

Área Temática: 02-Empreendedorismo, startups e inovação (EMPSI)

EMPREENDEDORISMO E ISOLAMENTO SOCIAL: UMA ANÁLISE DOS
ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO INOVADOR DURANTE A PANDEMIA

RESUMO

Os impactos causados pela pandemia da COVID-19, vão além da saúde e refletem em todos os cenários (econômico e social). Com isso, empreendedores tiveram que buscar formas inovadoras, práticas, eficazes e de certa forma tiveram que se reinventar para dar continuidade às suas atividades econômicas. O objetivo deste estudo foi analisar o empreendedorismo inovador diante da pandemia da COVID-19. Deste modo, foi utilizado o método de pesquisa qualitativa descritiva, analisando artigos relacionados ao tema abordado e utilizando-se das bases de dados das plataformas digitais e revistas científicas. Os resultados mostram que a maioria dos empreendedores faz uso de ferramentas tecnológicas e que grande parte destes não tinham reservas de capital para enfrentar um período tão longo de crise e recessão. Para seguir os protocolos exigidos pelos órgãos sanitários e de saúde, esses profissionais buscaram os meios tecnológicos como forma de sobreviver em meio às incertezas provocadas pelo período de pandemia e ao isolamento social.

Palavras-chave: COVID-19. Pandemia. Isolamento Social. Empreendedorismo. Inovação.

ABSTRACT

The impacts caused by the COVID-19 pandemic, go beyond health and are reflected in all scenarios (economic and social). As a result, entrepreneurs had to seek innovative, practical, effective ways and in a way they had to reinvent themselves to continue their economic activities. The aim of this study was to analyze innovative entrepreneurship in the face of the COVID-19 pandemic. Thus, the descriptive qualitative research method was used, analyzing articles related to the topic addressed and using the databases of digital platforms and scientific journals. The results show that the majority of entrepreneurs make use of technological tools and that most of them did not have capital reserves to face such a long period of crisis and recession. In order to follow the protocols required by Organs sanitary and health agencies, these professionals sought technological means as a way to survive amid the uncertainties caused by the pandemic period and social isolation.

Keywords: COVID-19. Pandemic. Social isolation. Entrepreneurship. Innovation.

1 INTRODUÇÃO

Ao longo da história, as economias têm experienciado crises de várias naturezas, essas têm em comum o potencial devastador individual, social, econômico e natural, que refletem muitas vezes em colapsos de empresas, perdas massivas de empregos, precarização social e danos naturais (WENZEL, STANSKE, LIEBERMAN, 2020).

No atual cenário de pandemia mundial, em que um número alarmante de mortes e de contágio pelo novo Coronavírus tem causado pânico em pessoas, organizações e governos, o uso do isolamento social tem sido uma medida protetiva e adotada para evitar uma maior disseminação do vírus. Além disso, novas medidas trouxeram consigo inúmeras modificações às rotinas a qual todos já estavam habituados, e assim, a sociedade viu-se diante de novos hábitos, como uso contínuo de máscaras, distanciamento social e uso do álcool em gel, necessários para evitar e reduzir a contaminação (BACKES *et al*, 2020).

De acordo com a Organização Internacional do Trabalho (OIT), a pandemia atinge cerca de 81% dos trabalhadores no mundo todo. Neste contexto, os mais prejudicados são as populações que vivem na informalidade e residem em áreas precárias (COSTA, 2020). Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apontam que no cenário pré-pandemia já havia um índice superior a 40% nos empregos informais no Brasil (IBGE, 2018) e ainda não há dados analisados no período atual.

As restrições causadas pela pandemia forçaram as organizações a se adaptarem diante do novo cenário. Uma das adaptações mais notáveis é o *home office*, forma de trabalho já existente, porém intensificada durante a pandemia (Kaushik; Guleria, 2020). Para Backes *et al.* (2020) a adaptação à crise exige, na área de negócios, a adoção de novas estratégias, uma vez que as empresas estão deixando de lado planos estratégicos anteriormente traçados e escrevendo novos em tempo real. Considerando o cenário de adaptações que o mundo organizacional enfrenta, este trabalho concentra-se em investigar formas inovadoras que os empreendedores estão utilizando durante a pandemia, segundo a literatura.

Assim, o estudo buscou responder ao seguinte problema de pesquisa: Que ações inovadoras os empreendedores têm empregado para se adaptar à pandemia? Para isso, traçou-se o seguinte objetivo: analisar o empreendedorismo inovador diante da pandemia da COVID-19 e fazer um estudo dos métodos e processos utilizados.

Metodologicamente, a realização da pesquisa deu-se a partir de uma pesquisa bibliográfica, analisando os trabalhos acerca do tema empreendedorismo durante a pandemia do novo coronavírus.

Após a introdução, a segunda seção do trabalho relaciona o empreendedorismo e inovação e insere-as dentro do contexto de crise, a exemplo da pandemia. Em seguida, a metodologia indica as características do estudo e os critérios para escolha dos artigos; a seção resultados destaca os principais trabalhos encontrados, sintetizando-os, seguido das considerações finais.

2 INOVAÇÕES E ADAPTAÇÕES EMPREENDEDORAS EM TEMPOS DE CRISE

Empreendedor é a pessoa que coloca em prática suas ideias ao ver uma necessidade e transformá-la em oportunidade (JULIEN,2010). Empreendedor é o

agente que promove e participa ativamente de quaisquer processos que promovam a ruptura da configuração institucional vigente, seja ela econômica ou não (REIS, 2020).

É um termo muito usado no âmbito empresarial e muitas vezes está relacionado com a criação de empresas ou produtos novos, normalmente envolvendo inovações e riscos. Ainda na busca da conceituação ao longo da história, Oliveira (2020) explica que a palavra empreendedorismo se referia aos militares que eram incumbidos de responsabilidades para executar uma ação militar, já no começo do século XVIII o termo passou a ser usado àquela pessoa que cria projetos e o administra, mais parecido com o uso do termo atualmente.

O empreendedorismo para Neto, Cavalcante e Castro (2020, p. 1)

Embora não seja uma ciência, tem sido estudado nos últimos anos por sua capacidade de gerar renda e emprego contribuindo para o desenvolvimento local e em nível nacional. No entanto, para que ocorra o empreendedorismo, o indivíduo tem que intencionar empreender, e essa intenção é formada a partir de motivações que podem influenciar o processo empreendedor dos indivíduos em tempos de pandemia da Covid19.

Tidd e Bessant (2015, p.4) afirmam que “a inovação é movida pela habilidade de estabelecer relações, detectar oportunidades e tirar proveito delas”. Assim, é possível perceber que os conceitos de empreendedor e inovação são bastante parecidos por ser a inovação uma característica de um empreendedor, fazendo com que os conceitos se complementam.

Não se entende por inovação somente os novos mercados, mas também as formas de servir, mercados já existentes, novos métodos e processos (TIDD; BESSANT, 2015). É possível então perceber a inovação como uma adaptação a novos cenários.

Logo, inovar torna-se imprescindível no empreendedorismo, para que se mantenha ativo no mercado. O empreendedor torna-se peça-chave nessa tarefa de inovar uma vez que, “a inovação depende, em grande parte, de nossa capacidade de encontrar novas maneiras de fazer as coisas, bom como de obter vantagens estratégicas - dessa forma haverá novas oportunidades para ganhar e manter vantagens” (TIDD; BESSANT, 2015, p. 15).

É importante destacar que a implementação de toda e qualquer resposta à crise vai depender da agilidade com que as empresas irão responder. O desenvolvimento de práticas, técnicas e métodos de trabalhos que permitem respostas rápidas devem ser ações consideradas no direcionamento dos negócios, assim como a adoção de mecanismo que facilitam a adaptabilidade organizacional às complexas demandas sociais, interesses divergentes e incerto (JANSSEN & VAN DER VOORT, 2020).

Logo, é possível compreender que as inovações em tempos de crise se fazem necessárias não só para manter vivas as empresas, mas principalmente para evitar demissões e não afetar negativamente a economia local.

2.1 EMPREENDEDORISMO INOVADOR DURANTE A PANDEMIA

Não é de hoje que o mundo enfrenta crises de várias naturezas, essas crises costumam impactar de forma negativa algumas empresas levando algumas delas até mesmo a fechar as portas. Torna-se um fator preocupante na economia por gerar altos índices de desemprego, diminuir o poder de compra das pessoas e fazer com que muitas empresas fechem as portas (GOMES, 2018).

Com a descoberta do coronavírus e a sua disseminação muitos governantes ao redor do mundo foram obrigados a tomarem medidas extremas na busca pela não contaminação em massa de suas populações. O bloqueio da livre circulação, o uso obrigatório de máscaras, barreiras sanitárias em fronteiras foram surpresas para toda a população, inclusive para quem almejava abrir o próprio negócio (NETO; CAVALCANTE; CASTRO, 2020). A pandemia gerada pelo vírus COVID-19 forçou empreendedores do mundo todo a repensarem seus métodos de atuação. No Brasil o comércio parou e muitos estabelecimentos ficaram fechados por meses (MINNI, ROSUMEK, BROD, 2020).

A entrada da Covid-19 no país desencadeou uma série de efeitos sobre os setores produtivos e a economia. O isolamento social trouxe incerteza quanto ao futuro fez com que as pessoas repensassem toda sua forma de consumir (quanto, onde, como e por quê). Isso gerou reflexos nas vendas e no faturamento das empresas que tiveram que buscar novas estratégias para comercializar seus produtos e garantir renda para a manutenção de seus negócios durante e após a pandemia (REZENDE, MARCELINO, MIYAJI, 2020, p.1).

Ao se deparar com atual crise e o cenário que os empreendedores brasileiros estão vivendo decorrente da pandemia da COVID-19 foi necessário uma estratégia para readaptação no mercado, para isso, usou-se a migração do modo de se trabalhar, passando a utilizar inovações com ferramentas tecnológicas (SEBRAE, 2020). Devido ao isolamento social, apenas determinados negócios denominados como serviços essenciais puderam permanecer em funcionamento, o comércio teve de fechar temporariamente as lojas físicas e investir no comércio eletrônico para atender seus consumidores por meio de redes sociais.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo SEBRAE no ano de 2020 com empreendedores individuais e proprietários de empresas micro empresas e de empresas de pequeno porte indicou que 58,9% das organizações interromperam temporariamente o funcionamento, enquanto 31% modificaram a forma de funcionamento, 6,6% continuaram funcionando da mesma maneira, e 3,5% encerraram as atividades. Dentre o grupo de empresas que modificou o modelo de funcionamento, 41,9% passaram a funcionar através de vendas online. A pesquisa ainda revelou que 73,4% das empresas estavam com situação financeira razoável ou ruim, enquanto apenas 26,6% consideraram a situação das finanças boa (SEBRAE, 2020).

De acordo com o SEBRAE, no ano de 2020, 4 em cada 10 empresas inovaram, sendo que os negócios de alimentação alcançaram o maior percentual entre os segmentos consultados, com 56%. Adaptar o modelo de negócio para a venda online com retirada em loja, entrega no carro ou por sistema de delivery. Adequar a operação do negócio respeitando os protocolos de segurança, higiene e saúde para uma retomada segura. O consumidor está cada vez mais habituado com as compras online, tornando-as cada vez mais recorrentes. Para tanto, o uso de estratégias de marketing digital é muito importante para que sua empresa esteja na cabeça do cliente (SEBRAE, 2020).

Mesmo diante de tantos números de inovações, constatou-se que 3,5% das micro e pequenas empresas fecharam (SEBRAE, 2020). É possível que tais empresas não tenham conseguido se adaptar às mudanças ao meio digital, haja vista que é esta a grande dificuldade citada por empreendedores do mundo todo. O uso de ferramentas digitais, redes sociais e e-commerce ainda é uma realidade distante para

muitos pequenos empreendimentos, podendo ser essa a causa da não adaptabilidade a esta crise.

Apesar das nossas decisões serem impactantes na vida de muitos todos os dias, neste momento, os impactos causados por nossas decisões tornam-se exponenciais (ENDEAVOR, 2020). Diante de uma crise inédita, não há um manual pronto, devem ser utilizadas boas práticas, implementar o empreendedorismo sem deixar de lado a empatia e a contribuição para a superação do momento vivenciado.

3 METODOLOGIA

O presente trabalho utilizou como método a pesquisa qualitativa de caráter descritivo com emprego da pesquisa bibliográfica. A pesquisa bibliográfica corresponde ao agrupamento de material publicado em livros, artigos, teses, dissertações, entre outros para análise e produção científica e a pesquisa descritiva atende de forma mais adequada a intenção de estudos, que pretendem expor as características de determinado fenômeno (VERGARA, 2009).

A pesquisa bibliográfica tem sido utilizada por estudos atuais que buscam explicar ações e fenômenos concorrentes com a crise da COVID-19 (CLEMENTE *et al.*, 2020; SÁ, 2020; SILVA, 2021), constituindo-se, portanto, o tipo de pesquisa adotado no estudo.

Na intenção de analisar os estudos sobre inovação no âmbito do empreendedorismo durante a pandemia ocasionada pelo coronavírus, as palavras-chave para levantamento da produção científica foram: “empreendedorismo” E “inovação” E “COVID-19” E/OU “pandemia”.

As bases de dados adotadas como fonte de acesso para a busca de artigos relacionados ao tema do trabalho foram *Scielo*, *Spell* e *Google Acadêmico*, utilizando como filtros de busca as palavras-chave supracitadas constantes no título e corpo do artigo referente ao período 2020-2021. Deram-se referências aos artigos completos publicados em periódicos nos idiomas inglês, português e espanhol, sendo este o critério de inclusão e excluiu-se trabalhos oriundos de monografias (teses, dissertações e trabalhos de conclusão de curso), capítulos de livros, comumente encontrados na base *Google Acadêmico*. A Figura 01 apresenta um resumo do desenho da pesquisa.

Figura 01 - Desenho da pesquisa



Fonte: Autores (2021)

Após a aplicação dos filtros indicados na Figura 01, obteve-se um quantitativo de 15 produções encontradas, que foram analisadas e inseridas em forma de quadro conforme o tema proposto nesta pesquisa e realizaram-se fichamentos, filtragem dos autores e publicações que serviram de referências base para o cumprimento do objetivo proposto neste trabalho.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Dos 15 trabalhos analisados, 60% citam o uso ou adaptações de ferramentas digitais, *e-commerce* ou redes sociais como estratégia de inovação e superação deste momento de crise e isolamento. Este resultado, argumenta o fato de que as tecnologias se fazem cada vez mais presentes no empreendedorismo.

Em todos os trabalhos foi possível observar a citação de dificuldades, dentre as mais apontadas prevaleceram a dificuldade de adaptação com as novas formas de trabalho como *home office*, implementação de ferramentas digitais, aplicativos ou redes sociais e ainda a não possibilidade de oferecer o serviço de *delivery*.

Diante de tais resultados, é possível constatar que a era do que na Administração conhecemos como *Marketing 4.0* foi acelerada em uma grande escala, afirmando que é real a migração dos métodos tradicionais de gestão para métodos digitais levando em conta a grande influência que a tecnologia tem hoje sobre nossas vidas.

Quadro 1- Trabalhos analisados sobre empreendedorismo inovador em tempos de pandemia

Título do trabalho	Autores	Objetivo	Principais resultados
Do Trabalho Informal Tradicional ao Uberizado: história, inovação e pandemia	Durães (2020)	Debater teoricamente a centralidade histórica do trabalho informal e conectar esse trabalho com a atualidade do trabalho digital.	Ressalta a importância do trabalho informal no Brasil, apresentando dificuldades e suas ferramentas para sobrevivência no mercado.
Corpo, trabalho e dominação social: plataformas digitais e empreendedorismo de subsistência	Santos (2020)	Suscitar algumas reflexões que possam contribuir ao debate sobre o trabalho contemporâneo e a condição de precariedade da vida imposta a centenas de milhares de corpos sob a falácia do empreendedorismo.	Observou-se a precariedade do trabalho informal, e o surgimento do trabalho digital como um mecanismo de subsistência em tempos de crise, foi ainda frizado as dificuldades enfrentadas por estes empreendedores.

<p>Transformações na sociedade e no mercado de trabalho: a inserção do profissional de turismo no cenário pós-pandemia do Covid-19</p>	<p>Silveira <i>et al.</i> (2020)</p>	<p>Discutir as relações da recente configuração da sociedade, decorrente da pandemia, com o mercado de trabalho frente às mudanças tecnológicas, considerando os profissionais do turismo que trabalham ou pretendem atuar nas organizações contemporâneas.</p>	<p>O profissional de turismo enfrentará desafios em sua colocação profissional que, mesmo como o atual grau de incerteza no que diz respeito ao futuro, estarão ligados a uma nova maneira de se viver em sociedade e de consumir o turismo.</p>
<p>Impacto da inteligência artificial nos postos de trabalho em tempos de pandemia</p>	<p>Aguiar (2020)</p>	<p>Investigando o impacto da tecnologia nos campos de trabalho, revisitando a bibliografia de Jeremy Rifkin e Manoel Castells.</p>	<p>Conclui-se que o trabalhador deve andar em constante evolução para que não haja danos quanto a situação enfrentada no momento.</p>
<p>A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de covid-19</p>	<p>Rezende; Marcelino; Miyaji (2020)</p>	<p>Discutir as novas estratégias para comercializar produtos e garantir renda para a manutenção de negócios durante e após a pandemia mediante as limitações impostas pelo isolamento social.</p>	<p>Identificou-se um crescimento acima da média de novos usuários do e-commerce e do uso de estratégias colaborativas entre os pequenos empresários e as grandes redes de varejo virtual para auxiliar a alavancar as vendas de ambos nesse período de pandemia.</p>
<p>Os efeitos da pandemia de Covid-19 sobre as organizações: um olhar para o futuro</p>	<p>Backes <i>et al.</i> (2020)</p>	<p>Analisar quais foram os efeitos e desafios da pandemia Covid-19 nas organizações, bem como as boas práticas para o futuro.</p>	<p>Observou-se os impactos imediatos e futuros da pandemia nos negócios e as habilidades recém adquiridas em meio ao isolamento social como forma de sobrevivência no mercado.</p>
<p>Cortar ou investir? Ações estratégicas para enfrentar a crise provocada pela Covid-19</p>	<p>Pinto <i>et al.</i> (2020)</p>	<p>Entender como historicamente as empresas responderam a períodos de crise e de que forma essas experiências podem direcionar as empresas para o enfrentamento da crise COVID-19.</p>	<p>Observou-se que as empresas que combinaram redução de custos e investimento promoveram uma melhor resposta à crise, além disso foi destacado algumas formas de como enfrentar melhor esse momento através de</p>

			experiências com outras crises já vividas.
Criatividade, viabilidade percebida, resiliência e autoeficácia como antecedentes da intenção empreendedora em tempos da Covid-19	Neto; Cavalcante; De Carvalho Castro (2020)	Verificar a existência de relações significativas entre resiliência, autoeficácia e viabilidade percebida com a intenção em empreender.	Demonstraram que a viabilidade percebida, a autoeficácia e a resiliência são antecedentes da intenção empreendedora, e que a criatividade, quando mediada pela autoeficácia, influencia positivamente a intenção empreendedora.
A importância das ferramentas tecnológicas na gestão de negócios em tempos de crise	Oliveira (2020)	Levantar a influência que quaisquer ferramentas tecnológicas podem ter na Gestão de empresas pioneiras.	Notou-se o crescimento das ferramentas tecnológicas, bem como o crescimento de usuários que estão procurando facilitar suas vidas, refletindo então a importância do uso de ferramentas facilitadoras no processo de gestão.
Efeitos da Pandemia do COVID-19 na Transformação Digital de Pequenos Negócios	Júnior <i>et al.</i> (2020)	Investigar iniciativas de uso de ferramentas digitais em processos realizados por micro e pequenas empresas (divulgação, comercialização, pagamento e distribuição), no contexto da pandemia do COVID-19.	Foi possível constatar que a combinação de diferentes tecnologias têm contribuído para a sobrevivência dos pequenos negócios e o abastecimento da sociedade em tempos de pandemia.
Universidade Engajada: resgatando PMEs na crise da Covid-19	Brauner <i>et al.</i> (2020)	Analisar um projeto universidade-comunidade no Brasil para identificar os elementos necessários para ajudar a promover uma universidade regionalmente engajada: o projeto SOS-PME Advisory Network, que foi originalmente concebido para ajudar as PMEs durante a crise.	Identificam-se elementos para promover a terceira missão da Universidade Engajada.
Do Office à Home: a experiência discente na produção do radiojornalismo no escritório modelo da UNIFAP na Covid-19	Pires (2020)	Contribuir na formação do graduando através das rotinas de mercado, produção de radiojornalismo e conteúdos para mídias sociais digitais.	Constata-se o uso do método da aprendizagem por pares como novo caminho para formação universitária complexa.

Nova Economia de Compartilhamento: um estudo acerca da responsabilização das empresas contratantes sobre seus colaboradores perante a pandemia do novo Covid-19	Frutuoso; Silva; Silva (2020)	Analisar o surgimento de novas formas de relações de trabalho e contratos.	Conclui-se que o princípio de proteção ao trabalhador, deve sempre preponderar sobre a autonomia privada.
Processo de adaptação digital da empresa artesanato blumenau em tempos de pandemia global	Minni; Rosumek; Brod (2021)	Identificar as principais causas que a motivaram a desenvolver um <i>e-commerce</i> e potencializar sua marca <i>on-line</i> .	Narra os principais desafios enfrentados por empreendedores na economia criativa.
"Viva ou deixe morrer" estratégias para o enfrentamento da Covid-19 sob a perspectiva empresarial em São Luíz do Maranhão, Brasil.	Silva; Miranda; Hoffmann (2021)	Identificar as estratégias desenvolvidas por micro e pequenas empresas (MPE) do turismo ludovicense para enfrentar a crise provocada pela Covid-19.	Almejam estratégias que estejam em consonância ao "novo normal" e fortaleçam a percepção de segurança nos consumidores.

Fonte: Autores (2020)

Os estudos expostos no Quadro 1 apresentam concepções sobre o empreendedorismo inovador em tempos pandêmicos. Durães (2020) declara que o ano 2020 tornou-se marcante para sociedade evidenciando mudanças nas atividades nos diferentes setores entre eles o aumento do desemprego que viabilizou a instauração da uberização, fator este que impulsionou o empreendedorismo. No seu estudo o autor analisou o trabalho informal com ênfase na tecnologia e constatou que as atividades informais se tornaram na pandemia o motor de condução do fluxo de mercadorias e serviços, além de sobrevivência para muitos desempregados. Santos (2020) acrescenta ainda que em uma escala global a pandemia ocasionada pela Covid-19 gerou rotatividade de desemprego desestruturando as organizações o que impulsionou as pessoas a procurarem alternativas a partir dos recursos disponíveis, no caso, vale citar a tecnologia.

Silveira *et al.* (2020) buscou discutir a recorrente relação entre a sociedade diante do impacto da pandemia e o mercado de trabalho diante das questões tecnológicas. Investigou os profissionais de turismo e percebeu que o isolamento social perante as normativas impostas de distanciamento influenciou na continuidade e demanda das atividades turísticas. Isso colaborou para o aumento progressivo de desemprego na economia, conduzindo as organizações a uma nova adaptação empreendedora para se manter no mercado, haja vista a consolidação de serviços online home office.

O estudo de Aguiar (2020) discorre acerca da inteligência artificial no trabalho em tempos de pandemia, considerando que o momento vigente proliferou o uso desse mecanismo para manter ativamente as atividades cotidianas. O empreendedorismo ganhou notoriedade ao propiciar a construção de novas formas de trabalho, sendo necessário a adequação do trabalhador e aperfeiçoamento das organizações no uso de ferramentas tecnológicas.

Segundo Pinto *et al.* (2020) até 2020 poucas pesquisas foram realizadas propondo estratégias para as empresas conseguirem se manter firmes no mercado

em meio ao caos da pandemia, o que leva a entender as ações que tem conduzido as organizações a empreender de maneira inovadora nos tempos de crise uma vez que estudos sobre estratégias se voltam mais para períodos de crescimento. Entre as dificuldades encontradas no estudo tornou-se destacável a dificuldade das empresas no acesso a matéria-prima, fornecedores, escassez financeira para honrar com os compromissos e demissões de pessoal. Tais circunstâncias influenciaram na realização de investimentos conduzindo as empresas a adotarem estratégias para ações de recuperação em curto prazo como fechamento, redução de custos, adoção do trabalho home office, entre outros meios alternativos de enfrentamento.

O estudo desenvolvido por Junior *et al.* (2020) propôs identificar o uso de ferramentas tecnológicas nos processos de micro e pequenas empresas no contexto da pandemia Covid-19 através de uma metodologia de cunho exploratório. Os resultados revelaram uma incipiente adoção dos recursos tecnológicos de forma forçada caracterizadas pela necessidade empreender e inovar lançando mão da tecnologia para divulgação em mídias sociais, atendimento online com uso de aplicativos e delivery. Tais ferramentas tornaram-se cruciais para superação da crise em questão.

Brauner *et al.* (2020) contribuem reiterando que o isolamento induzido pela Covid-19 trouxe reflexos na economia e, por essa razão, pequenas e médias empresas tiveram que buscar alternativas de manutenção. Posto isso, os autores objetivaram em sua pesquisa analisar os elementos que possibilitam o engajamento da universidade junto à sociedade e concluíram que uma universidade engajada promove agilidade, alianças, conhecimentos multidisciplinares que servem para promoção de estratégias e suporte de sobrevivência para as organizações.

Nesse contexto, verifica-se a gradual adaptação de pessoas e organizações na situação de crise da Covid-19. O aumento do desemprego levou as pessoas a buscarem formas de sobreviver empreendendo e as organizações, por outro lado, tiveram que se adequar à nova configuração do trabalho fazendo uso do empreendedorismo inovador como instrumento para elaboração de métodos de sobrevivência, principalmente, com emprego das ferramentas tecnológicas como se visualiza em grande parte dos estudos.

De acordo com Sebrae (2020), foi possível constatar que mais da metade dos empreendedores individuais ou proprietários de micro empresas e empresas de pequeno porte tiveram interrupção temporária no seu funcionamento e 31% dessas empresas tiveram modificações na forma de funcionamento. Dessas modificações, em 41,9% das empresas, passou a funcionar com vendas *online*. Ainda destas empresas foi constatado que 3,5% encerraram suas atividades devido às dificuldades encontradas durante a pandemia. Das empresas que inovaram em suas práticas de gestão, 56% são do ramo alimentício, utilizando principalmente os serviços de vendas *online* e serviços de *delivery*.

Para Sharma *et al.* (2020) um dos grandes desafios das organizações é lidar com o ambiente externo. Transformações econômicas, crises, incertezas, mudanças tecnológicas, sociais e políticas, fazem com que muitas empresas tenham que se adaptar rapidamente. Não há um consenso sobre as diferentes dimensões da incerteza. Então os empresários e empreendedores começaram a se reinventar e se adequar ao novo meio, com isso observa-se o crescente número do uso das tecnologias, das redes sociais, dos aplicativos de *delivery's* como opções inovadoras no intuito de manter as normas sanitárias de segurança estabelecidas pelos órgãos competentes, e assim, dar continuidade aos serviços e produtos ofertados aos seus clientes de acordo com suas necessidades e com maior comodidade e segurança. O

mundo digital previsto no marketing 4.0 foi ligeiramente acelerado devido a grande parte das inovações usarem meios remotos e digitais para seu funcionamento.

A migração do físico para o digital é algo previsto para perdurar mesmo após a superação da pandemia e necessidade de isolamento social. Em um questionamento de como será o mundo pós-pandemia, Cezar Taurion (2020) diz que as empresas serão essencialmente digitais e terão uma atenção especial para a inteligência artificial. Estima-se que deve ocorrer também uma profunda reestruturação econômica, social e organizacional. O cenário atual nos leva a afirmar que nos dias atuais as empresas estão buscando sua sobrevivência imediata, como um instinto de sobrevivência. Amanhã, elas precisarão se reinventar se quiserem manter-se vivas.

Como Wecker *et al.* (2020) relatou, de um dia para o outro, empresas e consumidores tiveram que se adaptar e reagir rapidamente ao novo cenário imposto. Às empresas tiveram a missão de inovar e desenvolver novas estratégias de funcionamento. Nesse sentido, Abubakar (2020) evidenciou em seus resultados que muitos funcionários passaram a trabalhar de casa como forma de isolamento social, cresceram as demandas por serviços de entrega, as taxas de insucesso empresarial cresceram surpreendentemente e os modelos de negócios começaram a ser revistos em detrimento dos acontecimentos da pandemia.

Deste modo, foi possível constatar que, por mais que a inovação seja uma característica de um empreendedor, muitos empreendimentos não se encontram preparados para mudanças repentinas, principalmente vindas do ambiente externo ou têm medo de mudar seus métodos e processos, principalmente quando a mudança envolve a tecnologia.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi analisar o empreendedorismo inovador diante da pandemia da covid-19 e quais os métodos e processos utilizados durante a crise da pandemia COVID-19, através de um levantamento bibliográfico. Dentre as contribuições deste trabalho, destaca-se a análise das dificuldades enfrentadas por empreendedores de diversos ramos diferentes afetados pelo isolamento social causado pela pandemia mundial da COVID-19, assim como as inovações nas mais diversas áreas que, neste período, fez-se necessário para a sobrevivência dos empreendimentos no mundo todo.

Dessa forma, encontrou-se as principais dificuldades enfrentadas pelos empreendedores no processo internos de adaptação de novos métodos de vendas e técnicas principalmente de comunicação e marketing, com destaque para o uso de redes sociais, aplicativos e serviços delivery. Porém, as organizações tiveram ainda que lidar com as mudanças externas bruscas que o isolamento social trouxe, como as incertezas, mudanças tecnológicas e políticas. O fator tecnológico despontou como o recurso mais utilizado pelos empreendedores para contornar as limitações causadas pela pandemia.

Diante desse contexto, conclui-se que o empreendedorismo apesar de não ser uma ciência, vem sendo bastante estudado nos últimos tempos, pois com a crise o mesmo está obtendo maior capacidade de gerar uma fonte de renda, para população brasileira contribuindo com a economia local e nacional do país. Após essa atual pandemia, a tendência é o mercado se tornar cada vez mais voltado à utilização de ferramentas tecnológicas e mídias digitais, em vista que durante a mesma muitas

empresas deixaram seus métodos convencionais e aderiram ao novo que é o meio digital.

Este estudo se limitou a analisar os trabalhos que tratavam sobre o empreendedorismo inovador durante o ano de 2020 até abril de 2021 da pandemia do COVID-19. Sugerem-se estudos que visem analisar o empreendedorismo no período pós-pandemia e ressaltar como as inovações foram adotadas e adaptadas para o período posterior ao isolamento social.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, W. H. M. Impacto da inteligência artificial nos postos de trabalho em tempos de pandemia. **Revista Pensamento Jurídico**, v. 14, n. 2, 2020.
- BACKES, D.A.P. *et al.* Os efeitos da pandemia de Covid-19 sobre as organizações: um olhar para o futuro. **Ibero-Americana de Estratégia**, São Paulo, v.19, n. 4, p. 1-10, out./dez. 2020. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/riae/article/view/18987/0>. Acesso em: 24 jan. 2021.
- BRAUNER, D. F. *et al.* Universidade engajada: Resgatando PMES na crise da Covid-19. **Revista de Administração de Empresas**, v. 60, n. 6, p. 437-450, 2020.
- CLEMENTE, A.C.F.; ANDRADE, L.G.; STOPPA, E.A.; SANTOS, G.E.O. Políticas públicas frente aos impactos econômicos da COVID-19 no Turismo. **Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, v.8, n.14, jun./2020. Disponível em: <10.26512/revistacenario.v8i14.32210>. Acesso em: abr./2021.
- COSTA, S. S. Pandemia e desemprego no Brasil. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, vol.54, n.4, jul/ago. 2020. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122020000400969. Acesso em: 16 jun. de 2021.
- DURÃES, B. R. Do Trabalho Informal Tradicional ao Uberizado: história, inovação e pandemia. **NAU Social**, v. 11, n. 21, p. 361-375, 2020.
- FERREIRA NETO, M.N.; CAVALCANTE, M.A.D.; CASTRO, J.L.C. Criatividade, viabilidade percebida, resiliência e autoeficácia como antecedentes da intenção empreendedora em tempos da covid-19. **Anais... Congresso Internacional de Administração ADM, Paraná, 19-21 outubro 2020**. Disponível em: https://admpg.com.br/2020/anais/arquivos/08082020_180836_5f2f179cbf45e.pdf.
- FRUTUOSO, A. R.; SILVA, S. C.; SILVA, T. F. C. Nova economia de compartilhamento: Um estudo acerca da responsabilização das empresas contratantes sobre seus “colaboradores” perante a pandemia do novo covid-19. **Administração de Empresas em Revista**, v. 3, n. 21, p. 122-143, 2020.
- GUIMARÃES JÚNIOR D.S.; NASCIMENTO, A.M.; SANTOS, L.O.C.; RODRIGUES, G.P.A. Efeitos da Pandemia do COVID-19 na Transformação Digital de Pequenos Negócios. **Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada**, v.5, n. 4, p. 1-10, 2020. Disponível em: <http://www.revistas.poli.br/index.php/repa/article/view/1455/669>
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2018). **Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira** (Estudos e pesquisas. Informação demográfica e socioeconômica, n. 39). Rio de Janeiro, RJ: Autor. Recuperado de <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101629.pdf>.

JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010

KAUSHIK, M.; GULERIA, N. *The Impact of Pandemic COVID -19 in Workplace*. **European Journal of Business and Management**, v. 12, n. 15, 2020.

MINNI, E. L. L.; ROSUMEK, G.B; BROD, M. Processo de adaptação digital da empresa Artesanato Blumenau em tempos de pandemia global. **Revista de extensão e iniciação científica da UNISOCIESC**, 2020. Disponível em: <http://reis.unisociesc.com.br/index.php/reis/article/view/183>.

OLIVEIRA, E. L. **A importância das ferramentas tecnológicas na gestão de negócios em tempos de crise**, São Paulo, Volume 07 | Número 12 | JAN.- JUN.2020. Disponível em: <http://revista.fatecsebrae.edu.br/index.php/em-debate/article/view/138/172>. Acesso em: 05/05/2021.

OLIVEIRA GOMES, C. R. **Empreendedorismo e Desempenho estratégico em tempos de crise: Uma análise sobre o comportamento empresarial dos pequenos e médios negócios**. 2018. Tese de Doutorado.

PINTO, R. F. *et al*. Cortar ou investir? Ações estratégicas para enfrentar a crise provocada pela Covid-19. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 19, n. 3, p. 1-5, 2020.

PIRES, P. V. G. DO OFFICE À HOME: a experiência discente na produção do radiojornalismo no Escritório Modelo da UNIFAP na COVID-191. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **Anais... 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL**. Disponível em: <R15-1386-1.pdf (intercom.org.br)>. Acesso em: 05/05/2021.

REZENDE, A.A.; MARCELINO, J.A.; MIYAJI, M., **A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de covid-19**, BOLETIM DE CONJUNTURA (BOCA) ano II, vol. 2, n. 6, Boa Vista, 2020. Disponível em: <https://revista.ufr.br/boca/article/view/Rezendeetal/2961>

REIS, L.G.P.A. **Formação empreendedora como política pública em Minas Gerais? Um estudo sobre o processo de formação da agenda entre os anos de 2015 e 2020**, Belo Horizonte 2020. Disponível em: <http://monografias.fjp.mg.gov.br/bitstream/123456789/2714/1/Laura%20Guerra%20Pinheiro%20Reis.pdf>

SANTOS, R. C. F. A. Corpo, trabalho e dominação social: plataformas digitais e empreendedorismo de subsistência. **Anais.. III Seminário Nacional de Sociologia: Distopias dos extremos: sociologias necessárias**, 2020.

SÁ, F.Z. Mobilidade da Produção Científica sobre o Turismo e COVID-19. **Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, V. 12, N.3, 2021. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i3a11>>. Acesso em: abr/2021.

Serviço brasileiro de apoio a micro e pequenas empresas SEBRAE. **O Impacto da pandemia de coronavírus nos Pequenos Negócios**, 2nd ed. 2020. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/impactos-e-tendencias-da-covid-19-nospequenosnegocios,5e8fbd0c7d711710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 24 jan. 2021.

SILVA, R.M. Os impactos da Pandemia do COVID-19 na Cadeia de Suprimentos e Atividades Logísticas: contribuições e insights teóricos. **INOVAE - Journal of Engineering, Architecture and Technology Innovation**, v.9, jan/dez/2021.

SILVA, D. L. B; MIRANDA, A. L; HOFFMANN, V. E. Viva ou Deixe Morrer: estratégias para o enfrentamento da COVID-19 sob a perspectiva empresarial em São Luís do Maranhão, Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 15, n. 1, 2021.

SILVEIRA, C. E. E. *et al.* Transformações na sociedade e no mercado de trabalho: a inserção do profissional de turismo no cenário pós-pandemia do Covid-19. **REVISTA ACADÊMICA OBSERVATÓRIO DE INOVAÇÃO DO TURISMO**, v. 14, n. 4, p. 106-130, 2020.

TIDD, J.; BESSANT, J.. **Gestão da inovação-5**. Bookman Editora, 2015.

VERGARA, S. C. **Método de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

VIEIRA, V. A. **As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing**. Revista da FAE, Curitiba, v. 5, n. 1, p. 61-70, jan/abr. 2002.

WECKER, F. G *et al.* capacidades dinâmicas e estratégias para enfrentamento da crise diante da pandemia da covid-19. **RGO - Revista Gestão Organizacional**, Chapecó, v. 14, n. 1, 2020. Disponível em:

<https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rgo/article/download/5711/3244>

WENZEL, M., STANSKE, S., & LIEBERMAN, M. **Strategic responses to crisis**.

Strategic Management Journal(Special Issue), v.42 n. 2, p. 7-18. abril. 2020.

Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.3161>. Acesso em: 16 fev. 2021.