



**UEPB**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA - DAEC  
CURSO DE GRADUAÇÃO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**JOÃO BATISTA OLIVEIRA JUNIOR**

**AS MOTIVAÇÕES E AS HABILIDADES SOCIAIS PARA EMPREENDER: UM ESTUDO COM  
MICROEMPREENDEDORES DE CAMPINA GRANDE-PB**

**CAMPINA GRANDE  
2023**

**JOÃO BATISTA OLIVEIRA JUNIOR**

**AS MOTIVAÇÕES E AS HABILIDADES SOCIAIS PARA EMPREENDER: UM ESTUDO COM  
MICROEMPREENDEDORES DE CAMPINA GRANDE-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Graduação Bacharelado em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

**Área de concentração:** Empreendedorismo.

**Orientador:** Profa. Ma. Angelica Catarine da Mota Araújo

**CAMPINA GRANDE  
2023**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

O48m Oliveira Junior, João Batista.

As motivações e as habilidades sociais para empreender [manuscrito] : um estudo com microempreendedores de Campina Grande -PB / Joao Batista Oliveira Junior. - 2023.

43 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração)  
- Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2023.

"Orientação : Profa. Ma. Angélica Catarine de Mota Araújo,  
Coordenação do Curso de Administração - CCSA. "

1. Empreendedorismo. 2. Habilidades sociais. 3.  
Motivação. 4. Microempreendedores. I. Título

21. ed. CDD 658.022

JOÃO BATISTA OLIVEIRA JUNIOR


**AS MOTIVAÇÕES E AS HABILIDADES SOCIAIS PARA EMPREENDER: UM ESTUDO COM MICROEMPREENDEDORES DE CAMPINA GRANDE-PB**

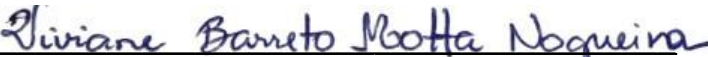
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Graduação em Bacharelado em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.


Área de concentração:  
Empreendedorismo.

Aprovada em: 06/03/2023.

**BANCA EXAMINADORA**

  
Prof. Ma. Angélica Catarine da Mota Araújo (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
Prof. Dra. Viviane Barreto Motta Nogueira  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
Prof. Ma. Ana Jussara Silva do Nascimento  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A minha amada Jocilene Tavares,  
pela dedicação, companheirismo e  
amizade, DEDICO.

## **AGRADECIMENTOS**

À profa. Dra. Viviane Barreto Motta Nogueira, chefe de departamento do curso de Administração, por seu empenho.

À profa. Dra Sandra Maria Araújo de Souza, coordenadora do curso de Administração, por sua dedicação e apoio pelo meu reingresso ao curso e aos demais alunos.

À professora orientadora Mestra Angélica Catarine pelas leituras sugeridas ao longo dessa orientação e pela dedicação.

A minha mãe que sempre me ajudou quando precisei nas horas mais difíceis que passei.

Aos professores do Curso de Graduação da UEPB, todos em geral, que contribuíram ao longo da minha jornada acadêmica, por meio das disciplinas e debates, para o desenvolvimento desta pesquisa.

Aos funcionários da UEPB, pela presteza e atendimento quando nos foi necessário.

Aos alunos companheiros que fizeram parte da gestão do Centro Acadêmico de Administração, onde realizamos muitos trabalhos juntos.

Aos alunos companheiros que fizeram parte da gestão do NAPPES que me ajudaram no meu crescimento e visão sobre negócios.

Aos colegas de classe pelos momentos de amizade e apoio.

*“Não é um notável talento o que se exige para assegurar o êxito em qualquer empreendimento, mas sim um firme propósito.” (Thomas Atkinson).*

## RESUMO

Em 2019, surgiu um problema que abalou a economia mundial: a pandemia do vírus da COVID-19. Com a crise econômica resultante da pandemia, muitas pessoas se viram desempregadas e em situação de vulnerabilidade. Essa conjuntura abriu espaço para o surgimento de novos empreendedores, que buscaram soluções criativas e inovadoras para atender às necessidades do mercado. Nesse contexto, o empreendedorismo tornou-se uma alternativa promissora para quem deseja se reinventar profissionalmente e superar os desafios impostos pela pandemia. Face ao exposto, este trabalho teve como objetivo identificar as motivações e as habilidades sociais que impulsionaram os microempreendedores a empreender em meio à crise da Pandemia por Covid-19. Os procedimentos metodológicos utilizados para alcançar este objetivo foram através de pesquisa descritiva, exploratória e de campo, através de entrevistas com microempreendedores de diversos segmentos, na cidade de Campina Grande-PB. Os principais resultados da pesquisa evidenciaram que as motivações que impulsionaram os microempreendedores a empreender em meio à crise da Pandemia por Covid-19, foram a necessidade, oportunidade de negócio, independência financeira e autorrealização. As habilidades sociais predominantes nos empreendedores pesquisados são criatividade, resiliência, organização, proatividade. Os desafios mais destacados foram atração de clientes com fidelidade, e as estratégias utilizadas foram foco na qualidade do serviço, indicação de cliente e em alguns momentos preço para enfrentar a concorrência. Conclui-se que os microempreendedores se utilizam de seus próprios conhecimentos empíricos sobre negócios, não buscam apoio de entidades como o SEBRAE para auxílio e uma nova pesquisa sobre o pós pandemia para uma atualização e evolução dos mesmos.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Habilidades sociais. Motivação. Microempreendedores.



## ABSTRACT

In 2019, a problem emerged that shook the world economy: the COVID-19 virus pandemic. With the economic crisis resulting from the pandemic, many people found themselves unemployed and in a vulnerable situation. This situation made room for the emergence of new entrepreneurs, who sought creative and innovative solutions to meet market needs. In this context, entrepreneurship has become a promising alternative for those who want to reinvent themselves professionally and overcome the challenges posed by the pandemic. In view of the above, this work aimed to identify the motivations and social skills that drove microentrepreneurs to undertake in the midst of the Covid-19 Pandemic crisis. The methodological procedures used to achieve this objective were descriptive, exploratory and field research, through interviews with micro-entrepreneurs from different segments, in the city of Campina Grande-PB. The main results of the research showed that the motivations that drove microentrepreneurs to undertake in the midst of the Covid-19 Pandemic crisis were the need, business opportunity, financial independence and self-realization. The predominant soft skills in the surveyed entrepreneurs are creativity, resilience, organization, proactivity are the ones that were most highlighted. The most outstanding challenges were attracting customers with loyalty agreements, and the strategies used were a focus on service quality, customer referrals and, at times, price to face the competition. It is concluded that micro-entrepreneurs use their own empirical knowledge about business, they do not seek support from entities such as SEBRAE for assistance and new research on the post-pandemic period for updating and evolving them.

**Keywords:** Entrepreneurship. Soft skills, Motivation. Micro-entrepreneur.

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Abertura de MEIs entre 2019 e 2022.....	<b>21</b>
<b>Gráfico 2.</b> Abertura de MEIs em cada região entre 2019 e 2022. ....	<b>21</b>

## LISTA DE TABELAS

<b>Quadro 1.</b>	Habilidades Sociais.....	<b>18</b>
<b>Quadro 2.</b>	Dados sociodemográficos.....	<b>23</b>
<b>Quadro 3.</b>	Idade.....	<b>24</b>
<b>Quadro 4.</b>	Estado civil.....	<b>24</b>
<b>Quadro 5.</b>	Gênero.....	<b>25</b>
<b>Quadro 6.</b>	Formação escolar.....	<b>25</b>
<b>Quadro 9.</b>	Ramo de atividade.....	<b>26</b>
<b>Quadro 10.</b>	Tempo de atuação, captação de recursos e motivações.....	<b>27</b>
<b>Quadro 11.</b>	Tempo de atuação.....	<b>28</b>
<b>Quadro 12.</b>	Captação de recursos.....	<b>28</b>
<b>Quadro 13.</b>	Motivações individuais.....	<b>29</b>
<b>Quadro 14.</b>	Desafios e estratégias.....	<b>30</b>
<b>Quadro 15.</b>	Pensou em encerrar as atividades? O que o(a) levou a continuar? .....	<b>31</b>
<b>Quadro 16.</b>	Estratégias adotadas para manter o negócio aberto durante a pandemia.....	<b>32</b>
<b>Quadro 17.</b>	Em algum momento buscou auxílio do SEBRAE?.....	<b>34</b>
<b>Quadro 18.</b>	Domínio das habilidades sociais.....	<b>35</b>

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANS	Agência Nacional de Saúde
MEI	Micro Empreendedor Individual
ME	Micro Empresa
DASN	Documento de Arrecadação do Simples Nacional
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa
E1	Entrevistado 1
E2	Entrevistado 2
E3	Entrevistado 3
E4	Entrevistado 4
E5	Entrevistado 5
E6	Entrevistado 6

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>14</b>
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>16</b>
2.1	Empreendedorismo .....	16
2.2	A importância das habilidades sociais para o empreendedor .....	17
2.3	MEI e o SEBRAE .....	19
<b>3</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>22</b>
<b>4</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	<b>23</b>
4.1	Características sociodemográficas .....	23
4.1.1	Idade .....	24
4.1.2	Estado civil .....	24
4.1.3	Gênero .....	25
4.1.4	Formação escolar .....	25
4.1.5	Ramo de Atividade .....	26
4.2	Tempo de atuação, motivações, dificuldades e as estratégias .....	27
4.2.1	Tempo de atuação .....	28
4.2.2	Captação de recursos .....	28
4.2.3	Motivações .....	29
4.2.4	Desafios e estratégias .....	29
4.2.5	Pensou em encerrar as atividades? O que o(a) levou continuar? .....	31
4.2.6	Estratégias adotadas para manter o negócio aberto durante a crise ..	32
4.2.7	Em algum momento buscou auxílio do SEBRAE? .....	34
4.3	Habilidades sociais .....	34
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>36</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>38</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Apesar da crise causada pela pandemia de Covid-19, surgiram muitos novos negócios impulsionados pela necessidade, autorrealização, independência financeira e oportunidades empreendedoras. Os empreendedores contribuem significativamente para o desenvolvimento econômico e social, introduzindo inovação e aumentando a concorrência no mercado, o que leva à oferta de soluções para atender às necessidades em diferentes segmentos produtivos (MENDONÇA; VALDISSER, 2019).

Para Nassif et al (2022) o vírus COVID-19, processo ainda em curso, vem desestabilizando diferentes contextos mundiais. Seus impactos, sendo parte deles ainda não mensurados, refletem na economia, na sociedade, na saúde, no comércio, nos serviços e, como não poderia ser diferente, nos empreendedores e em seus empreendimentos.

A pressão por isolamento social e o fechamento do comércio não essencial desencadeou uma crise econômica em todo mundo, atingido empreendedores de pequenos e grandes negócios, que mediante essa nova realidade eles tiveram que se reinventar para continuar ativos no mercado. Muitas foram as empresas que surgiram em tempos de crise, por isso que empreender pode ser uma boa alternativa para enfrentar contextos de crise tal como esta vivenciada devido a pandemia por Covid-19 (SILVA, 2022).

Mesmo em meio ao caos turbulento gerado pela pandemia e as políticas de segurança governamentais em combate ao vírus, muitos empreendedores ainda arriscaram abrir negócios mostrando que conseguem vencer mesmo com todas as dificuldades encontradas, existem vários desafios por conta desta situação atípica que estamos vivendo (SILVA, 2022).

O cenário de crise para alguns constitui uma oportunidade de negócio. Toda crise representa ameaça para o momento atual e oportunidade para o futuro. Na crise, há uma ruptura das tendências históricas e o surgimento de novas tendências. (DEGEN, 2009). Nassif et al (2020) explica que os impactos derivados desta pandemia vêm exigindo diferentes tipos de adaptabilidade em todas as áreas, como nos negócios, na educação, no desenvolvimento das pesquisas científicas, no modo como os consumidores se comportam, decidem e são forçados a se adaptar frente ao contexto atual.

Para tanto, segundo pesquisas do Sebrae (2022), para um empreendedor ter sucesso é necessário possuir certas habilidades sociais para aumentar a capacidade de suportar os riscos e as incertezas de conduzir um negócio, tais como Comunicação interpessoal, Proatividade, Capacidade de resolução de conflitos, Persuasão, Liderança, Criatividade, Organização, Resiliência, essas são as habilidades que um empreendedor deve buscar desenvolver constantemente para alcançar seus objetivos.

Tendo em vista que os empreendedores precisam desenvolver habilidade técnicas e sociais na gestão dos seus empreendimentos para enfrentar os desafios do contexto competitivo, este trabalho orienta-se pela seguinte problemática: Quais as motivações e as habilidades sociais que impulsionaram os microempreendedores a empreender em meio à crise?

Assim, tendo em vista tal questionamento, este trabalho tem como objetivo geral identificar as motivações e as habilidades sociais que impulsionaram os microempreendedores a empreender em meio à crise da Pandemia por Covid-19. Para tanto, foram traçados os seguintes objetivos específicos: Descrever o perfil dos microempreendedores pesquisados; Analisar as habilidades sociais predominantes nos microempreendedores; Identificar os principais desafios encontrados e as estratégias utilizadas pelos microempreendedores na gestão de seus negócios.

Este trabalho está organizado em cinco seções, onde na sua estrutura inclui esta introdução, a seção subsequente é a fundamentação teórica, com discussões sobre empreendedorismo, habilidades sociais importantes para empreender e inclui uma seção sobre MEI e o SEBRAE. Na terceira seção consta os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa, a quarta seção discute a análise dos dados. A quinta e última seção apresenta as considerações finais do estudo.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Empreendedorismo

Atualmente, Salim (2010) reconhece que estamos vivenciando um momento especial do empreendedorismo: é reconhecido pelo seu valor como promotor de desenvolvimento econômico, por sua capacidade de gerar empregos, pela criação de produtos inovadores, pela atuação na busca de soluções para questões sociais e até mesmo pela sua inclusão em programas governamentais com o objetivo de conseguir desenvolvimento local e regional, que segundo comentado por Vilela (2020) no portal Agência Brasil, esclarece que no Brasil caminha, em 2020, para registrar o maior número de empreendedores de sua história.

Barros (2008) ressalta que a contribuição do empreendedor ao desenvolvimento econômico ocorre fundamentalmente pela inovação que introduz e pela concorrência no mercado. O empreendedorismo também pode ser criação de novos métodos de produção, tendo em vista que amplia a visão desses novos métodos de produção.

O empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias”. Portanto, o empreendedor é considerado a essência da inovação no mundo, tornando obsoletas as antigas maneiras de fazer negócios (CHIAVENATO, 2007).

Para Torres (2023) define que ser empreendedor significa ser um realizador, que produz novas ideias através da congruência entre criatividade e imaginação, já Nassif et al (2020) já comenta como o empreendedorismo vem sendo cada vez mais reconhecido e significativo para o desenvolvimento econômico e para a solução da pobreza em todo mundo.

Outro ponto que Torres (2023) ressalta é que o indivíduo tem controle e despende a energia que acredita necessária, é um dos aspectos que alimentam o espírito de liberdade, inerente ao empreendedorismo e Castro (2021) também explica que o empreendedor é definido como um indivíduo que explora uma



oportunidade de negócio por meio de alguma forma de inovação, portanto, que prevê uma lacuna no mercado e preenche-a com uma nova ideia de negócio.

## **2.2 A importância das habilidades sociais para o empreendedor**

O empreendedor deve desenvolver o hábito de observar a realidade, com o objetivo de compreender seus mecanismos de funcionamento. Deve levar em conta o grau de satisfação das pessoas com os produtos e serviços existentes, a relação do preço de um produto e o seu benefício, e também deve buscar inovação, e que para inovar, é preciso praticar, buscar novas maneiras de fazer o existente, criar o hábito de imaginar soluções para o que ainda não tenha sido resolvido ou cuja solução disponível seja insatisfatória (BESSANT, 2014),

Degen (2009) também ressalta que a vontade dos empreendedores em vencer todas as dificuldades para desenvolver seu negócio, pagando o preço do sacrifício pessoal para ter sucesso, é função direta de sua necessidade de realizar.

Como habilidades segundo Chiavenato (2007) temos uma seguinte definição que na verdade, o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal, transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado.

Para tanto, o Sebrae (2022) nos orienta que não adianta ter técnica e conhecimento, mas não sabe trabalhar em equipe, que também não adianta ser proativo se não sabe dominar as técnicas necessária para desempenhar as funções, por isso a importância de ter um alinhamento entre as habilidades técnicas (Hard Skills) e as habilidades sociais ou comportamentais (Soft Skills).

O Sebrae (2022) comenta que as habilidades técnicas (Hard Skills) são habilidades adquiridas em livros, cursos, salas de aulas, treinamentos, operando uma máquina, já as habilidades sociais ou comportamentais (Soft Skills) são habilidades sociais ou comportamentais onde são identificadas através de testes

psicológicos executados por recrutadores e assim idealizando um mapeamento de competências.

Nesse sentido, o SEBRAE ressalta as seguintes habilidades sociais ou comportamentais, conforme estão descritas no Quadro 1.

**Quadro 1 – Habilidades sociais**

<b>Comunicação Interpessoal</b>	É a troca de informações entre dois ou mais indivíduos. Em outras palavras, é a capacidade de transmitir, receber e interpretar mensagens verbais ou não-verbais com clareza.
<b>Proatividade</b>	É a competência que impulsiona uma busca por mudanças de maneira espontânea, sem precisar de estímulos externos.
<b>Capacidade de resolução de conflitos</b>	Pessoas capazes de identificar conflitos, reconhecer opiniões diferentes e construir um consenso, uma solução pacífica para o então problema/conflito existente.
<b>Persuasão</b>	Convencer, fazer com que essa pessoa acredite ou aceite uma determinada ideia.
<b>Liderança</b>	É a habilidade de motivar a inspirar pessoas de forma positiva.
<b>Criatividade</b>	É o ato de ser criativo, palavra que define a capacidade de criar e de inventar. Também indica a qualidade de quem possui ideias originais ou se mostra capaz de propor novos enunciados.
<b>Organização</b>	Permite que use seus recursos de forma eficiente e eficaz, ou seja, que a pessoa administra bem o seu tempo, energia e espaço de trabalho e pode realizar todas as tarefas atribuídas com êxito.
<b>Resiliência</b>	Trata-se, então, da capacidade de uma pessoa responder à pressão e às exigências da vida diária, a capacidade de se recuperar.

**Fonte:** Sebrae (2020)

O empreendedor, segundo Hisrich (2014), tem como habilidade o conceito que empreendedorismo tem uma função importante na criação e no crescimento dos negócios, assim como no crescimento e na prosperidade de nações e regiões. Esses resultados em larga escala podem ter princípios um tanto modestos, pois as ações empreendedoras começam no ponto em que uma oportunidade lucrativa encontra um indivíduo empreendedor.

Os empreendedores tem seus motivos os quais o levam a ter seus próprios negócios e Degen (2009) que em entrevistas realizadas, ressaltou os seguintes motivos:

- Vontade de ganhar muito dinheiro, mais do que seria possível na condição de empregado.
- Desejo de sair da rotina do emprego e levar suas próprias ideias adiante.
- Vontade de determinar seu próprio futuro e não dar satisfação a ninguém sobre seus atos.
- Necessidade de provar a si e aos outros que é capaz de realizar um empreendimento.
- Desejo de desenvolver algo que traga reconhecimento e benefícios, não só para si, mas para a sociedade.

A inovação é um fator importante para os empreendedores, mas não ocorre automaticamente. Ela é impulsionada pelo empreendedorismo, que é uma combinação poderosa de visão, energia, entusiasmo, intuição, bom senso e esforço constante para transformar ideias em realidade. Os indivíduos são o motor por trás da mudança de produtos, processos e serviços, seja atuando individualmente ou dentro de organizações. São eles que tornam a inovação possível (HISRICH, 2014).

### **2.3 MEI e o SEBRAE**

Para ajudar o empreendedorismo, foi criado em 2008 pelo Governo Federal o MEI, microempreendedor individual, em que o portal MEI Total (2020) explica que é um porte de CNPJ, Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica, que tem regras mais simplificadas para o funcionamento e não conta com a obrigação de emissão de notas fiscais. A nota fiscal, entretanto, é uma necessidade para outros portes acima deste, como é o caso da ME, microempresa.

O MEI, segundo o portal MEI TOTAL (2020) microempreendedor individual, pode faturar todos os anos R\$ 81 mil, tendo a possibilidade de ultrapassar até 20% desse valor (equivalente a uma média de R\$ 97 mil).

No entanto, a Câmara de Deputados e o Senado vêm analisando, em parceria, as possibilidades de conseguirem mudar esse limite para R\$ 130 mil.

Para se tornar um MEI, o portal MEI Total (2020) nos explica é necessário saber quais são as regras para atuar neste porte de empresa. De forma sintetizada, o ponto principal é: estar dentro do limite de faturamento, declarar valores (com multa se houver atraso) e pagar mensalmente o DASN para o Simples Nacional.

Segundo o SEBRAE (2020) para dar suporte ao MEI, microempreendedor individual, existe o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) que é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro pequenas empresas, aqueles com faturamento bruto anual de até R\$ 4,8 milhões, atuando com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios.

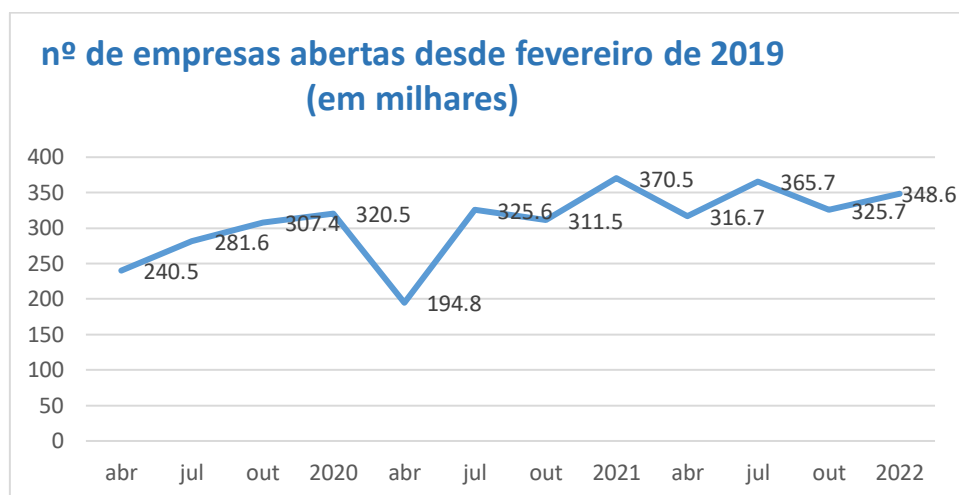
O SEBRAE (2020) ainda ressalta que as soluções desenvolvidas pelo Sebrae atendem desde o empreendedor que pretende abrir seu primeiro negócio até pequenas empresas que já estão consolidadas e buscam um novo posicionamento no mercado.

Em 2020, segundo dados do site NUBANK (2022), mostra que de aproximadamente 3,36 milhões de empresas abertas, cerca de 2,66 milhões eram MEIs – um crescimento de 8,4% no número de novos microempreendedores individuais em relação a 2019, segundo o Mapa de Empresas do Ministério da Economia, mostrando um crescimento mesmo durante o período da pandemia, e continuando, o BLOG NUBANK informa que nos primeiros meses da pandemia, entre abril e julho de 2021, o número de clientes Nubank que se tornaram MEIs aumentou mais de 60%.

O canal de notícias PODER360 (2022), informa que antes da pandemia da Covid-19, em fevereiro de 2020, o número de empresas abertas foi de 270.221. Agora, 2 anos depois, houve abertura de cerca de 76.000 empresas a

mais do que na época, O setor de serviços foi o que mais impulsionou a abertura de novos negócios em fevereiro. Foram 240.809 novas empresas, um crescimento de 3,9% em relação ao mesmo mês de 2021. Em seguida, o Comércio com 76.756, e a Indústria, com 25.506. Estes 2 registraram queda de 5,7% e 4,2%, respectivamente, em relação a fevereiro do ano passado.

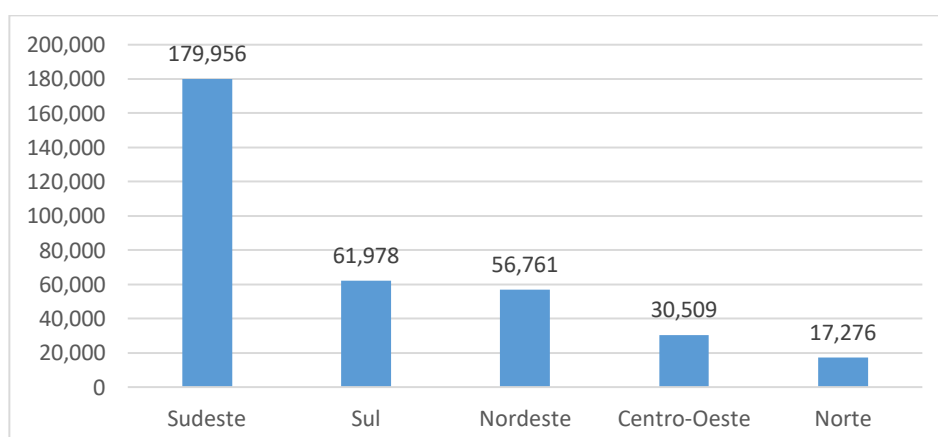
**Gráfico 1-** Gráfico de abertura de MEIs entre 2019 e 2022



Fonte: Poder360 (2022)

No gráfico 2, apresenta o número de empresas abertas por região entre 2019 e 2022.

**Gráfico 2-** Número de empresas abertas por região



Fonte: Poder360 (2022)

Conforme os dados apresentados, a região Sudeste liderou as aberturas com 179.956 negócios criados, seguido pelo Sul (61.978), Nordeste (56.761), Centro-Oeste (30.509) e Norte (17.276).

Em seu estudo, Vilela (2020) destaca que, devido à crise provocada pela pandemia do novo coronavírus, muitos brasileiros têm recorrido ao empreendedorismo como fonte de renda, enquanto o desemprego tem impulsionado as pessoas a se tornarem empreendedoras. No entanto, segundo o autor, muitos desses novos empreendedores não estão seguindo essa atividade por vocação, mas sim por necessidade de sobrevivência.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Este presente trabalho teve como objetivo identificar as motivações e as habilidades sociais que impulsionaram os microempreendedores a empreender em meio à crise da Pandemia por Covid-19.

A pesquisa possuiu abordagem qualitativa de caráter descritivo e exploratório, pois objetivou descrever as características dos microempreendedores da cidade de Campina Grande-PB, que segundo GIL (2010) visa a descrição das características de determinada população para identificar possíveis relações, proporcionando uma melhor compreensão do fenômeno pesquisa.

Quanto aos procedimentos caracterizou-se como pesquisa de campo, que consiste em entrevistas abertas com seis empreendedores que conteve o momento que vivenciaram e suas experiências ao montar seus negócios em meio à crise pandêmica do COVID-19. Para Lakatos (2011) as entrevistas abertas basearam-se em um guia geral com tema não específico, nelas, nas quais o entrevistado teve toda a flexibilidade para manipulá-la.

As perguntas do roteiro de pesquisa foram gravadas com autorização dos microempreendedores e informados a preservação do anonimato de seus nomes e depois transcritos onde analisou seus depoimentos na análise dos dados e relacionou-se as respostas com a literatura pesquisada. Teve como base o autor CASTRO et al (2021), pois, apresentou a realidade de empreendedores e estratégias adotadas para o enfrentamento do momento de

crise, encorajando outros segmentos, ao explicitar as possíveis oportunidades, estimulou-se a abertura de novos negócios, de acordo com as necessidades do mercado, e os modelos de demonstração dos dados de FREIRE et al (2021) e de CASTRO et al (2021) onde mostrou-se os resultados organizados em Quadros.

Para análise dos dados qualitativos, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo de BARDIN (2016) que consistiu uma análise dos dados qualitativos através da leitura das entrevistas, organização dos dados, preparação e exploração do material coletado, bem como o tratamento dos resultados obtidos e interpretação com base na literatura consultada.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

As análises e discussões foram divididas em seções. Na primeira seção, são apresentadas as características sociodemográficas dos participantes. Na sequência, foram discutidas as respostas individuais dos participantes em relação ao tempo de atividade, motivações, dificuldades enfrentadas e estratégias. Por fim, foi realizada uma análise das respostas dos participantes sobre as habilidades sociais que eles julgaram dominar mais.

### 4.1 Características sociodemográficas

O Quadro 2 apresenta os dados sociodemográficos dos empreendedores consultados no presente estudo, bem como os respectivos setores de atividade.

<b>Quadro 2. Dados sociodemográficos</b>					
	<b>Idade</b>	<b>Estado civil</b>	<b>Gênero</b>	<b>Escolaridade</b>	<b>Ramo de atividade</b>
E1	41	Casado	Masculino	Ens. Médio incompleto	Reparo de celulares e venda de acessórios
E2	50	Viúva	Feminino	Ens. Médio completo	Venda de roupas
E3	25	Solteira	Feminino	Ens. Superior completo	Venda de utensílios do lar

E4	45	Casado	Masculino	Ens. Superior completo	Farmácia e prestação de serviços de entrega rápida
E5	33	Casado	Masculino	Ens. Superior incompleto	Reparo de celular
E6	28	Solteiro	Masculino	Ens. Médio incompleto	Beleza

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), dados da própria pesquisa

#### 4.1.1 Idade

Quadro 3. Idade			
18 – 25 anos	25 – 35 anos	35 – 45 anos	45-55 anos
16,67%	33,33%	16,67%	33,33%

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), dados da própria pesquisa.

Nessa primeira análise, na parte que se refere a idade viu-se que entre 18 – 25 anos temos 16,67% dos entrevistados, 25 – 35 anos temos 33,33%, 35 – 45 anos temos 16,67% e entre 45 – 55 anos temos 33,33%. Vemos que a maior concentração dos empreendedores se encontra nas faixas entre 25 – 35 anos e 45 – 55 anos ambas com 33,33% dos entrevistados.

Segundo o Torres (2023) em sua pesquisa consta que o empreendedorismo se inicia aos 18 anos e amadurece após os 24 anos, no estando, no presente estudo verifica-se que também há uma forte tendência de empreender na faixa etária entre 45-55 anos, onde conforme será exposto posteriormente que há uma motivação diferente dentro dessa faixa etária.

#### 4.1.2 Estado civil

Quadro 4. Estado civil		
Solteiro	Casado	Viúvo
33,33%	50%	16,67%

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), dados da própria pesquisa.



Na parte do estado civil, viu-se que 50% dos empreendedores são casados, outros 33,33% são solteiros e 16,67% são viúvos, O percentual de empreendedores casados superam os solteiros, segundo o Instituto Longevidade (2022), ao estar em um relacionamento amoroso sólido, é natural ter planos para realizar juntos. E, na maioria das vezes, são objetivos grandiosos, que requerem mais dinheiro, como comprar carro, casa ou fazer um festão de casamento. Além disso, juntando as duas rendas é mais fácil alcançar conquistas que requerem mais dinheiro.

#### 4.1.3 Gênero

**Quadro 5. Gênero**

Masculino	Feminino
66,67%	33,33%

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), dados da própria pesquisa.

No que se refere ao gênero, o maior percentual é de empreendedores masculino com 66,67%, enquanto empreendedores femininos representa 33,33%. Segundo a pesquisa de Caprario (2022) em seu artigo sobre crescimento do empreendedorismo feminino, escreve que desde 2016, quando os dados começaram a ser contabilizados, o Brasil possui 43 milhões de empreendedores, dos 45,6% são mulheres. Isso mostra que os dados desta pesquisa não estão distantes dos dados do cenário nacional.

#### 4.1.4 Formação escolar

**Quadro 6. Escolaridade**

Ens. médio incompleto	Ens. médio completo	Ens. superior incompleto	Ens. superior completo
33,33%	16,67%	16,67%	33,33%

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), dados da própria pesquisa.

Nos dados referentes a escolaridade, encontramos o valor de 33,33% tem apenas o ensino médio incompleto, 16,67% para ensino médio completo, 16,67% para ensino superior incompleto e 33,33% para ensino superior completo. Vemos que ensino médio incompleto e ensino superior completo estão com maior percentual encontrado no perfil dos entrevistados. Segundo Torres (2023), 70% do empreendedores possuem ensino superior e na atual pesquisa consta que 50% dos entrevistados possuem esse grau de instrução, levando em consideração os dados de idade da Quadro 3 em comparação com o artigo de Torres (2023), destacou-se que o fator da escolaridade sofre influência da idade, tendo em vista que muito dos entrevistados devido às idades mais avançadas não buscam ensino superior para melhor se preparem e se contentam (e acreditam) que com o ensino médio já é o suficiente para empreender.

#### 4.1.5 Ramo de atividade

Nesta parte do perfil dos entrevistados, observou-se no Quadro 9 que os ramos de atividades são diversos, tendo um destaque para o entrevistado 1 e o entrevistado 5, pois ambos executam o mesmo tipo de empreendimento, sendo concorrentes, mas o entrevistado 1 tem um diferencial de também vender acessórios voltados a celulares e tecnologia, dado ao mesmo uma maior cartela de produtos e serviços para atrair os mais diversos clientes.

**Quadro 9. Ramo de atividade**

E1	Reparo de celulares e venda de acessórios
E2	Venda de roupas
E3	Venda de utensílios do lar
E4	Farmácia e prestação de serviços de entrega rápida
E5	Reparo de celulares
E6	Beleza

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), dados da própria pesquisa.

## 4.2 Tempo de atuação, motivações, dificuldades e as estratégias

Nesta segunda parte da pesquisa, como observado no Quadro 10, abordou-se tempo de atuação, se realmente abriram no período da pandemia, captação dos recursos, se a família ou terceiros ajudaram, as suas motivações que os levaram a abrir seus negócios em um momento difícil em que a economia do país se encontrava neste período de crise pandêmica. Posteriormente, foi abordado sobre as dificuldades encontradas pelos empreendedores pesquisados, os obstáculos para a abertura e condução dos seus negócios, e as estratégias que os entrevistados utilizam para superar as dificuldades.

**Quadro 10. Tempo de atuação captação de recursos e motivações**

	<b>Tempo de atuação</b>	<b>Captação de recursos</b>	<b>Motivações</b>
E1	2 anos	Próprio	Necessidade
E2	2 anos	Próprio + familiares + empréstimo	Oportunidade de negócio
E3	2 anos	Próprio	Necessidade, auto realização, independência financeira, oportunidade de negócio
E4	2 anos	Próprio	Necessidade, auto realização, independência financeira, oportunidade de negócio
E5	2 anos	Próprio	Oportunidade e necessidade
E6	4 anos	Próprio + empréstimo	Auto realização, independência financeira e oportunidade de negócio

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), dados da própria pesquisa.

### 4.2.1 Tempo de atuação

<b>Quadro 11. Tempo de atuação</b>	
<b>2 anos</b>	<b>3 anos ou +</b>
83,33%	16,67%

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), dados da própria pesquisa.

No Quadro 11 do tempo de atuação, observou-se que todos realmente iniciaram no período da pandemia, agora um dos entrevistados, o entrevistado 6, observa-se que iniciou antes da pandemia, mas mesmo durante a entrevista informou que iniciou seu negócio antes da pandemia, que era em outro bairro, e quando mudou-se de local e abriu seu estabelecimento em uma nova localidade eclodiu a pandemia, não era estabelecimento novo, mas a localidade era nova e o mesmo passou muitas dificuldades para atrair novos clientes. Segundo Castro (2021), a pandemia da COVID-19 foi um evento imprevisto que não foi considerado nos processos de planejamento de negócios dos empreendimentos, independentemente de quão formal ou informal esses esforços fossem, então por isso mesmo aberto no momento da crise, os entrevistados não levaram em consideração a gravidade da crise e se aventuraram mesmo dentro deste atual quadro econômico que o país enfrentava.

### 4.2.2 Captação de recursos

<b>Quadro 12. Captação de recursos</b>		
<b>Próprio</b>	<b>Família</b>	<b>Empréstimo</b>
50%	16,67%	33,33%

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), dados da própria pesquisa.

No Quadro 12 na captação de recursos os dados dos entrevistados, onde observou-se que 50% abriram seus negócios apenas com recursos próprios, 33,33% utilizaram recursos próprios e também tiveram ajuda de familiares e

utilização de empréstimos, enquanto 16,67% forma recursos próprios e ajuda de familiares. Para o SEBRAE (2022) a captação de recursos está ligada a um montante de estratégias que viabilizem um retorno certo de capital para financiar algum empreendimento, negócio, produto ou marca. O Sebrae (2022) ainda continua que basicamente é buscar um aporte pecuniário para atender a um propósito de algum lugar (empresa, organização, entidade, projeto, etc). Para captar recursos é preciso realizar um planejamento contendo todas as necessidades que serão sanadas com esse investimento.

### 4.2.3 Motivações

<b>Quadro 13. Motivações individuais</b>			
<b>Necessidade</b>	<b>Auto realização</b>	<b>Independência financeira</b>	<b>Oportunidade de negócio</b>
18,75%	18,75%	18,75%	43,75%

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), dados da própria pesquisa.

Nas motivações, no Quadro 13, os dados foram separados por motivações individuais, ou seja, quantos empreendedores entrevistados foram movidos por cada motivação, 18,75% dos entrevistados a necessidade foi um dos fatores para a abertura do negócio em meio a pandemia, 18,75% também foi auto realização, 18,75% também tiveram a independência financeira como motivação e 43,75% foi oportunidade de negócio que foi a maior motivação que os levaram a abrir seus negócios. Fez-se uma comparação de dados entre o artigo de Torres (2023), mesmo com uma diferença de uma necessidade acrescida no artigo, com a pesquisa em questão não há uma diferença tão equidistantes e podemos verificar que as necessidades equivalentes os dados estão bem próximos.

### 4.2.4 Desafios e estratégias

Este tópico abordou as respostas dos entrevistados sobre o momento em que abriram seus negócios. O Quadro 14 apresenta as respostas sobre os

desafios enfrentados para abrir seus negócios durante a crise pandêmica e as estratégias adotadas para atrair clientes.

#### Quadro 14. Desafios e estratégias

- E1* Os principais desafios era os clientes por que no começo era muito **pouco cliente** e a gente tinha que conquistar o cliente com o nosso serviço e realmente mostrar que o serviço é bom para poder cada dia mais os clientes ter a confiança em nós. **A estratégia foi mostrar o bom serviço e a qualidade.**
- E2* É porque **eu já tinha conhecimento**, né? Pois eu já era vendedora de roupa e aqui vi a oportunidade de comércio de alugar, eu aluguei e toquei o negócio pra frente. Não tive nenhum empecilho.
- E3* O principal **desafio** é que eu acho é que todas as lojas tem quando ela abre é **captação cliente** e no meio da pandemia, mas eu acredito que, a gente teve muita lábia e também contratei uma pessoa que já conhecia uma pessoa aqui do bairro.
- E4* A gente vendo a própria pandemia a gente pensou na comunidade, por ser **um local bem estratégico** que é a comunidade do pedregal e então não havia farmácia naquele local, e vendo isso elaboramos uma **estratégia** para atender a comunidade e o que eu utilizei foi justamente o **preço baixo** e ter um mix razoável, tendo em vista que o posto médico tem dificuldade em atender toda a população.
- E5* Os **desafios** que você encontra é o barateamento da **concorrência** [...] entrego um **serviço bem feito**, vou analisar o que o outro técnico fez antes de entregar, ai será dois serviços que será feito, faço um **serviço de qualidade, pós atendimento e garantia**, que é o mais importante.
- E6* Como trabalho com público o maior **desafio** era o contato físico tanto pra mim proteger tanto para proteger o cliente a partir disso passei a **atender só por horário marcado sem aglomeração** no local.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), dados da própria pesquisa.

As respostas dos entrevistados revelaram que todos enfrentaram desafios na captação de clientes devido às políticas de isolamento social do governo federal. Para superar essa dificuldade, os entrevistados adotaram estratégias inovadoras e criativas, como oferecer qualidade no atendimento, no serviço e nos produtos. Alguns microempreendedores, como os entrevistados 5 e 6, chegaram a oferecer serviços diferenciados, como reparo de telefones celulares

na casa do cliente (entrevistado 5) e corte de cabelo em domicílio (entrevistado 6).

Outro fator também identificado nas respostas dos entrevistados foi o aumento na higienização para uma melhor tranquilidade dos clientes, para a segurança de contaminação para os mesmos e para si próprios. Conforme Castro et al (2021) apresentou em seu estudo que para resistir ao poder dessas forças externas, a estratégia dos negócios precisa ser delineada, analisando o contexto em que a organização está inserida, bem como os potenciais concorrentes, tal como os empreendedores pesquisados realizaram na gestão de seus empreendimentos.

#### 4.2.5 Pensou em encerrar as atividades? O que o(a) levou a continuar?

No Quadro 15, foi possível observar as respostas dos entrevistados quanto à possibilidade de encerrar suas atividades em algum momento e o que os motivou a continuar com seus negócios abertos.

##### Quadro 15. Pensou em encerrar as atividades? O que o(a) levou a continuar?

*E1* É, a gente pensa em encerrar até, acho, todo momento e até vai aparecendo muitas dificuldades e a gente vai vencendo cada dia mais, mas a gente tem que **ser guerreiro e não desistir dos nossos sonhos.**

*E2* No mês de setembro passei por uma “dificuldadizinha”, eu tinha uma reserva e a **estratégia que usei foi usar a reserva.**

*E3* Pensei porque no início desse ano e no início do ano passado porque as contas não estavam batendo. Eu tinha a menina que trabalhava comigo todos os dias da semana e [...] para não fechar a loja e não ter que demitir ela, eu **reduzi a carga** horária dela, e os dias que ela não está aqui eu que administro a loja.

*E4* Na verdade, não, Temos o pensamento em prosseguir tendo em vista que temos apenas pouco mais de um ano de funcionamento e agora é pensar em avançar, **umentar o mix de produtos, aumentar serviços** que possam ser prestados e a partir daí abranger novos horizontes com novas estratégias, **questão de preço, divulgação.**

*E5* Todo mundo passa por esse momento em desistir, mas o que mais me motivou, não que seja uma coisa boa, mas foi a perda do meu primeiro filho, foi que o que mais me deu motivação para continuar estudando, tentar novamente para no futuro ter outra e seguir adiante. Foi muito difícil.

E6	Não, nunca pensei em desistir. Mas sim em algum momento achei que não ia ser possível dar continuidade aos trabalhos, pois não <b>tinha recursos financeiros</b> para bancar despesas da loja com a baixa de cliente durante a pandemia.
----	--

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), dados da própria pesquisa.

Todos os entrevistados, conforme apresentado no Quadro 15, tiveram o pensamento de encerrar suas atividades em algum momento difícil que enfrentaram, mas todos superaram e decidiram continuar com as atividades. O entrevistado 3 que para não encerrar suas atividades renegociou com sua funcionária o horário e o pagamento do seu salário, diminuindo a carga horária e valor do salário, tendo que dividir os horários em que fica no estabelecimento para evitar que feche seu estabelecimento. Outro ponto a se destacar também foi a resposta do entrevistado 5 que nesse período a esposa perdeu o filho, passou por muitas dificuldades tanto financeiras quanto psicológicas, mas utilizou esse acontecimento como forças para superar e continuar em frente e se especializar. Para Castro et al (2021) a estratégia compreende a melhor utilização de recursos e capacidades internas da organização, moldando-os aos riscos, e utilizando oportunidades proporcionadas pelo ambiente, porque mesmo moldando os riscos, algumas combinações de perfil empreendedor, recessões podem render resultados melhores do que períodos de expansão.

#### 4.2.6 Estratégias adotadas para manter o negócio aberto durante a crise

No Quadro 16, foi abordado a estratégia utilizada para manter o negócio aberto e enfrentar a pandemia, de acordo com a experiência de cada um dos entrevistados.

##### Quadro 16. Estratégias adotadas para manter o negócio aberto durante a pandemia

E1	As <b>diversidades dos nossos produtos</b> e até ter diversos produtos para chamar a clientela e dar continuidade e sempre <b>inovando</b> , e sempre renovando a cada dia.
E2	Mais ou menos, abria e não abria, tinha dia que abria e tinha dia que não abria porque não podia, mas no dia que podia, era liberado então abria e as pessoas viam e vinham.



*E3* **Captar o cliente** e a gente chamava mesmo o cliente para ver os produtos que a gente tinha na loja e a gente também utilizou as ferramentas das **redes sociais** e a gente começou a fazer **delivery** dos produtos que a gente tinha aqui na loja.

*E4* Tomando em vista a própria comunidade médica, posto de saúde, nas UPA's e a própria necessidade de tratamento em si, fez com que o público de farmácia que é um público específico nos procurasse, não teve muita coisa para se fazer, que como é algo bem específico a procura de medicamentos, procurar por material para higienização pessoal, EPI's como é o caso do meio da pandemia que até os dias de hoje temos trabalhado bastante e é uma venda muito acentuada.

*E5* Como eu tenho transporte, buscava o celular, trazia e fazia a manutenção, gravava um vídeo abrindo o celular, mandava pra ele, mostrava para ele qual era o defeito e autorizando, **fazia o serviço e deixava na casa do cliente**. E assim você vai criando uma preferência de só o fato de **buscar o celular na casa do cliente** sem ele sair de casa se torna bem mais viável para o técnico e assim está até hoje.

*E6* Tentei **descontos** em aluguel de loja, não foi possível, então tive que continuar com **poucos atendimentos**.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), dados da própria pesquisa.

Nessa parte da entrevista foi observado que os empreendedores, como mostra o Quadro 16, tiveram as mais diversas formas de estratégias para manter seus estabelecimentos abertos, se valendo da variedade de produtos a oferecer para os clientes, como o serviço de delivery para entregar os produtos e como buscar o próprio serviço na casa do cliente. O entrevistado 3 usou a estratégia de ficar na porta do estabelecimento chamando as poucas pessoas que circulavam na rua para dentro da loja para conhecer e ver os produtos disponíveis. Castro et al (2021), nos explica que a crise não deixará apenas muitas empresas que lutam pela sobrevivência, mas também forçará algumas a procurar caminhos estratégicos alternativos que para algumas combinações de perfil empreendedor, que a capacidade de reconhecimento do negócio depende de sua natureza.

#### 4.2.7 Em algum momento buscou auxílio do SEBRAE?

##### Quadro 17. Em algum momento buscou auxílio do SEBRAE?

<i>E1</i>	Não, geralmente a gente consultava muito assim, o SEBRAE já veio até com um responsável do Sebrae para fazer aquela orientação, tudo, mas nunca precisei de verdade mesmo assim pra poder reerguer o negócio não.
<i>E2</i>	Não, conhecia, mas nunca usei.
<i>E3</i>	Não, na loja não, mas antes já tinha feito cursos do SEBRAE.
<i>E4</i>	Na verdade, não. Já pela experiência que já tive que já trabalho desde 1997 que trabalho com medicamento e usamos as nossas próprias estratégias e nossas próprias experiência e deu certo nosso projeto.
<i>E5</i>	Não, até o momento não. Tenho uma base da outra empresa que eu trabalhava anteriormente, as vezes a gente fazia uns cursos do SEBRAE, mas nesses anos que tive na empresa, nenhum momento precisei.
<i>E6</i>	Não, em nenhum momento tive auxílio de algum órgão de governo e nem de empréstimo de banco.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), dados da própria pesquisa.

De acordo com as respostas dos entrevistados percebeu-se que nenhum deles buscou auxílio do Sebrae. O entrevistado 1 informou que já teve alguma orientação Sebrae em um período anterior quando já pensava em abrir seu próprio negócio, mas não chegou a buscar outros serviços. O entrevistado 3, 4 e 5 relataram que não buscaram nenhuma assistência do Sebrae, mas antes de abrirem seus próprios negócios, foram funcionários de outras empresas e fizeram cursos ou tomaram conhecimentos dos serviços do Sebrae. De acordo com o estudo de Torres (2023) com empreendedores, apenas 27% procuraram apoio do SEBRAE, o que representa que muitos empreendedores ainda acreditam na intuição, o que pode ser um caminho não tão recomendado, o mesmo comenta Vitor (2022), ficar apenas com informação tácita pode também ser perigoso para um novo negócio.

#### 4.3 Habilidades sociais

Abordou-se nesse ponto da pesquisa as habilidades sociais, ou soft skills, que são habilidades importantes para o empreendedor desenvolver e alcançar

sucesso em seus negócios. Segundo o SEBRAE (2022), as principais habilidades sociais são: Comunicação interpessoal, Proatividade, Capacidade de resolução de conflitos, Persuasão, Liderança, Criatividade, Organização, Resiliência.

No Quadro 18 observou-se quantos indivíduos acreditam possuírem determinadas habilidades sociais, fica destacado que a criatividade todos acreditam possuir, mas vale destacar em observação, nas respostas dos entrevistados, e também nas respostas anteriores, foi percebido que os mesmos possuem as habilidades sociais, mas não conseguem identificar que possuem essas habilidades. Segundo o Sebrae (2022), é muito importante que o empreendedor busque desenvolver algumas habilidades, sobretudo aquelas que têm foco no comportamento, para enfrentar os desafios do dia a dia e buscar inovação e criatividade.

#### Quadro 18. Domínio das habilidades sociais

- |    |  |
|----|--|
| E1 | Nos tempos de hoje a gente, nós temos que ser polivalente, né? A <b>criatividade</b> , muitas vezes a gente não sabe de tudo, mas tem que se usar da criatividade pra poder exercer um serviço do cliente e por isso eu tive muito que ser criativo.   |
| E2 | A coisa que posso dizer é do problema que tive, da necessidade e utilizei a reserva para continuar no negócio e superei.   |
| E3 | Eu acredito que a <b>organização, proatividade</b> , ninguém precisou me impulsionar, eu mesmo que me estimei e tive atitude. <b>Persuasão</b> porque 99% dos vendedores tem que ter persuasão e acredito que a <b>criatividade</b> e a <b>liderança</b> porque não só aqui na loja que eu tenho uma funcionária, mas e outra empresa da família a gente conta com 3 funcionários então que dou mais suporte da <b>comunicação</b> entre os colaboradores e a empresa.   |
| E4 | Eu acredito que a que mais utilizamos todos os dias é a <b>comunicação interpessoal</b> o fato de estar lidando com pessoas, lidando com indivíduos, e a forma como a gente tem trabalhado independentemente da classe social das pessoas.   |
| E5 | <b>Comunicação interpessoal, proatividade, a capacidade de resolução de conflitos</b> você tem que ter, porque quando você pega um celular de um cliente que já vem de outra loja, geralmente eles passam o contato de quem já fez o serviço e vai discutir experiência com outro técnico, se o outro técnico for bacana com você, também porque hoje em dia é raramente você encontra alguém assim, isso aqui você utiliza muito. A <b>liderança</b> também, a <b>criatividade</b> de você estar fazendo marketing pra estar expandindo a sua loja pra ganhar |

mais cliente para você. A **organização** tem que ter, toda loja tem que ter organização e a **resiliência**.

E6

Como sou o proprietário da loja tive que desenvolver habilidades [...] sou uma pessoa muito **criativa, organizada**, tanto com lona e também na educação financeira mesmo sem ter nunca antes estudado, vale ressaltar, **proatividade** foi um dos pontos que mais desenvolvi em plena pandemia, e por último **resiliência** todos os dias sou desafiado principalmente na pandemia se não tivesse um pelo menos um pouco de resiliência teria desistido.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022), dados da própria pesquisa.

Com as respostas dos entrevistados, valeu-se tomar nota de uma resposta do entrevistado 1 que é bem considerável: “Nos tempos de hoje a gente, nós temos que ser polivalentes.” Em um primeiro momento o microempreendedor talvez não veja que domine determinada habilidade social e no dia a dia a utilize sem se dar conta, pois cada situação é uma nova situação e um cada dia é um novo dia para aprender e adquirir novas habilidades técnicas e comportamentais.

Para Santini (2022), as habilidades sociais podem ajudar a encontrar, atrair e reter clientes, auxilia na resolução de conflitos, solucionar problemas e fornecer atendimento ao cliente de qualidade. Portanto, as habilidades sociais são fundamentais para lidar com situações complexas e imprevisíveis que são comuns no contexto dos negócios, podendo auxiliar os empreendedores a serem mais flexíveis e resilientes na condução de seus empreendimentos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo identificar as motivações e as habilidades sociais que impulsionaram os microempreendedores a empreender em meio à crise da Pandemia por Covid-19, bem como identificar as habilidades sociais predominantes nos empreendedores pesquisados, descrevendo seus desafios e as estratégias utilizadas para o enfrentamento da crise, enxergaram em meio à crise econômica, oportunidades de negócios em locais que tinham carência de serviço e/ou produtos. Como visto na análise dos dados, mesmo com segmentos diferentes, as situações encontradas são parecidas, mas observou-se que todos possuíam em comum o sentimento de perseverança e

superação perante o momento difícil que a economia que no país passava. Outra situação que foi identificada foi a não procura pelos serviços do SEBRAE, uma boa ferramenta de auxílio que é referência nesse assunto de apoio ao microempreendedor, possa dar bons direcionamentos para a condução dos negócios em que os microempreendedores não procuram, mesmo sabendo da existência dos serviços dos seus serviços. As motivações para abrirem seus negócios durante a pandemia que prevaleceu foi a oportunidade de negócio e a necessidade foram as principais encontradas.

Mesmo com as dificuldades encontradas, verificou-se que as estratégias foram diversas e a superação fez com que os acontecimentos passados pela crise econômica não atrapalhassem o funcionamento dos negócios dos entrevistados e a necessidade de continuar empreendendo sempre esteja presente. Verificou-se que com a análise dos dados observados que a habilidade social mais destacada pelos microempreendedores foi a criatividade, pois para continuar mantendo os atuais clientes e atrair novos, é necessário sempre não apenas bom atendimento, mas estar sempre se inovando. Também observado que a os resultados da pesquisa não estão muito distante dos resultados dos artigos utilizados neste trabalho, como também de fontes do SEBRAE.

A maior dificuldade para a realização deste trabalho, no que se refere as entrevistas com os empreendedores, foi dos mesmos identificarem seus pontos fracos e pontos fortes, pois quando observamos na parte das habilidades sociais, os mesmos não sabiam como se auto avaliarem e também não buscando apoio de serviços como o SEBRAE que poderiam auxiliá-los nesse processo.

Já vivemos o pós pandemia e seria interessante complementar essa pesquisa para analisar seus efeitos sobre os microempreendedores e ver como os mesmos se encontram, se continuam com seus negócios ainda funcionando, se continuam igual, sem alguma evolução ou se cresceram.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Christopher. Habilidades de relação e sua importância ao empreendedor. Christopher Andrade, Blog Troposlab, 2021. Disponível em: <https://troposlab.com/habilidades-essenciais-para-empreender-com-sucesso/#:~:text=O%20pilar%20de%20relação,negócio%2C%20e%20geração%20de%20colaboratividade>. Acessado em 10 de fevereiro de 2023.

BARDIN, Laurence. Análise de Conteúdo. Laurence Bardin; tradução, Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro, São Paulo: Edições 70, 2016.

BARROS, ALUÍZIO ANTÔNIO DE. Empreendedorismo e Crescimento Econômico:

Uma Análise Empírica, Aluizio Antonio de Barros, Cláudia Maria Miranda de Araújo Pereira, 2008. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rac/a/FVt5FgZfKy9xjjQr9TytyZM/abstract/?lang=pt>.

Acessado em 15 de novembro de 2022.

BESSANT, John. Inovação e empreendedorismo / John Bessant, Joe Tidd. 3ª Edição. Rio Grande do Sul: Bookman. *E-book*.

Blog InvestNews. Case e enriqueça: porque casados enriquecem mais que solteiros? Disponível em: <https://investnews.com.br/conta/casamento-x-dinheiro-por-que-casados-ficam-mais-ricos-que-solteiros/>. Blog InvestNews, (2020). Acessado em 10 de fevereiro de 2023.

CAPRARIO, Sara. Dobra o número de mulheres empreendedora no Brasil. Blog Empreendedor, 2022. Disponível em: <https://empreendedor.com.br/noticia/dobra-o-numero-de-mulheres-empreendedoras-no-brasil/>. Acessado em 3 de fevereiro de 2023.

CASTRO, BEATRIZ LEITE GUSTMANN DE. Empreendedorismo e coronavírus: impactos, estratégias e oportunidades frente à crise global, Beatriz

Leite Gustmann de Castro, Greice Eccel Pontelli, Andrieli de Fátima Paz Nunes, Jordana Marques Kneipp, Vânia Medianeira Flores Costa 2021. Disponível em: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-59232021000100049](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232021000100049). Acessado em 15 de novembro de 2022.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor. 4ª Edição Revisada e Atualizada. São Paulo: Saraiva, *E-book*.

CHIAVENATO, IDALBERTO. Introdução à teoria geral da administração / Idalberto Chiavenato. 4ª Edição Compacta. Barveri, São Paulo: Manole, 2014.

DEGEN, RONALD JEAN. O empreendedor: Empreender como opção de carreira / Ronald Soan Degen. São Pulo: Person Prentice Hall, 2009.

FREIRE, MAYSE GOMES DA SILVA. Os desafios do empreendedor em tempos de pandemia: O uso das plataformas digitais como aliadas, Mayse Gomes da Silva Freire, Raquel Castor Costa, Zaíla Oliveira, Cristiane Madeiro Araújo de Souza, Rosângela Andrade Pessoa, Regina Raquel Filgueiras da Silva, 2021. Disponível em: [https://convibra.org/congresso/res/uploads/pdf/artigo\\_pdfTNOolb25.08.2021\\_15.18.28.pdf#:~:text=A%20pesquisa%20realizada%20em%20junho,o%20auxilio%20da%20plataforma%20whatsapp](https://convibra.org/congresso/res/uploads/pdf/artigo_pdfTNOolb25.08.2021_15.18.28.pdf#:~:text=A%20pesquisa%20realizada%20em%20junho,o%20auxilio%20da%20plataforma%20whatsapp). Acessado em 10 de Setembro de 2022.

GIL, ANTONIO CARLOS, 1946. Como elaborar projetos de pesquisa / Antonio Carlos Gil. 5ª Edição. São Paulo: Atlas, 2010.

HISRICH, Robert D. Empreendedorismo / Robert D. Hisrich, Michael P. Peters, Dean A. Shepherd; tradução: Francisco Araujo da Costa. 9 edição. Porto Alegre: AMGH, 2014. *E-book*.

LAKATOS, EVA MARIA. Metodologia Científica / Eva Maria Lakatos, Marina de Andrade Marconi. 6ª Edição. São Paulo: Atlas, 2011.

LEITE, Vitor. Pandemia fez número de MEIs no Brasil aumentar, Vitor Leite. Blog Nubank, 2022. Disponível em <https://blog.nubank.com.br/pandemia-faz-numero-de-meis-no-brasil-aumentar/>. Acessado em 12 de dezembro de 2022.

Longevidade, Instituto de. Relacionamento amoroso x Finanças: Será que os solteiros gastam mais que os casados? Instituto de Longevidade, 2022. Disponível em: <https://institutodelongevidade.org/longevidade-e-comportamento/sexo-e-relacionamento/relacionamento-financas>. Acessado em 07 de março de 2023.

MACHADO, Amalia. Análise de Conteúdo da Bardin em TRÊS ETAPAS SIMPLES! Maria Amália,  
<https://www.academicapesquisa.com.br/post/an%C3%A1lise-de-conte%C3%BAdo-da-bardin-em-tr%C3%AAs-etapas-simples>, (2020). Acessado em 08 de fevereiro de 2023.

MAXIMIANO, ANTONIO CESAR AMARU. Introdução à administração / Antonio Cesar Amaru Maximiano. 8ª Edição Revista e Ampliada. São Paulo: Atlas, 2011.

MEI. O que é MEI? Veja o que significa, como funciona em detalhes. <https://totalmei.com/o-que-e-mei/>. Acesso em out. de 2022.

NASSIF, VÂNIA MARIA JORGE. Estão os empreendedores e as pequenas empresas preparadas para as adversidades contextuais? Uma reflexão à luz da pandemia do COVID-19, Vânia Maria Jorge Nassif, Victor Silva Corrêa, Dennys Eduardo Rossetto 2020. Revista REGEPE – Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, V.9, n. (2020) Janeiro-Abril. Disponível em: <https://regepe.org.br/regepe/article/download/1880/pdf/5584>. Acessado em 15 de novembro de 2022.

OLIVEIRA, DJALMA DE PINHO REBOUÇAS DE. Teoria Geral da Administração: Uma abordagem prática / Djalma de Pinho Rebouças de Oliveira. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2010.



Poder360. MEIs puxam número de empresas abertas na pandemia, 2022. <https://www.poder360.com.br/economia/meis-puxam-numero-de-empresas-abertas-na-pandemia/>. Acessado em 2 de janeiro de 2023.

REZENDE, Samantha, Sucesso no empreendedorismo depende de habilidades, aponta estudos. Samantha Rezende, Portal Contábeis, 2022. Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/noticias/50052/sucesso-no-empreendedorismo-depender-de-10-habilidades-aponta-estudo/#:~:text=O%20estudo%20aponta%20que%20o,necessariamente%20via%20comportamentos%20das%20pessoas>. Acessado em de outubro de 2022.

SALIM, CESAR SIMÕES, 1942. Introdução ao empreendedorismo: construindo uma atitude empreendedora / Cesar Simões Salim, Nelson Caldas Silva. 2ª reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. *E-book*.

SANTINI, Patricia F. Valente. Soft Skills, por que os empreendedores precisam desenvolvê-las? Patricia F. Valente Santini, Blog SEBRAE, 2022. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/soft-skills-por-que-os-empreendedores-precisam-desenvolver-las>. Acessado em 19 de outubro de 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa: A força do empreendedor, A importância da motivação para o empreendedor. SEBRAE, 2018. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/artigos/a-importancia-da-motivacao-para-o-empreendedor,2ff98f1a2e442610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acessado em 19 de outubro de 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa: Confira 4 soft skills fundamentais para o empreendedor. SEBRAE, 2022. <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/confira-4-soft-skills-fundamentais-para-o-empreendedor>

empreendedor,3b77d7c811184810VgnVCM100000d701210aRCRD. Acesso em 19 de out. de 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa: A força do empreendedor. Conheça quem somos. SEBRAE, 2022. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais\\_adicionais/conheca\\_quem\\_somos](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quem_somos). Acesso em 19 de out. de 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa: Desenvolvendo competências: investindo em hard skills e soft skills. SEBRAE, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/desenvolvendo-competencias-investindo-em-hard-skills-e-soft-skills,6ca6b53d48de3810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=As%20duas%20palavras%20v%C3%AAm%20do,importante%20sempre%20alinhar%20as%20duas>. Acesso em 19 de out. de 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa: Desenvolvendo competências: o valor das soft skills. SEBRAE, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/desenvolvendo-competencias-o-valor-das-soft-skills,d917b53d48de3810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Nesse%20sentido%2C%20o%20mercado%20aponta,conflitos%2C%20proatividade%2C%20entre%20outras>. Acesso em 19 de out. de 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa: A força do empreendedor, Habilidades necessárias para o empreendedor de sucesso. SEBRAE, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/habilidades-necessarias-para-o-empreendedor-de-sucesso,33ba123da1583810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acessado em 19 de outubro de 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa: A força do empreendedor, Saiba como captar recursos para iniciar um negócio. SEBRAE, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms/sebraeaz/saiba-como-captar-recursos-para-iniciar-um-negocio,fb0dae472354e710VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Geralmente%2C%20captar%20recursos%20%C3%A9%20uma,equipamentos%2C%20expandir%20e%20entre%20outros..> Acessado em 07 de março de 2023.

SILVA, Geraldo Sinval da. Os desafios de empreender na pandemia. Geraldo Sinval da Silva, Blog Universo Ateneu, 2022. Disponível em: <https://universo.uniateneu.edu.br/2022/05/23/os-desafios-de-empreender-na-pandemia/>. Acessado em 19 de outubro de 2022.

TORRES, Vitor. Perfil do empreendedor Brasileiro em 2023. Vitor Torres, 2023. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/perfil-empendedor-brasileiro/>. Acessado em 10 de fevereiro de 2023.

VILELA, Pedro Rafael. Pandemia faz Brasil ter recorde de novos empreendedores. Pedro Rafael Vilela, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-10/pandemia-faz-brasil-ter-recorde-de-novos-empendedoros>. Acessado em 10 de fevereiro de 2023.