

# O EMPREENDEDORISMO DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19: ANÁLISE DOS NÚMERO DE NOVOS MICROEMPREENDEDORES NO MERCADO BRASILEIRO NO PERÍODO DE 2020 E 2021

Jéssica Franciele Rodrigues Azevedo  
Leandra Mariana Viana de Souza  
Luiz Augusto Dias de Melo  
Mara Lopes da Silva  
Ma. Greyce Lara Pereira <sup>1</sup>

## RESUMO

Frente ao cenário de mudanças e um processo de viver/sobreviver das pessoas em um momento de incertezas com a nova situação da pandemia de COVID-19, este artigo tem por objetivo levantar os números de novas empresas, em especial os micro e pequenos negócios, iniciados durante a pandemia da COVID-19. É importante compreender o cenário do empreendedorismo durante um momento de crise econômica, social e sanitária no país, em especial dos pequenos negócios em que 98,5% dos aproximadamente cinco milhões de estabelecimentos no Brasil são compostos por micro e pequenas empresas (MPE's), conforme dados do SEBRAE (2020). Para levantar os dados e investigar os números de novos empreendimentos durante a pandemia, no período de 2020 e 2021, utilizou-se a revisão bibliográfica e a pesquisa de caráter descritivo a partir de banco de dados como o mapa das empresas do governo federal e os dados do SEBRAE. Os resultados demonstram que em 2020 houve a constituição de 3.049.029 novas empresas e em 2021 o número foi de 2,1 milhões de novos pequenos negócios que se iniciaram, demonstrando um crescimento da ação empreendedora durante um período de crescimento do desemprego no Brasil. Este estudo contribui para apresentar os dados do empreendedorismo e a resposta das pessoas as situações adversas, em especial da economia, no momento de medidas sanitárias restritivas para conter a propagação do vírus da COVID-19.

**Palavras-chave:** Micro e Pequenas Empresas. COVID-19. Pandemia. Novos negócios.

## INTRODUÇÃO

A pandemia, iniciada com o surto do coronavírus em dezembro de 2019 na China, modificou drasticamente o cenário social, sanitário, de saúde e econômico em nível mundial. Até janeiro de 2022 havia 366 milhões de infectados no mundo e 5,64 milhões de mortes, de acordo com os dados publicados pelo painel do governo federal em referência a Organização Mundial de Saúde (OMS). Desses números, 22.098.157 casos de infectados e 625.085 mortes ocorreram no Brasil, o terceiro país com maior número de casos em relação ao restante do mundo (BRASIL, 2022). Uma das medidas utilizadas para

---

<sup>1</sup> (Orientadora) Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás (2008).

minimizar a propagação da doença foi o isolamento social e o distanciamento das pessoas. O que ocasionou mudanças drásticas em diversas áreas e na forma de convivência e relacionamento dos indivíduos. Os empreendedores, assim como o setor econômico, sentiram a necessidade de modificar a sua atuação para sobreviver ao período crítico da doença.

A necessidade de realizar as tarefas em novos formatos exigiu das pessoas, em diferentes segmentos econômicos de atuação, uma capacidade de se adaptar, em especial porque o comportamento do consumidor, as empresas e o relacionamento social precisaram se amoldar as novas exigências do mercado e das regras sanitárias. Neste cenário, de constantes transformações e com uma variável que não poderia ter sido considerada, a COVID-19, a economia sofreu com uma crise mais acentuada de recursos e resultados. No caso brasileiro, o problema econômico já se arrastava desde 2015 e piorou significativamente com a pandemia. Em consonância, a pesquisa da Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2020) demonstra uma retração de 1,5% nos resultados do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro no primeiro trimestre de 2020, um valor ainda melhor quando comparado com o segundo trimestre de 2015, no qual o indicador caiu 2,1%. Este ponto demonstra os problemas de acesso e geração de renda, além de dificuldades para retomada do crescimento da economia do país.

Neste contexto, o mercado de trabalho também sofreu drásticas transformações, inclusive com o novo formato de trabalho em “home office”, em que as pessoas adaptaram a rotina de trabalho para acontecer no ambiente do seu lar. A taxa de desemprego no Brasil fechou o terceiro trimestre de 2021 em 13,2%, demonstrando uma tendência de queda nos últimos períodos. De acordo com a pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por meio dos dados da pesquisa por amostra de domicílios, 13,7 milhões de trabalhadores ao

final de 2021 estavam na condição de desempregados no mercado de trabalho. No período anterior a pandemia de COVID-19, o índice estava abaixo de 12%, alcançando 14,7% no primeiro trimestre de 2021. Neste ambiente de fechamento de empresas, crise econômica e dificuldade de conseguir uma nova ocupação no mercado de trabalho formal, muitos brasileiros enxergam no empreendedorismo uma oportunidade de garantir uma fonte de renda para a família e manter uma atuação profissional no mercado.

A partir deste cenário de crise esboçado, em muito agravado pela pandemia de COVID-19, preocupa-se em acompanhar o aumento ou não do fenômeno de empreender

entre os brasileiros, em especial durante um período de incertezas e um nível de risco maior para se iniciar um novo negócio. Assim, a pergunta que orienta esta pesquisa é: Qual o número de novos empreendimentos iniciados no período de 2020 e 2021 no Brasil, durante a pandemia, em especial os microempreendedores por meio das micro e pequenas empresas?

O recorte temático para as micro e pequenas empresas relaciona-se com a importância e participação destes empreendimentos na economia brasileira, considerando que existem mais de 13 milhões de pequenos negócios que geram o equivalente a 21,5 milhões de empregos e uma folha salarial de mais de R\$ 611 bilhões anuais, segundo levantamento do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2020). A partir deste ponto, decide-se pela revisão bibliográfica sobre empreendedorismo no Brasil, com enfoque nos micro e pequenos empreendimentos, além do levantamento de dados com uso da análise descritiva em bases de consulta como o SEBRAE, Mapa das Empresas no site do Ministério da Economia do Governo Federal, consulta junto as bases de pesquisas do IBGE e os dados divulgados pela pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para responder ao problema de pesquisa, sendo que a partir desta investigação se propõe a identificar o número de novos empreendimentos, em especial micro e pequenos empreendedores, no período de 2020 e 2021 com a crise ocasionada pela pandemia de COVID-19. E, por fim, será apresentado o resultado obtido a partir deste levantamento em base de dados secundárias, demonstrando se houve um aumento do número de novos microempreendedores e pequenos negócios no período da pandemia no contexto do mercado brasileiro.

Para responder ao problema de pesquisa, traça-se o objetivo geral que deverá conduzir as etapas a serem desenvolvidas no processo de investigação, que consiste em identificar o número de novos negócios abertos e formalizados no Brasil, com enfoque nos micro e pequenos empreendimentos, a partir de uma pesquisa com levantamentos de dados secundários e análise descritiva, compreendido entre o período de 2020 e 2021, nas bases de pesquisas brasileiras, constantes nos Sebrae, IBGE, Mapa de Empresas do governo federal e GEM. Em seguida, são apresentados os objetivos específicos que organizaram as etapas para o desenvolvimento desta pesquisa:

Levantar os números de novas empresas iniciadas no período de 2020 e 2021 no Brasil, a partir do contexto da pandemia de COVID-19;

Analisar os dados de novos negócios no contexto adverso em relação aos micros e pequenos empreendedores, compreendendo na totalidade de novos negócios a representatividade deste grupo; e

Comparar os números de novos empreendimentos a partir dos microempreendedores como representação dentro do grupo empreendedor com novos negócios iniciados no período de 2020 e 2021.

O desenvolvimento desta pesquisa se justifica pela importância de se monitorar os impactos e os efeitos das medidas de contenção da COVID-19 no Brasil, em especial relacionado a manutenção da funcionalidade do sistema econômico, por meio do incentivo do movimento de empreender, em especial voltado para os micros e pequenos empreendedores, que possuem, por vezes, menor capacidade estratégica, operacional e financeira para resistir em momentos de crise no mercado.

Cabe destacar, que o estudo envolvendo o levantamento inicial do número de empreendedores durante o processo de crise na pandemia da COVID-19 é importante para direcionar possíveis políticas públicas e luz sobre os novos empreendedores que surgem no mercado, compreendendo o processo de decisão por iniciar um novo negócio e minimizar o processo de falência das empresas nascentes.

## **1 EMPREENDEDORISMO EM TEMPOS DE TURBULÊNCIA: UMA BREVE REVISÃO DE LITERATURA**

O empreendedor é definido, em diversos estudos publicados (DOLABELA, 2004), como alguém com potencial para enfrentar situações de risco, vislumbrar oportunidades e inovar para manter-se presente no mercado. Este processo exige criatividade, interesse por inovar produtos, serviços ou processos com a finalidade de gerar ganhos financeiros (RATTEN, 2020). Neste sentido, o ato de empreender é colocado como uma escolha, consciente e com o

objetivo de preencher lacunas no mercado, percebidos por aqueles que demonstram diversas características para assumir riscos e iniciar um novo negócio.

O trabalho de Shane & Venkataraman (2000) evidencia a importância de compreender o processo de empreender a partir das características e contornos do perfil do empreendedor, percebendo como o ambiente influencia o processo de empreender em conjunto com as características do indivíduo e que precisam contar com este espaço social

para colocar em prática a visão de aproveitar oportunidades percebidas no mercado em sua volta. Shook, Priem e McGee (2003) destacam o papel que as características do indivíduo, a figura do empreendedor, desempenham nas etapas de iniciação de um novo negócio – tais como intenção empreendedora, busca e descoberta de oportunidades, decisão de exploração e atividades envolvidas na exploração até a primeira venda.

Neste sentido, vale destacar o trabalho de Cualheta et al. (2020) que avaliou as competências empreendedoras a partir da validade de uma escala junto a alunos de graduação que participam de disciplinas de empreendedorismo para demonstrar que estas competências são diferenciais para suportar cenários adversos nos investimentos, em especial em um momento de incertezas como o da pandemia de COVID-19. O trabalho demonstra que a formação assim como as características individuais são fatores de diferencial para mapeamento de oportunidades do mercado, visão de longo prazo, criatividade para enfrentar momentos de pressão e estratégias para manutenção e desenvolvimento do negócio.

Em relação a intenção de iniciar um novo negócio, Shook et al. (2003) revisa na literatura e elenca entre os achados de pesquisa que o tema de características e perfil empreendedor foca na percepção individual sobre a possibilidade, vontade e suportes sociais para dar início a um novo negócio. Fatores como autonomia, características demográficas e a autoeficácia também são apresentados como fatores de diferenciação para a persistência no processo de intenção de empreender.

Sendo assim, as questões individuais e do ambiente em torno dos indivíduos seriam fatores preponderantes para o processo de empreender, voltado para a oportunidade a ser explorada. A propensão ao risco, motivações e atitudes como atributos psicológicos seriam possíveis fatores de influência no processo de decisão de explorar uma nova oportunidade de negócio. No entanto, teria o empreendedor apenas características para aproveitar oportunidades no mercado ou também pode haver situações de um processo empreendedor não previamente planejado e mais voltado para o artifício de sobreviver a situações adversas, como o ambiente social, político e econômico vivenciado durante a pandemia de COVID-19?

## **2 EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE E POR NECESSIDADE: REVISÃO DE CONCEITOS**

Em uma pesquisa realizada pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019) no mercado brasileiro foi possível constatar que 52% das pessoas entre 18 e 64 anos no Brasil têm um negócio ou estão envolvidos na criação de um. A mesma pesquisa revelou que estes indivíduos participantes da amostra de pesquisa têm como seus maiores sonhos comprar uma casa (49%), viajar pelo Brasil (45%) e comprar um carro (34%), podendo compreender estes como fatores que influenciam, em muitos casos, a predisposição para empreender.

Deste quadro, faz-se necessário investigar o conceito apresentado pelo relatório do GEM (2019) entre empreendedorismo por necessidade e por oportunidade. Esta caracterização se dá, no relatório do GEM, a partir da visão dos empreendedores participantes da pesquisa. A compreensão do empreendedorismo por oportunidade está relacionada ao reflexo e percepção das necessidades e demandas não satisfeitas do consumidor no mercado. Enquanto o empreendedorismo por necessidade se caracteriza pelo momento em que o indivíduo enfrenta alguma dificuldade, de ordem econômica, psicológica ou social para se enquadrar no mercado de trabalho formal, e decide pelo ato de empreender como uma possibilidade de saída para os problemas enfrentados naquela ocasião.

Chiavenato (2007) apresenta que a motivação para o ato de empreender está relacionado com as necessidades pessoais do indivíduo. “Assim, as necessidades direcionam o comportamento daqueles que procuram satisfazer carências pessoais” (p. 172). Incluindo, neste cenário, a insatisfação com as condições e formas de trabalho encontradas no mercado formal, surgindo o interesse por criar as próprias condições e escolhas de trabalho.

De acordo com o relatório executivo do GEM (IBQP, 2008), parcela significativa dos empreendedores brasileiros iniciam uma atividade empreendedora com a motivação de melhorar sua condição de vida, demonstrando um quadro voltado para a necessidade. O empreendedor por oportunidade, em contrapartida, possui uma percepção de realizar coisas novas, acertando o momento e o lugar, buscando capacitação e compreendendo as mudanças necessárias para alcançar êxito em sua empreitada, identificando, com isso, as necessidades atuais e/ou futuras dos clientes em potenciais que ainda não estão sendo satisfeitas pelas ofertas do mercado, criando

e produzindo bens e serviços a fim de satisfazer as necessidades da sociedade. Neste caso, a atuação ocorre de forma previamente planejada.

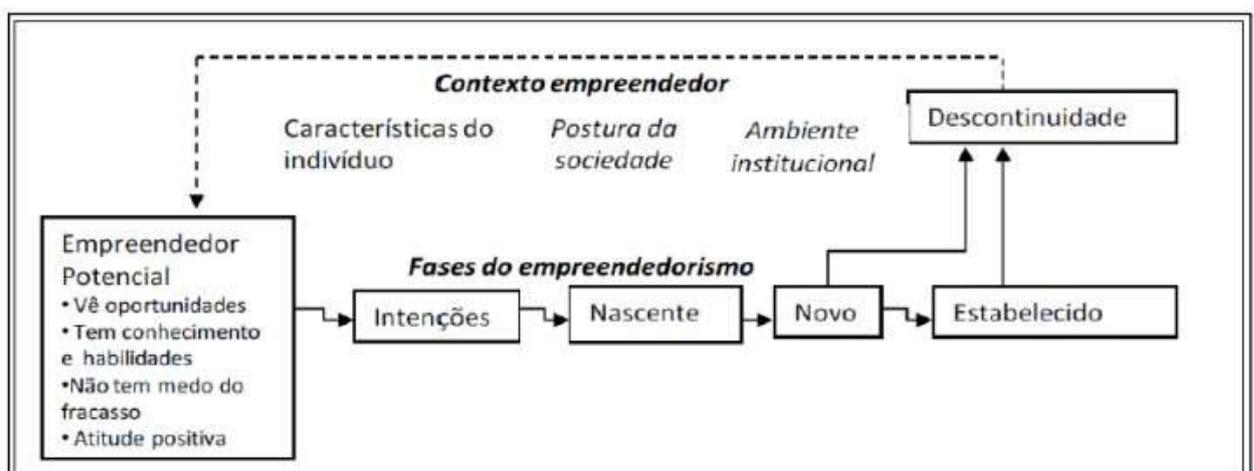
Degen, em seu trabalho, concorda com a posição adota em pesquisas do GEM e também com as posições assumidas pelo SEBRAE no Brasil em suas classificações dos empreendedores atuantes, haja vista o conceito destacado por aquele:

Após identificar uma oportunidade e vencer as barreiras à entrada no negócio, a empresa se desenvolve, realizando e atendendo a uma necessidade do mercado. O empreendedor oportunista detém um nível melhor de conhecimento, e está em constante busca de informações, tendo uma visão de futuro, estabelecendo metas e resultados, sendo nesses casos considerado inovador (DEGEN, 1989, p. 08).

Portanto, boa parte dos trabalhos consultados estão em consonância com a visão analítica do processo de empreender do GEM, compreendendo que esta classificação entre empreendedor por necessidade e por oportunidade impactam, inclusive, na continuidade dos negócios e no desenvolvimento destes ao longo do tempo no mercado. A concepção do GEM (2015) elenca as etapas necessárias do processo de empreender, sendo:

O momento em que o potencial empreendedor manifesta a sua intenção em iniciar uma empresa;

A criação e manutenção dessa empresa em suas primeiras fases (nascentes e novas); e quando esta empresa já é compreendida no mercado como estabelecida.



**Figura 1** – Processo empreendedor de acordo com o relatório de pesquisa do GEM (Relatório GEM, 2015)

Na Figura 1 vislumbra-se os elementos indicadores do modelo de classificação adotado pelo GEM e que também baliza as pesquisas e acompanhamentos do SEBRAE no mercado brasileiro em relação a atividade empreendedora no Brasil, considerando a Taxa de

Empreendedorismo em Estágio Inicial (TEA) como resultado do cálculo da proporção de indivíduos adultos (entre 18 e 64 anos) que estejam desempenhando alguma atividade empreendedora identificada como negócio nascente ou que sejam empreendedores à frente de novos negócios (GEM, 2019). No esboço da Figura 1 é possível destacar a presença de atributos do potencial empreendedor que devem conduzir as atividades e rotinas do indivíduo nos próximos estágios de seu negócio (intenções, nascentes, novos e estabelecidos), o que reflete na busca, inclusive, de conhecimento sobre melhorias em ambiente organizacional para enfrentar as dificuldades advindas do ambiente externo do negócio.

Para os objetivos da pesquisa proposta a análise fixou-se nos dados relativos aos empreendedores nascentes e empreendedores novos do relatório do GEM, voltados para o panorama brasileiro, uma vez que a economia brasileira apresenta contornos diferenciados de outros países e possui relações de trabalho e necessidades diversas de outros países com altos índices de empreendedorismo mapeado em pesquisas. O que se compreende da leitura dos trabalhos é que o empreendedorismo é considerado como uma perspectiva para desenvolver a economia e gerar empregos (BRUTON; AHLSTROM; LI, 2010).

### **3 CENÁRIO DO EMPREENDEDORISMO EM TEMPOS DE COVID-19**

As mudanças nas interações sociais e de estilo de vida das pessoas acarretou impactos, muitos dos quais negativos, sobre a operacionalização e gerenciamento dos negócios neste novo contexto de pandemia da COVID-19. O trabalho de Ratten (2020) destaca uma necessidade crescente entre novos empreendedores e também entre os que já tinham negócios consolidados de buscar outras formas para adaptar as novas regras de convívio social das pessoas neste momento pandêmico.

A pesquisa de Liu et al. (2020), enfoca que é o momento de revisar as orientações para a ação empreendedora, considerando os aspectos e novos contornos sociais da pandemia da COVID-19. Gustmann de Castro et al. (2021) reforçam estes aspectos e incluem que há poucos estudos sobre direcionamento gerencial de crises voltado para o

processo empreendedor, o que tende a dificultar ações concretas para mitigar os efeitos negativos da crise com mudanças constantes em um período mais longo. Sendo assim, o processo de formalização dos negócios e revisão do planejamento precisam ser reestruturados e adequados para a nova realidade do quadro de pandemia vivenciado pela sociedade atual.

De acordo com Ratten (2020), os principais elementos do empreendedorismo para lidar com a crise da COVID-19, em termos dos empreendedores em estágio inicial e aqueles que estão atuando no mercado antes da pandemia, incluem assumir riscos, inovar em processos, produtos e serviços e deter conhecimento do segmento de atuação do negócio. A adaptação também foi um fator reforçado entre as pesquisas revisitadas, ressaltando o estudo de Hassan et al. (2020) que elencou preocupações e oportunidades relacionadas à COVID-19, identificando seis temas principais, quais sejam: (1) interrupção da cadeia de suprimentos; (2) queda na demanda; (3) funcionários; (4) redução da capacidade de produção ou fechamento de lojas; (5) aumento de incertezas; (6) preocupações com mercado financeiro, por meio do acesso a créditos, em especial para dar continuidade aos compromissos assumidos.

Estas questões perpassam a análise das pequenas e médias empresas e dos empreendedores em estágio inicial de negócio, reforçando que a situação de crise advinda de um fator externo fora do controle de gestores e outros atores, exige um redesenho de estratégias e ações voltadas para as novas necessidades e dificuldades do mercado, o que, por vezes, esbarra no caso brasileiro no acesso ao crédito e em políticas públicas que reforcem um cenário de enfrentamento de crise, em especial para a manutenção das atividades empreendedoras (GUSTMANN DE CASTRO et al., 2021).

#### **4 ASPECTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA**

Esta pesquisa tem como objetivo identificar o número de novos negócios abertos e formalizados no Brasil, com enfoque nos micros e pequenos empreendimentos, a partir de uma pesquisa com levantamentos de dados secundários e análise descritiva, compreendido entre o período de 2020 e 2021, nas bases de pesquisas brasileiras, constantes nos Sebrae, IBGE, Mapa de Empresas do governo federal e GEM. Para Lakatos e Marconi (2007) este trabalho investigativo possui um caráter indutivo, uma vez que ocorre a observação sistemática e a classificação dos fenômenos observados. A fundamentação do trabalho desenvolvido centra-se nos dados apresentados por

instituições oficiais, governamentais ou não, responsáveis e reconhecidas por mapear as mudanças do mercado e das motivações do empreendedorismo no Brasil, apresentando uma foto instantânea do momento vivenciado durante o cenário de pandemia de COVID-19, especificamente o período de 2020 e 2021.

De acordo com a descrição de Ribas e Fonseca (2008, p. 06), quando aos procedimentos técnicos e coleta de dados, este trabalho de pesquisa se classifica como bibliográfico, uma vez que será elaborada a partir de um material já publicado, como artigos, dados de bases secundárias, relatórios de pesquisas e demonstrativo de dados estatísticos coletados por institutos de pesquisas e órgãos governamentais. Os trabalhos publicados auxiliam a compreender o ponto de concordância e de discordância para o olhar do objeto investigado e demonstra as possibilidades de pesquisa futura, além de permitir inferências e o estabelecimento de questões que gerem possibilidades de correlação para explicar um recorte da realidade. Os autores descrevem que “a pesquisa bibliográfica abrange toda teoria já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, jornais, etc., isto é, envolve teorias que já receberam um tratamento científico”. Segundo Gil (2002), o trabalho de pesquisa de revisão é um tipo de pesquisa bibliográfica em que se observa o tipo de pesquisa, a amostragem utilizada nos trabalhos revisados, instrumentos e procedimentos adotados nos trabalhos já publicados, utilizando a análise e interpretação dos achados de pesquisa para compreender a área de pesquisa enfocada no estudo resultante deste esforço inicial.

O tema pesquisado enfocou trabalhos de pesquisas recente e demonstra, em relação ao conceito de empreendedorismo e perfil empreendedor, um vasto material de publicação nacional e internacional acerca do tema, com diferentes áreas de abordagens como economia, psicologia, gestão e sociologia. No entanto, quando o interesse de pesquisa se desdobra sobre as dimensões do cenário empreendedor no Brasil, com enfoque na perspectiva do empreendedorismo por necessidade ou oportunidade, os retornos de revisão de pesquisa se tornam mais escassos. Em relação aos impactos e mudanças nos estudos de empreendedorismo, considerando a pandemia de COVID-19, há um material crescente publicado, em especial porque ainda está se vivenciando as consequências e adaptações do mercado as novas práticas e regras sociais, inclusive para os processos de troca.

O universo desta pesquisa, ou seja, a população é constituída pelas publicações recentes, que abordam o empreendedorismo no Brasil frente ao cenário de crise da

pandemia de COVID- 19, buscado junto ao Google Acadêmico e a biblioteca eletrônica Spell (Scientific Periodicals Eletronic Library), a partir de palavras-chave como empreendedorismo e crise; pandemia e empreender. Neste sentido, Gil (2002) demonstra que os meios de pesquisas empíricas são importantes para elencar resultados e perceber similaridade e diferenças entre as abordagens de pesquisa apresentadas nos principais periódicos.

Quanto aos fins, o trabalho aqui apresentado se classifica como descritivo, uma vez que o objetivo é descrever os números encontrados a partir de banco de dados que acompanham o mercado de empreendedores brasileiros o crescimento ou não dos novos empreendimentos no cenário de pandemia do Brasil, em especial dos micros e pequenos negócios. De acordo com Gil (2002) a pesquisa descritiva se caracteriza pela utilização de técnicas padronizadas para a coleta de dados e passível de reprodução para que se obtenha resultados similares, mesmo que em condições de pesquisa diversas, demonstrando a não interferência do pesquisador sobre os dados coletados, possibilitando a continuidade de pesquisa com os objetivos similares por outros interessados na temática.

Os dados a serem coletados sobre a temática desta pesquisa serão aqueles extraídos das bases de pesquisas e publicações de relatórios de pesquisas empíricas já apresentados anteriormente, ressaltando que a escolha destas bases se relaciona com a acessibilidade e observação do conteúdo encontrado nas mesmas. Os artigos selecionados foram os que retornaram sobre as palavras-chave, no período especificado (2020 e 2021) e que apresentam o sistema de revisão por pares. A opção pela filtragem de artigos e relatórios de pesquisas revisados por pares demonstra a possibilidade de replicação da pesquisa e novas lacunas percebidas nos estudos realizados até o presente momento. O período de realização do levantamento de dados para o desenvolvimento do trabalho aqui apresentado é de 2020 e 2021, período de vivência e mudanças drásticas sociais por conta da pandemia de COVID-19.

Os instrumentos de pesquisa a serem utilizados, para a composição da amostragem e coleta de dados para a consecução dos objetivos da pesquisa, devem ser realizados conforme apresentados no Quadro 1.

<b>Recurso</b>	<b>Objetivo</b>
Notebook com acesso à	1. Executar a busca dos trabalhos publicados; 2. Levantamento dos dados de novos negócios no Brasil.
Acesso à Internet	1. Acesso aos canais de publicação e domínio público para revisão dos trabalhos; 2. Extração das informações necessárias para o levantamento dos dados de empreendimentos no período de 2020 e 2021 no Brasil.

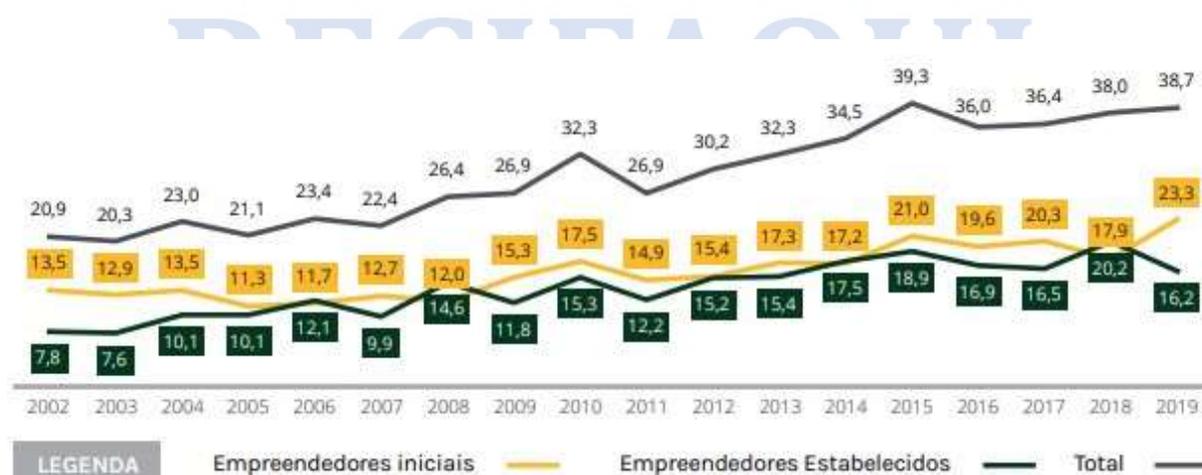
## Quadro 1 – Recursos e seus objetivos

para a pesquisa

Os dados retornados da pesquisa nos bancos selecionados serão analisados a partir de estatística descritiva, com o objetivo de gerar análises para compreender os padrões apresentados nos trabalhos revisados e no banco de dados secundários acessado.

## 5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os dados sobre o empreendedorismo brasileiro são ressaltados pelo relatório GEM (2019), em que é possível verificar pela série histórica o crescimento do processo de empreender no Brasil, em especial nos momentos de crise econômica no país, que tende a resultar em menor ofertas de trabalho no mercado formal. O Gráfico 1 demonstra os resultados iniciais a serem contemplados na análise do trabalho em relação ao quantitativo crescente de empreendedores no mercado brasileiro, em especial os empreendedores em estágio inicial.



Fonte: GEM Brasil 2019

<sup>1</sup> Percentual da população de 18 a 64 anos.

**Gráfico 1** – Taxas (em %) de empreendedorismo segundo estágio de empreendedorismo TEA, TEE, TTE – Brasil – 2002 a 2019, (Relatório GEM,2019, p. 11).

Dos dados apresentados do relatório (GEM, 2019) vale destacar que a taxa de empreendedorismo total (TTE) engloba todos os indivíduos envolvidos com uma atividade empreendedora, ou seja, é o conjunto dos empreendedores tanto iniciais quanto estabelecidos. Em contrapartida, a taxa de empreendedorismo inicial (TEA)

compreende os empreendedores nascentes e os empreendedores novos, sendo os empreendedores nascentes aqueles que estão envolvidos na estruturação de um negócio do qual são proprietários, mas que ainda não pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses, enquanto os empreendedores novos administram e são proprietários de um novo negócio, que pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses e menos de 42 meses (3,5 anos). Já a taxa de empreendedorismo estabelecido (TEE) está relacionado aos empreendedores que administram e são proprietários de um negócio tido como consolidado, que pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de 42 meses.

A partir dos dados percentuais apresentados pelo relatório GEM (2019) observa-se houve a maior diferença nas taxas dos dois estágios de empreendedorismo que atingiu 7,1 pontos percentuais de diferença em 2019, sendo que a TEA alcançou a marca de 23,3% e a TEE baixou, alcançando o índice de 16,2%, retornando aos valores encontrados em 2016 e 2017. A

taxa de empreendedores iniciais teve um aumento significativo em 2019, em especial em relação a taxa de empreendedores nascentes que saiu de 1,7% em 2018 para 8,1% em 2019, conforme dados do relatório GEM (2019). Os empreendedores novos não apresentaram mudança significativa, ficando em 16,4% em 2018 e reduzindo para 15,8% em 2019. Neste sentido, os empreendedores nascentes foram os responsáveis pelo aumento da Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA) em 2019, 23,3%, sendo que em 2018 a mesma taxa foi de 17,9%. Este resultado, de acordo com o relatório GEM (2019), pode ser explicado pelo momento social e econômico vivenciado em 2019, com a retomada do crescimento da economia brasileira e do otimismo do meio empresarial e financeiro, além de uma redução na nas taxas de desemprego naquele momento no país.

Em relação a taxa de empreendedores estabelecidos (TEE) é possível perceber uma redução de 4,0 pontos percentuais (20,2% em 2018 para 16,2% em 2019), o que já demonstrava às desistências de parte do contingente de empreendedores já estabelecidos, por conta de dificuldades enfrentadas no período de crise financeira no Brasil que se arrasta desde 2015, em especial relacionado com o endividamento do empreendedor, inadimplência, forte queda da demanda e ambiente crescente de

dificuldades de manter a inovação e continuidade do negócio. Em 2019, a pesquisa GEM inovou a metodologia para avaliar as motivações para empreender entre os brasileiros, não mais restringindo as opções de respostas às categorias por necessidade ou por oportunidade aos participantes da pesquisa, ampliando a abordagem para quatro afirmações em relação aos motivos para iniciar um novo negócio. Assim, a Tabela 1 evidencia o percentual de empreendedores iniciais que responderem a pesquisa nestes novos parâmetros em 2019.

Motivação	Taxas
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	88,4
Para fazer diferença no mundo	51,4
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	36,9
Para continuar uma tradição familiar	26,6

Fonte: GEM Brasil 2019

<sup>1</sup> Empreendedores iniciais que responderam afirmativamente cada uma das questões. As questões não são excludentes, ou seja, o empreendedor poderá ter respondido afirmativamente para mais de uma.

**Tabela 1** – Percentual dos empreendedores iniciais segundo as motivações para iniciar um novo negócio – Brasil 2019,( Relatório GEM, 2019).

Aproximadamente 90% dos empreendedores iniciais concordam (total ou parcialmente) que a escassez de emprego constitui uma das razões para desenvolver a iniciativa empreendedora com a qual estão envolvidos no momento da pesquisa, o que se relaciona com o sentido de empreender por necessidade, mantendo o cenário de concepção do empreendedorismo brasileiro que é ser mais reativo ao ambiente econômico e de ausência de políticas públicas para melhoria das relações de trabalho no mercado formal.

Com relação ao cenário da pandemia, vivenciado no Brasil a partir de março de 2020, o SEBRAE (2021) divulgou que no fechamento de 2020 a taxa de empreendedorismo total no Brasil atingiu o menor patamar dos últimos oito anos, ou seja, de 2013 a 2020, com uma queda de 18%. Com este dado, o Brasil caiu de 4º para 7º lugar no ranking global. Estes resultados são análises dos dados inicialmente apresentados pela GEM em parceria com o SEBRAE, com o intuito de monitorar o ambiente empreendedor no Brasil.

Na Figura 2 é possível perceber a redução na taxa de empreendedorismo total no Brasil no período de 2019 a 2020, a partir de dados publicados pelo SEBRAE (2021) a partir de dados compilados pelo GEM.



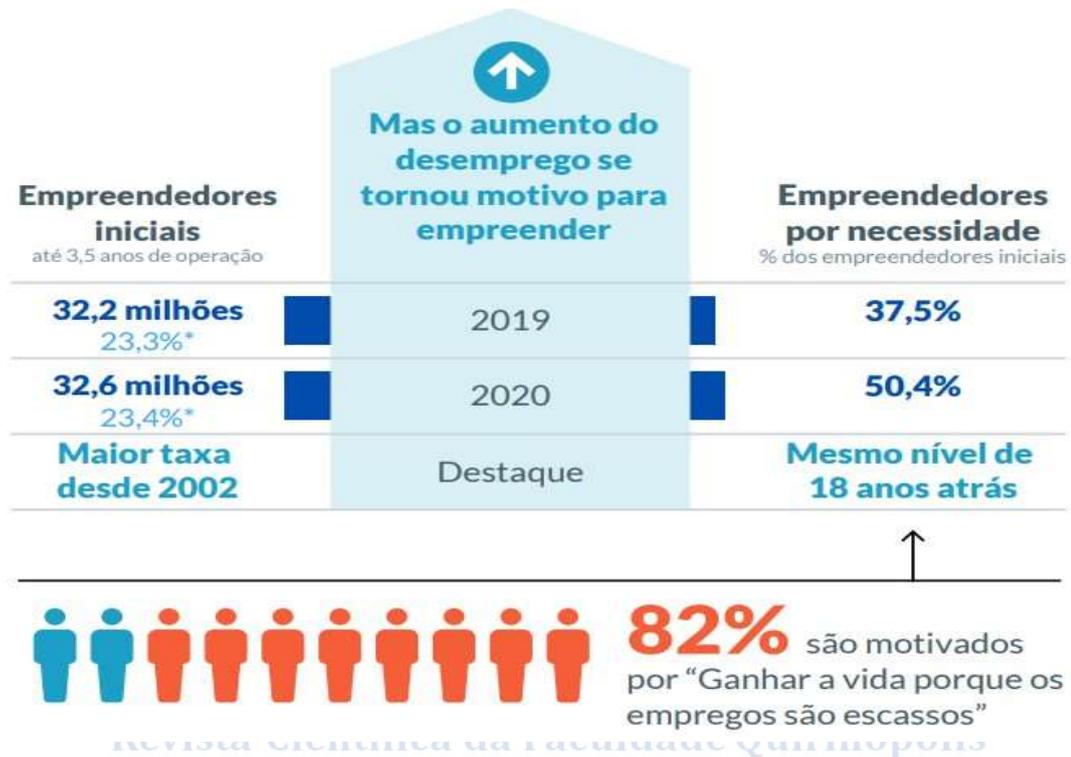
**Figura 2** - Taxa de empreendedorismo, em percentual, do total da população adulta (18 a 64 anos) no Brasil - 2019 e 2020, dados divulgados pelo SEBRAE (2021), a partir dos relatórios GEM (2020).

De acordo com o SEBRAE (2021), a taxa de empreendedorismo inicial apresentou um ligeiro aumento, passando de 23,3% em 2019 para 23,4% em 2020, atingindo a maior taxa histórica da série desde 2002. No entanto, ocorreu forte redução na quantidade de empreendedores estabelecidos, que saíram de 16,2% em 2019 para 8,7% em 2020, uma redução de quase 50%, sendo o menor número registrado pela pesquisa.

Esta redução na taxa total de empreendedores, puxada em especial pela redução na quantidade de empreendedores estabelecidos, demonstra que a pandemia do COVID-19 desestabilizou de forma drástica os empreendedores mais antigos no mercado. Por outro lado, devido ao aumento das taxas de desemprego, pessoas jovens, inexperientes, perceberam como alternativa para sobreviver ao momento de crise, adentrar no mercado por meio de um pequeno negócio. De acordo com o relatório do SEBRAE (2021), esta redução na taxa de empreendedores estabelecidos no Brasil revela uma piora na qualidade do empreendedorismo do Brasil, já que indivíduos mais

experientes estão abandonando os negócios e, possivelmente, enfrentaram dificuldades para se adaptar ao novo cenário vivenciado a partir da pandemia do novo coronavírus.

A Figura 3 demonstra que os níveis de desemprego no Brasil acabaram por influenciar na entrada de novas pessoas para o empreendedorismo, iniciando um novo negócio por necessidade e para enfrentar as situações de melhoria da renda familiar.



**FIGURA 3** – Taxa de empreendedores iniciais e percentual de empreendedores por necessidade dentro os empreendedores iniciais – Brasil – 2019 e 2020, Dados divulgados pelo SEBRAE (2021), a partir dos relatórios GEM (2020).

De acordo com os dados divulgados pelo SEBRAE (2021) da pesquisa realizada pelo GEM, o número de empreendedores iniciais motivados por necessidade saltou de 37,5% para 50,4% entre 2019 e 2020, atingindo o mesmo nível de 18 anos atrás. 82% dos entrevistados na pesquisa afirmaram que a motivação para iniciar um novo negócio foi a solução encontrada para manter a renda familiar, uma vez que os empregos se tornaram escassos no mercado formal brasileiro no período da pandemia.

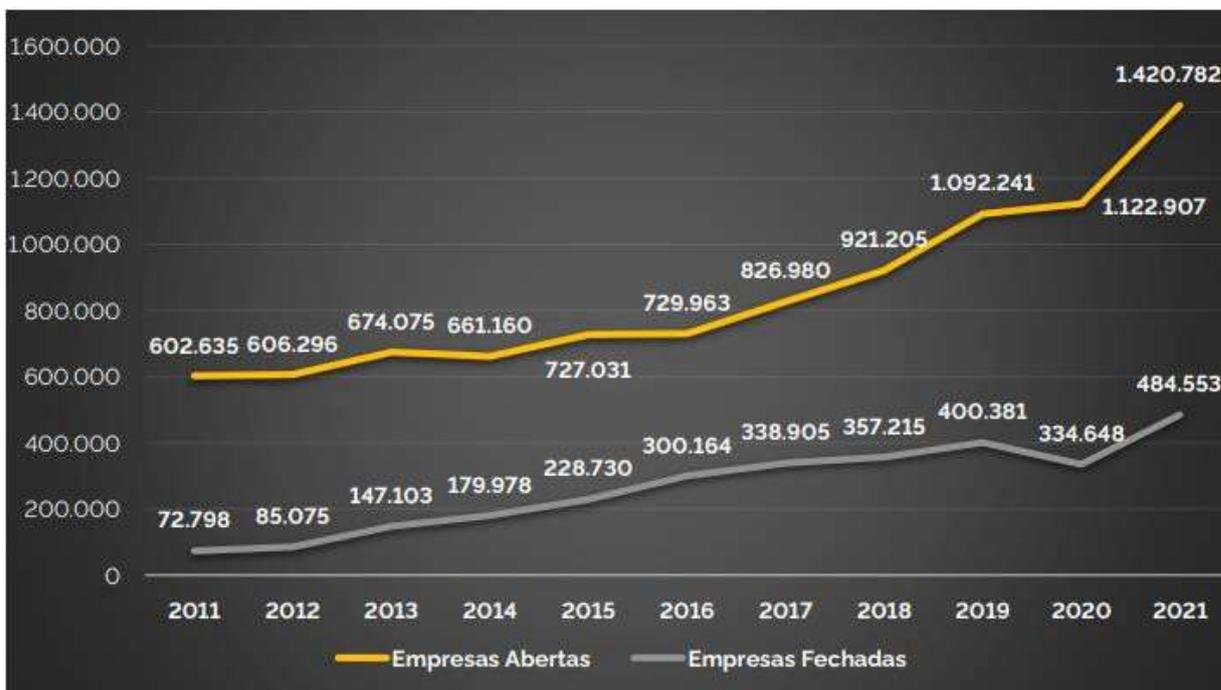
O relatório de pesquisa divulgado pelo SEBRAE (2021) revelou que o contingente de indivíduos que estão entrando no mercado como empreendedores, os denominados empreendedores nascentes, cresceu 25% em 2020 na comparação com 2019, atingindo o maior patamar histórico da série, com uma taxa que representa 10,2%

da população adulta. Estes dados demonstram os níveis de extrema necessidade das pessoas na busca de obter uma nova fonte de renda por meio do empreendedorismo, o que necessariamente precisará ser monitorada nos próximos anos para se compreender este fenômeno do empreendedorismo como resultado de uma situação de crise e diversas mudanças ocasionado pela pandemia da COVID-19.

Para compreender a evolução do cenário das empresas nascentes no Brasil, vale destacar os dados levantados junto ao Ministério da Economia, em relação ao Mapa das Empresas que revela um saldo positivo de 1.420.782 empresas abertas no período do segundo quadrimestre de 2021, um aumento de 1,9% em relação ao primeiro quadrimestre de 2021 e um aumento de 26,5% em relação ao mesmo período de 2020. O que demonstra uma reação do processo de retomada da economia brasileira, mas ainda pode estar prevalecendo uma busca pelo empreendedorismo como forma de garantir a sobrevivência das famílias e uma continuidade da precarização das relações de trabalho no mercado formal brasileiro.

Vale ressaltar que no terceiro trimestre de 2021 o IBGE (2021) divulgou que a taxa de desemprego atingiu 12,6%, demonstrando uma queda de 1,6 ponto percentual em comparação com o segundo trimestre de 2021. Foi possível observar que o número de pessoas em busca de emprego no Brasil recuou 9,3%, chegando ao patamar de 13,5 milhões de pessoas. A taxa de ocupados na economia teve um crescimento de 4%, alcançando 93 milhões de pessoas. Os dados corroboram uma reação da economia frente as novas perspectivas e regras sociais a partir da vivência da COVID-19 no país.

No Gráfico 2 é possível acompanhar os resultados em perspectiva de série histórica do saldo de abertura e fechamento de empresas no Brasil, destacando que no segundo quadrimestre de 2021 o Brasil apresentou um saldo positivo de 936.229 empresas abertas, com um número total de 18.440.986 empresas ativas, considerando matrizes, filiais e microempreendedores individuais (MEI).



**Gráfico 2** – Histórico de abertura e fechamento de empresas no segundo quadrimestre (2011 a 2021) – Brasil (MAPA DE EMPRESAS (2021)).

A partir dos dados analisados é possível observar um crescimento expressivo e contínuo de abertura de novas empresas no Brasil, em parte influenciado por políticas públicas pontuais que favoreceram a criação de novos negócios no país, em especial o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (PRONAMPE), que instituiu linhas de crédito para que os pequenos negócios pudessem acessar capital de giro durante a pandemia do coronavírus. E a aprovação no Congresso Nacional da Lei nº. 14.195, de 26 de agosto de 2021, que, dentre outras medidas, dispõe sobre a facilitação para abertura de empresas, o que vem reduzindo o tempo gasto na abertura de novas empresas no Brasil. O objetivo do governo é melhorar o ambiente de negócio no país e criar possibilidades de continuidade dos negócios nascentes ao longo do tempo.

Em relação ao tipo de empresa aberta, os dados do Ministério da Economia demonstram que o microempreendedor individual é responsável por 57,4% dos negócios ativos do Brasil, representando 77,7% das empresas abertas no segundo quadrimestre de 2021, o que demonstra a crescente formalização de novos negócios e reforça a importância dos pequenos negócios para a dinâmica da economia brasileira. A Tabela 2 demonstra a

variação do tipo de empresas aberta no Brasil no período de 2021 em comparação com 2020.

	Empresas ativas	Empresas abertas	Varição em relação ao 1º quad. de 2021	Varição em relação ao 2º quad. de 2020
<b>GERAL</b>	<b>18.440.986</b>	<b>1.420.782</b>	<b>1,9%</b>	<b>26,5%</b>
Empresário Individual (incluindo Microempreendedor Individual - MEI)	12.947.753	1.163.845	-0,6%	23,6%
Sociedade Empresária Limitada	4.200.293	214.006	17,3%	55,1%
Empresa Individual de Responsabilidade Limitada - EIRELI	1.024.257	35.025	4,4%	-6,3%
Sociedade Anônima	172.595	5.442	24,6%	58,6%
Cooperativa	33.903	992	38,5%	80,4%
Demais tipos de empresas	62.185	1.472	-28,5%	-31,4%

**Tabela 2** – Movimento de abertura de empresas por tipo de empresa no segundo quadrimestre de 2021 – Brasil, (MAPA DE EMPRESAS (2021)).

Os dados demonstram que 1.163.845 empresários individuais iniciaram suas atividades no segundo quadrimestre de 2021, representando uma queda de 0,6% em relação ao primeiro quadrimestre de 2021 e um aumento de 23,6% em relação ao segundo quadrimestre de 2020, consolidando um total de 12.947.753 empresários individuais ativos na economia brasileira, incluídos os microempreendedores individuais (MEI). Vale destacar que o Empresário Individual foi o único dos quatro tipos de empresas apresentados que registrou queda no dado comparado com o segundo quadrimestre de 2021.

Já na Tabela 3 corroboram que o processo de inscrição do MEI, modalidade de empresário individual com processo simplificado para abertura de empresas e regime especial de tributação, tem sido a opção para os empreendedores iniciantes, em especial, formalizarem seus negócios. Estes dados reforçam o crescimento do empreendedorismo voltado para pequenos negócios na economia brasileira.

É possível observar a partir dos dados que no segundo quadrimestre de 2021 foram abertos 1.103.922 MEIs, demonstrando uma queda de 0,5% em relação ao primeiro quadrimestre de 2021, porém com um significativo aumento de 26,1% em

relação ao segundo quadrimestre de 2020, consolidando-se o total de 10.586.027 MEIs ativos no Brasil. Estes dados demonstram um processo gradual de retomada da economia no país, uma vez que há um interesse crescente pela formalização de pequenos negócios no período considerado.

	Empresas ativas	Empresas abertas	Varição em relação ao 1º quad. de 2021	Varição em relação ao 2º quad. de 2020
<b>EMPRESÁRIO INDIVIDUAL</b>	<b>12.947.753</b>	<b>1.163.845</b>	<b>-0,6%</b>	<b>23,6%</b>
Microempreendedor Individual	10.586.027	1.103.922	-0,5%	26,1%
Demais Empresários Individuais	2.361.726	59.923	-2,7%	-9,4%

**Tabela 3** - Movimento de abertura de empresários individuais no segundo quadrimestre de 2021 – Brasil (MAPA DE EMPRESAS (2021)).

Por fim, o que se observa dos dados apresentados é que houve um aumento do número de novos empreendedores no mercado brasileiro, na grande maioria por não conseguir vislumbrar possibilidade de um emprego melhor no mercado de trabalho. O ponto central é acompanhar pelos próximos anos a sustentabilidade destes negócios nascentes em um momento de crise e mudanças acentuadas do ambiente social, político e econômico, não só do Brasil, mas do restante do mundo, captando as mudanças e a adaptabilidade dos empreendedores brasileiros aos cenários impostos pelas incertezas e novas descobertas dos indivíduos e os respectivos comportamentos no mercado consumidor.

## CONCLUSÃO

A partir do estudo realizado é possível tomar conhecimento das movimentações e dados de novos empreendimentos abertos no Brasil, considerando o cenário de mudanças e adaptações vivenciados pela pandemia de COVID-19. Em termos de números foi possível perceber um crescimento de abertura de microempresas no Brasil, uma maior formalização dos negócios, mas também um processo de busca pelo empreendedorismo como única alternativa viável para superar a precarização do mercado de trabalho e o crescimento do desemprego, em parte agravados pelo ambiente caótico da pandemia do novo coronavírus, reforçando um empreendedorismo voltado por necessidade que pode não levar a uma sustentabilidade dos novos negócios constituídos no período. A revisão

de trabalhos e a coleta de dados nos bancos disponíveis para acompanhamento das mudanças econômicas e de formatos do empreendedorismo no Brasil demonstram que o crescimento do número de pessoas buscando abrir o próprio negócio não está ocorrendo, em grande medida, pelas oportunidades mapeadas no mercado de consumo ou mudanças nos hábitos dos consumidores, mas sim pela falta de oportunidade de emprego, o que se relaciona com o empreendedorismo por necessidade, o que ocasionalmente, como sugerido pela literatura, pode levar a uma extinção maior de negócios no curto espaço de tempo. O recorte temático do trabalho é atual e carece de um acompanhamento e cuidado com a revisão dos conceitos e aplicabilidade na ação e casos concretos observados na realidade econômica, brasileira e a nível mundial.

Neste contexto, a partir da análise dos dados, percebe-se que houve um aumento do número de empreendedores no Brasil no período de 2020 e 2021, e que este crescimento deve-se manter frente as novas circunstâncias impostas pela pandemia da COVID-19 aos negócios, ao mercado de trabalho e as relações sociais. Os dados demonstram que os microempresários individuais e a decisão de empreender por necessidade são recorrentes entre os participantes das pesquisas e nas estatísticas de acompanhamento do Ministério da Economia. Os trabalhos apontam para a necessidade de investir na melhoria da qualidade das atividades empreendedoras, uma vez que estas são ponto de sustentação para a continuidade de um processo de melhoria da qualidade de vida das pessoas e da possibilidade de desenvolvimento econômico da sociedade, em especial para se adaptar e antever situações complexas. A situação vivenciada pelos empreendedores que já estavam no mercado e os que estão iniciando na atividade de manter o próprio negócio precisam compreender que o atual contexto exige o monitoramento constante do ambiente, planejamento, capacidade e velocidade de adaptação, criatividade e inovação para responder a um ambiente de negócio e relacionamento cada vez maior no fator de incerteza e riscos. As habilidades, capacidades e competências dos empreendedores brasileiros devem ser monitoradas nos próximos anos para captar as interferências da pandemia e as novas demandas para estar no papel de empreendedor.

O trabalho aqui apresentado atende os objetivos propostos inicialmente na pesquisa, tanto os específicos quanto o geral. A pergunta inicial de pesquisa foi possível de se encontrar recortes para respostas a partir do acompanhamento de dados de

institutos de pesquisa como GEM e parcerias de desenvolvimento do SEBRAE, bem como a ação de monitoramento do Ministério da Economia em relação as empresas no Brasil.

Por fim, considerando a vivência ainda atual da pandemia do novo coronavírus e as mudanças constantes em relação as regras sanitárias, de convivência entre as pessoas e as novas demandas do mercado consumidor vale frisar a necessidade de se dar continuidade ao monitoramento dos dados sobre o empreendedorismo brasileiro, além de investigar a continuidade dos negócios que nasceram durante a pandemia da COVID-19 e a respectiva assiduidade destes empreendimentos em um cenário de controle dos casos de contaminados e mortes, além das melhorias do mercado de trabalho. É relevante uma avaliação futura sobre a atividade empresarial no Brasil em comparação com outros países durante os momentos mais críticos da pandemia e que exigiram adaptações mais rápidas dos empreendedores.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Painel coronavírus. 2022. Disponível em: <[covid.saude.gov.br](https://covid.saude.gov.br)>. Acesso em: 28/01/2022.

BRUTON, Garry D.; AHLSTROM, David; LI, Han-Lin. Institutional theory and entrepreneurship: Where are we now and Where do we need to move in the future?. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 34, n. 3, 2010, p. 421-440.

CHIAVENATO, Idalberto. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. São Paulo: Saraiva, 2007.

CUALHETA, Luciana Padovez; ABBAD, Gardênia da Silva; FAIAD, Cristiane; BORGES JUNIOR, Cândido Vieira. Competências empreendedoras: construção de uma escala de avaliação. *Revista de Pesquisas Empresas*, v. 9, n. 2, jan./abr. 2020, p. 158-180.

DEGEN, Ronald J. *O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial*. São Paulo: McGraw-hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. *Pedagogia empreendedora*. São Paulo: Cultura Editores, 2004.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Centro de Estudos em Finanças da Escola de Administração de Empresas de São Paulo. *Mudanças na economia brasileira*. 2020. Disponível em: <[portal.fgv.br/noticias/retrospectiva-2020-pesquisa-indica-6393-tiveram-perda-renda-mensal-conta-covid-19](https://portal.fgv.br/noticias/retrospectiva-2020-pesquisa-indica-6393-tiveram-perda-renda-mensal-conta-covid-19)>. Acesso em: 12/12/2021.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). *Empreendedorismo no Brasil – 2019. Relatório Executivo*. Disponível em: <[ibqp.org.br/DDF%20GEM/Relatório%20](https://ibqp.org.br/DDF%20GEM/Relatório%20)>

Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>. Acesso em: 05/11/2021.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Empreendedorismo no Brasil, IBPQ – 2008. Relatório Executivo. Disponível em: <ibqp.org.br/DDF%08GEM/Relatório%08-Executivo%08Empreendedorismo%08no%08Brasil%202008.pdf>. Acesso em: 13/12/2021.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Empreendedorismo no Brasil, IBPQ 2015. Relatório Executivo. Disponível em: <ibqp.org.br/DDF%15GEM/Relatório%15-Executivo%15Empreendedorismo%15no%15Brasil%202015.pdf>. Acesso em: 28/11/2021.

GUSTMANN DE CASTRO, Beatriz Leite; PONTELLI, Greice Eccel; NUNES, Andrieli de Fátima Paz; KNEIPP, Jordana Marques; COSTA, Vânia Medianeira Flores.

Empreendedorismo e coronavírus: impactos, estratégias e oportunidades frente à crise global. Estudos Gerenciais, Journal of Management and Economics for Iberoamerica, v. 37, n. 158, 2021, p. 49-60.

HASSAN, Tarek Alexander; HOLLANDER, Stephan; VAN LENT, Laurence; SCHWEDELER, Markus; TAHOUN, Ahmed. Firm-level exposure to epidemic diseases: COVID-19, SARS, and H1N1. National Bureau of Economic Research, Working Papers 26971, 2020, p. 1-67.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE. Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua). Trabalho e Rendimento. 2021. Disponível em: <ibge.gov.br/estatísticas/sociais/habitacao/17270-pnad-continua-.html?=&+=series-historicas>. Acesso em: 16/09/2021.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. Metodologia científica: ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LIU, Yioeng; LEE, Jong Min; LEE, Celia. The challenges and opportunities of a global health crisis: the management and business implications of COVID-19 from an Asian perspective. Asian Business & Management, v. 19, n. 1, 2020, p. 277-297.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. Boletim do 2º Quadrimestre de 2021. Mapa de Empresas. 2021. Disponível em: <www.gov.br/governodigital/pt-br/mapa-de-empresas/boletins/mapa-de-empresas-boletim-do-2o-quadrimestre-de-2021-1.pdf>. Acesso em: 23/11/2021.

RATTEN, Vanessa. Coronavirus (COVID-19) and entrepreneurship: changing life and work landscape. Journal of Small Business & Entrepreneurship, v. 32, n. 5, 2020, p. 503-516.

RIBAS, C. C. C.; FONSECA, R. C. V. Manual de metodologia. Curitiba: OPET, 2008. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. SEBRAE.

2021. Taxa de empreendedorismo no Brasil cai mais de 18% durante a pandemia. Disponível em: <agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/taxa-de-empreendedorismo-no-brasil-cai-20-pandemia,5b9809025dbe9710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 17/11/2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. SEBRAE.

Pequenos negócios em números. 2020. Disponível em:  
<sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-  
numeros,12e8794363447510VgrVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 23/09/2021.

SHANE, Scott; VENKATARAMAN, Sankaran. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, v. 25, n. 1, 2000, p. 217-226.

SHOOK, Christopher L.; PRIEM, Richard L.; MCGEE, Jeffrey E. Venture creation and the enterprising individual: a review and synthesis. *Journal of Management*, v. 29, n. 3, 2003, p. 379-399.

Enviado em: 01/03/2022.

Aceito em: pré-aprovado em banca FAQUI 2022/1

**RECIFAQUI**  
Revista Científica da Faculdade Quirinópolis