

**EMPREENDEDORISMO LOCAL: COMO ENFRENTAR OS DESAFIOS E SE DESTACAR NO MERCADO**

**Kamilly Farias de Souza**

Discente de graduação do curso de administração: UNICENTRO  
E-mail: Kamillyfsouza@gmail.com

**Mariane Helck**

Discente de graduação do curso de administração: UNICENTRO  
E-mail: helckmariane@gmail.com.

**Resumo:**

O empreendimento tem se destacado consideravelmente no que diz respeito ao progresso econômico de uma sociedade específica. Ao falar sobre pequenos empresários, nota-se a criação de políticas públicas em resposta ao surgimento de novas empresas. O estudo busca oferecer uma nova perspectiva sobre o microempresário, além de analisar como ele contribui para o avanço das comunidades locais, o que, por sua vez, estimula a criação de novas negócios. A partir dos dados coletados nesta pesquisa, foi possível observar que os empreendedores enfrentaram grandes obstáculos devido às mudanças inesperadas durante a pandemia; no entanto, isso também possibilitou que eles se adaptassem e inovassem conforme as novas necessidades, permitindo, assim, a criação de novos empreendimentos na área. Portanto, por meio da pesquisa realizada, ficou evidente que, no contexto atual que enfrentamos, 97% acreditam na importância do marketing mesmo para pequenos negócios, 65% acham que o governo apoia o empreendedorismo local por meio de políticas públicas, 97% concordam que novos negócios podem ajudar a desenvolver a economia regional, 69% pensam que a pandemia incentivou a abertura de novos empreendimentos, 71% afirmam que a pandemia teve um efeito negativo no crescimento dos negócios, 70% estão de acordo que, no período pós-pandemia, houve investimentos nas empresas, 48% concordam que as empresas receberam ou recebem o apoio de consultorias externas e 94% consideram que o pequeno empresário é fundamental para a economia local.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, microempreendedor, desenvolvimento.

## 1. Introdução

No contexto em que vivemos empreender é algo muito presente em nosso cotidiano. O economista austríaco Joseph Schumpeter (1883-1950) associava a inovação com a capacidade de empreender. Schumpeter dizia que o mais importante é melhorar as coisas que existem e não só inventar algo novo. As mudanças e as melhorias, sejam de produtos ou de processos, devem ser constantes. O fato de ser empreendedor é que ele está sempre em busca de inovação, pois a todo o instante o mundo está em constante evolução.

Segundo o site CNN Brasil no ano de 2021 o Brasil bateu recorde de abertura de pequenos negócios. Foram mais de 3,9 milhões de empreendedores que formalizaram micro e pequenas empresas ou se registraram como microempreendedores individuais (MEIs).

De acordo com um levantamento do Sebrae, baseado em dados da Receita Federal o registro de MEI's durante a pandemia, que ocorreu no ano de 2019 devido a COVID – 19, foi o maior dentro de cinco anos. São mais de 11,3 milhões de CNPJs MEI ativos no país (SEBRAE, 2021).

A atividade de empreender se mostrou totalmente ativa e teve um destaque no cenário pandêmico, se tornando uma solução e uma forma estratégica para alguns trabalhadores, já que muitos se viram desempregados por conta da pandemia e tiverem que abrir o seu próprio negócio.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística a COVID-19 no seu pico, afetou 14 milhões de pessoas, pois muitas foram demitidas de seus empregos, e essas pessoas acabaram abrindo o seu próprio negócio conseguindo assim se reerguer, gerando renda e melhorando as condições financeiras de suas famílias (UNG.BR, 2023).

O problema da pesquisa está relacionado a dificuldade que o microempreendedor tem em se manter no mercado de trabalho, já que diferente de outras empresas, os MEIs passam por uma certa burocracia para conseguir empréstimos e créditos, o que acaba ocasionando um distanciamento do microempreendedor com processos bancários, gerando uma insegurança já que isso é visto como um empecilho para que os seus negócios se desenvolvam.

Até mesmo para usar o seu CNPJ, são apresentadas enormes dificuldades, fazendo com que o empreendedor prefira trabalhar com suas contas pessoais, o que torna ainda mais difícil a motivação para o empreendedor impulsionar os seus negócios (HAMAGUTI, ALINE 2019)

O relato de pesquisa tem como objetivo trazer uma nova visão sobre o microempreendedor, e entender como ele gera desenvolvimento para as regiões locais, e por meio disso trazendo um incentivo para a abertura de novos negócios.

E a tendência de aberturas de novos negócios é que continue aumentando nos próximos anos. O relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2020, realizado pelo SEBRAE e o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ), fez uma estimativa de que 50 milhões de brasileiros que ainda não empreendiam, tinham planos de abrir um negócio nos próximos três anos (GOV.BR, 2022)

Como justificativa do estudo, considera-se que por mais que houve um aumento expressivo na abertura de novos negócios, existe uma dificuldade muito grande atualmente que é manter-se no mercado de trabalho, conforme a empresa se desenvolve o gestor precisa se desenvolver com ela e um dos maiores desafios do empreendedorismo corresponde a inovação, marketing, concorrência, capital e gestão. Já que os clientes são a peça principal de uma empresa e, para entendê-los, é preciso desenvolver um sistema de coleta de dados eficiente e estratégias para compreender as mudanças de comportamento do público, entre outros fatores que serão abordados nesse artigo (POSUSCS, 2021).

## 2. Referencial teórico

Será abordado nesse capítulo questões que propiciem entender a visão conceitual deste trabalho, objetivando trazer uma fundamentação teórica sobre os temas abordados utilizando estudos e pesquisa de diversos autores com foco principal nos seguintes conceitos: A importância do uso de marketing, incentivo do poder público e novos empreendimentos, aberturas de novos MEIs, impactos da pandemia nas empresas.

## 2.1 Empreendedorismo e Inovação

Empreender se refere a ter iniciativa, ser líder e ser capaz de realizar descobertas em busca de resolver problemas ou garantir a melhoria de algo já existente. Para que um empreendedor tenha sucesso é necessário ter resiliência para alcançar seus objetivos, e não desistir por conta de problemas que podem surgir no início dessa caminhada. Podemos observar como exemplo atual de empreendedorismo as startups, em que o empreendedor analisa problemas cotidianos, a fim de encontrar soluções para resolver, satisfazendo seu público alvo. (EPR.CONSULTORIA, 2023)

Inovação consiste em criar algo que tenha funcionalidade, que seja diferente do que já existe e que possa atender o mercado. A inovação tem como principal objetivo o desenvolvimento da empresa. Empreendedorismo e inovação são como dois lados de uma mesma moeda, que se estiver parada não tem valor algum. Para empreender é preciso ter espaço para criar, colocar ideias em prática e de fato inovar (SEBRAE,2022).

A Inovação se tornou algo competitivo para empresas de todos os portes. Nenhuma empresa que fique “engessada no tempo” poderá se sustentar a longo prazo e continuar crescendo no mercado (SEBRAE, 2022).

## 2.2 Empreendedorismo e Microempreendedor Individual

O coração do processo e empreendedorismo – é o aspecto que melhor distingue o empreendedor do gerente e do pequeno empresário – parece recair no desenvolvimento e na implantação do processo visionário (FILLON, 1999)

Segundo o teórico Joseph Schumpeter, empreendedorismo está diretamente associado à inovação. Para Schumpeter, o empreendedor é o responsável pela realização de novas combinações. O economista francês Jean Baptiste Say foi o primeiro estabelecer definições sistemáticas nesta área de estudo, ele é considerado o “pai do empreendedorismo” (FILLON, 1989 apud FILION,1988). Através disso, o MEI (Microempreendedor individual) é um grande exemplo de empreendedorismo, ele tem a iniciativa de dar ao empreendedor mais formalidade em seu âmbito de trabalho sem ter vínculo empregatício.

Os pequenos negócios respondem por mais de um quarto do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. Juntas, as cerca de 9 milhões de micro e pequenas empresas no País representam 27% do PIB, um resultado que vem crescendo nos últimos anos (SEBRAE, 2021)

A Lei Complementar nº: 123/2006 criou o Simples Nacional com o intuito de unificar arrecadação de contribuições e tributos oriundos de micro e pequenas empresas, com isto visava a regularização de empreendimentos irregulares no país, porém devido a necessidade de maximizar esta postura foi editada a Lei Complementar 128/2008 surgiu a figura do Microempreendedor Individual – MEI, com posturas e condições que visavam criar condições para a saída da informalidade permitindo credenciamento no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), e por fim com a Lei Complementar 139/2011 que reduziu a carga tributária e a contribuição previdenciária e aumentou o faturamento o que propiciou a participação de mais empreendedores (CAMPANHA, et al. 2017).

Ao realizar um cadastro no MEI, o empreendedor passa a ter um CNPJ, o que permite a emissão de notas fiscais, facilita a abertura de conta bancária e pedidos de empréstimos, além de ter os direitos e deveres de uma pessoa jurídica (SEBRAE, 2021).

## 2.3 Desenvolvimento Econômico e Gestão Pública

Desenvolvimento econômico é definido como a melhora do bem-estar geral da população, indicado pela elevação dos indicadores quantitativos da economia, tais como o PIB, é também esperado um avanço de indicadores qualitativos a respeito da qualidade de vida da população. Pode-se dizer, portanto, que o desenvolvimento abrange o crescimento econômico. (TIAGO REIS, 2018)

Quando se trata de desenvolvimento econômico local, se trata de ações e estratégias para a ativação e construção da economia local (VITTE, 2006), pensando no contexto de local como um município ou região. O desenvolvimento econômico ele abrange o progresso conjunto que alcance todos os campos dentro de uma sociedade. O filósofo Adam Smith, no livro a “Riqueza das Nações” observou que o que indicava o desenvolvimento econômico de uma região são as melhorias na direção dos trabalhadores. Segundo ele, este segmento representaria a maior fatia da população e, desta forma, o progresso na situação desta

maioria jamais deveria ser visto como inconveniente, como muitas vezes ocorreu na História (ARAUJO; FELIPE, INFOESCOLA)

Portanto concluímos que a Gestão de Pessoas é uma prática importante de valorização e reconhecimento da sociedade, visando melhorar os serviços oferecidos à população, e através do empreendedorismo um desenvolvimento da cidade como um todo.

#### 2.4 Impacto da pandemia em novas aberturas de negócio

A pandemia de COVID-19 é uma doença infecciosa causada pelo corona vírus SARS-CoV-2, que foi identificado pela primeira vez na cidade de Wuhan, na China, em dezembro de 2019. O vírus se espalhou rapidamente por todo o mundo, levando a uma pandemia global declarada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em março de 2020. Para controlar a disseminação dessa doença precisou ser criado medidas protetivas, e uma dessas medidas foi o fechamento de empresas. Que ocasionou grande impacto nas organizações e abertura de novos negócios. (OPAS, 2020)

Uma revisão feita pelo IBGE mostra que o número de desempregados ultrapassou os 15,2 milhões no primeiro trimestre deste ano, taxa de 14,9%, superior aos 14,7% divulgados, uma diferença de 452 mil pessoas. A pandemia gerou um aumento significativo de desemprego já que muitas empresas se viram obrigadas a fechar suas empresas ou reduzir suas jornadas de trabalho, efeito esse que gerou o desemprego. (ZANOBIA, 2021)

Embora tenha aumentado a taxa de desemprego o brasileiro viu a oportunidade de inovar e empreender, já que precisou se buscar de outras formas renda para sobreviver, pois entre 7 de março e 4 de julho de 2020, o Portal do Empreendedor registrou 551.153 novos microempreendedores no país, 16.788 a mais do que no mesmo período de 2019. Se por um lado vários negócios fecharam, por outro, foram abertas 2,3 milhões de novas empresas, empresas estas que buscaram se adaptar e criar soluções de empreender em meio a uma pandemia (MARQUES, 2021)

A pandemia da COVID-19 teve um impacto significativo na abertura de novos negócios, mas também criou novas oportunidades para empreendedores inovadores que conseguiram se adaptar às mudanças nas demandas dos consumidores.

### 3. Metodologia da pesquisa

Para elaboração da presente pesquisa foi utilizada da pesquisa quantitativa, a qual visa medir preferências, indicando o percentual de quantas pessoas concordando ou não com tal quesito que se baseia na avaliação de uma teoria, miscigenada por algumas vaiáveis e em dados quantitativos e registros em registro através de números de forma estatística, mas logo foi utilizada da pesquisa qualitativa que de acordo com Oliveira (1997), a pesquisa qualitativa possui a característica de descrever a complexidade de uma determinada hipótese, analisar e interagir com processos dinâmicos por um grupo social, trazendo a criação ou formação de ideias de um respectivo assunto.

Trata-se de uma revisão bibliográfica que para Fonseca (2002), a pesquisa bibliográfica acontece a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites.

Quanto à pesquisa, foi utilizada a pesquisa exploratória, segundo Gil (2002), tem por finalidade proporcionar ao trabalho mais familiaridade com o problema buscando tornado mais amplo e explicativo sua estrutura é bem flexível para que possibilite a construção de diversos fatos ela aplica-se por meio de levantamentos bibliográficos entrevista com pessoas que já tiveram experiência acerca do assunto análise de exemplos de estudo de caso.

Referente à escala foi utilizada escala ordinal, do tipo concordo/discoordo, a qual define a posição de relação de objetos ou indivíduos sobre uma característica, mas não tem suposições quanto a distância entre as posições (GIL, 2017).

De acordo com a técnica de amostragem, foi amostragem não probabilística junto a 102 gestores. Conforme Magno (2019), é realizada por elementos já escolhidos por serem mais acessíveis ou fáceis de serem amostrados e proporcionam também um baixo custo.

Já em relação a forma da coleta dos dados, foi realizado levantamento o qual conforme Gil (1991), é caracterizado pelo questionário com pessoas, procede-se a solicitação de informações de um determinado grupo, para posteriormente fazer a análise quantitativa e obter a conclusão dos dados. O levantamento de modo geral oferece uma visão estática do fenômeno de determinado problema.

Quanto à forma da abordagem prosseguiu por meio de questionários on-line, *google forms*, para Carlos (2015), a pesquisa via internet ou e-mail oferece inúmeras vantagens aos pesquisadores, pois possibilita realizar questionários online rápidos com um alcance global flexível e com facilidade de coleta e tabulação dos dados. Além disso, o correspondente tem a possibilidade de utilizar diversos recursos que não seriam possíveis em um processo normal proporcionando também o conforto na escolha do local mais conveniente sem precisar se locomover.

De acordo com a procedência dos dados, são dados primários. A pesquisa é realizada para satisfação da necessidade de se obter informações sobre algo que se deseja descobrir. Toda a pesquisa implica o levantamento de dados de variadas fontes quaisquer que sejam os métodos ou técnicas empregadas (MARCONI e LAKATOS, 2011).

No que diz respeito ao recorte, utilizou-se recorte transversal, Freiri e Pattus (2018), afirmam que o recorte transversal é realizado através de amostra aleatória e representativa de uma determinada população, podendo estabelecer uma estimativa entre indivíduos expostos comparando aos não expostos. Por fim a técnica estatística foi realizada uma análise descritiva cruzada por gênero e faixa etária.

Posteriormente aplicou-se o teste não paramétrico a correlação de Spearman, que na visão de Field (2009), as correlações são caracterizadas por uma relação que pode estar conectada de maneira positiva, nula e negativa entre duas ou mais variáveis. Sua interpretação gera um número que varia de -1 a +1, quanto mais próximo dos extremos (-1 ou 1), maior é a força da correlação, por outro lado, os valores próximos de 0 implicam em correlações mais fracas ou inexistentes (KUHL, 2012), conforme demonstra o Tabela 1.

**Tabela 1 – Interpretação do coeficiente de correlação de Spearman**

COEFICIENTE DE CORRELAÇÃO	INTERPRETAÇÃO
± 1,00	Correlação positiva/negativa perfeita
± 0,91 a 0,99	Correlação positiva/negativa muito forte
± 0,71 a 0,90	Correlação positiva/negativa forte
± 0,61 a 0,70	Correlação positiva/negativa moderada alta
± 0,51 a 0,60	Correlação positiva/negativa moderada média
± 0,41 a 0,50	Correlação positiva/negativa moderada baixa
± 0,21 a 0,40	Correlação positiva/negativa fraca, mas definida
± 0,01 a 0,20	Correlação positiva/negativa leve, quase imperceptível
0	Correlação nula

Fonte: Kuhl (2012, p.174).

#### 4. Resultados e discussão

Nesta seção, é apresentada análise e discussão dos resultados, sendo composta por 08 (oito) Quadros. Os Quadros de 1 a 8 referem-se aos objetivos propostos segmentados por gênero e faixa etária considerando as opiniões dos gestores e trabalhadores em relação ao empreendedorismo local e aberturas de novos MEI.

A pesquisa foi aplicada junto aos mesmos na cidade de Pitanga do estado do Paraná, onde responderam um questionário com questões que variavam entre concordo, indiferentes e discordo em relação aos empreendimentos e comércios da cidade.

De acordo com o Quadro 1 observa-se que em relação a Importância do incentivo de marketing nos pequenos empreendimentos a pesquisa apresentou que o público masculino teve uma porcentagem de maior concordância no total de 97% entre a faixa etária de 22 a 29 anos e 2% Indiferente com a faixa etária de 29 anos em diante, já o gênero feminino teve uma porcentagem um pouco menos, com 96% concordo e um empate na escala indiferente ou discordo de 2% entre a faixa etária de 29 anos para mais. No que se refere em relação a

importância do inventivo do marketing nos pequenos empreendimentos, os autores Mantovani e Borges (2006) apresentam que o marketing tem um papel importante em relação a implementação de novas práticas da abordagem de marketing, pois é através dele que vem a ser desenvolvido qualquer tipo de planejamento mercadológico, caso contrário isso pode trazer fatores condicionantes na mortalidade desses negócios.

**Quadro 1- É importante o uso do marketing mesmo em pequenos empreendimentos**

	Gênero		Faixa Etária			Total
	Feminino	Masculino	Até 22	23 / 29	29 +	
Concordo	96%	98%	100%	100%	93%	97%
Indiferente	2%	2%	0%	0%	5%	2%
Discordo	2%	0%	0%	0%	2%	1%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Pesquisa (2023)

O Quadro 2 apresenta a avaliação do poder público em relação ao incentivo no empreendedorismo local. Nota-se que 65% concordam, destes sendo 72% do gênero Feminino e 58 % do gênero masculino com 80% de até 22 anos, 57% de 23 a 29 anos e 60% de 29 anos em diante. 17% indiferente com uma variação aproximada entre os gêneros, com 7% de até 22 anos, 29% de 23 a 29 anos e 17% de 29 anos a mais. Discordo, foram 18%, sendo 25% masculino e com 13% até 22 anos, 14% de 23 a 29 anos e 24% de 29 para mais. Destes sendo 11% feminino. Conforme registros pela SEBRAE (2022), as micro e pequenas empresas são os maiores empreendimentos que geram emprego na sociedade. Portanto os pequenos negócios são peças fundamentais na economia local. Para se tornar competitiva, a empresa precisa concentrar esforços na melhoria dos processos produtivos, e sendo assim necessita também de investimentos e medidas de incentivos da administração local.

**Quadro 2- O poder público incentiva com políticas públicas o empreendedorismo local**

	Gênero		Faixa Etária			Total
	Feminino	Masculino	Até 22	23 / 29	29 +	
Concordo	72%	58%	80%	57%	60%	65%
Indiferente	17%	17%	7%	29%	17%	17%
Discordo	11%	25%	13%	14%	24%	18%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Pesquisa (2023)

O Quadro 3 tem por objetivo apresentar a pesquisa dos novos empreendimentos que proporcionam o desenvolvimento da economia local. A opção concordo teve o percentual mais alto chegando quase a 100% com a porcentagem de 97%, destes sendo 100% as mulheres e 94% homens dos quais 93% tem até 22 anos de idade, 100% de 23 a 29 anos e 98% de 29 anos a mais. A questão indiferente e discordo não tiveram nenhum percentual para o gênero feminino já no masculino indiferente ficou com 2% onde 3% tinham até 22 anos e as outras faixas etárias não tiveram quaisquer porcentagens, totalizando 0% no âmbito da pesquisa. Já o fator discordo houve um total de 4% do grupo masculino sendo 3% até 22 anos e 2% de 29 em diante, chegando ao resultado de 2% da pesquisa. De acordo com Jesus (2003), os empreendimentos são atividades que mobilizam pessoas e instituições a fim de transformar a economia da sociedade, dessa forma criam novas oportunidades de trabalho e que geram mais rendimentos, favorecendo melhorias nas condições de vida da população, e consequentemente no desenvolvimento da economia local.

**Quadro 3 - Novos empreendimentos podem proporcionar o desenvolvimento da economia local**

	Gênero		Faixa Etária			Total
	Feminino	Masculino	Até 22	23 / 29	29 +	
Concordo	100%	94%	93%	100%	98%	97%
Indiferente	0%	2%	3%	0%	0%	1%
Discordo	0%	4%	3%	0%	2%	2%

Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%
-------------	------	------	------	------	------	------

Fonte: Pesquisa (2023)

O Quadro 4 apresenta a questão os parâmetros relativos ao período de pandemia se ela permitiu a abertura de novas negócios. Em relação ao gênero 71% do gênero masculino e 68% feminino concordam destes sendo 67% de até 22 anos, 61% de 23 a 29 anos e 76% com idade superior. Em questão da opção indiferente 13% foram do gênero feminino e 10% masculino, 23% tinham de até 22 anos, 14% entre 23 a 29 e 2% de 29 anos a mais. Já os que discordam foram 19% feminino e 19% masculino sendo destas pessoas de até 22anos com uma porcentagem de 10%, de 23 a 29 de com 25% e 21,43 com mais de 29 anos. Sendo assim, o Quadro mostra que 69% concordam, 12% indiferente e 19% discordam. Tendo em vista, o período de pandemia enfrentado e as dificuldades de empreender, Mussalem (2021), diz que o empreendedorismo e a inovação nos dias atuais por mais quem passado por períodos turbulentos, possuem grande forças em relação a economia e a sociedade, o que envolve decisões e posteriormente ações que formado por pessoas se dedicam a explorar novas coisas e novas oportunidades de forma a colocar em prática sua criatividade em novas ideias no contexto do mercado de trabalho.

**Quadro 4 - No período da pandemia permitiu a abertura de novos negócios**

	Gênero		Faixa Etária			Total
	Feminino	Masculino	Até 22	23 / 29	29 +	
Concordo	68%	71%	67%	61%	76%	69%
Indiferente	13%	10%	23%	14%	2%	12%
Discordo	19%	19%	10%	25%	21%	19%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Pesquisa (2023)

O Quadro 5 buscou avaliar se a pandemia teve impactos negativos no desenvolvimento do seu negócio. Nota-se que 71% concordam, destes sendo 72% do gênero Feminino e 71% do gênero masculino com 77% de até 22 anos, 68% de 23 a 29 anos e 71% de 29 anos em diante. 15% indiferente com uma variação aproximada entre os gêneros, com 20% de até 22 anos, 25% de 23 a 29 anos e 5% de 29 anos a mais. Discordo, foram 14% sendo 15% masculino e com 3% até 22 anos, 7% de 23 a 29 anos e 24% de 29 para mais. Destes sendo 13% feminino. Ainda conforme Mussalem (2021), abordam os impactos no momento de crise da pandemia, sobretudo as medidas as desvantagens das micros e pequenas empresas que não foram apenas dificuldades financeiras mas também de adaptações perante as necessidades. Ao que vem de encontro com Castro (2020), essa crise provocada pela covid-19 é um fator muito agravante na queda econômica e financeira do mundo todo, propiciando grandes impactos socioeconômicos negativo para os negócios.

**Quadro 5 - A pandemia teve impacto negativo no desenvolvimento do negócio**

	Gênero		Faixa Etária			Total
	Feminino	Masculino	Até 22	23 / 29	29 +	
Concordo	72%	71%	77%	68%	71%	71%
Discordo	13%	15%	3%	7%	24%	14%
Indiferente	15%	15%	20%	25%	5%	15%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Pesquisa (2023)

O Quadro 6 teve por finalidade analisar no período de pós-pandemia se houve ou não investimentos por parte da empresa. Em relação ao gênero 71% do gênero masculino e 70% feminino concordam destes sendo 67% de até 22 anos, 75% de 23 a 29 anos e 69% com idade superior. Em questão da opção indiferente 15% foram do gênero feminino e 17% masculino, 17% tinham de até 22 anos, 21% entre 23 a 29 e 12% de 29 anos a mais. Já os que discordam foram 15% feminino e 13% masculino sendo destas pessoas de até 22anos com uma porcentagem de 17%, de 23 a 29 de com 4% e 19% com mais de 29 anos. Sendo assim, o Quadro mostra que 70% concordam, 16% indiferente e 14% discordam. Freitas e Lima (2020), a pandemia trouxe novas transformações e mudou de

maneira acelerada o comportamento das pessoas no que se refere preferencialmente ao consumismo. Onde as empresas tiveram que se readaptar a nova realidade e foram forçadas a ingressar no modo digital, que trouxe grandes desafios aos empreendedores, tendo que dispor de novos investimentos por parte das impressas para atender as novas demandas.

**Quadro 6 - Durante o período de pós-pandemia houve investimentos da empresa**

	Gênero		Faixa Etária			Total
	Feminino	Masculino	Até 22	23 / 29	29 +	
Concordo	70%	71%	67%	75%	69%	70%
Indiferente	15%	17%	17%	21%	12%	16%
Discordo	15%	13%	17%	4%	19%	14%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Pesquisa (2023)

O Quadro 7 apresenta os aspectos de que a empresa teve ou tem apoio com consultorias externas. A opção concordo teve o percentual mais alto, com a porcentagem de 48%, destes sendo 51% as mulheres e 44% homens dos quais 40% tem até 22 anos de idade, 54% de 23 a 29 anos e 48% de 29 anos ou mais. A questão indiferente teve um total de 23% sendo assim 17% eram do gênero feminino e 29% do gênero masculino, sendo assim, 27% tinham até 22 anos, 18% de 23 a 29 anos de idade e 24% de 29 anos ou mais. Já o fator discordo houve um total de 28% destes sendo do grupo masculino 27% e feminino de 32%, com 33% até 22 anos, 29% de 23 a 29 e 29% de 29 ou mais.

Ao que diz respeito se houve apoio por parte das consultorias Alves e et al (2015), a consultoria é basicamente um dos pilares do gestor, pois nota-se que ela do total apoio nos processos que envolver tomadas de decisões, tanto o consultor como o cliente devem trabalhar juntos em prol do mesmo objetivo.

**Quadro 7 - A empresa tem ou teve apoio de consultorias externas**

	Gênero		Faixa Etária			Total
	Feminino	Masculino	Até 22	23 / 29	29 +	
Concordo	51%	44%	40%	54%	48%	48%
Indiferente	17%	29%	27%	18%	24%	23%
Discordo	32%	27%	33%	29%	29%	30%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Pesquisa (2023)

O Quadro 8 apresenta a análise se o empreendedor tem se tornado peça fundamental com relação à economia e se aumentou o Produto interno bruto (PIB) nas cidades. Nota-se que 94% concordam, destes sendo 92% do gênero Feminino e 96% do gênero masculino com 98% de até 22 anos, 96% de 23 a 29 anos e 90% de 29 anos ou mais. 2% indiferente com uma variação aproximada entre os gêneros, com 3% de até 22 anos, 0% de 23 a 29 anos e 2% de 29 anos ou mais. Discordo, foram 4% sendo 2% masculino e 6% feminino sendo assim, 0% até 22 anos, 4% de 23 a 29 anos, 7% de 29 ou mais. O fortalecimento dos negócios ajuda a alavancar o Produto Interno Bruto (PIB), e também contribui para a economia sejam esses por meio da geração de emprego ou por meio do consumo. Sendo assim, conforme Schumpeter (1961), apud. Barros e Pereira (2008), define que o método da produção, a abertura de novos mercados e novas organizações é fundamental para o aumento dos resultados e dinamismo econômico que introduzido nos indicadores reflete significantemente no produto interno bruto nas cidades.

**Quadro 8 - O pequeno empreendedor é importante para a economia local**

	Gênero		Faixa Etária			Total
	Feminino	Masculino	Até 22	23 / 29	29 +	
Concordo	92%	96%	97%	96%	90%	94%
Indiferente	2%	2%	3%	0%	2%	2%
Discordo	6%	2%	0%	4%	7%	4%

Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%
-------------	------	------	------	------	------	------

Fonte: Pesquisa (2023)

O Quadro 9 aponta o resumo da pesquisa de forma descritiva, o Quadro 10, o teste de correlação de Spearman e o Quadro 11 a relação entre as variáveis investigadas como suas correlações e p-valor significativo a 5%.

**Quadro 9 – Resumo da pesquisa descritiva**

	Concordo	Indiferente	Discordo
Var 1 - É importante o uso do marketing mesmo em pequenos empreendimentos (Quadro 1)	97%	2%	1%
Var 2 - O poder público incentiva com políticas públicas o empreendedorismo local (Quadro 2)	65%	17%	18%
Var 3 - Novos empreendimentos podem proporcionar o desenvolvimento da economia local (Quadro 3)	97%	1%	2%
Var 4 - No período da pandemia permitiu a abertura de novos negócios (Quadro 4)	69%	12%	19%
Var 5 - A pandemia teve impacto negativo no desenvolvimento do negócio (Quadro 5)	71%	14%	15%
Var 6 - Durante o período de pós pandemia houve investimentos da empresa (Quadro 6)	70%	16%	14%
Var 7 - A empresa tem ou teve apoio de consultorias externas (Quadro 7)	48%	23%	30%
Var 8 - O pequeno empreendedor é importante para a economia local (Quadro 8)	94%	2%	4%

Fonte: Pesquisa (2023)

**Quadro 10 – Resumo do teste estatístico não paramétrico: Correlação de Spearman**

		Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6	Var7	Var8
<b>Var1</b>	Spearman	xxx							
	p-value	xxx							
<b>Var2</b>	Spearman	0.047	xxx						
	p-value	0.638	xxx						
<b>Var3</b>	Spearman	0.405	0.222	xxx					
	p-value	<.001*	0.025*	xxx					
<b>Var4</b>	Spearman	0.163	0.416	0.159	xxx				
	p-value	0.103	<.001*	0.113	xxx				
<b>Var5</b>	Spearman	0.153	0.162	0.225	-0.042	xxx			
	p-value	0.127	0.106	0.024	0.678	xxx			
<b>Var6</b>	Spearman	0.073	0.373	0.181	0.276	0.219	xxx		
	p-value	0.469	<.001*	0.070	0.005*	0.028*	xxx		
<b>Var7</b>	Spearman	0.109	0.355	0.071	0.334	0.230	0.453	xxx	
	p-value	0.276	<.001*	0.479	<.001*	0.021*	<.001*	xxx	
<b>Var8</b>	Spearman	0.416	0.019	0.454	0.143	0.144	0.218	0.238	xxx
	p-value	<.001*	0.850	<.001*	0.153	0.151	0.028*	0.017*	xxx

Fonte: autores (2023) – p-valor significativo a 5% (p<0,05)

Quadro 11 - Variáveis com correlação com p. valor significativo

Variável	Variável	Correlação	Análise	p-valor
Var 1 - É importante o uso do marketing mesmo em pequenos empreendimentos	Var 3 - Novos empreendimentos podem proporcionar o desenvolvimento da economia local	0.405	Correlação positiva leve, quase imperceptível	<.001*
Var 1 - É importante o uso do marketing mesmo em pequenos empreendimentos	Var 8 - O pequeno empreendedor é importante para a economia local	0.416	Correlação positiva leve, quase imperceptível	<.001*
Var 2 - O poder público incentiva com políticas públicas o empreendedorismo local	Var 3 - Novos empreendimentos podem proporcionar o desenvolvimento da economia local	0.222	Correlação positiva fraca, mas definida	0.025*
Var 2 - O poder público incentiva com políticas públicas o empreendedorismo local	Var 4 - No período da pandemia permitiu a abertura de novos negócios	0.416	Correlação positiva leve, quase imperceptível	<.001*
Var 2 - O poder público incentiva com políticas públicas o empreendedorismo local	Var 6 - Durante o período de pós pandemia houve investimentos da empresa	0.373	Correlação positiva leve, quase imperceptível	<.001*
Var 2 - O poder público incentiva com políticas públicas o empreendedorismo local	Var 7 - A empresa tem ou teve apoio de consultorias externas	0.355	Correlação positiva leve, quase imperceptível	<.001*
Var 3 - Novos empreendimentos podem proporcionar o desenvolvimento da economia local	Var 8 - O pequeno empreendedor é importante para a economia local	0.454	Correlação positiva leve, quase imperceptível	<.001*
Var 4 - No período da pandemia permitiu a abertura de novos negócios	Var 6 - Durante o período de pós pandemia houve investimentos da empresa	0.276	Correlação positiva leve, quase imperceptível	0.005*
Var 4 - No período da pandemia permitiu a abertura de novos negócios	Var 7 - A empresa tem ou teve apoio de consultorias externas	0.334	Correlação positiva leve, quase imperceptível	<.001*
Var 5 - A pandemia teve impacto negativo no desenvolvimento do negócio	Var 6 - Durante o período de pós pandemia houve investimentos da empresa	0.219	Correlação positiva fraca, mas definida	0.028*
Var 5 - A pandemia teve impacto negativo no desenvolvimento do negócio	Var 7 - A empresa tem ou teve apoio de consultorias externas	0.230	Correlação positiva/negativa fraca, mas definida	0.021*
Var 6 - Durante o período de pós pandemia houve investimentos da empresa	Var 7 - A empresa tem ou teve apoio de consultorias externas	0.453	Correlação positiva leve, quase imperceptível	<.001*

Var 6 - Durante o período de pós pandemia houve investimentos da empresa	Var 8 - O pequeno empreendedor é importante para a economia local	0.218	Correlação positiva fraca, mas definida	0.028*
Var 7 - A empresa tem ou teve apoio de consultorias externas	Var 8 - O pequeno empreendedor é importante para a economia local	0.238	Correlação positiva leve, quase imperceptível	0.017*

Fonte: autores (2023) – p-valor significativo a 5% (p<0,05) \*

## 5. Conclusão

Portanto com base no que foi apresentado, observamos que o empreendedor e microempreendedor possuem algumas dificuldades na abertura de seus negócios, entretanto que se desenvolvem ao longo do tempo conseguindo motivação para se manter no mercado de trabalho. Dessa maneira compreendemos que a abertura de novos negócios trás desenvolvimento as regiões e oportunidades de emprego fazendo com que melhore a qualidade de vida da população.

Conforme estudos foi possível analisar que houve um aumento na abertura de novos negócios durante a pandemia, já que muitas pessoas se viram desempregadas por conta das consequências do Covid-19, elas buscaram inovar e procurar uma renda extra.

Através da pesquisa realizada 97% do entrevistados concordaram que é importante o uso do marketing mesmo em pequenos empreendimentos, 65% concordaram que o poder público incentiva com políticas públicas o empreendedorismo local, 97% concordaram que novos empreendimentos podem proporcionar o desenvolvimento da economia local, 69% concordaram que no período da pandemia permitiu a abertura de novos negócios, 71% concordaram que a pandemia teve impacto negativo no desenvolvimento do negócio, 70% concordaram que durante o período de pós pandemia houve investimentos da empresa, 48% concordaram que a empresa tem ou teve apoio de consultorias externas e 94% concordaram que o pequeno empreendedor é importante para a economia local.

A pesquisa realizada teve como contribuição demonstrar que o empreendedorismo é um negócio que possui força e contribui para o crescimento econômico e a criação de novos empregos na região. A pesquisa apontou que o desenvolvimento vem senda cada vez maior na sociedade trazendo inúmeras oportunidades para as pessoas tanto no âmbito de ter mais empregos quanto no inventivo de investimentos das pessoas em relação micro e pequeno empreendedor.

Uma das limitações encontradas de acordo com o tema principal da pesquisa foi identificar esse público tendo em vista em eu há diversos seguimentos e também a vários níveis de empreendedores, desde os mais fracos até os mais fortes e um fator é que existem diversas definições e critérios diferentes para identificar um empreendedor e sua atividade, o que pode levar a resultados inconsistentes e confusos.

Portanto, é importante diante todo o contexto analisado que haja estudos mais profundos que possam buscar melhorias para esta área com objetivo de trazer novas inovações e atualizações para o mercado de trabalho, permitindo que tenha mais iniciativa de novas pessoas e o aumento do sucesso empreendedor. Sendo assim, empreendedorismo pode continuar a desempenhar um papel fundamental no desenvolvimento e econômico e social.

## Referências:

- ALVEZ, Jesimar da cruz; DIAS, Nathália Teixeira; MONSORES, Geneci Leme. **Consultoria empresarial como ferramenta estratégica de desenvolvimento em pequenas empresas.** Outubro, 2015.
- BARROS, Aluizio Antônio; PEREIRA, Cláudia Maria Miranda de Araújo. **Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica.** RAC, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993, Out./Dez. 2008
- CARLOS, Natasha de Souza. **Futuro das pesquisas de satisfação via telefone frente a inserção de pesquisa no método on-line no Brasil.** São Paulo, 2015.
- CASTRO, D. **Brasil e o mundo diante da covid-19 e a crise econômica.** PET Economia UFPR. Paraná. 2020
- CNN BRASIL. **Abertura de pequenos negócios bate recorde em 2021 com 3,9 milhões de empresas.** Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/abertura-de-pequenos-negocios-bate-recorde-em-2021-com-39-milhoes-de-empresas>>

milhoes-de-empresas/> Acesso em: 26 fev 2022

DINIZ, Janguiê. Tendências para o empreendedorismo em 2023 são ferramentas contra crise. Disponível em: <<https://www.ung.br/noticias/tendencias-para-o-empreendedorismo-em-2023-sao-ferramentas-contra-crise>> Acesso em: 01 fev 2023.

FIELD, A. *Descobrindo a estatística usando o SPSS-2*. Tradução Lorí Viali. 2.ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FREIRI, M. C. M.; PATTUSI. *Tipos de estudos*. 3º ed. Porto Alegre, 2018.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

JESUS, Pablo. "Desenvolvimento Local", in *Antonio David Cattani (org.), A outra economia*. São Paulo: Veraz Editores, 72-75. 2003.

KUHL, Marcos Roberto. *Interdependência entre a colaboração para inovação e o desempenho sustentável na indústria brasileira de eletroeletrônicos*. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Paraná, 2012.

LIMA, Alexandre Vasconcelos; FREITAS, Elísio de Azevedo. *A Pandemia E Os Impactos Na Economia Brasileira*. 2020

MAGNO, Silveira Campos. *Métodos estatísticos da Engenharia 2, Capítulo 1 Princípios de amostragem*. 2019.

MANTOVANI, Danielle; BORGES, Claudia Moreira. *Comportamento Empreendedor e Práticas de Orientação para o Mercado no Contexto das Pequenas e Médias Empresas*. In: ENANPAD 2006, 30º Encontro da ANPAD, Salvador (BA) 2006.

MARCONI, M. de Andrade; LAKATOS, E. Maria. *Técnicas de Pesquisa*. 7 eds. São Paulo: Atlas S.A, 2011.

MUSSALEM, Mila Bittar. *Empreendedorismo e Inovação como Resposta à Pandemia da Covid-19: Estudo de Caso uma Empresa de Base Tecnológica*. Universidade Federal de Uberlândia. 2021

SCHUMPETER, J. A. (1961). *Teoria do desenvolvimento econômico*. (L. Schlaepfer, Trad.). Rio de Janeiro: Fundo de Cultura. (Obra original publicada em 1911).

SEBRAE. *Conheça as vantagens e obrigações de ser um MEI*. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/conheca-as-vantagens-e-obrigacoes-de-ser-um-mei,ed71c306d70db710VgnVCM100000d701210aRCRD>> Acesso em: 27 fev 2022

SILVA, José Luís Alves; SILVA, Sandra Isabel Reis. *A economia solidária como base do desenvolvimento local*, dezembro 2008.

HAMAGUTI, Aline. *Os desafios do Microempreendedor*. Disponível em : <<https://aventuradeconstruir.org.br/os-desafios-do-microempreendedor>> Acesso em: 09 mar 2023.

GOV.BR. *Brasil registra recorde na abertura de novos negócios em 2021*. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2022/03/brasil-registra-recorde-na-abertura-de-novos-negocios-em-2021>> Acesso em: 09 mar 2023.

POSUSCS. *As empresas precisam conhecer profundamente seus clientes*. Disponível em: <<https://www.posuscs.com.br/as-empresas-precisam-conhecer-profundamente-seus-clientes/noticia/2260>> Acesso em: 09 mar 2023

SEBRAE. *Empreendedorismo e inovação: a moeda para o sucesso nos negócios!* Disponível em: <<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/empreendedorismo-e-inovacao>> Acesso em: 10 mar 2023.

EPRCONSULTORIA. *Empreendedorismo e inovação: A dupla perfeita para alavancar seus negócios*. Disponível em: <<https://eprconsultoria.com.br/empreendedorismo-e-inovacao/>> Acesso em: 11 mar 2023.

BRASIL. *Lei Complementar nº. 123, de 14 de dezembro de 2006*. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis nº. 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº. 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei nº. 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei

Complementar nº. 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis nº. 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de outubro de 1999. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/LCP/Lcp128.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp128.htm)> Acesso em: 03 mar 2022

INFOESCOLA. Felipe Araújo. *Desenvolvimento econômico*. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/economia/desenvolvimento-economico/>> Acesso em: 10 mar 2022

OPAS. *Folha informativa sobre COVID-19*. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19>> Acesso em: 30 março 2023.

ZANOZIA, Luana. *IBGE: Desemprego durante a pandemia foi maior do que o estimado*. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/economia/ibge-desemprego-durante-a-pandemia-foi-maior-que-o-estimado/>> Acesso em:

30 março. 2023.

MARQUES, Raquel. **Como a Covid-19 influenciou o empreendedorismo no Brasil?**. Disponível em: <https://www.imarjunior.com.br/post/como-a-covid-19-influenciou-o-empreendedorismo-no-brasil>. Acesso em: 30 marc 2023

OLIVEIRA, Silvio Luiz. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografia, dissertação e teses**. São Paulo: Pioneira, 1997.