

EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO NO BRASIL DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19

Rebeca Cavalcante SILVA¹; Denise Nayara Martins CAMPOS¹; Sandra Maria Carvalho BARCELOS¹; Rafael Ademir Oliveira de ANDRADE¹

1. Centro Universitário São Lucas, Porto Velho, Rondônia, Brasil.
Autor correspondente: rebecacavalcante7775@gmail.com

O empreendedorismo engloba todos os setores de iniciativa privada e pública, além de ser visto não somente como um símbolo de inovação, mas também como uma forma de adaptação a algo já preexistente (MARTES,2010). Mas com a chegada do novo coronavírus, essa ação social também foi afetada como todas as outras. Com o fechamento dos centros comerciais, principal meio de exposição de pequenos e grandes empreendedores, estes se viram diante de uma situação que limitava o contato com os seus clientes e seus meios de comercialização de produtos e serviços. Acompanhando essa situação, foi exigido que eles soubessem como driblar a crise econômica que alavancou o aumento dos preços de vários setores de vendas, como o ramo de alimentação, de combustível, dos fretes, de insumos, entre outros. Ao se deparar com o início da pandemia vários microempreendedores fecharam seus negócios por falta de giro de capital, de acordo com a agência SEBRAE de notícias, a taxa de empreendedorismo no Brasil caiu 18,33% referente aos mercados já estabelecidos até então, mas em contrapartida houve um aumento de novos empreendedores (ASN, 2021) entrando no mercado econômico motivados pela elevação da taxa de desemprego que assombrou o país com o decorrer da pandemia, com esse cenário vários Estados informaram que durante a pandemia tiveram mais aberturas de empresas do que encerramentos, como por exemplo no Distrito Federal, que segundo a Jucis-DF, registrou a abertura de 62.064 novas empresas, com a oficialização do encerramento de apenas 20.063 empresas (DOURADO,2021). Uma das formas de continuar a empreender durante esse período difícil, foi a utilização das redes sociais como principal meio de divulgação dos produtos e empreendimentos. Um levantamento feito pelo Sebrae, revela que houve um aumento nas publicidades por meio das redes, enquanto antes da pandemia cerca de 59% das empresas utilizavam esses canais digitais, atualmente esse percentual chega a 67%. De

tendências no Tik Tok, Reels e posts no Instagram, os novos empreendedores criaram formas de deixar a imagem da empresa nessas redes mais atrativas, criando feeds visualmente chamativos, utilizando a linguagem da internet ao seu favor, com a utilização dos chamados “memes”, entre outros aspectos. Dessa forma eles diminuíram seus custos com a publicidade e alcançaram um público ainda maior, atingindo todo o país. Esse cenário criou um novo perfil de empreendedor e trouxe uma forma moderna de venda de produtos, em que não há a necessidade de comunicação presencial para o esclarecimento das dúvidas, uma vez que tudo pode ser feito através da tela de um smartphone/computador. Percebe-se, que esse tipo de venda, tornou-se essencial para que o mercado empreendedor segue crescendo durante esse tempo de incertezas que dominou todo o mundo, pois ainda não há certeza, que as relações presenciais voltem 100% de forma segura, uma vez que surgem novos casos de variantes da covid-19. É evidente que o coronavírus transformou o mundo e suas relações de forma inegável, trazendo um novo ritmo de vendas e consumos, as vendas online se tornaram populares e com isso diminuiu a necessidade de lojas/empresas físicas, auxiliando aos empreendedores terem a oportunidade de vender seus produtos/serviços para todas as regiões, assim aumentando seus faturamentos. Assim como na teoria de Darwin, no mundo dos negócios é necessário saber se adaptar às dificuldades e criar novas formas de surpreender seus clientes para se manter em alta, o mundo segue avançando a cada dia, seja por meio de tecnologias, formas de convivência, entre outros, e com isso precisamos seguir esse avanço, pois a sobrevivência não é do mais forte e sim daquele que melhor se adapta ao meio que está inserido (DARWIN, 1859).

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo. Pandemia. Covid-19. Redes Sociais.