milhões para quase 6 milhões, uma alta de 25%. Por outro lado, essa taxa de desemprego fez com que cada vez mais pessoas buscassem uma nova forma de levar sustento às suas casas através da criação do seu próprio negócio, sendo ele informal ou não. Como mostra pesquisa realizada também pela AGÊNCIA BRASIL, 2021 a recuperação da ocupação vem ocorrendo de maneira mais intensa entre os empregados sem carteira e os trabalhadores por conta própria, que integram os segmentos informais do mercado de trabalho. O contingente de trabalhadores sem carteira e por conta própria registraram recuos menos expressivos no primeiro trimestre de 2021 com retrações de 12,1% e de 1,3% respectivamente, do que no trimestre móvel encerrado em agosto de 2020, quando os recuos foram de 25,8% e de 11,6%. (AGÊNCIA BRASIL, 2021)

As autoridades governamentais também possuem sua parte na abertura de novos negócios, é o que mostra o site do GOVERNO FEDERAL, 2021, onde estudos apontam que O crescimento da abertura de novos negócios no país é reflexo também de iniciativas importantes do Governo Federal que estão melhorando o processo de registro e legalização de empresas. Entre as medidas que facilitam a vida do empreendedor estão o registro automático de empresas, a Lei da Liberdade Econômica (Lei 13.874/2019), a dispensa de alvará para exercício de atividades de baixo risco, e a recém-publicada Lei nº 14.195, que busca simplificar ainda mais a abertura e o funcionamento de empresas no país.

O Brasil obteve mais uma vez recorde no número de empresas abertas em um quadrimestre, alcançando a marca de 1,4 milhão de novos negócios. O saldo positivo de empresas a mais em funcionamento no país de maio a agosto de 2021 chegou a 936.229. Esse saldo é a diferença entre todos os negócios abertos (1.420.782) e fechados (484.553) no período. O total de empresas ativas no Brasil é de 18.440.986. (GOVERNO FEDERAL, 2021)

## **METODOLOGIA**

Os métodos de pesquisa utilizados no estudo se baseiam primeiramente no campo da ciência monodisciplinar ao abordar assuntos específicos do curso de Administração, trabalhando conceitos e disciplinas como Empreendedorismo e Inovação.

A pesquisa tem a finalidade aplicada. A pesquisa prática também chamada de pesquisa aplicada visa encontrar soluções às necessidades apresentadas na realidade, ou seja, estabelecer ordem e controle na natureza. É um teste prático das posições teóricas (LEÃO, 2017). E o estudo possui a finalidade aplicada devido a aplicação de suas teorias na prática, unindo a teoria com os resultados coletados e os aplicando na realidade de cada entrevistado.

A abrangência de tempo para a realização do estudo foi transversais, considerando que o estudo foi feito uma vez e os levantamentos das opiniões nele contidas remetem à realidade temporal da realização do mesmo, associando teoria e realidade. Os dados podem ser coletados através de fontes diretas também chamadas de primárias ou a partir de fontes secundárias (FREIRE & PATTUSSI, 2018).

Quanto ao objetivo é exploratória descritiva. As pesquisas exploratórias tendem a ser mais flexíveis em seu planejamento, pois pretendem observar e compreender os mais variados aspectos relativos ao fenômeno estudado pelo pesquisador (GIL, 2017). E o estudo se caracteriza como exploratório descritivo por procurar estar mais por dentro da problematização, tendo o referencial teórico unido a entrevista junto aos empreendedores pesquisados o objetivo de expor e descrever os problemas enfrentados por quem empreende.

A natureza da pesquisa é de caráter qualitativa, esse modo de análise, se caracteriza mediante a entrevistas e análises com empreendedores para entender o que leva alguém a empreender e como funciona esse processo quanto a inovações, tecnologia e em relação a pandemia o que mudou. O questionário utilizado como coleta de dados nesta pesquisa, pode ser

definido como uma técnica de investigação e tem por objetivo conhecer opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas e outras situações vivenciadas por pessoas (GIL,2010).

Os procedimentos técnicos na realização do estudo foram a pesquisa com a revisão bibliográfica dos temas em questão e posteriormente realizado um estudo de caso múltiplo, sendo estudados um total de 07 (sete) empreendedores de pequenas empresas e a forma de coleta de resultados foi usada entrevista. Pode-se definir entrevista como a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação (GIL, 2008). A entrevista junto aos empreendedores pesquisados tem como objetivo entender os motivos que levam alguém a empreender e conhecer rotinas, motivações, expectativas e como cada um inova em levar soluções aos clientes junto a seus serviços e produtos. Foi utilizado um roteiro semiestruturado, por ser um método em que o entrevistado responde perguntas predeterminadas e ao mesmo tempo poder dialogar com o entrevistador se permitindo ser espontâneo em suas respostas e ficar mais à vontade.

O local de realização da pesquisa é o campo, com as entrevistas realizadas nos empreendimentos escolhidos, em uma área de conforto para os entrevistados, permitindo ao entrevistador respostas mais completas quanto ao tema proposto. Cada campo de estudo possui suas particularidades, desde lojas de roupas femininas a acessórios, decorações, roupas infantis e tecnologia. Os dados coletados são os considerados secundários, fazendo da entrevista um método de obter dados sobre a pesquisa realizada.

O critério utilizado para a escolha dos empreendedores foi o da acessibilidade, sendo todos da área de comércio e se permitirem ser acessíveis e prestar o apoio necessário com o estudo e por ser um mercado empreendedor afetado durante o período de pandemia no mundo. As entrevistas foram realizadas de Fevereiro a Abril de 2022.

## **APRESENTAÇÃO DAS EMPRESAS**

Os empreendimentos entrevistados são da área comercial do mercado, atuando em seguimentos de vestuários adultos e infantis, alimentos, maquiagem e artigos de papelaria. A entrevista buscou entender como atuam no mercado, o início do empreendimento, o que mudou com a pandemia e como inovaram para continuarem abertos.

### **EMPREENDIMENTO: TODA MULHER MAKEUP**

No processo de coleta de dados foi realizada a entrevista gravada e transcrita com a diretora e proprietária da marca, quando informou que a loja tem 4 anos e tinha duas unidades e que “devido ao impacto da pandemia, fechei e estou só com uma hoje (...) a gente trabalha com todos os produtos de maquiagem, *skin care* e perfumaria”.

Questionada como iniciou suas atividades respondeu que “na época que nós compramos a loja, a gente não tinha nenhuma iniciativa de ser uma loja de maquiagem, não tínhamos nenhum foco, mas pensando bem a gente vê que as pessoas se cuidam muito (...) Então por que não uma loja de maquiagem, dentro de um shopping que é mais voltado para roupas? E aí surgiu a ideia da ‘toda mulher’. Eu era do administrativo, vim para um mundo totalmente diferente”. Acrescenta ainda, que gostou de empreender em “uma área que eu gosto muito (...) muitos altos e baixos (...) É um desafio”

Sobre o seu perfil, a entrevistada responde que para empreender tem que ser “inovador, nós tivemos que mudar na pandemia. Vou até citar um exemplo aqui, com a pandemia para o nosso público, que é maquiagem, as vendas caíram muito”. Explica que no início da pandemia “foi terrível. Primeira coisa, máscara. Ninguém mais comprou batom (...) bem difícil, tivemos que nos virar nos 30. Não foi fácil. Quem vendia, por exemplo, maquiagem foi vender acessórios, foi vender roupa, e até mesmo para roupa foi difícil”. Complementa sua fala dizendo



do início da pandemia e o fechamento do shopping em março “foi desesperador; duas lojas, funcionário, mercadoria, contas. Aí eu fiquei totalmente perdida, porque assim, todo mundo parou de comprar”.

Sobre a questão de como tentou vencer esse período a informação foi de se reinventar e inovar explicando que “quem está dentro de casa faz o que? Come, se cuida e cuida da pele. Então já que é isso, que eu faço? Vou passar isso para os meus seguidores. Então eu comecei a filmar eu fazer *skin care*, fazer uma máscara de argila e investir nessa parte (...), Mas foi aí, que eu tive que inovar nesta parte. Tive que assim, baixar o preço lá embaixo. Tive que começar...”

No decorrer da entrevista ressalta ainda que, além de ser inovadora, tem que diferencial no negócio e conhecimento na área e reforçou que na empresa é preciso investir “100% atendimento. A gente ensina, apresenta e depois a gente vende. É isso.”

#### EMPREENDIMENTO: BELA BILU MULTIMARCAS

Em entrevista com a proprietária foi questionada como iniciou suas atividades respondendo que a “BELA BILU começou em 2019, quando a gente fez um estudo de mercado, aqui na região da 44 e sentimos que a região faltava roupas infantis, confortáveis e com qualidade (...) a gente foi atrás de trazer grandes marcas, a maioria de nossas marcas são de São Paulo e Santa Catarina e os preços acessíveis porque a gente buscou diretamente da fábrica sem atravessadores”.

A decisão de empreender teve relação com o fato de ser mãe informando que “quando a minha filha nasceu, eu já tinha um filho e assim eu sempre gostei de vestir meus filhos com muito conforto e a qualidade da peça (...) foi esse o *insight* por que não montar uma loja de roupas infantis com esse intuito de trazer o conforto além da beleza, né? Mas se juntar os dois, com a qualidade, melhor ainda”.

Sobre as facilidades e dificuldades, a entrevistada informa que “as dificuldades são inúmeras, principalmente as burocráticas e assim, fui atrás de um contador, por que a burocracia para abrir ela é grande”. Sobre as facilidades ela afirma que “foi com esse início, a empresa regularizada e aí foi fácil a compra da mercadoria, eu tive portas abertas, como empresa regular, registrado, tudo certinho, aí facilitou foi isso, a compra mesmo da mercadoria”.

Ao ser perguntada sobre seu perfil empreendedor, se identificou com o perfil corporativo, segunda ela “porque participo de todas as etapas da minha empresa, estou dentro de cada etapa, diariamente, eu sinto as necessidades dos meus clientes, eu entro na administração até a ponta que é o atendimento mesmo”. Ela relata que no início da pandemia, a marca teve de se reinventar por causa do fechamento do shopping.

Para evitar o máximo de prejuízo com a pandemia, ela buscou inovar com uma velha forma de vender, o que é conhecido como venda de porta em porta, como foi explicado “nós precisamos criar uma forma de vender o estoque que nós já tínhamos (...) precisava dessa inovação, precisava ir até o cliente já que o cliente não podia vir até nós”.

As palavras mais usadas ao longo da entrevista para definir o negócio foram conforto e qualidade, “A nossa loja preza muito pelo conforto, levando a qualidade do produto. Eu até brinco que sou muito enjoada com as marcas que eu trago para a loja, nós somos uma multimarca e eu gosto de trazer sempre marcas com qualidade”.

#### EMPREENDIMENTO: CUTY CUTY BABY

Entrevistando a proprietária, ela conta que “A loja na verdade ela é em sociedade com minha mãe, isso começou por volta dos anos 90 e em 2019 a gente decidiu abrir a loja, começar uma loja e sair da feira” porque, segundo ela por mais conforto e estabilidade.

Ao ser perguntada quanto as facilidades e dificuldades de empreender ela ressaltou “nossa tudo é difícil no empreendedorismo, então a loja é difícil, teve algo assim que eu pensava que ia ser uma coisa de outro mundo e acabou que não foi (...) foi a precificação, foi também

todo o sistema e a administração que eu achava que era um bicho de sete cabeças, que eu ia precisar de 1000 pessoas, mas por aqui eu me viro”.

Ela declara também estar mais voltada ao perfil inovador, buscando “muita coisa nova para as mãos” e disse que o período da pandemia foi difícil “porque me pegou de surpresa, eu tinha acabado de abrir a loja” e acrescentou “mas depois que a gente mudou, começou a atender online melhorou muito só que eu acho que agora o como a alta dos preços a gente está aquele efeito dominó, não é, porque o momento de tudo reflete”.

Sobre como ela enxergava seu empreendimento, pontuou “foi e é desafiador, numa economia de altos e baixos. Inovador, porque a gente busca muita coisa nova para as mãos tanto no preço como na qualidade.

O que mais se destacou pela entrevistada sobre seu empreendimento foi novidade, criatividade e desafios. Finalizou descrevendo seu modo de empreender como “muito criativa e persistente, tem que ser né, e atrevida, sou atrevida, gosto de levar novidades né exatamente isso”

### EMPREENDIMENTO: LEÃOZINHO PERSONALIZADOS

Entrevista realizada a distância, online com a proprietária da marca, através de contato por WhatsApp, sendo posteriormente transcrita. Ao apresentar seus motivos de empreender e como iniciou seu empreendimento, a entrevistada destacou que começou aos 18 anos, trabalhava em uma empresa e “não estava me sentindo realizada e aí eu acabei saindo de lá (...) decidi que eu ia trabalhar para mim”. O primeiro passo que ela seguiu foi “pesquisar uma coisa que eu poderia trabalhar em casa que eu poderia ter a liberdade de estar em casa (...) E aí que a minha mãe sempre mexeu com festas e tipo pesquisando assim o nicho para tipo, dar continuidade ou agregar mais na época que minha mãe mexia com as mesas decoradas, aí eu comecei a ver sobre a papelaria personalizada”

Contando mais sobre o início do seu negócio, ela pondera “todo o dinheiro que eu tinha do meu acerto, eu peguei e investi na papelaria. Até então era só tipo uma complementação de renda (...) depois assim de 1 ano e meio eu comecei a estagiar, mas aí eu sempre continuei na loja não é, e assim nunca, nunca achei que fosse crescer como cresceu até hoje, é, hoje eu já tenho clientes fidelizados e aí um cliente vai indicando para outro cliente e hoje a minha renda é somente da papelaria personalizada, e tem 1 ano que eu formalizei a papelaria”.

Ao responder sobre as facilidades e dificuldades de seu negócio, ela destacou como facilidade “aprender sobre o software da minha máquina de corte, sobre a aprender a fazer os designers das caixinhas na época, o design até hoje das canecas, da agenda. Eu nunca tive dificuldade em relação a isso, sempre tive facilidade, também sempre tive facilidade em fazer publicações no Instagram”. Com relação a dificuldades ela diz ter sido difícil no começo o relacionamento com o cliente e hoje “já tenho uma experiência, já fiz alguns treinamentos para aperfeiçoar essa relação com o cliente, porque eu não tinha noção de vendas, eu não tinha noção como que era vender”.

Sobre sua forma de empreender, ela aponta a resiliência e o comprometimento quando diz “não tenho medo de recomeçar, e sou comprometida assim com as coisas que eu faço, tento dar o meu máximo, me dedicar bastante (...) eu gosto de entregar, de me dar o máximo naquela encomenda ali para que ela saia perfeita, saindo do meu agrado e do agrado do meu cliente principalmente”.

Com relação ao início da pandemia e como afetou o empreendimento ela diz “foi um ano assim que eu mais vendi, foi o ano que realmente eu percebi que ela (a papelaria) tinha futuro né, que ela poderia virar a minha renda fixa (...) eu vendi bastante, principalmente em datas comemorativas, porque os supermercados e os shoppings não estavam funcionando, então as pessoas estavam optando por produtos artesanais”.

Quando se fala em inovação, a empreendedora afirma “O meu objetivo sempre foi trazer coisas diferentes, trabalhar de uma forma diferente para os meus clientes, então assim eu sempre que eu posso, inovo em alguma coisa inovo em produtos novos” e completou destacando seu objetivo principal “sempre tento estar assim, vendo profissionais que estão acima de mim, o que eles estão trazendo para o mercado para que eu possa inovar para o meu cliente, para mim, que eu possa facilitar, inovar e que eu seja a primeira a número 1 em personalizados futuramente”.

#### EMPREENDIMENTO: M´CURVY

Ao ser entrevista, a idealizadora e proprietária da marca conta os motivos pelos quais começou seu negócio, “desde os 12 anos eu sempre trabalhei, sempre corri atrás do que eu queria, do que eu precisava, e eu sou muito ativa, eu sou muito ansiosa gosto das coisas pra ontem (...) fui camelô durante 7 anos na 44 que é uma região aqui de Goiânia onde as pessoas vendem roupas literalmente nos braços sem araras, sem cabides, nas mãos de um lado para o outro da avenida”.

Sobre o início de seu empreendimento, ela diz que “tenho a M´CURVY a mais de 2 anos, porém é o início, de um sonho de um Império no qual ainda pretendo tornar, conheço bastante a minha marca, minhas clientes, o foco que eu tenho que ter”. Aponta que um dos motivos principais de seguir com seu negócio é a família “venho de uma família onde as pessoas sempre empreenderam, sempre abriram negócios (...) Então eu cresci com essa família, vendo essa família fazer isso e isso entrou na minha cabeça e me tornou a mulher empreendedora que eu sou hoje, mulher viva, na área da mulher competitiva, que sempre está em busca de melhorar, de crescer”.

Falando sobre a pandemia e como ela afetou o comércio, ela afirma “que no início da pandemia foi difícil para todo mundo, mas principalmente para nós lojistas de moda, porque tudo é prioridade menos a roupa”.

Ao falar sobre as facilidades de seguir com seu negócio ela diz que “minhas maiores facilidades de empreender é estar sempre ativa, em contato com as pessoas, buscar novos horizontes, novos conhecimentos” e sua maior dificuldade “é vestir as mulheres como elas merecem, fazê-las entenderem que elas merecem”.

Sobre seu perfil empreendedor ela acredita ser “um perfil muito comunicativo (...) eu amo ter contato com as minhas clientes eu acredito que o meu perfil é o perfil comunicativo, porque eu amo me comunicar, saber a necessidade das minhas clientes, saber o que elas realmente querem com aquilo, com aquela roupa, aquele look, qual mensagem ela quer passar”.

Ao responder sobre a necessidade de inovar, ela diz já inovar desde o início “eu já entrei inovando na questão de estética da loja, na questão visual e na questão de revender as melhores marcas para o meio, vender peças elegantes e peças com estilo, peças com qualidade para a moda plus size”.

Ao final da entrevista, ela dá destaque ao empreendedorismo como forma de sentir menos o impacto forte de desemprego, dizendo “acredito que esse é o futuro também de uma nação, é, o futuro é empreender, é você ter o seu negócio é você conseguir trabalhar para você mesmo”.

#### EMPREENDIMENTO: DA LUZ SUMMER

Em entrevista realizada, o proprietário da marca diz que começou em 2008, em Minas Gerais, na cidade de Frutal, segundo ele “trocando ideia com a minha esposa montamos a confecção de roupa, no início, nos primeiros 4 anos da confecção nós montamos em casa, começamos com modinha (...) eu queria ampliar e surgiu a possibilidade de partir para a moda fitness e vimos que esse era o segmento mesmo, estava dando certo e aí partimos para a moda fitness (...) e hoje estamos só com fitness e praia”.

Questionado sobre o porquê de empreender, respondeu “Eu tinha terminado a faculdade de administração e a vontade de montar algo para mim queimava dentro de mim. Eu sempre tive uma visão de empreender, crescimento, eu sempre pensei grande, sempre pensei lá na frente. Então eu tinha essa vontade sabe, de montar algo para mim”.

Sobre facilidades, ele conta que “facilidade no início nenhuma e principalmente eu que comecei no ramo que eu não conhecia nada (...) hoje com a maturidade que eu adquiri, de confecção se fosse para eu começar hoje, lógico eu faria totalmente diferente do que eu fiz, mas no início tudo é válido, a gente está aprendendo então não tive muita opção”.

Ao indicar seu perfil empreendedor, deu destaque a “eu vejo o seguinte, sempre fui muito visionário, né, sempre pensei alto, pensei grande, sempre pensando lá na frente é um pensamento assim, na frente, mas sempre com o pé no chão”.

Com o início da pandemia ele conta que reinventou sua marca, “no início da pandemia nós fechamos a fábrica só 10, 12 dias pois me veio uma visão, sim, de empreendedorismo mesmo e eu comecei a fabricar máscaras. O primeiro ano de pandemia sim, para mim foi muito bom mesmo, fabricação de máscara e eu tive uma ideia que também valeu muito, eu comecei a fabricar EPI para o hospital e centro odontológico”.

Quanto ao assunto inovação, ele afirma “a inovação é algo que tem que estar constante na nossa vida, na nossa produção (...) a pessoa que não inova ela não, ela não cresce, ela não desenvolve, então a inovação é algo assim que tem que está presente na nossa vida constantemente”.

Para definir seu negócio, ele cita três palavras que não podem faltar “três palavras que eu acho que caminha junto no empreendedorismo é o seguinte, visão, inovação e com certeza a capacitação que são três coisas que caminham junto e um não vai sem o outro”. E para se definir como empreendedor ele diz “eu sou muito de me cobrar, eu sou muito de me policiar (...) estou precisando buscar mais conhecimento, então são essas três palavras que eu acho que me definem”.

## EMPREENDIMENTO: ACQUA RIOS BEACHWEAR

Entrevista realizada por meio online através do aplicativo de mensagens WhatsApp, onde a empreendedora e dona da marca conta que começou seu negócio em 2021, “com o sonho de levar conforto e tendências, com preços atrativos, em moda praia e participar de momentos inesquecíveis com a liberdade de poder ser quem quiser e usar o que quiser. Muito mais que um produto ou uma marca, a missão é valorizar a autoestima de cada mulher!”

Ao ser perguntada sobre o motivo de empreender, respondeu “Sou digital influencer e trabalho com divulgações de outras marcas há aproximadamente 10 anos em minhas redes sociais. Sempre levei clientes e um retorno muito positivo a cada lojista que confiou no meu trabalho. Foi então que pensei: por que não ter a minha marca própria? Decidi unir minha experiência em redes sociais com a vontade de levar um pouco do meu nome, ou melhor, sobrenome em minhas peças!”

Sobre suas facilidades ela cita “visibilidade on-line, experiência em prospectar clientes com vídeos detalhado e fotos” e quanto as dificuldades diz que o mais difícil é “manter diariamente conteúdos on-line que despertam atenção e desejo de comprar”.

Quando questionada sobre seu perfil empreendedor ela diz se identificar com “empreendedor corporativo, tomo frente de tudo que me é hábil. Sou modelo da minha marca, planejo e controlo toda parte financeira, escolho com cautela cada peça, me mantenho ativa em todos os passos”.

Sobre o início da pandemia, ela diz não ter sido afetada por iniciar a loja após a fase crítica, contudo, segundo ela “Nesse período trabalhava como digital influencer e ajudei várias marcas a superar esse momento, realizando “provadores” nas minhas redes sociais, até mesmo de forma gratuita”.

Quanto à inovação ela diz que estava com “incertezas no âmbito profissional, sobre qual carreira seguir, então decidi tornar em benefício próprio o trabalho que já realizo há anos (divulgando produtos para outros lojistas), aliando essa experiência ao sonho de ter uma marca própria”. Ao contar como ela enxerga seu trabalho, deu destaque a “adaptável, digital e empoderado”. E sobre a ser empreendedora, diz ser “detalhista, proativa e organizada”.

## ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise dos dados fundamenta-se nas respostas as questões colocadas na problematização e discute: Quais os motivos para empreender? Quais as facilidades e dificuldades de empreender? Qual o perfil do empreendedor? Em que precisou invar no negócio? Como foi o período de pandemia?

### QUADRO 01- CONHECENDO O EMPREENDEDOR E SEU EMPREENDIMENTO

MOTIVOS PARA EMPREENDER	
EMPRESAS	RESPOSTAS
TODA MULHER MAKE UP (T.M.)	OPORTUNIDADE
BELA BILU MULTIMARCAS (B.B.)	OPORTUNIDADE
CUTY CUTY BABY (C.C.)	OPORTUNIDADE E NECESSIDADE
LEÃOZINHO PERSONALIZADOS (L.P.)	NECESSIDADE
M'CURVY (M.C.)	OPORTUNIDADE
DA LUZ SUMMER (D.L.)	NECESSIDADE
ACQUA RIOS BEACHWEAR (A.R.)	OPORTUNIDADE

Fonte: coleta de dados da autora (2022)

Todos os motivos de empreender vem de dois pontos marcantes, destacados nas respostas de cada empreendedor, a oportunidade e a necessidade. Segundo estudos realizados por LEITE E OLIVEIRA, 2007, o empreendedorismo por necessidade é aquele que cria negócio por não haver uma alternativa e o empreendedorismo por oportunidade que são aqueles que descobrem uma oportunidade lucrativa e assim investem nela. Iniciar um empreendimento seja por necessidade ou oportunidade, é uma tarefa que requer uma escolha, abrir mão de algo para realizar um sonho ou satisfazer-se profissionalmente.

O empreendedorismo começa com reconhecimento de uma oportunidade, seguido pelo desenvolvimento de uma ideia, com as avaliações de oportunidades, desenvolvimento do serviço/produto que será entregue ao seu cliente. (SHANE; LOCKE; COLLINS, 2003). Entrando nesse contexto, pode-se fazer a distinção entre os motivos de empreender de cada entrevistado. Alguns dos entrevistados iniciaram por ter a oportunidade na época e por ver a necessidade de quem ele deseja atender. Os empreendedores ao responderem que começaram a loja por oportunidade, mostraram visão de negócio, uma característica marcante do empreendedor, ao trazer um negócio diferente do que era oferecido no local escolhido para abertura dele. Ao analisarem a concorrência realizaram estudo de mercado, o que todo empreendedor deve fazer, e perceber a necessidade do cliente. Houve também a oportunidade de continuar um negócio familiar dando continuidade em uma área comercial.

Ao dizer que o empreendedor iniciou seu negócio por necessidade, revela também a postura dele de dar um novo rumo à sua vida. As necessidades citadas variaram de único meio de sustento na época até a vontade de ter algo próprio, seu espaço de trabalho, muitas vezes dentro de casa, necessitando de atitude e coragem diante de uma situação conflitante. Contudo,

todos perceberam com o tempo a viabilidade do negócio. Em conformidade com os estudos realizados por TAJRA, 2019, cita que empreendedorismo está relacionado à atitude, à postura pessoal e à maneira como o indivíduo se comporta diante das situações com que lida em seu dia a dia.

**QUADRO 02- CONHECENDO AS FACILIDADES E DIFICULDADES DE EMPREENDER**

<b>FACILIDADES X DIFICULDAES</b>	
<b>EMPRESAS</b>	<b>RESPOSTAS</b>
TODA MULHER MAKE UP (T.M.)	GOSTAR DO QUE FAZ X MANTER O NEGÓCIO
BELA BILU MULTIMARCAS (B.B.)	COMPRA DE MARCADORIAS X BUROCRACIA
CUTY CUTY BABY (C.C.)	SISTEMA INFORMATIZADO X ADMINISTRAÇÃO
LEÃOZINHO PERSONALIZADOS (L.P.)	DESIGNERS DOS PRODUTOS X ADMINISTRAÇÃO
M'CURVY (M.C.)	ESTAR ATIVA X CLIENTES
DA LUZ SUMMER (D.L.)	MATURIDADE X INÍCIO DO EMPREENDIMENTO
ACQUA RIOS BEACHWEAR (A.R.)	VISIBILIDADE X DESPERTAR ATENÇÃO

Fonte: coleta de dados da autora (2022)

Ao tratar de facilidades e dificuldades de empreender, deve-se deixar claro que não existe nada fácil, existe o que foi menos difícil ou o que o empreendedor lida da melhor forma em seu empreendimento. A decisão de iniciar um negócio próprio pode ser muito recompensadora, mas, também, exige planejamento e cuidados. Os problemas enfrentados pelas empresas têm diversas origens e impactam os negócios de formas diferentes. (SEBRAE, 2021).

As dificuldades de empreender podem envolver diversas áreas e fatores, sejam econômicos, culturais, mercado seletivo, falta de incentivo financeiro, estrutura do local e todos os demais que sirvam para complexificar a abertura e manutenção do empreendimento. Segundo artigo publicado por GREATTI e SENHORINI existem restrições capazes de dificultar ou até mesmo barrar o início de um negócio. Ao serem questionados sobre as facilidades e dificuldades de empreender, todos os entrevistados afirmaram não existir facilidades, pelo menos no início. Foram pontuadas dificuldades financeiras, com o fechamento de um dos estabelecimentos, questões burocráticas para formalização do negócio, a administração e a relação com o cliente.

Em contrapartida, levando em consideração as dificuldades mencionadas anteriormente, foram caracterizadas como facilidades primeiramente a maturidade adquirida com a experiência e convivência com o empreendimento e suas adversidades, seguida do estudo dos softwares e instrumentos utilizados por cada empreendedor trazendo formas de agilizar o dia a dia e melhorar os conhecimentos, explorando meios facilitadores de lidar com problemas relacionadas a empreender.

**QUADRO 03 - CONHECENDO O PERFIL EMPREENDEDOR**

<b>PERFIL EMPREENDEDOR</b>	
<b>EMPRESAS</b>	<b>RESPOSTAS</b>
TODA MULHER MAKE UP (T.M.)	INOVADOR E CORPORATIVO
BELA BILU MULTIMARCAS (B.B.)	CORPORATIVO
CUTY CUTY BABY (C.C.)	INOVADOR E PERSISTENTE

LEÃOZINHO PERSONALIZADOS (L.P.)	RESILIENTE, INOVADOR E DEDICADO
M'CURVY (M.C.)	COMUNICATIVO
DA LUZ SUMMER (D.L.)	VISIONÁRIO
ACQUA RIOS BEACHWEAR (A.R.)	CORPORATIVO E MARKETEIRO

Fonte: coleta de dados da autora (2022)

De acordo com o SEBRAE existem quatro tipos de perfil empreendedor: Corporativo, Inovador, Provedor e Independente e que os resultados de um empreendimento estão diretamente associados as atitudes do tipo de empreendedor que cada um se identificar. Todo empreendedor tem suas particularidades e inúmeras formas de empreender, devendo ele observar onde se encaixa quando se trata de perfil empreendedor, ajudando a manter seu negócio conforme seu perfil.

A identificação de oportunidades torna-se central no empreendedorismo. Acrescenta-se também a recombinação criativa de recursos (SHANE, 2000). Em resumo, pode-se unir oportunidades com o perfil cada um se identifica como empreendedor e os recursos utilizados. Ao obter as respostas dos entrevistados sobre seu perfil empreendedor, perfis como inovador, corporativo e visionário foram os mais observados. Levando em conta os resultados, é perceptível que todo empreendedor necessita ser inovador ao criar algo e trazer o velho de uma forma nova, corporativo tendo que participar de cada setor e todas as etapas da empresa, garantindo a funcionalidade correta de todas as áreas e por último um perfil visionário, todo empreender deve no mínimo, ver à frente do seu tempo, enxergar o que seu público deseja e oferecer além de suas necessidades.

#### QUADRO 04 – EMPREENDEDORISMO X PANDEMIA

COMO FOI EMPREENDER DURANTE A PANDEMIA	
EMPRESAS	RESPOSTAS
TODA MULHER MAKE UP (T.M.)	VISÃO PARA A NECESSIDADE DO MERCADO
BELA BILU MULTIMARCAS (B.B.)	INÍCIO DAS VENDAS ONLINE
CUTY CUTY BABY (C.C.)	MUDANÇA DE ESPAÇO FÍSICO
LEÃOZINHO PERSONALIZADOS (L.P.)	ALAVANCOU SUAS VENDAS, FORMALIZOU A EMPRESA
M'CURVY (M.C.)	INÍCIO DO EMPREENDIMENTO
DA LUZ SUMMER (D.L.)	REIVENTAR SUA PRODUÇÃO PARA NÃO FECHAR E MANTER EMPREGO DE FUNCIONÁRIOS
ACQUA RIOS BEACHWEAR (A.R.)	PROJETO DO EMPREENDIMENTO AINDA NO PAPEL

Fonte: coleta de dados da autora (2022)

Quando a pandemia chegou, abalou totalmente a economia e gerou várias demissões, fazendo com que pessoas que antes tinham seu trabalho, tivessem de buscar outras formas de sobrevivência, optando por criar um negócio para amenizar os impactos do desemprego em massa.

Nos últimos 12 meses, o número de pessoas com idade de trabalhar que estavam fora da força de trabalho por conta do desalento avançou de 4,8 milhões para quase 6 milhões, uma alta de 25%. Por outro lado, essa taxa de desemprego fez com que cada vez mais pessoas buscassem uma nova forma de levar sustento às suas casas através da criação do seu próprio negócio, sendo ele informal ou não. (AGÊNCIA BRASIL, 2021)

Empreendedores do comércio e principalmente os não essenciais, sofreram muito com a queda de vendas e estoques parados. Contudo, em meio às incertezas, se reinventaram para manter seus negócios de pé e levarem o sustento para casa. A maioria ao responder mostrou adaptação à nova situação, vendo o que o momento pedia, oferecendo produtos de cuidados em casa, trocando a forma de vender para garantir a compra mesmo os clientes não estando saindo de casa. Fazer pesquisa de mercado é parte essencial na visão dos entrevistados para manter o empreendimento a frente de novas tendências. A produção artesanal também recebeu destaque nesse período, visto que grande parte do comércio estava fechado. E aos que abriram seus negócios após o período crítico da pandemia, não sofreram com a instabilidade do mercado, contudo perceberam o impacto ao tentar tirar os planos do papel.

#### QUADRO 05 - EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

EM QUE PRECISOU INOVAR?	
EMPRESAS	RESPOSTAS
TODA MULHER MAKE UP (T.M.)	INVESTIR EM PRODUTOS DE CUIDADOS COM A PELE
BELA BILU MULTIMARCAS (B.B.)	CRIAR MALAS DE ROUPAS PARA LEVAR ATÉ OS CLIENTES
CUTY CUTY BABY (C.C.)	MUDAR DE LOJA E INVESTIR NAS VENDAS ONLINE
LEÃOZINHO PERSONALIZADOS (L.P.)	LEVAR NOVOS PRODUTOS PARA SEUS CLIENTES
M'CURVY (M.C.)	ATENDIMENTO PERSONALIZADO
DA LUZ SUMMER (D.L.)	INVESTIR EM FABRICAR EPIS PARA TRABALHADORES DA SAÚDE
ACQUA RIOS BEACHWEAR (A.R.)	USAR A EXPERIÊNCIA EM BENEFÍCIO DO EMPREENDIMENTO

Fonte: coleta de dados da autora (2022)

A inovação é um assunto que agrega todos os âmbitos de um empreendimento, o negócio inovador, que traz não somente o novo, mas um jeito novo de fazer algo, tem mais chances de crescer dentro do mercado. A inovação é uma necessidade essencial do negócio e as empresas que não inovam morrem (CHESBROUGH, 2006).

Empreendedor é aquele que busca agregar a todo instante, valor a sua personalidade, além disso, busca introduzir mudanças e inovações, concentrando todas as suas forças no intuito de manter-se no ápice (HISRICH, PETERS E SHEPHERD, 2009). Quando o assunto é empreender, a palavra inovação deve estar constantemente presente na vida e no empreendimento de quem deseja estar a frente das ideias e tendências que o mercado tem a oferecer. Em conformidade com BRUNO-FARIA & FONSECA (2014) a inovação é a recombinação de ideias antigas, originando uma nova ideia criativa, capaz de modificar a ordem atual. Isso é demonstrado nos resultados obtidos com a pesquisa, trazendo a inovação como forma de realizar algo que todos já fazem, entretanto, realizando de uma maneira totalmente nova e posteriormente obtendo resultados positivos por atrair a cobiça e atenção do cliente ao que lhe surpreende. Os que respondem terem inovado até mesmo na forma de levar o produto ao cliente, enfatizaram o quanto essa inovação trouxe lucratividade e maior visibilidade ao negócio. Além daqueles que inovaram não somente para crescer o empreendimento, mas também manter empregos em um período complicado da economia e da saúde mundial.

Ser empreendedor é ter entusiasmo e energia para desenvolver as ideias e transformá-las em ação. (TAJRA,2019). Ao analisar as características de cada empreendedor, além do entusiasmo de iniciar um negócio, existem inúmeras qualidades a serem consideradas para



mantê-lo ao longo dos anos, se adaptando ao mercado e mudanças econômicas, diferenciação do público-alvo e de ideias e ideais trazidos pela marca própria e concorrência.

Levando em consideração todas as respostas, mesmo se tratando de pessoas distintas, empreendedores com histórias e motivações diferentes, cada um na sua particularidade, algumas palavras apareceram em destaque nas respostas, tais como, inovador, diferenciado, vontade, persistência e oportunidade. Considerando desse modo, pela visão deles, essas são características básicas não apenas de quem quer empreender, mas de quem que buscar oportunidades, crescimento pessoal e tornar conhecido o nome de sua marca, de seu empreendimento.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com os resultados obtidos por meio da pesquisa foi possível entrar no mundo de cada empreendedor entrevistado, conhecendo os reais motivos de ter iniciado seu sonho, quais as necessidades e oportunidades trazidas e supridas através do empreendedorismo.

Tornou possível também o conhecimento das dificuldades que se tem ao escolher criar um negócio, porque sim, trata primeiramente de uma escolha, única e totalmente pessoal de enfrentar primeiro a si mesmo, seus medos, anseios e as vezes a negatividade para ser construído ao longo do tempo um sonho, uma marca, um nome.

O empreendedorismo requer desafios, principalmente se tratando do novo, mesmo tendo um produto ou serviço semelhante já existente, cada pessoa em sua individualidade mostra seu diferencial, o que pode tornar menos complicado o processo, ao entender esse diferencial como seu perfil empreendedor.

Quando mostrado os impactos da pandemia, é perceptível que todos foram afetados por essa crise, mas a visão e o conhecimento de si e do próprio negócio fizeram com que os entrevistados passassem pelos transtornos, advindos de um problema mundial, se redescobrimo, reinventando e adaptando, através da inovação, ao que realidade pedia no momento.

E por fim, o estudo se tornou relevante, para fins acadêmicos e de quem se interessa em seguir como empreendedor futuramente, por trazer a realidade, sem fantasias, do que realmente é empreender, quais os sacrifícios existentes nessa escolha considerada louca por alguns e o certo para quem decide vivê-la. Levantando também a questão de que empreender não trata apenas de criar um negócio, é um processo de descoberta, aprendizado e realização.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRANCO, A. M. C. L. *A criação de valor numa perspectiva empreendedora social: um estudo de caso aplicado à reutilização de resíduos*. Tese de Doutorado. ISCAL. 2016.
- AGÊNCIA BRASIL. *Pandemia ainda provoca impactos no mercado de trabalho, diz Ipea*. Rio de Janeiro - Rio de Janeiro. 2021. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-06/pandemia-ainda-provoca-impactos-no-mercado-de-trabalho-diz-ipea>>. Acesso em: 15 dez. 2021.
- BRUNO-FARIA, M. de F.; FONSECA, M. V. de A. *Cultura de inovação: conceitos e modelos teóricos*. Revista de Administração Contemporânea, v. 18, p. 372-396, 2014.
- CHESBROUGH, Henry. *Open business models: How to thrive in the new innovation landscape*. Harvard Business Press, 2006.
- DORNELAS, J. *Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso: 2ª ed.* Rio de Janeiro: Editora Campus, 2008.
- DOLABELA, F. *Fernando Dolabela fala sobre empreendedorismo*. Revista Ibero Americana de Estratégia [em linea], 4 (1), 13-23 ISSN. 2006. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=331227106002>>. Acesso em: 14 out. 2021.
- FREIRE, M.C.M.; PATTUSSI M.P. Tipos de estudos. IN: ESTRELA, C. *Metodologia científica*. Ciência, ensino e pesquisa. 3ª ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 2018. p.109-127.
- GIL, A. C. *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*, 6ª edição. São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em: <<https://www.academicapesquisa.com.br/post/pesquisa-exploratoria-descritiva-explicativa>> Acesso em: 20 mar. 2022.
- GIL, A. C. Entrevista. In: *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em <<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2022.
- GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2010.
- GLITZ, E.; MAISONNAVE, M.; ENGLERT, P. *Empreendedores: agilidade, resultados, cultura de dono e um negócio capaz de revolucionar o mercado*. São Paulo: Gente, 2019.
- GOVERNO FEDERAL. *Brasil tem recorde de empresas abertas no segundo quadrimestre do ano; 30/09/2021*. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2021/09/brasil-tem-recorde-de-empresas-abertas-no-segundo-quadrimestre-do-ano>>. Acesso em: 15 dez. 2021.
- GREATTI, L.; SENHORINI, V. M. *Empreendedorismo – Uma Visão Comportamentalista*. Anais do I EGEPE. 2000, 22-34. ISSN 1518-4382. Disponível em: <<https://bityli.com/OUKtIy>>. Acesso em: 06 maio 2022.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. *Empreendedorismo*. 7ª Ed. São Paulo: Bookman, 2009.
- LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ÅSTRÖM, F. *Empreendedorismo: explorando a base de conhecimento*. Política de pesquisa, v. 41, n. 7, pág. 1154-1181, 2012.
- LEITE, A., & Oliveira, F. *Empreendedorismo e Novas Tendências*. Estudo EDIT VALUE Empresa Junior, (2007). 5, 1-35.
- LEÃO, L. M. *Metodologia do Estudo e Pesquisa: facilitando a vida dos estudantes, professores e pesquisadores*. Petrópolis-RJ: Vozes, 2017. Disponível em: <<https://www.metodologiacyentifica.org/tipos-de-pesquisa/pesquisa-aplicada/>>. Acesso em: 10 mar. 2022.
- LOIOLA, E.; GONDIM, S. M. G.; PEREIRA, C. R.; FERREIRA, A. S. M. *Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: analisando preditores e mediadores*. Revista Psicologia Organizações e Trabalho, v. 16, n. 1, p. 22-35, 2016.
- LOUREIRO, A. de P. F. *Desafios do envelhecimento populacional: por uma educação permanente participada*. Laplage em revista, v. 5, n. 2, p. 42-49, 2019.

- MACHADO, H. P. V. *Empreendedorismo, Oportunidades e Cultura: Seleção de Casos no Contexto Brasileiro*. Maringá: Eduem, 2013.
- MACHADO, A. F.; SOUSA, B.; DIEGUEZ, T.; RIBEIRO, M.; CUNHA, F.: *Empreendedorismo Social, Inovação e Benchmarking no Instagram: combate aos efeitos negativos da COVID-19 numa visão luso-brasileira*. 2020.
- PATRUS, R.; SILVA, J. F.: *O bê-á-bá do ensino em empreendedorismo: uma revisão da literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora*. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 6, n. 2, p. 372-401, 2017.
- PHILLS, J. A.; DEIGLMEIER, K.; MILLER, D. T. *Rediscovering social innovation*. Stanford Social Innovation Review, v. 6, n. 4, p. 34-43, 2008.
- SHANE, S.; LOCKE, E. A.; COLLINS, C. J. Entrepreneurial motivation. Human Resource Management Review, Philadelphia, v. 13, p. 257-279, 2003.
- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. *The promise of entrepreneurship as a field of research*. Academy of management review, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.
- SEBRAE. Disponível em: <[www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/descubra-qual-e-o-seu-tipo-empendedor,76f6ca8023ec8610VgnVCM1000004c00210aRCRD](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/descubra-qual-e-o-seu-tipo-empendedor,76f6ca8023ec8610VgnVCM1000004c00210aRCRD)>. Acesso em: 22 out. 2021.
- TAJRA, S. F. *Empreendedorismo: Conceitos e práticas inovadoras*. 2ª Ed. Erica, 2019.
- VALE, G. M. V. *Empreendedor: origens, concepções teóricas, dispersão e integração*. Revista de Administração Contemporânea, v. 18, p. 874-891, 2014.