

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DA UFRGS**

**EMPREENDEDORISMO DE BAIXA RENDA EM PORTO ALEGRE E O IMPACTO DA
PANDEMIA DE COVID-19**

William Oliveira Legg

**Porto Alegre-
2020**

William Oliveira Legg

**EMPREENDEDORISMO DE BAIXA RENDA EM PORTO ALEGRE E O IMPACTO DA
PANDEMIA DE COVID-19**

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado na Escola de Administração da UFRGS como requisito básico para a conclusão do curso de Administração.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Aurora Carneiro Zen

**Porto Alegre
2020**

William Oliveira Legg

**EMPREENDEDORISMO DE BAIXA RENDA EM PORTO ALEGRE E O IMPACTO DA
PANDEMIA DE COVID-19**

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado na Escola de Administração da UFGRS como requisito básico para a conclusão do curso de Administração.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Aurora Carneiro Zen

Conceito final:

Aprovado em: de de 2020.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Fernanda Reichert

Orientadora – Prof.^a Dr.^a Aurora Carneiro Zen

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, aos meus pais, Luis Alberto e Juliana, por toda a educação que me deram. Dar uma criação decente como eles me proporam, no ambiente precário em que vivíamos e com todos problemas familiares em relação ao tráfico de drogas, é algo que me orgulho e que sempre dedicarei minhas vitórias. À minha irmã Karoline, a qual foi uma fonte de discussões construtivas, mas que nunca negou apoio quando passei por alguma situação complicada.

Às minhas avós Noeli e Lucia, às minhas tias Julia, Ana Paula, Tasiane e Geruza, e aos meus tios Daniel, Brasil, Bruce, Igor e Julio Cesar, por todo o carinho e acolhimento que me deram durante minha vida. À minha namorada Lúrian, por me acompanhar desde o início da graduação e me apoiar nos momentos de maior dificuldade. Aos meus amigos de infância, Dionatas, Thales, Josimar e Gustavo, pelos momentos únicos que passamos juntos, mas, também pelos conselhos e por também seguirem firmes em suas vidas, com suas próprias conquistas e sem aderir à criminalidade, como muitos familiares e amigos nossos fizeram.

Agradeço à minha orientadora, a Professora Doutora Aurora Zen, por todas as críticas e conselhos durante a realização deste estudo. Aos empreendedores que participaram da pesquisa, por fornecerem a principal fonte de análise e que permitiu a construção de um extenso conteúdo. Ao meu amigo de quartel Arthur, por ter me incentivado a tentar o vestibular para o curso de Administração.

A todas as pessoas que tive relações nesses últimos anos, seja amigos da faculdade, colégio ou quartel, ex-colegas de trabalho ou dos treinos de artes marciais, por toda a experiência que tive com vocês e que me ajudaram a amadurecer. Igualmente, a todos os professores que tive nas escolas Professores Langendonck, Júlio de Castilhos e na UFRGS, por todo o conhecimento e sabedoria passados até o momento.

Enfim, agradeço a todos que dedicam-se a transformar o mundo em um lugar melhor, mas principalmente àqueles que se importam em buscar uma maior igualdade de oportunidade às pessoas de origem humilde, como a minha.

“Para alcançar os seus objetivos como empresário, basta que administre bem o negócio, tenha bom senso e deixe a vaidade de lado. Assim os resultados virão naturalmente, não tenha dúvidas. O Brasil é um país novo em que um camelô, com sorte e talento, pode subir muito”

(Sílvia Santos)

RESUMO

O presente estudo foi realizado com a finalidade de compreender o comportamento dos empreendedores de baixa renda durante a pandemia de Covid-19, na cidade de Porto Alegre. O empreendedorismo popularizou-se como área de estudo, no Brasil, no início da década de 1990, com a criação de órgãos para realização de pesquisas e propor programas de apoio, como o Sebrae. Tal atividade é vista como a principal fonte geradora de renda na população, principalmente nas áreas de baixa renda. Logo, empreender nesse ambiente é um enorme desafio devido às adversidades encontradas neste meio, adicionadas à crise econômica ocasionada pela pandemia. Sendo assim, para alcançar os objetivos estabelecidos, foi realizada uma pesquisa exploratória de natureza qualitativa com entrevistas em profundidade. Desta forma, primeiramente foram entrevistados 24 empreendedores de diferentes ramos de atuação, experiência com a operação do próprio negócio e que possuem renda familiar mensal inferior ou igual a 5 mil reais. Com as entrevistas, foi possível analisar o comportamento dos participantes em oito categorias (motivação, influência familiar, dificuldades antes e durante a pandemia, soluções, resultados, visão sobre as ações do Governo e projeções sobre o futuro). Em seguida, foi realizada uma adequação do comportamento às teorias motivacionais e do processo de empreender, junto da comparação aos dados de outras pesquisas realizadas sobre a atividade antes e durante a pandemia. Através dos resultados, foi identificado que o desemprego e a identificação com o ramo de atividade foram os principais fatores motivacionais para a iniciativa. Além disso, foi constatado que, antes e durante a pandemia, os principais problemas possuem relação à capacidade de lidar com vendas e finanças. Com soluções diversificadas, a maioria conseguiu estabilizar-se financeiramente, embora haja uma sensação de desamparo em relação ao Governo. Portanto, espera-se que este estudo sirva de inspiração e base para outras pesquisas nesse ambiente, o qual possui grande importância econômica e social para o país.

Palavras-chave: Empreendedorismo, baixa renda, pandemia, dificuldades

ABSTRACT

This study was carried out with the purpose of understanding the behavior of low-income entrepreneurs during the Covid-19 pandemic, in the city of Porto Alegre. Entrepreneurship became popular as a study area in Brazil in the early 1990s, with the creation of bodies to carry out research and propose support programs, such as Sebrae. Such activity is seen as the main source of income for the population, especially in low-income areas. So, undertaking in this environment is a huge challenge due to the adversities found in this environment, added to the economic crisis caused by the pandemic. Therefore, in order to achieve the established objectives, an exploratory research of a qualitative nature was carried out with in-depth interviews. Thus, 24 entrepreneurs from different fields of activity were first interviewed, with experience with the operation of the business itself and who have a monthly family income of less than or equal to R\$ 5,000. With the interviews, it was possible to analyze the behavior of the participants in eight categories (motivation, family influence, difficulties before and during the pandemic, solutions, results, vision of the Government's actions and projections about the future). Then, the behavior was adapted to the motivational theories and the entrepreneurial process, together with the comparison with data from other research conducted on the activity before and during the pandemic. Through the results, it was identified that unemployment and identification with the industry were the main motivating factors for the initiative. In addition, it was found that, before and during the pandemic, the main problems have to do with the ability to deal with sales and finances. With diversified solutions, the majority managed to stabilize themselves financially, although there is a feeling of helplessness towards the Government. Therefore, it is hoped that this study will serve as an inspiration and basis for further research in this environment, which has great economic and social importance for the country.

Key-Words: Entrepreneurship, low income, pandemic, difficulties

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Informações sobre os participantes da pesquisa	30
Tabela 2: Motivações para empreender.....	34
Tabela 3: Influência familiar na decisão de empreender	38
Tabela 4: Dificuldades encontradas antes e durante a pandemia	42
Tabela 5: Soluções encontradas pelos entrevistados.....	49
Tabela 6: Resultados obtidos com as soluções	54
Tabela 7: Ações do Governo utilizadas ou desejadas pelos entrevistados.....	55
Tabela 8: Projeções sobre o empreendedorismo e a sociedade pós pandemia	60
Tabela 9: Adequação da origem empreendedora dos entrevistados.....	64
Tabela 10: Cumprimento das etapas para a realização do plano de negócios.....	70
Tabela 11: Comparativo dos dados sobre o impacto da pandemia no funcionamento das empresas.....	78
Tabela 12: Comparativo dos dados sobre a situação financeira antes da pandemia	79
Tabela 13: Comparativo dos dados sobre o impacto financeiro ocasionado pela pandemia.....	79

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 OBJETIVOS	15
1.1.1 Objetivo geral	15
1.1.2 Objetivos específicos	15
1.2 JUSTIFICATIVA.....	15
2 REVISÃO DA LITERATURA	18
2.1 O EMPREENDEDORISMO	18
2.2 O PROCESSO DE EMPREENDER	20
2.2.1 Identificação e avaliação da oportunidade	20
2.2.2 Desenvolvimento do plano de negócio	21
2.2.3 Aquisição de recursos e financiamento	22
2.2.4 Administração da empresa e obtenção de resultados	22
2.3 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	23
2.3.1 Empreendedorismo nos grupos sociais de baixa renda conforme o contexto socioeconômico brasileiro	25
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	28
3.1 PESQUISA EXPLORATÓRIA BIBLIOGRÁFICA	28
3.2 PESQUISA EXPLORATÓRIA QUALITATIVA	28
3.2.1 Elementos de pesquisa	29
3.2.2 Técnica de pesquisa	29
3.3 METODOLOGIA PARA ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	31
4 ANÁLISE DOS DADOS	33
4.1 A VISÃO DOS EMPREENDEDORES DE BAIXA RENDA NA OPERAÇÃO DE SEU NEGÓCIO	33
4.1.1 Motivação para empreender	33
4.1.2 Influência familiar	38

4.1.3 Dificuldades	41
4.1.4 Soluções encontradas para solução dos problemas.....	49
4.1.5 Resultados	53
4.1.6 Ações do Governo.....	56
4.1.7 Projeções sobre o futuro	60
4.2 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	64
4.2.1 Adequação da origem dos empreendedores	64
4.2.2 Adequação do desenvolvimento dos entrevistados em relação ao processo de empreender.....	67
4.2.2.1 Identificação da oportunidade	68
4.2.2.2 Desenvolvimento do plano de negócio.....	69
4.2.2.3 Aquisição de recursos e financiamento	72
4.2.2.4 Administração do empreendimento e obtenção de resultados	73
4.2.3 Adequação ao contexto social brasileiro e o impacto da pandemia de Covid-19	74
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	81
REFERÊNCIAS.....	85
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE	88

1 INTRODUÇÃO

O ato de criar uma empresa, ou seja, o empreendedorismo, é algo muito comum e está presente durante toda a história da humanidade. Segundo Landström, Harirchi, Aström (2012 apud. VERGA e DA SILVA, 2014, p. 5), o em empreendedorismo é tão antigo como o intercâmbio e o comércio entre os indivíduos na sociedade. Porém, seu conceito obteve interesse como área de estudo somente pela evolução dos mercados econômicos. Logo, empreendedorismo, conceitualmente, é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades, cuja perfeita implementação leva à criação de negócios em sucesso. (DORNELAS, 2005, p. 39). Sendo assim, o ato de empreender torna-se algo muito corriqueiro, realizado em todos os ambientes que as pessoas frequentam sem que percebam sua presença conceitual.

Toda pessoa que inicia tal processo é um empreendedor, contudo, esse termo possui um significado especial para os autores que pesquisam o fenômeno do empreendedorismo, como o Joseph Schumpeter (1949, apud. DORNELAS, 2005, p. 39): “O empreendedor é aquele que destroi a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”. Sendo assim, com o intuito de resolver problemas, melhorar a qualidade de vida e gerar riqueza, os empreendedores possuem grande influência na evolução social, econômica e tecnológica humanitária.

Apesar da sua importância para o desenvolvimento econômico, o movimento do empreendedorismo, como área de estudo, ganhou força no Brasil somente a partir da década de 1990. Segundo Dornelas (2005), nessa época, surgiram entidades como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) para fomentar o surgimento de empreendedores. Porém, antes dessa década, os ambientes econômico e político do país não eram propícios ao movimento e não havia informações para auxiliar o empreendedor em sua jornada.

No Brasil, grande parte da população adquire renda através do seu próprio negócio. Conforme os dados estatísticos sobre empreendedorismo do Sebrae¹, no final de 2018, o Brasil possuía 27,93 milhões de empreendedores (13,34% da população total). Do total, 37,22% possuem escolaridade com Ensino Fundamental Incompleto e 33,92% possuem apenas o Ensino Fundamental Completo. Em termos de posição domiciliar, em 53,97% dos casos, o empreendedor é o chefe de domicílio e, em 26,77%, é o cônjuge. Em relação à faixa etária, 25% possui idade entre 35 até 45 anos e 22,16% possui entre 45 até 55 anos. Sobre o rendimento mensal, 77,56% recebem de 0 até 2 salários mínimos e 19,06% recebem de 2 até 5. Nos setores de atividade, 43,63% trabalham com serviços e 22,81% trabalham com o comércio.

Segundo Bessant e Tidd (2009), existem três tipos de empreendedores: empreendedores “como um modo de vida”, de crescimento e inovadores. O empreendedor de baixa renda se encaixa no primeiro tipo, em razão da procura de independência e o desejo de ganhar a vida com base nas suas possibilidades ou valores pessoais, sendo, estatisticamente, o tipo mais comum de um novo empreendimento e uma fonte de emprego autônoma em quase todas as economias. Conforme visto anteriormente, a maioria dos empreendedores atua com serviços e comércio. Logo, suas experiências como empregados em outras empresas exercem influência no negócio que iniciarão, seja um pequeno armazém ou salão de beleza, por exemplo.

Sendo assim, pode-se refletir sobre o impacto que o empreendedorismo possui nas famílias brasileiras, pois a maior parcela dos empreendedores retira do seu próprio negócio o dinheiro para sustentar a si mesmo e sua família. Também releva-se o fato de que a maioria é chefe domiciliar ou cônjuge além de, provavelmente, possuir filhos, em razão da faixa etária média da classe. O ponto crítico dessa reflexão, além da pressão que a grande parcela dos empreendedores enfrenta, pois depende do próprio negócio para sobreviver, é a dificuldade apresentada pela sua situação social, porque há pouco rendimento para prover todas as necessidades e não possui escolaridade o suficiente para lhe dar um suporte de conhecimento teórico sobre negócios ou tecnologia (apenas

1 Fonte: Portal do **Data Sebrae Indicadores Sobre Empreendedores**. Disponível em http://sistema.datasebrae.com.br/sites/novo_datasebrae/#Empreendedores.

10,94% possui escolaridade com nível superior completo), dependendo somente de sua experiência no ramo em que trabalha. Ainda existem outros fatores relevantes, como a criação do MEI, que influenciou estatisticamente nos dados, pois formalizou muitos empreendedores que trabalhavam como autônomos. Sobretudo, a situação social em que o empreendedorismo de pequeno porte se encontra no Brasil vai além do que um momento transitório de indivíduos ingressando no mercado de Trabalho, como aponta a Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL):

É bem verdade que parte muito expressiva dos nano e microempreendedores iniciam suas atividades por falta de alternativa no mercado de trabalho [...]. O debate a respeito do lugar e do destino dos mercados em que operam as famílias pobres gira exatamente em torno desse ponto: para alguns, é por meio da expansão do trabalho assalariado resultado quase automático do próprio crescimento econômico, que pode ocorrer a emancipação social das famílias pobres. Para outros, ao contrário, as políticas sociais podem desempenhar não só um papel compensatório, como oferecer bases para o reforço das atividades empresariais de que depende a sobrevivência dos que vivem hoje em situação de pobreza. (CEPAL, 2003,p. 236)

É notório que a falta de desenvolvimento de políticas públicas entra como o principal fator externo de dificuldade para o empreendedorismo nos grupos sociais de baixa renda. Porém, no âmbito social interno, a falta de recursos para investimento, pagamento de impostos e mobilidade, junto da falta de conhecimento em gestão, entram como as principais barreiras (FRANÇA, 2019; PESSANHA, 2019). Quando se discute sobre empreendedorismo na população carente, a maioria das pessoas não consegue imaginar como seria criar o próprio negócio em razão do risco presente e da necessidade em ter um emprego seguro, que garanta uma renda para sustento familiar. Entretanto, segundo o IBGE², a taxa de desemprego atinge a marca de 11,8% em julho de 2019, o que representa a alta quantidade de pessoas que não conseguem um emprego formal, onde muitas criam outras formas de adquirir renda para sobreviver. A maioria dessas pessoas passa a trabalhar como autônomas ou realizam cadastro como MEI, para

2 Fonte: IBGE - **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua**. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?=&t=destaques>.

exercerem direito à aposentadoria. Portanto, poucas dessas pessoas conseguem fazer com que sua pequena fonte de renda evolua para um negócio formal e que gere emprego em maior escala, devido a questões financeiras e a falta de conhecimento de gestão.

Além de enfrentar todos os problemas oriundos de sua situação socioeconômica, no ano de 2020, os empreendedores tiveram como principal agravante o surgimento da pandemia de Covid-19 (doença conhecida popularmente por coronavírus). Através das medidas do Estado para manter o isolamento social e diminuir o nível de contágio na população, as empresas, cujas atividades não contemplam a lista de serviços essenciais, tiveram de adotar o regime de trabalho à distância. Aquelas que não poderiam o efetuar, interromperam suas atividades, o que teve, por consequência, uma brusca queda de receita para muitas. Nesse sentido, segundo os dados apontados pela Cable News Network Brasil através do levantamento realizado pelo Sebrae³, fez com que 10,1 milhões de empresas brasileiras parassem de funcionar, sendo que, pelo menos, 600 mil micro e pequenas empresas encerraram suas atividades e demitiram seus funcionários.

Em razão de todo o contexto que o empreendedorismo gera na sociedade, acrescentado à ausência de pesquisas sobre a atividade durante o enfrentamento de crises, é necessário realizarmos um estudo aprofundado do ambiente interno e externo dos empreendimentos, com o intuito de respondermos a seguinte pergunta: **“Quais são as dificuldades enfrentadas e as soluções desenvolvidas pelos empreendedores dos grupos sociais de baixa renda durante a pandemia de COVID-19, na cidade de Porto Alegre?”**

3 Fonte: CNN Brasil - **Mais de 600 mil pequenas empresas fecharam as portas com coronavírus.** Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/04/09/mais-de-600-mil-pequenas-empresas-fecharam-as-portas-com-coronavirus>

1.1 OBJETIVOS

Os objetivos deste estudo se dividem em Objetivo Geral e Objetivos Específicos, sendo estes últimos necessários para o cumprimento do Objetivo Geral e conseqüentemente para a obtenção da resposta do problema de pesquisa.

1.1.1 Objetivo geral

Analisar o comportamento de empreendedores de baixa renda durante a pandemia de COVID-19 do ano de 2020, na cidade de Porto Alegre.

1.1.2 Objetivos específicos

- Apresentar a visão dos empreendedores dos grupos sociais de baixa renda da cidade de Porto Alegre sobre a operação de seus negócios antes, durante e o que esperam após a crise
- Identificar as dificuldades e as soluções encontradas por esses empreendedores.
- Validar o estudo através da comparação do comportamento registrado a teorias sobre empreendedorismo e outras pesquisas sobre o impacto da Covid-19.

1.2 JUSTIFICATIVA

O empreendedorismo é um dos principais elementos de transformação da sociedade. Em nosso país, além de responsável pelo desenvolvimento econômico, é o meio de sustento para aqueles que não possuem alternativas quando afetados pelo desemprego. Nesse grupo, grande parte são provedores de sua família e não possuem renda o suficiente para sustentá-la.

Através de uma parceria entre o Sebrae, o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ) e a Fundação Getúlio Vargas (FGV), é realizado anualmente o

Relatório GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), o qual serve como termômetro das atividades empreendedoras no mundo. De acordo com o relatório executivo de 2018⁴, temos a seguinte representação estimada do quadro social empreendedor: 37,5% dos empreendedores realizam a atividade por necessidade e 61,8% por oportunidade; 47,1% das pessoas entre 45 e 54 anos e 44,1% dentre 35 e 44 anos são empreendedoras; apenas 31,6% das pessoas com ensino superior empreendem enquanto que 35,1% das que possuem ensino médio, 44,3% do ensino fundamental completo e 42,1% que não completaram o ensino básico realizam a atividade; 32,2% das pessoas que vivem com renda de até 1 salário mínimo e 37,7% das que vivem com entre 1 e 2 salários também são empreendedoras; 81,4% de empreendedores em estágio inicial e 82,6% dos estabelecidos não possuem empregados; por último, 50,5% de empreendedores iniciais e 47,1% de estabelecidos faturam R\$ 12.000,00 ou menos, anualmente.

As informações acima esclarecem a grande participação das pessoas que possuem baixa renda, pouca escolaridade e idade para serem os provedores de suas famílias no empreendedorismo no país. Entretanto, de acordo com o último estudo realizado pelo IBGE em 2017⁵, das empresas iniciadas em 2012, houve 78,9% de sobrevivência após 1 ano de funcionamento (2013), 64,5% após 2 anos (2014), 55,0% após 3 anos (2015), 47,2% após 4 anos (2016) e 39,8% após 5 anos (2017). Isso evidencia que sobreviver com o empreendedorismo envolve ter uma capacidade que grande parte da população de baixa renda não possui, ocasionando a fragilidade. Ao adicionar o cenário de crise epidemiológica, agrava-se esse aspecto, de maneira que grande parcela dos pequenos empreendimentos não sobreviva à interrupção de atividades e conseqüente queda de receitas.

Dada toda situação de dificuldade e desafio em que o empreendedor de baixa renda enfrenta para desenvolver seu negócio em um momento de forte crise, esse trabalho torna-se oportuno e relevante. O conhecimento e a informação obtidos

4 Fonte: Global Entrepreneurship **Monitor Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo 2018**. Disponível em <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>

5 Fonte: IBGE – **Demografia das Empresas e Estatísticas de Empreendedorismo 2017**. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101671.pdf>

identificarão quais são os fatores negativos dos empreendimentos em atividade, para compreender sua origem e quais fatores internos e externos foram influentes, além de quais soluções são frequentemente geradas para sobreviver.

O direcionamento desejável desse estudo seria aos empreendedores de baixa renda, devido à carência de pesquisas nesse ambiente social. Porém, devido ao fato de que o presente estudo será mais acessado por pessoas do ramo acadêmico, o intuito é gerar, além da conscientização, empatia para com esses empreendedores e interesse pela prática de consultoria para fornecer suporte e fomento, de maneira que seja sem fins lucrativos, ao desenvolvimento de microempreendimentos. Como contribuição prática, poderá identificar soluções desenvolvidas por empreendedores de baixa renda e incentivar novas ações nessa faixa da população.

A consequência final pretendida na sociedade é a diminuição do desemprego e da pobreza na população, aumentando o bem-estar social e o desenvolvimento da economia dos grupos sociais de baixa renda. Aqueles que terão acesso direto ao estudo terão, como principal contribuição, a oportunidade de desenvolver seu conhecimento técnico e elaborar estudos práticos para contribuir ainda mais com o empreendedorismo dessa área.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Esta seção contém os principais conceitos que embasam o desenvolvimento deste estudo para a consecução dos objetivos a serem atingidos. Estes conceitos estão desmembrados conforme a seguir.

2.1 O EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é tema de interesse geral, tanto por pessoas físicas, estudantes, professores e representantes do governo. Entretanto, sua definição conceitual não existe de maneira universalmente aceita. Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2009), o desenvolvimento da teoria do empreendedorismo é paralelo, em grande parte, ao próprio desenvolvimento do termo. Logo, devido a toda evolução histórica do conceito, desde a idade média, ao longo dos séculos até os momentos atuais, pode-se conduzir a variadas reflexões sobre o tema de maneira refinada sob uma perspectiva empresarial, administrativa e pessoal.

De acordo com a definição de Ronstadt (1984), empreendedorismo é o processo dinâmico de gerar mais riqueza, a qual é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira ou que proveem valor para algum produto ou serviço que pode ou não ser novo ou único. Todavia, o valor deve de algum modo ser infundido pelo empreendedor ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários.

Conforme Shapero (1975), em quase todas as definições de empreendedorismo, há um consenso de que estamos falando de um tipo de comportamento que abrange: o primeiro, de tomar iniciativa; o segundo, de organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático; e o terceiro, de aceitar o risco ou o fracasso. Segundo Dornelas (2005), o processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações com a criação de empresas, envolvendo o processo de criação de algo novo e de valor. Conforme aponta o autor, isso requer devoção, comprometimento de tempo e esforço necessário para a empresa crescer e

que deverão ser assumidos riscos e tomar decisões críticas, necessitando ousadia e ânimo apesar de falhas e erros.

Sendo assim, para Vesper (1980), um empreendedor pode ter um variado significado de acordo com a área em que um estudante é especialista: para o economista, é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes; também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem; para um psicólogo, geralmente essa pessoa é impulsionada por certas forças – a necessidade de obter ou conseguir algo, de experimentar, de realizar, talvez esperar à autoridade de outros; para alguns homens de negócios, é interpretado como uma ameaça, um concorrente agressivo; enquanto para outros, pode ser um aliado, uma fonte de suprimento, um cliente ou alguém que gera riqueza para terceiros assim como encontra melhores maneiras de utilizar recursos, reduzir o desperdício e produzir empregos que outras pessoas ficarão satisfeitas de conseguir.

Sobretudo, para compreensão do empreendedorismo, outro aspecto fundamental, segundo o GEM (2018), seria as relações com as motivações que levam as pessoas a buscar essa atividade com fins lucrativos, as quais se dividem em duas categorias: empreender por necessidade ou por oportunidade.

O empreendedor por oportunidade, segundo o GEM (2018), é aquele que, quando questionado sobre o motivo de terem aberto seu negócio, alega que o iniciou por ter identificado uma oportunidade viável ao ambiente em que atua. Ou seja, apesar de possuir alternativas de emprego, optam pelo início do novo negócio por conta das chances de crescimento identificadas. Sendo assim, é visto como um ator que toma a iniciativa e antecipa-se aos fatos, contendo uma visão futura de sua organização, conforme aponta Dornelas (2005).

Por outro lado, o empreendedor por necessidade é aquele que atrela a criação de seu negócio à falta de possibilidades para geração de renda e ocupação (GEM, 2018). A escassez de empregos ou a distância do mercado de trabalho por muitos anos (o que ocasiona na dificuldade em realocar-se ao mercado atual) o deixa sem escolhas para obter renda, contornar seus problemas financeiros, de autoestima e de sua carreira

profissional, tendo de aderir ao empreendedorismo (INSTITUTO BRASILEIRO DE COACHING, 2019).

2.2 O PROCESSO DE EMPREENDER

Embora o conceito de empreendedorismo apresente diferentes visões, o processo de empreender entra em concordância de acordo com a visão dos autores. Para Hisrich, Peters e Shepherd (2009), um empreendedor precisa encontrar, avaliar e desenvolver uma oportunidade, superando as forças que resistem à criação de algo novo. Sendo assim, eles dividem o processo em quatro fases, mesmo com palavras diferentes, entrando em conformidade com os autores Bessant e Tidd (2009): identificação e avaliação da oportunidade para um novo empreendimento; desenvolvimento do plano de negócio e decisão com relação à estrutura do empreendimento; determinação dos recursos e financiamento necessários para implementação; terminando com o crescimento e acompanhamento do empreendimento, bem como obtenção dos resultados.

2.2.1 Identificação e avaliação da oportunidade

A primeira fase se dá através de análises do ambiente externo para verificar qual ramo melhor se encaixaria. De acordo com Da Cruz (2011), essa etapa é a mais difícil no processo empreendedor, pelo requerimento de perícia na análise de potencialidade do negócio em termos de necessidades, concorrência, mercado e ciclo de vida do produto. Ele ainda faz o seguinte complemento:

É importante o empreendedor testar a sua ideia ou conceito de negócio junto de potenciais clientes, avaliando sua disposição em adquirir seu produto ou serviço através de pesquisas de mercado. A pesquisa lhe fornecerá a dimensão do mercado, se está em crescimento, estável ou estagnado, quem é a concorrência e quais são seus pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades. (DA CRUZ, 2011, p.1)

Sendo assim, há pontos-chave nessa fase, os quais são determinantes na transição para o próximo estágio, conforme apontam Bessant e Tidd (2009). Segundo eles, essa fase se subdividiria em três etapas (reconhecimento de oportunidade, criação do compromisso empreendedor e da credibilidade do empreendimento), cada uma possuindo pontos de relevância. Logo, na primeira etapa, é necessária a capacidade de sintetizar o conhecimento científico em perspectivas mercadológicas, que aumentam o capital social do empreendedor. Na segunda, são envolvidas as ações à persistência sustentada, que estabelece o vínculo entre empreendedor e seu negócio. E, na terceira, ocorre a construção prévia do relacionamento entre o empreendedor, suas fontes de recursos e seus possíveis clientes. Embora essas etapas sejam frequentemente concretizadas na criação de empresas, os empreendedores de baixa renda podem não realizar o mesmo processo no seu empreendimento devido à falta de conhecimento técnico e à urgente necessidade de geração de renda.

2.2.2 Desenvolvimento do plano de negócio

Enquanto a primeira fase é a relação do empreendedor com seu negócio em forma idealizada, a segunda envolverá sua mensuração para um documento. De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2009), é a parte mais demorada do processo de empreender, pois o empreendedor geralmente não prepara o plano de negócio com antecedência e não possui os recursos disponíveis para fazer um bom trabalho. Os autores ainda afirmam que um bom plano de negócio não será importante apenas para o desenvolvimento da oportunidade, mas, também, para a fase seguinte, na determinação dos recursos necessários, sua obtenção e administração.

A razão principal para o desenvolvimento de um plano de negócio, segundo Bessant e Tidd (2009), seria a atração de financiamento externo. Eles afirmam que o plano pode trazer benefícios como o estabelecimento de um acordo formal entre fundadores com relação ao desenvolvimento inicial e futuro do empreendimento, redução de falsas ilusões por parte dos fundadores e evitar discussões subsequentes com relação a responsabilidades e recompensas. Internamente, auxilia na tradução de metas

ambíguas ou abstratas em necessidades operacionais mais explícitas e apoia tomadas de decisão subsequentes. Sendo assim, conforme os autores, as seções inclusas de um plano de negócio formal são: detalhes do produto ou serviço; avaliação e oportunidades de mercado; identificação de clientes-alvo; barreiras de entrada no negócio e análise de concorrente; experiência, especialização e compromisso da equipe de administração; estratégia para determinação de preço, distribuição e vendas; identificação e planejamento de riscos-chave; cálculo de fluxo de caixa; e recursos financeiros.

2.2.3 Aquisição de recursos e financiamento

Determinar os recursos necessários é consequência do que foi planejado no plano de negócios. Conforme Hisrich, Peters e Shepherd (2009), esse processo começa com uma apreciação dos seus atuais recursos, para diferenciar os financeiros fundamentais dos que são apenas úteis, não devendo subestimar a quantidade e variedade dos recursos necessários. Logo, deverão ser avaliados, também, os riscos dos recursos insuficientes ou inadequados.

De acordo com Dornelas (2005), os recursos necessários podem ser advindos das seguintes fontes: recursos pessoais; recursos de amigos e parentes; capitais de risco; bancos; governo; e incubadoras. Adquirir um financiamento inicial é dificilmente um grande problema para um novo empreendimento, com o aproveitamento de economias pessoais ou empréstimos da família ou de amigos, com poucas fontes profissionais de capital interessadas (com exceção de possíveis ações de programas governamentais). Entretanto, Bessant e Tidd (2009) identificam estágios de desenvolvimento referente às exigências de financiamento de acordo com a evolução do negócio: financiamento inicial para lançamento; financiamento de segundo ciclo para desenvolvimento inicial e crescimento, financiamento de terceiro ciclo para consolidação e crescimento; e a maturidade ou saída.

2.2.4 Administração da empresa e obtenção de resultados

Após a análise de oportunidades, elaboração do plano de negócio e obtenção de recursos, chega o momento de materializá-los no empreendimento através da implementação do plano. Segundo Dornelas (2005), gerenciar a empresa aparenta ser a fase mais fácil devido a conclusão das anteriores, no entanto, imprevistos podem acontecer, como a aceitação negativa dos produtos por parte dos clientes, forte concorrência, reposição de recursos materiais e humanos.

Nesse sentido, o estilo de gestão do empreendedor determinará o caminho que seu negócio seguirá através de análise e implementação de ações reparativas. De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2009), deve-se criar um sistema de controle para que todas as áreas problemáticas sejam rapidamente identificadas e resolvidas. Os autores ainda argumentam que muitos empreendedores possuem dificuldade nessa fase devida a falta de perícia em gestão.

Após a implementação do plano e a passagem de um período inicial de funcionamento, obtém-se os primeiros resultados do negócio. Bessant e Tidd (2009) afirmam que uma grande proporção de novos empreendimentos fracassa em seu estágio inicial, sendo que 40% fracassa no 1º ano e 60% no segundo. Eles mencionam as razões mais comuns para o fracasso: controle financeiro sofrível; falta de capacidade ou experiência administrativa; e a falta de estratégia para transição, crescimento ou saída do negócio. No entanto, segundo os autores, existem formas com que o empreendimento pode crescer e criar valor adicional: crescimento orgânico por meio de vendas adicionais e diversificação; aquisição ou fusão com outra empresa; venda do negócio para outra empresa; e oferta inicial em bolsa de valores.

2.3 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo, no Brasil, popularizou-se na década de 1990, com a abertura da economia. Segundo Dornelas (2005), o motivo foi gerado pela preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos. O autor ainda sugere que o

fenômeno surgiu como consequência imediata do aumento do índice de desemprego, principalmente onde a concentração de empresas é maior.

De acordo com Oliveira (1995), a falta de emprego foi a outra razão para o empreendedorismo tornar-se uma opção procurada no país. O autor ressalta que um número assustadoramente grande de pessoas perdeu o emprego e teve de encontrar alternativas urgentes para sobreviver por meio de subempregos, trabalhos temporários e atividades informais. O espírito empreendedor brasileiro é reconhecido internacionalmente, sendo até mais acentuado no que países como Estados Unidos, França, Canadá e Itália. Entretanto possui, também, os mais altos índices de mortalidade de empresas (SCHLINDWEIN, 2004, p. 34).

No Brasil, em 2002, 14,4 milhões de pessoas estavam envolvidas com alguma atividade empreendedora, ou seja, um em cada sete brasileiros têm entre dezoito e sessenta e quatro anos de idade e está abrindo negócio próprio. O Brasil tem uma taxa de empreendedorismo (porcentagem de pessoas que abrem a própria empresa em relação à população economicamente ativa) maior do que a média mundial: 13,5% contra 12% (SCHLINDWEIN, 2004, apud. IBPQ, 2002, P. 1).

Embora haja dificuldade em fazer com que pequenas empresas sobrevivam, de acordo com Maximiliano (2006), existem órgãos e iniciativas de apoio ao empreendedor, como o SEBRAE, as fundações estaduais de apoio à pesquisa, as incubadoras de novos negócios e as escolas superiores, que têm oferecido cursos e outros tipos de programas sobre o empreendedorismo.

Como visto nas seções anteriores, empreendedorismo por oportunidade é o processo de abrir um negócio por iniciativa do empreendedor através da análise de mercado e aproveitamento de suas competências como gestor, mesmo tendo outras opções profissionais disponíveis; enquanto que o por necessidade advém da falta de alternativas do empreendedor adquirir renda e a abertura do próprio negócio acaba por ser a única opção para resolução do problema. Sendo assim, conforme o relatório anual do GEM (2018), 37,5% dos empreendedores do país são do segundo tipo. Ou seja, em 2018, eram estimadas cerca de 9.176.644 pessoas empreendedoras por necessidade. Vale salientar que a crise econômica é um forte fator na influência da empregabilidade

das empresas, sendo que 81,4% de empreendedores em estágio inicial e 82,6 dos estabelecidos não possuem empregados, de acordo com o relatório.

Não obstante, em termos de mercado, o relatório apresenta um cenário de dificuldade para o empreendedor brasileiro: aproximadamente, 30% dos empreendedores afirmaram possuir poucos ou nenhum concorrente em sua localidade geográfica. Ou seja, 70% dos empreendedores enfrenta um mercado de alta concorrência. Além disso, o relatório apresentou índices muito pequenos relacionados à inovação no mercado: 8,4% de empreendedores iniciais e 4,4% dos estabelecidos possuem empreendimento que trabalha produtos/serviços novos; e 2,2% dos iniciais e 0,8% dos estabelecidos trabalham com tecnologia de 5 anos recentes ou inferior.

2.3.1 Empreendedorismo nos grupos sociais de baixa renda conforme o contexto socioeconômico brasileiro

Devido à relação que o crescimento do empreendedorismo possui com o aumento do desemprego no Brasil, percebe-se que grande parte da população de baixa renda adere a essa prática como alternativa de renda, conforme aponta Calife e França (2019). Segundo Tidd e Bessant (2009), os empreendedores “como um modo de vida”, assim como encaixam seu perfil, são aqueles que procuram independência e desejam ganhar a vida com base nas suas possibilidades e valores pessoais. O empreendedor de baixa renda é o criador de uma micro-empresa, quando bem sucedido. Porém, antes, ele passará por vários outros estágios, como o do negócio informal ou do negócio cooperado, conforme afirma Flory (2010):

O empreendedor de baixa renda muitas vezes é também um empreendedor por necessidade, mas em importantes casos esta relação não se verifica. Podemos ver, por exemplo, as dezenas de empreendedores de baixa renda que operam carrinhos de venda de refrigerantes, isotônicos e similares no Parque do Ibirapuera em São Paulo. Muitas vezes não são microempresários, nem têm firma aberta, mas operam há anos em seus negócios, e se você lhes oferecer um emprego, irão recusar prontamente. São, certamente, empreendedores de baixa renda, mas agora por oportunidade. (FLORY, 2010, p. 1)

Sendo assim, o empreendedorismo informal ficou muito presente como um meio alternativo de renda. Entretanto, uma ação do Governo foi tomada para tirar mais de 10 milhões de brasileiros da informalidade, que foi a criação da figura jurídica do Microempreendedor Individual (MEI), através da Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008 (OLIVEIRA; FORTE, 2014, p. 2).

Nesse contexto foi criada a Lei Complementar nº128/2008 que traz um grande benefício tanto para os microempreendedores como para a economia brasileira de um modo geral: a formalização legal desses profissionais. Por meio desse processo, eles adquirem direitos importantes como a qualificação de segurado do INSS, o acesso ao crédito, o direito de participar de licitações públicas e a possibilidade de negociar com as demais empresas de forma transparente, sem a menor preocupação com a atuação do fisco sobre sua atividade, uma vez que aderiu à legalidade. (OLIVEIRA; FORTE apud. SANTOS; FREITAS, 2012, p. 5).

Embora o empreendedor de baixa renda tenha um incentivo maior através da criação do MEI, ainda existem barreiras que dificultam o desenvolvimento de seu negócio. Lobato (2019), anotou relatos de microempreendedores que os serviços bancários, o excesso de burocracia para operações financeiras, insegurança na utilização do CNPJ e dificuldade na emissão de notas fiscais.

Mesmo havendo uma evolução nos incentivos e benefícios, ainda existem dificuldades e desafios presentes, os quais possuem grande relevância no desenvolvimento de seu negócio. Conforme Lages (2005), as experiências de geração de emprego e renda costumam se deparar com um problema bastante grave: a dificuldade que grupos populares têm de assumir uma postura gerencial empreendedora em seus negócios, mesmo após treinamentos para capacitação técnica.

Além disso, de acordo com Fernandes (2019), a dificuldade com a mobilidade urbana dificulta as atividades empreendedoras desses grupos sociais, principalmente nas áreas periféricas, onde se enfrenta dificuldade de deslocamento para ter acesso a escolas, hospitais, bancos e outras oportunidades de emprego.

Para se ter uma ideia da importância do tema, o gasto médio com o transporte está entre as maiores despesas dos brasileiros, sendo equivalente ao de alimentação: 16% do salário. Quando a análise recai para a população de menor renda e negra, o custo é ainda maior. Enquanto um empregado com renda de um salário mínimo – que realiza duas viagens de ônibus por dia – gasta esses 16% com o transporte, uma trabalhadora doméstica negra do Nordeste gasta 25% da renda mensal. (FERNANDES, 2019, p.1-2)

Fernandes (2019) ainda finaliza sua visão apontando que as populações mais pobres vivem em áreas onde o preço da terra e o aluguel são mais acessíveis, mas distantes do centro, com alta inclinação e risco de inundações e deslizamentos de terra. Sendo assim, a distância física e social das cidades transforma a falta de mobilidade em armadilha logística para os mais pobres, causando uma oferta limitada de emprego, aumento da disparidade de gênero (ocasionado pela violência e dificuldade de acesso ao transporte). Logo, há uma piora nas condições de vida por conta dos deslocamentos diários, do incremento de exclusão e marginalização social, da redução das formas de interação entre as classes sociais e da ampliação da violência e insegurança.

Todos os fatores apresentados possuem forte influência nas dificuldades que o empreendedor de baixa renda enfrenta para administrar seu negócio, atrelado a seu baixo conhecimento e iniciativas de apoio do governo que alcancem pequena parcela dessa classe. Sendo assim, àqueles que possuem acesso acabam por conseguirem apoio através de cursos profissionalizantes ou de recursos financeiros do governo, no entanto, quem não possui acesso acaba por ter de improvisar e desenvolver individualmente (ainda sem auxílio) sua capacidade empreendedora para sobreviver.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo serão apresentados os procedimentos metodológicos os quais desenvolveram este estudo. Segundo Lakatos e Marconi (2003), tais procedimentos possuem o objetivo delinear o caminho a ser percorrido pelo pesquisador na tentativa de relacionar a teoria com o contexto empírico. Logo, a metodologia dá origem ao método, o qual possibilita a pesquisa. Conforme a complementação das autoras, método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permitindo alcançar o objetivo e conhecimentos válidos e verdadeiros, tratando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do pesquisador.

Sendo assim, para proporcionar o cumprimento dos objetivos deste estudo, sua metodologia foi dividida em três fases: uma pesquisa bibliográfica na busca de teorias e outros estudos sobre empreendedorismo de baixa renda; uma pesquisa exploratória qualitativa com empreendedores dessa classe, delimitando-se à cidade de Porto Alegre; e a análise dos dados obtidos durante a pesquisa exploratória com adequação à bibliográfica.

3.1 PESQUISA EXPLORATÓRIA BIBLIOGRÁFICA

Uma pesquisa bibliográfica, conforme Fonseca (2002), é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos e páginas em sites da internet. Deste modo, foi realizado um levantamento de estudos já realizados sobre o empreendedorismo em grupos sociais de baixa renda e de pesquisas sobre o impacto da pandemia de Covid-19 nas empresas brasileiras. A finalidade dessa fase foi preparar o embasamento teórico para elaboração do modelo da pesquisa exploratória qualitativa e adequação do comportamento de seus participantes, de maneira a propor uma maior compreensão científica.

3.2 PESQUISA EXPLORATÓRIA QUALITATIVA

De acordo com Piovesan e Temporini (2009), uma pesquisa de natureza exploratória, tem, como objetivo, proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito ou propício à construção de hipóteses. Uma abordagem qualitativa, segundo as autoras, não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc.

Desta forma, a pesquisa foi realizada através de entrevistas em profundidade, com roteiro semiestruturado. Seu objetivo constitui tanto à apresentação da visão que o empreendedor de baixa renda possui sobre a condução de seu negócio antes e durante a pandemia de COVID-19, quanto a identificação das dificuldades que enfrentou para que conseguisse fazer com que seu negócio sobrevivesse durante a crise.

3.2.1 Elementos de pesquisa

Tendo como público-alvo empreendedores de baixa renda, foi selecionada uma amostra com vinte e quatro participantes. A pesquisa foi realizada digitalmente através da plataforma Whatsapp, durante o mês de agosto de 2020. Foram selecionados empreendedores com renda até R\$ 5.000,00, cujos critérios de escolha foram: a localização do empreendimento ser dentro de bairros identificados como de baixa renda pertencentes à cidade de Porto Alegre; a diversificação de idade, ramo de atividade e o tempo de experiência como empreendedor entre os entrevistados; e o tamanho do empreendimento ser caracterizado informal, atividade autônoma, MEI ou micro empresa (com a ressalva do proprietário exercer a atividade operacional do negócio).

3.2.2 Técnica de pesquisa

Conforme mencionado anteriormente, para a pesquisa exploratória foi utilizada a técnica de entrevistas em profundidade, cuja finalidade fora a obtenção de dados para apresentar a visão dos empreendedores de baixa renda em gerir seu negócio antes e

durante a crise da pandemia de COVID-19 em Porto Alegre e identificar quais foram suas principais dificuldades.

Primeiramente, foi realizado o recrutamento através de abordagem direta por meio de diálogo via telefone e redes sociais aos potenciais participantes, visando obter uma amostra variada nas seguintes características: ramo de negócio, idade, escolaridade e tempo de experiência como empreendedor. Em seguida, foi elaborado um roteiro semiestruturado (cujo conteúdo encontra-se no **Apêndice A** do presente estudo), com base no estudo teórico. Logo, foram realizadas as entrevistas através da plataforma digital Whatsapp cujas respostas foram concedidas via áudio e transcritas na íntegra. Por fim, seu conteúdo foi analisado e tabelado em planilhas digitais para melhor síntese dos resultados obtidos. Seu objetivo foi fornecer uma base identificatória sobre os comportamentos, que serviu como apoio às fases subsequentes deste estudo. Os nomes dos empreendedores foram mantidos em sigilo, sendo cada um identificado com uma letra do alfabeto. Segue abaixo a tabela com as informações sobre os entrevistados e o tempo de duração das entrevistas:

Tabela 1: Informações sobre os participantes da pesquisa

Cód.	Ramo do negócio	Idade	Escolaridade	Tempo como empreendedor	Duração da entrevista
A	Loja virtual de roupas íntimas	23	Ensino superior incompleto	5 meses	43 minutos
B	Reformas e construção civil	29	Ensino médio incompleto	3 anos	47 minutos
C	Loja virtual de roupas e cosméticos	30	Ensino médio completo	3 anos	56 minutos
D	Loja virtual de roupas femininas	31	Ensino médio completo	4 anos	59 minutos
E	Venda de pizzas artesanais	39	Ensino médio completo	8 anos	35 minutos
F	Salão de beleza para manicure e pedicure	38	Ensino médio completo	6 anos	1 hora e 20 minutos
G	Atendimento de enfermagem domiciliar	53	Ensino superior completo	4 anos	40 minutos
H	Venda de roupas	24	Ensino médio completo	4 anos	45 minutos

I	Revenda de calçados	43	Ensino médio completo	1 ano	48 minutos
J	Agropecuária	43	Ensino superior incompleto	8 meses	45 minutos
K	Eletricista autônomo	40	Ensino fundamental incompleto	5 anos	39 minutos
L	Oficina automotiva	34	Ensino fundamental incompleto	2 anos	37 minutos
M	Brechó	59	Ensino superior completo	1 ano e 2 meses	41 minutos
N	Ferragem	46	Ensino médio completo	9 anos	39 minutos
O	Venda de produtos artesanais	37	Ensino médio completo	6 meses	32 minutos
P	Venda de produtos para chimarrão	29	Ensino superior incompleto	1 ano e 7 meses	44 minutos
Q	Salão de beleza	32	Ensino fundamental completo	7 anos	49 minutos
R	Loja de eletrônicos	38	Ensino superior incompleto	15 anos	39 minutos
S	Pet shop	66	Magistério	13 anos	46 minutos
T	Lancheria	49	Ensino fundamental incompleto	22 anos	37 minutos
U	Salão de beleza	27	Ensino médio completo	2 anos e 6 meses	38 minutos
V	Lavagem automotiva	55	Ensino fundamental completo	11 meses	37 minutos
W	Lancheria	30	Ensino médio completo	10 anos	45 minutos
X	Loja de conveniência	31	Ensino superior completo	8 anos	46 minutos

Fonte: Autor

3.3 METODOLOGIA PARA ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

De acordo com Gil (1999), a análise de dados tem, como objetivo, organizar e resumir os dados de tal forma que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para investigação. Já a interpretação tem como objetivo a procura do sentido mais amplo das respostas, o que é feito mediante sua ligação a outros conhecimentos anteriormente obtidos.

Nessa etapa, a análise dos registros foi realizada para verificar o padrão comportamental entre os participantes. Desta forma, foi possível dividir o comportamento em diferentes categorias, apontando diferentes fases da gestão de cada empreendimento.

A análise foi feita através de planilhas digitais com os dados validados na etapa exploratória e cruzados ao referencial teórico. Os fatores de dificuldade e as soluções utilizadas foram divididos entre a periodicidade dos eventos, como causa e consequência. As informações dessa análise serviram como base para a etapa subsequente.

Com base em todas as informações geradas durante a elaboração da etapa exploratória e de análise de registros, foi realizada uma adequação com as teorias do conteúdo adquirido através da pesquisa bibliográfica. Seu intuito visou validar a análise comportamental dos entrevistados com os estudos sobre o empreendedorismo brasileiro e outras pesquisas sobre o impacto da pandemia de Covid-19, para, enfim, chegar à conclusão deste estudo.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Conforme apontado no capítulo anterior, foi realizada uma pesquisa qualitativa através de entrevistas com 24 empreendedores de baixa renda, com o intuito de apresentar suas visões sobre como operam seus negócios durante a crise causada pela pandemia. A análise dos dados colhidos foi dividida em duas fases antes de se chegar às conclusões dos objetivos desse estudo. A primeira é a apresentação da visão dos empreendedores e a segunda é a comparação do comportamento registrado ao conteúdo literário sobre o tema.

4.1 A VISÃO DOS EMPREENDEDORES DE BAIXA RENDA NA OPERAÇÃO DE SEU NEGÓCIO

Após a transcrição das entrevistas, foi possível agrupar as respostas em 7 categorias distintas, que melhor agregariam os fatores influentes na operação dos empreendimentos: motivação para empreender; influência familiar; dificuldades; soluções; resultados; ações do Governo; e projeção sobre o futuro. Dentro de cada categoria, foi possível identificar até três pontos para representação do comportamento da resposta de cada empreendedor.

4.1.1 Motivação para empreender

Como categoria determinante à decisão de empreender, a motivação é o primeiro ponto para ilustrar a variabilidade de alternativas que pessoas de determinada classe econômica encontram para adquirir renda. Logo, ao questionar empreendedores de baixa renda sobre as motivações que levaram a abrir seus negócios, são encontradas respostas ligadas à limitação sobre suas opções financeiras e sua familiaridade com o negócio que operam.

Sendo assim, foram encontradas 5 justificativas diferentes para a abertura de seus empreendimentos: Desemprego, identificação com o ramo, autonomia, opção econômica e renda extra. Abaixo, segue a tabela contendo as respostas de cada empreendedor:

Tabela 2: Motivações para empreender

Cód.	Motivação	Cód.	Motivação
A	Desemprego e identificação com o ramo	M	Renda extra
B	Desemprego e identificação com o ramo	N	Opção econômica
C	Desemprego e identificação com o ramo	O	Desemprego e identificação com o ramo
D	Desemprego e autonomia	P	Autonomia, desemprego e identificação com o ramo
E	Renda extra e opção econômica	Q	Desemprego
F	Desemprego	R	Desemprego
G	Autonomia	S	Desemprego e identificação com o ramo
H	Renda extra e identificação com o ramo	T	Autonomia
I	Autonomia e identificação com o ramo	U	Opção econômica
J	Opção econômica, identificação com o ramo e autonomia	V	Desemprego
K	Desemprego e identificação com o ramo	W	Renda extra e opção econômica
L	Autonomia e identificação com o ramo	X	Autonomia e opção econômica

Fonte: Autor

De acordo com a tabela 2, a maioria dos empreendedores apresentou mais de uma motivação. Logo, foi possível verificar como cada fator influenciou tanto individualmente, quanto em conjunto de outros, na abertura dos empreendimentos.

Sendo assim, as justificativas mais mencionadas para a abertura dos empreendimentos foram a **identificação com o ramo** e o **desemprego**, com 11 vezes cada uma. A primeira ilustra a relevância das experiências que o empreendedor possui no ramo, seja como empregado ou consumidor, para a decisão da abertura do negócio; e a segunda demonstra a falta de alternativas em adquirir renda levando pessoas a criar desesperadamente um meio de sobrevivência. Essas motivações podem ser ilustradas com os seguintes relatos, respectivamente:

Sempre fui envolvido com o ramo, já trabalhei com caminhão, com tudo, mas sempre tive o sonho de ter o meu próprio negócio. Fui indo, então abri uma oficina pequena lá onde era a sede antiga do vendedor de gás, aqui na comunidade. Fiquei tocando, mas fechei para vir aqui na rua de casa, onde moro. Eu tinha uma caminhonete vermelha e acabei vendendo ela, e, pra não gastar indevidamente o dinheiro que eu fiquei recebendo em prestação, eu comprei meu maquinário. Eu já trabalhava com oficina, mas pesada, e reabri em casa. (EMPREENDEDOR L)

Devido às dificuldades em retornar ao mercado de trabalho depois de ter me tornado mãe, vi que precisava arrumar algo para ganhar dinheiro. Comecei como sacoleira. Vendia para conhecidos e de porta em porta. E, há uns 2 anos, resolvi tornar mais profissional, criando o CNPJ. No ano passado, criamos o site. Ainda muito recente, em processo de crescimento. (EMPREENDEDORA D)

Partindo do ponto de vista do empreendedor L, sua vivência com as atividades facilitou a implementação de seu negócio, mesmo que surja a necessidade de mudanças num curto período de tempo. Em contrapartida, a falta de opções e a necessidade de renda fizeram que a empreendedora D iniciasse seu empreendimento. Embora ilustrem diferentes posições de conforto, esses dois fatores se complementam com bastante frequência, com 7 entrevistados os relatando em conjunto. Logo, é visto que experiências e gostos são fortes inspirações para que pessoas desempregadas definam o ramo de seus empreendimentos. Isso pode ser ilustrado pelos relatos da empreendedora A, que inicia seu negócio a partir de sua experiência como consumidora, e do empreendedor B, que utiliza sua experiência profissional no ramo:

Fui demitida do serviço e, como nunca dependi de ninguém, faço faculdade e vários cursos, além de ser consumista, precisava de uma renda, sem precisar que meu marido dê dinheiro. Então, abri uma loja de moda íntima. [...] Comecei com a loja porque sempre fui reconhecida como a “doida das lingerie”. Quando eu era solteira, sempre tinha que ter uma lingerie nova. Então, comecei a empreender numa coisa que gosto e entendo como funciona. (EMPREENDEDORA A)

Iniciei por falta de oportunidades na profissão que cursei durante 2 anos e meio. Sempre me espelhei na empresa que trabalhava, tanto nos acertos como nos erros para não cometê-los. É assim a minha empresa está operando, no seu ritmo. (EMPREENDEDOR B)

A **autonomia** entra como a terceira motivação mais mencionada pelos entrevistados, com oito aparições. Esse fator é oriundo do desejo das pessoas em obter total controle de seu trabalho e agir de maneira independente. Como exemplo, a empreendedora T, que fez o seguinte relato:

Eu gosto de trabalhar fora. Não consigo ficar em casa sem dinheiro, dependendo do marido. Gosto de ter o meu dinheiro, ser independente.
(EMPREENDEDORA T)

A autonomia, como motivação, na maioria das respostas foi constada junto a outras que a complementam, que foram o desemprego e a identificação com o ramo. Diferentemente de suas interpretações individuais, esses fatores representam a influência das experiências negativas que esses empreendedores tiveram para levá-los a preferir trabalhar sozinhos. Como exemplo, podem ser usados os relatos dos empreendedores G e K. Enquanto a primeira não se sentia agradável no ambiente a qual estava inserida, o segundo não se adequava às relações com outros colegas, conforme é apresentado a seguir:

Nunca gostei de trabalhar em hospital. Gosto mesmo é de me dedicar a um paciente, por isso a prestação de serviços. Assim, trabalho na casa do paciente, com dedicação total. A minha ideia era justamente me dedicar a cuidar de alguém (paciente) em casa ou na clínica, mas um de cada vez, pra fazer um bom trabalho, porque tive a experiência de hospital, mas sentia que não era o que eu queria fazer, pois eram muitos para atender e às vezes ficava chateada de não conseguir dar a atenção que eles precisavam. Eu queria mais do que dar medicação e ver os sinais, precisava dar atenção a eles. E em hospital não tem como, são muitos. Chegam e saem todos os dias, não criamos vínculo com eles. Então, como prestadora de serviços, consigo me dedicar e fazer muito mais.
(EMPREENDEDORA G)

Eu tenho um grande problema em receber ordens e seguir regras. Esse é um dos motivos pelo qual trabalho assim. (EMPREENDEDOR K)

Embora o empreendedorismo de baixa renda ser influenciado por falta de alternativas profissionais, há uma parcela de pessoas que prefere abrir seu negócio dada

a oportunidade de crescimento com baixo investimento e que se adequa a sua capacidade financeira. Desta maneira, a abertura ocasionada como **opção econômica** entra como a quarta motivação mais mencionada, comparecendo em 6 respostas. Cabe salientar que foram constatados dois pontos de partida para a manifestação do motivo: a opinião de outras pessoas que já desenvolveram um modelo de negócio semelhante e a própria experiência do empreendedor com o ramo em que atua. Segue a seguir dois relatos que demonstra, respectivamente, os diferentes pontos de partida:

Começamos por meio de amigos que faziam e deram a idéia. Fazemos mini-pizza para complementar a renda e foi dando certo. As vendas foram bastante significativas e não paramos mais. (EMPREENDEDORA E)

Fui vendedor 13 anos da Massa e Biscoito Isabela, já trabalhei em 2 atacados e, por fim, na Hercosul, uma das líderes do segmento, que atendia 62 agropecuárias. Percebi que era possível abrir uma sem muito investimento. (EMPREENDEDOR J)

Como a menor motivação mencionada pelos entrevistados (4 vezes), a busca por uma **renda extra** também entra como importante fator motivacional. Através desse fator, é possível constatar duas situações que ocasiona a busca por uma segunda fonte de renda: a necessidade de complementação de uma renda não suficiente para o sustento familiar e a busca por uma fonte provisória no período que a pessoa não possua emprego formal. Para esses casos, as respostas das empreendedoras H e W ilustram como que as diferentes situações influenciam.

Quando eu tinha meus 19, 20 anos, comecei a revender lingerie pra acrescentar na minha renda porque só a renda do meu trabalho não estava dando. (EMPREENDEDORA H)

Então, tinha saído não fazia muito do serviço onde estava e resolvi comprar os equipamentos para começar a trabalhar com lanches até conseguir outro serviço fixo. A ideia, no começo, era apenas para ter uma renda extra, mas, depois, fui gostando e aprendendo muito. (EMPREENDEDORA W)

Conforme visto acima, a busca por uma renda extra é um fator que mostra como o empreendedorismo é uma forte alternativa para complementação de renda ou para

servir como uma fonte provisória. Contudo, a partir do ponto de vista da empreendedora H, é possível constatar uma situação que grande parte da população se encontra, que é a insuficiência econômica. Logo, apenas um emprego formal apenas acaba não sendo o suficiente para que um pai ou uma mãe consiga sustentar sua família e viver de uma maneira digna.

Os fatores motivacionais listados mostraram como empreendedores de baixa renda iniciaram seus negócios através da influência de sua situação empregatícia e econômica, como também de suas capacidades de captar oportunidades a serem exploradas nos segmentos em que atuam. No entanto, há um outro fator que é tão influente no desenvolvimento dos negócios que agrega outra categoria de análise, que é a **influência familiar**.

4.1.2 Influência familiar

A família é um fator de influência tão forte quanto a motivação na construção e no desenvolvimento de um negócio. Ao questionar os entrevistados sobre essa influência, eles apresentaram quatro elementos de resposta: a presença de um familiar empreendedor, um familiar participante do negócio (seja como sócio ou auxiliar), a necessidade de ficar próximos aos filhos e a influência nula.

A tabela 3 resume as respostas de cada entrevistado, sendo que alguns apresentaram mais de um elemento.

Tabela 3: Influência familiar na decisão de empreender

Cód.	Influência familiar	Cód.	Influência familiar
A	Familiar empreendedor	M	Nenhuma
B	Familiar empreendedor	N	Familiar empreendedor
C	Familiar empreendedor e proximidade dos filhos	O	Familiar empreendedor
D	Nenhuma	P	Nenhuma
E	Familiar participante	Q	Familiar participante
F	Familiar empreendedor e participante	R	Familiar empreendedor e participante

G	Nenhuma	S	Nenhuma
H	Nenhuma	T	Familiar empreendedor
I	Familiar participante e proximidade dos filhos	U	Familiar empreendedor e proximidade dos filhos
J	Familiar empreendedor e participante	V	Familiar participante
K	Nenhuma	W	Familiar empreendedor
L	Familiar empreendedor	X	Familiar participante

Fonte: Autor

A presença de um **familiar empreendedor** foi a resposta mais apresentada neste segmento. Entretanto, a intensidade da influência desse elemento apresentou uma variação conforme o relato de cada entrevistado. Em alguns, a presença era mais forte, como o caso da empreendedora C, que possuía muitos familiares com o próprio negócio, inclusive seu pai, o qual foi mais influente.

Sempre fui filha de comerciante e isso está na minha família. [...] Meu pai sempre foi do ramo do comércio. Então, sempre quis ter meu próprio negócio também. (EMPREENDEDORA C)

Alguns entrevistados tinham apenas uma referência na família, mas que foram o suficiente para inspirá-los. Como o exemplo, o empreendedor B possuía somente o avô, mas a forma que ele geria seu negócio lhe influenciou, de acordo com o seu relato:

Meu falecido avô tinha seu próprio negócio. Isso me influenciou pela sua capacidade de liderança. Ele conseguia se organizar do jeito que queria. (EMPREENDEDOR B)

Possuir um parente empreendedor pode servir tanto de inspiração quanto como oportunidade, conforme o caso da empreendedora W. Sua mãe queria desfazer de seu negócio e lhe vendeu os materiais de operação. Além disso, o local que ela operava ficou vago e, como era propriedade da família, foi possível alugar por um preço mais barato.

Como minha mãe tinha uma lancheria e já não queria mais, resolvi comprar os equipamentos dela e começar. Comecei dentro de casa, sem estrutura direito, mas persisti. Passei a investir em equipamentos e aluguei um lugar maior, onde fiquei por 2 anos. E, então, resolvemos vir pra cá, o antigo local que é propriedade da família e pagar aluguel pra eles. E até hoje estou aqui, lutando cada dia pra melhorar. (EMPREENDEDORA W)

O segundo elemento mais observado nessa categoria foi a presença do familiar como **participante do negócio**, figurando em 8 respostas. A participação consta em alguns casos como o parente sendo sócio, onde contribui em todo o desenvolvimento; e em outros como auxiliar, contribuindo apenas com atividades secundárias e esporádicas. No primeiro caso, pode ser citado a empreendedora Q, que possui a irmã como sócia e que executa atividades administrativas. No segundo, a empreendedora W também se encaixa na situação, tendo em vista que utiliza o marido e seus filhos no auxílio das atividades quando possui alta demanda. Abaixo, seguem seus relatos, respectivamente:

Tenho uma sócia, que é minha irmã. Trabalhamos juntas, ela administra o negócio enquanto eu executo os atendimentos. Às vezes ela me auxilia. (EMPREENDEDORA Q)

Quando o movimento aperta, meu marido trabalha no caixa. Às vezes ele me ajuda nas compras. Meu irmão e meu filho também me auxiliam às vezes (EMPREENDEDORA W)

A influência familiar mencionada com menos frequência foram os filhos. Mesmo que somente três entrevistados atrelaram a **proximidade com filhos** como uma necessidade, é possível verificar o grande peso que esse fator possui quando apresentamos suas respostas:

O que pesou muito, também, foi a falta de recurso para sustentar meus filhos que não tinham creche ou algum projeto onde eles poderiam ficar depois da escola. Com a falta de recursos das crianças e os horários dos comércio bem ruins para mim, após minha última gestação, resolvi parar de trabalhar e começar algo em casa onde meus horários se encaixassem com a escola dos meus filhos e tivesse mais tempo para eles. (EMPREENDEDORA C)

Eu tive que arranjar mais tempo e ficar com meu filho, porque ele é especial (autista). (EMPREENDEDORA I)

Quando pedi demissão do meu último emprego, minha namorada engravidou. Tirei um tempo para reformar minha casa antes de voltar a buscar um trabalho. Como eu queria ficar mais perto do meu filho, minha esposa me perguntou o motivo de não abrir um negócio ao invés de procurar um emprego. Foi então que tive a ideia de abrir meu salão. (EMPREENDEDOR U)

Existem dois casos peculiares que foram registrados na pesquisa, para os quais a ideia dos empreendimentos não partiu dos entrevistados, mas de seus familiares. Em determinado ponto durante o desenvolvimento, ocorreu um acontecimento que fizeram com que assumissem a administração total do negócio. Sendo assim, a empreendedora N iniciou a operar seu negócio devido ao falecimento do pai, que era o proprietário. Por outro lado, o empreendedor V tinha iniciado o empreendimento a partir da iniciativa da filha em montar seu negócio, sendo que ele executava as atividades operacionais e ela administrava.

Quando vim para cá, foi para cuidar do meu pai doente, que já tinha esse comércio. Como fiquei com ele 3 anos e meio, aprendi a venda desses materiais e, após seu falecimento, consegui continuar com o negócio. A ideia que ele tinha para iniciar foi porque ele era mestre de obra e tinha uma visão que esse lugar crescia a cada dia, sabia a falta que esse tipo de comércio fazia aqui na comunidade. (EMPREENDEDORA N)

Foi minha filha que teve a ideia inicial em abrir a lavagem de carro. Ela estava desempregada e comprou o material para trabalharmos juntos. Porém, ela conseguiu o emprego na área dela e deixou comigo o negócio. (EMPREENDEDOR V)

Embora ser um fator de influência entre a maioria dos entrevistados, uma parcela significativa afirmou que sua família não teve relevância alguma no desenvolvimento de seus negócios (com 7 respostas).

4.1.3 Dificuldades

Para a pesquisa, essa categoria de análise possui grande relevância devido ao baixo índice de sobrevivência de pequenos empreendimentos no Brasil. Logo, foram colhidas informações acerca de dois períodos distintos, em razão do impacto econômico causado pela pandemia de Covid-19. Na tabela de respostas, as dificuldades estão apresentadas no período que ocorreram com cada entrevistado, com uma coluna representando o período anterior à pandemia e a segunda o período durante. Sendo assim, primeiro foi descrito a análise do cenário de dificuldades enfrentados pelos empreendedores antes da crise, e, após, a descrição do cenário de impacto.

Tabela 4: Dificuldades encontradas antes e durante a pandemia

Cód.	Dificuldades	
	Antes da pandemia	Durante a pandemia
A	Abriu durante a pandemia	Adquirir clientes
B	Adquirir clientes	Nenhuma
C	Nenhuma	Queda de vendas
D	Adquirir clientes e investimento	Queda de vendas
E	Adquirir clientes	Nenhuma
F	Adquirir investimento e baixa rentabilidade	Suspensão de atividades
G	Nenhuma	Suspensão de atividades e problemas de logística
H	Adquirir investimento e baixa rentabilidade	Queda de vendas
I	Nenhuma	Problemas de logística
J	Nenhuma	Nenhuma
K	Nenhuma	Queda de vendas
L	Adquirir clientes	Nenhuma
M	Nenhuma	Queda de vendas
N	Baixa rentabilidade	Nenhuma
O	Adquirir investimento	Nenhuma
P	Adquirir fornecedores	Nenhuma
Q	Conhecimento administrativo	Suspensão de atividades, queda de vendas e aumento de custos
R	Baixa rentabilidade	Suspensão de atividades
S	Adquirir clientes	Queda de vendas

T	Abertura durante a pandemia	Adquirir clientes e baixa rentabilidade
U	Adquirir clientes	Suspensão de atividades e queda de vendas
V	Adquirir clientes	Queda de vendas
W	Manter funcionários	Queda de vendas
X	Adquirir clientes	Queda de vendas

Fonte: Autor

Antes da pandemia de Covid-19, a dificuldade que mais afetava o desenvolvimento de seus negócios era **adquirir clientes**, com 9 respostas dos entrevistados. No entanto, quando justificados sobre o motivo, é possível identificar três posicionamentos diferentes. O primeiro (e mais comum) é o de compreender a dificuldade e que devem persistir na venda de seus produtos e serviços. O segundo posicionamento representa uma parcela que compreende o problema e os pontos em que poderia melhorar para amenizá-lo. Contudo, o terceiro reflete um ponto de vista negativo por parte do empreendedor, onde coloca a culpa inteiramente nos clientes sobre a origem da dificuldade. Segue abaixo os relatos que exemplificam esses pontos e vista, respectivamente:

Por não ter tanta experiência no ramo, os clientes não confiavam no início pois, geralmente, os concorrentes possuem mais de 10 anos de experiência. Mas, depois de mostrar o resultado dos serviços eles passaram a confiar. (EMPREENDEDOR B)

Tem muitas coisas que peço até hoje e que poderia ajudar com as vendas se eu corresse atrás de conhecimento, como divulgação e marketing. (EMPREENDEDOR U)

Dificuldades, só com as vendas, por lidar com as pessoas muito estranhas, insensíveis e egoístas, que não têm empatia pelo seu próximo. (EMPREENDEDORA S)

A dificuldade em **adquirir investimento** para seus negócios foi outro elemento de relevância, comparando quatro vezes entre as respostas. O grande fator de influência

para a geração dessa dificuldade foi a necessidade da utilização do dinheiro de suas vendas para conseguir sustentar-se, conforme descreve a empreendedora H:

Quando revendia, não precisava investir do meu bolso, conseguindo até 30% de lucro. Minha maior dificuldade surgiu quando resolvi vender meus próprios produtos, pois precisava juntar dinheiro para comprá-los. Todo dinheiro que entrava ia nas contas e assim não sobrava para investir no que eu queria. (EMPREENDEDEDORA H)

Lidar com a **baixa rentabilidade** é outra dificuldade que teve relevância entre os entrevistados, aparecendo na mesma proporção que a anterior nas respostas. Conforme o ponto de vista dos empreendedores, a operação com a baixa margem de lucro e a inadimplência são as principais causas desse problema, conforme os exemplos a seguir:

Perdi muito com inadimplência. Achava que perderia clientes se dissesse "não". Como trabalhava com baixa margem de lucro, me afetou bastante por um longo tempo. (EMPREENDEDEDOR R)

A maioria dos meus clientes se viravam fazendo bicos, pois estavam desempregados. Logo, vendia muito "fiado" mas não recebia os pagamentos de volta. Isso dificultou um pouco minha situação (EMPREENDEDEDORA N)

Embora serem descritos de maneira individual, as duas dificuldades mencionadas anteriormente possuem uma correlação que as permitem complementar entre si. Desta forma, a baixa rentabilidade pode ser considerada como uma origem da dificuldade para aquisição de investimento, conforme visto no relato a seguir:

Não tinha lucro algum com os atendimentos a domicílio, pois os clientes não respeitavam os agendamentos e não me atendiam no horário combinado. Logo, tinha muitos clientes que eu queria agendar mas não conseguia, o que me fez perder muito tempo e dinheiro. Não conseguia comprar nem mesmo os materiais que faltava. (EMPREENDEDEDORA F)

A **aquisição de fornecedores** foi outro elemento citado nessa categoria, mas por apenas um empreendedor. De acordo com sua resposta, a baixa qualidade dos produtos fornecidos impactou sua confiança, conforme o seu relato:

Minha maior dificuldade era encontrar fornecedores sérios e com produtos de qualidade. Demorei muito para encontrar. (EMPREENDEDORA P)

Outro elemento citado por um entrevistado, apenas, foi a dificuldade em **manter funcionários**, conforme a resposta da empreendedora W. De acordo com seu ponto de vista, mesmo que não conseguindo mantê-los, não via problema em trabalhar sozinha, pois conseguia a ajuda de seus familiares quando o movimento de clientes aumentava. Ela não quis comentar sobre o motivo dos funcionários não permanecerem por muito tempo em seu negócio.

O último elemento citado unicamente foi a dificuldade ocasionada pelo pouco **conhecimento administrativo** para gestão dos recursos materiais e financeiros no início do empreendimento, citado pela empreendedora Q. Conforme a evolução do negócio junto a sua irmã, ela foi atenuando esse problema.

Ainda no cenário anterior à pandemia, cabe ressaltar a grande parcela de entrevistados que alegou possuir nenhuma dificuldade. Esse resultado pode ser justificado pela piora da situação de seus empreendimentos durante a crise, criando uma falsa sensação de positividade quanto ao cenário anterior. No entanto, isso é apenas uma suposição, dada a falta de dados necessários para validação.

Passando o foco da análise para o cenário modificado pela pandemia, o panorama das dificuldades mais presentes continua mais relacionado ao panorama financeiro. Logo, a que mais foi mencionada foi a **queda de vendas** em relação ao movimento anterior à pandemia. Sendo assim, 12 empreendedores apresentaram esse elemento como dificuldade, porém, com diferentes pontos de origem. O primeiro ponto constatado foi a queda do poder aquisitivo dos clientes, como caso das empreendedoras C e H:

A pandemia impactou nas vendas, pois muitas clientes antigas ficaram desempregadas e isso me prejudicou muito. (EMPREENDEDORA C)

No começo da pandemia foi bem ruim, as pessoas não queriam gastar com nada que não fosse essencial para elas, ainda mais que não se sabe se continuarão com seus empregos. Então, minhas vendas caíram muito. (EMPREENDEDORA H)

Outro ponto de origem ao problema, conforme a visão dos entrevistados, é a mudança de hábitos na população, como a permanência da maioria das pessoas em sua residência trabalhando via remoto e a utilização de máscara nas ruas:

Pessoas não tinham motivo para sair às ruas. Não saindo, não tinham motivo para lavar seus carros. (EMPREENDEDOR V)

Durante a pandemia as vendas caíram drasticamente. Como exemplo, vendemos maquiagem e acessórios, mas, muitas pessoas já não usam batom, base e brincos por causa da máscara. (EMPREENDEDORA X)

O segundo elemento com maior frequência entre as respostas foi a **suspensão de atividades**, aparecendo 5 vezes. Em Porto Alegre, a suspensão de serviços não essenciais ocorreu devido a um decreto municipal e isso afetou muitos empreendedores desprevenidos.

Houve muita imprevisibilidade. De um dia para o outro, tivemos de fechar. Se soubesse com antecedência, teria me preparado melhor. (EMPREENDEDOR R)

Entretanto, mesmo após o fim do decreto, alguns empreendedores preferiram ficar um período a mais sem operar devido o receio em contrair a Covid-19.

Foi bem difícil, também, muito mais do que eu pudesse imaginar. Mas não pelo fato de não haver clientes, mas pelo fato de que eu teria que, naquele momento, me preocupar muito mais em manter fechado. Apesar do meu marido ter carteira assinada, trabalho fixo (porteiro), nós ficamos parados por mais um tempo. Precisávamos entender a gravidade da situação. No início, entrei em paranoia, não queria expor minha família à doença. Minha filha tem asma, ela já de idade com 6 anos. E eu com as clientes, pois elas também são prioridades, assim como nós. (EMPREENDEDORA F)

Ainda sobre os entrevistados que sofreram com a suspensão das atividades, tinha um que podia operar, mas que teve um familiar que contraiu Covid-19. Sendo assim, também teve de manter-se em casa.

No início da pandemia já fiquei em isolamento em casa. Meu filho contraiu o Covid19 bem no início da pandemia, final de março. (EMPREENDEDORA G)

A situação de que poucos entrevistados mencionarem a dificuldade anterior pode parecer um ponto contraditório, pois nem todos operam com atividades essenciais. Contudo, vale ressaltar que, por serem localizados em regiões periféricas de Porto Alegre, não encontram a presença da fiscalização com alta frequência, permitindo-os, de forma indevida e temerária, a manter seus empreendimentos abertos. Além disso, aqueles que já operam com opções online não foram afetados pelo decreto.

Pelo meu negócio ser online, acho que não foi tão ruim. Muitas pessoas se voltaram para opções online durante este período. E isso ajudou um pouco, eu acho. (EMPREENDEDORA D)

Os problemas com **logística** foram registrados em duas respostas, os quais são relacionados com deslocamento tanto de mercadorias entre fornecedores até o empreendimento, quanto de empreendedores até o local da prestação de serviço.

A principal dificuldade foi lidar com meus fornecedores e clientes, porque os produtos não teriam como chegar há tempo das entregas e os clientes de receber sua encomenda. (EMPREENDEDORA I)

O que acabou dificultando, também, foi o deslocamento até meus locais de trabalho. Muitas linhas de ônibus foram tiradas ou tiveram seus horários alterados. (EMPREENDEDORA G)

Dificuldade em **adquirir clientes** foi registrado duas vezes durante essa fase, embora seja um problema com maior presença na fase anterior à pandemia. Isso ocorreu porque dois entrevistados começaram suas atividades durante a crise. Além disso, um desses empreendedores enfrenta a **baixa rentabilidade** como uma dificuldade complementar.

Eu reabri logo no início da pandemia. E até agora está indo devagar. Estou demorando a ter o retorno do meu investimento. (EMPREENDEDORA T)

Dentre todos os entrevistados, um apresenta uma situação distinta dada a acumulação das dificuldades que enfrenta durante a crise. Além de lidar com a suspensão das atividades e a queda das vendas quando retornou, há o **aumento de custos** gerado pela compra dos materiais de higienização e acúmulo de outros gastos.

Durante a pandemia, enfrentei todas as dificuldades que possa imaginar: portas fechadas, falta de clientes, aluguel vencendo, dinheiro não entrava, contas vencendo, fornecedores cobrando... Quando podemos voltar a atender, tivemos gastos excessivos com material de higienização e EPI's. (EMPREENDEDORA Q)

Dentre todas as dificuldades apresentadas, uma parcela de entrevistados alegou não ter enfrentado **nenhuma** dificuldade durante a crise de Covid-19. Alguns comentaram que suas vendas chegaram a aumentar durante a crise.

Não tivemos dificuldades. Estamos vendendo muito durante a pandemia. Tínhamos medo que parasse tudo. Seria uma dificuldade, porque é o que está ajudando completar o salário reduzido. (EMPREENDEDORA E)

Por incrível que pareça, foi após a pandemia que decolou de verdade. Não tive dificuldades, somente oportunidades. As pessoas, em casa devido ao isolamento social, conseguiram mais tempo pra tomar chimarrão e, conseqüentemente, começaram a comprar mais produtos e acessórios novos. Muitas pessoas acabaram encontrando um hobby ao decorar o chimarrão, ocupando a cabeça em meio a tantas notícias ruins. Logo, a venda de enfeites e itens de decoração subiu bastante, assim como a de erva mate. (EMPREENDEDORA P)

Na análise das dificuldades foi constatado uma inclinação das respostas atreladas a questões financeiras e que grande parte dos entrevistados alegou não possuir nenhum problema durante a crise. Sendo assim, a seguir serão apresentadas as soluções que eles utilizaram para melhorar a expectativa de sobrevivência de seus empreendimentos durante a crise.

4.1.4 Soluções encontradas para solução dos problemas

Em relação às dificuldades, as respostas dos entrevistados possuíam similaridade entre si, havendo poucas com pontuação de um elemento distinto. Entretanto, através das soluções utilizadas para a sobrevivência de seus empreendimentos durante a crise, surge uma maior distinção entre suas ideias, conforme apresentado na tabela abaixo:

Tabela 5: Soluções encontradas pelos entrevistados

Cód.	Soluções	Cód.	Soluções
A	Promoções	M	Promoções
B	Reserva financeira e métodos preventivos contra a transmissão de Covid-19	N	Aumento de publicidade e da carga horária de operação
C	Promoções	O	Investimento em ferramentas operacionais
D	Promoções	P	Nenhuma
E	Nenhuma	Q	Contensão de gastos
F	Métodos preventivos contra transmissão de Covid-19	R	Operação digital, aumento de publicidade e contensão de gastos
G	Métodos alternativos para deslocamento	S	Contensão de gastos
H	Promoções e aumento de publicidade	T	Adesão de produtos
I	Contensão de gastos	U	Contensão de gastos
J	Reserva financeira para emergência	V	Nenhuma
K	Parceria com outros empreendedores do ramo	W	Métodos preventivos contra Covid-19 e aumento de publicidade
L	Aumento da carga horária de operação	X	Promoções, aumento de publicidade e adesão de produtos

Fonte: Autor

De acordo com as respostas, a solução mais utilizada foi a adesão de **promoções**, com seis menções nas entrevistas. Seu objetivo foi único: aumentar as vendas. As ações utilizadas, na prática, foram a diminuição de preços, fornecimento de métodos alternativos de pagamento e o fornecimento de brindes, conforme a seguir:

Para solucionar meu problema, tive de ofertar promoções e brindes nas vendas. (EMPREENDEDORA A)

Fiquei bastante pressionada, pois precisava fazer dinheiro. Busquei fazer promoções, dar alguns descontos, este tipo de coisa. (EMPREENDEDORA D)

A segunda solução mais utilizada foi a **contensão de gastos**, mencionada 5 vezes. Diferente da anterior, a solução possui diferentes dificuldades como origem. Mesmo assim, o objetivo pretendido pode se resumir na diminuição de custos de acordo com a operação de cada negócio.

Um das alternativas foi comprar menos, somente o suficiente dos pedidos. (EMPREENDEDORA I)

Então, o que eu conseguia fazer de dinheiro com os atendimentos fui parcelando dívidas e pagando por semana. (EMPREENDEDORA Q)

A principal dificuldade é que meu negócio é situado dentro de uma galeria. Em muitos momentos o poderia abrir, mas a galeria não. Na verdade, eu consegui “congelar” o salão e fazer outras atividades até o meu retorno poucas semanas atrás. A dona me cobrou 40% do aluguel, mas a água e a luz tive de pagar. (EMPREENDEDOR U)

O **aumento de publicidade** também constatado em cinco respostas, contudo, sempre complementando outra solução. As redes sociais foram uma alternativa utilizada por todos, como a empreendedora H, que usou para apresentar suas promoções:

Minhas alternativas foram divulgar minhas vendas nas redes sociais, colocar promoções para chamar atenção das pessoas peguei uma maquininha de cartão para opção de parcelar as compras. (EMPREENDEDORA H)

Durante a pandemia, havia uma grande preocupação com a velocidade de contágio entre a população. Logo, a exploração dos **métodos preventivos contra a Covid-19** foi uma opção para agregar valor ao empreendimento, como sugere as 3 respostas nas entrevistas.

Meus principais clientes (condomínios), exigiam algumas regras para a prevenção contra o coronavírus. Logo, resolvemos explorar isso para melhorar nossa imagem com todos os clientes. (EMPREENDEDOR B)

Quando voltei, concluí que eu deveria ter muito mais cuidado com todos da família. Com as clientes, teria que me organizar ainda mais, e principalmente manter um cuidado redobrado, mas aprendi a ter mais sabedoria, consciência e muitos outros cuidados que eu negligenciava. (EMPREENDEDORA F)

Quando começou a pandemia, as pessoas ficaram assustadas, mas, depois, elas queriam comer. Foi difícil fazer com que entendam a importância da máscara dos motoboys e o distanciamento quando entram pra retirada (e nós também, quando vamos comprar os insumos). (EMPREENDEDORA W)

A **reserva financeira para emergência** apareceu como soluções para dois entrevistados. Um fator relevante foi que essa medida foi uma ação preventiva, em razão de não serem impactados pela crise, mas preferirem agir de maneira segura diante a instabilidade econômica:

Como eu estava com a agenda lotada, não fui impactado pela pandemia. [...] Pra evitar imprevistos, me programei financeiramente. (EMPREENDEDOR B)

Para prevenções sobre imprevistos que a pandemia poderia trazer, operei “com os pés no chão”, não me aventurei em fazer o que não podia pagar. Sempre deixei uma reserva caso não vendesse o que comprei. Ainda mantenho a mesma atitude. (EMPREENDEDOR J)

O **aumento da carga horária de operação** foi outra solução que apareceu em duas respostas e que também foram ações preventivas. Porém, um dos empreendedores a utilizou em conjunto com o aumento de publicidade, de acordo com os relatos:

No começo da pandemia, aumentei meu horário normal, porque não sabia o que iria acontecer. Abria às 7 horas da manhã e trabalhava até às 10 horas da noite. Mas, hoje, graças a Deus, como tá melhor, eu fecho mais cedo e abro pouquinho mais tarde. (EMPREENDEDOR L)

Pra ajudar durante a pandemia, utilizei as redes sociais para divulgar meu negócio e fiz um horário mais estendido. (EMPREENDEDORA N)

A **adesão de produtos** foi a última solução que possui duas menções. Sua utilização visou solucionar o problema de vendas, primordial para manter a sobrevivência do empreendimento. Contudo, sua implementação ocorreu de diferentes maneiras, de acordo com os entrevistados. Enquanto, no primeiro caso, a medida foi tomada como única alternativa, no segundo, foi utilizada em conjunto a outras, como a realização de promoções e aumento de publicidade

Com o baixo fluxo de clientes, tive de aumentar a variedade de produtos feitos para, aos poucos, conquistar a clientela. (EMPREENDEDORA T)

Primeiro, fiz promoções, usei redes sociais pra divulgar para amigos e conhecidos; depois, também começamos a confeccionar e vender máscaras de tecido. (EMPREENDEDORA X)

Iniciando a análise das soluções mencionadas por um único entrevistado, primeiramente, encontramos **métodos alternativos para deslocamento, a busca por parcerias e o investimento em ferramentas operacionais**. O primeiro método buscou sanar a dificuldade da empreendedora G em deslocar-se aos locais em que presta serviço. Já o segundo, visou tratar o problema da queda de vendas que o empreendedor K. Entretanto, no terceiro caso, a ação foi originada pelo aumento das vendas durante a pandemia, permitindo a empreendedora O investir em ferramentas.

O que ajuda muito é que as vezes meu filho pode me levar, facilita e não me arrisco tanto nos ônibus. Quando os utilizo, faço de maneira planejada, saindo de casa num horário mais cedo para evitar atrasos. (EMPREENDEDORA G)

Busquei novas alianças no mercado, como imobiliárias e outros pequenos empreendedores. (EMPREENDEDOR K)

Como meu negócio impulsionou com a pandemia, consegui pagar algumas contas que tinha, comprei uma máquina melhor e, assim, produzo mais e com maior qualidade. (EMPREENDEDORA O)

Outra solução que também foi mencionada apenas uma vez foi a adoção da **operação digital**, utilizada pelo empreendedor R, embora em conjunto com outras duas (aumento de publicidade e contenção de gastos).

Com o decreto restringindo a atividade comercial, a solução foi trabalhar com as portas fechadas, pelo Whatsapp, divulgando, fazendo entregas, renegociar aluguel, cortar custos em casa... (EMPREENDEDOR R)

Durante a pandemia, sem distinguir sobre a situação dos empreendedores, uma atitude normal seria tomar medidas de solução ou prevenção contra problemas. Contudo, três entrevistados relataram não ter tomado nenhuma atitude. Deles, dois justificaram a inação por não encontrar necessidade, pois estavam com as vendas em alta, enquanto o terceiro alegou o sentimento de incapacidade dada a restrição das atividades comerciais dos clientes.

Como estava com as vendas em alta, não tomei nenhuma ação, embora tenha em mente o que fazer contra imprevistos. (EMPREENDEDORA E)

Não tomei medidas para prevenção sobre eventuais dificuldades. Na verdade, isso me pegou de surpresa. Logo no começo, as vendas começaram a aumentar. (EMPREENDEDORA P)

Não fiz nada. Não tinha o que fazer. Com muitos clientes trabalhando via remoto, não tinham motivo para sair às ruas de carro. (EMPREENDEDOR V).

Conforme visto até aqui, os entrevistados utilizaram diversas soluções para adaptar seus empreendimentos às dificuldades. Mesmo que alguns não tenham tomado atitude alguma, as consequências surgirão com o tempo, pois o seu negócio continua em operação.

4.1.5 Resultados

Os entrevistados apontaram quais atitudes tomaram para solucionar suas dificuldades ou para preveni-las. Em seguida, eles relataram o impacto lhes causaram, ocasionando 3 resultados diferentes, de acordo com a tabela a seguir:

Tabela 6: Resultados obtidos com as soluções

Cód.	Resultados	Cód.	Resultados	Cód.	Resultados
A	Estabilidade	I	Queda de rentabilidade	Q	Estabilidade
B	Estabilidade	J	Estabilidade	R	Estabilidade
C	Aumento de vendas	K	Estabilidade	S	Estabilidade
D	Estabilidade	L	Aumento de vendas	T	Estabilidade
E	Estabilidade	M	Estabilidade	U	Estabilidade
F	Estabilidade	N	Estabilidade	V	Estabilidade
G	Estabilidade	O	Aumento de vendas	W	Aumento de vendas
H	Estabilidade	P	Aumento de vendas	X	Estabilidade

Fonte: Autor

O resultado apresentado com maior frequência, de acordo com a visão dos entrevistados, foi a **estabilidade** de seus negócios, com 18 respostas. Isso significa que suas atitudes corresponderam conforme suas expectativas, atendendo o objetivo de manter suas atividades operacionais:

Quanto aos resultados, quando decidi voltar, sabia que haveria menos movimento, mas nada que prejudicasse tanto quanto o tempo que fiquei parada nos atendimentos. (EMPREENDEDORA F)

Com minhas atitudes perdi um pouco do meu lucro, mas consegui manter minhas vendas ativas. (EMPREENDEDORA H)

Os resultados ainda estão sendo esperados, pois isso ainda não acabou. Mas até aqui, posso dizer que deu certo. (EMPREENDEDORA D)

Diante todo impacto negativo trazido pela crise da pandemia, alguns empreendedores conseguiram obter um **aumento de vendas**. Desta forma, 5 entrevistados apresentaram esse resultado. No entanto, um deles foi originado somente

pelo aumento da demanda de seus produtos, não sendo necessário uma atitude adicional, de acordo com a empreendedora P:

Mesmo não ter tomado ações, minhas vendas aumentaram na pandemia, mantendo-se em alta até o presente momento. (EMPREENDEDORA P)

Um dos entrevistados apresentou uma **queda de rentabilidade** em seu empreendimento. Com o resultado ameaçando suas atividades, a empreendedora I não compreendeu a origem da atual situação, que foi a diminuição de compras dos fornecedores para atender um pedido menor. Logo, sua renda diminuiu junto de sua capacidade de vendas.

Conforme as respostas apresentadas pelos entrevistados até então, há uma noção sobre a situação de cada um durante a crise de Covid-19 em Porto Alegre. Porém, outras categorias possuem relevância para ilustrar suas visões quanto aos fatores externos que influenciam seus negócios, as quais serão apresentadas a seguir.

4.1.6 Ações do Governo

Esta categoria representa a visão que os entrevistados possuem sobre a influência que ações do Governo exerceram durante o desenvolvimento de seus negócios e quais eles enxergam como necessárias para auxiliar sua categoria empreendedora. Logo, tivemos o seguinte quadro de respostas:

Tabela 7: Ações do Governo utilizadas ou desejadas pelos entrevistados

Cód.	Ações utilizadas	Ações desejadas
A	Nenhuma	Liberação total das atividades comerciais
B	Nenhuma	Diminuição de burocracia em processos e de impostos
C	Nenhuma	Diminuição de impostos
D	MEI e Auxílio emergencial	Diminuição de burocracia em processos e de impostos; aumento de incentivos ao surgimento de microempreendedores
E	Facilidade na abertura de seu negócio	Facilitação de empréstimos e diminuição de impostos

F	Nenhuma	Aumento de incentivo ao surgimento de microempreendedores
G	MEI	Auxílio financeiro e fornecimento de plano de saúde
H	Nenhuma	Facilitação de empréstimos
I	MEI	Facilitação de empréstimos
J	MEI	Aumento de limite de renda do MEI
K	Nenhuma	Facilitação de empréstimos
L	Nenhuma	Diminuição de impostos
M	Auxílio emergencial	Nenhuma
N	Auxílio Emergencial	Facilitação de empréstimos
O	Auxílio emergencial	Facilitação de empréstimos
P	Nenhuma	Diminuição de impostos e facilitação de empréstimos
Q	MEI, Auxílio Emergencial e curso do CRAS	Diminuição de burocracia em processos e de impostos; aumento de incentivos ao surgimento de microempreendedores.
R	Nenhuma	Aumento de incentivos ao surgimento de microempreendedores e diminuição de burocracia em processos.
S	Nenhuma	Nenhuma
T	Nenhuma	Auxílio financeiro
U	Auxílio emergencial	Nenhuma
V	Nenhuma	Nenhuma
W	Nenhuma	Facilitação de empréstimos e diminuição de burocracia em processos
X	Nenhuma	Facilitação de empréstimos

Fonte: Autor

De acordo com a tabela 7, a ação do Governo mais utilizada foi o **Auxílio Emergencial**, com seis menções. No entanto, a resposta que melhor representa sua importância foi a da empreendedora N, que foi beneficiada indiretamente, de acordo com seu relato:

A maioria dos meus clientes trabalha fazendo bicos, porque o desemprego afeta muito. É que, assim, com a pandemia, o meu tipo de negócio teve um aumento no movimento e antes estava mais devagar. Por quê? Ao certo, não sei. Antes da pandemia, tinha muita gente sem emprego devido a essa crise. Mas, com a ajuda do governo (auxílio), eu recebi pagamentos de

dívidas antigas porque os clientes receberam esse dinheiro.
(EMPREENDEDORA N)

A segunda ação mais mencionada foi o **MEI**, comparecendo em 5 respostas. Entre elas, uma consegue ilustrar a significância de seus benefícios:

Sendo MEI, consigo manter meu negócio formal sem muitos descontos. Pago poucos impostos, garanto minha aposentadoria e posso me sentir segura quanto a acidentes de trabalho. (EMPREENDEDORA G)

Dentre as respostas, duas ações apareceram apenas uma vez: **curso do CRAS** e **facilidade em abrir o próprio negócio**. Enquanto o primeiro segue numa ação direta de um órgão social, o segundo é um benefício indireto de nossas leis que permitem as pessoas desempregadas a obterem meios alternativos de renda, como serviços autônomos e empreendimentos informais. Sendo assim, a empreendedora Q utilizou o curso gratuito para qualificar-se como profissional do ramo de seu empreendimento. Enquanto isso, a empreendedora E aproveitou a facilidade mencionada para montar seu negócio.

Na primeira parte da análise categoria, poucos entrevistados conseguiram apresentar uma resposta de maneira mais profunda. Além disso, em alguns casos, a ação não foi mencionada na sua pergunta específica, mas sendo percebida inclusa na resposta de outras. Isso pode ter ocorrido devido à delicada situação social que a crise de Covid-19 trouxe e que os fazem enxergar o Governo de maneira intolerante. Logo, a resposta que apareceu com maior frequência foi a que **nenhuma** ação foi utilizada durante o desenvolvimento do negócio. Em alguns relatos, há até conhecimento da existência dessas ações, mas que não obtiveram acesso, como a empreendedora F:

Houve um tempo em que tive a possibilidade, na época era o Pró-Jovem, porém foi insuficiente, não tinha a opção de, ou nada do tipo que ensinasse a como montar uma empresa. Além disso há as oportunidades dadas pelas ONGs e escolas técnicas, ou órgãos como Sebrae, Senai, Senac, mas que muitas pessoas de baixa renda, como eu, não possuem acesso.
(EMPREENDEDORA F)

Ao contrário da primeira parte, quando questionados sobre as ações do Governo que eles enxergam como necessárias, os entrevistados sentiram-se mais abertos para responder. Logo, isso refletiu na variabilidade de respostas apresentadas, contendo 9 elementos distintos. O mais presente foi a facilitação de empréstimos, aparecendo 9 respostas. Tal ação é desejada pois incentivaria o surgimento de mais microempreendedores através do fornecimento de um suporte de crédito durante a fase inicial, pelo menos, com uma taxa de juros menor:

Oportunidade de empréstimo para pessoas que querem abrir seu próprio negócio. Diminuir os juros, tanto de cartão como dos empréstimos - isso pra quem consegue fazer um - porque são muito altos. (EMPREENDEDORA H)

Seria bom se tivéssemos um tipo de apoio ao microempreendedor, como a possibilidade de empréstimos com pequenos juros, pelo menos até o empreendedor se estabilizar (EMPREENDEDORA I)

A **diminuição de impostos** foi a segunda ação mais desejada pelos entrevistados, com 7 menções. Isso ocorre devido à grande incidência que os impostos possuem em todos os custos nos empreendimentos, refletindo no preço final de seus produtos e serviços. No final, o empreendedor acaba ofertando um preço acima do que seus clientes podem pagar ou um que fornece baixa lucratividade. Para esse elemento, não há um comentário de maior profundidade, com exceção do desabafo do empreendedor B:

O negócio já é pequeno e ainda temos que pagar altas taxas de impostos. Isso é muito injusto. (EMPREENDEDOR B)

A **diminuição da burocracia em processos** é a terceira ação mais mencionada, aparecendo 4 vezes nas respostas. Sua aparição possui forte representatividade devido à baixa proporção de empreendimentos formais em relação ao total dos entrevistados. Logo, o excesso de processos e requisições para que os empreendedores consigam suas solicitações quanto a documentos e outras necessidades formais, pode até ser uma das causas disso, conforme os relatos abaixo:

Qualquer negócio, principalmente aqui em Porto Alegre, a burocracia é gigante! É um sacrifício retirar alvará e outros documentos essenciais quando precisamos. (EMPREENDEDORA D)

Também é muito difícil encerrar um CNPJ, alguns potenciais empreendedores se sentem intimidados por isso. (EMPREENDEDOR R)

Outra ação do Governo que também comparece em 4 menções foi o **aumento de incentivos ao surgimento de microempreendedores**. O incentivo, em si, condiz à iniciativa, por parte do Governo, através de programas focados no desenvolvimento da classe. Os relatos que melhor representam esse elemento foram os das empreendedoras D e F, conforme a seguir:

[...] eventos gratuitos que incentivem o pequeno comércio, cursos, etc, poderiam ser medidas para o incentivo a pequenos negócios como o meu. (EMPREENDEDORA D)

Na verdade, nem conto mais com nosso governo. Mas, talvez ações que envolvessem comunidades carentes, como reciclagem de lixo, cursos profissionalizantes, na sua grande maioria para autônomos em geral (artesãos, marcenaria, pintura, pedreiros, cuidadores, área da beleza em geral, petshops, balconistas, secretariado, administrativos e para empresários iniciantes), pois todos esses cursos, na maioria, são pagos. Possibilidades que nos favoreça e não nos desmereça. (EMPREENDEDORA F).

O **auxílio financeiro** foi uma ação mencionada por dois entrevistados de maneira genérica, porém, com justificativas diferentes. Enquanto a empreendedora G enfoca a necessidade do auxílio a empreendedores de sua classe, que dependem de transporte público, a empreendedora T apenas sugere o auxílio de maneira genérica, como uma bolsa-auxílio, por exemplo.

A **liberação total das atividades comerciais**, o **fornecimento de um plano de saúde** e o **aumento do limite de renda do MEI** foram elementos mencionados apenas uma vez. Além disso, os entrevistados não apresentaram algum comentário sobre como essas ações auxiliariam sua classe.

Quatro dos entrevistados não esperam **nenhuma** ação do Governo. Dois deles alegam estar focados demais nos problemas que estão enfrentando para refletir sobre isso, enquanto os outros alegaram não saber opinar. Embora menor que a quantidade de entrevistados que não utilizam algum auxílio, esse dado pode ser um ponto de partida para a reflexão sobre o sentimento de desamparo dos empreendedores de baixa renda, o qual ocasiona a perda de expectativas.

4.1.7 Projeções sobre o futuro

Essa categoria possui uma ênfase mais subjetiva em relação às anteriores, pois apresenta a visão que os entrevistados possuem sobre o futuro de seus empreendimentos e da sociedade. Desta forma, suas projeções foram sintetizadas na tabela 8.

Tabela 8: Projeções sobre o empreendedorismo e a sociedade pós pandemia

Cód.	Projeção
A	Sem perspectivas
B	Manutenção dos métodos preventivos contra Covid-19 e evolução de seu empreendimento
C	Melhora da economia
D	Popularização do <i>e-commerce</i> .
E	Evolução do seu empreendimento
F	Melhora da economia
G	Sem imprevistos prejudiciais para sua saúde e de seus colegas do ramo.
H	Mais oportunidades para microempreendedores e evolução de seu empreendimento
I	Manter o funcionamento de seu empreendimento
J	Melhora da economia
K	Melhora da economia
L	Mudanças na Política
M	Conscientização social e melhora da economia
N	Sair da informalidade, através da procura por auxílio de órgãos públicos.
O	Evolução de seu empreendimento

P	Sem perspectivas
Q	Sem perspectivas
R	Popularização do <i>e-commerce</i> .
S	Sem perspectivas
T	Melhora da economia
U	Manter o funcionamento de seu empreendimento
V	Manter o funcionamento de seu empreendimento
W	Evolução de seu empreendimento
X	Manter o funcionamento de seu empreendimento.

Fonte: Autor

Mesmo que as projeções possuem caráter subjetivo, também foi possível localizar elementos em comum entre as respostas. Logo, a projeção mais mencionada pelos entrevistados foi a espera de uma **melhora na economia**, encontrada em sete respostas. Essa melhora refere-se à capacidade econômica da sociedade em geral, tanto a classe empreendedora quanto as demais. Sendo assim, segue abaixo duas formas dessa projeção. Na primeira, o entrevistado entende a relação de dependência por uma boa condição econômica dos clientes e, na segunda, é apresentada mais como um desejo por um bem-estar social.

Eu espero que todos consigam um emprego, pois nós, empreendedores, dependemos dos clientes. (EMPREENDEDORA C)

Espero que, após toda essa crise, consigamos ter uma retomada melhor, com mais possibilidades e condições de vida melhor [...] (EMPREENDEDORA F)

O segundo elemento mais localizado entre as projeções dos entrevistados foi a **evolução dos seus empreendimentos**, constatado em cinco respostas. Entretanto, dois pontos interessantes podem ser observados no contexto que culminou nessa perspectiva: o primeiro, onde três empreendedores não encontraram dificuldades durante a pandemia; o segundo, que dois que encontraram dificuldades possuem diferentes resultados sobre as ações tomadas. Segue abaixo, respectivamente, os relatos que refletem esses pontos:

[...] E espero ser chamado para mais reformas, pois estão aumentando cada vez mais o número de agendamentos. (EMPREENDEDOR B)

Espero [...] aumentar minhas vendas com a reabertura comercial e evoluir meu negócio. (EMPREENDEDORA H)

Ainda não tive muito impacto da crise pois, mesmo com tudo, tivemos até um aumento nas vendas. Espero que fique assim pra melhor e que todos possamos crescer. (EMPREENDEDORA W)

Assim como o elemento anterior, o terceiro mais constatado também é relacionado a situação particular do empreendimento do entrevistado, mas somente pensando em **manter seu funcionamento**. Com quatro respostas, o destaque desse elemento é a consciência presente nos relatos, sobre a necessidade de adaptação às situações

Mudanças, de começo, vai ser complicado, mas vou persistir e trabalhar com outros meios para ter mais uma renda, para obter continuar o meu objetivo que é manter meu próprio negócio. (EMPREENDEDORA I)

Acredito que a chave é se reinventar, achar sempre novas formas para se adaptar ao “novo normal”. (EMPREENDEDORA X)

O último elemento com mais de uma menção entre as projeções foi a **popularização do e-commerce**, comparecendo em duas respostas. A principal base dessa projeção é a compreensão sobre as mudanças tecnológicas nas vendas e o quanto isso é importante para que pequenos empreendimentos se destaquem em seus mercados.

Espero que a opção online permaneça mais forte, como esteve até agora durante a pandemia. (EMPREENDEDORA D)

Acho que as ferramentas de e-commerce gradualmente deixarão de ser um “quebra-galho” e se tornarão fundamentais para o sucesso de pequenos empreendimentos como o meu. (EMPREENDEDOR R)

Mencionada apenas pelo empreendedor B, a **manutenção dos métodos preventivos contra a Covid-19**, onde teve sucesso destacando sua utilização para atrair clientes. Outro elemento com a mesma relação ao coronavírus foi o projetado pela empreendedora G, a qual apenas espera **não ter imprevistos prejudiciais a sua saúde e aos colegas do ramo**, também relatado maneira direta.

Outro elemento mencionado por apenas um entrevistado foi a **espera por oportunidades para microempreendedores**, incluso na projeção da empreendedora H. Mesmo sendo a única, apresenta um forte desejo em seu relato:

Espero que os microempreendedores conquistem mais oportunidades de negócio, com a sociedade reconhecendo sua importância [...]
(EMPREENDEDEDORA H)

Ainda há outros elementos mencionados apenas uma vez nas projeções, mas que são apresentados de maneira simples, sem profundidade: o empreendedor L espera **mudanças na política** em benefício aos microempreendedores, a empreendedora M ainda inclui a **conscientização social** com o aumento da empatia entre as pessoas e a empreendedora N pretende **sair da informalidade** e procurar um órgão público que lhe forneça suporte.

Em meio aos entrevistados, há uma parte que não há possui perspectivas sobre projeções. Isso pode ser relacionado à instabilidade econômica ocasionada pela crise, mas também pela falta de conhecimento sobre como a sociedade se reestrutura, como afirma a empreendedora A:

Não espero nada de mudanças. [...] Essa parte da "crise" sou meio leiga em comentar. Logo, não acho que consigo pensar sobre o futuro.
(EMPREENDEDEDORA A)

O empreendedorismo é praticado de diferentes maneiras na parcela da sociedade que sobrevive com baixa renda. Conforme as categorias abordadas para representação da visão dos entrevistados, foi possível apontar diferentes padrões de comportamento, desde a motivação para o início do negócio, a reação diante o impacto trazido pela

pandemia até suas projeções sobre o futuro pós-crise. Entretanto, um ponto em comum entre a maioria foi que, pelo menos, garantiram sua sobrevivência diante as dificuldades que surgiram. Mesmo assim, existem pontos que eles mesmos não conseguem identificar em seus comportamentos e que o conteúdo teórico deste estudo explica, conforme apresentado na próxima seção.

4.2 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os dados apresentaram a visão que o empreendedor de baixa renda possui sobre seu negócio e o seu comportamento durante a pandemia do coronavírus. Porém, ao comparar os dados com a literatura, foi possível apontar um outro ponto de vista sobre o empreendedorismo de baixa renda. Logo, neste capítulo, o conteúdo das entrevistas foi adequada para a identificação da origem dos empreendedores, a maneira como desenvolveram seus negócios em relação o processo de empreender e a sua situação com o contexto social de onde vive.

4.2.1 Adequação da origem dos empreendedores

Para compreensão do empreendedorismo, outro aspecto fundamental, segundo o GEM (2018), é necessário relacionar as motivações que levam as pessoas a buscar essa atividade com fins lucrativos. Contudo, podem ser adequadas em duas categorias: empreender por necessidade ou por oportunidade. Como visto no capítulo anterior, diferentes motivações foram constatadas nos relatos dos entrevistados. Sendo assim, abaixo foi elaborada uma tabela contendo a caracterização da origem dos entrevistados conforme sua motivação:

Tabela 9: Adequação da origem empreendedora dos entrevistados

Cód.	Origem	Cód.	Origem	Cód.	Origem	Cód.	Origem
A	Oportunidade	G	Oportunidade	M	Oportunidade	S	Necessidade
B	Necessidade	H	Necessidade	N	Necessidade	T	Necessidade

C	Necessidade	I	Necessidade	O	Necessidade	U	Necessidade
D	Necessidade	J	Oportunidade	P	Necessidade	V	Necessidade
E	Oportunidade	K	Necessidade	Q	Necessidade	W	Oportunidade
F	Necessidade	L	Necessidade	R	Necessidade	X	Oportunidade

Fonte: Autor

A origem mais presente na amostra foi a de **necessidade**, representando 17 entrevistados. Os empreendedores por necessidade são aqueles que respondem que a criação do negócio foi efetivada pela falta de outras possibilidades para geração de renda e de ocupação (GEM, 2018), ou pode ser também aquele profissional que ficou longe do mercado de trabalho por muitos anos e está com dificuldades para conseguir uma recolocação no mercado (IBC, 2019).

Para a identificação da origem dos empreendedores de baixa renda, cabe ressaltar que há uma linha tênue para determinar se foi uma iniciativa por necessidade ou oportunidade, devido as circunstâncias instáveis dos ambientes em que estão inseridos e sua situação financeira. Logo, ao revisar os relatos dos entrevistados adequados a essa origem, são encontradas motivações atreladas às suas condições de vida, como o desemprego, o sustento familiar e as experiências traumáticas com os subempregos que conseguiam. A influência que os primeiros fatores exercem pode ser exemplificado a partir do discurso da **empreendedora F**. A situação dela era tão precária que teve de levar sua filha mais nova ao serviço durante os primeiros meses, pois não havia ninguém para cuidá-la. Já o **empreendedor K** exemplifica o caso das experiências negativas, que o fizeram a não desejar mais trabalhar sob a supervisão de outras pessoas. Entretanto, um entrevistado apresentou uma motivação que seria relacionada ao outro tipo de origem, que foi a **empreendedora H**. Segundo ela, o início de seu negócio foi a busca por uma renda extra, mas para complementar a do emprego atual, tendo em vista que não é suficiente para auxiliar nos custos de casa com sua mãe. Nesse caso, o intuito em ajudar em casa com a renda do negócio a caracterizou como uma empreendedora por necessidade.

O empreendedorismo por **oportunidade** foi identificado em sete entrevistados. Os empreendedores desse tipo são aqueles que, quando indagados na entrevista de campo a que são submetidos, afirmam ter iniciado o empreendimento principalmente pelo fato de terem identificado uma oportunidade de negócio viável a ser concretizada no ambiente em que atuam (GEM, 2018). Esse é o caso de uma pessoa que se torna empreendedor porque detectou uma excelente oportunidade de mercado e tomou a decisão de empreender. Apesar de possuir alternativas de emprego, os empreendedores de oportunidade optam por iniciar um novo negócio justamente por conta das chances de crescimento identificadas (IBC, 2019).

Diferente do primeiro tipo, esses empreendedores possuíam alternativas para adquirir renda, mas preferiram dedicar-se no próprio negócio. Conforme o relato dos entrevistados adequados a esse tipo, o surgimento de uma boa opção para iniciar um empreendimento com baixo investimento foi o ponto mais presente para suas motivações. Essa perspectiva veio tanto de suas experiências profissionais, quanto das indicações de terceiros. Nesses casos, para exemplificar, temos os **empreendedores J e E**. Enquanto o primeiro identificou a oportunidade de acordo com sua experiência profissional, pois ele trabalhava numa distribuidora de produtos que ele comercializa atualmente, a segunda foi orientada pelos vizinhos sobre a oportunidade aderida. Contudo, há ainda a **empreendedora W** que conseguiu mesclar esses dois contextos, onde enxerga a oportunidade com a venda dos utensílios de trabalho da sua mãe. Além disso, outro ponto em comum é a utilização do negócio como uma renda extra, complementando a quantia recebida com o emprego ocupado na maior parte do tempo que a pessoa dispõe. A partir do ponto que o seu empreendimento cresce até que forneça renda o suficiente para o próprio sustento, o empreendedor deixa o trabalho formal para dedicar-se totalmente ao seu negócio, como a **empreendedora X**, por exemplo. Ela trabalhava num emprego que não lhe dava satisfação financeira e decidiu por iniciar seu negócio paralelamente até o ponto de independência.

Um empreendedor de baixa renda tem uma situação muito delicada se comparado aos empreendedores de classes econômicas maiores, devido à falta de familiaridade com investimentos e de opções profissionais. Logo, mediante a instabilidade do ambiente ao

qual está inserido, seu negócio sofre influências externas mais com maior facilidade. Sendo assim, há o caso de empreendedores que iniciam seus negócios por oportunidades, mas que, em determinada circunstância, passa a tratá-lo como se fosse por necessidade. Esse é o caso da **empreendedora A**, que havia iniciado seu negócio como uma renda extra. Contudo, devido à perda do seu emprego e à dificuldade em arranjar outro, ela teve de dedicar-se totalmente ao seu empreendimento.

Até o momento, a motivação para a tomada de decisão para empreender foi importante para definir qual tipo de empreendedor os entrevistados se adequam. Isso ajudará com a compreensão da próxima seção, que adequa a implementação de suas ideias com a literatura.

4.2.2 Adequação do desenvolvimento dos entrevistados em relação ao processo de empreender

Durante o processo empreendedor, o que ocorre de maneira padronizada é o encontro, a avaliação e o desenvolvimento da oportunidade (HISRICH, PETERS E SHEPHERD, 2009). Ou seja, há um fluxo de transformação que mensura a ideia em negócio. Sendo assim, todo o processo empreendedor inicia com a avaliação das oportunidades, a elaboração de um plano de negócios, a aquisição de recursos financeiros e a administração do empreendimento conforme a obtenção dos resultados (BESSANT E TIDD, 2009).

Conforme a identificação dos tipos de empreendedores na amostra da pesquisa, a maioria seu negócio primordialmente por necessidade. Logo, é possível imaginar a maneira como eles lidaram para pôr suas ideias em prática. O planejamento é pouco utilizado, devido à urgência em iniciar as operações para obtenção de renda. Ao contrário disso, os empreendedores por oportunidade têm uma maneira diferente em lidar com suas ideias, planejando sua implementação de maneira mais cadenciada. Essa circunstância é um dos reflexos da subjetividade com que os empreendimentos são desenvolvidos, agregados ao ambiente de baixa renda. Desta forma, cada fase do processo empreendedor adequará o comportamento relatado.

4.2.2.1 Identificação da oportunidade

A primeira fase é a análise das ideias conforme o ambiente que os empreendedores estão inseridos (DA CRUZ, 2011). Essa etapa pode ser dividida em três estágios de acordo com Bessant e Tidd (2009): reconhecimento de oportunidade, criação do compromisso empreendedor e da credibilidade do empreendimento. Contudo, no cenário de baixa renda, os empreendedores não possuem capacidade financeira ou conhecimento suficiente para seguir as etapas minuciosamente, conforme constatado nas entrevistas.

Nesse sentido, o ambiente e o conhecimento prático foram os fatores mais influentes nas ideias geradas para a implementação do negócio, independente da origem dos entrevistados. Logo, o ramo do negócio foi idealizado pela familiaridade da pessoa com a área de atuação, pela indicação de terceiros e pela análise do consumo de outras pessoas. Na visão de Da Cruz (2011), a perícia que eles possuem, seja na experiência prática em seu ramo, recebendo indicações ou analisando o mercado consumidor, são importantes para a definição do negócio. Entretanto, segundo ele, a melhor condição para validação da ideia seria a utilização desses fatores de maneira unificada, como uma pesquisa de mercado completa. Desta forma, é possível identificar a condição do mercado em que seu ramo está inserido, sua concorrência e ter uma perspectiva sobre seus pontos fortes e fracos, além de suas ameaças e outras oportunidades.

Sendo assim, quando o empreendedor segue somente com uma maneira de idealização, não há uma sólida garantia que seu negócio tenha sucesso. Nas entrevistas, não houve nenhum caso da utilização das três maneiras de validação das ideias de maneira unificada. Isso pode ser justificado pela falta de perícia sobre pesquisa de mercado e a urgência em iniciar as operações tendo em vista a necessidade de renda. Logo, a experiência prévia com o ramo foi o parâmetro mais utilizado pelos entrevistados na identificação da oportunidade. A experiência pode ser categorizada em três pontos, considerando as respostas: como profissional da área, como consumidor ou como um negócio de família. A diferença entre o primeiro e o terceiro se dá na perspectiva que se

presencia o trabalho no ramo, como a sua própria visão e a de alguém que presencia um familiar trabalhando. Como exemplo, podem ser citados os **empreendedores B e K** na primeira categoria, as **empreendedoras A e I** na segunda e as **empreendedoras C e N** na terceira. Um ponto a ser observado é o caso da última empreendedora citada, que decidiu seguir com o negócio iniciado pelo pai que faleceu há alguns anos.

As indicações de outras pessoas sobre os ramos com potencial de crescimento foi outro ponto de partida para identificação de oportunidades. Nesse caso, são pessoas que já possuem experiência no ramo e que orientaram os entrevistados desde a sugestão até a implementação da ideia. Como exemplo, temos a **empreendedora E**, que teve a indicação dos vizinhos que também trabalham no ramo.

A análise sobre os consumidores e os valores de investimento no ramo foi a terceira maneira de identificação das oportunidades. Entre os três modos, é o mais consolidado devida a conclusão advir de um ponto de vista analítico. A partir desse ponto, o empreendedor já possui uma visão sobre a concorrência e qual comportamento deve aderir durante implementação da ideia. Contudo, nas entrevistas, temos casos de empreendedores que fizeram a pesquisa somente em um desses pontos de análise. Como exemplo, o **empreendedor R** pesquisou somente sobre os produtos que surgiram durante a ascensão da internet e as **empreendedoras W e X** viram a opção por um baixo investimento como uma boa oportunidade. No entanto, temos o **empreendedor J** que conseguiu fazer a análise total de mercado que, com sua experiência no ramo, identificou uma oportunidade com baixo investimento e a melhor maneira de introduzir seus produtos.

Independente da maneira que foi realizada, a identificação da oportunidade é importante para definir o ramo de atuação do empreendimento. Após sua conclusão, a próxima etapa no processo empreendedor pode ser iniciada.

4.2.2.2 Desenvolvimento do plano de negócio

A segunda fase do processo empreendedor sobre a mensuração da ideia para um documento, definindo os recursos necessários para se fazer um bom trabalho, Além do

desenvolvimento da oportunidade, a elaboração do plano de negócios contribui com as fases seguintes no processo empreendedor (HISRICH, PETERS E SHEPHERD, 2009).

Segundo os autores Bessant e Tidd (2009), o plano de negócios é primordial para atrair financiamento externo, pois fornece uma perspectiva sobre desempenho do empreendimento, e internamente serve como guia ao estabelecimento de metas. Logo, eles elucidam sua elaboração nas seguintes etapas: detalhes do produto ou serviço (1); avaliação e oportunidades de mercado (2); identificação de clientes-alvo (3); barreiras de entrada no negócio e análise de concorrente (4); experiência, especialização e compromisso da equipe de administração (5); estratégia para determinação de preço, distribuição e vendas (6); identificação e planejamento de riscos-chave (7); cálculo de fluxo de caixa (8); e recursos financeiros (9). Cabe ressaltar que nenhum dos entrevistados elaborou um plano em forma de documento, que seria o ideal. Porém, de acordo com as entrevistas, pode-se estimar a elaboração do plano conforme a implementação de suas ideias, como mostra a tabela 10.

Tabela 10: Cumprimento das etapas para a realização do plano de negócios

Cód.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Cód.	1	2	3	4	5	6	7	8	9
A	X		X			X			X	M	X	X	X						
B	X	X	X	X		X	X		X	N	X		X			X			X
C	X		X			X			X	O	X					X			
D	X		X			X		X	X	P	X	X	X			X			X
E	X	X	X			X			X	Q	X	X	X		X	X		X	X
F	X		X						X	R	X	X	X			X			X
G	X	X	X		X	X			X	S	X		X			X		X	X
H	X		X			X			X	T	X					X			X
I	X					X			X	U	X	X	X			X	X	X	X
J	X	X	X	X	X	X	X	X	X	V	X	X	X			X			X
K	X		X						X	W	X		X			X		X	X
L	X	X	X			X		X	X	X	X	X	X	X		X			X

Fonte: Autor

Desta forma, durante a revisão das entrevistas, foi constatado que somente o **empreendedor J** passou por todas as fases da elaboração do plano de negócios durante a implementação de suas operações. Sendo assim, para exemplificar a evolução da elaboração do plano, as fases serão brevemente descritas. Inicialmente, ele já tinha a ideia que o produto comercializado seria relacionado à agropecuária (fase 1). Com sua experiência no ramo, ele já tinha informações sobre o mercado (2) e os clientes em potencial (3). Ele fez a análise sobre o local aonde abriria seu empreendimento, para evitar concorrentes (4). Mesmo não concluindo sua graduação, ele já possuía conhecimento teórico e prático o suficiente para assumir o compromisso como uma boa administração (5). A estratégia para determinar preços e os métodos de distribuição e vendas foi facilmente estabelecida conforme sua experiência, junto da identificação dos riscos-chave de seu empreendimento conforme sua experiência prévia (6 e 7). Para operar, ele já estimava o quanto adquiriria de renda e os custos mensais (8). Por fim, calculou a quantia necessária para iniciar seu investimento (9), a qual ele constatou que não seria alta.

Em relação aos outros entrevistados, o plano foi implementado com as etapas ignoradas devido o baixo conhecimento que eles possuem sobre a abertura de um negócio e as circunstâncias do ambiente que estão inseridos. Desses casos, alguns quase concluíram todas as fases, como os **empreendedores B, Q e U**. No primeiro caso, sua experiência no ramo contribuiu na elaboração, mas o baixo conhecimento teórico não proporcionou capacidade para lhe garantir uma boa administração e para calcular previamente seu fluxo de caixa. Já os outros dois se prepararam tecnicamente, ao ponto de elaborarem um plano quase completo, mas sua falta de vivência na atividade ocasionou a ignorância das fases restantes.

Mesmo havendo essa diferença de conhecimento na implementação de negócios. Isso não define o sucesso do empreendimento, tanto que alguns entrevistados com planos incompletos tiveram resultados positivos antes e durante a pandemia. Contudo, isso elucida a precariedade de conhecimento prévio que eles possuem, sem uma educação anterior que os estimularia a abrir o próprio negócio.

A elaboração do plano serve como uma bússola no cumprimento de metas, mas também como um definidor sobre a quantia necessária para iniciar o empreendimento. Desta forma, há necessidade da aquisição dos recursos que permitem o começo das operações, como mostra a próxima fase do processo empreendedor.

4.2.2.3 Aquisição de recursos e financiamento

Essa fase inicia conforme a orientação sobre a quantia definida pelo plano de negócios. Esse processo começa com uma apreciação dos seus atuais recursos, para diferenciar os financeiros fundamentais dos que são apenas úteis, não devendo subestimar a quantidade e variedade dos recursos necessário (HISRIC, PETERS E SHEPHERD, 2009)

Desta forma, os recursos necessários podem ser advindos das seguintes fontes: recursos pessoais; recursos de amigos e parentes; capitais de risco; bancos; governo; e incubadoras (DORNELAS, 2005). Logo, durante a revisão das entrevistas, foi constatado que todos os empreendedores utilizaram seus recursos pessoais como única ou principal fonte para iniciar suas atividades. As únicas exceções advêm dos **empreendedores N e V**, que utilizaram os recursos de familiares como fonte, e da **empreendedora Q**, que utilizou um curso fornecido pelo governo para qualificação técnica. Além disso, a **empreendedora D** procurou por financiamento, mas sua solicitação não foi atendida por nenhum banco.

Desta forma, o reflexo de um cenário onde há escassez de recursos influencia no limite das operações, onde cada negócio inicia conforme a capacidade financeira e técnica do empreendedor. Outro impacto é na sensação de desamparo em relação aos bancos e ao Governo, mesmo havendo programas disponíveis, mas que a maioria dos entrevistados demonstrara possuir pouco conhecimento sobre. O que exemplifica esse ponto são os relatos acerca do pouco apoio fornecido pelo Governo e as demandas sobre a facilitação dos empréstimos junto do incentivo ao surgimento de mais empreendedores das zonas mais pobres das cidades.

Após a aquisição dos recursos, o empreendedor está apto a passar para última fase do processo, onde coloca em prática todo o planejamento construído até então.

4.2.2.4 Administração do empreendimento e obtenção de resultados

Essa fase remete-se à implementação do plano de negócio e seu desenvolvimento. Embora ser mais fácil que as anteriores, imprevistos podem acontecer, como a aceitação negativa dos produtos por parte dos clientes, forte concorrência, reposição de recursos materiais e humanos (DORNELAS, 2005). Durante a apresentação da visão que os entrevistados possuem sobre os seus negócios, foi constatado exatamente esses imprevistos como os mais mencionados sobre as dificuldades. Desta forma, deve-se criar um sistema de controle para que todas as áreas problemáticas sejam rapidamente identificadas e resolvidas (HISRICH, PETERS E SHEPHERD, 2009).

Ainda, segundo os autores, a falta de perícia e a escassez de recursos são fatores que limitam as alternativas para análise das dificuldades e elaboração de soluções. Em relação às dificuldades, essa limitação condiz com os dados apresentados na **tabela 4**, onde a maioria dos entrevistados atrelou suas dificuldades às baixas vendas ou não encontrou nenhuma. No entanto, ao tratar sobre as soluções, encontramos um cenário diferente. Conforme a **tabela 5**, 10 soluções distintas foram utilizadas, sendo que somente 3 entrevistados afirmaram a adoção de nenhuma.

Após determinado período da implementação do negócio, ocorre a análise dos resultados obtidos. Bessant e Tidd (2009) afirmam que uma grande proporção de novos empreendimentos fracassa em seu estágio inicial, sendo que 40% fracassa no 1º ano e 60% no segundo. Para a amostra da análise, foram utilizados empreendedores com variado tempo de atuação, sendo alguns com operação iniciada em menos de 1 ano e outros com mais de 5 anos. Mesmo assim, embora tratar de um cenário onde ocorrendo uma crise econômica, os dados apresentados na **tabela 6** demonstram que essa variabilidade de experiência não foi relevante para interferir no sucesso das soluções, com apenas 1 entrevistado obtendo resultado negativo. Uma das formas que o empreendimento pode crescer de maneira orgânica, conforme Bessant e Tidd (2009), é

através de vendas adicionais e diversificação, um ponto unânime entre as soluções apresentadas.

Até aqui, o processo empreendedor ajudou a compreender, de maneira estrutural, como ocorre a abertura de um negócio desde a idealização das oportunidades, passando para a elaboração do plano de negócio com a mensuração das ideias e dos recursos necessários até o início das operações com as primeiras tomadas de decisões, conforme a situação inicial. Conforme apresentado, esse processo ocorre de maneira diferente com empreendedores de baixa renda, devido a limitação técnica e a influência do ambiente inserido. Entretanto, cabe ressaltar a situação específica presente durante a realização desse estudo, que é a crise econômica trazida pela pandemia de Covid-19. Desta forma, esse elemento é tão influente nos resultados dos empreendedores, cujo impacto será apresentado numa seção distinta, em seguida.

4.2.3 Adequação ao contexto social brasileiro e o impacto da pandemia de Covid-19

O empreendedorismo sempre foi popular no Brasil, mas seu estudo começou a ganhar relevância a partir da década de 1990, devido à preocupação com a diminuição da taxa de mortalidade das pequenas empresas, conforme aponta Dornelas (2005). Segundo ele e Oliveira (1995), essa popularidade é ligada ao auto índice de desemprego, que faz com que as pessoas procurem métodos alternativos para aquisição de renda.

Calife e França (2019) reforçam essa motivação, mas destacando a solução como a principal fonte de renda das classes sociais de baixa renda. Desta forma, os empreendedores desta classe, de acordo com Bessant e Tidd (2009), são categorizados “como um modo de vida”, pois buscam a aquisição de renda conforme seus valores e experiências pessoais.

Ao revisar as motivações da **tabela 2**, encontramos, como as mais citadas, o desemprego e a identificação com o ramo. Ou seja, as constatações realizadas em diferentes períodos, desde o início dos estudos sobre o empreendedorismo no Brasil, ainda são válidas.

Flory (2010) afirma que muitas vezes o empreendedor começa seu negócio como uma necessidade, mas, conforme seu sucesso, passa a recusar as outras alternativas de renda, como a possibilidade de adquirir um emprego formal. Segundo seu argumento, a partir desse ponto eles passam a ser configurados como empreendedores por oportunidade. Nas entrevistas, essa mudança não foi constatada explicitamente pelos entrevistados, com exceção da **empreendedora A**, onde ocorreu o contrário. Ela estava empregada e viu a oportunidade de adquirir uma renda extra, mas, pouco tempo depois, perdeu o emprego e teve de dedicar-se exclusivamente ao seu negócio.

No ambiente de baixa renda, historicamente, a informalidade foi um fator que não contribuía com o Governo na questão do cálculo sobre a quantidade de empreendedores deste ambiente. Logo, conforme apontam Oliveira e Forte (2014), foi criada a figura jurídica do MEI (Microempreendedor Individual) em 2008, fornecendo benefícios como o direito à aposentadoria, acesso ao crédito e à participação em licitações. Mesmo assim, ainda existem muitas barreiras que os empreendedores de baixa renda enfrentam para desenvolver seus negócios, conforme aponta Lobato (2019). Ele recolheu relatos de microempreendedores onde listou os seguintes problemas: dificuldade de acesso aos serviços bancários e da emissão de notas fiscais, excesso de burocracia para operações financeiras e insegurança na utilização do CNPJ.

As ações do Governo desejadas pelos entrevistados, na **tabela 7**, mostra a presença dos problemas listados anteriormente, com a maior presença da dificuldade na retirada de empréstimos, da tributação alta e do excesso de processos burocráticos. Além disso, a criação do MEI não é um fator que causa amparo o suficiente aos empreendedores de baixa renda, tanto que mais da metade dos entrevistados não utilizou alguma ação do Governo durante o desenvolvimento do seu negócio. Outro ponto que demonstra a sensação de desamparo é a quantidade de entrevistados que deseja mais projetos que incentivam o empreendedorismo e, ainda na mesma proporção, há aqueles que não esperam mais nenhuma ação.

O empreendedorismo é estimado como uma fonte potencial para geração de empregos em áreas de baixa renda. Contudo, ainda existem dificuldades e desafios relevantes que dificultam o desenvolvimento de negócios nesse ambiente, como aponta

Lages (2005). Segundo ele, a dificuldade que grupos populares possuem em assumir postura gerencial empreendedora em seus negócios, mesmo após treinamentos para capacitação técnica, é um dos problemas mais graves na geração de emprego nesses locais. Manter funcionários foi uma dificuldade apontada pela **empreendedora W**, a qual relacionou o problema com falta de habilidade em gestão de pessoas. O **empreendedor U**, por outro lado, direciona o problema a sua ineficiência com tarefas administrativas, sendo que poderia ter contratado outra pessoa para a função. Contudo, uma pessoa qualificada na administração pode ser origem de outro problema, os conflitos relacionados a relações humanas, como no caso da **empreendedora Q**. Enquanto ela executa os serviços, sua irmã fica responsável pela administração devido sua competência, no entanto ocorrem muitos conflitos de ideias entre as duas. Toda essa relação de problemas pode ser o fator que define a preferência dos empreendedores de baixa renda em trabalharem sozinhos, como aponta a maioria dos entrevistados que prefere esse modelo. Porém, o **empreendedor K** explicita isso quando afirma que suas relações de trabalho em empregos anteriores eram tão ruins que o fizeram a seguir no trabalho autônomo, modelo que ele não planeja mudar.

Outro ponto relevante como dificuldade na prática do empreendedorismo de baixa renda é a mobilidade urbana, de acordo com Fernandes (2019). Ele afirma que a prática da atividade é dificultada pela localização de locais importantes, como hospitais, escolas e bancos, cuja distância é mais acentuada em relação as regiões periféricas das cidades. Desta forma, o transporte torna-se, junto da alimentação, a maior fonte de despesas da população de baixa renda. Nas entrevistas, esse fator não é percebido na magnitude em que o autor apresenta devido às características de Porto Alegre, onde as regiões periféricas possuem forte engajamento empreendedor. Além disso, os entrevistados tinham, como sede do seu empreendimento, a sua própria residência ou um endereço próximo. A única exceção que pode ser citada é o caso da **empreendedora G**, que possui clientes que moram muito longe de sua residência. Ela não possui veículo próprio, tendo de usar o transporte público para se locomover, onde acaba tendo um gasto elevado com as passagens.

Embora todos os problemas descritos até o momento sobre o empreendedorismo no Brasil, no ano de 2020 o mundo entrou num período de crise de saúde pública e, conseqüentemente, econômica, com a pandemia de Covid-19 (conhecida popularmente por coronavírus). Como a doença ocasionou milhões de mortes entre a população mundial, surgiu a necessidade de pensar maneiras de combater o contágio. Desta forma, alguns países, inclusive o Brasil, adotaram o regime de quarentena imediatamente desde o mês de abril desse ano, restringindo as atividades comerciais, permitindo somente as atividades de estabelecimentos que fornecem serviços considerados essenciais (como hospitais, supermercados e bancos, por exemplo). Com a restrição, as empresas tiveram de adequar sua forma de operação, alterando para regime de *Home-Office* aquelas que poderiam implementá-lo. Quem não pôde se adequar teve de interromper suas atividades indefinidamente até autorização do Poder Executivo de sua região. Desta forma, inúmeras empresas não puderam arcar com o pagamento de suas dívidas, tendo de demitir seus funcionários para cortar custos ou, no pior dos casos, encerrar oficialmente suas atividades.

Com todo impacto negativo trazido pela pandemia, a Unidade de Gestão Estratégica do Sebrae fez uma pesquisa⁶ para verificar a situação dos pequenos empreendedores no cenário nacional. Desta forma, fez uma pesquisa entre 6.080 empreendedores entre os 26 Estados e o Distrito Federal, compreendendo as classes MEI, ME e EPP. Logo, seus dados serão comparados com os dados obtidos pela pesquisa qualitativa deste estudo, que se delimita somente à cidade de Porto Alegre. Outra diferença em relação à amostra da pesquisa do Sebrae é que os empreendedores informais constam entre os participantes e o enfoque da classe econômica é a de baixa renda.

De acordo com a pesquisa do Sebrae (2020), 58,9% das empresas interromperam o funcionamento temporariamente, enquanto 31,0% mudaram o funcionamento, 6,6% não mudaram a forma de funcionar e 3,5% encerraram suas atividades. Ao analisar a

6 Fonte: Unidade de Gestão Estratégica do Sebrae - **O impacto da pandemia nos pequenos negócios**. Disponível em https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Impacto-do-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-2%C2%AAedicao_geral-v4-1.pdf

quantidade de entrevistados que tiveram seu regime de trabalho alterado, através da **tabela 11**, é visto que somente 4, dos 24 participantes, interromperam suas atividades temporariamente, 1 mudou sua forma de operação, enquanto o restante continuou operando normalmente. Cabe considerar que esse resultado sofre influência da localização dos empreendimentos, os quais ocupam regiões periféricas e distantes da região central da cidade. Logo, não houve uma forte fiscalização nessas regiões para verificar os pontos em que o decreto municipal não estava sendo respeitado. Além disso, alguns dos entrevistados já iniciaram suas atividades apenas focando nas vendas online, não sofrendo com as restrições.

Tabela 11: Comparativo dos dados sobre o impacto da pandemia no funcionamento das empresas

Impacto	Pesquisa do Sebrae	Entrevistas em profundidade
Não alterou a forma de operar	6,6%	19
Alterou a forma de operar	31,0%	1
Interrompeu a operação temporariamente	58,9%	4
Encerraram as atividades	3,5%	0

Fontes: Unidade de Gestão Estratégica do Sebrae (2020) e Autor

Em termos financeiros, a pesquisa do Sebrae (2020) constatou que 26,6% das empresas estavam com a situação boa antes da pandemia, enquanto 49,0% estavam com a situação razoável e 24,4% ruim. Nas entrevistas desse estudo, pode-se estimar a situação através das dificuldades enfrentadas antes da pandemia, na **tabela 12**. Desta forma, apenas 6 entrevistados alegaram não possuir dificuldades, configurando uma situação financeira boa, em adequação à pesquisa do Sebrae. Dos restantes, 12 possuíam problemas relacionados ao desempenho financeiro, ou seja, uma situação ruim, enquanto 4 tinham dificuldades com processos não relacionados, caracterizando uma situação razoável. Cabe ressaltar que foram consideradas apenas 22 somente respostas nessa comparação, tendo em vista que 2 entrevistados iniciaram suas atividades durante a pandemia.

Tabela 12: Comparativo entre os dados sobre a situação financeira antes da pandemia

Situação financeira	Pesquisa do Sebrae	Entrevistas em profundidade
Boa	26,6%	6
Razoável	49,0%	4
Ruim	24,4%	12

Fontes: Unidade de Gestão Estratégica do Sebrae (2020) e Autor

Passando para o período durante a pandemia, de acordo com o Sebrae, 87,5% das empresas tiveram seu faturamento diminuído, enquanto 2,9% permaneceu igual, 2,4% aumentou e 7,2% não preferiu responder. Já com os entrevistados, a comparação ocorre separada em dois períodos: o faturamento após o impacto imediato da pandemia e após as soluções tomadas para melhorar suas perspectivas de sobrevivência. Através da **tabela 12**, vemos que 7 não tiveram dificuldades, representando uma melhora financeira, contudo, 16 tiveram problemas diretos com seu desempenho, significando uma piora, e apenas 1 teve problemas indiretos, não apresentando mudanças. Na **tabela 12**, também é possível identificar que a situação após as soluções tomadas, onde 18 apresentaram estabilidade financeira, 5 apresentaram uma melhora e apenas 1 teve sua situação piorada.

Tabela 13: Comparativo entre os dados sobre o impacto financeiro ocasionado pela pandemia

Mudança no faturamento	Pesquisa do Sebrae	Entrevistas em profundidade	
		Antes das soluções	Após as soluções
Aumentou	2,4%	7	5
Permaneceu igual	87,5%	1	18
Diminuiu	2,9%	16	1
Não soube responder	7,2%	0	0

Fontes: Unidade de Gestão Estratégica do Sebrae (2020) e Autor

Sobre as medidas governamentais, a pesquisa do Sebrae aponta as 4 seguintes como as mais desejadas: empréstimos sem juros (52,2%), auxílio temporário para subsistência

do empresário e sua família (49,8%), reduções de impostos e taxas (33,6%) e aumento das linhas de crédito (33,5%). Nas entrevistas, através da **tabela 7**, vemos que, entre as ações mais citadas, primeiro aparece a facilitação de empréstimos, seguida pela redução dos impostos, redução de processos burocráticos e aumento de incentivos ao surgimento de microempreendedores. Ao comparar as duas fontes, há uma forte semelhança quanto à necessidade dos empreendedores em adquirir empréstimos com maior facilidade e da redução de impostos.

A pesquisa do Sebrae (2020) ainda aponta outros pontos relevantes sobre o impacto da pandemia, mas que não se adequam ao ambiente focado nesse estudo, como, por exemplo, os dados sobre as medidas quanto aos funcionários. Segundo a pesquisa, 28,0% das empresas entraram em férias coletivas, 17,8% suspenderam contratos de trabalho, 17,0 reduziram a jornada de trabalho com redução de salários e 46,8% não tomaram nenhuma dessas medidas. Como a maioria dos entrevistados trabalha sozinho ou com uma pessoa apenas, os entrevistados não indicaram uma maneira de adequação quanto aos funcionários.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo é a principal fonte de renda do Brasil e um dos parâmetros mais importantes para análise do ambiente econômico. Nas classes sociais menos abastadas, é a principal fonte de renda, como, também, a maior concentração de empreendedores. Então, a preocupação com o bom desempenho dessa classe impacta não somente as famílias, individualmente, como também as outras através da geração de emprego. Logo, desde o início da década de 1990, os estudos sobre esse fenômeno ganharam maior engajamento, com a criação de órgãos como o Sebrae. Além disso, para obter maior poder de análise sobre o ambiente de baixa renda, foram criados projetos, como o MEI, para tirar da informalidade trabalhadores dessa classe, em troca de benefícios fiscais e previdenciários. Embora ter ajudado muitas pessoas, a quantidade das que continuam informais ainda permanece elevado.

De acordo com os índices gerais sobre empreendedorismo, a maioria das empresas não sobrevive aos primeiros anos de operação. Logo, pode-se estimar o cenário de fragilidade presente com a parcela da população de baixa renda, a qual geralmente sofre com baixo nível escolar, falta de prática em gestão e baixa capacidade financeira. Dada essa situação, tornou-se necessária a realização de um estudo nessa área para verificar como que ocorre a prática da atividade no ambiente. Contudo, outro ponto adicionou importância ao estudo, que foi o surgimento da pandemia de Covid-19, a qual impactou o mundo todo e inúmeras empresas tiveram de encerrar suas atividades devido às restrições exigidas pelo Poder Executivo de sua região. Isso ocasionou, também, uma grande acentuação do índice de desemprego, fazendo com que pessoas dependessem de programas do Governo, como o Auxílio Emergencial, para adquirir renda, ou improvisando alguma atividade autônoma durante a crise.

Sendo assim, este estudo foi idealizado para averiguar o comportamento dos empreendedores de baixa renda durante a crise da pandemia, mas delimitando-se à cidade de Porto Alegre. Através da análise das diferentes visões sobre a atividade, foi verificado que as maiores motivações para empreender nesse ambiente foram o desemprego e a identificação com o ramo de atuação. Isso demonstra que a falta de

alternativas para obtenção de renda faz com que as pessoas improvise meios de gerá-la através de suas experiências com trabalhos anteriores. Sobre a influência familiar, foi constatado que a presença de um parente empreendedor serve como uma forte inspiração para a iniciativa, mas que a pressão em sustentar a própria família ou manter-se perto dos filhos também são relevantes.

Partindo para as dificuldades, as mais encontradas antes da pandemia eram relacionadas ao desempenho financeiro, tendo em vista que os empreendedores entrevistados relataram ter enfrentado problemas em adquirir novos clientes, tornar suas vendas lucrativas e angariar fontes de investimento. Cabe ressaltar que grande parte relatou não possuir dificuldades antes da pandemia, podendo ser justificado pela simplicidade de seus negócios ou por seu julgamento ser afetado pela sua situação durante a crise. Sendo assim, as maiores dificuldades encontradas durante a crise continuaram relacionadas ao desempenho, sendo a queda de vendas como a mais mencionada. Era estimado uma proporção maior de respostas relacionadas à suspensão das atividades não essenciais e a quantidade de entrevistados que não encontraram problemas continuou a mesma. Um ponto a ser ressaltado, que influenciou essas respostas, foi que esses empreendimentos eram localizados em regiões periféricas da cidade e, como havia pouca fiscalização, não mudaram a forma de operação. Além disso, uma parcela opera somente através das plataformas digitais, não sendo afetadas pelas restrições.

A partir das soluções encontradas pelos entrevistados, a variabilidade das respostas se tornou maior, talvez pela criatividade dessa classe empreendedora. Desta forma, as mais utilizadas foram a realização de promoções, diminuição de gastos, aumento de publicidade e adoção de métodos preventivos contra a transmissão de Covid-19. Parte dos entrevistados alegou não ter tomado nenhuma ação devido à falta de opções que poderiam ser tomadas. Logo, somente 1 entrevistado teve resultados negativos, enquanto que a maioria manteve-se estável e uma pequena parcela obteve melhora financeira.

Através da análise das visões sobre a influência do Governo, foi verificado que há uma sensação de desamparo devido à grande proporção de respostas sobre a não

utilização de nenhum programa. Dos utilizados, os mais citados foram o MEI e o Auxílio Emergencial. Sobre as ações desejadas, as mais mencionadas foram a facilitação de empréstimos, diminuição de impostos e de processos burocráticos, e o aumento de incentivos ao surgimento de microempreendedores. Isso ilustra a grande distância entre os órgãos do Governo e esse ambiente no quesito de incentivo e acolhimento à classe. Com as projeções, foi possível verificar como os entrevistados estimam o futuro dos seus empreendimentos após a crise. A maioria espera que o cenário econômico melhore e que seu negócio evolua, já outros esperam apenas manter as atividades. Ainda houve entrevistados que relataram não possuir perspectivas sobre o futuro devido à instabilidade trazida pela pandemia.

Adequando as origens dos participantes às teorias motivacionais, foi constatado que a maioria se encaixava ao empreendedorismo por necessidade, ilustrando a influência das circunstâncias sociais do ambiente em que estão inseridos. Mesmo assim, a proporção de empreendedores por oportunidade não foi tão menor, representando uma parcela da população de baixa renda que tinham diferentes opções profissionais, mas que escolheram dedicar-se à abertura do próprio negócio.

Na adequação ao processo empreendedor, foi identificada a carência de conhecimento dos entrevistados. Eles utilizaram três maneiras para identificação das oportunidades, as quais poderiam ser complementadas, contudo, apenas um participante as utilizou em conjunto. Desta forma, a familiaridade com o ramo de atuação, a indicação de terceiros e a análise o consumo de outras pessoas foram as ferramentas disponíveis para a identificação, sendo a primeira como a mais utilizada. Na elaboração do plano de negócio, somente esse mesmo empreendedor seguiu as nove etapas dessa fase, enquanto que o resto seguiu apenas conforme as etapas que tinham conhecimento sobre. Na terceira fase, na obtenção de recursos e financiamento, foi constatado que todos os entrevistados iniciaram seus negócios com o próprio dinheiro. Porém, em termos de recurso intelectual, apenas uma participante buscou qualificação para a sua profissão. Na última fase, administração do empreendimento e obtenção de resultados, embora haja uma diferença de experiência e de ramo entre os participantes, foi verificada uma semelhança na maneira como identificam suas dificuldades, delimitando-se somente à

situação financeira. Contudo, na tomada de decisões, o comportamento apresentou uma grande diferença, onde foram apresentadas nove soluções utilizadas e com pouco intervalo de proporção distinguindo as mais utilizadas.

Comparando os dados da pesquisa a estudos realizados anteriormente, foi constatado que as principais motivações coincidem com as mesmas apresentadas desde a década de 1990. Desta forma, o desemprego é considerado como o principal problema das classes sociais de baixa renda, pois restringe a geração de renda, e a vivência com determinada atividade profissional torna-se a única saída na maioria dos casos. O Governo tentou criar programas de inclusão profissional, como o MEI, mas ainda há uma grande parcela populacional que não se sente amparada e que deseja um maior engajamento ao incentivo do empreendedorismo nas áreas carentes.

Em comparativo à pesquisa realizada pelo Sebrae, sobre o impacto da pandemia no empreendedorismo, foi constatada uma diferença entre a proporção dos dados em quase todas as categorias, com exceção da situação financeira anterior à crise e quais medidas o Governo poderia propor em auxílio à classe empreendedora. Isso ocorreu dada a diferença amostral, onde essa pesquisa engloba diferentes categorias de pequenos empreendedores, sem distinguir classe econômica e localização, enquanto que as entrevistas deste estudo focaram nos empreendedores de baixa renda da cidade de Porto Alegre.

Logo, para uma melhor validação desses dados, seria necessário a realização de uma pesquisa quantitativa, com uma amostragem maior. Contudo, dada as questões de isolamento social e a dificuldade da classe econômica em obter acesso à tecnologia para responder digitalmente, este estudo delimitou-se, somente, à pesquisa qualitativa em campo. Portanto, espera-se que seu conteúdo seja utilizado como ponto de partida para novos estudos sobre o impacto da pandemia de Covid-19 ao empreendedorismo de baixa renda não somente em Porto Alegre, mas em outras cidades do país.

REFERÊNCIAS

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

CEPAL, Escritório no Brasil; DFID. **Pobreza e Mercados no Brasil: uma análise de iniciativas de políticas públicas**. 1. ed. Brasília: CEPAL, 2003. Disponível em: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/28350/S301441N962BR_pt.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 25 set. 2019

CNN. Mais de 600 mil pequenas empresas fecharam as portas com coronavírus. **Blog CNN Brasil Business**. Abr. 2020. Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/04/09/mais-de-600-mil-pequenas-empresas-fecharam-as-portas-com-coronavirus>. Acesso em: 13 mai. 2020

DA CRUZ, A.S. O Processo Empreendedor. **Blog Administradores.com**. Abr. 2011. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/o-processo-empreendedor>. Acesso em: 24 mar. 2020

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

FERNANDES, D. Falta de mobilidade afeta autonomia e vira armadilha para os mais pobres. **ESTADÃO: Blog do Empreendedor**. Jan. 2019. Disponível em: <https://pme.estadao.com.br/blogs/blog-do-empreendedor/falta-de-mobilidade-afeta-autonomia-e-vira-armadilha-para-os-mais-pobres/>. Acesso em: 26 set. 2019.

FLORY, H. O empreendedorismo de baixa renda. **Blog Administradores.com**. Jan. 2010. Disponível em: <https://administradores.com.br/noticias/o-empreendedorismo-de-baixa-renda>. Acesso em: 03 nov. 2019

FRANÇA, V. Baixa renda não gera empreendedores, conclui estudo. **Diário do Comércio: Negócios**. Fev. 2019. Disponível em: <https://dcomercio.com.br/categoria/negocios/baixa-renda-nao-gera-empreendedores-conclui-estudo>. Acesso em: 25 set. 2019

GEM. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo 2018**. Fev. 2019. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp->

content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf. Acesso em: 20 mar. 2020

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HISRICH, R. D; PETERS, M. P; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7. Ed. São Paulo: Bookman, 2009.

IBC. As principais diferenças entre empreendedor por necessidade e oportunidade. **Blog IBC – Instituto Brasileiro de Coaching**. Ago. 2019. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/as-principais-diferencas-entre-empreendedor-por-necessidade-e-oportunidade/>. Acesso em: 24 mar. 2020

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?=&t=destaques>. Acesso em: 07 set. 2019

LAGES, S. R. C. Desafios do empreendedorismo feminino: a dificuldade das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Estação Científica – FESJF, Online**. 2005. Disponível em: <http://portal.estacio.br/media/4404/4-desafios-empreendedorismo-feminino-reflexao-dificuldades-mulheres-pobres-conducao-projetos-geradores-renda.pdf>. Acesso em: 03. nov. 2019.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003

LOBATO, P.H. Empreendedor ainda enfrenta várias barreiras após 10 anos de criação do MEI. **Blog Hoje em Dia**. Jul. 2019. Disponível em: <https://www.hojeemdia.com.br/primeiro-plano/microempreendedor-ainda-enfrenta-v%C3%A1rias-barreiras-ap%C3%B3s-10-anos-de-cria%C3%A7%C3%A3o-do-mei-1.729255>. Acesso em: 03 nov. 2019.

MARCONDES, R. C.; BERNARDES, C. **Criando empresas para o sucesso**. 2 ed. São Paulo: Futura. 2000.

OLIVEIRA, M. A. **Valeu! Passos na trajetória de um empreendedor**. São Paulo: Nobel, 1995.

OLIVEIRA, O. V.; FORTE, Sérgio H. A. C. Microempreendedor individual: fatores da informalidade. **Revista Científica da Escola de Gestão e Negócios**. Fortaleza. Jun. 2014.

PIOVESAN, A.; TEMPORINI, E.R. Pesquisa exploratória: procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. **Revista de Saúde Pública**. 1995, vol.29, n.4, pp.318-325. Disponível em <https://doi.org/10.1590/S0034-89101995000400010>. Acesso em 01 nov. 2020

SEBRAE. **Data Sebrae Indicadores Sobre Empreendedores**. Disponível em http://sistema.datasebrae.com.br/sites/novo_datasebrae/#Empreendedores. Acesso em: 07 set. 2019.

SEBRAE. **O impacto da pandemia de corona vírus nos Pequenos Negócios**, 2 ed. Disponível em https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Impacto-do-coronav%C3%A9rus-nas-MPE-2%C2%Aaedicao_geral-v4-1.pdf. Acesso em 26 out. 2020

RONSTADT, R. C. **Entrepreneurship**. Dover, MA: Lord Publishing Co, 1984.

SCHLINDWEIN, C. **Empreendedores, o desafio do negócio próprio: uma análise da criação de micro e pequenas empresas**. Dissertação (Pós-Graduação em Engenharia da Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2004. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/87096>. Acesso em: 03 nov. 2019

SHAPERO, A., **Entrepreneurship and Economic Development**. Wiscosin: Project ISEED, LTD, The Center for Venture Management.1975.

VERGA, E.; DA SILVA, L.F.S. Empreendedorismo: evolução histórica e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.3, Jul. 2014. Disponível em: <https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/161>. Acesso em: 25 set. 2019

VESPER, K. **New Venture Strategies**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1980.

APÊNDICES

Apêndice A – Roteiro de entrevistas em profundidade

Perfil do entrevistado

Nome:

Idade:

Empreendimento:

Estudo:

Tipo de moradia:

Filho(s):

Renda mensal familiar aproximada:

Questões:

1. O que o motivou a iniciar o próprio negócio?
2. Há quanto tempo você é empreendedor?
3. Poderia contar um pouco mais sobre a tua ideia e a história do teu negócio?
4. Na sua família, como funciona? Alguém mais participa do teu negócio? Alguém trabalha em outra atividade?
5. Você teve algum familiar ou conhecido que também tinha seu próprio negócio? Como isso te influenciou a iniciar o teu negócio?
6. Quais dificuldades você encontrou no desenvolvimento do seu negócio, antes da pandemia do coronavírus?
7. Como o seu negócio foi impactado pela pandemia? Quais foram as principais dificuldades?
8. Como você buscou alternativas para solucionar essas dificuldades e fazer com que seu negócio sobrevivesse? O que já conseguiu fazer e quais resultados você teve?

9. Existem ações do governo que apoiaram o desenvolvimento do teu negócio? Você destacaria alguma?

10. Que ações você enxerga como necessárias que o Governo deva exercer a favor de pequenos negócios como o seu?

11. O que você espera de mudanças para o seu negócio e que soluções encontrar após a crise?