



CENTRO PAULA SOUZA



**CEETEPS-CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNÓLOGIA
“PAULA SOUZA”**

**ETEC DEPUTADO SALIN SEDEH
Curso Técnico em Administração**

AMANDA DI LUCCA MEIRA
BRUNA ALVES DE OLIVEIRA
CAROLINE SCHILAGI DE SOUSA
FELIPE RAUTER VIEIRA
MARIA EDUARDA FERNANDES
VITÓRIA DE OLIVEIRA.

EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo durante e pós pandemia

Leme-SP

2021

AMANDA DI LUCCA MEIRA
BRUNA ALVES DE OLIVEIRA
CAROLINE SCHILAGI DE SOUSA
FELIPE RAUTER VIEIRA
MARIA EDUARDA FERNANDES
VITÓRIA DE OLIVEIRA.

EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo durante e pós pandemia

Projeto apresentado na disciplina de Planejamento de Trabalho de Conclusão de Curso como requisito básico para a apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso do Técnico em Curso Técnico em Administração.

Orientador (a): Prof. Juliano Roberto Tambolini

Leme-SP

2021

RESUMO

Este estudo tem o objetivo de compreender a relevância do empreendedorismo, e os desafios enfrentados na pandemia e no pós-pandemia pelos empreendedores. O empreendedorismo é o processo de iniciativa de implementar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes. Em razão da pandemia eles tiveram que modernizar seus negócios, aprimorar seus conhecimentos, e informar-se cada vez mais sobre o cenário econômico, pois ocorreu um aumento no número de pessoas que começaram a empreender. Foram coletadas diversas informações referente ao tema, realizamos pesquisas, visando todas as notícias entre a pandemia e o pós pandemia dentro do empreendedorismo, como os empreendedores lidaram e ainda lidam com a situação da Covid -19.

Sob essa ótica, a pandemia afetou diversas empresas, resultando em um aumento no índice de desempregados, mas enquanto por outro lado, muitas empresas obtiveram sucesso nessa pandemia, no qual a principal causa foi as inovações implantadas em seu negócio.

Palavras chave: Empreendedorismo; Sucesso; Pós-pandemia.

ABSTRACT

This study aims to understand the relevance of entrepreneurship and the challenges faced by entrepreneurs in the pandemic and post-pandemic. Entrepreneurship is the initiative process of implementing new businesses or changes in existing companies. With the pandemic, they had to modernize their businesses, improve their knowledge and become increasingly informed about the economic scenario, as there was an increase in the number of people who started to undertake. A lot of information was collected on the subject, we did research, aiming at all the news between the pandemic and the post-pandemic within entrepreneurship, how entrepreneurs dealt and still deal with the situation at Covid -19. In this perspective, the pandemic affected several companies, resulting in an increase in the unemployment rate, but on the other hand, many companies were successful in this pandemic, whose main cause was the innovations implemented in their businesses.

Keywords: Entrepreneurship; Success; Post-pandemic.

SUMÁRIO

1. Questão Orientadora	6
2. Justificativa	6
3. Objetivo Geral	7
3.1. Objetivos Específicos.....	7
4. INTRODUÇÃO.....	8
5. DE ONDE SURTIU.....	9
5.1. COMO SURTIU E O QUE SIGNIFICA EMPREENDEDORISMO?	9
5.2. TRAJETÓRIA E NECESSIDADES	10
5.2.1. NECESSIDADE DO EMPREENDEDORISMO.....	10
6. O QUE SIGNIFICA	12
6.1. DIFERENÇA ENTRE EMPRESÁRIOS E EMPREENDEDORES	12
6.2. UM ESPÍRITO DE EMPREENDEDOR	13
6.3. PERFIL DO EMPREENDEDOR	14
6.4. GESTÃO EFICAZ DE UM EMPREENDEDOR.....	16
7. TIPOS DE EMPREENDEDORISMO NO BRASIL	17
7.1. INDIVIDUAL	17
7.2. INFORMAL.....	19
7.3. FRANQUIADO	19
7.4. COOPERATIVO.....	20
7.4.1. EMPREENDEDORISMO COOPERATIVO.....	20
7.5. SOCIAL	21
7.6. PÚBLICO.....	22
7.6.1. EMPREENDEDORISMO PÚBLICO	22
7.7. CORPORATIVO.....	22
8. OPORTUNIDADE E O PROCESSO DE EMPREENDER	24
8.1. COMO ENXERGAMOS UMA OPORTUNIDADE DE EMPREENDER	24
8.2. COMO INICIAR O PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO E TER SUCESSO	26
8.3. PRINCIPAIS DESAFIOS E COMO SUPERAR OS OBSTÁCULOS DE EMPREENDER NO BRASIL. .	27
9. EMPREENDEDORES DE SUCESSO	29
9.1. WALT DISNEY.....	29
9.2. LARRY PAGE: DAS PESQUISAS EM LIVROS PARA O GOOGLE	30
9.3. ABÍLIO DINIZ	31
9.4. COMO O MAGAZINE LUIZA LIDOU COM O MOMENTO DE PANDEMIA?.....	32
9.5. EMPREENDEDORISMO EM LEME-SP.....	34

9.6.	PERSONALITO	34
9.7.	CLOSET THAY GARCIA.....	36
10.	O EMPREENDEDORISMO NA MÍDIA DIGITAL	38
10.1.	COMO FUNCIONA O EMPREENDEDORISMO NA MÍDIA DIGITAL?	38
10.2.	PORQUE EMPREENDER NO MEIO DIGITAL?.....	38
10.3.	EMPRESA PERSONALITO:	39
10.4.	COMO EMPREENDER NO MUNDO DIGITAL E TER SUCESSO.....	39
11.	METODOLOGIA.....	41
12.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
13.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43

1. Questão Orientadora

Qual será o cenário que os atuais e futuros empreendedores poderão encontrar em um mundo pós pandemia?

2. Justificativa

O presente trabalho se justifica pelo crescimento do número de pessoas que começaram a empreender no país, buscando pequenas soluções num cenário de dificuldades, principalmente como o atual em estamos vivendo, num mundo pós pandemia.

Dessa forma nosso trabalho visa sanar dúvidas sobre o tema empreendedorismo, mais precisamente, o ato de empreender em um cenário diferente como o atual, trazendo informações necessárias e confiáveis para quem busca empreender, com base em diversos tipos de fontes de informações, e pesquisas aprofundadas sobre a tese.

A pesquisa irá caracterizar principalmente a relevância do tema para a atualidade, buscando influenciar e trazer pessoas e empresas, a estarem mudando seus hábitos e os incentivando após ler e conhecer o nosso trabalho, que há uma grande imensidão de soluções em meio aos problemas, não só do dia a dia de antes da pandemia, mas também em o que esperar de agora em diante, e como elas podem transformá-los com as orientações certas em negócios e lucratividade.

3. Objetivo Geral

Apresentar a relevância e características gerais do tema empreendedorismo, buscando sanar a falta de informação do tema, o qual não apresenta tanta repercussão quanto deveria, bem como abordar e apresentar o que um atual ou futuro empreendedor deve esperar de um mundo pós pandemia, como se preparar pra esse novo cenário.

3.1. Objetivos Específicos

- Mostrar a relevância e o impacto do empreendedorismo na pandemia e no pós;
- Trazer informações sobre o tema,
- Trazer exemplos de empreendedores e táticas de como permaneceram bem durante a pandemia;

4. INTRODUÇÃO

Em face do atual cenário que tem se encontrado várias empresas e países devido a pandemia que se alastrou pelo mundo, trazendo fome, desemprego, e uma imensidão de problemas, houveram pessoas que conseguiram enxergar oportunidade e transformar em soluções esses desafios os modificando em fonte de lucratividade e renda.

O Empreendedorismo tema antes que já vinha sendo discutido por alguns e desconhecido por outros mais do que nunca obteve um grande salto de crescimento durante a crise na saúde que abalou potências mundiais e o nosso país, dessa forma nosso presente trabalho, trás ao caro leitor o seguinte questionamento: Qual a importância do empreendedorismo na vida das pessoas? Como essas pessoas conseguiram transformar adversidades em alternativas de ganhar dinheiro e sair da porcentagem de pessoas que perderam seus empregos e estavam passando fome? A questão é, quais habilidades tiveram esses empreendedores para que seus negócios sobrevivessem e obtivesse sucesso? E como será que esse empreendedor se encontra nesse novo mundo pós pandemia?

Mais do que nunca é tentar entender e conhecer as vantagens que uma boa ideia jamais pensada pode trazer a um povo em situações de caos, e se tornar uma ótima opção para superar os desafios e inovar o mercado de trabalho, pois apenas empresas com grande potencial de ideias inovadoras conseguiram permanecer e obter êxito durante e no pós-pandemia.

Assim sendo, este trabalho tem como enfoque salientar sobre as mudanças que essa crise trouxe e deixará na no mundo dos negócios, trazendo informações necessárias baseadas em pesquisas confiáveis e casos reais, mas com dicas e aprendizados que trará você, a esse grandioso mundo de possibilidades e mudanças e de como, e por onde deve começar, os sinais e habilidades que precisa e a mudanças positivas que pode gerar no dia a dia, ambiente de trabalho ou empresa.

5. DE ONDE SURTIU

5.1. COMO SURTIU E O QUE SIGNIFICA EMPREENDEDORISMO?

O nome 'empreendedorismo' vem da palavra 'entrepreneur' que significa 'aquele que assume riscos e começa algo novo', tendo sua origem em 1725. E desde então, o conceito evoluiu muito, mas continua sempre apegado a ideia de inovação, seja ela na criação de novas empresas e produtos, e sua implementação em novos negócios ou até mesmo já existentes." (Ivan de Souza, 2020).

Já quando falamos sobre como surgiu o empreendedorismo é de fato um dos maiores questionamentos de quem se interessa pelo tema e tem muita vontade de se tornar um empreendedor, dessa forma o primeiro indício do termo e exemplo de definição de empreendedorismo surgiu quando Marco Polo tentou estabelecer uma rota comercial para o oriente assinando um contrato com um homem que possuía muito dinheiro para vender as mercadorias deste, dessa forma correndo todos os riscos físicos, e emocionais de um empreendedor. Mas só apenas no século XVII que o importante escritor e economista do período Richard Cantillon, considerado por muitos um dos criadores do termo, foi um dos primeiros a diferenciar o empreendedor como aquele que assumia riscos, do capitalista- aquele que fornecia capital. (DORNELAS, 2008).

Devido que naquela época aumentou o surgimento de acordos entre a burguesia e o governo para produção, dando um grande salto no termo também após a revolução industrial que reformulou o mercado e a economia.

Assim após diferenciados, o tema se desenvolveu como um serviço de criação diferenciada e valorizada, que envolve dedicação de tempo, esforço, assumida de riscos financeiros, psicológicos e sociais, além da contribuição com as necessidades sociais e a busca pela satisfação econômica (Iped Cursos,2001)

Como surgiu o empreendedorismo é de fato um dos maiores questionamentos de quem se interessa pelo tema e tem muita vontade de se tornar um empreendedor, dessa forma o primeiro indício do termo e exemplo de definição de empreendedorismo surgiu quando Marco Polo tentou estabelecer uma rota comercial para o oriente assinando um contrato com um homem que possuía muito dinheiro para vender as mercadorias deste, dessa forma correndo todos os riscos físicos, e emocionais de um empreendedor. Mas só apenas no século XVII que o importante escritor e economista do período Richard Cantillon, considerado por muitos um dos criadores do termo, foi

um dos primeiros a diferenciar o empreendedor como aquele que assumia riscos, do capitalista- aquele que fornecia capital. (DORNELAS, 2008).

Devido que naquela época aumentou o surgimento de acordos entre a burguesia e o governo para produção, dando um grande salto no termo também após a revolução industrial que reformulou o mercado e a economia.

Assim após diferenciados, o tema se desenvolveu como um serviço de criação diferenciada e valorizada, que envolve dedicação de tempo, esforço, assumida de riscos financeiros, psicológicos e sociais, além da contribuição com as necessidades sociais e a busca pela satisfação econômica (Iped Cursos,2001).

5.2. TRAJETÓRIA E NECESSIDADES

5.2.1. NECESSIDADE DO EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo se faz necessário uma vez que é o coração da economia, é o que faz tudo girar, mas porque ele é de extrema importância para a economia? Porque o empreendedor é aquele que precisa se reinventar, que tem uma ideia inovadora, consegue enxergar ali uma oportunidade e tem a vontade de arriscar naquilo.

O empreendedor, palavra chave de nosso TCC, se faz necessário para o mundo de trabalho visto que consegue a partir de uma ideia reduzida custos e desperdícios, em várias áreas do mercado (como construção civil, agricultura, indústria têxtil, comércio de bijuterias, roupas, cosméticos, eletrônicos entre tantas outras) ajudando a gerar empregos e fazendo assim toda uma economia continuar girando.

De acordo com tudo o que foi abordado, podemos chegar a uma conclusão a qual o pesquisador Simon C. Parker chegou em seu artigo "Empreendedorismo, Normas e o Ciclo Econômico" (Entrepreneurship, Norms, and the Business Cycle), de que o número de empreendedores cresce junto e acompanha o crescimento econômico, e que empresas que criam um número desproporcional de novos empregos, e aqueles que se encontram em situação de desemprego, tendem à se tornarem empreendedores no futuro.

De modo geral a prática de empreender se torna necessária e essencial para uma sociedade, pois além de tudo já citado anteriormente, ajudam a desenvolver novas tecnologias e criar novos produtos e serviços que apresentam valor significativo

para o mercado de consumo, e a ampliação tecnológica é um dos principais fatores que mantêm os países desenvolvidos

6. O QUE SIGNIFICA

6.1. DIFERENÇA ENTRE EMPRESÁRIOS E EMPREENDEDORES

Apesar de normalmente serem palavras associadas à mesma coisa, na prática, há uma grande diferença entre esses dois perfis.

O empreendedor sabe identificar problemas e oportunidades, desenvolve soluções e investe em recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser abrindo um negócio ou concebendo um projeto. Sua postura é focada na paixão por ter ideias, inovar e gerar riquezas e mudanças no cotidiano das pessoas.

O empreendedor costuma ser identificado pelas seguintes características:

- Tem iniciativa;
- É persistente;
- Planeja suas ações;
- Tem autoconfiança;
- É líder;
- Age com coragem;
- Preza pela eficiência;

Já o empresário é aquele que possui um ótimo conhecimento em técnicas de administração como planejamento e controle financeiro, marketing, vendas e gestão de pessoas. Ele pode até possuir algumas das características do empreendedor. Mas suas competências estarão sempre voltadas para a perpetuação do negócio ou da empresa.

Ao contrário do empreendedor, o empresário não é um realizador de novas ideias somando criatividade e imaginação. Ele dificilmente corre os riscos de um empreendedor. Importa ter uma visão mais concreta do que é ter e gerenciar um negócio. O empresário quer manter rotina financeira, gerenciar equipe ou aumentar vendas. Basicamente, ser empresário é uma profissão, enquanto ser empreendedor está muito mais ligado a uma postura, uma forma de ver o mundo. Ou seja, empreendedor é paixão, empresário é profissão.

6.2. UM ESPÍRITO DE EMPREENDEDOR

O conceito "Espírito de empreendedor" não é algo que todos têm, é algo que poucas pessoas adquirem com o tempo e muitas delas já nascem com esse dom. Não basta querer ser empreendedor, tem que saber empreender, saber lidar com os desafios, com seus erros e os erros de outras pessoas, se arriscar sem medo, ser otimista, ter autoconfiança, persistência, fazem disso um Espírito de empreendedor.

Sempre importante lembrar que os empreendedores são pessoas determinadas, que sentem a necessidade de realização, buscam inovações para que façam a diferença, veem as oportunidades e as agarram, são persistentes e determinados quanto aos seus objetivos.

Características de espírito de empreendedor:

- Persistência
- Determinação
- Autoconfiança
- Reconhecimento
- Qualidade
- Eficiência
- Metas
- Planejamento
- Independência
- Visão de futuro
- Atitude
- Foco
- Coragem

6.3. PERFIL DO EMPREENDEDOR

Como já foi abordado anteriormente em nosso trabalho, o empreendedor nada mais é do que aquele que tem um objetivo final e que traça os passos que deve seguir e como executá-los de maneira coerente para obter êxito. Segundo Filion (1999a) o empreendedor é aquele que é capaz de realizar seus sonhos, como se a realidade fosse uma projeção de sua mente, é aquele que imagina, realiza e desenvolve visões. (FILION, 2004).

Se pararmos para analisar calmamente casos de empreendedores que obterão bons resultados em seus projetos, poderemos perceber que na grande maioria dos casos algumas características irão prevalecer e ser apresentadas pelos mesmos, porém assim como algumas pessoas já nascem com essas características fortemente notáveis, outras também podem aprender a desenvolvê-las com o decorrer do tempo.

De acordo com o blog Sebrae, algumas das principais das características são:

INICIATIVA E BUSCA POR OPORTUNIDADES

Acaba sendo instantâneo pensar na palavra iniciativa quando falamos sobre o tema empreendedorismo, e sim, uma pessoa empreendedora é aquela que está antecipada aos fatos e que busca criar oportunidades de negócios, sendo ele um produto inovador ou um serviço. Geralmente essas pessoas são proativas e sabem como agir diante à crises, sem entrar em pânico e desespero.

PERSISTÊNCIA

Se não for a principal característica de um empreendedor é uma das mais primordiais. Um bom empreendedor deve estar ciente de que irá passar por desafios para obter sucesso, então desistir não deve ser uma opção. Deve-se reavaliar seu plano de ação, seu produto, suas ideias, fazer de tudo, mas nunca parar um projeto e esquecê-lo por conta das adversidades encontradas no caminho.

CÁLCULO DE RISCOS

Essa característica, nada mais é do que pensar em todos os riscos que sua ideia pode apresentar durante o percurso, como problemas econômicos, com fornecedores, ou na estrutura física do projeto. Esses imprevistos podem ser calculados e planejados, para reduzir as chances de erro e aumentar a probabilidade do sucesso.

PREOCUPAÇÃO COM A QUALIDADE E EFICIÊNCIA

Um bom empreendedor, apresenta em seu perfil a busca por sempre fazer o melhor, satisfazer seu cliente com algo de boa qualidade, sendo assim o perfeccionismo e a atenção aos detalhes são comuns entre os empreendedores.

COMPROMETIMENTO

O empreendedor deve estar totalmente entregue a sua ideia, visto que a maior parcela do sucesso ou fracasso estará sobre ele, sendo assim o empresário deverá trabalhar e organizar/liderar bem sua equipe.

BUSCA DE INFORMAÇÕES

O bom empreendedor nunca está parado, então ele deve sempre estar por dentro das notícias, buscando saber sobre novidades que possam afetar positivamente ou não seu negócio, busca saber sobre o mercado atual, seus clientes, fornecedores e concorrentes.

TER METAS DEFINIDAS

É preciso saber onde quer que seu negócio chegue, então para isso é importante ter definido os objetivos de curto e longo prazo de uma determinada empresa, e o que ela, deve fazer para alcançá-los com total satisfação.

PLANEJAMENTO

O planejamento e a organização são características essenciais de um bom empreendedor, organizar tarefas de maneira objetiva e com prazos definidos ajudam a avaliar resultados, e passar por grandes desafios.

PERSUASÃO E REDE DE CONTATOS

A persuasão consiste em saber vender o seu produto, passar a sensação de que é algo necessário para o cliente, que ele vai o satisfazer; já a rede de contatos corresponde ao uso de estratégias para influenciar pessoas e fornecedores a te ajudarem a alcançar seu objetivo.

INDEPENDÊNCIA E AUTOCONFIANÇA

Com o decorrer do desenvolvimento do projeto, o empreendedor deverá ter responsabilidade para saber tomar decisões importantes sozinho, o que demanda de independência e autoconfiança para assumir riscos e empreender com determinação e otimismo.

6.4. GESTÃO EFICAZ DE UM EMPREENDEDOR.

Para o empreendedor obter sucesso com sua ideia inovadora, ele depende de diversos fatores, como por exemplo, ter uma gestão eficaz, que é uma peça essencial para levar o seu negócio ao sucesso.

Uma gestão eficiente é composta por um conjunto de ações e planejamentos que visam melhorar a produtividade e competitividade de uma empresa, e garantir a efetividade dos serviços prestados. Se o gestor conseguir unir uma boa gestão de pessoas e uma boa administração dos recursos, junto com as capacidades de empreendedorismo em seu negócio, terá tudo para ter uma gestão eficaz e usufruir de todos os benefícios, o que será um grande passo para obter o sucesso.

7. TIPOS DE EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

7.1. INDIVIDUAL

O empreendedor individual é aquele que cria sua empresa sozinho, sem contar com sócios. É importante esclarecer que esse termo se difere da nomenclatura de Empresário Individual (EI) que, nesse caso, se refere a um tipo jurídico de empresa estabelecida no Brasil.

O empreendedor individual pode optar por formalizar a sua empresa na categoria de Empresário Individual (EI), podendo escolher o regime tributário Simples Nacional que se caracteriza por oferecer uma carga tributária bem mais leve (O planejamento tributário é a maneira que uma empresa encontra, dentro dos meios legais, de obter um menor tributo fiscal em cima dos produtos e serviços oferecidos no mercado). Ao escolher essa categoria, é importante saber que o empreendedor responde de forma ilimitada pelos débitos da sua empresa.

O empreendedor individual, pode escolher outros tipos jurídicos para enquadrar a sua companhia, lembre-se de que a formalização é essencial para se manter operando.

Outros modelos jurídicos que podem ser adotados:

MEI (MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL)

Para se tornar um MEI, é necessário que a sua empresa realize uma das mais de 500 atividades relacionadas no catálogo disponível no site. Vale ressaltar que quem se torna MEI não pode ter sócios e nem ser sócio de outros empreendimentos. Além disso, é permitido contratar apenas um funcionário, que deverá receber um salário-mínimo ou o teto da categoria. O MEI é automaticamente enquadrado no regime tributário do Simples Nacional. Para se enquadrar nessa categoria, é necessário que a empresa fature no máximo R\$ 81 mil por ano de forma proporcional ao longo dos 12 meses. É possível se tornar um MEI através do Portal do Empreendedor.

ME (Microempreendedor)

Na categoria de microempresa se encaixam os empreendimentos que faturam até, no máximo, R\$ 360 mil por ano. A ME possui CNPJ e pode se enquadrar em categorias individuais ou com sócios.

O ME possui quatro categorias:

- Sociedade simples

Entram nessa categoria profissionais como advogados, dentistas, médicos, entre outros, que trabalham prestando serviços de cunho pessoal. A presença de um sócio é obrigatória.

- EIRELI

Essa sigla significa Empresa Individual de Responsabilidade Limitada, nessa configuração não há sócios. A grande vantagem de uma EIRELI é que os patrimônios pessoal e empresarial são separados, logo, há mais proteção para o empreendedor em caso de dívidas da pessoa jurídica.

- Sociedade empresária

Configura-se em uma sociedade limitada em que há a presença de um sócio.

- Empresário Individual

Se trata de uma categoria que não demanda um investimento elevado de capital. Nessa categoria, os patrimônios pessoais e empresariais do empreendedor não são separados, isso significa que bens pessoais podem ser usados para quitar dívidas da pessoa jurídica.

EPP (EMPRESA DE PEQUENO PORTE)

O EPP consiste em empresas cujo faturamento anual fica entre R\$ 360 mil e R\$ 4,8 milhões. Se for um negócio atuante nos setores de serviços e comércio, pode ter entre 10 e 49 colaboradores. Já se for uma empresa atuante no setor de indústria, pode ter entre 20 e 99 funcionários.

Dependendo do faturamento, a EPP pode pagar valores distintos de impostos, é importante acessar o site da Receita Federal para fazer o cálculo das tarifas. Do ponto de vista jurídico, ME e EPP recebem tratamentos diferentes, então, antes de optar por um ou outro sistema é importante conhecer esses detalhes. Isso permitirá encontrar a melhor alternativa para a sua companhia.

7.2. INFORMAL

O empreendedor informal é aquele que podemos chamar também de empreendedor por necessidade. É aquele empreendedor que não tem visão a longo prazo para o seu negócio, ele só precisa ganhar o suficiente para satisfazer as suas necessidades daquele momento, não tem um plano, uma ambição para fazer seu negócio crescer e lucrar, no geral são os vendedores ambulantes, as barraquinhas de rua etc.

Nesse tipo de empreendedorismo a pessoa cria seu negócio porque não tem alternativa, pode ser porque acabou de ser demitido ou porque não consegue uma oportunidade de emprego no mercado de trabalho.

Essa forma de empreender é considerada como um problema social e governamental. Social porque apesar de apresentar iniciativa e buscar uma alternativa para a subsistência não agrega no desenvolvimento econômico, e governamental já que não contribuem com o pagamento dos impostos.

7.3. FRANQUIADO

No empreendedorismo de franquias temos dois exemplos de empreendedores: O franqueado e o franqueador.

O franqueador é aquele que fez com que surgisse o seu comércio, ele é o dono, é aquele que teve a iniciativa de abrir o seu negócio, ele é um empreendedor pois começou tudo do zero. Visando o crescimento de seu comércio a maioria dos franqueadores abre oportunidades para os franqueados colocar suas ideias em ação e ajudar a empresa dele crescer, assim abrindo várias filias por estados e até mesmo países.

O franqueado é aquele que já tinha a ideia do comércio, porém não começou do zero como o franqueador, às vezes por medo, insegurança de poder dar errado. Como o franqueador disponibiliza a oportunidades de franquias, o franqueado compra essa franquia e assim ele cresce de uma forma rápida.

Como diz o autor: "HASHIMOTO, MARCOS (2013) Nesse mesmo sentido, o franqueador não é empreendedor, necessariamente, pois ele não está mais começando o seu negócio, está em outra etapa, fazendo a expansão do empreendimento. Não existe uma unanimidade em torno do uso da palavra 'crescimento' em definições de empreendedorismo e por isso podemos dizer que o

franqueador empreendeu no passado, quando começou o seu negócio, mas não agora, para fazer o negócio prosperar.

A grande vantagem da franquia é a adoção de um modelo padronizado, no qual há pouco ou nenhum espaço para fazer coisas diferentes, há pouco espaço para criar e inovar. Podemos dizer então que o franqueado não é empreendedor.

Resumindo, expansão de um negócio por meio de franquias não é empreendedorismo, mas a abertura de uma franquia é empreendedorismo, ao mesmo tempo, o franqueador é empreendedor, mas o franqueado não."

7.4. COOPERATIVO

7.4.1. EMPREENDEDORISMO COOPERATIVO

O Empreendedorismo Cooperativo é o processo em que um grupo de pessoas dispõe de recursos financeiros e não financeiros para lançar uma nova ou até reformar uma cooperativa já existente, para assim também satisfazer as necessidades socioeconômicas e culturais desses membros. Através delas, os empreendedores buscam trazer criatividade, inovação e gestão estratégica.

As cooperativas podem ser tanto organizações empresariais como organizações sociais. Como organizações empresariais, são organizadas por pessoas com um mesmo objetivo para satisfazer determinadas necessidades econômicas desse mesmo grupo. Podem ser elas cooperativas de: crédito, banco, marketing, serviço, distribuição ao consumidor, etc. Quem atua nessa área, trabalha em linhas de negócios, aplicando todos os negócios e técnicas de gestão, até porque competem com outros setores muito fortes da economia, tanto setor privado quanto público, eles ganham um excedente, o que é chamado de lucro para administrar a instituição.

Já as cooperativas como organizações sociais, neste caso, é uma combinação ou mistura tanto do serviço econômico quanto do benefício social, elas trabalham para, por exemplo, ajudar pessoas em situações de necessidade, pessoas desfavorecidas na comunidade, eles pregam e praticam a igualdade em suas funções, fornecem equidade em seus serviços. E além de tudo, ajudam a evitar a exploração de pessoas que não tem como se defender, como comerciantes privados e agricultores.

Portanto, o empreendedorismo cooperativo, é muito útil para ajudar a levar benefícios à população.

7.5. SOCIAL

De acordo com (LEGNAIOLLI,2021) O empreendedorismo social é uma forma de empreendedorismo que tem como objetivo principal produzir bens e serviços que beneficiem a sociedade local e global, com foco nos problemas sociais e na sociedade que os enfrenta mais proximamente, ou seja são empresas que buscam gerar mudanças e trazer soluções que beneficiam pessoas, lugares em situações vulneráveis.

Nesse tipo, o empreendedor não coloca como foco principal a obtenção do lucro, e sim toma uma iniciativa para resolver um problema, atender uma necessidade social, normalmente percebida em sua localidade, na comunidade onde ele vive e/ou trabalha (Júnior,2020).

Nessa espécie de negócio ambos os lados saem ganhando, e qualquer empresa de determinado segmento pode se tornar parte da iniciativa, pois esse empreendimento traz vantagens como favorecer a economia local, gerar empregos, colocar produtos no mercado com preços acessíveis a essas pessoas carentes, tornando a empresa com uma reputação positiva ao se tornar responsável por essas ações.

Segundo (Fameli,2017) para ser um empreendedor social você precisa ter características como:

Perfil: Para ser um empreendedor social é necessário ser arrojado, e ter filantropia, pois é necessário ter atitude solidária com o próximo, com os impactos e a transformação social, muito além dos lucros da empresa. O perfil desse empreendedor não abandona o tradicional modelo dos negócios, apenas utiliza dos seus métodos para buscar inovação e práticas responsáveis de forma revolucionária.

Inovação: No momento em que vivemos, com a competição cada vez mais acirrada, não basta ter boas ideias. Participar do empreendedorismo social demanda também inovação e participação da vida comunitária por meio da empresa. Isso se torna inclusive um diferencial perante os concorrentes, por exemplo, para empresas que mostram preocupação sustentável com seus produtos.

Ampla atividade: Não existem restrições de negócio para praticar o empreendedorismo social. É possível atuar em uma empresa voltada à saúde, tecnologia, educação ou até mesmo comércio. O ramo do negócio não é o mais importante, e sim as maneiras de exercer a sustentabilidade de dentro para fora.

Apoio mundial: Existem diversas entidades internacionais que apoiam e investem nos empreendedores sociais. No Brasil, por exemplo, existem três organizações que se destacam nessa modalidade, e criaram diversas parcerias em rede global. Foi criada até mesmo uma premiação aqui no país, chamada Prêmio.

7.6. PÚBLICO

7.6.1. EMPREENDEDORISMO PÚBLICO

De acordo com (DIAS, Reinaldo), o empreendedorismo público pode ser visto como uma força criativa destrutiva, no centro de uma agenda de transformações que envolve quebrar velhas mentalidades, criando visões de longo prazo e derrubando velhos pensamentos, processos, programas, ou até mesmo as organizações, a fim de instituir algo, que se espera que seja mais eficaz em seu lugar. Nesse cenário, o empreendedorismo público apresenta três características genéricas principais: estar alerta às oportunidades; ter habilidade de tomar decisões em momentos de incerteza; e inovar de forma ousada e criativa.

Como foi dito por (DIAS, Reinaldo), os empreendedores públicos devem estar particularmente preocupados com o aumento da capacidade do governo para responder às questões de qualidade de vida. As abordagens inovadoras, recorrendo ao espírito empreendedor, podem envolver medidas como incorporar os idosos em atividades produtivas, canalizar a energia e vitalidade da juventude para a realização do bem público, encontrar formas criativas de utilização dos espaços privados desocupados, reordenar o uso e ocupação do solo, descentralizar e profissionalizar o atendimento na saúde, entre outros.

7.7. CORPORATIVO

De acordo com (Marques,2019), O empreendedorismo corporativo é o processo de aplicar talentos e investimentos em um negócio próprio, porém sem a necessidade de abrir uma empresa, mas atuando dentro da organização a qual trabalha. O empreendedor corporativo pode ser o próprio dono da empresa, como também líderes, gestores ou os próprios colaboradores.

Esses profissionais buscam melhorar o ambiente em que trabalham inovando, trazendo ideias e soluções para maximizar, melhorar com o objetivo de fazer a empresa crescer, pois ele não assume os riscos do negócio apenas atua com

inovação e criatividade no desenvolvimento de novas soluções para a organização em que trabalha (Unopar, 2021).

É de suma importância que as empresas deem espaço para que haja esse profissional dentro da empresa, pois a organização que não busca valorizar ou dar a chance a esse empreendedor, pode acabar dando de cara com um futuro adversário ou que suas habilidades caiam nas mãos de seu maior concorrente.

As vantagens de se ter esses especialistas são várias de acordo com (Coutinho, 2021), podemos citar:

- **Economia:** nesse tipo de empreendedorismo não necessita que você faça uso do seu dinheiro pessoal ou tenha acesso a investimentos para ter um empreendimento, porque se a empresa ver que seu projeto é viável e trará bons ganhos, ela mesmo irá fornecer o capital e toda a estrutura disponível para o desenvolvimento do projeto.

- **Colaboração dos funcionários:** o funcionário que atua com o intraempreendedorismo passa a entender que através do trabalho em equipe, as chances de obter sucesso no projeto aumentam trazendo mais resultados para eles próprios e também para empresa em que atuam.

- **Aumento da produtividade:** Quando os colaboradores passam a entender o real propósito por trás do projeto que está em execução, a produtividade tende a aumentar e o time tende a se tornar mais colaborativo. Com isso os funcionários irão ganhar maior visibilidade por parte da empresa, se capacitarão e terão prioridades na hora de conseguir uma efetivação.

Tendo em vista os aspectos observados para se tornar um profissional nesse ramo o indivíduo precisa ter características como: proatividade para que possa antever problemas e buscar soluções antes que eles aconteçam; interdisciplinaridade para dialogarem com outras áreas afim de as melhores soluções para o negócio; motivação para que possam suportar as pressões que os processos de mudança trazem consigo, e por fim inovação definida como a principal característica desse perfil, pois o esforço de encontrar soluções novas para problemas ajuda a empresa a crescer de forma sustentável sem a necessidade de diversos investimentos (Nunes, 2019).

8. OPORTUNIDADE E O PROCESSO DE EMPREENDER

8.1. COMO ENXERGAMOS UMA OPORTUNIDADE DE EMPREENDER

De acordo com (Dal Bó,2017) todo empreendedor deve saber que uma boa ideia é uma condição necessária, mas não suficiente, para se lançar à criação de um novo empreendimento, ou seja para identificar uma oportunidade é preciso antes distinguir que uma ideia nem sempre será uma oportunidade de negócio.

Uma oportunidade sempre vai caminhar lado a lado da chance de sucesso. Se é oportuno, é porque pode dar certo. Se há uma oportunidade de negócio, é porque há condições para que aquela atividade empresarial frutifique. (Gerando Empreendedores,2020)

Segundo (MARQUES, 2018) para isso existem táticas e dicas que o empreendedor precisa saber ou ter, para que dê certo, dentre elas estão:

Identificar seu perfil: Identificar que tipo de segmento você quer atuar é muito importante, pois sabendo as atividades que tenham a ver com o seu perfil, vai unir oportunidade e satisfação pessoal, o que facilitará na hora de empreender.

Já que segundo as palavras de (DORNELAS 2008) os jovens empreendedores tendem a arriscar tudo por negócios com alto potencial de lucro, porque acham que ganhar dinheiro é o objetivo principal, não importando o tipo de negócio. Quando ficam mais experientes percebem que estavam errados e que só serão bem sucedidos se atuarem em algo que realmente gostam.

Avaliar as tendências do mercado:

Ficar atento às novidades e tendências do mercado, seja ela em curto prazo, presentes hoje no ambiente empresarial, ou longo prazo (aquelas ideias que permanecerão por longos anos), se atente aos novos investimentos, quais segmentos de mercado têm sido mais lucrativos e quais são os que você tem condições financeiras para investir (MARQUES,2018).

Ter boas ideias:

Os empreendedores de sucesso estão sempre atrás de novas ideias de negócio e de verdadeiras oportunidades de mercado, ficando atento a tudo que ocorre a volta deles (DORNELAS,2018).

Assim sendo, identifique um problema e busque uma solução inovadora que atenda a necessidade de um público, para que ela se transforme em produtos ou serviços. (MARQUES, 2018)

Saber que oportunidades são passageiras:

Apesar de você ter uma boa ideia, um bom produto ou serviço que atenda as necessidades de seu público alvo, o empreendedor precisa ter em mente que daqui a seis meses essa ideia pode não servir mais, dessa forma é de suma importância que ele procure se atualizar constantemente para que ela não saia do mercado (MARQUES,2018).

Conhecer seu cliente:

Conhecer seu público alvo, suas necessidades, desejos e anseios, é extremamente necessário para saber o que eles esperam do produto ou serviço que você pretende investir, se eles vão ser no mercado um grande diferencial e agregador de valor na vida dessas pessoas.

Assim foi o que aconteceu com muitas pessoas na pandemia, que conseguiram identificar oportunidades em meio a crise que o vírus trouxe ao país e começaram seus empreendimentos por necessidade, já que nesses tempos de crise, há menos capital disponível e as pessoas tendem a gastar menos fator que que virou solução para muitos.

Entretanto além do que foi abordado, saber se planejar e ter um plano de negócios é muito importante, pois se um bom planejamento estratégico já é essencial em tempos de crescimento, durante uma crise nem se fala, por isso você deve se dedicar à elaboração do plano de negócio e ficar atento aos movimentos do mercado. (ROVEDA, 2021).

Portanto, podemos concluir que não é difícil identificar oportunidades para que possa começar um empreendimento, basta que você coloque em prática todos os aspectos, e táticas abordadas, se mantenha em constante atualização buscando soluções para novos problemas que vão surgindo assim como foi o caso do Vírus COVID-19.

8.2. COMO INICIAR O PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO E TER SUCESSO

O processo de desenvolvimento de um novo empreendimento é recomendado ser todo planejado e estruturado, contemplando todas as fases incluindo as negociações e acordos com os potenciais Stakeholders, tudo isso antes de sair gastando dinheiro. É uma maneira de aumentar significativamente as chances de obter sucesso em seu empreendimento.

Esse processo de desenvolvimento é dividido em 4 etapas, que são elas: A identificação da oportunidade de negócio; A criação da proposta de valor; A criação do modelo de negócio; e a estruturação de empreendimento.

A IDENTIFICAÇÃO DA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO:

Esta etapa se constitui a mais difícil no processo empreendedor. Esta fase implica em identificar uma oportunidade e analisar a sua potencialidade no que se refere a itens como: necessidades de mercado, potencial da concorrência e de mercado e ciclo de vida do produto. Resumidamente, a oportunidade de negócio é exatamente a chance de “vender a solução para os problemas ou para os desejos não atendidos”.

O Sucesso na identificação de uma oportunidade de negócio pode ser expresso através da fórmula: Sucesso = Visão da Oportunidade X Conhecimento X Espírito Empreendedor.

A CRIAÇÃO DA PROPOSTA DE VALOR:

A Proposta de Valor pode ser definida como a soma total dos benefícios que são prometidos e entregues ao cliente, em retorno ao seu pagamento. Basicamente, é “o que” o negócio vai entregar para os potenciais clientes para atender suas necessidades ou desejos.

A falta de uma clara proposta de valor, aquela que é percebida e valorizada pelo potencial cliente, pode ser um grande problema para os empreendedores, já que é uma das principais causas da mortalidade de novas empresas.

A CRIAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO:

O Modelo de Negócio detalha como e onde será realizada a pesquisa de mercado, o desenvolvimento dos produtos e/ou serviços da empresa, como será estabelecida toda a cadeia de suprimentos, as operações, os modelos de gestão e de marketing, a cadeia de distribuição, a rede de assistência técnica e a reciclagem dos produtos. Isto tudo levando em consideração o contexto do mercado. Ou seja, o

modelo de negócio ideal é aquele que direciona a criação do empreendimento, de modo que atinja seus objetivos, utilizando o mínimo de recursos (Dinheiro, tempo, matérias primas, espaço físico, pessoas, etc.).

A ESTRUTURAÇÃO DE EMPREENDIMENTO:

É nesta fase onde todas as atividades identificadas anteriormente são colocadas em prática. A estruturação pode também ser chamada de “amarração” do empreendimento; é o processo de busca e de identificação dos Stakeholders e da conciliação dos seus interesses, com o objetivo de obter os recursos necessários para fazer o empreendimento se materializar. A fase de estruturação do empreendimento tem por fim criar credibilidade para o negócio.

No entanto, a gestão de uma empresa não é tão simples o quanto parece. O empreendedor deve reconhecer as suas limitações, recrutar uma excelente equipe de trabalho para colaborar na gestão da empresa, implementar ações que minimizem os problemas e maximizem os lucros, ou melhor, produza mais com o mínimo de recursos necessários, conjugando eficiência e eficácia. Não adianta identificar uma excelente oportunidade de negócio, desenvolver detalhadamente o plano de negócios, captar os recursos necessários para iniciar as atividades se o empreendedor não tiver capacidade administrativa para gerir o seu negócio.

8.3. PRINCIPAIS DESAFIOS E COMO SUPERAR OS OBSTÁCULOS DE EMPREENDER NO BRASIL.

Não é nenhuma novidades que todo empreendedor, seja ele de grande ou pequeno negócio, enfrenta vários desafios ao longo do seu trabalho. Sejam eles uma crise financeira, dificuldade na parte de gestão de pessoas ou financeira, ou até mesmo alguma mudança de lei que atinja o setor do qual seu negócio faz parte.

De acordo com isso, com o intuito de informar e ajudar, o site "endeavor" publicou a "Pesquisa Desafios dos Empreendedores Brasileiros" com o apoio da Neoway e coleta de informações do Datafolha.

Os cinco principais obstáculos apontados na pesquisa são:

- I. Gestão de pessoas: Esse item de nossa lista, foi o mais apontado pelo grupo de empreendedores entrevistados, pode parecer irônico, mas empresas de médio e grande porte sentem dificuldade na parte de gestão de pessoas, mesmo com as mesmas sendo o maior ativo que a empresa pode ter. O principal obstáculo nesse item consiste basicamente em ter bons líderes, em

saber reconhecer e contratar pessoas com senso de liderança e que possam ajudar a empresa, nesse caso a alternativa mais viável seria oferecer cursos preparatórios para os funcionários, contratar pessoas voltadas para a parte administrativa ou de recursos humanos e até mesmo se atentar os pequenos detalhes no momento da entrevista de emprego.

- II. Gestão financeira: De forma geral, esse item está voltado para a parte financeira de um negócio, em como manter uma empresa em pé mesmo com a crise, segundo 48% dos empreendedores entrevistados os custos de uma empresa estão aumentando acima da receita, um sinal da pressão da inflação dos últimos tempos.
- III. Burocracia: Nessa parte da pesquisa, podemos notar como os empreendedores gerais vêm decrescendo no mercado, esse é um ponto chave se pararmos para analisar calmamente, enquanto empreendedores que já estão no mercado a algum tempo e já possuem uma certa tranquilidade em relação a ter capital suficiente para manter a empresa podem focar em como crescer e evoluir a cada passo, para uma pessoa que está começando agora é muito difícil conseguir manter uma empresa regularizada perante ao governo, tendo todo o investimento inicial a ser pago, fora todos os impostos exigidos.
- IV. Inovação: Segundo os empreendedores gerais entrevistados, essa é uma grande barreira a ser ultrapassada, uma vez que empresas estão privilegiado cada vez mais a promoção de funcionários que tem um espírito inovador e dinâmico na tomada de atitudes.
- V. Marketing e vendas :Esse é um ponto que preocupa muito não só os empreendedores novos no mercado, mas também os empreendedores de alto impacto, que buscam sempre novas formas de surpreender e satisfazer seus clientes e gerar outros novos

9. EMPREENDEDORES DE SUCESSO

9.1. WALT DISNEY

Walter Elias Disney, conhecido como Walt Disney, foi um produtor cinematográfico, cineasta, diretor, roteirista, dublador, animador, empreendedor, filantropo e cofundador da The Walt Disney Company. Tornou-se famoso por seu pioneirismo no ramo das animações com a Disney, tendo produzido o primeiro longa-metragem de animação, Branca de Neve e os Sete Anões (1937), e pelos seus personagens de desenho animado, como Mickey e Pato Donald. Ele foi um empresário norte-americano. Fundou junto com o irmão Roy Disney, a Walt Disney Company. Criou o maior estúdio de animação de Hollywood, e os parques temáticos da Disney, na Califórnia, na Flórida, na França, no Japão e em Hong Kong. Ao longo da sua vida foi um símbolo da indústria da animação e um ícone da cultura popular.

E como os parques da Disney lidaram com a pandemia e o pós-pandemia?

A pandemia de Covid-19 teve impactos drásticos no mundo da Disney. Em janeiro de 2020, muitos parques tiveram de fechar as portas. Esta é a primeira vez na história que os parques da Disney não estiveram abertos em alguma parte do mundo. O sol realmente se pôs no império da Disney. Com todo esse impacto eles não tiveram muitas opções e não agiram como empreendedores durante esse momento, apenas mantiveram fechados os parques.

A dinâmica do complexo da Disney está diferente, no pós-pandemia. E muitas das experiências icônicas de uma visita aos parques não estão disponíveis ou foram modificadas. Segue algumas alterações para a segurança da população:

Para começar, a primeira grande mudança que todo mundo que pretende visitar os parques precisa saber que é preciso fazer um agendamento antecipado da visita, escolhendo o dia e parque desejado. É o chamado Disney Park Pass e, sem esse agendamento, a entrada no parque não é permitida. Essa é a forma da Disney controlar a quantidade de visitantes em um parque em determinado dia, a fim de manter a ocupação mais baixa e garantir o distanciamento entre os visitantes, sem superlotação. Além de implementar um novo sistema de reserva e de segurança, é preciso usar máscaras, seguir as medidas de distanciamento social, cumprir com a capacidade reduzida para tudo e verificações de temperatura. Mesmo com essas novas medidas, os viajantes têm receio de ir ao lugar mais feliz da Terra, pois, ainda

correm o risco. Mas, seguindo todos os cuidados e com o avanço da vacinação, logo os parques estão fazendo a população feliz novamente, sem risco nenhum.

9.2. LARRY PAGE: DAS PESQUISAS EM LIVROS PARA O GOOGLE

Lawrence Edward Page, também conhecido como Larry Page, nascido no dia 26 de março de 1973 em Michigan, é um cientista da computação e empresário de internet, conhecido mundialmente por ser co-fundador do Google, juntamente com seu parceiro Sergey Brin. Seus pais eram professores de ciência da computação na Universidade de Michigan, ou seja, desde pequeno Larry cresceu com a tecnologia em sua casa, o que pode ter influenciado o homem por essa área.

Logo em que acabou o ensino médio, seguiu o caminho da família, ele começou cursar Engenharia da Computação na universidade de sua cidade natal mesmo, após terminar, foi fazer doutorado de Ciência da Computação na Universidade de Stanford, em 1995, onde foi que conheceu Brin, e conseqüentemente, foi aonde surgiu a ideia de criar um motor de busca aprimorado, visando ordenar a imensa quantidade de informação disponível na web de modo a facilitar a vida do usuário.

O primeiro nome dado ao projeto foi BackRub, que significa “massagem nas costas”, esse nome usado fazia piada com os links de referência, chamados de *backlinks*. Para o BackRub, a dupla desenvolveu o PageRank, sistema capaz de classificar páginas num ranking de relevância. Na época, os sistemas de busca analisavam apenas a quantidade de vezes que um termo buscado estava na página.

Como dito por (MARIN, 2021), a medida que o projeto começou a se expandir para o mundo real, os dois amigos resolveram rebatizá-lo para Google, uma alusão ao termo matemático Googol, que representa valores muito elevados:

O número um seguido pelo número zero cem vezes.(CARVALHO, 2021)

Em setembro de 1998, o Google ainda nem havia sido oficializado e já recebia o primeiro investimento. Na ocasião, Andy Bechtolsheim, co-fundador da Sun Microsystems, deu um cheque de US\$ 100 mil aos jovens sócios para investirem na empresa. Assim, a fundação da empresa Google acontece em 4 de setembro de 1998. Àquela altura, Larry e Sergey já tinham decidido sair de Stanford, quando encontraram nova sede da empresa. O Google passaria então a funcionar na casa de Susan Wojcicki, que virou a gerente de marketing da empresa e, desde 2014, é CEO do Youtube.

Portanto, podemos concluir que Larry foi um grande empreendedor, com uma ideia

excelente e inovadora, em que ao decorrer dos anos foi cada vez mais sendo aprimorada e adicionado novas funções com o avanço da tecnologia. Quem diria em que esse projeto criado anos atrás seria tão utilizado pela população mundial nos dias atuais, onde a todo instante estamos buscando por algo no Google.

9.3. ABÍLIO DINIZ

Abílio Diniz é administrador, empresário brasileiro, e também membro do Conselho do Carrefour da França e do Brasil.

Sócio de varejos alimentares como: Pão de açúcar, extra, entre outros.

Desde a época de 60 Abílio Diniz esteve na frente das ações do grupo do pão de açúcar, se tornando o maior empresário do Brasil. Começou a trabalhar aos 12 anos de idade, auxiliando seu pai na doceria do Pão de açúcar, depois se formou em administração e ajudou seu pai a liderar o projeto de criação do Pão de Açúcar, localizado em São Paulo no ano de 1950.

Depois de 4 anos da inauguração, Abílio inaugurou a 2 unidade do Pão de Açúcar no centro de São Paulo.

Em 1970, Abílio inaugurou o primeiro Hipermercado Jumbo.

No entanto desde a época de 60 até 2012 Abílio esteve a frente das maiorias redes de varejos da América Latina, se tornando um dos maiores empresários do País.

Em 2014 assumiu a liderança no Conselho de administração do Carrefour, e desde então incluído como membro do Conselho de administração do grupo da França.

Abílio Diniz doou mais de 50 milhões de reais de empresas para ajudar no combate da Covid 19, ele decidiu divulgar o valor doado para incentivar outras empresas.

Como o Pão de açúcar lidou com a Pandemia?

Como já sabemos a Pandemia afetou muitos comércios, principalmente por conta do devido isolamento.

O Pão de açúcar resolveu criar uma estratégia que viesse ajudar à todos:

"De um lado, a jornada de compras em loja foi completamente repensada e toda a comunicação nos PDVs também foi alterada. Por outro, as campanhas publicitárias da rede seguiram com o propósito da felicidade, e a narrativa foi ressignificada para apontar um caminho de serenidade apesar do cenário adverso.

Os primeiros materiais de PDV destinados a todas as lojas da bandeira no País sobre a intensificação das medidas de higiene e necessidade de distanciamento social, por exemplo, foram produzidos em apenas sete dias, e encaminhados para instalação nas unidades ainda durante a primeira quinzena de março – tempo 80% inferior à produção habitual dessas peças. Já no dia 18 de março, o Pão de Açúcar foi a primeira rede do grande varejo a instituir o horário de atendimento exclusivo para idosos e em grupos de risco nas lojas de todo o País, sinalizadas por materiais informativos sobre o fato da medida se justificar apenas em uma situação de extrema necessidade no caso desses consumidores. (ASSERJ, 2020). "

O Pão de açúcar adaptou mais de 60 protocolos da vigilância sanitária dentro dos estabelecimentos, visando também as medidas para a reabertura de uma forma segura. Entre eles entra os adesivos, produtos como álcool em gel, guardanapos para higienizar carrinhos e cestas, países de acrílicos, luvas, máscaras protetoras entre outros produtos que foram adaptados.

O Pão de açúcar também limitou a compra de determinados produtos para que pudesse garantir que não faltaria para todos às famílias, etc.

9.4. COMO O MAGAZINE LUIZA LIDOU COM O MOMENTO DE PANDEMIA?

Diante das incertezas na economia causadas pelos impactos da pandemia da covid-19, a empresa já definiu sua estratégia para continuar crescendo em meio a um cenário desafiador: continuar investindo no e-commerce e no omnichannel (é uma tendência do varejo que se baseia na convergência de todos os canais utilizados por uma empresa. Trata-se da possibilidade de fazer com que o consumidor não veja diferença entre o mundo online e o offline.).

No início da pandemia, a participação do digital nas vendas já era superior a 50%. “Mesmo assim, todos na empresa trabalharam dia e noite para identificar as novas demandas do mercado”, afirmou a empresária Luiza.

O Magazine Luiza, ao contrário da maioria das empresas varejistas, conseguiu aumentar suas vendas durante a pandemia. Em maio (de 2020), até o dia 20, mesmo com as lojas físicas fechadas, as vendas cresceram 46% em comparação com o mesmo período do ano passado (2019).

Além disso, pela primeira vez, o Magalu ultrapassou a marca de R\$ 100 bilhões em valor de mercado.

Entre o início da pandemia e junho de 2021, o Magazine Luiza fez nada menos do que 18 aquisições, incluindo portais de conteúdo, aplicativos, startups de áreas financeira e logística, criando ecossistema para oferecer informações, engajar potenciais consumidores e oferecer seus produtos para os diversos tipos de públicos, seja em qual canal ele tenha acesso ao portfólio oferecido pelo Magalu.

Os números refletem os planos da gigante varejista comandada por Frederico Trajano. Nos primeiros três meses do ano, as vendas totais registraram alta de 63%, com crescimento de 114% no e-commerce e evolução de 4% na receita das lojas físicas. O lucro no período alcançou R\$ 259 milhões.

Para Luiza Helena, os consumidores, além de preocupados com protocolos sanitários, estão mais exigentes quanto à postura adotada pelas empresas no enfrentamento da pandemia. A empresa também criou o “Parceiro Magalu”, uma plataforma digital de vendas que está ajudando micro e pequenos varejistas e profissionais autônomos a manter seus negócios. “A iniciativa conta com mais de 30 mil pessoas vendendo todos os dias e ganhando suas comissões”, afirmou Luiza Helena.

Segundo a presidente do conselho do Magazine Luiza, é difícil saber o que vai acontecer com o varejo em um futuro próximo. No entanto, a empresária aposta em um aumento da participação das vendas por meio de canais digitais.

“É certo que a loja física deverá ter um outro formato. Será uma nova realidade, um novo normal”, destacou.

Segundo o especialista em varejo Alberto Serrentino, a loja física vai continuar existindo, mas terá que mudar o seu papel. “Não é mais o cliente que tem que ir à loja, mas a loja que tem que ir ao cliente”, destacou.

“A loja deve encontrar uma forma de não ser apenas um ponto de venda, mas um ponto de estoque, de entrega, de retirada, de serviço, de pós-venda e de engajamento de pessoas. Os vendedores, mais do que tudo, têm que ser influenciadores sociais”.

Dentro desse novo formato já adotado pelo Magalu, se destaca o omnichannel, ou seja, a integração entre lojas físicas e virtuais, de forma que o consumidor não veja a diferença entre o mundo físico e o digital. “As nossas unidades já funcionam nesse conceito. Além de lojas, elas são centros de distribuição e pontos de retirada para compras on-line, entre outros serviços”, afirmou Luiza Helena.

O Magazine Luiza tem a ambição de ser tornar o terceiro polo de comércio mundial, assim como a Amazon e o Alibaba. O caminho é longo. Mas, com novas aquisições,

expansão de sua logística e de sua carteira digital, o resultado de hoje deve dar dicas sobre o futuro do comércio eletrônico - e do varejo - no Brasil.

9.5. EMPREENDEDORISMO EM LEME-SP

Atualmente temos bastantes empreendedores na nossa cidade, e hoje podemos dizer que muitos dos jovens também começaram a empreender tanto antes da pandemia, quanto depois para poder ter o seu sustento durante essa fase que prejudicou muitos empregos.

9.6. PERSONALITO

Um exemplo é a empresa Personalito, hoje administrada por três jovens, sendo eles Tatiane Ueno e Lucas Quierelli de 26 anos, e Murilo Ueno de 21 anos. A empresa foi criada a 6 anos atrás, com a finalidade de suprir a necessidade existentes de palitos e pzinhas personalizadas, visando trazer um mundo sustentável, onde deixamos o uso do plástico e adquirimos o produto de madeira 100% sustentável e biodegradável.

Em entrevista com a Tatiane ela diz: “A pandemia da COVID-19 também afetou a Personalito, isso aconteceu principalmente nos piores picos que o vírus teve no Brasil, nos meses de março, abril e maio dos anos de 2020 e 2021 a situação estava muito crítica, muitas empresas e estabelecimentos precisaram trabalhar de portas fechadas ou até mesmo encerrar totalmente as suas atividades. O ramo alimentício é o nosso foco, então quando decretado que sorveterias, gelaterias, padarias, confeitarias, restaurantes, entre outros, iriam precisar fechar, fomos diretamente afetados, pois fornecemos os nossos produtos sustentáveis para esses tipos de lugares.

A situação foi extremamente complicada, nós tínhamos que continuar trabalhando para que a empresa continuasse caminhando, mas naquele momento não conseguíamos fazer nenhuma venda, pois os nossos clientes estavam com as atividades encerradas por tempo indeterminado, nem eles e nem mesmo nós sabíamos quando poderíamos voltar. Tudo era incerto, nós acompanhamos as notícias em relação a pandemia todos os dias, conversamos com muitos clientes, fornecedores e parceiros de mercado sobre a situação, e a maioria estava passando por muitas dificuldades financeiras, infelizmente. Ao mesmo tempo que entendíamos

a necessidade desse isolamento social devido o vírus ser letal, não era nada fácil lidar com uma empresa que estava completamente parada, o momento era indefinido e delicado. Entretanto, se não tivéssemos administrado a empresa de forma cautelosa durante os anos anteriores, se não tivéssemos dado uma atenção maior para o financeiro e utilizado de recursos que estavam ao nosso alcance, provavelmente teríamos passado por um momento de declínio da empresa e encerrado as nossas atividades de vez, como infelizmente aconteceu com muitas empresas no nosso país.

Além disso, não é nada fácil ter uma empresa de pequeno porte no Brasil, a pandemia veio para prejudicar ainda mais essa questão, afinal fomos “testados” ao máximo em relação a administração empresarial e empreendedorismo. Em momento nenhum podíamos nos desesperar, pois também resolver essa situação estava totalmente fora do nosso alcance, nós não tínhamos o controle do que estava acontecendo (ou do que poderia acontecer) por causa da pandemia, por isso foi muito importante buscar mais informações, não hesitar em pedir ajuda a quem tinha mais conhecimento e também ter muita paciência, não podíamos perder totalmente o controle da nossa empresa e fomos acompanhando a economia todos os dias, mesmo que estivesse em passos muito lentos...

Contudo, mesmo que ainda estamos em um momento pandêmico, a situação está caminhando em direção a normalidade, considerando todo esse esforço e dedicação da ciência, nós estamos otimistas em relação ao aquecimento da economia, não só no nosso país, mas em todo o mundo. Ainda que a situação não seja das melhores e que é devastador tudo o que aconteceu, nós queremos contribuir com o nosso trabalho para que a economia do país se fortaleça, pois logo após o momento mais desolador da pandemia que aconteceu em meados de março, abril e maio desse ano, as vendas começaram a aumentar e nós não estávamos esperando por isso tão cedo. A realidade é que não imaginávamos que o mercado iria “voltar” de forma tão acelerada, e assim como muitas outras empresas, não nos preparamos como deveríamos para isso, sendo assim, ocorreram mais contratações na empresa, dando oportunidade para pessoas trabalharem na Personalito.

Ainda assim, mesmo com todo esse crescimento inesperado da empresa nesse momento, estamos agindo com muita diligência, pois após essa situação

economicamente crítica em relação a pandemia da COVID-19, nós estamos mais receosos por conta das consequências que poderíamos ter futuramente. É preciso planejamento, organização, empenho, dedicação e muito otimismo para empreender durante uma pandemia, e mesmo que não fomos prejudicados de maneira tão extrema, todas as pequenas empresas foram afetadas de alguma forma, e é preciso muita determinação e foco para continuar (em alguns casos, recomeçar).

Como cofundadora da Personalito, eu espero que a empresa possa ter levado como aprendizado todos os momentos mais difíceis da pandemia, pois foi preciso reinventar, ser mais criativo, buscar mais conhecimento sobre diversos assuntos, fazer mais contatos, delegar mais tarefas, mudar o foco, buscar mais visibilidade, reformular o nosso objetivo, dar mais atenção para a parte administrativa e mais valor para tudo o que construímos dia após dia.”

9.7. CLOSET THAY GARCIA

Sabe-se que atualmente, as mulheres vêm cada vez mais conquistando lugar no mercado como empreendedoras de sucesso, e aqui em nossa região, um exemplo claro disso é a loja “Closet Thay Garcia”, que com quase 9 meses de atividade já comercializou 18 coleções de roupas e acessórios.

Em conversa com Taiane Camillo, a dona do estabelecimento, ela falou como foi abrir a loja nesse momento de pandemia, disse que esse sempre foi seu sonho: ter seu próprio negócio; que já possuía experiência na área comercial, visto que a mesma anteriormente chegou a trabalhar em uma loja de roupas infantis da cidade por mais de sete anos. Nos contou toda a sua história, de que ela já tinha economias guardadas e os móveis para abrir sua loja há um ano, mas que ficava com receio de não dar certo, que tinha medo de não conseguir vender por conta do desespero em que todos se encontravam devido a pandemia e que sempre aconteciam imprevistos, mas que quando tomou a decisão de realmente criar o closet, teve muito apoio, que acabou por fazer vários clientes, que sempre acabavam comprando novas peças de suas coleções para a incentivar a continuar e que a ajudavam na divulgação.

Em relação a compra de suas mercadorias, nos contou que é um processo que cansativo, que ela sai daqui da cidade de madrugada e vai para São Paulo buscar o melhor para suas clientes, peças bonitas, de qualidade, que ela possa vender por um

bom preço e que façam valer a pena comprar, disse ainda que chega quase a noite do próximo dia e que arruma as peças, coloca as etiquetas com os preços, tira as melhores fotos e faz lives para divulgá-las.

Segundo a própria Taiane, “Não é fácil, mas a divulgação é a alma do negócio, tem dias que não vendo nenhum item da minha loja, e fico desesperada, já cheguei até a pensar em fechar a loja e ter que tomar remédio para controlar minha ansiedade, mas esse é o meu sonho e além disso tem dias que consigo vender muito bem, mesmo tendo a minha loja física, busco sempre atender minhas clientes com muito carinho, faço sacolas sempre que elas pedem, levo até elas e faço tudo isso com muito amor.”

O esperado pela empreendedora de apenas 30 anos é que, após a pandemia, ela possa divulgar ainda mais a loja e atingir um público ainda maior de clientes, e que assim o “Closet Thay Garcia” se torne ainda mais conhecido na cidade. E nós desejamos toda a sorte do mundo para que ela possa conquistar ainda mais com esse negócio incrível.

10.O EMPREENDEDORISMO NA MÍDIA DIGITAL

10.1. COMO FUNCIONA O EMPREENDEDORISMO NA MÍDIA DIGITAL?

Empreendedorismo digital é o ato de criar um negócio que funcione de forma digital, principalmente na internet. Um empreendedor digital é aquele que usa da inovação para criar novos negócios utilizando a internet, podem ser chamados também de “empreendedor da internet”. O modelo dispensa espaço físico e atendimento presencial. Assim como nos empreendimentos offline, quando se trata de empreendedorismo digital, o objetivo da maioria das pessoas é obter lucro e trabalhar com condições de trabalho mais flexíveis e simples. Diferente dos empreendimentos offline, o empreendedorismo digital normalmente pede um investimento inicial menor e não exige uma estrutura física complexa para seu funcionamento.

10.2. PORQUE EMPREENDER NO MEIO DIGITAL?

Atualmente a internet se tornou uma das ferramentas mais utilizadas no mundo todo, tanto pelo avanço tecnológico que ela proporcionou quanto pela facilidade que trouxe a vida das pessoas e principalmente ao dia a dia das empresas.

Na pandemia houve um crescimento acelerado de organizações que resolveram migrar para o comércio eletrônico, de acordo com G1 vendas on-line ganharam 13 milhões de novos consumidores no Brasil em 2020, segundo levantamento da Ebit/Nielsen, diz que em meio a pandemia de corona vírus, o e-commerce alcançou 79,7 milhões de clientes no ano passado. Isso representa alta de 29% em relação a 2019 fato esse que se deu devido as medidas de restrição de circulação e o fechamento de lojas físicas durante a crise sendo um dos motivos principais para o crescimento da primeira compra em sites, diz a pesquisa.

A tendência é que as empresas continuem migrando para as vendas online após a pandemia, pois os empreendedores que começaram a empreender no meio digital obtiveram inúmeras vantagens.

De acordo com (IMEE, 2020) os principais benefícios que esse tipo de empreendimento pode trazer a um empreendedor são:

- Alcance sem limites: pois seus produtos ou serviços possuem uma maior facilidade de chegarem a ser vistos e conhecidos por muito mais pessoas;

- Investimento inicial baixo e custos menores: por não haver necessidade de ter um local físico, e ser possível atuar em qualquer lugar do mundo;
- Flexibilidade para empreendedores e clientes: vendas a qualquer horário dia, bem como transações feitas de forma instantâneas, que não precisam que você fique atento o tempo todo para acontecer.
- Faturamento promissor: pois como citado anteriormente o número de empresas que cresceram vem aumentando, pois o número de pessoas com acesso a internet também aumentou.

Portanto, tendo em vista os aspectos observados empreendedor nos meios digitais fazem de sua empresa um terreno fértil para que outras pessoas venham a conhecer o seu empreendimento, conseqüentemente aumentando suas vendas para outros estados e futuramente para outros países.

Exemplos de empreendedores que trabalham totalmente ou em maioria comandando na internet?

Atualmente o que mais tem de empreendedores são na Internet, como por exemplo:

10.3. EMPRESA PERSONALITO:

A empresa Personalito atualmente só trabalha com vendas pela Internet, por meio do Website, Instagram e WhatsApp. Eles atendem clientes do Brasil e de todos os países por suas redes sociais.

Buscapé, Amazon, Shopee, Mercado Livre, Netflix:

São algumas lojas virtuais que só trabalham com o Website.

Influencer Virgínia Fonseca:

A Influenciadora Virgínia Fonseca hoje com 26 milhões de seguidores no Instagram, trabalha como influencer digital no Instagram e também no YouTube.

ShoesUau:

A ShoesUau atualmente só trabalha com as plataformas de Instagram e WhatsApp para vendas de Tênis.

10.4. COMO EMPREENDER NO MUNDO DIGITAL E TER SUCESSO

Para empreender no mundo digital não é necessário muitas etapas ou detalhes como no mundo físico, que demanda ter uma estrutura, por ser possível abrir um

empreendimento em qualquer lugar do mundo, basta ter acesso a internet, uma ideia legal e inovadora, uma plataforma para que esse produto seja divulgado, como um site, e até mesmo as redes sociais, que hoje em dia são acessadas a todo instante.

Porém de acordo com (TAMEIRÃO,2021), por mais simples que pareça, começar a empreender na internet, assim como no modelo tradicional, requer muito cuidado, planejamento e esforço. O investimento financeiro inicial pode até ser menor, mas é importante que se esteja atento ao mercado que você pretende atuar, que se trace estratégias comerciais, de marketing, e que cada passo seja dado de forma inteligente e voltada para gerar lucros ao negócio.

Para isso é importante ter alguns aspectos em vista que segundo (Godoy, 2021) para empreender na internet você deve:

- Definir seu nicho de atuação com clareza sobre quais produtos ou serviços serão oferecidos aos clientes;
- Desenhar um plano de negócios: para pôr o seu projeto em ação, já que nesse plano trás as principais análises de ponto de vista de investimentos interno e externo.
- Escolher uma plataforma para vender os seus produtos ou serviços, buscar as melhores e quais atenderam suas necessidades;
- Investir em boas ferramentas de marketing, para que os clientes conheçam seus produtos deve haver divulgação;
- Oferecer promoções e descontos para os primeiros clientes, para fidelizar clientes é uma excelente estratégia para fidelizar clientes além da qualidade; Portanto para empreender nas mídias digitais não é um “bicho de sete cabeças” como muitas pessoas pensam, basta ter um olhar inovador estratégico tentando mostrar algo diferente em meio aos concorrentes, boas ferramentas digitais e bom planejamento estratégico, seguindo esses passos já é meio caminho trilhado para obter sucesso em seu negócio.

11.METODOLOGIA

Este trabalho teve como finalidade a realização de um estudo com o objetivo de compreender a relevância do empreendedorismo, e os desafios enfrentados na pandemia e no pós-pandemia pelos empreendedores.

A classificação da pesquisa quanto aos seus objetivos, se divide em dois grandes grupos: exploratórias e descritivas. A opção que mais se aproximou ao tipo de estudo foi a descritiva.

A pesquisa descritiva tem o objetivo de descrever as características de um fenômeno, e utiliza técnicas padronizadas de coleta de dados, através de questionários, entrevistas e pesquisas bibliográficas.

12. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao chegarmos ao final deste trabalho, consideramos que ele apresenta uma tentativa de compreender a relevância do empreendedorismo no Brasil. E ao longo de muitas pesquisas apresentamos os desafios enfrentados na pandemia e no pós-pandemia pelos empreendedores.

O objetivo geral desse trabalho foi desenvolver um estudo que permitisse mostrar as pessoas que o empreendedorismo é de suma importância para a economia do país, e contribuiu em várias escalas para empresas e na vida das pessoas que com ideias inovadoras conseguiram fazer da situação atual, em que se encontravam no meio de uma crise de desemprego, sua fonte de renda durante e pós pandemia.

Também, segundo os nossos entrevistados e pesquisas, a pandemia não foi de todo mal para os negócios, ela ajudou a se criar uma nova forma de se empreender e conquistar novos clientes.

Já com base no nosso estudo podemos verificar o quanto essas pesquisas e entrevistas podem ajudar os empreendedores nessa fase e o como pode contribuir para aqueles que querem começar a empreender, sabendo lidar com os problemas que podem surgir e enfrenta-los, pensando no futuro da empresa.

Através de toda trajetória envolvida durante a pesquisa para a formulação desse trabalho, nós concluímos que a prática do empreendedorismo é de grande importância na vida das pessoas, levando também em consideração a situação atual que vivemos, uma ideia inovadora aplicada de forma correta e bem planejada pode ser o diferencial para levar o seu negócio ao sucesso. Acreditamos que atendemos as expectativas gerando resultados satisfatórios permitindo a análise para muitos novos empreendedores .

13. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABÍLIO DINIZ. **Wikipédia, a enciclopédia livre**, 2016. Disponível em:
<https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Abilio_Diniz>. Acesso em: 21 de setembro de 2021.

ALMEIDA Henrique. Pandemia em Orlando: o que está diferente, 2021. Disponível em: <<https://www.vaipradisney.com/blog/orlando-pandemia-mudancas/>>. Acesso em: 06/10/2021.

CARVALHO, Carla. Larry Page: saiba mais sobre o bilionário cofundador do Google. **Eu quero investir**, 24/04/2021. Disponível em:
<https://www.euqueroinvestir.com/larry-page-saiba-mais-sobre-o-bilionario-cofundador-do-google/> Acesso em: 07/10/2021

COMO DESENVOLVER ESPÍRITO DE EMPREENDEDOR, Blog **História Hoje**, 2021, Disponível em: <<https://historiahoje.com/espírito-empendedor-o-que-e-isso-e-como-desenvolver/>>. Acesso em: 13 de setembro de 2021.

COUTINHO, Thiago. “Aprenda o que é empreendedorismo corporativo e quais são suas características!”. **Blog Voitto**, 2021. Disponível em:
< <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/o-que-e-empendedorismo-corporativo/amp> > Acesso em: 14 de Setembro de 2021.

Characteristics and Funcion of Cooperative Entrepreneurship. Cooperative Entrepreneurship in Action: **A Conceptual Framework**, 15 de Abril de 2017, página 53-54, capítulo 4. Disponível em: <http://www.studerapress.com/wp-content/uploads/2017/04/4-Characteristics-and-Functions-of-Cooperative-Entrepreneurship.pdf>. Acesso em: 13 de Setembro de 2021

DIAS, Reinaldo. Empreendedorismo no setor público. Publicado em ProValore. Disponível em: <https://www.provalore.com.br/empendedorismo-no-setor-publico/> Acesso em: 14/09/2021

DE ALMEIDA, André. **DiárioDoComércio**, 2020. Disponível em: <<https://dcomercio.com.br/categoria/negocios/entenda-como-o-magazine-luiza-consegue-crescer-em-meio-a-pandemia>>. Acesso em: 18/09/2021.

DUBOIS, Megan. **Forbes**, Como a pandemia mudou os parques da Disney, 2020. Disponível em: <<https://forbes.com.br/principal/2020/07/como-a-pandemia-mudou-os-parques-da-disney/>>. Acesso em: 06/10/2021.

EMPREENDEDORISMO, 10 características de um empreendedor e como adquiri-las, **blog do SEBRAE S/C 2021**, Disponível em: <<https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/caracteristicas-de-um-empendedor/>>. Acesso em: 13 de setembro de 2021.

FAMELI, Rogério. “O que é empreendedorismo social? Entenda aqui sua importância e também exemplos”. **Abertura Simples**, 2017. Disponível em: <<https://aberturasimples.com.br/empreendedorismo-social/>> Acesso em: 13 de Setembro de 2021.

FUKS, Rebeca. A história dos fundadores do Google: conheça o percurso de Larry Page e Sergey Brin. **Ebiografia**, 09/02/2021. Disponível em: https://www.ebiografia.com/fundadores_google/. Acesso em: 07/10/2021

FRAZÃO Dilva. **Ebiografia**, Walt Disney - Empresário norte-americano, 2014. Disponível em: <https://www.ebiografia.com/walt_disney/>. Acesso em: 06/10/2021.

GOBIRA, João. Porque o empreendedorismo é tão importante? **blog StartSe**, 2021, Disponível em: <<https://app.startse.com/artigos/por-que-o-empreendedorismo-e-tao-importante>>. Acesso em: 13 de agosto de 2021.

GROSSI, Gustavo. Como desenvolver o espírito empreendedor que existe dentro de mim? Blog **TalentNetwork**, 2016, Disponível em: <<https://comunidade.rockcontent.com/desenvolver-o-espírito-empendedor/>>. Acesso em: 13 de setembro de 2021.

GODOY, Fábio. “Como empreender na internet? Guia completo para você tirar o seu negócio do papel”. **Blog-Ead Plataforma**, 2021. Disponível em: <

<https://blog.eadplataforma.com/empreendedor-ead/como-empreender-internet/>>

Acesso em: 06/10/2021.

G1 “Venda online ganha 13 milhões de novos clientes em 2020, e faturamento aumenta 41%”, **G1 globo**, 2021. Disponível em: <

<https://g1.globo.com/google/amp/economia/tecnologia/noticia/2021/03/29/faturamento-de-lojas-on-line-cresce-41percent-em-2020-maior-alta-em-13-anos.ghtml>> Acesso

em: 06/10/2021.

HASHIMOTO, Marcos. FRANQUIAS E EMPREENDEDORISMO: Franqueados e Franqueadores são empreendedores?. **Rev. Pagn**, 2013, Disponível em:

<[http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI149508-17141,00-](http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI149508-17141,00-FRANQUIAS+E+EMPREENDEDORISMO.html)

[FRANQUIAS+E+EMPREENDEDORISMO.html](http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI149508-17141,00-FRANQUIAS+E+EMPREENDEDORISMO.html)> Acesso em: 13 de setembro de 2021.

JUNIOR, Alfredo dos Santos. “ Empreendedorismo Social: o que é, características e estudo de caso”. **Fundação Instituto de Administração**, 2020. Disponível em

<https://fia.com.br/blog/empreendedorismo-social/> Acesso em: 13 de Setembro de 2021.

Larry Page: o gênio que criou o Google e deixou todas as informações á distância de um clique. **InfoMoney**, Disponível em: [https://www.infomoney.com.br/perfil/larry-](https://www.infomoney.com.br/perfil/larry-page/)

[page/](https://www.infomoney.com.br/perfil/larry-page/) Acesso em: 07/10/2021

LEGNAIOLI, Stella. “O que é Empreendedorismo Social?”. **eCycle**, 2021.

Disponível em: < <https://www.ecycle.com.br/empreendedorismo-social/amp/>> Acesso em: 13 de setembro de 2021.

LUIZA Helena Trajano. Wikipédia, **a enciclopédia livre**, 2021. Disponível em:

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Luiza_Helena_Trajano> . Acesso em: 18/09/2021.

MARQUES, José Roberto. “Você sabe o que é empreendedorismo corporativo?”. **Instituto Brasileiro de Coaching**, 2019. Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/empreendedorismo/voce-sabe-o-que-e-empreendedorismo-corporativo/>> Acesso em: 14 de Setembro de 2021.

MARIN, Jorge. Larry Page: **conheça o cofundador do maior buscador do mundo**. **Tecmundo**, 27/02/2021.

Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/mercado/211756-larry-page-conheca-cofundador-maior-buscador-do-mundo.htm>

Acesso em: 07/10/2021.

MCDONELL, Diarmuid; MACKNIGHT, Elizabeth; DONELLY, Hugh. Co-operative Entrepreneurship: Co-operate for growth. Publicado em 7 de novembro de 2012. Disponível em:

https://aura.abdn.ac.uk/bitstream/2164/7699/1/Co_operative_Entrepreneurship_Co_operatefor_growth.pdf. Acesso em: 13 de Setembro de 2021

MME Amanda. Empreendedorismo digital: o que é, razões para investir, **como começar e outras dicas**, 2020. Disponível em:

<<https://resultadosdigitais.com.br/blog/empreendedorismo-digital/>>. Acesso em: 06/10/2021.

MOTA, P.H. Larry Page – História do primeiro diretor e co-criador **do Google**.

Segredos do mundo. Disponível em: <https://segredosdomundo.r7.com/larry-page/>

Acesso em: 07/10/2021.

NUNES, Caleu. “Intraempreendedorismo: aprenda mais sobre o conceito”.

Blog Central do Franqueado, 2019. Disponível em:

<<https://centraldofranqueado.com.br/blog/intraempreendedorismo-franquias/>>

Acesso em: 14 de Setembro de 2021.

Os cinco maiores desafios dos empreendedores, **Endeavor** 2021. Disponível em:

<<https://endeavor.org.br/ambiente/5-desafios-empreendedores-pesquisa/>> Acesso em: 21 de setembro de 2021.

SALOMÃO, Karin. **Exame.**, 2020. Disponível em:

<<https://exame.com/negocios/magalu-magazine-luiza-balanco-pandemia/>>. Acesso em 18/09/2021

SANTOS, Bruna da silva; LUZ, Kássia Assen; BRASIL, Ângela de Souza.

EMPREENDEDORISMO INFORMAL: Um estudo de caso na avenida Ponta Porã em Três Lagoas. Rev. Conexão Eletrônica, Três Lagoas - MS, vol. 15, n. 1, p. 1251-1260, 2018. Disponível em: <<http://revistaconexao.aems.edu.br/wp-content/plugins/download-attachments/includes/download.php?id=1915>>. Acesso em: 13 de setembro de 2021.

SOUZA, Ivan de. Conheça a história do empreendedorismo e como ele revolucionou o mundo dos negócios. Postado em **Rockcontent**, 9 de Janeiro de 2020.

Disponível em <https://rockcontent.com/br/blog/historia-do-empendedorismo/>
Acesso em: 19 de Novembro de 2021.

TAMEIRÃO Nathália. EMPREENDEDORISMO DIGITAL: O QUE É, COMO COMEÇAR E RAZÕES PARA SE AVENTURAR!, 2021. Disponível em:

<<https://sambatech.com/blog/insights/empendedorismo-digital/>>. Acesso em: 06/10/2021.

UNOPAR. “Entenda as diferenças entre 8 tipos de empreendedorismo”. **Blog**

Unopar, 2021. Disponível em: < https://blog.unopar.com.br/tipos-de-empendedorismo/?gclid=EAlaIqobChMIkN7auZD98gIVDgyRCh29gASLEAMYASAAEgIEbPD_BwE > Acesso em: 14 de Setembro de 2021.

VENEGAS, marketing. Gestão eficiente: A chave para o sucesso de um empreendedor. **Venegas Contábil**, 12 de Outubro de 2017.

Disponível em: <https://venegascontabil.com.br/gestao-eficiente-chave-para-o-sucesso-de-um-empendedor/> Acesso em: 15/08/2021

VIEIRA, Sérgio. **Istoé dinheiro**, 2021. Disponível em:

<<https://www.istoedinheiro.com.br/a-jornada-hibrida-do-magalu/>>. Acesso em: 18/09/2021.

WALT Disney. **Wikipédia**, a enciclopédia livre, 2021. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Walt_Disney>. Acesso em: 06/10/2021.

7 vezes em que o pão de açúcar usou a comunicação para enfrentar a Pandemia. **ASSERJ**. Disponível em: <https://asserj.com.br/supermercados/2020/09/7-vezes-em-que-o-pao-de-acucar-usou-a-comunicacao-para-enfrentar-a-pandemia/>. Acesso em: 21 de setembro de 2021.