

UNILEÃO
CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

LARISSA MAGALHÃES SIEBRA

**CARACTERÍSTICAS TEÓRICAS SOBRE PERFIS EMPREENDEDORES EM
CONTEXTO DE PANDEMIA MUNDIAL CAUSADA PELA COVID-19**

JUAZEIRO DO NORTE-CE
2021

LARISSA MAGALHÃES SIEBRA

**CARACTERÍSTICAS TEÓRICAS SOBRE PERFIS EMPREENDEDORES EM
CONTEXTO DE PANDEMIA MUNDIAL CAUSADA PELA COVID-19**

Trabalho de Conclusão de Curso – *Artigo Científico*, apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio, em cumprimento às exigências para a obtenção do grau de Bacharel.

Orientador: Esp. Alyne Leite de Oliveira

JUAZEIRO DO NORTE-CE
2021

LARISSA MAGALHÃES SIEBRA

**CARACTERÍSTICAS TEÓRICAS SOBRE PERFIS EMPREENDEDORES EM
CONTEXTO DE PANDEMIA MUNDIAL CAUSADA PELA COVID-19**

Este exemplar corresponde à redação final aprovada
do Trabalho de Conclusão de Curso de LARISSA
MAGALHÃES SIEBRA.

Data da Apresentação: 05 de julho de 2021

BANCA EXAMINADORA

Orientador: (Prof. Esp. Alyne Leite de Oliveira)

Membro: (Prof. Ms Tharsis Cidália de Sá Barreto Diaz Alencar/UNILEÃO)

Membro: (Prof. Esp. Antonio Raniel Silva Lima/UNILEÃO)

JUAZEIRO DO NORTE-CE

2021

CARACTERÍSTICAS TEÓRICAS SOBRE PERFIS EMPREENDEDORES EM CONTEXTO DE PANDEMIA MUNDIAL CAUSADA PELA COVID-19

Larissa Magalhães Siebra¹
Alyne Leite de Oliveira²

RESUMO

Este estudo propõe fazer uma análise tendo como objetivo principal os perfis empreendedores atrelados ao fato da pandemia mundial ocasionada pelo Corona Vírus, este ensaio concentra suas demandas científicas a partir do ano de 2020 até 2021 principalmente, e, o estudo concentra-se nas situações de Covid e empreendedorismo no Brasil, mas também de forma breve, discutindo o impacto da Covid-19 no mercado em outros países. Esta pesquisa teve como método bibliográfico seu guia principal de recursos acadêmicos para embasamento dos aspectos aqui mencionados. Logo, de modo qualitativo houve buscas em fontes de livros e revistas científicas. A justificativa desta temática se fortifica em dois pontos defendidos no ensaio: o primeiro relacionado ao interesse de debater sobre as consequências da pandemia, de modo geral, no campo do empreendedorismo por conta do grande impacto nessa área, e, a segunda de contribuir de forma científica para o assunto. Severas restrições impostas a muitas empresas (incluindo serem forçadas a fechar totalmente) resultaram em grandes insolvências. Algumas empresas ainda estão se mantendo, e algumas já fecharam, como foi evidenciado neste breve estudo. Por isso, como resultado, a pesquisa mostra a importância de se aplicarem nas empresas as características positivas relacionadas aos perfis empreendedores, para que desse modo, a mesma possa gerir melhor suas demandas.

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Perfil Empreendedor. Pandemia.

ABSTRACT

This study proposes to make an initial analysis about the entrepreneurial profiles linked to the fact of the world pandemic caused by the Corona Virus, this essay concentrates its scientific demands from the year 2020 until 2021, and, the study focuses on the situations of covid and entrepreneurship in Brazil, but also briefly, discussing the impact of covid-19 on the market in other countries. This research had as its bibliographic method its main guide of academic resources to support the hypotheses presented here. Therefore, in a qualitative way there were searches in sources of scientific books and magazines. The justification for this theme is strengthened in two points defended in the essay: the first related to the interest of debating on the consequences of the pandemic, in general, in the field of entrepreneurship due to the great impact in this area, and, the second of contributing in a way scientific knowledge for the subject.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneur Profile. Pandemic.

¹ Graduanda do curso de administração no centro universitário Doutor Leão Sampaio/ UNILEÃO

² Professora orientadora do centro universitário Doutor Leão Sampaio/ UNILEÃO, especialista em logística empresarial, mestranda em direito da empresa e dos negócios_alyneoliveira@leaosampaio.edu.br

1 INTRODUÇÃO

Diante da pandemia global COVID-19, os empresários precisam enfrentar uma nova realidade: se trata de uma enorme crise sanitária e de saúde que afeta milhões, ou mesmo bilhões, de pessoas em todo o mundo. Isso também está provocando uma desaceleração sem precedentes na economia global.

Os números são espantosos e estão relacionados a queda no PIB (Produto Interno Bruto) de vários Estados, ao número de desempregados ou subempregados aumentou consideravelmente, e, de certa forma, isso revela a fragilidade de nossas economias e seus fundamentos relacionados ao auxílio financeiro, metas e outros métodos de solução ou melhoramento em cada país (GULLO, 2021).

Se o mundo mudou rapidamente sob os olhos das pessoas, os diferentes cenários e realidades não são os mesmos, dependendo então de onde o sujeito está administrando sua empresa hoje.

O governo, a saúde pública e as respostas econômicas são extremamente diferentes se você for um empresário baseado nos EUA ou na Europa. Como fundadores de empresas, os sujeitos também precisaram de planos de ação muito diferentes, dependendo do setor e indústria.

Se a análise for no setor de compras online, entrega de comida, videogame ou videoconferência, onde os negócios estão crescendo, é uma imagem completamente diferente do que o administrador de um negócio nos setores de hotelaria, restaurante, varejo, entretenimento ou esportes pode encarar (GULLO, 2021).

Os empresários dos setores impactados pela COVID devem estar dispostos a perder parte de seu faturamento, bem como grande parte de seu valor de mercado. Segundo Siqueira (2020), em análise feita no início da pandemia no Brasil, 1.59% das empresas já começavam a sentir impactos gerados pela Covid-19 já no primeiro mês de início de pandemia em todo país.

Isso vale para o Airbnb, a plataforma de aluguel de curto prazo que também se destacou nos últimos anos. De acordo com Times (2020), a empresa cortou 16% de seu valor potencial de mercado, que caiu de US \$ 31 bilhões para US \$ 26 bilhões. E apenas para sublinhar o impacto comercial da pandemia, a Airbnb anunciou recentemente que está demitindo cerca de 1.900 funcionários - cerca de 25% de sua força de trabalho - enquanto luta para lidar com a desaceleração nos negócios.

Os setores mais impactados pela COVID principalmente aqueles em setores “sociais” como hotelaria, algumas das teorias publicadas a respeito do assunto em formato de uma possível solução foi a ideia de inovar, como por exemplo, aumentar a digitalização e disrupção implementadas em seus modelos de negócios, a fim de aumentar os pontos de contato com seus clientes.

O estudo identifica cinco tendências de longo prazo para a economia pós-Covid relacionadas ao aumento da conscientização sobre o bem-estar pessoal, resiliência empresarial, digitalização acelerada, construção de cadeias de suprimentos locais e modelos de negócios inclusivos, sendo estes os pontos de partidas que justificam este estudo. Em suma, há muito potencial para as pequenas empresas contribuírem para ‘reconstruir melhor’ uma economia pós-Covid mais inclusiva e mais adaptável as situações, especialmente se forem possibilitadas por medidas de apoio direcionadas.

Logo, este ensaio contém como objetivo geral uma análise a respeito dos perfis empreendedores atrelados ao fato da pandemia mundial ocasionada pelo Corona Vírus. Também reflete como os impactos diferiram para mulheres e homens empreendedores e aqueles localizados nos Brasil, mas com intuito também de evidenciar alguns dados internacionais, já que o giro de capital depende de bastante de outros Estados e suas comercializações.

De modo específico esta proposta trouxe algumas perspectivas de longo prazo dos empresários, dentro do período pandêmico, em termos de criação de empregos e oportunidades, as formas justamente de tentar solucionar ou amenizar a renda/lucro dos cidadãos afetados pela paralização comercial a fim de teorizar e pensar sobre como os empreendedores foram afetados pela pandemia.

Este trabalho utilizou-se qualitativamente a análise deste tema atrelado ao uso do método indutivo, com utilização de procedimento técnico bibliográfico de pesquisa, interligando com a revisão de literatura por meio da reunião de autores sobre o assunto na construção do embasamento teórico, requerindo de informações a partir de publicações científicas. Desde materiais mais tradicionais, como livros, revistas, periódicos, jornais e relatórios, mas também consistindo em buscas por meio da mídia eletrônica, como gravações de áudio e vídeo, filmes e recursos online, como sites, blogs e bancos de dados bibliográficos (MORESI, 2003).

O fácil acesso a computadores e dispositivos móveis coloca inúmeras fontes de informação ao alcance dos pesquisadores quase que instantaneamente. A conveniência das fontes de informação online é uma vantagem; no entanto, a velocidade de acesso ao

material não deve superar a necessidade de qualidade ou confiabilidade do conteúdo. O desafio deste artigo encontrou-se justamente nesta busca por informação de qualidade, pois, a temática aqui proposta se enquadra alocada por acontecimentos muito recentes e que demanda uma pesquisa bastante dedicada, pois é necessário discernir quais recursos são adequados para incluir nesta pesquisa acadêmica (DE MACEDO, 1995).

Logo, esta proposta se enquadra dentro do tipo de pesquisa qualitativa que envolve a coleta e análise de dados não numéricos (por exemplo, texto, vídeo ou áudio) para compreender conceitos, opiniões ou experiências.

2 COMPREENDENDO O EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo foi idealizado, em 1949, pelo economista Joseph Schumpeter (1883-1950), designando a situação de um executivo de empresa com elevada criatividade, bem como sabendo conseguir resultados interessantes baseados em inovações (LABRA, 1950).

Ainda sobre o empreendedorismo Leite (2012), menciona que Entrepreneurship, na língua inglesa, é derivado de *entreprendre*, termo utilizado no século XVII, na França, para denominar um indivíduo que assumia o risco de criar um negócio.

Nesse sentido, o termo empreendedorismo já não é uma palavra desconhecida no vocabulário do brasileiro há algum tempo. Empreender é a realização máxima dos sonhadores que almejam ver seus sonhos concretizados. Alguns empreendem por meio do próprio negócio; outros, em grandes empresas. Há aqueles que empreendem coletivamente, outros, sozinhos, e há ainda os que participam de organizações não governamentais. Empreender pode estar relacionado com o fazer acontecer em várias fases da vida do ser humano (DORNELAS, 2014).

Assim, acompanhar a mentalidade de uma população com relação ao tema empreendedorismo é reconhecidamente importante, pois ela revela a disposição dos indivíduos de um país com relação ao tema empreendedorismo e seu potencial para empreender. Quando indivíduos são capazes de reconhecer as oportunidades de negócios no ambiente em que atuam, e perceber que possuem capacidade para explorá-las, toda a sociedade é beneficiada, seja com o aumento da criação de empregos, seja com o aumento da riqueza do país (GEM, 2011).

Em um olhar empreendedor e econômico, Aveni (2014) afirma que, para a vertente neoclássica e as políticas públicas o empreendedor é um agente econômico como

as firmas, ele aproveita inovações tecnológicas, ou seja, torna-se uma variável de modelos econômicos.

Nesse sentido, o empreendedor e sua ação que é o empreendedorismo, têm um significado ambíguo em português, pois assumem o sentido de agente de negócio e de empresa, mas também de um particular agente entre os agentes econômicos. O conceito de empreendedor, nesse último caso, tem a ver com a criatividade e a ação humana, ou seja, é a evolução da criatividade nos negócios do mercador (AVENI, 2014).

2.1 CARACTERÍSTICAS DE PERFIS EMPREENDEDORES

Até recentemente, os empreendedores não eram amplamente estudados. Havia uma falta geral de conhecimento e informação sobre o que os fazia funcionar. O recente interesse em revitalizar a produtividade latente do mundo mudou tudo isso. A maioria das universidades de negócios agora oferece cursos de empreendedorismo no Brasil. Como resultado, os profissionais de negócios aprenderam muito sobre o que é necessário para se tornar um empresário de sucesso. Embora ninguém tenha encontrado o perfil empreendedor perfeito, muitas características aparecem repetidamente. Nos tópicos a seguir, será afunilado várias características importantes dos empreendedores para iniciar o debate e dissipar os mitos empreendedores (DORNELAS, 2014).

Em um cenário marcado por profundas mudanças no âmbito político, ético e econômico, indivíduos com perfil empreendedor têm obtido cada vez mais destaque, pois são capazes de promover realizações e gerar ganhos para toda a comunidade na qual estão inseridas. O perfil de um empreendedor de sucesso é definido por características que diferenciam de indivíduos não empreendedores.

Para um melhor entendimento, o quadro 01 (um) abaixo apresenta as características do empreendedor na visão de Tajra (2019):

QUADRO 01 – Características empreendedoras

Iniciativa	é fazer as coisas por vontade e estímulos próprios, antes de ser solicitado ou de ser forçado pelas circunstâncias.
Persistência	é não desistir, é saber ser criativo para que seja possível superar os problemas.
Comprometimento	é envolver-se com boa vontade, é sacrificar-se e doar o seu melhor em prol da obtenção dos melhores resultados.
Persuasão	é a palavra-chave de uma negociação bem-sucedida. Para saber vender uma ideia, é preciso saber convencer.

Bons relacionamentos	uma pessoa bem-relacionada tem grandes chances de ser bem-sucedida. Com uma boa rede de contatos, crescem as oportunidades na vida.
Autoconfiança	leva você a ir atrás do que deseja, pois, somente confiando em si mesmo é possível acreditar ser capaz de fazer um empreendimento ser bem-sucedido.
Automotivação	é uma característica que mistura o poder de ter iniciativa e a autoconfiança, é o ato de motivar a si mesmo.
Criatividade	é a capacidade de inovar e criar saídas inteligentes para problemas que parecem impossíveis.
Estar preparado	as mudanças vêm acontecendo cada vez mais rapidamente, e para isso é preciso estar preparado, bem-informado e ter conhecimentos.
Otimismo	a pessoa otimista é aquela que consegue analisar sempre o aspecto positivo das situações.

Fonte: Adaptado Tajra (2019).

O quadro 01 (um) demonstra vários fatores que compõem o sucesso de um empreendedor. Observa-se que as características apresentadas por Tajra (2019), são primordiais no processo empreendedor.

Algumas pessoas podem naturalmente desenvolverem alguns traços mais próximos ao ramo do empreendedorismo, mas aqueles que não estão nesse caso podem frequentemente ir em busca de profissionaliza-se tal desejo por meio de cursos, como o próprio curso de administração de nível superior, aulas via online, consultórias e outros. Pretende-se nesta pesquisa discutir algumas das características pessoais dos empreendedores de sucesso, juntamente com outros recursos científicos que irão ser aprofundados na metodologia deste estudo.

Os empreendedores são orientados para objetivos e isso têm tudo a ver com o estabelecimento de metas e colocando tudo o que têm para alcançá-las. Eles estão determinados a fazer com que seus negócios tenham sucesso e removerão quaisquer obstáculos que se interponham em seu caminho. Eles também tendem a ser estratégicos em seus planos de jogo e têm uma ideia clara do que desejam alcançar e como planejam fazê-lo (SCHMIDT, 2009).

De acordo com Schmidt (2009), algumas das características para ser um empreendedor está ligado diretamente a criar metas de curto e longo prazo para o seu negócio. O mesmo autor diz que metas de curto prazo são aquelas que você pode cumprir em uma hora, um dia ou até uma semana, e, metas de longo prazo podem levar um ano ou mais. Relacionado aos caminhos a serem seguindo Schmidt (2009) alega que fazer uma escolha sobre o que focar ajudará a fazer mais progresso em direção as metas inicialmente traçadas e isso significa está comprometido com os negócios propostos.

Em outro ensaio, Schmidt (2008) fala que essa “*administração organizacional*” (p. 2) relaciona-se com a cultura empreendedora, como coloca o autor, com o sentimento de permanecer comprometido.

A praticidade e a pró-atividade são marcas imprecindíveis para o mundo dos negócios. O perfil empreendedor organizado precisa criar relações saudáveis no espaço de trabalho e conhecer cada um de seus funcionários-chave pelo menos uma vez por mês para ter certeza de que você sabe como eles estão fazendo seu trabalho. Os empreendedores não apenas prosperam ao enfrentar novos desafios, mas permanecem calmos diante desses desafios. Às vezes, as coisas dão errado nos negócios e, quando isso acontece, é trabalho como empreendedor chefe da empresa manter a calma. Saber como lidar com a sequência de desafios (BATISTA, 2004).

Estudar sobre o perfil empreendedor é um ponto extremamente complexo, mas analisando os pontos citados acima é possível definir uma grande parcela de pessoas que podem ou decidir por abrir um negócio. De acordo com o programa de pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) pesquisou em formato de dados estatísticos a taxa geral do empreendedorismo entre pessoas entre 18 e 64 anos no Brasil, segue abaixo:

Tabela 1: Taxas (em %) e estimativas² (em unidades) de empreendedorismo segundo o estágio e potenciais empreendedores³ - Brasil - 2018:2019

Taxas	Taxas		Estimativas	
	2018	2019	2018	2019
Empreendedorismo total	38,0	38,7	51.972.100	53.437.971
Empreendedorismo Inicial	17,9	23,3	24.456.016	32.177.117
Novos	16,4	15,8	22.473.982	21.880.835
Nascentes	1,7	8,1	2.264.472	11.120.000
Empreendedorismo estabelecido	20,2	16,2	27.697.118	22.323.036
Empreendedorismo potencial	26,0	30,2	22.092.889	25.545.666

Fonte: GEM Brasil 2019

A GEM afirma que a tabela faz referência aos seguintes dados:

Percentual da população de 18 a 64 anos. A soma das taxas parciais pode ser diferente da taxa total, uma vez que empreendedores com mais de um empreendimento serão contabilizados mais de uma vez. Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2018: 136,8 milhões e 2019: 138,1 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2019). São considerados potenciais empreendedores aqueles indivíduos que ainda não são empreendedores (não considerados nos itens anteriores), mas que pretendem abrir um novo negócio nos próximos três anos. (GEM, 2019, p. 10).

Na visão de Morais (2013), o profissional do futuro é o indivíduo que sonha, é o indivíduo que mobiliza a si mesmo e a outros por seus objetivos. É o profissional que busca crescer e vencer, mas não busca apenas para si os frutos do sucesso, ele compartilha, procura gerar oportunidades e crescimento para as pessoas à sua volta, para sua comunidade e para o país.

2.2 A IMPORTÂNCIA DA VISÃO EMPREENDEDORA NA ERA DIGITAL

Dornelas (2019), afirma que o papel do empreendedor se torna cada vez mais central. Ter uma visão empreendedora é ter novos olhares. Uma nova maneira de pensar e agir se faz necessária para que você empreenda atualmente e no futuro próximo. Aqueles que tiverem entendimento e percepção sobre o novo comportamento do consumidor aliados a tecnologia estarão propensos a terem empresas bem-sucedidas.

Leite (2005) diz que o empreendedor de base tecnológica é um artesão do processo de esculpir empreendimentos, em que o conhecimento é o principal *input*. É um produto da economia digital, pois os meios de produção são a massa cinzenta de quem produz; ressaltando que cada vez mais é o saber que gera valor. Na sua visão, o empreendedor tem que estar sempre atualizado nas tendências de mercado e adquirindo conhecimento diariamente, pois essa é a principal chave para o desenvolvimento da sua empresa.

Na visão de Tajra (2014) seria que:

O empreendedor, por seu impulso e sua energia constante para os negócios, tem “faro” para perceber as oportunidades, e, para isso, ele deve estar atento ao contexto em que está inserido, seja para observar as tendências de mercado ou os problemas, pois estes dão sinal de novo empreendimento (TAIRA, 2014, p. 11).

Nesse contexto de percepção de novas oportunidades o empreendedor atenta-se para o empreendedorismo digital.

Empreendedorismo digital é a criação de um negócio através de algum meio digital, utilizando a internet como seu principal meio de comunicação para expor ou vender algum produto. De acordo com Tajra (2014) a Economia Digital é constituída por pessoas com conteúdos que usam as tecnologias da informação e comunicação para criar negócios na Internet.

O novo ambiente empresarial exige uma nova postura dos empreendedores, conhecimento de tecnologia de informação, que servirá de suporte a uma nova revolução organizacional, a qual, por sua vez, redesenhará o sistema de produção, a economia dos serviços, as estruturas setoriais e as empresas (LEITE, 2012).

Através dos conhecimentos tecnológicos surgiram as redes sociais que hoje são utilizadas pelas pessoas em várias partes do mundo. Uma pesquisa realizada pelo SEBRAE (2018) mostrou que as redes sociais são usadas por 78% da população brasileira. Em termos de participação, 92% dos jovens estão ativos nestes ambientes, ou seja, não é mais possível para uma empresa construir uma presença digital sem estar presente nas principais redes sociais.

Ser digital já se tornou uma rotina das pessoas, por isso todo empreendedor tem que saber que seu negócio tem que estar na internet para que os clientes cheguem até ele. Essa transformação ocorre porque cada vez mais pessoas estão tendo acesso à internet (SEBRAE, 2018).

Esse cenário obriga empresas a se readequarem diante das necessidades urgentes, além de aprender a utilizar as novas métricas disponíveis no mundo digital. Dentro desse novo cenário digital surgiram várias possibilidades de negócio, muitas MPes (Ministério Públicos do Espírito Santo) utilizam de redes sociais como: Facebook, WhatsApp, Instagram entre outros, para promover a venda de seus produtos, aumentando assim o número de pedidos por meios digitais (SEBRAE, 2018).

2.3 DA VISÃO EMPREENDEDORA A OUSADIA DE ABRIR UM NEGÓCIO POR NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE

Uma descoberta comum na literatura sobre empreendedorismo é que a criação de negócios aumenta em recessões. Este padrão anticíclico é examinado separando a criação de negócios em dois componentes: empreendedorismo de “oportunidade” e “necessidade”.

Embora haja um acordo geral na literatura sobre a distinção conceitual entre esses dois fatores que impulsionam o empreendedorismo, há muitos desafios para criar uma definição que seja objetiva e empiricamente viável. Propõe-se aqui sugerir uma definição de oportunidade versus necessidade de empreendedorismo usando prontamente os materiais científicos disponíveis nacionalmente representativos.

No pensamento de Vale e Corrêa (2014), o empreendedorismo de “oportunidade” é pró-cíclico e o empreendedorismo de “necessidade” é anticíclico. O empreendedorismo de "oportunidade" vs. "necessidade" está associado a a criação de negócios mais orientados para o crescimento. A distinção operacional proposta aqui pode ser útil para pesquisas futuras em empreendedorismo.

A distinção básica é que alguns empreendedores criam negócios quando veem uma oportunidade de negócio, enquanto outros os empresários são forçados a abrir um negócio por necessidade devido à falta de outras opções no mercado de trabalho.

Neste artigo, propõe-se uma definição de oportunidade e necessidade de empreendedorismo de acordo com as contribuições teórico de Vale e Corrêa (2014) em atender a quatro critérios:

- i) Deve ser consistente com o modelo econômico teórico padrão de empreendedorismo.
- ii) Deve ser definido *ex ante*.
- iii) Deve estar prontamente disponível em conjuntos de dados representativos a nível nacional.
- iv) Deve ser definido objetivamente e não aberto à interpretação por pesquisa respondentes.

Para satisfazer esses quatro critérios para classificar os empreendedores em oportunidade versus necessidade empreendedorismo, propõe-se usar o estado de desemprego inicial. Indivíduos que são inicialmente desempregados antes de iniciar negócios são definidos como empreendedores de "necessidade" e indivíduos que são trabalhadores assalariados, matriculados em uma escola ou faculdade, ou não estão procurando ativamente um emprego estão definidos como empreendedores de “oportunidade”.

Embora seja difícil dicotomizar claramente os dois tipos de empreendedorismo, a distinção proposta se aproxima dos conceitos teóricos, é determinado *ex ante* (ou seja, antes de iniciar o negócio) e é definido objetivamente. Anterior o status de desemprego também está frequentemente disponível em conjuntos de dados de painel e transversal. Painel conjuntos de dados normalmente terão informações mês a mês ou ano a ano sobre o desemprego, trabalho remunerado e propriedade do negócio. Conjuntos de dados transversais às vezes fornecem informações sobre o estado da força de trabalho imediatamente antes do estado atual da força de trabalho (VALE; CORRÊA, 2014).

2.4 A IMPORTÂNCIA DA VISÃO E OUSADIA EM ABRIR O NEGÓCIO

Ter uma visão ousada para iniciar e manter um negócio é uma parte do que seria delimitar as estratégias empresariais, é um plano para interagir com o ambiente competitivo para atingir os objetivos pretendidos. Alguns consideram torna-se empreendedor como uma profissão de risco.

Para fins dessa pesquisa, cabe dizer que as metas definem para onde seu empreendimento quer chegar, e a estratégia define como seu empreendimento chegará lá. Este processo formal de definição de metas e criação de uma estratégia adiciona legitimidade, fornece direção e motivação aos funcionários, ajuda a formar diretrizes para a tomada de decisões e fornece critérios para o seu desempenho. Para que estas expectativas sejam próximas de serem alcançadas, é necessário que o empreendedor entenda como entrar no mundo dos negócios sabendo como e quando deve ousar diante do seu planejamento estratégico.

Em essência, o processo de formulação de ações de risco e/ou apostas podem definir direções gerais nas quais a posição do seu empreendimento pode crescer e se desenvolver, e, as metas e objetivos representam os fins que você está procurando atingir (SCOCIMARA, 2013).

Considerando que um comportamento confiante e é o meio para esses fins, aliados as características para um perfil empreendedor, como citado neste trabalho no Quadro 1, como a persistência, persuasão, autoconfiança e criticidade possibilitam de forma mais segura as ações ousadas para um negócio.

A imipotância de uma visão diferenciada nos negócios está posicionando e relacionando os empreendimentos ao ambiente de uma forma que garante um maior sucesso contínuo e o torne seguro contra surpresas de concorrentes. Esta é a estratégia competitiva, a busca por uma posição competitiva favorável em uma indústria, visando estabelecer uma posição lucrativa e sustentável contra as forças que determinam a competição da indústria (SCOCIMARA, 2013).

Segundo Scocimara (2013), tomar a decisão ativa de fazer um negócio crescer significa aceitar os riscos que vêm com o crescimento. Gastar tempo identificando exatamente onde você deseja levar seus negócios - e como você chegará lá - deve ajudá-lo a reduzir e gerenciar esses riscos.

3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Desenvolver uma empresa significa tomar muitas decisões sobre a maneira como o empreendedor deseja expandir suas operações. A criação de um plano estratégico é um componente-chave do planejamento para o crescimento. Isso o ajudará a preparar uma visão realista para o futuro do seu negócio e, ao fazê-lo, pode maximizar o potencial de crescimento do seu negócio.

Um plano estratégico não deve ser confundido com um plano de negócios. Um plano de negócios consiste em estabelecer metas de curto ou médio prazo e definir as etapas necessárias para alcançá-las. Um plano estratégico é normalmente focado nas metas de médio a longo prazo de uma empresa e explica as estratégias básicas para alcançá-las (SILVA, 2012).

O objetivo do planejamento estratégico é definir os objetivos gerais para o negócio e desenvolver um plano para alcançá-los. Envolve dar um passo atrás em operações diárias e perguntar para onde sua empresa está indo e quais devem ser suas prioridades (SILVA, 2012).

À medida que uma empresa se torna maior e mais complexa, a formulação da estratégia precisará se tornar mais sofisticada, tanto para sustentar o crescimento quanto para ajudar o empreendedor a reunir a liderança e os recursos necessários para manter o desenvolvimento de sua empresa.

Para fazer isso, é preciso começar a coletar e analisar uma gama mais ampla de informações sobre a empresa - tanto sobre como ela opera internamente quanto sobre como as condições estão se desenvolvendo em seus mercados atuais e potenciais.

O processo de planejamento estratégico trata de determinar a direção em que o empreendedor deseja conduzir seus negócios. Envolve definir objetivos gerais para o negócio. Por outro lado, o objetivo do plano de negócios é fornecer um roteiro detalhado que levará a empresa na direção desejada. O planejamento estratégico e o planejamento de negócios devem ser complementares, mas o desenvolvimento eficaz da estratégia requer que o empreendedor mude o foco das preocupações do dia-a-dia de seu negócio e considere suas opções mais amplas e de longo prazo (SILVA, 2012).

O desenvolvimento de uma estratégia para o crescimento do negócio requer aprofundamento e entendimento sobre a maneira como o negócio funciona e a posição em relação a outros negócios em seus mercados.

O empreendedor deve equilibrar sua visão para o negócio com as realidades práticas de sua posição atual e mudanças, como maior investimento em capital e outros recursos que seriam necessários para implementar sua visão. Um plano estratégico precisa ser realisticamente alcançável.

Os empreendedores são a espinha dorsal da economia do Brasil: de acordo com Alvarenga e Silveira (2020), o PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro caiu 4,1% no ano de 2020, esses dados foram resultado do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, colocado pelo G1 como maior contração desde o ano de 1996.

Destaca-se aqui, que empresas de porte pequeno estão particularmente ameaçadas pela atual pandemia, pois normalmente têm menos recursos do que as empresas maiores. Isso significa que, potencialmente, que empregos estão em risco. Pesquisas mostram que desde 2012, o Brasil atingiu recorde de 13,4 milhões da população desempregada, registrando uma taxa média de 13,5% em 2020 (UOL, 2021). Em consequência, alguns empreendedores relatam que a própria existência de seus negócios estava ameaçada devido a uma diminuição significativa em atividades comerciais, e por isso “Pesquisa do Sebrae mostra que 31% das empresas mudaram o funcionamento e precisaram se adaptar para manter a saúde financeira.” (SEBRAE, 2020, p. 1).

Os empreendedores frequentemente lutavam com pedidos cancelados ou adiados, recebendo pagamentos, achavam difícil pagar aos fornecedores e aos custos de funcionamento de seus negócios.

Os empreendedores são conhecidos por sua agilidade e isso foi confirmado durante a pandemia Covid-19, mais investidores adaptaram seus planos para os negócios. Tanto por meio de um apoio governamental, introduzindo nos planos a captura de novas oportunidades de negócios durante o bloqueio, desenvolvendo novos produtos e serviços (especialmente no espaço digital), outros revisaram as práticas de negócios ou reposicionaram totalmente seus negócios.

O Brasil caminha, em 2020, para registrar o maior número de empreendedores de sua história. Não exatamente por vocação, mas principalmente por necessidade. Nos nove primeiros meses deste ano, o número de microempreendedores individuais (MEIs) no país cresceu 14,8%, na comparação com o mesmo período do ano passado, chegando a 10,9 milhões de registros. Foram 1,15 milhão de novas formalizações entre o fim de

fevereiro, pouco antes do início da pandemia, até o fim de setembro, segundo dados do Portal do Empreendedor, do governo federal. Somado às mais de 7,5 milhões de micro e pequenas empresas, esse setor representa 99% dos negócios privados (VILELA, 2020, p. 2).

Muitos empreendedores alavancaram os recursos digitais e online existentes; outros começaram a cuidar do espaço da saúde (relacionado ao Covid). Dado como os empreendedores e seus negócios estão interligados, a pressão que a pandemia teve sobre seus negócios impactou o bem-estar mental dos empreendedores.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pandemia COVID-19 teve um impacto incerto na economia global, especialmente para empresários e pequenas e médias empresas que sofreram consequências significativas. No entanto, a resiliência surgiu como uma habilidade empreendedora que permite às empresas se adaptarem e se fortalecerem diante dos desafios. Portanto, este artigo realizou uma revisão da literatura para identificar os fatores que compõem a resiliência para fortalecer os programas de treinamento para habilidades empreendedoras. Este estudo visa conduzir a estudos empíricos futuros que proporcionem maior compreensão e capacitem os profissionais para se adaptarem às crises

Momentos como esses são uns dos mais desafiadores para os empresários. A pandemia trouxe uma série de obstáculos à linha de frente do espírito empreendedor e está mudando algumas das fronteiras dos proprietários de negócios. Coronavírus (Covid-19), isolamento social, fechamento das fronteiras entre vários países, crise sanitária e econômica e muitos outros eventos que ocorreram em um curto período, enviando ondas de choque em todo o mundo.

Severas restrições impostas a muitas empresas (incluindo serem forçadas a fechar totalmente) resultaram em insolvências galopantes. Algumas empresas ainda estão se mantendo, e algumas já fecharam, como foi evidenciado neste breve estudo.

REFERÊNCIAS

- ALEXANDER, Moira. **5 principais ferramentas de gerenciamento de requisitos**. 2019. Disponível em: <https://cio.com.br/gestao/5-principais-ferramentas-de-gerenciamento-de-requisitos/>. Acesso em 14 abr. 2021.
- ALVARENGA, Darlan; SILVEIRA, Daniel. **PIB do Brasil despenca 4,1% em 2020**. G1. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/03/03/pib-do-brasil-despenca-41percent-em-2020.ghtml>. Acesso em: 12 abr. de 2021.
- CARNEGIE, Dale. **Qual é o perfil do empreendedor de sucesso?**. 2018. Disponível em: <https://portaldalecarnegie.com/qual-e-o-perfil-do-empendedor-de-sucesso/>. Acesso em 14 abr. 2021
- DE MACEDO, Neusa Dias. **Iniciação à pesquisa bibliográfica**. Edições Loyola, 1995.
- G1. Agência SEBRAE de notícias. Estudo inédito revela como a pandemia afetou a saúde mental dos empreendedores brasileiros. 2020. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2020/11/estudo-inedito-revela-como-pandemia-afetou-saude-mental-dos-empendedoros-brasileiros.html>. Acesso em: 12 abr. 2021.
- GULLO, Maria Carolina. A Economia na Pandemia Covid-19: Algumas Considerações/The Economy in Pandemic Covid-19: Some Considerations. **ROSA DOS VENTOS-Turismo e Hospitalidade**, v. 12, n. 3, 2020.
- HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas organizações**. Saraiva Educação SA, 2017.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo-9**. AMGH editora, 2014.
- JÚNIOR, Edward Humberto Guimarães et al. Saúde e Trabalho do Empreendedor: um estudo em Psicodinâmica do Trabalho. **Revista Fragmentos de Cultura-Revista Interdisciplinar de Ciências Humanas**, v. 23, n. 3, p. 335-347, 2013.
- LIMA, Telma Cristiane Sasso de; MIOTO, Regina Célia Tamaso. Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Revista Katálysis**, v. 10, n. SPE, p. 37-45, 2007.
- MACHADO, Hilka Vier. Expressão emocional no exercício da atividade empreendedora por mulheres. **Organizações & Sociedade**, v. 13, n. 38, p. 59-72, 2006.
- MACULAN, Anne Marie. Analisando o empreendedorismo. **EGEPE-Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas**, v. 4, p. 497-507, 2005.
- MELLO, Daniel. Home office foi adotado por 46% das empresas durante a pandemia. Agência Brasil. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-07/home-office-foi-adotado-por-46-das-empresas-durante-pandemia>. Acesso em: 13 abr. 2021.
- MINELLO, Italo Fernando; SCHERER, Laura Alves. Comportamento e tipologia do empreendedor diante do insucesso empresarial. **Revista Sociais e Humanas**, v. 27, n. 1, p. 81-101, 2014.

MORESI, Eduardo et al. Metodologia da pesquisa. **Brasília: Universidade Católica de Brasília**, v. 108, n. 24, p. 5, 2003.

PHELIPE, André; MEDEIROS, Israel. **Covid-19 muda a rotina do mercado de trabalho com o home office**. Correio Braziliense. 2020. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2020/03/21/internas_economia,835717/covid-19-muda-a-rotina-do-mercado-de-trabalho-com-o-home-office.shtml. Acesso em: 13 abr. 2021.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009.

SEBRAE. **O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios**. 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-impacto-da-pandemia-de-coronavirus-nos-pequenos-negocios,192da538c1be1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 12 abr. 2021.

SIQUEIRA, Rafaela. **5 estatísticas para entender os impactos da Covid-19 nos negócios**. Cortex. 2020. Disponível em: <https://cortex-intelligence.com/blog/inteligencia-de-mercado/estatisticas-impactos-da-covid-19-nos-negocios/>. Acesso em: 11 abr. 2021.

SUTTU, Giovanna. **As estratégias dos empresários que expandiram seus negócios na pandemia**. 2020. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/negocios/as-estrategias-dos-empresarios-que-expandiram-seus-negocios-na-pandemia/>. Acesso em: 15 abr. 2021.

TIMES. **Financial. impact of the pandemic in Airbnb**. 2020. Disponível em: <https://www.ft.com/content/02a8ca9b-1ba9-4e0a-a3d5-084dd93469bb>. Acesso em: 11 abr. 2021.

VILELA, Rafael. **Pandemia faz Brasil ter recorde de novos empreendedores. Agência Brasil**. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-10/pandemia-faz-brasil-ter-recorde-de-novos-empreendedores>. Acesso em: 12 abr. 2021.