

Empreendedorismo e Startups

**DEDICAÇÕES, ADVERSIDADES E APRENDIZAGENS: A SITUAÇÃO DO
EMPREENDEDOR NO PERÍODO DA COVID-19**

Lucivânia de Sousa
Universidade Federal do Piauí – UFPI
lucivanciasousa2412@gmail.com

Jairo de Carvalho Guimarães
Universidade Federal do Piauí – UFPI
jairoguimaraes@ufpi.edu.br

RESUMO

Com o aparecimento avassalador da crise pandêmica, as pessoas sofreram muito. As empresas tiveram que fechar as suas portas, fazendo com que o comércio tivesse várias mudanças. Dessa forma, foi viável acompanhar os ramos que mais foram afetados no período pandêmico, principalmente com as medidas restritivas. Assim o presente trabalho tem como objetivo descrever os esforços, os desafios e as aprendizagens vivenciadas pelos empreendedores de variados segmentos durante o período da pandemia do COVID-19. Os procedimentos metodológicos abrange uma pesquisa de natureza descritiva exploratória, utilizando como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica, com uma abordagem qualitativa. Os dados foram coletados por meio da entrevista, com a utilização do questionário semiestruturado. No total foram realizados 04 (quatro) entrevistas entre os dias 05 (cinco) a 08 (oito) de dezembro de 2023. Com os resultados foi possível analisar que os entrevistados afetados pela COVID-19, necessitavam de um olhar para eles e para seus empreendimentos, para poderem rever os efeitos da pandemia no seu negócio. A vista disso, este trabalho trouxe um impacto positivo nos empreendimentos, como também pode vir a acrescentar na literatura sobre o assunto em questão por meio das informações adquiridas, fortalecendo o estudo de futuros pesquisadores em busca de informações sobre esse tema.

Palavras-chaves: COVID-19; Empreendedorismo; Empreendimento; Impactos.

ABSTRACT

With the overwhelming appearance of the pandemic crisis, people suffered a lot. Companies had to close their doors, causing commerce to undergo several changes. In this way, it was feasible to monitor the sectors that were most affected during the pandemic period, especially with the restrictive measures. Therefore, the present work aims to describe the efforts, challenges and learning experienced by entrepreneurs from different segments during the period of the COVID-19 pandemic. The methodological procedures encompass research of an exploratory descriptive nature, using bibliographical research as technical procedures, with a qualitative approach. Data were collected through interviews, using a semi-structured questionnaire. In total, 04 (four) interviews were carried out between the 5th (five) and 8th (eight) of December 2023. With the results it was possible to analyze that the interviewees affected by COVID-19 needed to look at themselves and their ventures, so they can review the effects of the pandemic on their business. In view of this, this work has had a positive impact on the enterprises, as well as being able to add to the literature on the subject in question through the information acquired, strengthening the study of future researchers in search of information on this topic.

Keywords: COVID-19; Entrepreneurship; Enterprise; Impacts.

1 INTRODUÇÃO

A descoberta da COVID-19 no ano de 2019 acarretou no interesse pelo seu estudo por profissionais de várias áreas, seja por pessoas da área da saúde ou por estudantes com interesses acadêmicos. Assim sendo, o objetivo deste trabalho foi exatamente descrever os esforços, os desafios e as aprendizagens vivenciadas pelos empreendedores de diferentes ramos de atuação durante a pandemia da COVID-19.

No mês de dezembro de 2019, o mundo foi surpreendido por um vírus que causava a doença COVID-19 no qual o nome desse vírus é o SARS-CoV-2, com origem da sua epidemia em uma cidade situada no sudeste da China, chamada Wuhan, apenas no dia 11 de março de 2020 a proliferação da COVID-19 foi denominada como pandemia pela OMS (Organização Mundial da Saúde). Conseqüentemente, as empresas tiveram que ter o seu funcionamento interrompido para que não houvesse a proliferação do vírus, por causa da aglomeração de pessoas em locais fechados. Com isso, muitos não conseguiram abrir as suas portas novamente acarretando assim, no desemprego de várias pessoas, fazendo com que um dos efeitos imediato da crise da pandemia foi o alto nível de desemprego, principalmente nas cidades grande onde a concentração de empresas são maiores.

Conseqüentemente, o número de pessoas desempregadas aumentou, se somado os números de desempregados que já existiam com os novos que surgiram com o fechamento do seu local de trabalho, como aponta o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) se comparado o 4º trimestre de 2019 (11,1%) com o 4º trimestre de 2020 (14,2%) houve um aumento significativo de 3,1 pontos percentuais de desemprego durante a crise pandêmica.

Dessa forma, as empresas que se mantiveram em pleno funcionamento tiveram que se adequar ao novo cenário. Por isso, algumas empresas recorreram por vender de forma *online*, seja por meio das redes sociais ou até mesmo criando sistemas próprios para atender as suas necessidades e adotaram também o sistema de *delivery* que é um sistema adotado principalmente por empresas de bares, restaurantes e lanchonetes (SEBRAE, 2020), mas também adaptado para outros ramos empresariais.

Logo a inovação começou a ser bastante utilizada pelos empreendedores nesse período, seja oferecendo um novo produto ou prestando um novo serviço algo que foi bastante requisitado também foi a de manter a equipe motivada em meio a tantas dificuldades do dia a dia. Assim sendo, a inovação foi de suma importância no período das atribuições ocasionadas pela pandemia da COVID-19.

2 REVISÃO DA LITERATURA

A revisão da literatura apresenta, a definição sobre o empreendedorismo: abordagens gerais, diferenças entre empreendedor e empresário, empreendedorismo por oportunidade versus empreendedorismo por necessidade, impacto da COVID-19 no cotidiano dos pequenos negócios no Brasil, repercussões da COVID-19 nos negócios em Florianópolis.

2.1 Empreendedorismo: abordagens gerais

De acordo com Oliveira et al. (2019) o conceito de empreendedorismo está associado à necessidade de sucesso, aprovação, poder e controle. Com mentalidade inteligente, sabendo definir objetivos a serem alcançados e visualizando oportunidades, são considerados agentes de inovação tanto em organizações públicas quanto em privadas e são responsáveis por encontrar e implementar inovações (Andrade; Lima; Borges, 2014).

Ao adentrar no mercado empreendedor deve-se ter a noção de que você não será o único produzindo determinado produto ou prestado algum serviço, dessa forma, você deverá sempre procurar um diferencial para o seu produto/serviço, buscando dessa forma deixar a sua marca registrada. Empreendedorismo tem sua definição ligada à economia de mercado. É um procedimento competitivo que permite o desenvolvimento de mercado. É a evolução do aperfeiçoamento e de manifestação de possibilidades de rendimento e de lucro (Souza; Fracasso; Lopez Júnior, 2021).

Empreender envolve o processo de criar algo novo que tenha valor e seja valorizado pelo mercado, é preciso comprometimento, tempo e esforço para fazer um novo negócio acontecer e crescer. O empreendedorismo exige coragem, uma ponderada disposição para assumir riscos e decisões críticas, bem como tolerância para possíveis falhas, erros ou contratempos (Chiavenato, 2007).

O empreendedorismo desempenha um papel muito importante na sociedade ao atender às necessidades das pessoas, que enfrentam os riscos diários de um forte crescimento econômico e de mercado. Empreender diz respeito a realizar alguma coisa diferente, modificar o ambiente atual e procurar, de maneira incessante, novas possibilidades de negócio, tendo como essência a inovação e a criação de valor (Lucena; Rodrigues, 2022).

No universo empreendedor a concorrência é bastante acirrada, fazendo-se assim importante conhecer o mercado no qual irá inserir-se e conhecer mais ainda o seu público-alvo para que dessa forma possa ser desconstruído o cenário atual já conhecido pelas pessoas criando um produto com o seu diferencial no qual vai gerar valor não só para a empresa, mas principalmente para os seus clientes.

Quadro 1- Estudos abordando empreendedorismo

Autor(es)/Ano	Título do artigo	Objetivo do artigo
Fernandes; Santos (2008)	Orientação empreendedora: um estudo sobre as consequências do empreendedorismo nas organizações	Investigar o papel do empreendedorismo na construção da performance de negócios.
Felipe; Santos (2017)	Empreendedorismo: discussão conceitual, definições e um panorama do caso brasileiro	O apresentar a importância da discussão conceitual sobre o tema empreendedorismo e fazer

		um panorama das ações empreendedoras no Brasil, além de mostrar alguns dados gerais que caracterizam a figura do empreendedor.
Souza; Fracasso; Lopez Júnior (2021)	Empreendedorismo e Atitude Empreendedora: Conceitos e Construção de Escalas	Apresentar o Instrumento de Mensuração da Atitude Empreendedora – IMAE, desenvolvido para as condições brasileiras.
Silva; Garcia; Cabral (2022)	Competências empreendedoras na pandemia da covid-19: um estudo com PMES do varejo de moda	Investigar as competências empreendedoras dos proprietários de pequenas empresas do varejo de moda em meio à pandemia da COVID-19.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Não adianta somente ter a ideia de empreender, é preciso analisar qual será o público-alvo a ser atingido para que dessa maneira possa ser construído um produto que agrade-os, mas para que isso aconteça é necessário ter compromisso e tempo para se empenhar ao seu empreendimento. Empreendedorismo é a maneira de produzir alguma coisa diferente e com qualidade, dedicando o tempo e o empenho fundamental, assumindo as ameaças financeiras, psicológicas e sociais equivalentes as recompensas resultantes do contentamento econômica e pessoal (Baggio; Baggio, 2014). Dessa forma para a GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) o “empreendedorismo é uma alternativa dos brasileiros para contornar as dificuldades do momento econômico” (GEM, 2015, p.19).

Empreendedorismo é a inovação e desenvolvimento econômico e, em geral, é a introdução de uma nova tecnologia, um novo produto, novos recursos ou mesmo uma nova forma de organização industrial (Souza; Fracasso; Lopez Júnior, 2021). No empreendedorismo há a possibilidade de ser a cópia de uma coletividade, mas é, igualmente o cenário empresarial para o capitalismo, no que diz respeito a evolução de sua sociedade.

2.2 Diferenças entre empreendedor e empresário

Empreendedor é o indivíduo que mantém o equilíbrio, encontrando um posicionamento claro e otimista em um ambiente de desordem e turbulência, ou seja, reconhece oportunidades na ordem vigente. O empreendedor é um excelente identificador de possibilidades, sendo uma pessoa entusiasta e dedicado a obter conhecimentos, pois compreende que suas oportunidades melhoram no momento em que sua experiência aumenta (Dornelas, 2001). Mesmo em meio a todos desafios que os empreendedores enfrentam devem-se manter em estado de equilíbrio para que não haja desordem no seu empreendimento, desse jeito sempre se mantém confiante a pesar de tudo.

Saber conduzir o seu negócio é de suma importância, por isso, não se deve apenas começar empreender se não dispõe de conhecimento necessário para administrá-lo. Com isso, deve-se saber principalmente como estruturar e como sistematizar as tarefas do empreendimento. Segundo Chiavenato (2007) para ter sucesso, um empreendedor não precisa apenas saber como iniciar seu negócio, igualmente precisa saber como administrar o mesmo para mantê-lo e sustentá-lo por uma vida mais longa e obter um retorno significativo sobre seus investimentos. Isso significa gerenciar, planejar, organizar, dirigir e controlar todas as atividades direta ou indiretamente relacionadas ao negócio.

Empreendedores são pessoas altamente capazes de mudar e se adaptar ao novo, focando nos resultados, inovações e resultados de suas atividades propostas e transformando ideias em ações. Como afirma Dornelas (2008, p.23), “o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”. É quem assume todo o controle ou assume todos os riscos, cujas decisões determina diretamente o destino da empresa.

Ser empreendedor quer dizer ter competência de iniciativa, criatividade produtiva para planejar as ideias, agilidade para adaptá-las, engenhosidade para modifica-las em possibilidades de negócio, justificativas para raciocinar conceitualmente e competência para compreender a transformação como oportunidade (Leite, 2017). Estar apto as mudanças é a peça fundamental para o empreendedor pois o cenário econômico vive em constante mudança e com isso faz-se necessário se adaptar facilmente, sendo sagaz com uma imaginação apurada pra principalmente saber lidar com situações de difícil solução.

Empreendedores de sucesso são indivíduos imparciais que notam as adversidades de um novo negócio, mas creem em suas próprias capacidades pessoais para solucionar essas complicações. O controle interno dos empresários é maior do que o restante da população. Nem todo empreendedor está procurando um novo propósito na vida. Algumas pessoas se tornam empreendedores para evitar fatores ambientais (Chiavenato, 2007). Ser capaz de enxergar os problemas é de grande importância para o empreendimento dar certo, dessa maneira será possível analisar todos os obstáculos que acontecem no início do negócio, para que assim possa ser evitados futuramente principalmente se algum deles vir a acontecer novamente.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este artigo é classificado como uma pesquisa de natureza descritiva exploratória, com uma abordagem qualitativa. Os sujeitos da pesquisa foram 4 (quatro) empreendimentos que foram afetados de alguma forma pelo COVID-19, os donos desses empreendimentos tiveram que assinar o TCLE que é o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido para que houvesse a sigiliosidade das entrevistas cedidas por eles, no qual, nessa mesma entrevista foi esclarecido os objetivos do presente trabalho que era extremamente acadêmico. Todas as empresas que participaram deste trabalho ficam localizados em uma cidade do sul do estado do Piauí denominada Floriano (PI), uma pesquisa com os entrevistados realizadas entre os dias 05 (cinco) a 08 (oito) de dezembro de 2023, onde foi apresentado um questionário que possuía

questões abertas e fechadas, para que os entrevistados pudessem se sentir à vontade para responde-las, tornando-se assim uma pesquisa semiestruturada.

Partindo para a análise das perguntas fechadas, foi feita através dos dados sociodemográficos realizada na parte 01 (um) do questionário por meio das perguntas de 01 (um) ao 06 (seis). Já a verificação da questão fechada 08 (oito) foi realizado através de uma tabela igualmente as perguntas de número 01 (um), 02 (dois) e 05 (cinco), para que dessa forma o entendimento dos mesmo fosse facilitado, assim a questão de número 08 (oito) traz o percentual negativo que cada empreendimento teve no período da pandemia, já as questões 01, 02 e 05 tratam sobre o tempo que os entrevistados são empreendedores, a quantidade de funcionários que fazem parte da sua equipe e por último, qual é o ramo da atividade em que eles atuam.

As respostas foram coletadas por meio do questionário semiestruturado em que, pôde auxiliar no conhecer dos objetivos específicos que foi citado anteriormente. Com a ajuda das questões fechadas, que foi aplicada para que haja um entendimento mais profundo e coerente do perfil dos empreendedores selecionados, os resultados mostram que a idade dos empreendedores está entre 34 até 73 anos, foi observado que a maioria são casados, possuindo um número de filhos entre 01 (um) até 03 (três) filhos, observou-se ainda que o grau de escolaridade dos entrevistados varia entre o ensino fundamental incompleto até o ensino superior completo. Os participantes desta pesquisa são do sexo masculino (2) e feminino (2), quanto ao tipo das empresas escolhidas para este trabalho, foi detectada os seguintes tipos: Microempresa (ME), Empresa de Pequeno Porte (EPP) e a Companhia Limitada (LTDA), foi possível observar também que os empreendimentos já estão funcionando no mercado atual a um tempo considerável variando de 04 (quatro) a 43 (quarenta e três) anos de existência.

Quadro 2 – Perfil dos entrevistados

Entrevistado	Sexo	Idade	Ramo de negócio	Tipo de empresa	Tempo na atividade
E1	Feminino	38 anos	Beleza estética	ME (microempresa)	05 anos
E2	Masculino	73 anos	Restaurante	EPP (empresa de pequeno porte)	43 anos
E3	Masculino	41 anos	Depósito de bebidas	LTDA.	04 anos
E4	Feminino	34 anos	Rede de academia	ME (microempresa)	14 anos

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Adiante, é possível observar os resultados obtidos nesta pesquisa através dos instrumentos de coleta de dados que foi utilizado. Assim, será mostrado o perfil sociodemográfico dos empreendedores, logo em seguida foram examinados as respostas sobre os dados técnico-acadêmico, no qual

apresentam perguntas abertas e fechadas, categorizando assim, como uma pesquisa semiestruturada.

Quadro 3- Informações técnico-acadêmicas

Questões	Respostas
Por que decidiu empreender? Faça um relato, por favor.	E2: “Eu acho que foi um meio de sair mais do conformismo, porque eu trabalhava e a minha esposa não, foi uma forma de sustento que eu vi pra juntar nós dois e podermos construir a nossa família”.
A decisão de empreender foi por necessidade ou por oportunidade?	E4: “Foi por oportunidade, eu comecei com algo que não existia aqui na cidade que eram as aulas de dança e depois eu consegui agregar as academias para musculação, que no começo só atendia ao público feminino, mas hoje em dia já atende o público masculino também”
Quais foram as maiores dificuldades enfrentadas durante a pandemia do COVID-19?	E2: “Eu acho que foi a adaptação, porque já era uma empresa muito antiga e nós já somos idosos e tivemos que nos adaptarmos tanto com a tecnologia que era o que a gente usava na pandemia, quanto o sistema de delivery que tinha que ter pra deixar as comidas na casa das pessoas, e tinha a questão da tecnologia para fazer a divulgação nas redes sociais, porque pra nós o mais normal era o contato com as pessoas que foi assim que a gente construiu o nosso restaurante”.
Que oportunidades você pode relatar que foi possível gerar na época da COVID-19? Conte-nos um pouco.	E4: “A venda de aulas online que não existia antes da pandemia”.
Que lições você conseguiu absorver a partir da convivência com a pandemia da COVID-19?	E2: “Eu acho que inovação, por ser uma empresa de idosos nós não tínhamos essa questão de nos preocuparmos com nos adaptarmos com o contexto dessa época que é muito tecnológica, mas a pandemia trouxe essa obrigação de nos adaptarmos, e por isso a maior lição foi de que não podemos ficar no conformismo, só porque fizemos fama a anos atrás não podemos achar que vamos continuar com a mesma fama hoje em dia, temos que nos adaptarmos ao contexto do cliente que se preocupa mais com a experiência do que com o próprio produto”.
O que melhorou na sua atividade empreendedora após a COVID-19?	E4: “Houve um aumento significativo de pessoas frequentando a academia”.
O que precisou de aperfeiçoamento na sua atividade após a COVID-19?	E3: “Aprender cada dia mais sobre receita, custo, estoque, mercadoria,

	lucros, no qual a gente não podia ficar estocando muita mercadoria por medo de vender e não podia ter pouca se não faltava para os clientes”.
Você pensou em desistir do negócio quando a COVID-19 surgiu e impactou fortemente os negócios no Brasil? Explique, por favor”	E2: “Sim, na verdade a gente já tinha pensado em encerrar com os trabalhos antes da pandemia, mas como veio a pandemia a gente não teve como fechar porque era a nossa fonte de renda, por mais que a gente quisesse era uma obrigação a gente continuar”.
Que ações e iniciativas inovadoras foram utilizadas para manter o empreendimento funcionando?	E1: “O marketing, claro que a gente sabe que o boca a boca ele funciona e funciona muito bem, ele tem um retorno de uma afirmação maior. (...) porque o que um cliente pode propagar no seu meio de amizade é totalmente diferente do alcance que o digital eleva o nosso trabalho. Essa questão do marketing mesmo de tá presente nas redes sociais mostrou os resultados, mostrando o diferencial da empresa foi uma das estratégias que a gente usou pra poder continuar aí nessa busca incessante de crescimento e de atrair novos clientes”.
Se considera um empreendedor (a) ou um empresário (a)?	E4: “Eu sou empreendedora”.

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Os resultados mostram que o motivo para empreender entre os entrevistados foi particular, ou seja, um começou a empreender por causa da não conformidade com a vida que levava, já outro foi por um motivo totalmente diferente sendo ele, conseguir adquirir conhecimento. Dessa forma, observa-se que cada indivíduo sempre irá ter a sua motivação para começar a empreender, assim, foi possível analisar respostas distintas para essa questão. De modo geral, os empreendedores decidiram empreender por conta da oportunidade notando-se dessa forma que de todos os empreendedores somente uma afirmou que decidiu empreender pelos dois motivos (necessidade e oportunidade).

É possível observar que as dificuldades de cada ramo entrevistado são singular, ou seja, cada empreendimento teve a sua adversidade em relação ao seu ramo de empreendimento, no qual não há como fazer um comparativo entre eles. Houve a adoção de medidas restritivas durante a pandemia do COVID-19, fazendo que assim, ocorresse o fechamento de vários comércios considerados como atividades não essenciais, dessa forma começou a surgir as dificuldades em manter o empreendimento funcionando, uma delas foi ter que trabalhar de forma presencial com os seus empreendimentos abertos, dessa forma teriam que adotar outro método para manter o seu negócio vivo em meio a tantas atribuições.

Com os resultados é possível notar que o sistema de *delivery* teve que ser adotado pelos empreendedores para que dessa maneira pudessem continuar trabalhando, oferecendo os seus produtos e/ou serviços nesse período de bastante incerteza e dificuldades constantes que os empreendedores

enfrentaram, contudo, os empreendedores souberam aproveitar as oportunidades que lhes foram surgindo e conseguiram oferecer novos produtos e/ou serviços. Outro meio bastante adotado pelos empreendedores foram as redes sociais no qual eles procuraram utilizar o *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook* e até mesmo criarem sites próprios para a sua empresa para que dessa forma pudessem continuar atendendo os seus clientes e conseqüentemente atrair novos.

A principal lição que os empreendedores absorveram com os efeitos da pandemia foi a de valorizar mais a vida seja ela a sua própria ou de alguém que você goste, pois a pandemia acarretou no falecimento de muitos entes queridos. Mas apesar das perdas e da crise vivenciada pelos empreendedores, houve uma melhora de forma considerável em cada setor essa melhora é perceptível tanto no sentido profissional quanto no lado pessoal. Empreendedorismo é a participação de pessoas e processos, juntos eles levam à transformação de ideias em oportunidades, e a plena realização dessas oportunidades leva ao nascimento de empresas de sucesso (Valenciano Sentanin; Barboza, 2005). Sabe-se que não há como existir um empreendimento sem o envolvimento de pessoas, fazendo-se assim de suma importância para a organização, pois em conjunto desenvolvem ideias que podem ser utilizadas para benefício próprio e ao mesmo tempo do empreendimento em questão. O que mais precisou de melhoria na época da pandemia da COVID-19 foi a questão da inovação no qual os empreendedores tiveram que se adequar com as dificuldades do dia a dia e procurar aprender algo novo para manter o seu empreendimento atualizado as questões atuais daquele momento.

Algo de suma importância para o mantimento das empresas funcionando foi justamente a inovação na qual, muitos começaram a vender novos produtos e a prestar novos serviços, sempre buscando manter a sua equipe confiante e motivada. Assim, a inovação determinou o andamento das atividades no período pandêmico, para que os empreendedores pudessem fortalecer o seu empreendimento até as coisas voltarem a normalidade.

Foi possível observar que a ideia de desistir dos seus empreendimentos nem passou pela cabeça da maioria dos entrevistados, mesmo com tudo o que eles vivenciaram durante a COVID-19. Assim, as empresas em questão tiveram que adotar medidas e ações inovadoras para continuar com o seu funcionamento normal após a pandemia, para que assim, a volta a realidade não fosse tão diferente quanto ao funcionamento de antes da pandemia.

Assim sendo, a utilização dos meios virtuais para a divulgar o seu empreendimento foi de suma importância para a sobrevivência da mesma, assim, muitos empreendedores optaram pela venda *online*, começando a trabalhar com o sistema de *delivery*, que era um sistema pouco conhecido antes da pandemia mas que foi bastante adotado principalmente por bares e restaurantes na época da pandemia da COVID-19, mas que também foi adotado por outros ramos empresariais. Com os resultados foi possível observar que a maioria dos entrevistados se consideram um (a) empreendedor (a), desse modo, é perceptível que os mesmos possuem um certo discernimento da diferença entre os dois (ser empreendedor e ser empresário), facilitando de certo modo a forma de gerir o seu negócio.

5 CONCLUSÕES

Através da verificação dos dados obtidos nesta pesquisa é possível afirmar que o objetivo foi alcançado, em que procurava descrever os esforços, os desafios e as aprendizagens vivenciadas pelos empreendedores de diferentes ramos durante a pandemia da COVID-19. Foi possível compreender quais ensinamentos e dificuldades os entrevistados tiveram com a convivência com a pandemia, principalmente os efeitos negativos e positivos nos seus empreendimentos, permitindo dessa forma, que haja o compartilhamento das vivências com outros empreendedores que não conseguiram se adaptar ao novo cenário que estava sendo construído por consequência da crise da COVID-19.

Por meio das questões abertas, na qual buscava saber o motivo pelo qual os entrevistados resolveram empreender, observando assim que para cada um a decisão foi característica. A escolha por empreender seja pela oportunidade ou pela necessidade foi bastante importante, pois esta pesquisa mostrou que a maior parte dos empreendedores resolveram empreender pela oportunidade que lhes apareceu, facilitando assim atuarem em uma área na qual já tinham um certo conhecimento. Nota-se que os ramos de trabalho escolhidos para esta pesquisa foi bastante distinto uns dos outros, para que houvesse uma inclusão de vários setores afetados pela COVID-19. Observou-se que as maiores adversidades vivenciadas pelos empreendedores se deu justamente por causa do seu ramo de atuação fazendo com que cada dificuldade fosse específica para cada empresa.

Através da análise das respostas exibidas pelos empreendedores foi possível verificar as oportunidades que a pandemia gerou, como a exemplo disso a criação de novos produtos e a prestação de novos serviços para que pudessem manter as suas empresas funcionando durante e após a pandemia. Porém, essa alternativa não evitou os impactos negativos financeiramente, oscilando bastante de não ter havido impacto financeiro até o mais alto nível encontrado nesta pesquisa que foi de 75% de impacto financeiro negativo na receita da empresa.

É importante salientar que mesmo com a parte negativa foi possível absorver algumas lições que foram muito importante para o lado pessoal dos empreendedores e igualmente para os seus empreendimentos, como foi visto que muitos aprenderam a dar mais valor à sua vida e a valorizar mais ainda a vida de quem está ao seu redor. Uma melhoria visível nos empreendimentos foi justamente o modo de vender e/ou oferecer os seus serviços fazendo com que houvesse um aumento nos mesmos. Assim sendo, os empreendedores tiveram que buscar maiores conhecimentos para gerir o seu negócio no período da pandemia, como foi possível ver neste trabalho que que o aprender constante foi um fator determinante para o funcionamento das empresas, nesse período conturbado que a COVID-19 deixou.

Através das respostas dos entrevistados foi possível ver que mesmo com toda as adversidades vivenciadas por eles, os mesmos não pensaram em desistir do seu negócio durante a crise pandêmica, pelo contrário alguns conseguiram buscar um meio de sustento para a sua família durante esse período. O sistema de *delivery* foi uma das ações inovadoras que os entrevistados mais usaram durante a pandemia para que pudessem continuar com as suas portas abertas em meio a tanta luta, pois o *delivery* possibilitou

facilitar as vendas e entrega dos produtos para as pessoas que não podiam sair de suas casas, fazendo com que o funcionamento das empresas parassem.

Dessa forma, foi possível verificar que os entrevistados em sua maioria se consideram como empreendedores, assim senso a única coisa em comum entre as respostas dadas até aqui. Recomenda-se que novos trabalhos sejam realizados buscando o comparativo entre duas ou mais empresas do mesmo setor para verificar se houve muita diferença entre as mesmas e igualmente buscar alcançar outros ramos que também foram afetados pela pandemia, mas que ficaram de fora desse estudo, algo que não é difícil de achar pois muitos empreendimentos foram afetados pela pandemia da COVID-19.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Daniela Meirelles; LIMA, Juvêncio Braga de; BORGES, Alex Fernando. **Ações Empreendedoras em Empresas Familiares: Um Estudo Sob a Ótica de Oportunidades, Inovação e Aprendizagem**. Floriano, Agosto. 2023. Disponível em: <<https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/221.pdf>>

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio** / Idalberto Chiavenato. - 2.ed. rev. e atualizada. - São Paulo: Saraiva, 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**/ José Carlos Assis Dornelas. Rio de Janeiro: editora Elsevier, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**/ José Carlos Assis Dornelas. Rio de Janeiro: editora Campus, 2001.

FERNANDES, Daniel Von Der Heyde; SANTOS, Cristiane Pizzuti dos, **Orientação empreendedora: um estudo sobre as conseqüências do empreendedorismo nas organizações**. RAE-eletrônica, v. 7, n. 1, p. 01-28, Art. 6, jan./jun. 2008. DOI: <<https://doi.org/10.1590/S1676-56482008000100007>>

FELIPE, Ednilson Silva; SANTOS, Allan Souza, **Empreendedorismo: discussão conceitual, definições e um panorama do caso brasileiro**. Desafio Online, Campo Grande, v.5, n.1, art. 3, p. 01-23, Jan./Abr.2017. Floriano, Agosto. 2023. Disponível em: <<https://desafioonline.ufms.br/index.php/deson/article/view/3237/2606>>

GEM, **Empreendedorismo no Brasil: 2015** \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; autores: Mariano de Matos Macedo... [et al] -- Curitiba:

IBQP, 2014. Floriano, Agosto. 2023. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/GEM_2015-Livro-Empreendedorismo-no-Brasil.pdf>

IBGE, **Painel de Indicadores**. Floriano, Dezembro. 2022. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/indicadores#desemprego>>. Acesso em: 18 dez. 2022.

LEITE, Emanuel Ferreira. **O fenômeno do empreendedorismo/** Emanuel Ferreira leite. São Paulo: editora Saraiva, 2017.

LUCENA, Priscilla Ferreira De; RODRIGUES, Danielle Fernandes. **Empreendedorismo feminino na cidade de João Pessoa-PB: dificuldades enfrentadas no período do COVID-19**. v. 8, n. 1, p. 134-152, Jan/Jun. de 2022. Floriano, Junho. 2023. Disponível em: <<https://periodicos.iesp.edu.br/index.php/campodosaber/article/download/468/342>>

SILVA, Henrique Pereira da; GARCIA, Editinete André da Rocha; CABRAL, Augusto César de Aquino. Competências Empreendedoras na Pandemia da Covid-19: Um Estudo com PMES do Varejo de Moda. **REMIPE-Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, v. 8, n. 1, p. 79-98, abr.-set. 2022. DOI: <<https://doi.org/10.21574/remipe.v8i1.318>>

SEBRAE, **Como implantar delivery na era digital**. Floriano, Dezembro. 2022. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-implantar-delivery-na-era-digital,039214266f1e2710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 18 dez. 2022.

SOUZA, Eda Castro Lucas de; FRACASSO, Edi Madalena; LOPEZ JÚNIOR, Gumersindo Sueiro, **Empreendedorismo e Atitude Empreendedora: Conceitos e Construção de Escalas**, Floriano, Agosto. 2023. Disponível em: <https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/319_trabalho.pdf>.

TEIXEIRA, Thatiana Stacanelli; ANDRADE, Daniela Meirelles; Alcântara, Valderi de Castro; OLIVEIRA, Naiara Kasmin de, **Inovação e empreendedorismo: um caso no setor público**. **PRETEXTO**, 2019, Belo Horizonte, v. 20, n. 1, p. 57-71, JAN-MAR. DOI: <https://doi.org/10.21714/pretexto.v20i1.5609>

VALENCIANO SENTANIN, Luis Henrique; BARBOZA, Reginaldo José. **CONCEITOS DE EMPREENDEDORISMO**. **Revista científica eletrônica de administração**. Floriano, Agosto. 2023. Disponível em: <http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/CvfACUcZOtmMWBx_2013-4-26-12-25-36.pdf>.