

O Impacto da Pandemia do Covid-19 no Empreendedorismo: um estudo acerca da percepção dos Empreendedores do Município de Resende - RJ

Amanda Fagundes Soares
amanda.fagundes@aedb.br
AEDB

Gabriela Fonseca de Moura
gabriela.moura@aedb.br
AEDB

Rayla dos Santos Oliveira Dias
rayla.dias@aedb.br
AEDB

Resumo: O empreendedorismo é o processo de iniciativa de implementar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes, entretanto, a pandemia do covid-19 vem desafiando tanto quem está iniciando como empreendedor quanto quem já está com seu negócio inserido no mercado. Nesse sentido, este estudo teve por objetivo levantar a percepção dos empreendedores acerca dos desafios enfrentados por seus empreendimentos em meio à pandemia de covid-19. Para tal, adotou-se uma pesquisa bibliográfica e de campo, através de uma entrevista semiestruturada junto aos empreendedores do município de Resende, interior do Rio de Janeiro. Quanto à abordagem do problema, a pesquisa é classificada como qualitativa e em relação ao objetivo, se caracteriza como descritiva. Nesse sentido, participaram da pesquisa 3 (três) empreendedores que já possuíam seus negócios em funcionamento antes da pandemia e 3 (três) empreendedores que inauguraram seus empreendimentos durante a pandemia, a fim de permitir comparar a percepção desses dois grupos. Os resultados evidenciaram dentre os desafios em meio à pandemia, as imposições do governo, com restrições de funcionamento comercial, comprometendo principalmente o financeiro das empresas, bem como a escassez de matéria-prima, visto um cenário de pouca produção, sendo assim, os mesmos tiveram que se adaptar para manterem seus negócios ativos, tendo que traçar planos ou formas de vender seus produtos ou exercer seus serviços, tendo que providenciar promoções por exemplo. E ademais, para os que começaram durante a pandemia, de uma

forma geral corroboraram com os impasses vivenciados pelos outros empreendedores e se mostraram certos de que a crise pandêmica foi um grande fator para a abertura de novos empreendimentos como fonte alternativa de subsistência.

Palavras Chave: Empreendedorismo - Empreendedores - Empreendimento - Covid-19 - Impactos

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é apontado nos dias de hoje como um fenômeno global, dada a existência da sua força e papel no crescimento das relações internacionais e formação profissional. Para Ratten (2020), o empreendedor é definido como uma pessoa que explora uma oportunidade de negócio através de alguma forma de inovação, prevendo uma lacuna no mercado e preenchendo-a por uma nova ideia de negócio.

No que se tange ao empreendedorismo no contexto atual, é inevitável mencionar que as circunstâncias atuais em meio à pandemia de Covid-19 trouxeram diversas mudanças e desafios para esse mundo empreendedor. Nesse sentido Kuckertz et al. (2020) deixam claro que o cenário atual exige mudanças e delineamento de estratégias para o enfrentamento da crise decorrente da pandemia, requerendo severas adaptações pelos empreendedores em seus negócios.

Desse modo, fez-se necessário a busca por novas formas de se pensar e empreender meio às consideráveis mudanças no estilo de vida, cultura e interações sociais da população causados pela crise da Covid-19, exigindo ainda mais das organizações, um gerenciamento mais poderoso para se adaptar às novas maneiras de convívio (RATTEN, 2020).

Em outra concepção, a pandemia também impactou a geração de empregos fazendo com que as pessoas investissem no empreendedorismo. Nesse aspecto, é possível perceber que, no Brasil, há uma grande necessidade de se empreender para atravessar os impasses no período da pandemia, visto que muitas pessoas perderam seus empregos e necessitam de uma fonte de renda para sobreviver (GOVERNO FEDERAL, 2020).

Ainda assim, os estudos de Guimarães e Siqueira (2007) e Tupinambá (2012) evidenciaram que o âmbito empreendedor contém muitos desafios, principalmente no Brasil. O primeiro estudo menciona que os empreendedores têm grande dificuldade de empreender no país, uma vez que existe uma elevada carga de tributos e diversas exigências legais e fiscais. Já o segundo estudo diz que o empreendedor tem que fazer com que seu empreendimento esteja preparado para lidar com a mudança de cenários, visto as incertezas do mercado, ou seja, ele tem que ser adaptável.

Visto tais fatos, este estudo tem como objetivo, levantar a percepção dos empreendedores acerca dos desafios enfrentados por seus empreendimentos em meio à pandemia do covid-19, buscando apresentar os obstáculos vivenciados, bem como identificar como os mesmos contornaram a situação para que continuassem a exercer seu papel de empreendedor. Também é comparado a percepção de quem já possuía um empreendimento antes da pandemia com quem empreendeu diante do contexto. Para o alcance do objetivo, foram abordados no referencial os estudos a respeito do empreendedorismo no Brasil; os impactos causados pela pandemia nos empreendimentos; além do levantamento a respeito das aberturas de empresas meio à pandemia no país; e estudos anteriores sobre o tema.

A contribuição proporcionada por este estudo está em apresentar por meio da pesquisa e entrevistas realizadas, como a pandemia do Covid-19 implica nas atividades empreendedoras e na formação do próprio indivíduo empreendedor, proporcionando uma visão sistêmica do negócio, fazendo com que se possa identificar os riscos e oportunidades envolvidas. Sendo assim, fundamental para demonstrar experiências vivenciadas atualmente para um cenário de crise pandêmica futura.

Por fim, para melhor entendimento da estrutura do artigo, é importante ressaltar que o estudo está estruturado em seções, iniciando-se por esta introdução, na sequência, a segunda abrange uma revisão da literatura apresentando assuntos a respeito do empreendedorismo, como

por exemplo, uma concepção geral com dados estatísticos sobre sua procedência no Brasil, bem como as características do mesmo. Ainda nesta mesma seção é introduzido um tópico a respeito da covid-19 e seus impactos nos empreendimentos, bem como é falado sobre o crescimento do empreendedorismo no Brasil em decorrência da pandemia do covid-19. E, ainda, uma revisão dos estudos anteriores sobre o tema. Posteriormente, são expostos os aspectos metodológicos da pesquisa, ou seja, os métodos utilizados para a realização do estudo. Já nas considerações finais são mostradas as interpretações sobre a análise da entrevista e finalmente, na conclusão, são apresentadas as considerações finais do estudo.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. CONCEPÇÃO GERAL DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo é uma temática de extrema relevância, uma vez que sua adoção é cada vez mais constante. Segundo Monteiro et al. (2007), visto um mercado em mutação e uma precarização nas oportunidades de trabalho, é notório o surgimento da motivação, interesse ou a necessidade das pessoas em se adaptarem ao novo cenário.

Uma pessoa empreendedora é um ser que possui sensibilidade para negócios, discernimento em finanças e que é preparada para identificar oportunidades. Nesse sentido, suas ideias são convertidas para situações reais, beneficiando o mesmo e a sociedade como um todo. Ainda, tem a capacidade de detalhar, monitorar e de persuadir, possuindo características como a iniciativa, perseverança, autoconfiança, comprometimento, buscando sempre pela qualidade e calculando riscos determinação de metas significativas (CHIAVENATO, 2007).

Ainda, de acordo com Ângelo (2003), os empreendedores são divididos em dois grupos: necessidade e oportunidade. Nesse sentido, de acordo com o autor, o primeiro se refere à motivação existente em adquirir um negócio próprio. Já o segundo, refere-se à escassez de emprego ou à falta de outras fontes de ganho.

Em relação ao Brasil, mesmo em tempos de crise financeira, os brasileiros tendem a empreender e liderar o próprio negócio, fazendo surgir muitas *startups*, havendo incentivo financeiro de investidores que têm interesse nas ideias que elas apresentam. Entretanto, nem sempre as contribuições são necessárias para garantir a sobrevivência do negócio (MOTTA, 2019).

Com essa nova geração de empreendedores, o governo vem criando medidas para incentivar o empreendedorismo no país e uma delas é o Microempreendedor Individual (MEI). Com isso, o empreendedorismo tem se consolidado no Brasil como importante fator de desenvolvimento social e econômico, associado à geração de emprego e renda. A crise no mercado de trabalho é uma das mais fortes razões para a formalização de pequenos negócios ser considerada, por cada vez mais pessoas, como uma opção viável, cabendo ressaltar que em 2020, a quantidade de Microempreendedores Individuais (MEIs) cresceu consideravelmente, ultrapassando o número de 10 milhões de pessoas registradas (GOVERNO FEDERAL, 2020).

Segundo uma pesquisa feita pela GEM (2019) apud ASN (2020), o Brasil atingiu 23,3% de taxa de empreendedorismo inicial, revelando a maior marca até então atingida e o segundo melhor nível de empreendedores desde 2002. Estima-se que existam um total de 53,4 milhões de brasileiros exercendo alguma atividade empreendedora, consolidando um novo negócio, criando um novo empreendimento ou até mesmo se empenhando para a manutenção de um empreendimento já estabelecido.

Nesse contexto, diante de dados que mostram um empreendedorismo em alta, é notória a necessidade das empresas se prepararem, traçando estratégias para se manter no mercado. Para Chiavenato (2007), o planejamento estratégico é um instrumento gerencial imprescindível para as empresas, uma vez que o mesmo possui em detalhes a definição da missão e visão da organização, estabelecimento dos objetivos específicos, definição da estratégia, declaração das premissas do planejamento e formação dos objetivos estratégicos de longo prazo.

2.2. OS DESAFIOS DAS EMPRESAS DIANTE DA CRISE PANDÊMICA

De acordo com Giones et al. (2020), Covid-19 é uma enfermidade causada pelo novo Coronavírus, identificado de início na cidade de Wuhan, na China, em dezembro de 2019. A agilidade no crescimento no número de infectados se caracterizou como um surto, fazendo com que a Organização Mundial de Saúde (OMS) no final de janeiro de 2020, anunciasse tal cenário como uma emergência em saúde pública em nível internacional. Ainda conforme exposto pelo autor, a não existência de soluções como vacinas, medicações fez com que se praticasse o distanciamento social como instrumento de auxílio para evitar a propagação da doença. Consoante ao exposto, os autores Burn-Murdoch, Tilford, Fray e Bernard (2020) expõem que a Covid-19 evidencia a fragilidade do ser humano e principalmente dos negócios, pois em poucos meses, a pandemia resultou em uma doença generalizada, com mortes, e a rápida contração das economias globais.

Nessa perspectiva, tem-se a necessidade de aumentar os mecanismos de controle, principalmente nos empreendimentos, como a proibição da realização de atividades que envolvam uma capacidade considerável de pessoas em um mesmo local, pois aglomerações generalizam o vírus entre as pessoas, sejam elas funcionários ou clientes (GOVERNO FEDERAL, 2020).

Dessa forma, a pandemia ocasiona às organizações, a perda da mão de obra, especialmente pelo afastamento relacionado a doenças e mortes, diminuição da produtividade, devido ao medo da contaminação e distanciamento, favorecimento de rupturas operacionais, ocasionada por atrasos e alterações na logística de suprimentos e, além disso, diminui a demanda pelos clientes em razão das medidas mais rígidas impostas pelo país (MARSH & MCLENNAN COMPANIES, 2020).

De acordo com uma pesquisa realizada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI, 2020), a crise gerada pela pandemia do novo coronavírus afeta desfavoravelmente a Indústria Brasileira e ainda, constatou que três em cada quatro empresas consultadas, enfrentam dificuldades para proceder com os pagamentos de rotinas, tributos, fornecedores, salários, aluguel, energia elétrica. Por conseguinte, uma das atitudes tomadas pelas empresas em relação aos seus colaboradores, foi a adoção do trabalho domiciliar, mais conhecido atualmente como *home-office* (MÁXIMO, 2020).

À vista disso, Kuckertz et al. (2020) diz que o cenário atual exige mudanças, nesse sentido, os empreendedores devem desenvolver soluções para se preservarem no mercado através de adaptações na logística, comércio eletrônico e, se for necessário, mudança no segmento de vendas.

O Sebrae (2020) constatou que as empresas vêm sendo afetadas financeiramente por meio de uma pesquisa feita com empresários de pequenos negócios e que 89% desses registraram queda no faturamento mensal. Ainda adiciona que tal dado, em grande parte, é ocasionado pelo fechamento de lojas físicas e pela própria mudança de comportamento dos consumidores, que buscam evitar aglomerações. Além disso, em momentos de crise, muitos consumidores preferem postergar gastos não essenciais.

Ademais, devido às medidas de isolamento social, a fim de evitar a proliferação da Covid-19, foi gerado uma baixa circulação de pessoas, afetando os micros e pequenos negócios, que estão sofrendo com a queda no consumo. Nesse sentido, o e-commerce passa a ser a melhor opção de venda, pois o consumidor recebe seu produto em casa, com o menor contato físico possível (SEBRAE, 2020).

Assim, é necessário que as organizações estejam de acordo com o exposto por Assimi e Marques (2019), que afirmam que em momentos de criticidade, as empresas que buscam se manter competitivas, são obrigadas a desenvolver processos inovadores, bem como adotar práticas ágeis e implementar uma cultura de excelência, conquistando dessa forma a satisfação e lealdade de seus clientes.

2.3. NOVOS EMPREENDIMENTOS EM RAZÃO DA CRISE DO COVID-19

Meio a um cenário de incertezas no mundo contemporâneo, o empreendedorismo é uma opção de geração de renda para muitas pessoas, uma vez que as oportunidades de trabalho têm se tornado cada vez mais escassas. De acordo com Sivapalan e Balasundaram (2012), na esfera atual, é possível perceber a crescente existência de uma espécie de empreendedor instigado, não obrigatoriamente pela oportunidade, mas certamente pela necessidade de sobrevivência, isto é, cidadãos que não possuem alternativas de se alocar no mercado de trabalho formal, encaminham-se para o meio empreendedor.

A crise da pandemia do covid-19 é um grande fator para a abertura de novos empreendimentos no Brasil. Para justificar tal fato, um levantamento feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020) aponta que cerca de 700 mil pessoas passaram a fazer parte da estatística do desemprego nas duas primeiras semanas de junho no ano de 2020 no Brasil, o que elevou o índice de desocupação para 12,9%. Ou seja, os impactos causados pela pandemia da COVID-19 vão além da saúde e se refletem no cenário econômico. O índice de desemprego aumentou juntamente com a inflação, ocasionando perdas na economia, principalmente em países ainda emergentes no cenário mundial, como é o caso do Brasil.

Nessa perspectiva, em decorrência da crise econômica e do desemprego, nos primeiros quatro meses de 2020, o número de empresas abertas foi maior que o número de empresas que fecharam as portas. Segundo o governo federal, o saldo líquido de empresas abertas é o maior da última década. Pela primeira vez na história, o Brasil excedeu o número de 10 milhões de Microempreendedores Individuais (MEIs), atingindo cerca de 10.016.984 registros (GOVERNO FEDERAL, 2020).

É válido ressaltar que além do desemprego, alguns fatores podem ter ocasionado a criação de novos empreendimentos por meio do MEI, como a formalização que favorece a atuação em setores que estão alta no período, e as medidas cedidas pelo Governo Federal para apoiar empreendedores, como a liberação do Auxílio Emergencial de R\$ 600 e a liberação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) para essa categoria (SEBRAE, 2020)

Portanto, a crise provocada pela pandemia promove diversas mudanças e, infelizmente, leva à queda da renda das pessoas, sendo assim, indivíduos que buscam por uma renda para se manter ou para compor seu arrecadamento mensal, terão que encontrar outras formas para se adequar e uma delas, pode ser o empreendedorismo (KREIN; BORSARI, 2020)

2.4 ESTUDOS ANTERIORES

No que diz respeito aos estudos relacionados à temática do presente estudo, foram encontradas pesquisas relevantes, destacando-se Guimarães, Oliveira, Dimas e Corrêa (2020),

Marcelino, Rezende e Miyaji (2020), Pereira e Ribeiro (2020), Stangherlin, João e Oliveira (2020) e Castro, Pontelli, Nunes, Kneipp e Costa (2021).

O estudo de Guimarães, Oliveira, Dimas e Corrêa (2020) teve por finalidade analisar o empreendedorismo diante da pandemia da COVID-19, levantando discussões a respeito do tema relacionado ao trabalho informal, desemprego e crise econômica. Os resultados evidenciaram que são possíveis empreendimentos solidários, construídos através da criatividade e da união de experiências, melhorarem os rendimentos, e desse modo, impactarem positivamente a economia e a sociedade.

A pesquisa de Marcelino, Rezende e Miyaji (2020) buscou investigar os impactos iniciais da Covid-19 nas Micro e Pequenas Empresas do estado do Paraná. Como resultado, os autores exibiram um estudo onde mostra que as empresas do trabalho em questão tiveram redução em suas vendas, concluindo assim a imprescindibilidade de se utilizar os recursos disponibilizados pelo Governo e também que as Micro e Pequenas Empresas busquem se transformar necessitando refazer todos os seus projetos e planejamentos.

Quanto ao trabalho de Stangherlin, João e Oliveira (2020), buscou desenvolver orientações práticas aos empreendedores sobre vendas online, e-commerce, e sobre como utilizar as redes sociais de maneira estratégica, uma vez que a quarentena transformou os hábitos de consumo e os consumidores estão mais conectados e digitais. Como resultado, os autores esclareceram que é importante que os empresários foquem nos seus próprios clientes quando iniciar suas vendas online e, a médio e longo prazo amplie sua atuação para outros estados, e locais mais distantes, pois fidelizar um cliente é bem mais barato do que conquistar novos clientes.

Pereira e Ribeiro (2020) realizaram um estudo cujo o objetivo foi mostrar a importância do conceito do empreendedorismo e empreendedor com o objetivo de proporcionar uma visão mais ampla para a inovação e adaptação de negócios e o impacto causado na economia, na atual crise da pandemia de covid-19 na cidade de Teresina/PI. Como resultado, constataram que o município de Teresina se sobressaiu em relação à crise da pandemia que abateu a economia do país todo, pois apesar dos altos índices de desempregos, no município nasceu a vontade de empreender, sendo assim, Teresina, tornou-se a capital com o maior índice de empreendimentos abertos, em comparação com outros no estado do Piauí.

O estudo mais recente de Castro, Pontelli, Nunes, Kneipp e Costa (2021) teve por objetivo identificar os impactos e estratégias de empreendedores de diferentes segmentos de mercado no cenário de crise da Covid-19. Os resultados apontaram impactos de ordem pessoal e profissional, com ênfase no campo financeiro, bem como nas estratégias de divulgação de produtos e serviços, foco na qualidade e flexibilidade nas condições de pagamento. Em relação às oportunidades, constatou-se menção quanto ao crescimento profissional, reinvenção, novas formas de trabalho, aperfeiçoamento profissional e e-commerce. Concluíram que, alguns segmentos apresentam aumento de demanda, evidenciando a tendência de mudança no padrão de consumo da sociedade em função do cenário atual.

Portanto, visto os estudos expostos, é possível afirmar que a pandemia do Covid-19 trouxe diversos desafios para os empreendedores, fazendo com que os mesmos se adaptassem às mudanças e imposições do cenário atual. Assim como, é possível dizer que a pandemia fez com que surgissem muitos empreendimentos, em razão da necessidade de desenvolver alguma atividade econômica para subsistência.

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para que se alcance bons resultados para o estudo em questão é preciso que se utilize os melhores métodos para chegar ao objetivo final. Nesse sentido, Prodanov (2013) expressa que a metodologia tem por finalidade estudar, compreender e analisar métodos e técnicas de pesquisa que são extremamente essenciais para processar e obter informações visando encontrar soluções para problemas ou assuntos investigativos.

Dessa maneira, quanto ao objetivo, este estudo caracteriza-se como descritivo, pois, segundo Gil (1999) a pesquisa descritiva tem como principal fim demonstrar características de determinada população ou fenômeno ou ainda, estabelecer relações entre as variáveis. E quanto à abordagem a pesquisa é classificada como qualitativa, que segundo Richardson (1999) os trabalhos que utilizam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexibilidade de determinado problema, investigar a interação de certas variáveis, captar e relacionar processos dinâmicos vivenciados por grupos sociais.

Em relação ao procedimento, realizou-se uma pesquisa bibliográfica e de campo. De acordo com Marconi e Lakatos (2011) a pesquisa bibliográfica trata-se do levantamento, seleção e documentação de toda bibliografia já divulgada sobre o tema que está sendo explorado, sejam em livros, jornais, boletins, monografias, teses, dissertações ou material cartográfico. Para Gonsalves (2001), a pesquisa de campo é uma espécie de investigação que tem a intenção de procurar informações diretamente com a população analisada, exigindo que o investigador vá até onde está o acontecimento para agrupar todos os dados necessários documentando-os para utilizá-los na pesquisa.

Quanto à amostra, optou-se por um procedimento de amostragem não probabilística por acessibilidade utilizado para testar ideias, ou para ter concepções sobre um assunto de interesse, e ademais, o pesquisador tem mais independência para determinar a amostra. Para justificar a abordagem, de acordo com Cooper e Schindler (2011), é permitido utilizar essa abordagem nas fases iniciais de pesquisas exploratórias, quando buscamos orientação, e assim, os resultados podem apresentar indícios, bem como, em um procedimento de amostragem mais aprimorado.

O instrumento de coleta de dados foi o roteiro de entrevista semiestruturado, que segundo Manzini (1990), a entrevista semiestruturada evidencia uma temática sobre o qual prepara-se um guia com as principais questões e também com perguntas adicionais características às eventualidades da entrevista.

Nesse sentido, em relação às entrevistas, a coleta de dados aconteceu no mês de junho de 2021, após o contato telefônico e o agendamento prévio com os empreendedores. Posteriormente ao agendamento, as entrevistas foram realizadas através do contato telefônico tendo o acordo com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Apesar de não se ter uma base sólida com informações a respeito dos empreendedores existentes na cidade, de acordo com o censo do Portal do Empreendedor do Governo Federal, Resende tem 9.808 MEIs cadastrados (PREFEITURA DE RESENDE, 2021). Em relação à amostra, a mesma foi composta por 6 (seis) empreendedores, sendo dividido em dois grupos, 3 (três) empreendedores que já possuíam seus empreendimentos em funcionamento antes da pandemia e 3 (três) que iniciaram as atividades empreendedoras no período da pandemia.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1. CONTEXTUALIZAÇÃO E PERFIL DA AMOSTRA

Segundo dados do IBGE (2010), no último censo a população do Município de Resende era de 119.769 habitantes, e em 2020 estima-se que tenha cerca 132.312 habitantes. Durante o

ano de 2020, mais especificamente na fase inicial das aplicações de protocolos de segurança em todo o mundo, a Prefeitura de Resende (2020) publicou o decreto de nº 13.203 de 23 de abril de 2020 onde informava as adoções e medidas de contenção e prevenção ao coronavírus no âmbito do município, decretando providências como a utilização obrigatória de máscaras, diminuição da capacidade máxima de pessoas em estabelecimentos e proibindo o funcionamento de algumas atividades. Em 2021, os protocolos continuam e o decreto nº 13952 de 24 de março de 2020 da Prefeitura de Resende (2021) dispoendo sobre novos horários de funcionamento e novas medidas de restrição para bares, restaurantes, casas de show e congêneres localizados no município de Resende e entre outras providências.

Nesse sentido, para entender melhor a amostra, no que se tange ao perfil dos entrevistados, os mesmos foram divididos em dois grupos, sendo o primeiro referente aos que já tinham um empreendimento em funcionamento antes da pandemia e o segundo refere-se aos empreendedores que abriram um negócio durante o período pandêmico. O primeiro grupo é composto por empreendedores do gênero feminino e masculino, idade entre 30 e 47 anos, com formação de ensino fundamental completo a ensino superior completo. Já o segundo perfil, os entrevistados são compostos por empreendedores do gênero feminino, variando de 21 a 23 anos, tendo superior completo e incompleto.

4.2. PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES EM RELAÇÃO AO EMPREENDEDORISMO EM ÉPOCA DE PANDEMIA DO COVID-19

Esta seção apresenta a percepção dos empreendedores sobre os desafios impostos pela pandemia de Covid-19 em relação aos seus empreendimentos no município de Resende-RJ. Sendo assim, a seguir, no quadro 1 e 2, serão apresentadas as sínteses das entrevistas, com os principais pontos destacados por cada um dos participantes. Os entrevistados não foram identificados e, dessa forma, assumiram os nomes de Empreendedor A, Empreendedor B e Empreendedor C, sendo estes, para o perfil de empreendedores que já possuíam seus negócios em funcionamento. Não obstante, posteriormente, no quadro 2, serão apresentados os resultados da entrevista com o Empreendedor D, Empreendedor E e Empreendedor F para o perfil de empreendedores que abriram o seu negócio durante a pandemia.

Quadro 1. Síntese da entrevista com os empreendedores A, B e C.

Empreendedor A	Empreendedor B	Empreendedor C
1. Qual a sua idade e formação?		
Ⓐ Tenho 30 anos. Ensino superior completo.	Ⓑ Tenho 47 anos. Ensino fundamental completo.	Ⓒ Tenho 46 anos. Ensino médio completo.
2. Já atuou na área em que você empreende hoje?		
Ⓐ Sim, já atuei.	Ⓑ Sim, sempre trabalhei no ramo de beleza.	Ⓒ Sim.
3. Já teve algum outro empreendimento antes? O que lhe motivou a empreender?		
Ⓐ Sim. O que me motivou foi porque iria continuar o negócio da família.	Ⓑ Não, nunca tive outro empreendimento. Sempre gostei da área, então abri meu próprio salão.	Ⓒ Não, nunca tive outro empreendimento. A situação financeira me motivou a empreender.

4. Fale um pouco sobre o seu empreendimento e há quanto tempo está em atividade:

<p>(A) Hoje eu trabalho com a parte de tecnologia e vendo peças de jogos, celulares, controles de jogos, tv's, dvd's, relógios, fones, facas, canivetes, balanças, etc. Já são 6 anos trilhando esse negócio.</p>	<p>(B) Meu empreendimento é um salão de beleza e tem mais de 15 anos que eu tenho ele.</p>	<p>(C) Tenho uma loja de venda de bicicletas e artigos desse ramo. Estou nessa atividade há 30 anos.</p>
---	--	--

5. Tendo em vista a pandemia do Covid-19, quais os principais desafios enfrentados pelo empreendimento nesse período?

<p>(A) Primeiro, o lockdown, que me obrigou a fechar as portas e continuar a pagar os funcionários, ou seja, me deixou encurralado e buscando alternativas de empreender, depois, a alta dos produtos e escassez dos mesmos.</p>	<p>(B) Como é o ramo da beleza, acredito que durante a pandemia, as pessoas deixaram como segundo plano e não buscaram muito por esses serviços, deixando de priorizar essa parte estética.</p>	<p>(C) Em meu segmento, foi a falta de matéria-prima. Acredito que o aumento do valor dólar e consequentemente o valor de tudo, ou seja, tudo ficou mais caro.</p>
--	---	--

6. Foi necessária alguma adaptação física ou no corpo funcional, se sim, quais?

<p>(A) No lockdown, lançamos o delivery e drive-thru para no começo lucrar pelo menos os salários, alimentação e coisas básicas.</p>	<p>(B) No lockdown, tive que atender um pouco em casa porque fechei quase um mês. E depois que voltei para o salão, tive que me adaptar às mudanças, como por exemplo, tive que deixar uma cliente por vez no salão, algo que não ocorria anteriormente.</p>	<p>(C) Não foi necessário.</p>
--	--	--------------------------------

7. Quanto à parte financeira do seu empreendimento, quais foram os principais impactos?

<p>(A) Inicialmente, arrasados. Porém buscamos outras formas de entregar e mudar produtos, voltando aos poucos ao lucro normal.</p>	<p>(B) Senti muito o impacto financeiro, essa área da beleza não tem um salário fixo, se você trabalhar você tem o dinheiro, se não, você não tem. Tive que utilizar dinheiro guardado para sobreviver.</p>	<p>(C) Não sofri grandes impactos.</p>
---	---	--

8. Você chegou a perder demanda em razão da pandemia? Se sim, quais estratégias foram adotadas?

<p>(A) Muito. Em razão dos produtos escassos no mercado e aumento considerável no preço, nos obrigando a não trabalhar com tal produto.</p>	<p>(B) Sim, perdi muitos clientes. Fiz muita promoção para poder ajudar a conseguir mais clientela.</p>	<p>(C) Pelo contrário, tive mais procura.</p>
---	---	---

9. De forma geral, você destaca algum aspecto positivo ou de aprendizado, ou ainda algo que irá permanecer na rotina do empreendimento no pós pandemia?

<p>(A) Acho que valorizar o cliente e cada venda que aprove.</p>	<p>(B) Continuar fazendo promoções para ajudar a ganhar clientes.</p>	<p>(C) Sim, continuarei seguindo alguns protocolos de segurança como o uso de álcool contínuo.</p>
--	---	--

10. Gostaria de acrescentar algo que não tenha sido abordado?

Ⓐ Acredito que a falta de ajuda para as pequenas empresas em relação ao tributo sob venda.

Ⓑ Acredito que seja apenas isso.

Ⓒ Não teria nada a acrescentar.

Fonte: dados da entrevista (2021)

De forma geral, as percepções dos empreendedores A, B e C corroboram com as considerações apresentadas no referencial teórico deste artigo. É possível observar que os entrevistados que já eram empreendedores antes da pandemia, acreditam que a crise do coronavírus foi uma circunstância extremamente crucial para os desafios enfrentados em seus negócios, como a falta de matéria-prima, devido à paralisação de fornecedores e adaptações na forma de entrega do produto ou serviço, tendo em vista os protocolos de segurança adotados pelo município, assim como no mundo todo. Além disso, o lucro e a demanda do negócio caíram, segundo dois dos entrevistados, fazendo com que eles recorressem a tomada de estratégias, como a adoção pelas vendas *online*. Ademais, para contornar a situação, tiveram que adotar outras medidas como o favorecimento de promoções e contenção do público interno no estabelecimento para poder continuar exercendo a atividade empreendedora.

A seguir é apresentada a síntese das entrevistas realizadas com os empreendedores que iniciaram o seu negócio durante o período de pandemia.

Quadro 2. Síntese da entrevista com os empreendedores D, E e F.

Empreendedor D	Empreendedor E	Empreendedor F
1. Qual a sua idade e formação?		
Ⓓ 21 anos, ensino superior incompleto, estou cursando Enfermagem.	Ⓔ 23 anos, tenho superior completo em Ciências Contábeis.	Ⓕ Tenho 21 anos e superior incompleto. Sou estudante de eventos.
2. Já atuou na área em que você empreende hoje?		
Ⓓ Nunca.	Ⓔ Não, nunca atuei.	Ⓕ Nunca atuei.
3. Já teve algum outro empreendimento antes? O que lhe motivou a empreender?		
Ⓓ Nunca tive outro empreendimento antes. As circunstâncias da pandemia como ficar em casa e o medo de ficar desempregada me levou a ter um olhar crítico sobre ter meu próprio negócio.	Ⓔ Já tentei empreender na área de moda e vestuário alguns anos atrás, mas fiquei bem desmotivada com inadimplência. Hoje em dia não vendo mais fiado. Comecei a empreender no meu atual negócio por necessidade, pois quando tomei essa decisão eu não estava trabalhando. Logo depois disso, quando ainda estava na fase de planejamento eu já me encantei.	Ⓕ Não tive outro empreendimento antes. Eu resolvi empreender pela primeira vez para ter uma renda extra durante a pandemia.
4. Fale um pouco sobre o seu empreendimento e há quanto tempo está em atividade:		
Ⓓ Meu empreendimento é uma loja de lingerie. O negócio	Ⓔ Minha empresa é do ramo de gastronomia, temos 3 tipos de produtos: hambúrgueres, pizzas e,	Ⓕ Vendo sem joias e prata 925. Estou há mais ou menos 1 mês com esse empreendimento.

<p>ainda é pequeno, inaugurado por volta de 7 meses. Aos poucos estou conquistando mais espaço no mercado. Meu principal objetivo é promover autoestima e confiança das mulheres.</p>	<p>o carro chefe da casa, as porções. Inauguramos em agosto de 2020, mas só fui formalizar a empresa em janeiro de 2021.</p>	
<p>5. Tendo em vista a pandemia do Covid-19, quais os principais desafios enfrentados pelo empreendimento nesse período? Quais os principais desafios de empreender durante a pandemia?</p>		
<p>Ⓓ O desemprego ou o medo dele, faz com que pessoas compre menos, o que impacta diretamente nas vendas. E com certeza o maior desafio são os fornecedores, com a demora das entregas.</p>	<p>Ⓔ O maior desafio pra mim é a oscilação nos preços das matérias-primas, o que atrapalhou um pouco principalmente no início, onde se eu fosse no mercado amanhã não iria encontrar o mesmo preço de hoje. Isso ainda não mudou totalmente, mas melhorou um pouco em comparação a julho e agosto do ano passado, que era exatamente quando eu estava fazendo pesquisa de mercado e efetivamente começando a vender.</p>	<p>Ⓕ Por enquanto, a maior dificuldade que encontrei é alcançar o reconhecimento e assim conseguir mais clientes. E com a pandemia o meu lucro é bem baixo, pois muitas pessoas estão tendo dificuldade financeira e não podem pagar muito pelas peças que vendo.</p>
<p>6. Foi necessária alguma adaptação física ou no corpo funcional, se sim, quais?</p>		
<p>Ⓓ Não.</p>	<p>Ⓔ Bom, eu estava desempregada quando comecei e o dinheiro que eu tinha era da minha reserva de emergência, foi daí que eu tirei o dinheiro para os primeiros investimentos. Eu não tinha absolutamente nenhum equipamento e nem tinha dinheiro para comprar, então o que eu podia fazer era usar o dinheiro que eu tinha pra comprar matéria-prima. De lá pra cá já mudou muita coisa, já temos equipamentos novos, dobramos o quadro de funcionários, mas não acredito que isso tenha tanta influência do Covid, e sim por a gente estar iniciando mesmo.</p>	<p>Ⓕ Não cheguei a fazer, mas pensei no caso, visto que a compra das peças é feita 100% online, o que as vezes é complicado por não conseguir ver exatamente como é a cor, tamanho e etc.</p>
<p>7. Quanto à parte financeira do seu empreendimento, quais foram os principais impactos?</p>		
<p>Ⓓ Foi necessário um grande investimento em marketing digital e embalagens.</p>	<p>Ⓔ Eu tive que, principalmente, me ajustar quanto aos preços dos meus fornecedores estarem mudando constantemente e, por consequência, aumentar meus preços pros meus clientes. Um verdadeiro efeito dominó.</p>	<p>Ⓕ Ter o lucro menor que o planejado.</p>
<p>8. Você chegou a perder demanda em razão da pandemia? Se sim, quais estratégias foram adotadas?</p>		

Ⓓ Inaugurei meu negócio em meio a pandemia, não tenho demanda anterior para comparação.	Ⓔ Não, minha demanda aumentou.	Ⓕ Não sei ao certo, estou investigando melhor nas redes sociais.
9. De forma geral, você destaca algum aspecto positivo ou de aprendizado, ou ainda algo que irá permanecer na rotina do empreendimento no pós pandemia?		
Ⓓ Com certeza o marketing digital. Pois me ajudou muito a divulgar meu produto. No pós pandemia pretendo continuar a investir cada vez mais nele.	Ⓔ Com certeza, devemos estar preparados para instabilidades do mercado e sempre ter um dinheiro pra capital de giro.	Ⓕ Acredito que todo empreendedor fará um fundo de reservas maior e no caso do meu negócio, pretendo mantê-lo de forma online.
10. Gostaria de acrescentar algo que não tenha sido abordado?		
Ⓓ Como decidi abrir meu negócio com o pouco dinheiro que eu tinha, tenho muitos problemas com a falta de estoque.	Ⓔ Não.	Ⓕ Não.

Fonte: dados da entrevista (2021)

Em relação aos empreendedores D, E e F, de uma maneira geral, fazem menção aos dados extraídos da entrevista com os empreendedores do primeiro perfil. Ainda assim, de maneira unânime, as três entrevistadas mencionam que empreender na pandemia foi um caso de necessidade, tal fato que corrobora com os dados do referencial teórico, onde diz que a pandemia foi um fator motivador para a abertura de novos empreendimentos. É válido ressaltar que as empreendedoras são predominantemente jovens e nunca haviam atuado na área.

Para as entrevistadas, os principais desafios foram a falta de matéria-prima e a oscilação de preços pelo fornecedor. Destacaram também que os empreendedores devem ter uma reserva financeira para essas adversidades e evidenciaram que o comércio *online* é um grande aliado na atividade empreendedora.

Sendo assim, é possível identificar pontos em comum entre os dois grupos, uma vez que os mesmos tiveram problemas como em relação ao fornecimento de matéria-prima. É importante frisar, que conforme apresentado na entrevista, os entrevistados que empreenderam durante a pandemia, não possuem dados concretos a respeito da demanda e diferença de receita para efeitos de comparação.

Por fim, é imprescindível destacar que foram analisados os setores de comércio, alimentação e estética e estes sofreram impactos gerais como preços dos insumos e matérias-primas, bem como específicos, como aumento ou diminuição da demanda, principalmente relacionado à essencialidade dos produtos, como alimentação e estética.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Brasil é um dos países que mais empreende e de acordo com dados da Agência Brasil (2020), o país, em 2020, registra o maior número de empreendedores de sua história, não exatamente por vocação, mas principalmente por necessidade. Nos nove primeiros meses do ano de 2020, o número de microempreendedores individuais (MEIs) no país cresceu 14,8%, em comparação com o mesmo período do ano de 2019. Em relação ao objetivo geral deste estudo, que foi levantar a percepção dos empreendedores acerca dos desafios enfrentados por seus empreendimentos em meio à pandemia do covid-19, buscando apresentar os desafios vivenciados, bem como identificar como os mesmos contornaram a situação para que continuassem a exercer seu papel de empreendedor, comparando a percepção de quem já

possuía um empreendimento antes da pandemia com quem empreendeu diante do contexto, conclui-se que a pandemia fez com que as empresas se adaptassem ao cenário, bem como fez com que os empreendedores refletissem sobre sua postura em relação às estratégias e planejamento de suas empresas, e que de uma forma geral, os dados informados pelos entrevistados do segundo grupo fortaleceram as afirmações apresentadas pelo primeiro. Além disso, foi possível perceber que a pandemia instigou muitas pessoas a empreenderem visto a necessidade do parâmetro do momento.

Ademais, pode-se destacar que um dos pontos principais de dificuldade informados pelos dois grupos foi a falta de matéria-prima e preço elevado da mesma, além das adaptações que tiveram que fazer com seus negócios, principalmente no formato de entrega, recorrendo muitas das vezes ao formato *online*, a fim de se evitar aglomerações e contágio da doença. Apesar de ter sido reduzida a amostra, os resultados corroboram com outros estudos, como o de Castro et al. (2021), que apresentaram os impasses vivenciados pelos empreendedores, como a escassez de matéria-prima e perda no lucro, bem como as estratégias adotadas pelos mesmos.

Por fim, espera-se ter contribuído com os resultados desta pesquisa, incentivando outros empreendedores ou pessoas que desejam empreender, a utilizarem como base as percepções apresentadas por meio das entrevistas a buscarem por soluções ou caminhos que possam deixar o cenário mais estável, visto os desafios e fatores implicados pela pandemia. Como estudos futuros, sugere-se a aplicação desta pesquisa em outros municípios da região, para fins de comparação, além de explorar os desafios por setores, e as iniciativas de órgãos de fomento ao empreendedorismo.

6. REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA BRASIL.** Pandemia faz Brasil ter recordes de novos empreendedores, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-10/pandemia-faz-brasil-ter-recorde-de-novos-empresarios>. Acesso em 24 de jun. 2021.
- ÂNGELO, E. B.** Empreendedor Corporativo: a nova postura de quem faz a diferença. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- ASN – AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS.** Brasil deve atingir marca histórica de empreendedorismo em 2020. Negócios, 10 jun. 2020. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/brasil-deve-atingir-marca-historica-de-empreendedorismo-em-2020.d9c76d10f3e92710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 10 jun. 2021.
- ASSIMI, J.; MARQUES, S.** A importância de ser produtivo no mercado contemporâneo, 2019. Disponível em: <https://administradores.com.br/noticias/a-importancia-de-ser-produtivo-no-mercado-contemporaneo>. Acesso em: 15 de jun. 2021.
- BURN-MURDOCH, J.; TILFORD, C.; FRAY, K.; BERNARND, S.** Coronavirus Tracked: the Latest Figures as the Pandemic Spreads: Free to Read, 2020. Financial Times. Disponível em: <https://www.ft.com/content/a2901ce8-5eb7-4633-b89c-cbdf5b386938>. Acesso em: 15 de jun. 2021.
- CASTRO, B. L. G.; PONTELLI, G. E.; NUNES, A. F. P.; KNEIPP, J. M.; COSTA, V. M. F.** Empreendedorismo e coronavírus: impactos, estratégias e oportunidades frente à crise global, 2021. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v37n158/0123-5923-eg-37-158-49.pdf>. Acesso em: 07 de junho de 2021.
- CHIAVENATO, I.** Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor – empreendedorismo e viabilização de novas empresas. Um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 2° ed. rev. e atual. São Paulo: Editora Saraiva, 2007.
- CHIAVENATO, I.** Introdução à Teoria Geral da Administração. 7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S.** Métodos de pesquisa em administração. 10ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- GIL, A. C.** Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIONES, F., BREM, A.; POLLACK, J. M.; MICHAELIS, T. L.; KLYVER, K.; BRINCKMANN, J. Revising entrepreneurial action in response to exogenous shocks: Considering the COVID-19 pandemic, 2020. Journal of Business Venturing Insights, 14 (e00186), 1-10. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00186>. Acesso em: 15 de jun. 2021.

GONSALVES, E. P. Iniciação à pesquisa científica. Campinas, São Paulo: Alinea, 2001.

GOVERNO FEDERAL. Brasil ultrapassa a marca de 10 milhões de Microempreendedores Individuais (MEIs), 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2020/abril/brasil-ultrapassa-a-marca-de-10-milhoes-de-microempreendedores-individuais-meis>. Acesso em: 15 de jun. 2021.

GOVERNO FEDERAL. Brasil registra saldo de quase 700 mil empresas abertas nos primeiros quatro meses do ano, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2020/06/brasil-registra-saldo-de-quase-700-mil-empresas-abertas-nos-primeiros-quatro-meses-do-ano>. Acesso em: 15 de jun. 2021.

GOVERNO FEDERAL. Medidas adotadas pelo Governo Federal no combate ao coronavírus - 19 de junho, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2020/junho/medidas-adotadas-pelo-governo-federal-no-combate-ao-coronavirus-19-de-junho>. Acesso em: 21 de jun. 2021.

GUIMARÃES, C. P.; OLIVEIRA, Q. K. H.; DIMAS, M. S.; CORRÊA, T. M. M. O empreendedorismo no contexto da covid-19: necessidade, oportunidade e solidariedade, 2020. Disponível em: <http://pensaracademico.facig.edu.br/index.php/semiariocientifico/article/view/2084>. Acesso em: 07 de jun. 2021.

GUIMARÃES, L. O.; SIQUEIRA, M. M. Novos desafios do empreendedorismo, 2007. Revista Administração e Diálogo. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/rad/article/view/1515/1018>. Acesso em: 23 jun. 2021.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo 2010. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/resende/panorama>. Acesso em: 15 de jun. 2021.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. PIB tem queda recorde de 9,7% no 2º trimestre, auge do isolamento social. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012agenciadenoticias/noticias/28720-pibtem-queda-recorde-de-9-7-no-2-trimestre-auge-do-isolamento-social>. Último acesso em 15 de jun. 2021.

KREIN, J. D; BORSARI, P. Pandemia e Desemprego: análise e perspectivas. Disponível em: <https://www.cesit.net.br/pandemia-e-desemprego-analise-e-perspectivas/>. Acesso em: 15 de jun. 2021.

KUCKERTZ, A.; BRANDLE, L.; GAUDIG, A.; HINDERER, S.; REYES, C.A.M.; PROCHOTTA, A.; BERGER, E. Startups in times of crisis - A rapid response to the COVID-19 pandemic, 2020. Journal of Business Venturing. Disponível em: <https://ideas.repec.org/a/eee/jobuve/v13y2020ics2352673420300251.html>. Acesso em: 15 de jun. 2021.

MANZINI, E. J. A entrevista na pesquisa social. Didática, São Paulo: 1990.

MARCELINO, J. A.; REZENDE, A.; MIYAJI, M. Impactos iniciais da covid-19 nas micro e pequenas empresas do estado do Paraná - Brasil, 2020. Disponível em: <https://revista.ufrb.br/boca/article/view/Marcelinoetal#:~:text=Mediante%20as%20principais%20medidas%20para,Empresas%20do%20estado%20do%20Paran%C3%A1>. Acesso em: 07 de junho de 2021.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7ª Edição. São Paulo: Atlas: 2011.

MARSH & MCLENNAN COMPANIES. Pandemic Readiness: Risk Finance and Mitigation Strategies, 2020. Disponível em: <https://www.editoraroncarati.com.br/v2/phocadownload/Relat%C3%B3rio%20Insuring%20Pandemic%20Risk.pdf>. Acesso em: 15 de jun. 2021.

MÁXIMO, W. Pesquisa da CNI revela impacto do coronavírus na indústria brasileira, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-03/pesquisa-da-cni-revela-impacto-do-coronavirus-na-industria-brasileira>. Acesso em: 15 de jun. 2021.

MONTEIRO, B. G.; BARTHOLO JUNIOR, R. S.; LANGENBACH, M. L.; GONÇALVES, M. V.; SILVA, A. L.; MARQUES, T. D. A energia que move a produção: um diálogo sobre integração, projeto e sustentabilidade. 17, Foz de Iguaçu, p. 1-8, 2007.

MOTTA, J. Conheça o novo perfil do empreendedorismo no Brasil. Serasa Experian, 25 de mar. 2019. Disponível em: <https://empresas.serasaexperian.com.br/blog/conheca-o-novo-perfil-do-empreendedorismo-no-brasil/>. Acesso em: 03 jun. 2021.

PEREIRA, R. R.; RIBEIRO, R. E. M. Análise do empreendedorismo na pandemia em Teresina – PI, 2020. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/engenharia-de-producao/pandemia-em-teresina>. Acesso em: 07 de junho de 2021.

PREFEITURA DE RESENDE. Atenção MEI: Sala do empreendedor de Resende te auxilia na declaração anual de rendimentos 2021, 2021. Disponível em: <https://www.resende.rj.gov.br/noticias/atencao-mei-sala-do-empreendedor-de-resende-te-auxilia-na-declaracao-anual-de-rendimentos-2021>. Acesso em: 15 Jun. 2021.

PREFEITURA DE RESENDE. Boletim exclusivo do município de Resende, 2020. Disponível em: <https://resende.rj.gov.br/conteudo/downloads/decretos/DecretoN13203-13204-13205-13206.pdf>. Acesso em: 23 de jun. 2021.

PREFEITURA DE RESENDE. Boletim exclusivo do município de Resende, 2021. Disponível em: https://www.resende.rj.gov.br/conteudo/boletim_oficial/2021/BO-020-ASSINADO.pdf. Acesso em 23 de jun. 2021.

PRODANOV, C. C. Metodologia do trabalho científico, 2013. Novo Hamburgo: Feevale.

RATTEN, V. Coronavirus (COVID-19) and entrepreneurship: changing life and work landscape, 2020. Journal of Small Business & Entrepreneurship, 32(5), 503-516. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1790167>. Acesso em: 15 de jun. 2021.

RICHARDSON, R. J. Pesquisa social: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Pesquisa com empresários sobre os impactos do COVID-19 nos pequenos negócios, 2020. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/26395e8d6cdffad19dd180ac3d994b80/\\$File/19406.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/26395e8d6cdffad19dd180ac3d994b80/$File/19406.pdf). Acesso em: 15 de jun. 2021.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Sobrevivência das empresas no Brasil, 2016. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf>. Acesso em: 15 de jun. 2021.

SIVAPALAN, A.; BALASUNDARAM, NIVAPALAN, N. Level of entrepreneurial intention of the management undergraduates in the University of Jaffna, Sri Lanka: scholars and undergraduates perspective, 2012. South Asian Academic Research Journals, 2(10),24-42. Disponível em: <https://www.semanticscholar.org/paper/Level-of-Entrepreneurial-Intention-of-the-in-the-of-Achchuthan-Balasundaram/e82d925123cb07d2ede445cd2a2b42886359f438>. Acesso em: 15 de jun. 2021.

STANGHERLIN, A.; JOÃO, D. M.; OLIVEIRA, J. N. D. Os desafios enfrentados pelos pequenos empreendedores durante a pandemia da covid-19, 2020. Disponível em: <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/820/2020/06/Textos-para-Discuss%C3%A3o-03-Os-desafios-enfrentados-pelos-empreendedores-.pdf>. Acesso em: 07 de jun. 2021.

TUPINAMBÁ, A. C. R. Empreendedorismo e Liderança: Perspectivas e Desafios Atuais, 2012. Revista Psicologia: Organizações e Trabalho. Disponível em: http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/18991/1/2012_art_actupinamb%c3%a1.pdf. Acesso em 23 de jun. 2021.