

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS
GERAIS - *CAMPUS* BAMBUÍ
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Ana Cláudia de Deus Sant'Ana

REINVENÇÃO EM TEMPOS DE CRISE: O empreendedorismo brasileiro impulsionado
pela pandemia do COVID-19

BambuÍ
2025

ANA CLÁUDIA DE DEUS SANT'ANA

**REINVENÇÃO EM TEMPOS DE CRISE: O empreendedorismo brasileiro impulsionado
pela pandemia do COVID-19**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao Curso de Bacharelado em
Administração do IFMG – *Campus* Bambuí como
requisito parcial para obtenção do título de Bacharel
em Administração.

Orientador(a): Prof. Msc. Patrícia Carvalho Campos

Bambuí

2025

Catálogo na Fonte Biblioteca IFMG - *Campus Bambuí*

S232s Sant'Ana, Ana Cláudia de Deus.

Reinvenção em tempos de crise: o empreendedorismo brasileiro impulsionado pela pandemia do COVID-19 [manuscrito] / Ana Cláudia de Deus Sant'Ana – 2026.
54 f. : il.

Orientadora: Patrícia Carvalho Campos.
Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Instituto Federal de Minas Gerais. *Campus Bambuí*, 2026.

1. Empreendedorismo. 2. Covid-19. 3. Crise Econômica. 4. Inovação. I. Campos, Patrícia Carvalho. II. Instituto Federal de Minas Gerais – *Campus Bambuí*. III. Título.

CDD 658.421

Catálogo: João Batista Rodrigues - CRB-6/2022



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS

Campus Bambuí
Diretoria de Ensino

Departamento de Ciências Gerenciais e Humanas

Faz. Varginha - Rodovia Bambuí/Medeiros - Km 05 - Caixa Postal 05 - CEP 38900-000 - Bambuí - MG
37 3431 4900 - www.ifmg.edu.br

Ana Cláudia de Deus Sant'Ana

**REINVENÇÃO EM TEMPOS DE CRISE: O empreendedorismo brasileiro
impulsionado pela pandemia**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais - *Campus Bambuí* para obtenção do grau de bacharel em Administração.

Aprovado em 9/01/2026 pela banca examinadora:

Msc. Patrícia Carvalho Campos (orientadora)

Dr^a. Rosemary Pereira Costa e Barbosa

Dr^a. Laís Karlina Vieira

Bambuí, 12 de dezembro de 2025.



Documento assinado eletronicamente por **Patricia Carvalho Campos, Professora**, em 09/01/2026, às 17:05, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Rosemary Pereira Costa e Barbosa, Professora**, em 09/01/2026, às 17:05, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Lais Karlina Vieira, Professora**, em 09/01/2026, às 17:05, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://sei.ifmg.edu.br/consultadocs> informando o código verificador **2560356** e o código CRC **FCECEF1C**.

23209.002893/2025-53

2560356v1

Dedico este Trabalho de Conclusão de Curso a todas as pessoas que estiveram ao meu lado acreditando em mim, dando-me forças para continuar e me fazendo acreditar que sou mais do que imagino. Dedico este Trabalho aos meus Pais, meu namorado Paulo Augusto, minhas melhores amigas, Bruna, Jhenyffer e em especial Esthéfany, que enfrentou todo esse percurso de faculdade ao meu lado, sendo minha confidente e companheira de provas, trabalhos e atividades. Também dedico a minha vó Didi que, apesar de não estar mais neste plano, e que sempre sonhou em me ver formada, sei que me apoia por onde quer que eu vá.

“Nunca deixaremos de ter esperança, pois nunca quebramos de um jeito que não tenha conserto. Achamos ser invencíveis porque somos. Não podemos nascer e não podemos morrer. Como toda energia, só podemos mudar de forma, tamanho e manifestação”.

Quem é você, Alasca? John Green.

RESUMO

Considerando a relevância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico e social do país, em diferentes setores de atividade, o presente estudo buscou examinar, por meio de revisão de literatura, como a pandemia do COVID-19 influenciou no surgimento de novos empreendedores no Brasil. Além disso, procurou-se identificar os segmentos que mais se destacaram nesse período e os principais desafios enfrentados pelos novos empreendedores. A justificativa desta pesquisa fundamenta-se na importância de compreender o papel do empreendedorismo em contextos de crise, especialmente diante de cenários adversos que exigem inovação, resiliência e adaptação. A pesquisa, de natureza qualitativa e caráter descritivo, foi estruturada por meio de uma revisão integrativa da produção científica publicada entre os anos de 2020 e 2024. A análise do conteúdo dos estudos buscou identificar, selecionar, avaliar e sintetizar as evidências sobre o crescimento do empreendedorismo no Brasil impactado pela pandemia do COVID-19. Os resultados indicaram que a pandemia atuou como aceleradora do surgimento de novos empreendedores no Brasil, impulsionados principalmente pela perda de renda, desemprego e pela necessidade de adaptação ao mercado digital. Concluiu-se que, apesar das dificuldades impostas pela crise sanitária, o contexto pandêmico fomentou tanto o empreendedorismo por necessidade quanto por oportunidade, fortalecendo a inovação e a reinvenção dos pequenos negócios.

Palavras-chave: 1. Empreendedorismo 2. Covid-19 3. Crise Econômica 4. Inovação

ABSTRACT

Considering the relevance of entrepreneurship to the economic and social development of the country, in different sectors of activity, this study sought to examine, through a literature review, how the COVID-19 pandemic influenced the emergence of new entrepreneurs in Brazil. Furthermore, it aimed to identify the segments that stood out most during this period and the main challenges faced by new entrepreneurs. The justification for this research is based on the importance of understanding the role of entrepreneurship in crisis contexts, especially in the face of adverse scenarios that demand innovation, resilience, and adaptation. The research, of a qualitative and descriptive nature, was structured through an integrative review of scientific production published between 2020 and 2024. The content analysis of the studies sought to identify, select, evaluate, and synthesize the evidence on the growth of entrepreneurship in Brazil impacted by the COVID-19 pandemic. The results indicated that the pandemic acted as an accelerator for the emergence of new entrepreneurs in Brazil, driven mainly by income loss, unemployment, and the need to adapt to the digital market. It was concluded that, despite the difficulties imposed by the health crisis, the pandemic context fostered both necessity-driven and opportunity-driven entrepreneurship, strengthening innovation and reinvention in small businesses.

Keywords: 1. Entrepreneurship 2. Covid-19 3. Economic Crisis. 4. Innovation.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 OBJETIVOS.....	12
2.1 Objetivo geral.....	12
2.2 Objetivos específicos	12
3 REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
3.1 Empreendedorismo e seu impacto no desenvolvimento econômico do país	13
3.1.1 Empreendedorismo por necessidade e oportunidade.....	15
3.2 Cenário econômico e social: A pandemia do COVID-19.....	18
3.3 Empreendedorismo em tempos de crise: A pandemia do Covid-19.....	20
4 METODOLOGIA	23
4.1 Tipos de pesquisa	23
4.2 Coleta, tratamento e análise dos dados	24
5 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	29
5.1 Motivações para Empreender Durante a Pandemia do COVID-19.....	33
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	37
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38
APÊNDICE A – Relação artigos selecionados para Resultados.....	47

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo pode ser compreendido a partir de diferentes perspectivas, uma delas está relacionada à geração de resultados concretos, como a criação de uma nova organização ou negócio, já outra compreensão envolve a descoberta e a exploração de oportunidades existentes no mercado e além disso, o empreendedorismo também pode ser entendido como um processo ou um conjunto de ações empreendedoras (LOPES; LIMA, 2019).

O empreendedorismo tem se consolidado como um dos principais propulsores do desenvolvimento econômico e social de um país, contribuindo para a geração de empregos e renda, além de trazer inovação para os mercados. No Brasil, um país marcado por desigualdade social e por instabilidade econômica, a atividade empreendedora possui ainda mais relevância porque, muitas vezes, ela se apresenta como a única oportunidade que o indivíduo tem de construir uma nova história ou, até mesmo, a única alternativa de sobrevivência e geração de renda para o próprio sustento. Especialmente em tempos de crise, como o vivenciado na pandemia do COVID-19, essa prática se destacou por sua capacidade de oferecer autonomia, renda e, muitas vezes, esperança em meio ao caos.

A pandemia do COVID-19, decretada formalmente em março de 2020, pela Organização Mundial da Saúde (OMS), revelou de forma contundente a fragilidade da economia brasileira (GULLO, 2020). O isolamento social, necessário para conter o avanço do vírus, provocou o fechamento de diversos estabelecimentos e quedas bruscas na receita de pequenas e médias empresas. Muitos trabalhadores formais foram demitidos ou tiveram suas rendas reduzidas, drasticamente.

Nesse contexto desafiador, o empreendedorismo apareceu como uma alternativa para a sobrevivência econômica. De acordo com Gullo (2020), mesmo com sinais de possível recuperação econômica no início de 2020, os impactos da pandemia foram profundos e atingiram diretamente a renda, o consumo e a sustentabilidade de inúmeros negócios.

É importante considerar que o contexto da pandemia do COVID-19 apresentou um cenário dual onde, de um lado, empresas encerravam os seus negócios em função da queda da demanda e da incapacidade em competir no cenário que se apresentava (NOGUEIRA; MOREIRA, 2023) e, por outro lado, outros empreendimentos surgiam adaptando-se à nova realidade e às novas necessidades que emergiam (SALEME; OLIVEIRA, 2022).

Os dados do Relatório da *Global Entrepreneurship Monitor* Brasil (GEM, 2020), mostram que cerca de 53% da população adulta, brasileira demonstrou intenção de iniciar um negócio nos três anos seguintes à pandemia, o equivalente a, aproximadamente, 50 milhões de

pessoas. Esse número representou um aumento de 22,5 pontos percentuais em relação ao ano anterior. A mesma pesquisa apontou que 32,2% dessas pessoas tomaram essa decisão por influência direta da pandemia, tanto pela perda de emprego quanto pela necessidade de buscar uma nova fonte de renda (GEM, 2020).

Com base nessa perspectiva e no cenário imposto pela pandemia do COVID-19 surge a seguinte problemática: “Como a pandemia de Covid-19 influenciou o surgimento de novos empreendedores no Brasil, conforme abordado pela literatura? ”. A partir dessa questão, buscou-se refletir sobre os principais elementos que levaram as pessoas a empreender em meio à crise e quais aprendizados puderam ser extraídos desse período.

A justificativa para este estudo está na importância de compreender o empreendedorismo como fenômeno social e econômico, especialmente, quando surge como resposta a situações de emergência. Ao investigar os fatores que impulsionaram o comportamento empreendedor durante a pandemia, a pesquisa busca contribuir para o entendimento de, como contextos adversos podem estimular a inovação, a criatividade e o desenvolvimento de novas estratégias de geração de renda e sustentabilidade dos negócios.

O objeto de estudo são os indivíduos que começaram a empreender durante a pandemia do COVID-19, motivados por necessidade, oportunidade ou uma combinação destes. Esses novos empreendedores representam uma parcela significativa da população que reagiu às mudanças impostas pela crise com criatividade, resiliência e ação.

Ressalta-se que esse estudo foi realizado por meio de uma revisão integrativa, da produção científica publicada entre os anos de 2020 e 2024. A coleta do material foi realizada nas bases Google Acadêmico e Periódico CAPES, considerando artigos em língua portuguesa que abordassem, no resumo, o surgimento de novos empreendedores ou empreendimentos durante a pandemia de Covid-19, os quais foram posteriormente selecionados e analisados.

O presente trabalho foi organizado em três etapas, além da introdução e das considerações finais. Inicialmente, são apresentados os conceitos teóricos sobre empreendedorismo e sua contextualização no cenário econômico brasileiro durante a pandemia. Em seguida, descreve-se a metodologia adotada, baseada em uma revisão integrativa da literatura. Por fim, são discutidos os principais resultados dos artigos selecionados, abordando o perfil, as motivações, as dificuldades e as características dos empreendedores que surgiram no período pandêmico, bem como as evidências sobre a influência da pandemia no crescimento do empreendedorismo no Brasil.

2 OBJETIVOS

A seguir foram mostrados os objetivos que nortearam a execução deste trabalho. Primeiramente, foi abordado o objetivo geral deste estudo e, em seguida, foram delineados os objetivos específicos.

2.1 Objetivo geral

Examinar, por meio de revisão de literatura, como a pandemia do COVID-19 influenciou no surgimento de novos empreendedores no Brasil.

2.2 Objetivos específicos

- Analisar o impacto da pandemia no aumento do número de empreendedores no Brasil, a partir de artigos selecionados no intervalo de tempo: 2020 a 2024;
- Analisar os motivos que levaram à criação de empreendimentos durante a pandemia do COVID-19.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico é a parte do trabalho de pesquisa que fundamenta a análise dos resultados. Neste tópico, foram abordados os conceitos de empreendedorismo, os impactos econômicos da pandemia do COVID-19, o papel do empreendedorismo como agente de transformação social e econômica e a forma como esse fenômeno se intensificou em meio à crise sanitária. Essas discussões ofereceram base para uma melhor compreensão da relação entre o contexto de crise e o surgimento de novos empreendimentos no Brasil.

3.1 Empreendedorismo e seu impacto no desenvolvimento econômico do país

De acordo com Schumpeter (1985), o desenvolvimento econômico não ocorre de forma linear, mas por meio de um “processo de mutação industrial” que transforma continuamente a estrutura econômica, substituindo o antigo pelo novo. Esse movimento, denominado destruição criativa, é impulsionado pela figura do empreendedor schumpeteriano, responsável por realizar novas combinações produtivas capazes de gerar inovação (SCHUMPETER, 1985 *apud* MARTES, 2010).

Ainda de acordo com o Schumpeter (1985 *apud* Martes, 2010), ao introduzir novos produtos, métodos, mercados ou formas de organização, o empreendedor atua como agente central das mudanças estruturais, desencadeando ciclos de renovação que impulsionam o crescimento econômico. Esse processo é considerado essencial para o desenvolvimento econômico e social de um país, uma vez que impulsiona a renovação contínua das estruturas econômicas.

De forma complementar, Almeida, Valadares e Sediya (2017), afirmam que o empreendedorismo atua como um “mecanismo difusor de desenvolvimento”, contribuindo para a diversificação produtiva e para a absorção de mão de obra em regiões menos industrializadas.

Por outro lado, Ferreira, Loiola e Gondim (2020), ponderam que, para o empreendedorismo contribuir efetivamente para o crescimento econômico, é necessário investir em formação e suporte técnico, favorecendo a passagem de iniciativas de subsistência para empreendimentos estruturados.

Ferreira, Loiola e Gondim (2020), também destacam o papel das universidades, incubadoras e políticas públicas locais na construção de ecossistemas empreendedores capazes de sustentar a competitividade regional. Essa visão é convergente com as recomendações do

Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2024), que evidenciam a necessidade de fortalecer os mecanismos de apoio à inovação, aproximando ciência, tecnologia e negócios.

A mesma pesquisa do GEM datada em 2022, já alertava para as limitações estruturais que dificultam a plena conversão do potencial empreendedor em desenvolvimento econômico sustentável (GEM BRASIL, 2022). O Índice do Contexto Nacional de Empreendedorismo (NECI) brasileiro atingiu 3,6 pontos, valor considerado intermediário, refletindo deficiências em áreas como educação básica, acesso a crédito e investimentos em pesquisa e desenvolvimento (GEM BRASIL, 2024).

As recomendações dos especialistas convergem para a necessidade de políticas públicas que promovam a desburocratização, a ampliação de linhas de financiamento e o fortalecimento da educação empreendedora (GEM BRASIL, 2022). Esse diagnóstico complementa as evidências de Almeida, Valadares e Sediya (2017), segundo as quais o impacto positivo do empreendedorismo sobre o PIB é condicionado pela qualidade das instituições, do capital humano e da infraestrutura regional.

Como forma de complementar o cenário do empreendedorismo no Brasil, os dados do GEM (2023) mostram um avanço na formalização e a importância crescente dos “empreendedores solo”, que representam uma parcela expressiva da força de trabalho autônoma. Embora esses empreendedores contribuam para o aumento da renda e para a inclusão econômica, muitas vezes, eles enfrentam dificuldades para crescer ou empregar outros trabalhadores, o que limita o potencial multiplicador do setor (GEM BRASIL, 2023). Assim, o desafio contemporâneo é transformar a base empreendedora em um motor de inovação, produtividade e escala.

Ainda como forma de caracterizar esse cenário, é importante falar sobre o papel do empreendedorismo como vetor de inovação tecnológica e digitalização. O GEM (2024) apresenta dados positivos em relação a esse vetor: 90% dos empreendedores brasileiros utilizam tecnologias digitais em seus negócios e cerca de 800 mil novos empreendimentos apresentam impacto nacional, enquanto, aproximadamente, 130 mil já atingem alcance internacional. Isso demonstra que o empreendedorismo brasileiro vem se tornando mais conectado e competitivo, contribuindo para a difusão tecnológica e para o aumento da produtividade.

Lima, Santos e Montebello (2025), analisaram o cenário empreendedor durante os anos de 2012 a 2022 e destacam que o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil é fortemente condicionado por fatores institucionais, sobretudo pelas políticas governamentais. Segundo os autores, a burocracia extensa e a carga tributária complexa elevam custos, dificultam a

formalização e reduzem a competitividade dos novos negócios, limitando diretamente sua capacidade de gerar crescimento econômico.

Além disso, os resultados evidenciam que o empreendedorismo brasileiro reflete desigualdades estruturais: indivíduos de baixa renda tendem a empreender por necessidade, enquanto faixas de maior renda e maior escolaridade apresentam maior estabilidade e continuidade dos empreendimentos, revelando que o impacto social do empreendedorismo ainda é marcado por disparidades de gênero, renda e educação (LIMA; SANTOS; MONTEBELLO, 2025).

A partir dos dados apresentados, percebe-se um cenário positivo onde o empreendedorismo brasileiro vem evoluindo em quantidade e qualidade, apresentando inserção digital, maior presença feminina e juvenil e uma mudança de perfil motivacional. Essa trajetória reflete um amadurecimento do ecossistema empreendedor e um potencial significativo para impulsionar o desenvolvimento econômico do país. No entanto, persistem gargalos estruturais, como educação, políticas governamentais, infraestrutura, crédito e pesquisa, que limitam a conversão desse potencial em produtividade sustentável.

3.1.1 Empreendedorismo por necessidade e oportunidade

O empreendedorismo pode surgir a partir de diferentes motivações, sendo que, para Barros e Pereira (2008), ele está intimamente relacionado a fatores como a taxa de desemprego e o crescimento econômico. Os autores destacam que essas variáveis apresentam uma correlação inversa, ou seja, quando o desemprego aumenta, a tendência é que mais pessoas busquem o empreendedorismo como uma alternativa para superar a falta de oportunidades no mercado de trabalho.

Segundo Bandeira e Silva (2023), o empreendedorismo por necessidade ocorre quando o indivíduo inicia um negócio por falta de opções de renda, geralmente, em situações de crise econômica e ausência de alternativas formais de trabalho. Nesse caso, trata-se de uma resposta imediata a dificuldades financeiras, sem planejamento estruturado. Em contrapartida, o empreendedorismo por oportunidade acontece quando o indivíduo identifica uma chance de negócio e possui habilidades, percepção estratégica e visão de longo prazo para explorá-la, sendo mais comum em economias desenvolvidas, nas quais há maior estabilidade e capacidade de investimento (BANDEIRA; SILVA, 2023).

Essa distinção (oportunidade x necessidade) também é reforçada por estudos que mostram que os empreendedores por necessidade, em geral, iniciam suas atividades de forma

improvisada e motivados pelo contexto adverso, agindo sem estrutura mínima de negócios e apenas para manter-se economicamente ativos (SILVA; ISTOE; SILVA, 2020).

Embora existam casos bem-sucedidos, Brum (2003) *apud* BANDEIRA; SILVA (2023) ressalta que o empreendedorismo por necessidade não deve ser entendido como solução viável ou acessível para todos, já que sua origem frequentemente está associada à falta de oportunidades reais de trabalho e renda, limitando seu potencial de crescimento e sustentabilidade.

Por outro lado, o empreendedorismo por oportunidade ocorre quando o empreendedor identifica uma necessidade ou desejo específico na sociedade e, a partir disso, cria soluções inovadoras (MARQUES, 2022). Esse tipo de empreendedorismo tem um impacto significativo no crescimento econômico de um país, pois os empreendedores que o adotam, geralmente mais capacitados, desenvolvem negócios baseados em inovações e novas tecnologias, os quais frequentemente apresentam grande potencial de crescimento sustentável (DEGEN, 2008).

Essa afirmação de Marques (2022) e Degen (2008), são complementadas por Bandeira e Silva (2023), quando, estes últimos, afirmam que o empreendedorismo por oportunidade ocorre quando o indivíduo identifica uma chance concreta de negócio e decide explorá-la de forma estratégica, com base em competências, conhecimento e visão de longo prazo. Essa motivação é mais comum em economias desenvolvidas e está associada a negócios mais estruturados, com maior potencial de inovação.

Rocha (2014), reforça essa distinção ao demonstrar que países com maior proporção de empreendedores por oportunidade apresentam níveis mais elevados de desenvolvimento econômico e social. O autor utiliza como indicador a Razão Oportunidade/Necessidade (RON) e identifica uma correlação positiva entre RON e o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), mostrando que o empreendedorismo por oportunidade contribui mais fortemente para o desenvolvimento do que o empreendedorismo por necessidade (ROCHA, 2014).

Em sua análise, o empreendedorismo por necessidade aparece predominantemente em países com piores condições econômicas, enquanto o de oportunidade tende a crescer em ambientes mais estruturados, com maior estabilidade, capacidade de inovação e melhores condições de trabalho (ROCHA, 2014).

Silva, Furtado e Zanini (2015), analisando a série histórica do GEM entre 2001 e 2013, observaram uma tendência crescente do empreendedorismo por oportunidade e redução da participação relativa do empreendedorismo por necessidade no Brasil. Segundo os autores, essa mudança indica que o país tem avançado gradualmente para um perfil empreendedor mais

alinhado a iniciativas planejadas, com maior potencial de inovação, produtividade e impacto econômico (SILVA; FURTADO; ZANINI, 2015).

Essa diferenciação teórica também é evidenciada pelos dados empíricos do *Global Entrepreneurship Monitor*, que analisam a evolução dessas motivações no Brasil ao longo dos últimos anos de 2021, 2022, 2023 e 2024. No relatório de 2021, o GEM revelou que, o cenário empreendedor era notavelmente complexo, sendo moldado tanto pela necessidade quanto pela oportunidade. O estudo revelou que, apesar de uma leve queda em relação ao ano anterior, a motivação de sobrevivência ainda era intensa, com uma parcela significativa dos empreendedores nascentes, quase 8 em cada 10 (79,2%), citando a busca por "ganhar a vida porque os empregos são escassos" como motor para iniciar o negócio (GEM, 2021).

Contudo, essa motivação coexiste com aspirações elevadas e ligadas à oportunidade: a esmagadora maioria dos empreendedores nascentes, por exemplo, era movida pelo desejo de "fazer diferença no mundo", enquanto mais da metade almeja "construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta". Essa intencionalidade é comprovada no aspecto aspiracional, já que "ter o próprio negócio" se consolidou como o principal sonho profissional para mais de 60% dos empreendedores nascentes, e é, inclusive, uma meta citada por quase metade (45%) daqueles que ainda não iniciaram qualquer atividade empreendedora (GEM, 2021).

Em 2022, a motivação por necessidade continuou a ser prevalente na população empreendedora. Dados do GEM (2022) mostram que, para os empreendedores em fase inicial (nascentes e novos), a busca por "ganhar a vida devido à escassez de empregos" foi a principal razão, sendo citada por pouco mais de 80% deles. Este dado destacou a persistência da função do empreendedorismo como um refúgio ou alternativa para a população adulta diante das dificuldades do mercado formal de trabalho (GEM, 2022).

O ano de 2023 marcou uma mudança importante no balanço dessas motivações. O GEM (2023) registrou uma forte queda na menção à necessidade, com a opção "ganhar a vida, porque os empregos são escassos" caindo para 74,1% entre os empreendedores iniciais. Pela primeira vez na série histórica, a motivação "para fazer diferença no mundo" alcançou a melhor colocação no ranking de razões para empreender, o que foi interpretado pelos pesquisadores como um indicativo de melhora na qualidade do empreendedorismo no país. Além disso, a ambição financeira se manteve robusta, com 66,1% dos empreendedores iniciais citando "construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta" (GEM, 2023).

Em 2024, o cenário voltou a demonstrar a complexa interação entre os dois vetores. Segundo o GEM (2024), a motivação por oportunidade solidificou sua liderança, com "fazer a diferença no mundo" sendo a mais citada (74,6%). Contudo, a necessidade se manteve em

patamares elevados, com 73,9% dos empreendedores iniciais citando "ganhar a vida porque os empregos são escassos", refletindo a instabilidade econômica. O que mais se destacou em 2024, foi a proporção recorde de pessoas que responderam "para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta" (69,3%). Essa convergência de dados reafirma a natureza do empreendedorismo brasileiro como um campo onde o impulso por sobrevivência coexiste e, muitas vezes, se funde com a ambição e a aspiração por impacto e crescimento financeiro substancial (GEM, 2024).

3.2 Cenário econômico e social: A pandemia do COVID-19

A crise sanitária atingiu o país em um momento de desaceleração, provocando forte retração das atividades produtivas. O Produto Interno Bruto (PIB), a taxa de desemprego e os índices de preços apresentaram intensa instabilidade entre 2020 e 2021 (MIGUEL, 2021).

Ainda de acordo com Miguel (2021), o comportamento irregular desses indicadores reflete o impacto direto das medidas de isolamento social e evidencia a vulnerabilidade das políticas econômicas nacionais aos choques externos.

Em análise complementar, Paula, Vaz e Machado (2023), afirmam que, quando a pandemia se instalou, a economia já se encontrava em um cenário de estagnação e precarização do mercado de trabalho, marcado por elevada informalidade e desigualdade de renda.

Os autores observam que a política econômica, desde 2015, vinha sendo guiada por uma orientação de corte liberal e fiscalmente restritiva, focada no Teto de Gastos e em medidas de austeridade. Tal contexto limitou significativamente a capacidade de resposta do Estado diante da crise sanitária, intensificando um processo de crise social e econômica preexistente, caracterizada pela combinação entre desemprego elevado, informalidade e desigualdade estrutural (GARBE, 2021).

Observa-se, a partir dos dados apresentados acima, que a crise sanitária manifestou um caráter profundamente desigual, atingindo de forma mais severa os grupos sociais historicamente vulneráveis, as mulheres, os jovens, os negros e os trabalhadores informais, resultando em maior perda de renda e exclusão do mercado de trabalho (IPEA, 2022).

Ainda de acordo com Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2022), os setores mais afetados foram aqueles que dependem de contato presencial (comércio, serviços pessoais e turismo), enquanto atividades com possibilidade de trabalho remoto apresentaram menor retração. Esses dados do IPEA (2022), confirmam o aprofundamento das desigualdades estruturais e o reforço da segmentação social e racial do mercado de trabalho brasileiro.

Garbe (2021), pontua ainda que a crise revelou a insuficiência das políticas públicas de proteção social e ressaltou a necessidade de repensar o papel do Estado como indutor de desenvolvimento e garantia de bem-estar.

Paralelamente, Aguiar (2024), ao explorar a COVID-19 em um contexto de desigualdades socioeconômicas, sugere que as populações mais afetadas pela doença também são as mais suscetíveis à precarização e perda de empregos, aprofundando as disparidades sociais em um cenário de retração econômica e desemprego crescente.

Para complementar esse cenário, Mazuqueli (2022), retrata que a taxa de desemprego passou por mudanças expressivas após o surgimento do novo coronavírus, registrando uma forte tendência de alta. O autor utiliza dados do IBGE, os quais indicam que, no primeiro trimestre de 2021 o número de pessoas desempregadas atingiu 14.805 milhões, o maior patamar desde o início da série histórica da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD-C).

Enquanto muitos países adotaram rapidamente políticas de expansão do gasto público para conter os impactos sociais e produtivos da crise, o governo brasileiro, inicialmente, manteve uma postura hesitante. A prioridade do Executivo continuou sendo a manutenção do ajuste fiscal, mesmo diante do agravamento do cenário econômico e humanitário (PAULA; VAZ; MACHADO, 2023).

Dentro desse contexto mais conservador, a criação do Auxílio Emergencial acabou representando uma ruptura temporária com essa lógica. Paula, Vaz e Machado (2023), destacam que essa medida não surgiu de uma iniciativa do governo, mas sim, de forte pressão do Congresso Nacional e da sociedade civil, que reagiram à falta de respostas efetivas para proteger a população mais vulnerável e enfrentar a queda brusca de renda.

Além do impacto social, a crise causou graves danos ao setor produtivo, em especial, às Micro e Pequenas Empresas (MPEs). Nogueira e Moreira (2023), apontam para a destruição do estoque de capital dessas empresas como uma das consequências mais graves da pandemia. Segundo os autores, até junho de 2020, o país havia perdido bilhões em capital fixo, reflexo do fechamento de mais de 716 mil empresas, sendo a grande maioria de pequeno porte. Essa perda de capacidade produtiva comprometeu o potencial de geração de emprego e renda a longo prazo, expondo a fragilidade das MPEs diante de crises sistêmicas (NOGUEIRA; MOREIRA, 2023).

A análise dos diferentes estudos revela um ponto de convergência: a pandemia aprofundou vulnerabilidades estruturais e reforçou a importância do Estado na coordenação de políticas econômicas e sociais. Além disso, a crise pandêmica intensificou as desigualdades

sociais afetando, de forma significativa, o dinamismo e as condições para a ação empreendedora no Brasil.

3.3 Empreendedorismo em tempos de crise: A pandemia do Covid-19

Como visto nos tópicos anteriores, o empreendedorismo tem se consolidado como um elemento essencial para o desenvolvimento econômico e social, principalmente, em contextos de instabilidade. Segundo Fialho *et al.* (2018), os períodos de crise, embora desafiadores, também funcionam como catalisadores da inovação, estimulando indivíduos a buscarem novas oportunidades e formas criativas de geração de renda.

Nesse sentido, as crises econômicas apresentam-se como cenários férteis para o surgimento de novos empreendedores, movidos tanto pela necessidade de sobrevivência, quanto pelo desejo de autonomia e realização pessoal. Esse entendimento se reflete nos dados da pandemia da Covid-19. Durante esse período, o Brasil registrou recordes na abertura de novos micros empreendimento. A título de exemplo, entre fevereiro e setembro de 2020, houve mais de 1,15 milhão de novas formalizações de MEIs, impulsionadas pela crise econômica (AGÊNCIA BRASIL, 2020).

Para Nassif, Corrêa e Rossetto (2020,) a pandemia exigiu dos empreendedores uma profunda capacidade de adaptação, uma vez que o contexto sanitário impôs rupturas repentinas nas formas tradicionais de gerir negócios. Segundo os autores, esse cenário obrigou muitos empreendedores a desenvolver não apenas criatividade, mas sobretudo resiliência para lidar com incertezas, restrições e a necessidade constante de reinvenção.

Essa visão dialoga com o que Schumpeter (1985, *apud* MARTES, 2010), já defendia: o empreendedor é um agente de transformação, capaz de converter momentos adversos em oportunidades de inovação e crescimento econômico. Esse discurso de reinvenção se confirmou novamente na pandemia: A taxa total de empreendedorismo no Brasil caiu 18,33% em 2020, segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), mas esse declínio foi fortemente alimentado pela saída de empreendedores estabelecidos (com mais de 3,5 anos), enquanto muitos novos empreendedores entraram no mercado, por necessidade (SEBRAE, 2020).

Oliveira e Ferreira (2023), destacam que o surgimento do vírus e as medidas de isolamento social provocaram uma crise global sem precedentes, forçando empresas e empreendedores a repensarem suas estratégias de atuação. Em um cenário de paralisação das

atividades econômicas, muitos empreendedores precisaram adotar práticas inovadoras e de adaptação rápida para garantir a sobrevivência de seus negócios.

Em consonância com essa perspectiva, Lima, Santos e Montebello (2025), mostraram que esse processo de adaptação não ocorreu apenas no nível comportamental, mas também refletiu nas estatísticas nacionais: durante os anos de 2020, 2021 e 2022 houve um aumento expressivo do empreendedorismo por necessidade, impulsionado pela elevação do desemprego e pela redução das oportunidades formais de trabalho, levando grande parte da população a empreender como alternativa de sobrevivência econômica.

Nesse panorama, Ponsoni e Teixeira (2024), reforçam que as micro e pequenas empresas (MPEs), responsáveis por grande parte da geração de empregos no Brasil, foram as mais afetadas, dada sua estrutura mais fragilizada e menor capacidade de resistência financeira. No entanto, observou-se o fortalecimento do espírito empreendedor e o surgimento de novos negócios, especialmente voltados à inovação e fidelização de clientes (PONSONI; TEIXEIRA, 2024).

Esse fenômeno de renovação “de baixo para cima” também é corroborado por dados de abertura de empresas: segundo a CNN Brasil, entre 2020 e 2022 o número de novas empresas no país cresceu 25,3%, comparado aos três anos anteriores (CNN BRASIL, 2022).

Em grande parte, esses novos negócios são micro empreendimentos (94% segundo a reportagem), o que se encaixa bem no perfil de emergentes por necessidade e criatividade.

Complementarmente, os dados do GEM (2021), mostram que, cerca de 50% dos empreendedores, em todos os estágios, perceberam novas oportunidades decorrentes da pandemia (GEM, 2021).

Apesar do cenário positivo, o qual foi demonstrado acima, pelos dados da CNN Brasil (2022) e pelo GEM (2021), a crise sanitária esteve associada ao fechamento de muitos empreendimentos: 46,2% da população brasileira descontinuou algum negócio devido à pandemia entre 2020 e 2021. Além disso, o contexto de restrições levou muitos empreendedores a adaptar seus processos internos, com quase metade dos empreendedores nascentes adotando ou acelerando tecnologias digitais em resposta à pandemia, enquanto entre os novos e estabelecidos esse percentual ficou em torno de um terço (GEM, 2021).

De forma complementar, Lima *et al.* (2024), abordam o conceito de “*effectuation*”, que é uma teoria sobre como uma estratégia de enfrentamento das crises, em que o empreendedor, diante da incerteza, utiliza os recursos disponíveis de forma criativa e flexível. Essa abordagem valoriza a ação prática e a capacidade de improvisação, o que se mostrou crucial durante a pandemia, quando as respostas precisavam ser rápidas e adaptadas à escassez de recursos.

A pandemia também revelou a importância do empreendedorismo social e acadêmico. Prytoluk e Boll (2023), ao analisarem o caso da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRS), demonstraram como as instituições de ensino superior passaram a desenvolver ações empreendedoras voltadas à inovação e à extensão, contribuindo para a sociedade em um momento de crise. Essa atuação reflete o papel do empreendedorismo como ferramenta de transformação social, indo além da criação de negócios e incorporando a responsabilidade coletiva. Esse impulso social, aliás, está espelhado nas novas formalizações de MEI's motivadas pela necessidade, conforme noticiado pela Agência Brasil (2020), que evidencia a crise, mas também a capacidade de reinvenção individual com impacto coletivo.

De acordo com os dados apresentados, o empreendedorismo configurou-se como uma importante ferramenta para enfrentar os desafios da crise sanitária, impulsionado pela digitalização e pelo uso de tecnologias. A expansão do empreendedorismo digital e informal demonstra a capacidade de reinvenção dos brasileiros diante das restrições econômicas e sociais impostas pelo período (ARAÚJO; ALVES; SILVA, 2021).

Por fim, Backes *et al.* (2020), salientam que a pandemia não apenas alterou as dinâmicas empresariais, mas também redefiniu os modelos de gestão estratégica, impondo a necessidade de novas práticas organizacionais e de planejamento em contextos de incerteza. As organizações que conseguiram reagir com agilidade e visão inovadora foram as que melhor se adaptaram, confirmando que o empreendedorismo continua sendo um dos principais motores de transformação e superação em tempos de crise (BACKES *et al.*, 2020).

Os dados acima apresentados evidenciam o empreendedorismo como um importante mecanismo de recuperação econômica, sendo capaz de promover soluções criativas e sustentáveis mesmo em períodos de crise. Ele manifesta-se como uma resposta ativa às adversidades, transformando incertezas em oportunidades e impulsionando o desenvolvimento por meio da criatividade, inovação e resiliência.

4 METODOLOGIA

Neste tópico, foram apresentados os procedimentos metodológicos adotados no presente estudo, assim como os critérios utilizados para seleção das fontes consultadas. O objetivo é fornecer uma visão clara sobre como a pesquisa foi conduzida.

O método escolhido permitiu identificar, analisar e sintetizar estudos publicados sobre o impacto da pandemia da COVID-19 no surgimento de novos empreendedores no Brasil. As etapas descritas a seguir orientaram o tipo de pesquisa, a coleta, o tratamento e a análise dos dados selecionados para este estudo.

4.1 Tipos de pesquisa

Este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa e descritiva, com base em uma revisão integrativa da literatura. A pesquisa qualitativa busca compreender os significados, interpretações e percepções presentes nos estudos sobre o impacto da pandemia no empreendedorismo, analisando os fenômenos, em seu contexto. Ao mesmo tempo, apresenta caráter descritivo por ter como objetivo descrever e caracterizar esse crescimento, identificando segmentos, desafios e tendências apontadas na literatura.

A abordagem qualitativa, Para Teis e Teis (2006), é uma forma de pesquisa interpretativa, interessada em compreender os significados que as pessoas atribuem às suas ações e à realidade em que vivem. Para as autoras, o foco é interpretar, e não medir, buscando acessar a perspectiva dos participantes e compreender o fenômeno a partir do ponto de vista deles.

Complementando, Medeiros, Varela e Nunes (2017), descrevem a abordagem qualitativa como aquela que busca entender, descrever e explicar fenômenos sociais “de dentro”, a partir das experiências e interações dos sujeitos em seu contexto natural.

Por sua vez, a pesquisa descritiva tem como propósito principal descrever, de forma detalhada, um fenômeno, situação, grupo ou indivíduo, permitindo identificar suas características e compreender como os eventos se relacionam. É um modelo amplamente utilizado quando a intenção é conhecer uma comunidade, suas características, valores, práticas culturais ou problemas que a envolvem (PEDROSO; SILVA; SANTOS, 2018).

Segundo Silva e Menezes (2000, p.21), “a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno e o estabelecimento de relações entre

variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática.”.

Esta pesquisa também é caracterizada como uma pesquisa bibliográfica, do tipo revisão integrativa de literatura. O objetivo foi reunir, analisar e sintetizar publicações científicas sobre o impacto da pandemia da COVID-19 no surgimento de novos empreendedores, considerando o período de publicação dos artigos, de 2020 a 2024.

Lima e Miotto (2007), definem a pesquisa bibliográfica como um procedimento metodológico que possibilita ao pesquisador a busca por soluções para seu problema de pesquisa. As autoras destacam que esse tipo de pesquisa implica em um conjunto ordenado de procedimentos de busca por soluções, atento ao objeto de estudo, e que, por isso, não pode ser aleatório.

Em consonância, Sousa, Oliveira e Alves (2021), afirmam que a pesquisa bibliográfica envolve a seleção e análise de materiais já publicados, como livros, artigos e documentos científicos, com a finalidade de embasar teoricamente o estudo e esse tipo de investigação exige dedicação por parte do pesquisador, que deve interpretar criticamente os textos para apoiar a construção do trabalho.

Entre os tipos de revisão, a integrativa é a mais abrangente, o que representa uma vantagem por possibilitar a inclusão simultânea de estudos experimentais e quase-experimentais, oferecendo uma visão mais ampla sobre o tema pesquisado, além de permitir a reunião de informações provenientes tanto de produções teóricas quanto empíricas, o que contribui para uma compreensão mais completa e aprofundada do fenômeno estudado (MENDES, SILVEIRA e GALVÃO, 2008). Essa abordagem contribui para definir conceitos, revisar teorias, identificar evidências e analisar possíveis lacunas metodológicas nas produções existentes (SOUZA, SILVA e CARVALHO, 2010).

A metodologia foi escolhida por permitir a identificação de evidências, o mapeamento de tendências e a análise crítica dos principais resultados apresentados na literatura. O foco em questão foram estudos que abordam a pandemia da COVID-19 e o impacto no surgimento de novos empreendedores, considerando artigos publicados nas plataformas Google Acadêmico e Periódico CAPES, no período de 2020 a 2024.

4.2 Coleta, tratamento e análise dos dados

O presente estudo seguiu as fases propostas por Souza, Silva e Carvalho (2010), que orientaram a condução metodológica da revisão integrativa de literatura. Essas etapas garantem

um processo sistemático e rigoroso, possibilitando a síntese do conhecimento disponível. De acordo com os autores acima mencionados, essa forma de revisão é composta por seis fases, sendo elas: elaboração da pergunta norteadora, busca na literatura, coleta de dados, análise dos estudos incluídos, discussão dos resultados e apresentação da revisão.

A primeira fase corresponde à elaboração da pergunta norteadora, considerada uma das etapas cruciais para o desenvolvimento do estudo. É neste momento que a questão-problema da pesquisa é definida, de maneira clara e específica, delineando os objetos de estudo e as informações que se busca obter ao longo da investigação. Seguindo a fase proposta, formulou-se a pergunta de pesquisa que norteou a Revisão Integrativa: “Qual o impacto da pandemia da COVID-19 no aumento do número de novos empreendedores no Brasil e quais fatores motivaram esse crescimento?”

A segunda fase consiste na busca na literatura, uma etapa diretamente conectada à anterior. Essa fase envolve a prospecção em bases de dados digitais ou físicas, buscando conteúdo relevante ao foco do estudo. É imperativo abordar todos os critérios de seleção e exclusão dos resultados obtidos, garantindo a especificação necessária para atestar a fidedignidade e confiabilidade da pesquisa realizada (SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010).

Na realização da busca na literatura, foram utilizadas as bases de dados Google Acadêmico e Periódicos CAPES, priorizando artigos publicados em português, no período de 2020 a 2024, para garantir a atualização dos dados em relação ao tema proposto.

No Google Acadêmico, a busca foi realizada por meio da ferramenta de pesquisa avançada. Os critérios de inclusão foram: conter no título as palavras “Empreendedorismo” e “COVID-19”; abordar no resumo o foco nos novos empreendedores ou novos empreendimentos surgidos durante a pandemia; estar em português e ser artigo publicado em revistas científicas, anais de eventos ou simpósios. Para a pesquisa, foi utilizada a seguinte coordenada: *allintitle*: empreendedorismo novos OR, empreendedores OR, empreendedorismo "covid 19" 2020-2024, obtendo 90 resultados, dos quais 8 artigos foram selecionados por atenderem aos critérios de inclusão.

Já na base Periódicos CAPES, utilizou-se a coordenada: “novos empreendedores” “covid-19” 2020-2024, obtendo 2 resultados, ambos selecionados conforme os critérios definidos, sendo eles: abordar no resumo o foco nos novos empreendedores ou novos empreendimentos durante a pandemia e estar em português.

A terceira fase dedica-se à coleta de dados, cujo principal objetivo é selecionar, de forma precisa, todas as informações necessárias para o estudo. Isso inclui a identificação dos sujeitos

envolvidos, a metodologia abordada, o tamanho da amostragem obtida, o método de análise empregado e os conceitos utilizados que serviram de embasamento para a pesquisa.

Nesse sentido, os sujeitos envolvidos correspondem aos estudos analisados, que representam produções científicas sobre o empreendedorismo no contexto da pandemia da COVID-19. A metodologia adotada, nesta etapa, seguiu o delineamento proposto pela revisão integrativa, com critérios definidos de inclusão e exclusão que asseguraram o rigor da seleção. O tamanho da amostragem obtida foi determinado após a triagem dos resultados encontrados nas bases de dados.

Foram encontrados no total 92 artigos, após a aplicação dos filtros iniciais nas bases de dados selecionadas. Para a seleção final, foram adotados critérios de inclusão e exclusão. No Quadro 1, é possível visualizar os critérios de inclusão e exclusão dos artigos encontrados. A planilha completa com o detalhamento do processo de seleção dos artigos nas bases de dados encontra-se no Apêndice A.

Quadro 1 – Critérios para seleção dos Artigos

Inclusão	Exclusão
Trabalhos que tenham no título o contexto da pandemia da COVID-19	Artigos que não tratam de empreendedores brasileiros
Artigos que abordam no resumo o tema de novos empreendedores	Resumos que não mencionam explicitamente o foco em novos empreendedores
Publicações no idioma português	Trabalhos de fontes não científicas ou em outro idioma
Disponibilidade em revistas científicas, anais de eventos ou simpósios	Artigos duplicados

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

No Quadro 2, estão organizados e apresentados os artigos selecionados, contendo informações como o título, o nome dos autores, ano de publicação e sua devida fonte.

Quadro 2 – Artigos Selecionados

Nº	Título do Artigo	Autor(es)	Ano	Fonte
-----------	-------------------------	------------------	------------	--------------

(Continuação) Quadro 2 – Artigos Selecionados

1	O empreendedorismo no contexto da covid-19: necessidade, oportunidade e solidariedade	Cristiane Pereira Guimarães, Quésia Klem Horsts de Oliveira, Matheus de Souza Dimas, Társis De Marcos Corrêa	2022	Pensar acadêmico v. 20 n. 1, p. 93-105.
2	Empreendedorismo feminino e marketing digital em territórios de fronteira durante a pandemia da covid-19	Jéssica Andrade Fleitas, Dionni Benites, Álvaro Freitas Faustino-Dias, Manoela Morais, Luisa Rhoden Rech	2024	Boletim de Conjuntura, v. 19, n. 55, p. 579–600.
3	O empreendedorismo durante a pandemia da covid-19: análise dos números de novos microempreendedores no mercado brasileiro no período de 2020 e 2021	Jéssica Franciele Rodrigues Azevedo, Leandra Mariana Viana de Souza, Luiz Augusto Dias de Melo, Mara Lopes da Silva, Greyce Lara Pereira	2022	Revista Científica da Faculdade Quirinópolis, Quirinópolis, 2022, v. 2, n. 12, p. 7-30.
4	O crescimento do empreendedorismo motivado pela pandemia covid-19	Cristiane Henrique Batista, Simone Teles da Silva Costa, Dênia Aparecida de Amorim	2024	. Revista Gestão, Tecnologia e Ciência (GETEC), 2024, v. 14, p. 77-94
5	Desemprego e empreendedorismo na pandemia da Covid-19 e seus efeitos na sociedade brasileira	Katia Gobatti Calça, Mitali Daian Alves Maciel, Sebastião Ailton da Rosa Cerqueira-Adão	2022	Revista de Administração da UFSM, v. 15, p. 743–759
6	O Impacto da Pandemia do Covid-19 no Empreendedorismo: um estudo acerca da percepção dos Empreendedores do Município de Resende - RJ	Amanda Fagundes Soares, Gabriela Fonseca de Moura, Rayla dos Santos Oliveira Dias	2021	Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, SEGet 8.
7	Empreendedorismo e o medo do fracasso: um estudo comparativo amparado no contexto da pandemia da covid-19	Alex Ribeiro Maia Baroni, Renata de Sousa da Silva Tolentino	2024	Revista de Administração FACES Journal, v.23, n.4, p. 118-137.

(Continuação) Quadro 2 – Artigos Selecionados

8	Empreendedorismo de oportunidades no marketing digital no contexto da pandemia de covid-19	Joice Darc Maranini dos Santos, Ana Carolina Nascimento dos Santos	2021	Conic Semesp, 21º Congresso de Iniciação Científica, v. 12, n. 12.
9	Empreendedorismo e Covid-19: Oportunidades na Pandemia	Anderson Lopes Nascimento, Sérgio Castro Gomes.	2020	Métodos e Pesquisa em Administração, v. 5, n. 2, p. 2-6
10	Registro de marca na era pandêmica: relevância frente ao aumento do empreendedorismo	Bárbara Giacomazzo de Carvalho	2023	Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas, v. 7, n. 03, p. 18–30

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Após a seleção dos artigos, a próxima fase consiste na análise dos estudos incluídos. O método de análise empregado consistiu na leitura dos resumos e posterior análise crítica dos artigos selecionados, de forma a identificar convergências e padrões nas publicações.

Os conceitos utilizados foram extraídos dos estudos incluídos, servindo como base teórica para a compreensão dos fatores que impulsionaram o surgimento de novos empreendedores no contexto da pandemia.

A coleta nas bases de dados foi realizada no dia 24 de maio de 2025 e foram selecionados 10 artigos, sendo 8 do Google Acadêmico e 2 do Periódicos CAPES. Todos os artigos foram lidos integralmente e analisados criticamente, com o objetivo de identificar os principais fatores que impulsionaram o surgimento de novos empreendedores no contexto da pandemia.

A análise dos artigos foi realizada com o objetivo de responder à questão de pesquisa. Portanto, buscou-se identificar convergências e divergências entre os estudos selecionados, agrupando os principais fatores destacados nos artigos analisados.

A partir dessa análise, foram estruturados os resultados deste trabalho conforme as etapas finais propostas por Souza, Silva e Carvalho (2010). A quinta fase corresponde à discussão dos resultados, momento em que os estudos são analisados em conjunto para responder à pergunta de pesquisa e identificar limitações e sugestões para trabalhos futuros. Por fim, a sexta fase refere-se à apresentação da revisão integrativa, realizada de forma clara e objetiva, permitindo ao leitor compreender e avaliar os resultados obtidos.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste tópico, foram expostos os resultados dos dez artigos escolhidos na revisão integrativa, com a finalidade de responder à pergunta norteadora da pesquisa: “Como a pandemia de Covid-19 influenciou o surgimento de novos empreendedores no Brasil, conforme abordado pela literatura? ”, além de cumprir com os objetivos do presente trabalho que são analisar o impacto do COVID-19 no aumento do empreendedorismo no Brasil e os motivos para a criação de novos empreendimentos.

A pesquisa realizada por Guimarães *et al.* (2022), teve como intuito explorar o empreendedorismo no cenário da pandemia do COVID-19, analisando em especial o vínculo com o desemprego, trabalho informal e a crise econômica brasileira. Neste contexto, os autores destacam que grande parte da população enxergou no empreendedorismo uma opção instantânea para obter renda, diante da escassez de medidas governamentais.

Guimarães *et al.* (2022), revela que o empreendedorismo por necessidade esteve em evidência durante o período de pandemia, uma vez que parte da população começou a empreender não pela identificação de oportunidades, mas pela falta de opções formais de trabalho. Ademais, notou-se um aumento na formalização dos microempreendedores individuais (MEIs) e o surgimento do chamado empreendedorismo solidário, caracterizado pela criatividade e colaboração comunitária, como resposta à crise.

Fleitas *et al.* (2024), buscaram identificar a relação entre mulheres residentes em territórios de fronteira e o empreendedorismo focado em estratégias de marketing digital durante o período da pandemia do COVID-19. Trata-se de uma pesquisa qualitativa com uso de entrevistas semiestruturadas realizadas com cinco empreendedoras de Ponta Porã (MS), na fronteira entre Brasil e Paraguai. O estudo destaca que essas regiões são caracterizadas por uma dinâmica econômica e social muito específica, influenciada pela proximidade com países vizinhos e pela forte presença de pequenas empresas. Com o avanço da pandemia, as restrições afetaram, principalmente, essas pequenas empresas, que foram obrigadas a adaptar suas operações para sobreviver.

Nesse cenário, o marketing digital emergiu como uma ferramenta estratégica para superar desafios, fidelizar clientes e descobrir novas oportunidades. Fleitas *et al.* (2024), mostra que, para essas mulheres, a digitalização não é apenas considerada como um recurso, mas também uma forma de se reposicionar no mercado, possibilitando maior visibilidade, comunicação direta com os consumidores e expansão do alcance comercial. O estudo demonstra que a pandemia acelerou a adoção de práticas digitais, evidenciando que a inovação

digital foi fundamental tanto para a sobrevivência quanto para o crescimento dos negócios analisados.

Por meio de uma revisão bibliográfica e pesquisa com caráter descritivo utilizando bancos de dados de empresas do Governo Federal e informações do Sebrae, os autores Azevedo *et al.* (2022), tiveram o objetivo de identificar e analisar o número de novas micro e pequenas empresas abertas no Brasil em 2020 e 2021, durante o período mais crítico da pandemia. O estudo baseou-se na observação de que a pandemia provocou profundas mudanças no cenário econômico e social, aumentando o desemprego e dificultando a atividade de negócios físicos.

Os resultados de Azevedo *et al.* (2022), mostraram um forte aumento no número de novas empresas abertas, com mais de 3 milhões em 2020 e mais de 2 milhões em 2021, indicando uma intensificação do empreendedorismo durante a crise. O estudo ainda destaca que grande parte desse crescimento está relacionado ao empreendedorismo por necessidade, motivado pelo desemprego e pela busca urgente por fontes alternativas de renda. Adicionalmente, o trabalho destaca que, embora a pandemia tenha imposto dificuldades, ela também estimulou iniciativas empreendedoras em diferentes setores.

Batista, Costa e Amorim (2024), realizam uma pesquisa bibliográfica, com recorte a partir de 2010, com o foco de analisar como a pandemia impulsionou o crescimento do empreendedorismo no Brasil. Os autores contextualizam que a pandemia trouxe mudanças aceleradas nos padrões de consumo, nas interações sociais e na atividade econômica. O estudo revela que, apesar da crise, o empreendedorismo continuou a crescer, impulsionado sobretudo pela necessidade, logo que, muitas pessoas foram forçadas a tirar ideias do papel como uma alternativa à sobrevivência, especialmente diante do aumento do desemprego e da queda da renda familiar.

Os dados apresentados por Batista, Costa e Amorim (2024), indicam que setores como *e-commerce*, o setor farmacêutico, serviços de *delivery*, supermercados, comércio de marmitas, bebidas, animais de estimação, consultorias esportivas, itens de informática, serviços domésticos e de construção se destacaram como alternativas viáveis devido às restrições. O trabalho ainda ressalta que houve adaptação de negócios, digitalização e resiliência, indicando que muitos empreendedores aproveitaram as circunstâncias para inovar e se reinventar.

Na pesquisa de Calça, Maciel e Adão (2022), realizada por meio de pesquisa quantitativa, descritiva, utilizando o método de levantamento, através das bases de dados do IBGE, GEM e Portal do Empreendedor, analisou-se a relação entre o desemprego e o empreendedorismo no Brasil de 2016 a 2021, com foco no período da pandemia.

Foram realizadas análises estatísticas descritivas e inferenciais. Os resultados indicam que, durante a pandemia, houve um aumento de 14% no desemprego, um aumento de 23% no número de novos empreendimentos e um aumento significativo no número de MEIs ativos.

Embora esses dados indiquem um aumento no empreendedorismo durante esse período, Calça, Maciel e Adão (2022), constatam que o desemprego apresentou baixa correlação com o início de novos empreendimentos, sugerindo que outros fatores influenciam mais fortemente a decisão de empreender. Por outro lado, o estudo demonstra uma ligação entre o início de novos empreendimentos e a formalização por meio de MEIs, destacando que muitos novos empreendedores buscaram meios formais de se manterem ativos.

O estudo contribui ao demonstrar que a realidade brasileira durante a pandemia é complexa e não pode ser explicada apenas pela relação direta entre desemprego e empreendedorismo.

Soares, Moura e Dias (2021), examinaram o impacto da pandemia sobre os empreendedores em Resende (RJ), comparando negócios já existentes com aqueles criados durante a crise. A pesquisa apresenta natureza qualitativa e utilizou entrevistas semiestruturadas aplicadas a seis participantes, organizados em dois grupos: Três empreendedores ativos antes da pandemia e três que começaram a empreender em meio às restrições impostas pelo cenário pandêmico.

Nesse ambiente, os pequenos negócios foram os mais afetados, precisando se adaptar por meio de novas estratégias de venda, uso intensificado das redes sociais e reformulação de processos

Soares, Moura e Dias (2021), evidencia que a pandemia impulsionou o crescimento do empreendedorismo, em especial, através do regime de MEI, que alcançou mais de 10 milhões de registros. Entre os entrevistados que iniciaram seus negócios durante a pandemia, predominou a motivação por necessidade, resultado, principalmente do desemprego e da redução da renda familiar. No entanto, também surgiram casos de identificação de oportunidades, sobretudo relacionadas ao aumento da demanda por serviços digitais, deliveries e produtos essenciais.

O trabalho de Baroni e Tolentino (2024), buscou investigar como o medo do fracasso influenciou a intenção de empreender no Brasil durante a pandemia, utilizando dados do GEM referentes aos anos de 2019 e 2020, sendo uma pesquisa quantitativa comparativa, utilizando métodos estatísticos de correlação de Spearman e Análise de Variância (ANOVA),

tendo objetivo de encontrar relações entre escolaridade, conhecimento empreendedor, autoconfiança e medo de resultados negativos.

Baroni e Tolentino (2024), contextualizam o período da pandemia caracterizado por grave instabilidade econômica, aumento do desemprego e um clima social de incerteza, o que reforçou a percepção de risco entre potenciais empreendedores. Os autores demonstram que, apesar desse cenário desfavorável, muitas pessoas permaneceram interessadas em abrir novos negócios, especialmente aquelas com maior escolaridade e familiaridade com práticas empreendedoras. Entretanto, o medo do fracasso se intensificou em 2020, afetando principalmente os grupos com menor escolaridade. Os resultados sugerem que pessoas mais qualificadas tendem a assumir comportamentos alinhados ao empreendedorismo por oportunidade, enquanto indivíduos com menor escolaridade e renda demonstram características mais próximas do empreendedorismo por necessidade, sobretudo diante das dificuldades econômicas provocadas pela crise (BARONI; TOLENTINO,2024).

Através de uma pesquisa qualitativa baseada em entrevistas, Santos, Santos e Moraes (2021), analisaram de que forma o marketing digital impulsionou o surgimento de um empreendimento de joias de prata durante a pandemia da Covid-19, tomando como estudo de caso uma microempresa sediada em Fernandópolis (SP). A entrevista foi realizada com a proprietária e também foi feita uma análise de documentos e estratégias institucionais da mesma. Os autores enfatizaram que a pandemia causou mudanças profundas no comportamento do consumidor, acelerando a expansão do comércio eletrônico. Nesse cenário, muitos empreendedores encontraram nas mídias digitais uma forma de promover seus produtos, interagir com os clientes e manter seus negócios mesmo em meio às restrições das atividades presenciais.

Santos, Santos e Moraes (2021), revelaram que a microempresa analisada surgiu justamente no auge dessas transformações, apoiando-se em práticas de marketing digital, particularmente no uso de redes sociais, como *Instagram* e *WhatsApp*. A fundadora identificou uma oportunidade de mercado, percebendo que os consumidores buscavam produtos acessíveis e atendimento personalizado por meio de canais digitais. Portanto, o negócio analisado caracteriza-se principalmente como um caso de empreendedorismo de oportunidade, uma vez que surgiu da identificação de tendências de consumo e da expansão do comércio *online*.

Nascimento e Gomes (2020,) investigaram quais as maneiras os empreendedores brasileiros identificaram e utilizaram as oportunidades de negócio durante a pandemia, analisando em especial o surgimento de novos empreendimentos no ambiente digital. Este estudo qualitativo utilizou um grupo focal com nove participantes, cujos relatos foram

examinados por meio da Análise de Similitude e de Núcleo de Sentido. Os autores contextualizam que a pandemia impactou significativamente setores como comércio, turismo e entretenimento, levando ao fechamento de muitos negócios e queda significativa na renda da população.

Ao mesmo tempo, observaram profundas mudanças nos hábitos de consumo, com forte migração para serviços de entrega, compras *online* e comunicação digital. Nesse cenário, muitos empreendedores reconheceram oportunidades, especialmente por meio do uso intensivo das mídias sociais e da *internet* como seus principais canais de publicidade e vendas. Os resultados mostram que o número de inaugurações de lojas *online* no Brasil aumentou drasticamente, chegando a mais de uma por minuto, nos primeiros meses da pandemia. O grupo focal revelou que os participantes foram motivados pela curiosidade, pela necessidade de adaptação e pela lacuna deixada pelo fechamento das lojas físicas (NASCIMENTO; GOMAES, 2020).

Carvalho (2022), analisou a relação entre o crescimento do empreendedorismo durante a pandemia de COVID-19 e o aumento significativo nos registros de marcas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). O estudo discute dados econômicos e sociais desse período, destacando o aumento do desemprego, a queda na renda familiar e a migração massiva de consumidores e empresas para o ambiente digital.

A autora demonstra que 2021 foi um ano recorde no Brasil em número de novos negócios, com mais de quatro milhões de inaugurações, ligadas tanto à busca por formas alternativas de sobrevivência quanto à descoberta de novas necessidades criadas pela pandemia.

Simultaneamente, houve um aumento significativo nos pedidos de registro de marcas, demonstrando o desejo dos novos empreendedores de fortalecer sua identidade comercial e conquistar participação de mercado. O estudo aponta que o crescimento do empreendedorismo teve motivações distintas, de um lado, muitas pessoas recorreram ao empreendedorismo por necessidade, devido à perda de emprego e de outro, setores ligados ao comércio *online* e às mídias digitais abriram espaço para empreendedores por oportunidade que identificaram nichos promissores (CARVALHO, 2021).

5.1 Motivações para Empreender Durante a Pandemia do COVID-19

Os estudos que compuseram a revisão de literatura destacam diversos fatores que motivaram o empreendedorismo durante o período da pandemia. As motivações que mais foram citadas, foram apresentadas no Quadro 3.

Quadro 3 – Motivações para Empreender na Pandemia

Motivações para o Empreendedorismo durante a Pandemia	Quantidade de trabalhos que citaram a motivação
Desemprego e queda de renda	8 trabalhos citaram esse fator como motivação para começar a empreender durante a pandemia.
Identificação de novas demandas no mercado	7 trabalhos citaram esse fator como motivação para começar a empreender durante a pandemia.
Aceleração da digitalização e uso do marketing digital	7 trabalhos citaram esse fator como motivação para começar a empreender durante a pandemia.
Busca de formalização por meio de registro como microempreendedor individual (MEI)	3 trabalhos citaram esse fator como motivação para começar a empreender durante a pandemia.

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

O desemprego e a perda de renda aparecem como o principal motivo que levou muitas pessoas a empreender durante a pandemia. Guimarães *et al.* (2022), chamam atenção para o impacto direto do fechamento de empresas, mostrando que, diante da falta de apoio governamental, muitas pessoas enxergaram no empreendedorismo a saída mais imediata para sobreviver.

Azevedo *et al.* (2022), reforçam essa ideia ao apresentar dados que mostram a abertura de milhões de novos negócios em 2020 e 2021, evidenciando que boa parte das pessoas recorreu ao empreendedorismo por necessidade.

A perspectiva de Batista, Costa e Amorim (2024), vai na mesma linha, apontando que a renda familiar diminuiu rapidamente e que isso fez com que muitas ideias fossem “tiradas do papel” mais por urgência do que por planejamento.

Apesar dessa associação, Calça, Maciel e Adão (2022), trazem um contraponto interessante ao mostrarem que, estatisticamente, o desemprego e a criação de novos negócios não apresentam uma correlação tão alta quanto se imagina, sugerindo que outros elementos também influenciaram esse movimento.

Mesmo assim, no estudo de Soares, Moura e Dias (2021), os entrevistados relatam claramente terem recorrido ao empreendedorismo após perderem o emprego, revelando como

esse fenômeno se manifesta na prática. Baroni e Tolentino (2024), complementam indicando que grupos com menor escolaridade sofreram mais com a insegurança econômica, o que aumentou tanto o medo de fracassar quanto a dependência do empreendedorismo como alternativa de renda.

Nascimento e Gomes (2020) e Carvalho (2022), reforçam que o fechamento de setores consolidados e a queda brusca na renda estimularam não só a procura por novas formas de trabalho, mas também a busca por modelos de negócio adaptados à nova realidade. A pandemia não trouxe apenas dificuldades, mas também abriu espaços que muitos empreendedores souberam perceber.

Guimarães *et al.* (2022), apontam que a crise gerou mudanças de consumo que criaram lacunas no mercado, enquanto Azevedo *et al.* (2022), mostram que setores específicos cresceram justamente porque atenderam necessidades emergentes, como alimentação, serviços essenciais e negócios em formato de *delivery*.

Batista, Costa e Amorim (2024), ampliam essa discussão trazendo exemplos concretos de áreas que se fortaleceram, como informática, serviços domésticos e comércio *online*, revelando como algumas atividades se tornaram mais viáveis justamente por se adequar ao contexto de isolamento social.

Outros estudos ajudam a entender como essa identificação de novas demandas ocorreu na prática. Fleitas *et al.* (2024), por exemplo, mostram que mulheres de regiões de fronteira observaram mudanças rápidas no perfil dos consumidores e adaptaram seus negócios usando estratégias novas para se manterem ativas.

Já Soares, Moura e Dias (2021), trazem relatos de empreendedores que aproveitaram o aumento da demanda por serviços digitais e por entregas, percebendo que existiam oportunidades mesmo em meio à crise.

Na mesma linha, Santos, Santos e Moraes (2021), analisam um caso em que a fundadora de uma microempresa percebeu uma procura maior por produtos acessíveis e atendimento personalizado, criando um negócio que nasceu totalmente alinhado às novas expectativas do consumidor.

Por fim, Nascimento e Gomes (2020), mostram que muitos empreendedores identificaram oportunidades justamente pela adaptação dos consumidores ao ambiente digital, revelando um cenário onde as demandas mudaram rapidamente e, quem percebeu isso primeiro, conseguiu se posicionar melhor.

É fato que a digitalização dos negócios foi acelerada pela pandemia. Guimarães *et al.* (2022), destacam que o ambiente digital se tornou praticamente obrigatório para quem quisesse

manter alguma forma de renda. Azevedo *et al.* (2022), reforçam isso ao apontar que muitos negócios novos surgiram já estruturados para funcionar totalmente online.

Fleitas *et al.* (2024), revelam como o marketing digital consolidou-se como ferramenta de sobrevivência entre empreendedoras da fronteira, tornando essencial para comunicação, fidelização e reposicionamento no mercado. Esse movimento aparece com força também nos estudos qualitativos.

Soares, Moura e Dias (2021), relatam que empreendedores utilizaram redes sociais como principal canal de vendas, demonstrando uma adaptação rápida ao novo cenário.

Santos, Santos e Moraes (2021), analisam o caso de uma empresa que nasceu já dentro dessas práticas, utilizando *Instagram* e *WhatsApp* para criar um atendimento próximo e personalizado.

Nascimento e Gomes (2020), reforçam que muitos negócios passaram a existir apenas no ambiente digital, impulsionados pelo crescimento do *e-commerce* e pela mudança no comportamento dos consumidores. Carvalho (2022), complementa ao mostrar que, junto com essa digitalização, aumentou o registro de marcas, indicando que os novos empreendedores desejavam consolidar sua presença no ambiente *online* e competir de forma mais estratégica.

A formalização por meio do MEI aparece como um caminho importante para alguns empreendedores. Guimarães *et al.* (2022), apontam que a regularização foi uma forma de garantir alguma segurança e legitimidade para negócios que surgiram de maneira improvisada.

Calça, Maciel e Adão (2022), reforçam que a formalização cresceu, sobretudo entre aqueles que já tinham iniciado algum tipo de atividade informal e buscaram estabilizar sua situação no mercado.

Já Soares, Moura e Dias (2021), destacam que o número de MEIs ultrapassou a marca de 10 milhões, mostrando que o registro se tornou uma opção para muitos trabalhadores que buscavam estruturar melhor seus negócios e acessar direitos básicos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos dez artigos analisados na revisão integrativa realizada, é possível afirmar que a pandemia do COVID-19 teve um impacto no cenário empreendedor do Brasil. A pandemia acabou impulsionando novos empreendimentos, principalmente, aqueles criados por necessidade, devido ao aumento do desemprego e a redução da renda das famílias. Ao mesmo tempo, o período pandêmico também abriu portas para oportunidades, especialmente no ambiente digital, que passou a ser fundamental para criar e adaptar negócios.

Os estudos analisados no decorrer do trabalho mostraram que muitos brasileiros passaram a enxergar o empreendedorismo como uma alternativa para garantir o seu sustento. Já outros tiveram habilidade para identificar demandas em crescimento e conseguir inovar, mesmo com as incertezas do momento.

A aceleração da digitalização, o uso mais intenso do marketing digital e a busca maior pela formalização através do MEI, são exemplos de como os empreendedores precisaram se reinventar para continuar atuando e se manterem ativos no mercado.

O presente trabalho possui um tema atual e específico, o que acabou limitando o processo de seleção dos estudos que iriam compor a base de artigos para a revisão bibliográfica integrativa. Com isso, a maior dificuldade encontrada durante a realização do trabalho foi construir um referencial teórico que possibilitaria desenvolver a pesquisa de forma completa, atingindo o objetivo geral e os objetivos específicos.

Como sugestão para futuros estudos acerca do tema, indica-se a análise da saúde desses empreendimentos e qual a taxa de permanência dos mesmos no cenário atual.

Por fim, conclui-se que a pandemia, apesar de trazer desafios, também abriu espaço para reinvenções, sendo novas maneiras de gerar renda e promover o desenvolvimento. Nesse cenário, o empreendedorismo destacou-se como uma alternativa viável, resiliente e fundamental para que muitos brasileiros pudessem reescrever suas trajetórias e se adaptarem a uma realidade desafiadora.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Rinaldja da Silva Cabral. **Análise da Associação Entre Positividade Para Covid-19 e Desigualdades Socioeconômicas na Primeira Onda da Pandemia no Brasil**. 2024. Tese (Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Gestão em Economia da Saúde) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais e Aplicadas, Recife, 2024. Disponível em:

https://sucupiralegado.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=15511572. Acesso em: 13 jun. 2025.

ALMEIDA, Fernanda Maria de; VALADARES, Josiel Lopes; SEDIYAMA, Gislaine Aparecida Santana. A Contribuição do Empreendedorismo para o Crescimento Econômico dos Estados Brasileiros. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, São Paulo, 2017, v.6 ,n.3,p.466–494,2017.Disponível:

<https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/552>. Acesso em: 14 out. 2025.

ARAÚJO, Gabriel Henrique Soares de; ALVES, José Henrique; SILVA, Mateus Vitor Freitas de Barros. **Empreendedorismo como ferramenta para superar desafios em tempos de crise**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Processos Gerenciais) - Centro Universitário Brasileiro, Recife, 2021.Disponível em:

<https://www.grupounibra.com/repositorio/PRCGR/2021/empreendedorismo-como-ferramenta-para-superar-desafios-em-tempos-de-crise13.pdf>. Acesso em: 16 out. 2025.

AZEVEDO, Jéssica Franciele Rodrigues; SOUZA; Mariana Viana de; MELO, Luiz Augusto Dias de; SILVA, Mara Lopes da; PEREIRA, Greyce Lara. O empreendedorismo durante a pandemia da covid-19: análise dos números de novos microempreendedores no mercado brasileiro no período de 2020 e 2021. **Revista Científica da Faculdade Quirinópolis**, Quirinópolis, 2022, v. 2, n. 12, p. 7-30, 2022. Disponível em:

<https://recifaqui.faqui.edu.br/index.php/recifaqui/article/view/197>. Acesso em: 24 mai. 2025.

BACKES, Danieli Artuzi Pes; ARIAS, María Isabel; RAMOS, Heidi Rodríguez. Os efeitos da pandemia de Covid-19 sobre as organizações: um olhar para o futuro. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, São Paulo, v. 19, n. 4, p. 1-10, 2020. Disponível em:

<https://www.periodicos.capes.gov.br/index.php/acervo/buscar.html?task=detalhes&source=all&id=W3115766299>. Acesso em: 13 jun. 2025.

BANDEIRA, Paulo Vitor Ribeiro; SILVA, Thiago Sousa. Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade e Oportunidade. **Revista de Psicologia ID online**, Juazeiro do Norte, 2023, v. 17, n. 66, p. 190–208, 2023. Disponível em:

<https://doi.org/10.14295/idonline.v17i66.3771>. Acesso em: 20 nov. 2025.

BARONI, Alex Ribeiro Maia; TOLENTINO, Renata de Sousa da Silva. Empreendedorismo e o medo do fracasso: um estudo comparativo amparado no contexto da pandemia da covid-19. **Revista de Administração FACES Journal**, *Online*, v. 23, n. 4, p. 118-137, 2024.

Disponível em: <https://revista.fumec.br/index.php/facesp/article/view/10448>. Acesso em: 24 mai. 2025.

BARROS, A. PIB tem queda recorde de 9,7% no 2º trimestre, auge do isolamento social. **Agência IBGE Notícias**, Rio de Janeiro, 01 set. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-dnoticias/noticias/28720-pib-tem-queda-recorde-de-9-7-no-2-trimestre-auge-do-isolamento-social>. Acesso em: 20 nov. 2025.

BARROS, Aluízio Antônio de; PEREIRA, Cláudia Maria Miranda de Araújo. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, 2008, v. 12, n. 4, p. 975-993, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1415-65552008000400005>. Acesso em: 20 nov. 2025.

BATISTA, Cristiane Henrique; COSTA, Simone Teles da Silva; AMORIM, Dênia Aparecida de. O crescimento do empreendedorismo motivado pela pandemia covid-19. **Revista Gestão, Tecnologia e Ciência (GETEC)**, Monte Carmelo, 2024, v. 14, p. 77-94, 2024. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/3289>. Acesso em: 24 mai. 2025.

CALÇA, Katia Gobatti; MACIEL, Mitali Daian Alves; ADÃO, Sebastião Ailton da Rosa Cerqueira. Desemprego e empreendedorismo na pandemia da Covid-19 e seus efeitos na sociedade brasileira. *Revista de Administração da UFSM, [S.l.]*, v. 15, p. 743-759, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.5902/1983465969297>. Acesso em: 24 mai. 2025.

CARVALHO, Bárbara Giacomazzo de. Registro de marca na era pandêmica Relevância frente ao aumento do empreendedorismo. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de MPE, [S.l.]**, v. 7, n. 03, p. 18–30, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.29327/237867.7.3-2>. Acesso em: 24 mai. 2025. de janeiro: EDUERJ, 2023, p. 261-283. Disponível em: <https://doi.org/10.7476/9788575116067.0011>. Acesso em: 15 out. 2025.

DEGEN, Ronald Jean. Empreendedorismo: uma filosofia para o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza. **Revista de Ciências da Administração, [S. l.]** v. 10, n. 21, p. 11–30, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/2175-8069.2008v10n21p11>. Acesso em: 20 nov. 2025. eds. **Coletânea Covid-19 e agendas de pesquisa nas ciências sociais [online]**. Rio de Janeiro

FERREIRA, Aleciane da Silva Moreira; LOIOLA, Elisabeth; GONDIM, Sonia Maria Guedes. Produção Científica em Empreendedorismo no Brasil: Uma revisão de literatura de 2004 a 2020. **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador 2020, v. 21, p. 371-393, 2020. Disponível em: <https://revistas.unifacs.br/index.php/rgb/article/view/5618>. Acesso em: 14 out. 2025.

FIALHO, Camila Borges; WAGNER, Luiz Carlos; NUNES, Andrieli de Fátima Paz; GAI, Maria Julia Pegoraro. Motivação para empreender em cenário de crise econômica: um estudo

com novos empreendedores. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, Curitiba, 2018, v. 3, n. 1, p. 148-175, 2018. Disponível em: <https://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/123>. Acesso em: 16 out. 2025.

FLEITAS, Jéssica Andrade; BENITES, Dionni; DIAS, Álvaro Freitas Faustino; MORAIS, Manoela; RENCH, Luisa Rhoden. Empreendedorismo feminino e marketing digital em territórios de fronteira durante a pandemia da covid-19. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, Boa Vista, 2024, v. 19, n. 55, p. 579–600, 2024. Disponível em: <https://revista.ioles.com.br/boca/index.php/revista/article/view/5542>. Acesso em: 24 mai. 2025.

GARBE, H. S. **A CRISE ECONÔMICA DO COVID-19: Uma análise dos efeitos na economia brasileira**. 2022. 52f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão e Políticas Públicas) - Fundação Getúlio Vargas, 2022. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10438/32025>. Acesso em: 15 out. 2025.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Relatório executivo: Global Entrepreneurship Monitor Brasil 2020**. Brasília: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)/Sebrae, 2020. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/06/Diagrama%C3%A7%C3%A3o-GEM-RE-Brasil-2021-v5-web.pdf>. Acesso em: 21 mai. 2025.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Relatório executivo: Global Entrepreneurship Monitor Brasil 2021**. Brasília: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)/Sebrae, 2022. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/06/Diagrama%C3%A7%C3%A3o-GEM-RE-Brasil-2021-v5-web.pdf>. Acesso em: 21 mai. 2025.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Relatório executivo: Global Entrepreneurship Monitor Brasil 2022**. Brasília: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)/Sebrae, 2023. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/05/GEM-BR-2022-2023-Relatorio-Executivo-v7-REVISTO-mai-23.pdf>. Acesso em: 21 mai. 2025.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Relatório executivo: Global Entrepreneurship Monitor Brasil 2023**. Brasília: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)/Sebrae, 2024. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/03/Relatorio-Executivo-GEM-BR-2023-2024-Diagramacao-v5-1.pdf>. Acesso em: 21 mai. 2025.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Relatório executivo: Global Entrepreneurship Monitor Brasil 2023**. Brasília: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)/Sebrae, 2025. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2025/03/Brasil-RE-2024-2025-VF.pdf>. Acesso em: 21 mai. 2025.

GUIMARÃES, Cristiane Pereira; OLIVEIRA, Quésia Klem Horsts de; DIMAS, Matheus de Souza; CORRÊA, Társis De Marcos. Empreendedorismo no contexto da covid-19: Necessidade, oportunidade e solidariedade. **Revista Pensar Acadêmico**, Manhuaçu, 2022, v. 20, n. 1, p. 93-105,2022. Disponível em: <https://pensaracademico.unifacig.edu.br/index.php/pensaracademico/article/view/2436/2457>. Acesso em: 24 mai. 2025.

GULLO, M. C. R. A economia na pandemia Covid-19: algumas considerações. **Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, v. 12, n. 3, p. 1-8, 2020. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473564229005>. Acesso em: 21 mai. 2025.

LIMA, Edmilson de Oliveira; SILVA, João Paulo Moreira; LOPES, Rose Mary Almeida; CUNHA, Julio Araújo Carneiro da. Enfrentamento de crises no empreendedorismo e effectuation. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, São Paulo, 2024, v. 3, p. 1-8, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2618>. Acesso em: 16 out. 2025.

LIMA, Lucas Tardelli de; SANTOS, Jeronimo Alves dos; MONTEBELLO, Adriana Estela Sanjuan. Análise de Progressão do Empreendedorismo no Brasil de 2012 a 2022. **Revista Aracê**, São José dos Pinhais, 2025, v. 7, n. 5, p. 25740-25757, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.56238/arev7n5-271>. Acesso em: 20 nov. 2025.

LIMA, Telma Cristiane Sasso de; MIOTO, Regina Célia Tamaso. Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Revista Katálysis**, Florianópolis, 2007, v. 10, p. 37-45, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1414-49802007000300004>. Acesso em: 20 nov. 2025.

LOPES, Rose Mary Almeida; LIMA, Edmilson. Desafios Atuais e Caminhos Promissores para a Pesquisa em Empreendedorismo. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 59, n. 4, p.284-292, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/PpSfJ54jswxM6dLrFCpPk9L/>. Acesso em: 14 jan. 2026.

MARQUES, José Roberto. **As principais diferenças entre empreendedor por necessidade e oportunidade**. 2022. Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/as-principais-diferencas-entre-empendedor-por-necessidade-e-oportunidade/>>. Acesso em: 22 nov. 2025.

MARTES, Ana Cristina Braga. Weber e Schumpeter: A ação econômica do empreendedor. **Revista de Economia Política**, São Paulo, 2010. v. 30, n. 2, p. 254-270, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rep/a/J34vkgf9BK7BSN4WgYYvspK/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 14 out. 2025.

MAZUQUELI, Juliana Ricci. **Impacto da COVID-19 nos principais indicadores econômicos do Brasil**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Estatística) -

Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2022. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/217367>. Acesso em: 15 out. 2025.

MEDEIROS, Emerson Augusto de; VARELA, Sarah Bezerra Luna; NUNES, João Batista Carvalho. Abordagem qualitativa: estudo na pós-graduação em educação da universidade estadual do Ceará. **Holos**, Natal, 2017, v. 2, p. 174-189, 2017. Disponível em: <https://www.periodicos.capes.gov.br/index.php/acervo/buscador.html?task=detalhes&source=all&id=W2751207953>. Acesso em: 20 nov. 2025.

MENDES, Karina Dal Sasso; SILVEIRA, Renata Cristina de Campos Pereira; GALVÃO, Cristina Maria. Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. **Texto Contexto Enfermagem**, Florianópolis, 2008, v. 17, n. 4, p. 758-764, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-07072008000400018>. Acesso em: 15 out. 2025.

MIGUEL, L. A. **Estudo do impacto econômico da pandemia de COVID-19 através de dados de Documentos Fiscais**. 2021. 137f. Dissertação (Mestrado Profissional em Matemática, Estatística e Computação Aplicadas à Indústria) - Universidade de São Paulo, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/D.55.2021.tde-20072021-104546>. Acesso em: 15 out. 2025.

NASCIMENTO; Anderson Lopes; GOMES, Sérgio Castro. Empreendedorismo e COVID-19: Oportunidades na Pandemia. **Métodos e Pesquisa em Administração**, João Pessoa, 2020, v. 5, n. 2, p. 2-6, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.22478/ufpb.2525-3867.2020v5n2.53791>. Acesso em: 24 mai. 2025.

NASSIF, Vânia Maria Jorge; CORRÊA, Victor Silva; ROSSETTO, Dennys Eduardo. Empreendedores e Pequenas Empresas Estão Preparados para Adversidades Contextuais? Uma Reflexão à Luz da Pandemia de Covid-19. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 1-12, 2020. Disponível em: <https://regepe.emnuvens.com.br/regepe/article/view/1880?articlesBySameAuthorPage=1>. Acesso em: 13 jun. 2025.

NOGUEIRA, Mauro Oddo; MOREIRA, Rafael de Farias Costa. **A Covid deixa sequelas : a destruição do estoque de capital das micro e pequenas empresas como consequência da pandemia de Covid-19**. IPEA, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/12149>. Acesso em: 15 out. 2025.

OLIVEIRA, Edi Carlos de; FERREIRA, Yago Soares. O (Re) pensar o empreendedorismo em tempos de crise. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, Rio de Janeiro, 2023, v. 11, n. 2, p. 34-48, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.32888/cge.v11i2.58620>. Acesso em: 16 out. 2025.

PAULA, Luiz Fernando de; VAZ, Camila; MACHADO, Pedro Lange Netto. A economia política da pandemia de Covid-19: o Brasil na encruzilhada entre o “velho normal” e as novas tendências internacionais. In: FONTAINHA, F., and MILANI, C. R. S.

PEDROSO, Júlia de Souza; SILVA, Kauana Soares da; SANTOS, Laiza Padilha dos. Pesquisa descritiva e Pesquisa prescritiva. **JICEX**, Curitiba, 2018, v. 9, n. 9, 2018. Disponível em: <https://unisantacruz.edu.br/revistas-old/index.php/jicex/article/view/2604>. Acesso em: 23 nov. 2025.

PRYTOLUK, André Luís; BOLL, Cíntia Inês. Empreendedorismo universitário frente à pandemia de Covid-19: O exemplo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. **Research, Society and Development**, Vargem Grande Paulista, 2023, v. 12, n. 10, p. 1-16, 2023. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v12i10.43387>. Acesso em: 16 out. 2025.

ROCHA, Estevão Lima de Carvalho. Oportunidade ou Necessidade? Um estudo do impacto do empreendedorismo no desenvolvimento econômico. **Revista Gestão em Análise**, Fortaleza, 2014, v. 3, n. 1/2, p. 31–46, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.12662/2359-618xregea.v3i1/2.p31-46.2014>. Acesso em: 15 out. 2025.

SALEME, Isabelle; OLIVEIRA, Bruno. **Número de novas empresas aumenta 25% depois da pandemia**. CNN Brasil, 6 out. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/negocios/numero-de-novas-empresas-aumenta-25-depois-da-pandemia/>. Acesso em: 20 nov. 2025.

SANTOS, Ana Carolina Nascimento dos; SANTOS, Joice Darc Maranini dos; MORAES, Clayton Aparecido Cardoso de. **ANAIS DO FÓRUM DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DO UNIFUNEC**, Santa Fé do Sul, v. 12, n. 12, 2021. Disponível em: <https://seer.unifunec.edu.br/index.php/forum/article/view/5224>. Acesso em: 24 mai. 2025.

SEBRAE. Pesquisa mundial de empreendedorismo divulgada no projeto Sebrae 50+50. **Sebrae**, 2021. Disponível em <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebrae50mais50/noticias/pesquisa%20mundial%20de%20empreendedorismo%20divulgada%20no%20projeto%20sebrae%2050mais50>. Acesso em: 20 nov. 2025.

SEBRAE. Taxa de empreendedorismo no Brasil cai mais de 18% durante a pandemia. **Agência Sebrae de Notícias**, [S.l.], 08 jun. 2021. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/arquivo/taxa-de-empreendedorismo-no-brasil-cai-mais-de-18-durante-a-pandemia/>. Acesso em: 20 nov. 2025.

SILVA, Ana Carolina Cozza Josende da; FURTADO, Juliana Haetinger; ZANINI, Roselaine Ruviano. Evolução do Empreendedorismo no Brasil baseada nos indicadores do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). **Revista Produção Online**, Florianópolis, 2015, v.15, n. 2,

p.758-780, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.14488/1676-1901.v15i2.1940>. Acesso em: 15 out. 2025.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa**. 3. ed. São Borja: Universidade Federal do Pampa, 2001. Disponível em: <https://cursos.unipampa.edu.br/cursos/ppgcb/files/2011/03/Metodologia-da-Pesquisa-3a-edicao.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2025.

SILVA, Juliana Aparecida Moura; ISTOE, Sérgio Elias; SILVA, Edimara Bizerra. Empreendedorismo: Necessidade x Oportunidade. In: V Expociência, 5, 2020, Faculdade Metropolitana São Carlos, **V Expociência**, Bom Jesus do Itapoana, 2020. Disponível em: <https://doity.com.br/anais/vexpofamesc2020/trabalho/166171>. Acesso em: 20 nov. 2025. SILVA, Sandro Pereira da; CORSEUIL, Carlos Henrique Leite; COSTA, Joana Simões de Melo. **Impactos da pandemia de Covid-19 no mercado de trabalho e na distribuição de renda no Brasil**. 1. ed. Brasília: IPEA, 2022. *E-book*. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/entities/book/4a743a99-63a5-4f45-b4dc-8eeaf7a9674f>. Acesso em: 15 out. 2025.

SOARES, Amanda Fagundes; MOURA, Gabriela Fonseca de; DIAS, Rayla dos Santos Oliveira. O Impacto da Pandemia do Covid-19 no Empreendedorismo: um estudo acerca da percepção dos Empreendedores do Município de Resende - RJ. In: SEGeT, 8. *Online*. **Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, UniDomBosco, 2021. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos21/7232137.pdf>. Acesso em: 24 mai. 2025.

SOUSA, Angélica Silva de; OLIVEIRA, Guilherme Saramago de; ALVES, Hilário Laís. A Pesquisa Bibliográfica: Princípios e Fundamentos. **Cadernos da Fucamp**, Monte Carmelo, v. 20, n. 43, p. 64-83, 2021. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336>. Acesso em: 29 jun. 2025.

SOUZA, Marcela Tavares de; SILVA, Michelly Dias da; CARVALHO, Rachel de. Revisão integrativa: o que é e como fazer. **Einstein**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 102-106, mar. 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/eins/a/ZQTBkVJZqcWrTT34cXLjtBx/?lang=pt>. Acesso em: 21 jul. 2025.

TEIS, Denize Terezinha; TEIS, Mirtes Aparecida. A abordagem qualitativa: a leitura no campo de pesquisa. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, v. 1, p. 1-8. 2006. Disponível em: <https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/teis-denize-abordagem-qualitativa.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2025.

TEIXEIRA, Moacir José; PONSONI, Emily Victoria. Impactos da Pandemia da Covid-19 no Empreendedorismo em Micro e Pequenas Empresas: uma revisão sistemática da literatura. **Revista Eletrônica de Administração**, Franca, v. 23, n. 2, p. 220-240, 2024. Disponível em: <http://periodicos.unifacel.com.br/rea/article/view/2635>. Acesso em: 13 jun. 2025.

VILELA, P. R. Pandemia faz Brasil ter recorde de novos empreendedores. **Agência Brasil**, Brasília, 05 out. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-10/pandemia-faz-brasil-ter-recorde-de-novos-empreendedores>. Acesso em: 20 nov. 2025.

APÊNDICE A – Relação artigos selecionados para Resultados

SELECIONANDO ARTIGOS PARA TCC		
NOME ARTIGOS	VÃO SER INCLUÍDOS?	SE NÃO, POR QUÊ?
GOOGLE ACADÊMICO: allintitle: empreendedorismo novos OR empreendedores OR empreendedorismo “covid 19” 2020-2024		
O EMPREENDEDORISMO NO CONTEXTO DA COVID-19: NECESSIDADE, OPORTUNIDADE E SOLIDARIEDADE	Sim	
O Empreendedorismo e a Pequena Empresa no Contexto do Pós-covid-19	Não	Não fala sobre os novos empreendedores e também não tem metodologia, objetivos ou resultados próprios pois é um editorial.
Impactos da pandemia de COVID-19 sobre o empreendedorismo digital nas instituições bancárias brasileiras: uma análise à luz das forças isomórficas	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
Análise do comércio eletrônico para o empreendedorismo na pandemia da Covid-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
EMPREENDEDORISMO FEMININO E MARKETING DIGITAL EM TERRITÓRIOS DE FRONTEIRA DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19	Sim	
EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO ENFRENTAMENTO ECONÔMICO DA COVID-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
EMPREENDEDORISMO FEMININO NA CIDADE DE JOÃO PESSOA-PB: DIFICULDADES ENFRENTADAS NO PERÍODO DO COVID-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
O EMPREENDEDORISMO DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19: ANÁLISE DOS NÚMERO DE NOVOS MICROEMPREENDEDORES NO MERCADO BRASILEIRO NO PERÍODO DE 2020 E 2021	Sim	
DIFICULDADES DE JOVENS SEM VÍNCULO FORMAL DE EMPREGO DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19: LIMITES DO EMPREENDEDORISMO EM TEMPOS DE CRISE	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo

O CRESCIMENTO DO EMPREENDEDORISMO MOTIVADO PELA PANDEMIA COVID-19	Sim	
Desemprego e empreendedorismo na pandemia da Covid-19 e seus efeitos na sociedade brasileira	Sim	
Empreendedorismo digital: empreendedores que montaram seus negócios em Umarizal-RN durante a pandemia da Covid-19	Não	Não é publicação
Impulsão da inovação e empreendedorismo em universidade brasileira no contexto da pandemia do Covid-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
Empreendedorismo feminino: inovação em marketing no combate aos efeitos negativos da pandemia da covid-19 em pequenos negócios	Não	Não fala sobre os novos empreendedores no resumo e também não é publicação
Empreendedorismo social em tempos de pandemia de Covid-19: (re)construindo possibilidades	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
GESTÃO PÚBLICA EM UM CONTEXTO DE CRISE: APOIO AO EMPREENDEDORISMO DE PEQUENOS NEGÓCIOS NO ESTADO DE SÃO PAULO DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19	Não	Não fala sobre os novos empreendedores no resumo e também não é publicação
EMPREENDEDORISMO FEMININO: representatividade da mulher no mundo dos negócios, seus desafios e potencialidades em tempos de pandemia da Covid-19	Não	Não fala sobre os novos empreendedores no resumo e também não é publicação
O Impacto da Pandemia do Covid-19 no Empreendedorismo: um estudo acerca da percepção dos Empreendedores do Município de Resende – RJ	Sim	
A formação em Secretariado Executivo e sua influência no empreendedorismo feminino em meio a pandemia da Covid-19	Não	Não fala sobre os novos empreendedores no resumo e também não é publicação
A arte musical e seu ensino: desafios e possibilidades do empreendedorismo criativo frente à pandemia de Covid-19	Não	Não fala sobre os novos empreendedores no resumo e também não é publicação
Empreendedorismo social e sustentável em contexto de pandemia da Covid – 19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo

Jornalismo alternativo na Amazônia Amapaense: empreendedorismo digital na pandemia da Covid-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
Empreendedorismo e inovação como resposta à pandemia da covid-19: estudo de caso uma empresa de base tecnológica	Não	Não fala sobre os novos empreendedores no resumo e também não é publicação
Criação da interface de um aplicativo para o fortalecimento do comércio local pós pandemia da covid-19 com ênfase no empreendedorismo feminino	Não	Não fala sobre os novos empreendedores no resumo e também não é publicação
O impacto da pandemia de COVID-19 sobre o empreendedorismo feminino: Uma revisão sistematizada de literatura	Não	Não fala sobre os novos empreendedores no resumo e também não é publicação
O planejamento estratégico e os desafios do empreendedorismo feminino no setor de cosméticos durante a pandemia da Covid-19	Não	Não fala sobre os novos empreendedores no resumo e também não é publicação
MEIs de Guadalupe-PI: adaptando-se à COVID-19 com empreendedorismo digital	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
O PAPEL DA TECNOLOGIA NO EMPREENDEDORISMO DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
Oportunismo Disfarçado de Empreendedorismo em Tempos de COVID-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
Empreendedorismo e inovação: um estudo do impacto da pandemia do COVID-19 no comércio informal do município de Codó-MA	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
Empreendedorismo no Brasil: Desafios e possibilidades diante da covid-19	Não	Não fala sobre os novos empreendedores no resumo e também não é publicação
Empreendedorismo universitário diante da pandemia da Covid-19: O exemplo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
Empreendedorismo feminino no Vale do Açu: uma análise nos impactos provocados pela COVID-19	Não	Não é publicação
EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE NO CONTEXTO DA COVID-19: UM ESTUDO NA FEIRA LIVRE DA CIDADE 2000 (FORTALEZA/CE)	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo

Empreendedorismo, improvisação pedagógica e políticas públicas de educação: a nova agenda pós-Covid-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
Empreendedorismo e inovação: um estudo do impacto da pandemia do COVID-19 no comércio informal do município de Codó-MA.	Não	Artigo duplicado
EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DE CASO DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19 NUMA VISÃO DE SUSTENTABILIDADE CONTÁBIL, NA EMPRESA PÓVOA E FLEURY CONTABILADE	Não	Não fala sobre os novos empreendedores no resumo e também não é publicação
Empreendedorismo acadêmico e o desenvolvimento de soluções para o enfrentamento da covid-19: universidades federais de Minas Gerais	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
EMPREENDEDORISMO FEMININO: impactos da Covid-19 no empreendedorismo feminino no bairro Cidade Operária em São Luís – MA	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
Resenha do capítulo intitulado: Empreendedorismo em tempo de crise: ameaças e oportunidades durante e depois da covid-19	Não	É uma resenha de capítulo
O cenário do empreendedorismo na perspectiva pós-Covid-19: um estudo no distrito turístico de Porto Mendes	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
INOVAÇÃO, EMPREENDEDORISMO E ECONOMIA PRATEADA NA PANDEMIA DA COVID-19: NOVOS RUMOS DO MERCADO	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
Empreendedorismo indígena: uma análise da comunidade Fulni-ô durante a pandemia de Covid-19	Não	Não é publicação
Transformação do Empreendedorismo Feminino sob Influência da Pandemia por COVID-19	Não	Não é publicação
O empreendedorismo no Brasil pré-pandemia do Covid-19: uma análise do Global Entrepreneurship Report (2018 – 2020)	Não	Não é publicação

EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO NO BRASIL DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
Empreendedorismo feminino na Serra Gaúcha, no contexto da covid-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
Empreendedorismo e inovação durante a pandemia do COVID-19: um estudo bibliométrico do período de março de 2020 a março de 2021	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
O empreendedorismo no contexto da COVID-19: necessidade ou oportunidade em Tapes-RS	Não	Não é publicação
EMPREENDEDORISMO E O MEDO DO FRACASSO: UM ESTUDO COMPARATIVO AMPARADO NO CONTEXTO DA PANDEMIA DA COVID-19	Sim	
Sobrevivendo às turbulências: o impacto do empreendedorismo e da inovação nas empresas durante a pandemia do covid-19 – um estudo de caso em táxi aéreo	Não	Não é publicação
O empreendedorismo feminino pós-pandemia–covid-19 em Laranjal do Jari do Jari/AP	Não	Não é publicação
Empreendedorismo feminino no setor de serviços: análise da capacidade de resiliência em tempos da covid-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
DESAFIOS E PERSPECTIVAS DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL DIANTE DA PANDEMIA DE COVID-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
EMPREENDEDORISMO UNIVERSITÁRIO EM TEMPOS DE COVID-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO COMO RESPOSTA À PANDEMIA DA COVID-19: ESTUDO DE CASO UMA EMPRESA DE BASE TECNOLÓGICA	Não	Artigo duplicado
A força do empreendedorismo feminino durante a pandemia de covid-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
Empreendedorismo internacional : análise da mentalidade global frente ao derramamento de óleo e à covid-19 no entorno de Porto de Galinhas – PE	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo

Aprendizagem ao longo da vida e empreendedorismo depois dos 50 anos : uma análise de empreendedores paraibanos no contexto pós-pandemia da covid-19	Não	Não é publicação
Empreendedorismo feminino: uma análise teórica da influência de empreender diante dos impactos da pandemia de COVID 19 na Região Nordeste do Brasil.	Não	Não é publicação
O empreendedorismo para o Secretariado Executivo: experiências vividas no contexto da pandemia de COVID-19	Não	Não é publicação
Empreendedorismo e inovação: uma revisão sistemática na literatura sobre o desenvolvimento empreendedor em tempos de Covid-19	Não	Não é publicação
Desafios e oportunidades do empreendedorismo em tempos pandêmicos: análise da matriz SWOT de uma empresa do ramo alimentício mediante cenário da COVID-19.	Não	Não é publicação
Empreendedorismo feminino em mari as adaptações necessárias à sobrevivência na pandemia da Covid-19	Não	Não é publicação
TURISMO E EMPREENDEDORISMO: uma abordagem sobre ações e as causas mortis de agências de turismo no período COVID-19	Não	Não é publicação
Efeitos da Covid-19 no empreendedorismo em Santander (Colômbia): uma análise empírica.	Não	Não foi feito sobre os empreendedores Brasileiros, e sim colombianos
Empreendedorismo em momentos de crise: percepção dos impactos nos estabelecimentos alimentícios da região do Calhau, São Luís, pela pandemia da COVID-19	Não	Não é publicação
Empreendedorismo em tempos de pandemia: o aumento de Microempreendedores Individuais durante a Pandemia da Covid-19	Não	Não é publicação
Jornalismo Alternativo na Amazônia Amapaense: o Empreendedorismo Digital na Pandemia da Covid-19	Não	Repetido

O EMPREENDEDORISMO DAS REDES COLABORATIVAS NO DESENVOLVIMENTO DE SOLUÇÕES ALTERNATIVAS PARA PACIENTES COM COVID-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
COVID 19 X EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO.	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
O empreendedorismo no comercio atacadista de bebidas: influências sobre a economia do município de Parintins-AM no contexto da pandemia da covid-19	Não	Não é publicação
Empreendedorismo social, economia solidária e a pandemia de covid-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
IMPACTOS DA PANDEMIA DA COVID-19 NO EMPREENDEDORISMO EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA	Não	Fez o estudo com trabalhos em inglês, logo não retrata o empreendedorismo no Brasil
OS IMPACTOS DA PANDEMIA DE COVID-19 NO EMPREENDEDORISMO	Não	Não é publicação
A COVID-19 e empreendedorismo feminino: principais impactos da pandemia para empreendedoras de São José do Egito-PE.	Não	Não é publicação
A COVID-19 e empreendedorismo feminino: principais impactos da pandemia para empreendedoras de São José do Egito-PE.	Não	Não é publicação
EMPREENDEDORISMO SOCIAL, INOVAÇÃO SOCIAL E ECONOMIA CRIATIVA EM BELO HORIZONTE PÓS-COVID-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO EM TEMPOS DE COVID-19 NO SETOR TÊXTIL O CASO DA AMMA1981 – TÊXTIL, AS	Não	Não foi feito sobre os empreendedores Brasileiros, e sim portugueses

FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO E À INOVAÇÃO NO CONTEXTO DA PANDEMIA COVID-19: UMA ANÁLISE DAS INICIATIVAS DO INSTITUTO FEDERAL DO SERTÃO PERNAMBUCO	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
Por uma juventude empreendedora: relato de experiência de uso do Human Centered Design em projeto de empreendedorismo social durante o período de quarentena da Covid-19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
EMPREENDEDORISMO PEDAGÓGICO: A ATUAÇÃO DO PROFESSOR FORA DA ESCOLA PARA A EDUCAÇÃO INTEGRAL DOS ALUNOS NA PÓS PANDEMIA COVID -19	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
EMPREENDEDORISMO FEMININO NA CAPITAL DO RECÔNCAVO: Perfil das empreendedoras de Santo Antônio de Jesus – BA e como utilizaram as redes sociais na Pandemia de COVID-19 – Um estudo de caso.	Não	Não é publicação
EMPREENDEDORISMO DE OPORTUNIDADES NO MARKETING DIGITAL NO CONTEXTO DA PANDEMIA DE COVID-19: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA DARC JOIAS EM PRATA DE FERNANDÓPOLIS/SP	Sim	
INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO NAS ORGANIZAÇÕES PÓS PANDEMIA COVID-19: UMA PROPOSTA DE INTERVENÇÃO PEDAGÓGICA NO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO OFERTADO PELO SENAC NA CIDADE DE CAJAZEIRAS-PB	Não	Não é publicação
Empreendedorismo feminino e o uso da rede social Instagram na pandemia da Covid-19	Não	Não é publicação

EMPREENDEADORISMO RURAL: Consultoria pós-pandemia COVID-19 para famílias de associações de Pequenos Produtores rurais, do município de Paracatu/MG, que vendem produtos oriundos da agricultura familiar.	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
O EMPREENDEADORISMO FEMININO E O USO DE REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE NEGÓCIO NA PANDEMIA DO COVID-19	Não	Não possui arquivo do trabalho para leitura
Empreendedorismo de baixa renda em Porto Alegre e o impacto da pandemia de COVID-19	Não	Não é publicação
Escola para reforçar a matemática e a língua espanhola, empreendedorismo para aproveitar a covid-19.	Não	Não aborda os novos empreendedores no resumo
PERIÓDICO CAPES: “novos empreendedores” “covid-19” 2020-2024; Produção Nacional e Idioma em português		
Empreendedorismo e COVID-19: Oportunidades na Pandemia	Sim	
Registro de marca na era pandêmica: relevância frente ao aumento do empreendedorismo	Sim	

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.