

FACULDADE DAMAS DA INSTRUÇÃO CRISTÃ

CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

CAMILA BANDEIRA DO NASCIMENTO SILVA

**OS DESAFIOS E AS INOVAÇÕES DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DA
CIDADE DO RECIFE EM TEMPOS DE PANDEMIA DA COVID-19**

Recife

2021

FACULDADE DAMAS DA INSTRUÇÃO CRISTÃ

CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Camila Bandeira do Nascimento Silva

**OS DESAFIOS E AS INOVAÇÕES DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DA
CIDADE DO RECIFE EM TEMPOS DE PANDEMIA DA COVID 19**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade Damas da Instrução Cristã, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração, sob orientação da Professora Dra. Catarina Rosa e Silva de Albuquerque.

Recife

2021

Catálogo na fonte
Bibliotecário Ricardo Luiz Lopes CRB-4/2116

S586d Silva, Camila Bandeira do Nascimento.
Os desafios e as inovações do microempreendedor individual da cidade do Recife em tempos de Pandemia da Covid 19 / Camila Bandeira do Nascimento Silva. - Recife, 2021.
52 f. : il. color.

Orientador: Prof.^a Dr.^a Catarina Rosa e Silva de Albuquerque.
Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia - Administração) – Faculdade Damas da Instrução Cristã, 2021.
Inclui bibliografia.

1. Microempreendedor individual. 2. Inovações. 3. Pandemia da Covid-19. I. Albuquerque, Catarina Rosa e Silva de. II. Faculdade Damas da Instrução Cristã. III. Título

658 CDU (22. ed.) FADIC(2021.2-029)

FACULDADE DAMAS DA INSTRUÇÃO CRISTÃ
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

CAMILA BANDEIRA DO NASCIMENTO SILVA

**OS DESAFIOS E AS INOVAÇÕES DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DA
CIDADE DO RECIFE EM TEMPOS DE PANDEMIA DA COVID 19**

Defesa Pública em Recife, 21 de dezembro de 2021.

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Professora Dra. Catarina Rosa e Silva de Albuquerque

Andrea Karla Travassos de Lima
Professor Convidado:

Pedro Paulo Procópio
Professor Convidado:

AGRADECIMENTOS

À minha mãe ROZEANA MARIA DO NASCIMENTO, exemplo de amor, carinho, força e o maior símbolo feminino para mim, agradeço por todo incentivo, apoio e fortalecimento nesses anos de formação acadêmica, assim como, aos meus irmãos; BRUNO BANDEIRA DA SILVA, BRENO BANDEIRA DA SILVA e EBERTI BANDEIRA DA SILVA JÚNIOR, que em paralelo me auxiliaram nessa construção. As minhas tias, LUCIANA MARIA NASCIMENTO DA SILVA e MARIA DO SOCORRO DE MATTOS DO NASCIMENTO pela ajuda financeira. Ao meu grande amor, DANIEL LIMA GUILHERME pelas orientações, meus fiéis amigos, ELEN MENDES DE LIMA, MARIA EDUARDA MARQUES e KLEBER SOARES DO NASCIMENTO, e, à minha professora Orientadora CATARINA ROSA E SILVA ALBURQUERQUER, que sem a qual a conclusão desse trabalho não seria possível e por fim, a todos os Docentes da Faculdade Damas da Instrução Cristã pelos conhecimentos compartilhados.

RESUMO

O mundo enfrentou no ano 2020 um dos eventos mais turbulentos da história a Pandemia da COVID-19, no qual, representou um cenário de ruptura aos métodos tradicionais de diversas áreas, como, saúde, política e economia, afetando diretamente as organizações. Diante disso, o objetivo do presente trabalho foi analisar como os desafios impostos pela pandemia da COVID-19 influenciaram na criação de estratégias inovativas por microempreendedores individuais (MEI) da cidade do Recife para superar a crise. Utilizou-se a triangulação de métodos, ou seja, métodos mistos (quali-quantitativo) que visam a buscar maiores *insights* sobre a temática, assim como a aplicação de um questionário online, no qual, contemplou 60 respondentes. Observou-se que o empreendedorismo é um grande aliado à obtenção de renda extra e com o desenvolvimento do negócio muitos se formalizam como Microempreendedores Individuais. Porém, diante de um cenário de crise, muitos desafios são impostos às organizações, principalmente as de pequeno porte nas quais o impacto ainda é maior, sendo a inovação a possível “solução” para a continuidade das empresas. Com os resultados da pesquisa, foi possível perceber que as inovações de marketing e a organizacional foram as mais utilizadas pelos MEIs do Recife. Por fim, o estudo incentiva a reflexão sobre os desafios impostos e possíveis estratégias inovativas para superar a crise.

Palavras-chave: Microempreendedor Individual. Inovações. Pandemia da Covid-19.

ABSTRACT

In 2020, the world faced one of the most turbulent events in history, the COVID-19 Pandemic, which represents a scenario of rupture with traditional methods in different areas, such as health, politics and economics, directly affecting the associations. Therefore, the objective of this work was analyzed how the challenges imposed by the COVID-19 pandemic lead to the creation of innovative strategies by individual microentrepreneurs (MEI) in the city of Recife to overcome the crisis. Use a triangulation of methods, that is, mixed methods (quali-quantitative) that aim to seek greater insights on the subject, as well as the application of an online questionnaire, which included 60 responses. It was observed that entrepreneurship is a great ally to obtain extra income and with the development of the business many formalize themselves as Individual Microentrepreneurs, however, in a crisis scenario, many challenges are imposed on associations, especially as small ones that the impact is still the greatest, with innovation being the possible "solution" for the continuity of companies. With the research results, it was possible to see that marketing and organizational innovations were the most used by MEIs in Recife, finally, the study encourages reflection on the challenges imposed and possible innovative strategies to overcome the crisis.

Keywords: Individual Microentrepreneur. Innovations. Covid-19 Pandemic.

LISTA DE QUADROS, GRÁFICOS E TABELAS

Quadro 1 - Conceitos sobre empreendedorismo.....	15
Quadro 2 - Conceitos de inovação.	26
Gráfico 1 - Evolução do trabalho informal de maio de 2020 a maio de 2021.	18
Gráfico 2 - Histórico de aberturas e fechamentos de empresa (2011 a 2021).	19
Gráfico 3 - Aberturas de MEIs entre janeiro e junho de 2021.	20
Gráfico 4 - Comparativo entre as vendas do final de ano.	23
Gráfico 5 - Comparativo de faturamento entre empresas do tipo MEI, MPE e Pequenos Negócios no ano de 2020.	24
Gráfico 6 - Canais de divulgação utilizados pelos MEIs entrevistados.....	33
Gráfico 7 - Abertura dos MEIs na pandemia.	34
Gráfico 8 – Houve um estudo de viabilidade de produto ou serviços desenvolvido.sa.....	37
Gráfico 9 – De que maneira foi desenvolvido o empreendimento.	37
Gráfico 10 – Apoio financeiro e orientações dos órgãos públicos para MEIs que já exerciam atividade antes da pandemia.	38
Gráfico 11 – Apoio financeiro e orientação dos órgãos públicos para MEIs que abriram o negócio em plena pandemia.	39
Gráfico 12 - Adoção de inovações por negócios já existentes antes da pandemia...38	
Gráfico 13 – Adoção de inovações por negócios que foram abertos durante a pandemia.....	39
Gráfico 14 - Tipos de inovações adotadas nos negócios que já existiam antes da pandemia.....	40
Gráfico 15 - Tipos de inovações adotadas nos negócios que iniciaram durante a pandemia.....	40
Tabela 1 - Percentual de empreendedorismo iniciais segundo as motivações para iniciar um novo negócio – Brasil 2019.....	16
Tabela 2 - Perfil da amostra quanto ao segmento de atuação	32
Tabela 3 - Por qual motivo você decidiu abrir o seu negócio?	36
Tabela 4 – Quais os desafios encontrados em plena pandemia?	39
Tabela 5 - Estratégias adotadas pelos MEIs durante a pandemia....	39

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNAE - Classificação Nacional de Atividade Econômica

COVID —*Coronavirus Disease*

FGV - Fundação Getúlio Vargas

GEM - *Entrepreneurship Monitor Global*

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadoria e Serviços

INSS – Instituto Nacional de Seguro Social

ISS – Imposto sobre Serviço

LGPD - Lei de Proteção de Dados

MEI - Microempreendedor Individual

MP - Medida provisória

OCDE - Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico

OMS - Organização Mundial da Saúde

PIB – Produto Interno Bruto

PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	09
1.1.	Justificativa.....	111
1.2.	Objetivos.....	12
1.2.1.	Objetivo geral	122
1.2.2.	Objetivos específicos	122
1.3.	Estrutura do trabalho.....	133
2.	REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1.	Empreendedorismo	14
2.2.	Do empreendedorismo informal ao microempreendedor individual	17
2.3.	A evolução do cenário pandêmico e os impactos gerados nos microempreendedores individuais.....	22
2.4.	Inovação.....	25
3.	MÉTODO	29
4.	RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS.....	32
4.1.	Perfil da Amostra.....	32
4.2.	Canais de divulgação	33
4.3.	Abertura dos Microempreendimentos Individuais	33
4.4.	Desafios enfrentados pelos empreendedores durante a pandemia	35
4.5.	Inovações.....	38
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
	REFERÊNCIAS.....	44
	APÊNDICE A – Questionário para Microempreendedores Individuais da cidade do Recife. 51	

1 INTRODUÇÃO

O mundo enfrenta a pandemia da Covid-19, decretada oficialmente pela Organização Mundial de Saúde (OMS) em 11 de março de 2020 (G1, 2020). Desde então, os países têm enfrentado seus efeitos, como: instabilidade social e econômica; isolamento social, com o fechamento temporário de negócios e atividades consideradas não-essenciais; desemprego; encerramento de empresas, dentre outros. Um cenário, sem dúvida, desafiador e de ruptura para a economia (CORRÊA *et al.*, 2020).

Os efeitos da pandemia têm levado os governos a adotarem medidas para estimular a economia e para proteger os cidadãos. No Brasil, o Governo Federal instituiu em 1º de abril de 2020 o Programa Emergencial de Manutenção de Emprego e de Renda, por meio da Medida Provisória (MP) nº 936¹ (BRASIL, 2020).

O objetivo do Programa é preservar o emprego e a renda; garantir a continuidade das atividades laborais e empresariais; e reduzir o impacto social decorrente das consequências do estado de calamidade pública. A MP possibilita, ainda, a redução da jornada de trabalho e de salário; e a suspensão temporária do contrato de trabalho, com o intuito de garantir a continuidade das atividades empresariais (BRASIL, 2020). Entretanto, a presente medida é voltada apenas para trabalhadores formais de instituições privadas, tendo um impacto direto na renda de muitas famílias.

Nesse contexto, as empresas têm enfrentado desafios significativos para a manutenção dos negócios. Desde o início da pandemia, muitas empresas encerraram ou paralisaram temporariamente suas operações e outras adotaram novas formas de atuação para garantir a sobrevivência. Para os negócios de menor porte, o impacto é ainda maior. Segundo pesquisas realizadas pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), em 2020 a pandemia da COVID-19 mudou o funcionamento de 5,3 milhões de pequenas empresas no Brasil, o que equivale a 31% do total (SEBRAE, 2020).

Diante disso, novos modelos de negócios surgiram para o desenvolvimento do comércio, como também se percebeu um aumento significativo na abertura de novos empreendimentos do tipo Microempreendedor Individual (MEI) (SEBRAE, 2021). O MEI representa a figura jurídica do empreendedor individual, o qual pode exercer

¹ A Medida Provisória nº 936/2020 foi convertida na Lei nº 14.020, de 6 de julho de 2020.

atividade de industrialização, comercialização e prestação de serviços, inclusive no âmbito rural, sendo permitida a contratação de, apenas, um único empregado (FABRETTI *et al.*, 2019). Dessa forma, o MEI é considerado a porta de entrada para o mundo empresarial, sendo, atualmente, a maneira mais simples que uma pessoa tem para abrir uma empresa no Brasil e tudo pode ser feito pelo próprio empreendedor (RIBEIRO JÚNIOR, 2016).

No Brasil, houve uma demanda de abertura de 2,6 milhões de novos MEIs no ano de 2020, contrastando com o mesmo período de anos anteriores, cuja média de abertura foi de 1,4 milhões (SEBRAE, 2021). Tais fatos podem ser justificados pelo aumento das demissões devido à pandemia, forçando os desempregados a buscarem soluções no empreendedorismo para geração de renda, enfrentamento do desemprego no Estado e aproveitamento das novas oportunidades de trabalho geradas pela pandemia.

No estado de Pernambuco, estabeleceram-se medidas restritivas e de proteção populacional decretadas pelo governo, a partir de 14 de março de 2020 (PERNAMBUCO, 2020). Estas perduram até os dias atuais, variando conforme a evolução da pandemia. Tais medidas dificultaram as vendas e serviços de muitos trabalhadores informais e de pequenas empresas, que tiveram que paralisar seus negócios e se reinventar.

Contudo, no ano de 2020 foram formalizados pelo Portal do Empreendedor (2021), 351.316 Microempreendedores Individuais no estado de Pernambuco, comparado a 2019 a média de inscrições foi de 294.778 mil.

É evidente que o desenvolvimento de um negócio em um processo de crise mundial gera grandes desafios para o empreendedor que busca se posicionar no mercado, sobretudo para MEIs, entretanto, com uma boa visão analítica, uma crise pode gerar oportunidades, a partir da criatividade e inovação nos negócios (SIMAS, 2021).

Portanto, com as restrições causadas pela pandemia, percebe-se que, para sobreviverem, esses empreendedores têm buscado adotar novas estratégias de gestão e de atuação no mercado por meio de inovações. A inovação é uma aliada importante neste momento de crise, suas ferramentas podem ajudar a reduzir o impacto da pandemia no desempenho das empresas (ABREU, 2020).

Diante do exposto, buscou-se investigar de que forma os desafios impostos pela pandemia da Covid-19 influenciaram na criação de estratégias inovativas pelos

microempreendedores individuais para superar a crise? Para tanto, o estudo analisou as ações de microempreendedores individuais da cidade do Recife-PE, no período da Pandemia da Covid-19, no ano de 2020.

1.1. Justificativa

É inegável que a modalidade de negócio do tipo Microempreendedor Individual está em movimento crescente, desde a sua criação, em 2008 (SEBRAE, 2019). Essa classe representa, ainda, uma figura fundamental para o cenário econômico brasileiro (STOOC, 2018), pois é responsável por aproximadamente 27% do PIB (Produto Interno Bruto) nacional. Além disso, percebe-se que em momentos de crise, como por exemplo a Pandemia da COVID-19, a modalidade de negócio MEI tem se destacado, não só como alternativa de capitalização extra de renda, como também opção de empreendimento.

O estado de Pernambuco, por exemplo, contabilizou 351.316,00mil de inscritos no Programa do Microempreendedor Individual no ano de 2020, durante os primeiros meses da pandemia da Covid-19 (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2021), como já fora mencionado anteriormente.

Diante disso, devido a relevância do Microempreendedor Individual para economia e suas inovações em tempos de Pandemia, ao pesquisar as palavras-chave, “Microempreendedor Individual”, “Pandemia” e “Inovação” no site do Google Acadêmico, IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade), Sebrae entre outros, percebe-se o aumento de pesquisas acadêmicas e produção textual sobre as temáticas (SEBRAE 2020).

Entretanto, nos últimos meses, o mundo tem vivido grandes impactos tendo em vista o novo coronavírus, principalmente nas vertentes da tecnologia, na economia, nos aspectos socioculturais e nas empresas, tornando-se relevante o estudo dos desafios nos negócios do tipo MEI e suas inovações para garantir sua sobrevivência no mercado (ABREU, 2020).

Sobre a inovação, enquanto alguns especialistas acreditam que esta é uma das questões mais importantes para que as empresas se mantenham em constante evolução, garantindo sua sobrevivência e sucesso (ABREU, 2020); outros afirmam que o MEI dificilmente agregaria algo inovador a seus produtos ou serviços (BRITO;

VARELA, 2016). Entretanto, o cenário mundial mudou e com ele também mudou a forma de produzir, implementar e gerir a inovação (ROCHA *et al.*, 2013).

Dessa forma, o estudo pode oferecer informações úteis para os microempreendedores individuais sobre os desafios enfrentados por essa classe em tempos de crise e gerar *insights* sobre como, por meio da inovação, é possível sobreviver a esses momentos. No que diz respeito à contribuição teórica deste trabalho, é possível que se amplie o conhecimento sobre a temática, servindo, inclusive, de inspiração para pesquisas futuras.

1.2. Objetivos

Nesta etapa, será apresentado de forma clara, a ideia central da pesquisa, dentre os quais, o objetivo geral e os específicos.

1.2.1. Objetivo geral

Analisar como os desafios impostos pela pandemia da Covid-19 influenciaram na criação de estratégias inovativas por microempreendedores individuais do Recife para superar a crise.

1.2.2. Objetivos específicos

Para atingir o objetivo geral, foram estabelecidos os objetivos específicos a seguir:

- a) Identificar as principais medidas restritivas para o enfrentamento da pandemia pelas instâncias públicas nos âmbitos, federais, estaduais e municipais que impactaram os microempreendedores individuais;
- b) Levantar os desafios impostos aos MEIs no contexto da cidade do Recife em decorrência ao enfrentamento da pandemia da COVID-19;
- c) Mapear as estratégias adotadas pelos MEIs para enfrentar a crise gerada pela pandemia da Covid-19.
- d) Identificar as inovações adotadas pelos MEIs durante o enfrentamento da pandemia.

1.3. Estrutura do trabalho

O presente estudo está estruturado em cinco capítulos. Primeiramente contempla-se a introdução. No segundo capítulo, está apresentado o referencial teórico, composto por uma revisão bibliográfica a respeito das temáticas principais desse trabalho, ou seja, empreendedorismo, microempreendedor individual, pandemia da COVID-19, desafios e inovações; em seguida, no terceiro capítulo encontra-se o método que foi utilizado para realizar a pesquisa. No quarto, serão apresentados a descrição e análise dos dados obtidos da amostra e por fim, no capítulo 5 , são apresentadas as conclusões finais e as sugestões de pesquisas futuras deste estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo, foram realizadas pesquisas bibliográficas sobre temáticas relacionadas a esta pesquisa, dentre as quais, empreendedorismo, tipos de empreendedorismo, Microempreendedor Individual, pandemia da COVID-19, desafios e inovação, permitindo ao leitor aprofundar-se aos temas.

a. **Empreendedorismo**

O tema empreendedorismo tem suas primeiras abordagens em 1755, protagonizado pelo grande economista Richard Cantillon (MILIAN, 2019). Sua origem vem da palavra, *entrepreneur*, termo francês, e se relaciona a estudos sobre o empreendedor (MAZZEI, 2019). O conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido no Brasil, intensificando-se no final da década de 90, porém, relevante para o país, a partir do ano de 2000 (DORNELAS, 2016).

As discussões sobre o tema vêm sendo enfatizadas há muitos anos, principalmente, pelo fato de ser considerado fator importante para o desenvolvimento local. A literatura traz alguns autores responsáveis pela criação de conceitos sobre empreendedorismos, entretanto, não define ao certo, um patrono e nem uma definição exata, pois, cada autor traz as suas experiências do que considera ser o empreendedorismo (STOOC, 2018). Esse fato pode ser verificado no Quadro 1, que traz algumas definições de empreendedorismo no decorrer do tempo.

Quadro 1 - Conceitos sobre empreendedorismo.

AUTORES	DEFINIÇÕES
Salim; Silva (2013, p.12)	O Empreendedorismo é visto como uma forma de realização humana em que os sonhos de cada pessoa podem ser transformados em realidade, caso seja adotada uma atitude empreendedora e, para isso, é preciso haver a necessária motivação e adequada instrumentação.
Santos <i>et al</i> (2017, p.1)	Empreendedorismo vem do ato de empreender e ser empreendedor, que, por sua vez, tem uma vasta gama de significados.
Patrício; Candido (2016, p. 15)	[...] O empreendedorismo vem do termo francês Entrepreneur, que no século XVII indicava o indivíduo que empreendia por conta própria assumindo todos os riscos. Ou, ainda, como aquele que se lançava à realização de algo. De forma geral, a expressão entrepreneur estava associada às pessoas que tinham a iniciativa de encontrar formas criativas de realizar suas atividades e que impactam a sociedade.
Tarja (2019, p. 12)	O empreendedorismo está relacionado à atitude, à postura pessoal e à maneira como o indivíduo se comporta diante das situações com que lida em seu dia a dia.
Bessant; Tidd (2019, p. 11)	[...] o empreendedorismo ocorre em diferentes estágios. Um exemplo óbvio é a startup, na qual um empreendedor solitário corre um risco calculado e tenta criar algo de novo. Mas o empreendedorismo é igualmente importante para as organizações estabelecidas, que precisam renovar suas ofertas e o modo como as cria e entrega.

Fonte: Elaborada pelo autor (2021).

Define-se empreendedorismo como todo o processo criativo ou inovador de iniciar um negócio, bem como aperfeiçoar um empreendimento já existente (DRUCKER, 2016). Para Lascala (2016), empreendedorismo é o processo pelo qual as empresas iniciam e desenvolvem os seus negócios, envolvendo o empreendedor, a empresa e o cliente. Por fim, segundo Baggio (2014), o empreendedorismo é compreendido como a arte de fazer, consiste no prazer de realizar com sinergia, criatividade, motivação e inovação qualquer projeto pessoal e organizacional.

Nota-se, portanto, a existência de inúmeras vertentes acerca da temática. Existem centenas de definições para as noções de empreendedor e empreendedorismo, mas nunca se chegou a um acordo sobre esse conceito. A explicação para isso é que o empreendedorismo representa um estado de ser, não sendo explicado por um conjunto único de fatores (MARINESCU *et al*, 2014).

Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019), alguns aspectos são importantes para compreender o empreendedorismo, como por exemplo, a

motivação do empreendedor a buscar essa alternativa, a região e realização pessoal. O relatório executivo do GEM de 2019, apresenta mais quatro alternativas, conforme tabela 1, a fim de que o público-alvo se manifestasse positivamente ou negativamente.

Tabela 1 - Percentual de empreendedorismo iniciais segundo as motivações para iniciar um novo negócio – Brasil 2019.

Motivação	Taxas
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	88,4
Para fazer diferença no mundo	51,4
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	36,9
Para continuar uma tradição familiar	26,6

Fonte: GEM Brasil (2019).

Ainda de acordo como relatório, percebe-se que aproximadamente 89% concordam (total ao parcialmente) que a escassez de emprego no Brasil contribui mais para desenvolver a iniciativa de empreender, sendo assim, um pouco mais da metade aponta querer “fazer a diferença no mundo”, em contraposição aproximadamente 37% apresenta querer “construir grande riqueza”, e por fim 26,6% continuar uma tradição de família.

Para Silva (2019) existem dois tipos de empreendedorismo segundo a motivação do empreendedor, o empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade. O empreendedorismo por necessidade são aqueles pequenos empreendimentos que surgiram por uma falta de trabalho ou renda, já os de oportunidade são aqueles que afirmam uma percepção de oportunidade no ambiente vivido. Com isso, entende-se empreender por necessidade a criação do próprio negócio porque não tem alternativa, já empreender por oportunidade é quando há um potencial de negócio e uma oportunidade de execução.

Baggio (2014), acrescenta mais três tipos de empreendedorismo, conforme o mercado, dentre os quais: corporativo, ou seja, aquele que implementa novas tendências dentre de um negócio já existente, o empreendedorismo de *startup* que tem o objetivo de desenvolver novos negócios; e, por fim, o empreendedorismo social, definido como o redesenho de interações entre agentes econômicos. A literatura traz mais tipos de empreendedorismos, como o feminino, o digital, o verde, o individual dentre outros (autor), entretanto, para esta pesquisa cabe explorar, em

mais detalhes, o empreendedorismo informal e como este se direciona para a formalização.

b. Do empreendedorismo informal ao microempreendedor individual

O trabalho informal no Brasil sempre prevaleceu sobre os negócios formalizados (SILVA, 2020). De acordo com Pereira e Cabral (2019) foi, a partir dos anos 90, que houve a expansão do trabalho informal no Brasil, devido à crise econômica enfrentada na época. Neste período, aproximadamente 1,2 milhões de empregos no setor secundário e 550 mil no setor estatal foram destruídos gerando um alto índice de desemprego (POCHMANN, 2012).

Neste contexto, o empreendedorismo informal ganhou força necessariamente neste recorte histórico, em resposta a crise dos anos 90. O empreendedorismo informal refere-se aos negócios ou atividades que não estão regulamentados ou protegidos pelo Estado (SOUZA *et al*, 2016). Algumas identificações do empreendedor informal estão ligadas à ausência de vínculo empregatício ou quando a troca de bens e serviços ocorre de forma adversa às leis comerciais (STOOC, 2018).

O termo informalidade está relacionado ao autoemprego, ao assalariado sem carteira assinada, trabalhadores que auferem renda do trabalho por conta própria (ARRUDA, 2017). Quando o empreendedor trabalha de modo informal perde benefícios importantes como licença-maternidade, aposentadoria e auxílio-doença. Em contrapartida, um empreendimento formalizado tem acesso à assistência jurídica, contábil, linhas de crédito e previdenciários, ferramentas que potencializam o desenvolvimento de seu negócio (STOOC, 2018).

As taxas de informalidade no Brasil subiram para 40% da população ocupada no trimestre finalizado em maio de 2021, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2021), para o ano de 2020 o trimestre finalizado também no mês de maio atingiu a taxa de 37,6% (IBGE 2021). Em um ano o grupo de informais cresceu aproximadamente 5,6 milhões afirma Adriana Beringuy, analista da pesquisa PNAD Contínua, com isso, vale a análise do Gráfico 1, correspondente à evolução do trabalho informal no período pandêmico entre maio de 2020 a maio de 2021.

Gráfico 1 - Evolução do trabalho informal de maio de 2020 a maio de 2021.

Em um ano, contingente de informais aumentou em 5,6 milhões .



Fonte: Economia/G1; IBGE (2021).

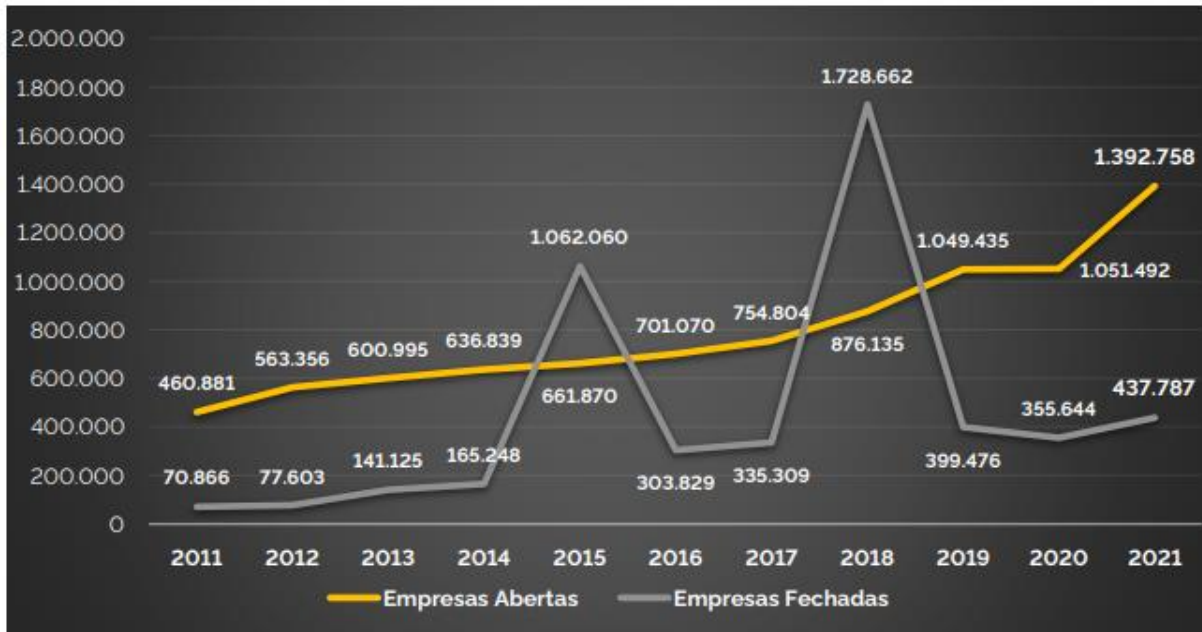
Diante disso, percebe-se que em um cenário de crise mundial, como exemplo a pandemia da COVID-19, o trabalho informal prevaleceu como resposta da sociedade. A informalidade do trabalho é a saída que muitos brasileiros encontram para superar uma crise, afirma Almeida *et al.* (2021).

No entanto, um dos fatores que prejudicam a formalização dos negócios, no Brasil, são as altas taxas tributárias, conforme pesquisas realizadas pelo GEM e o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP) (CARDOSO *et al.*, 2020). Além disso, há muitos entraves burocráticos que o empreendedor, ao iniciar um negócio, enfrenta como o comparecimento à junta comercial, a emissão de alvará de funcionamento, a vistoria do Corpo de Bombeiros, os registros tributários, Vigilância Sanitária entre outros (RATIÉL, 2017). Segundo o SEBRAE (2020) a justificativa da burocracia de aberturas de empresas brasileiras são os aspectos culturais e de confiança, pois o governo fiscaliza tudo para autorizar a abertura do negócio, diferentemente de outros países, no qual, o governo autoriza e depois fiscaliza.

Contudo, mesmo com fatores desfavoráveis à formalização de negócios no Brasil, de acordo com o Ministério da Economia (2021), no primeiro quadrimestre de 2021, foram abertas aproximadamente 1.392.758 empresas, o que representa um aumento de 17,3% em relação ao último quadrimestre do ano anterior. Já, em relação ao primeiro quadrimestre do ano de 2020, representa um aumento de quase

32,5%. De acordo com o relatório Mapa de Empresas (2021) disponibilizado pelo Governo Federal e exibido no gráfico 2, é possível avaliar através de um gráfico a evolução de aberturas (formalização) e fechamentos de empresas no Brasil considerando o período de 2011 a 2021, ou seja, 10 anos.

Gráfico 2 - Histórico de aberturas e fechamentos de empresa (2011 a 2021).



Fonte: Mapa de Empresas (2021).

Isso também pode ser justificado por fatores culturais. Sabe-se que o nível de empreendedorismo no Brasil é elevado devido aos aspectos culturais do povo, a vontade de desenvolver algo diferente impulsiona os negócios, além da possibilidade de renda extra para família (ESCHER, 2015).

Esse cenário começou a mudar a partir de 2008 quando foi criada a Lei Complementar nº 128/2008 que cria a figura do Microempreendedor Individual - MEI e modifica partes da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, Lei Complementar nº 123/2006 (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2021). O Microempreendedor Individual é a pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário (SILVA, 2017). A figura jurídica do MEI entrou em vigor em 1º de julho de 2009 alterando assim, a Lei Complementar do Super simples nº 123/2006:

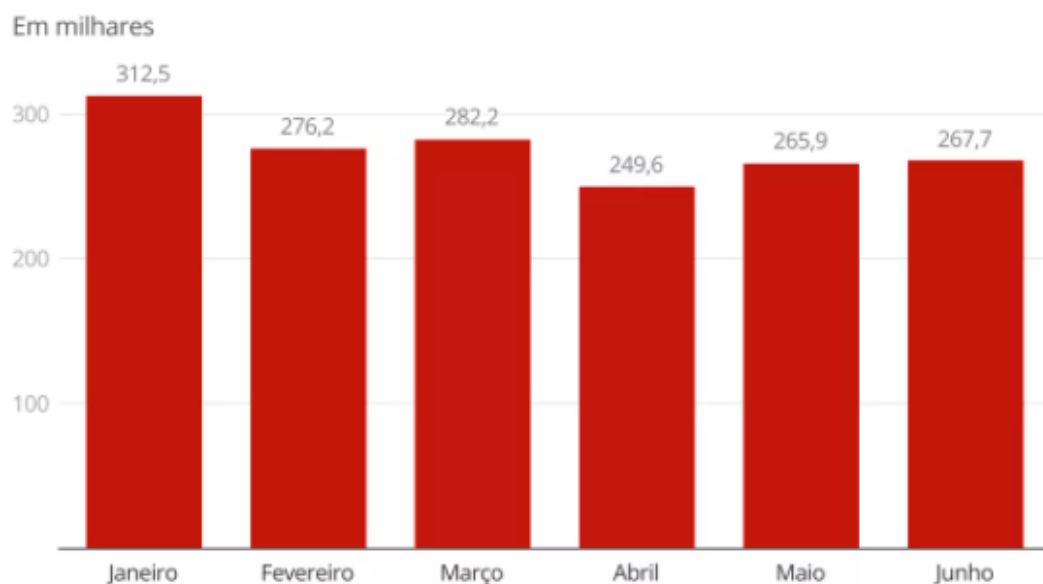
Parágrafo primeiro. Considera-se MEI o empresário a que se refere o art. 966 do Código Civil ou o empreendedor que exerça as atividades de industrialização, comercialização e prestação de serviços no âmbito rural, optante pelo Simples Nacional, que tenha auferido receita bruta acumulada nos anos-calendário anteriores e em curso de até R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais) e que: Lei Complementar nº 123, de 2006, art. 18-A, § 1º e § 7º, inciso III (BRASIL, 2006).

O MEI é a figura criada com o principal objetivo de retirar da informalidade milhões de brasileiros empreendedores. Essa medida representou uma verdadeira conquista de cidadania para esses segmentos. O MEI é um pequeno empresário com faturamento bruto de, no máximo, R\$ 81 mil ao ano. Além disso, deve atuar em uma das mais de, aproximadamente, 450 atividades permitidas para o segmento, podendo ter até um empregado contratado, além de não poder ser sócio, administrador ou titular de outra empresa (SEBRAE, 2021).

Além disso, a institucionalização do Microempreendedor Individual é compreendida como uma política pública de inclusão previdenciária, na qual, os microempreendedores contribuem pelo boleto de Arrecadação do Simples Nacional (DAS), onde 5% de um salário-mínimo se direciona à contribuição previdenciária (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019).

Segundo Escher (2015), desde a formalização do MEI em 2008, observa-se que o número de Microempreendedores Individuais tem crescido bastante, prova disto foi a incrível marca de 8 milhões só no ano de 2019 (SEBRAE, 2020). Os números continuam crescendo no país, do total de empresas abertas no ano de 2021, quase 80% dentre as modalidades existentes foram MEIs (GOVBR, 2021). Diante disso, foram registrados 1.654.167 MEIs abertos no primeiro semestre do ano de 2021 no Brasil (LUDER, 2021), conforme Gráfico3.

Gráfico 3 - Aberturas de MEIs entre janeiro e junho de 2021.



Fonte: Economia G1 (2021).

Referente à formalização como MEI, o processo é simples, sem burocracia e totalmente *online*, porém antes de se cadastrar é necessário conhecer os critérios, as leis e as atividades permitidas para esse tipo de negócio (SEBRAE, 2021). Para abrir um MEI é preciso preencher um formulário disponível no Portal do Empreendedor. Após o preenchimento dos dados pessoais, inicia-se o processo dos dados que dizem respeito à empresa, ou seja, nome fantasia, ramo de atuação conforme a Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE), sua ocupação principal e secundária, capital sociais (investimento inicial), endereço comercial entre outros (SERASA, 2018).

Quanto aos tributos, por menor que seja a empresa ao se formalizar com MEI o negócio enquadra-se como Simples Nacional, desta forma a empresa se isenta de tributos federais, tais como Imposto de Renda, PIS, COFINS, CSLL e outros (SERASA, 2018). O MEI tem basicamente duas obrigações a serem pagas, Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS) e o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) ou Imposto Sobre Serviços (ISS), tudo dependerá do ramo de atuação (SEBRAE, 2020).

Como toda empresa, por mais enxuta que seja, deve estar preparada para os desafios futuros do mercado [...] tendo em vista o modelo de gestão de recursos é essencial (CARDOZO; PIENIZ, 2021). Para Cerutti e Carraro (2018), ferramentas de gestão empresarial devem ser aplicadas em organizações independente do seu porte ou atividade. Para os autores, as ferramentas primordiais para a gestão de MEIs são; Planejamento Estratégico, Fluxo de Caixa, Análise de Custos e Precificação.

Ainda sobre a visão dos autores acima, referente ao planejamento estratégico os pequenos empresários podem definir os caminhos a serem seguidos partindo de definições como missão, visão e valores, visto que, espera-se do empresário empenho na parte estratégica da organização. Já o fluxo de caixa, é um instrumento gerencial que permite ao administrador visibilidade financeira de fluxo de custo, permitindo assim ao MEI tomar melhores decisões. Cerutti e Carraro (2018) defendem que os custos, ou seja, valor pago pela produção do bem ou serviço e a precificação, preço de venda, de pequenos empreendimentos devem atuar em equilíbrio, pois, essas são as ferramentas que trazem lucratividade para a empresa.

Percebe-se, assim, que houve um crescimento de Microempreendedores Individuais, os quais formalizaram seus negócios e passaram a integrar o

ecossistema empreendedor. No entanto, independentemente do tamanho do negócio, há demandas de gestão, bem como desafios a serem enfrentados. Especificamente, será considerado o contexto pandêmico em decorrência da Covid-19, o qual trouxe desafios específicos para todos os negócios e que será tratado na seção a seguir.

c. A evolução do cenário pandêmico e os impactos gerados nos microempreendedores individuais

Segundo Ribeiro *et al.* (2020), alguns economistas comparam os efeitos e impactos da Pandemia da COVID-19 com a da Gripe Espanhola no século XX, alegando ser a maior crise enfrentada nos últimos tempos. A pandemia impactou diversos ramos, entre eles, a sociedade, saúde, educação e significativamente a economia (MACHADO *et al.*, 2021). Considerando o recorte do cenário pandêmico no ano de 2020, como forma de freio da transmissão do novo coronavírus, a OMS, o Ministério da Saúde, e outros órgãos governamentais aplicaram medidas de distanciamento e isolamento social (VITÓRIA *et al.*, 2021).

Para Ribeiro (2020), os impactos serão heterogêneos entre as regiões brasileiras. Diante disso, foi adotado pelo Estado de Pernambuco o Decreto de nº 48.809, em 14 de março de 2020, no qual, medidas temporárias para enfrentamento da pandemia da COVID-19 foram aplicadas, dentre as quais, isolamento social, quarentena, determinação de realização compulsória, estudo de investigação epidemiológica, exumação, necropsia, cremação e manejo de cadáver e por fim requisição de bens, serviços e produtos de pessoas naturais e jurídicas, hipótese em que será garantido o pagamento posterior da indenização justa (PERNAMBUCO, 2021).

Em 31 de Março de 2020, com o Decreto de nº 48.875, o governo de Pernambuco postergou o prazo das obrigações tributárias das empresas no Estado, em virtude do “Estado de Calamidade Pública” decretada dia 20 de março de 2020, pelo Decreto nº 48.833, no qual, identifica uma situação caracterizada “anormal” em decorrência da saúde pública de importância internacional do coronavírus, ou seja, desastre de natureza biológica causada por uma infecção viral (PERNAMBUCO, 2021).

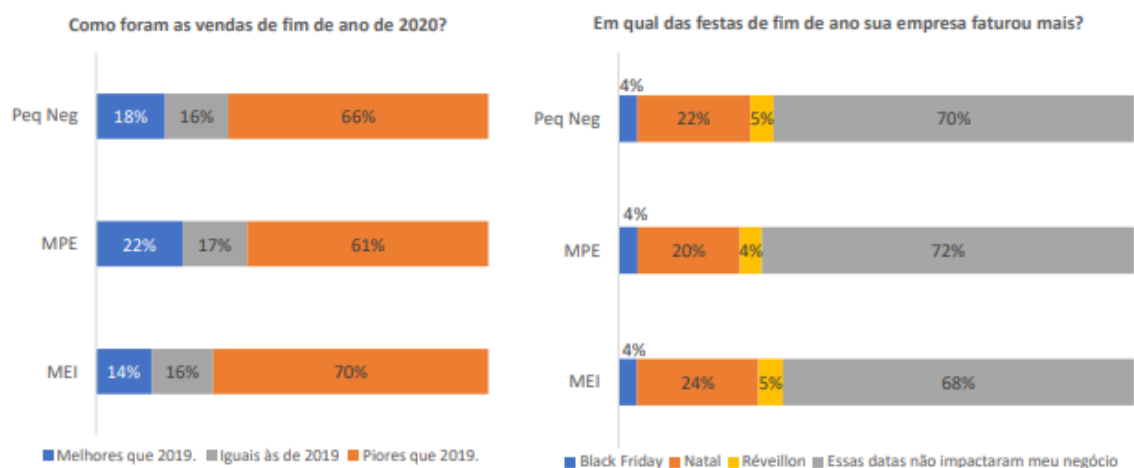
Posteriormente o Decreto de nº 49.017 de 11 de maio de 2020 delibera:

Parágrafo único. Permanecem em vigor todas as medidas restritivas instituídas pelo Poder Executivo Estadual de enfrentamento à Covid19, em especial aquelas previstas no Decreto nº 48.809, de 14 de março de 2020, Decreto nº 48.832, de 19 de março de 2020, Decreto nº 48.834, de 20 de março de 2020, Decreto nº 48.835, de 22 de março de 2020, Decreto nº 48.837, de 23 de março de 2020, e Decreto nº 48.969, de 23 de abril de 2020, que estabeleceram restrições a diversas atividades no Estado de Pernambuco. (PERNAMBUCO, 2021, p.1.)

Neste período, considerando as restrições aplicadas a diversas atividades no Estado, foram decretadas 53 atividades essenciais indispensáveis a sociedade, dentre as quais, segundo o Governo Federal Brasileiro (2020), assistência à saúde incluindo os serviços médicos e hospitalares; atividades de segurança pública e privada; geração, transmissão e distribuição de energia e água, fiscalização ambiental, distribuição e comercialização de combustível, distribuição e comercialização por meio físico e eletrônico de produtos de higiene, limpeza, alimentos, bebidas e matérias de construção entre outros.

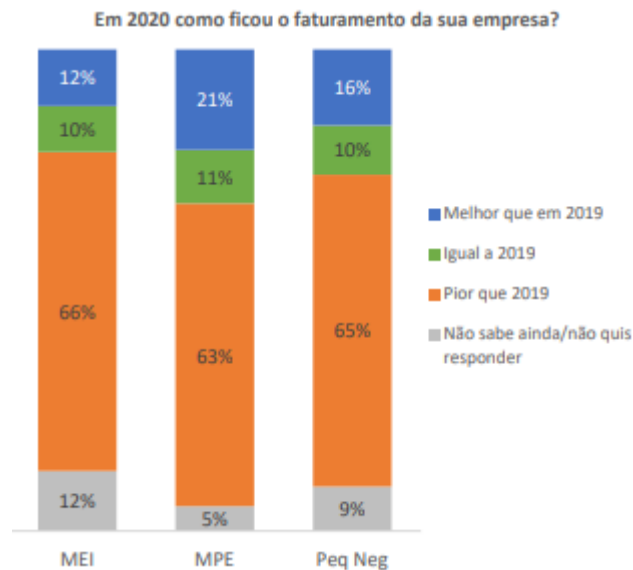
Diante disso, segundo o Diário de Pernambuco (2020), em uma pesquisa realizada com 41 empresas das cidades do Recife, Fortaleza e Salvador, a falta de capital de giro, a queda nas vendas, inadimplências dos clientes, as mudanças nas rotinas dos funcionários e a suspensão total ou parcial de investimentos foram considerados os maiores impactos da pandemia. Segundo o relatório, o impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios do Sebrae juntamente com a Fundação Getúlio Vargas (FGV) (2021) os empreendimentos do tipo MEI tiveram os piores resultados em relação as vendas e ao faturamento anual comparado ao ano de 2019 em 2020, conforme gráficos 4 e 5 abaixo:

Gráfico 4 - Comparativo entre as vendas do final de ano.



Fonte: SEBRAE; FGV (2021).

Gráfico 5 - Comparativo de faturamento entre empresas do tipo MEI, MPE e Pequenos Negócios no ano de 2020.



Fonte: SEBRAE; FGV (2021).

Com base nos dados apresentados no Gráfico 5, nota-se que desafios são impostos diante de um cenário de crise, no qual, os principais afetados são os pequenos empreendimentos, como exemplo os do tipo MEI, gerando baixa nas vendas, inadimplências e falta de investimento.

Quando um indivíduo se formaliza como Microempreendedor Individual muitos desafios surgem ao empreendedor, como o próprio desafio de empreender em tempos de crise, gerenciamento ou gestão de vendas, diminuição de clientes, aumento do preço da matéria prima e a concorrência (ALMEIDA *et al.*, 2021). O maior desafio com base em recentes estudos científicos que foi possível identificar nos negócios do tipo MEI foi a inadimplência empresarial, ou seja, descumprimento de obrigações legais (SEBRAE, 2019).

Outro importante desafio para o MEI é a gestão e controle financeiro (SEBRAE, 2019). Para Paim *et al.*, (2021) todas as empresas precisam de um controle diário de suas movimentações financeiras e a ferramenta mais adequada para esse controle é o fluxo de caixa que permite registrar todas as entradas, saídas e as despesas fixas e variáveis. Outra dificuldade recorrente é a falta de um capital de giro bem estruturado, para esse problema podemos apresentar diversos fatores como, falta de clientes, pouco conhecimento de mercado, local do negócio, condições macroeconômicas e governamentais e os casos fortuitos, com exemplo uma pandemia (DORNELAS, 2016).

d. Inovação

Considerado o “pai da inovação”, Schumpeter (1982) define inovação como sendo a principal característica do empreendedor, que ao combinar os recursos de diferentes maneiras promove o crescimento econômico e diferencia as empresas trazendo vantagens competitivas.

A inserção de inovações nas organizações tornou-se uma ferramenta estratégica, empresas inovadoras compartilham conhecimento, experiências e novas técnicas usadas nas criações de novos produtos, serviços e processos (BRAGANÇA *et al.*, 2016). A inovação traz um grande diferencial para empresas de todos os tipos e tamanhos (TIDD *et al.*, 2019). Nesse sentido, é a ação para as empresas saírem de um cenário instável e alcançarem um outro patamar competitivo (SANTANA *et al.*, 2018).

Diversas são as definições, conceitos e teorias sobre inovação, diante disso, o entendimento que a maioria das pessoas possuem a respeito do tema difere dos conceitos acadêmicos, por isso, exista uma dificuldade de assimilar o real significado da inovação em estudos científicos e no ambiente das empresas (SANTOS *et al.*, 2017).

Segundo Drucker (2016), a inovação é a função específica e necessária do empreendedorismo, independente da maturidade organizacional. Para o autor, esse é o meio pelo qual o empreendedor cria recursos para produzir e prosperar, alocando os recursos disponíveis e produzindo riquezas. Outros autores, ao longo do tempo, atribuíram significados específicos ao termo inovação que podem ser conhecidos no Quadro 2.

Quadro 2 - Conceitos de inovação.

AUTOR	DESCRIÇÕES
Bezerra (2011, p. 21)	O ato de inovar se assemelha muito ao ato de plantar. Nesse sentido, inovações seriam os frutos de um processo – de um processo de criação, de design. Que requer sementes, que poderíamos comparar com as ideias das mentes das pessoas.
Scherer <i>et al.</i> (2016, p. 4)	Inovar significa tolerar erros [...] inovar significa tentar buscar, errar, refazer, persistir, não sobra espaço, nesse ambiente de total previsibilidade, para a criatividade e para a inovação [...] inovar significa assumir riscos [...] inovar significa valorizar as pessoas [...] inovar significa mudar. A inovação garante vantagem em função de romper com as práticas existentes.
Carvalho (2017, p. 26)	O estudo da inovação tem evoluído no que concerne ao entendimento do que seja inovar e dos atores que fazem parte do processo. No primeiro caso, a inovação se desloca de uma visão puramente tecnológica e passa a ser entendida como a utilização do conhecimento sobre novas formas de produzir e comercializar bens e serviços, bem como o desenvolvimento de novos meios de organizar empresas, fornecedores, produção, logística e comercialização, com a finalidade de oferecer valor para os clientes.
Tidd <i>et al.</i> (2019, p. 46)	[...] a inovação não é um simples lampejo de inspiração, mas um processo amplo e organizado para concretizar ideias brilhantes.
Tarja <i>et al.</i> (2019, p. 11)	A palavra em inglês <i>innovation</i> (inovação, em português) já tem aproximadamente 550 milhões de hits no Google, mais citada do que palavras como globalização e criatividade... as inovações surgem a partir de uma combinação de ideias cujo desafio está em resolver um problema.

Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

O termo inovação é a junção de duas palavras, *in* e *novare*, cujo significado é “algo novo”, a inovação é um elemento essencial para o desenvolvimento econômico seja por introduzir um novo método, produto ou serviço (SACRAMENTO *et al.*, 2021). Segundo Negri (2018), inovação é o aprimoramento ou criação de novos produtos e processos já existentes que precisa ser introduzido no mercado para ser considerado inovador. Segundo o mesmo autor, uma invenção ou ideia não é inovação até que se torne um produto (ou processo) posicionado no mercado através de uma organização.

Atualmente, uma das definições mais significativas sobre a temática encontra-se no Manual de OSLO, que é uma publicação do instituto intergovernamental

Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e que tem a finalidade de padronizar conceitos sobre atividades inovadoras:

Uma inovação de negócios é um produto ou processo de negócios novo ou aprimorado (ou a combinação disso) que difere significativamente dos produtos ou processos de negócios anteriores da empresa e que tenha sido introduzido no mercado ou colocado em uso pela empresa (MANUAL DE OSLO, 2018, p.68, tradução do autor).

O Manual de Oslo (2018) discorre sobre algumas formas de inovação existentes no mercado, contudo é possível sintetizá-las em quatro dimensões: inovação de produto; inovação de processos; inovação de marketing e inovação organizacional.

A inovação de produto trata da inserção no mercado de um produto ou serviço com certa inexistência até então (FRIZZO *et al.*, 2017). Podemos definir também com a introdução de uma nova qualidade a um bem (KON, 2016).

De acordo com o Manual de Oslo (2018, p. 70) “uma inovação de produto é um produto ou serviço novo ou aprimorado que difere significativamente dos bens ou serviços anteriores da empresa e que foram introduzidos no mercado”.

Para as inovações de produto são adotados novos bens ou serviços no mercado para corresponder a demanda necessária dos consumidores, enquanto as inovações de processo ocorrem na introdução de um elemento diferenciado nas operações de produção e fluxo de trabalho (PEREIRA, 2020).

Já a inovação de processos, para Araújo (2013), é a melhor sequência de atividades que tem como objetivo gerar resultados nos processos do dia a dia das empresas.

Uma inovação de processos de negócios é um processo de negócio novo ou aprimorado para um ou mais funções dos negócios que diferem significativamente dos negócios anteriores da empresa [...] colocado em uso na empresa (MANUAL OSLO, 2018, p.72, tradução do autor).

O Manual de Oslo (2018) traz uma breve comparação sobre o conceito definido na edição anterior, cujo, a Inovação de Marketing estava relacionada a design de produtos; posicionamento do produto e embalagem; promoção do produto e preço já na edição atual, foram incluídas inovações em vendas, pós-venda serviços e outros suportes ao cliente, sendo, inovações relacionadas ao design de produtos incluídos na inovação de produtos.

Por fim, segundo Pereira (2020), a inovação organizacional é definida de uma forma complexa, pois, baseia-se em três perspectivas principais: estruturas,

processos e práticas. No entanto, o Manual Oslo traz uma visão geral que engloba todas estas:

Inovações organizacionais nesse manual são, portanto, incluídos em um tipo de processo de negócios (administração e gestão) que inclui atividades [...] Como gestão estratégica e gestão de recursos humanos (organização do local de trabalho) (MANUAL DE OSLO, 2018, p.75, tradução nossa).

Diante disso, em um possível entendimento a inovação organizacional abrange uma transformação mais profunda em toda a estrutura de uma empresa.

3 MÉTODO

Nesta seção serão abordados os aspectos metodológicos da pesquisa com o objetivo de identificar inovações adotadas por Microempreendedores Individuais da cidade do Recife em 2020. Considerando o contexto pandêmico, foram analisados os desafios encontrados, identificado os impactos nos negócios e apontados as ações inovadoras aplicadas.

Segundo Walliman (2015, p. 5) “método de pesquisa corresponde às técnicas aplicadas que proporcionam os caminhos possíveis para coletar, analisar e apresentar informações, de modo a obter conclusões”. Já para Pereira (2019) método é o roteiro ou os procedimentos e técnicas utilizados para alcançar um objetivo.

Este trabalho de pesquisa quanto a natureza é básica estratégica, que de acordo com Gil (2018) pode ser definida como uma pesquisa voltada a aquisição de novos conhecimentos sem aplicação prática em vista, revelando interesses globais.

Quanto à abordagem, esta pesquisa adotou a triangulação de métodos, ou de métodos mistos, que, segundo Creswel (2010) visa a uma busca de mais *insights* para dar conta da complexidade dos problemas na pesquisa em Ciências Sociais (CRESWEL, 2010) e para aumentar a qualidade percebida da pesquisa (COOPER; SCHINDLER, 2011, p. 187). Deste modo, buscou-se utilizar os pontos fortes das pesquisas qualitativas e das quantitativas.

A pesquisa qualitativa tem como intento principal o aprendizado sobre o problema de pesquisa, sem a intenção de generalizar os resultados, mas buscando compor um quadro complexo do problema em tela (CRESWEL, 2010). Já a pesquisa quantitativa, visa descrever e explicar um fenômeno que, segundo Gil (2018), é “composta na coleta e análise de dados descritivos recrutados do objeto estudado”.

A pesquisa também pode ser classificada em relação aos objetivos. Neste caso, optou-se por uma abordagem exploratória, que se caracteriza na busca por uma familiarização com ao assunto, permitindo, assim, constituir uma visão ampla sobre o acontecimento ou fato e, também, descritiva com o objetivo de descrever características de uma determinada população, fenômeno ou grupo (GIL, 2018).

Para a coleta de dados, foi aplicado um questionário, ou seja, um conjunto de questões que são respondidas pelo público-alvo (GIL, 2018) com 10 a 13 perguntas

abertas e fechadas² para Microempreendedores Individuais da cidade do Recife, capital pernambucana.

Registrou-se certa dificuldade para localizar os MEIs e contactá-los, pois, instituições que dão apoio aos empreendedores, como o SEBRAE, manifestaram receio em infringir a nova Lei de Proteção de Dados (LGPD)³. Diante disso, foi necessário implementar uma estratégia de identificação “um a um” do público-alvo para conseguir compor um quantitativo satisfatório para os fins desta pesquisa.

Inicialmente, buscou-se, indicações obtidas por meio de pedidos individuais a conhecidos, como solicitações públicas por meio das redes sociais. Nessa primeira ação, foi possível identificar 10 Microempreendedores individuais. Na sequência, optou-se em utilizar o método *Snowball* ou “bola de neve” para identificar mais respondentes, que pode ser definido como um tipo de amostragem por indicação, ou seja, as pessoas indicadas, pelo intermediário inicial, são então solicitadas a indicarem mais pessoas (BALDIN, 2011).

Em paralelo, também foi utilizado um canal de comunicação do condomínio onde reside a pesquisadora, o qual congrega muitos microempreendedores, que foram então acionados. O resultado desta busca por respondentes culminou com 60 questionários respondidos, viabilizando uma análise mais rica.

Nesta pesquisa, foi adotada a versão *online* para o questionário, desenvolvida na plataforma do *Google Forms* e compartilhada por meio de um *link* gerado sendo disponibilizada para receber respostas do período entre 04 de outubro a 6 de Novembro de 2021. As perguntas foram desenvolvidas com base no referencial teórico e nos objetivos estabelecidos. Também, foram incluídas perguntas descritivas com a finalidade de identificar os MEIs conforme alguns critérios. Este instrumento de pesquisa pode ser visualizado no Apêndice A.

Por fim, iniciou-se o processo de análise dos dados. As questões objetivas do questionário (fechadas) foram analisadas com base em estatística descritiva, através de análise da distribuição de frequência. Já as questões abertas foram tratadas por meio de análise manual de texto, por meio da marcação de palavras e expressões e

² Houve variação no quantitativo de perguntas devido a pergunta inicial direcionar ou não o respondente a questionamentos específicos.

³ Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa física ou jurídica ou de pessoas físicas ou jurídicas, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade (BRASIL, 2020).

a criação de categorias, gerando uma rede de informações e interpretações (GIL,2018).

1 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

O presente capítulo apresentará os dados coletados através das estratégias metodológicas aplicadas, e sua análise, tendo como base o referencial teórico, a fim de responder o objetivo geral e os específicos determinados neste estudo. Os resultados obtidos através do questionário apresentaram muito claramente a diversidade de desafios impostos pela pandemia da COVID-19 e os tipos de inovações adotados para os pequenos empreendimentos do tipo MEI que atuam no município de Recife-PE.

a. Perfil da Amostra

Inicialmente buscou-se identificar o perfil da amostra quanto ao segmento de atuação, o que está exibido na Tabela 2:

Tabela 2 - Perfil da Amostra quanto ao segmento de atuação.

Segmento	Frequência	
	%	N
Indústria	10	6
Comércio	41,6	25
Serviço	48,4	29
Total:	100%	60

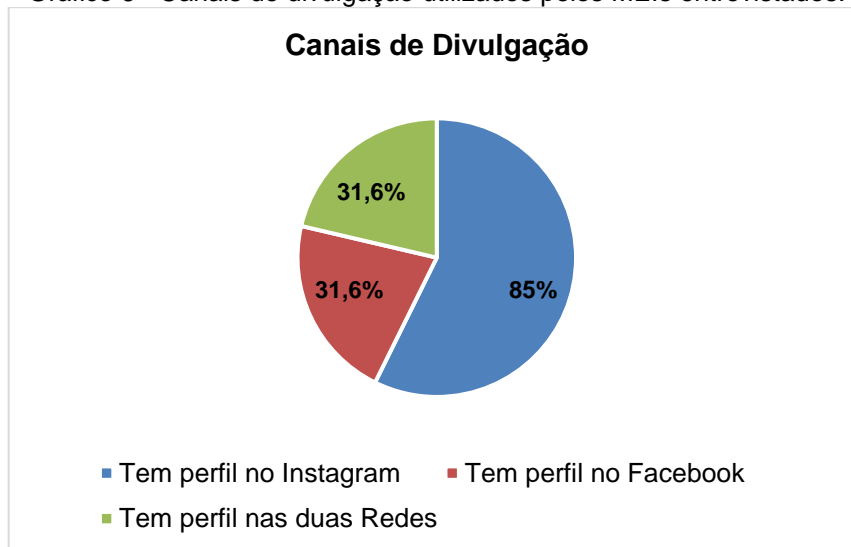
Fonte: Elaborado pelo autor, dados da pesquisa 2021.

Considerando o segmento de atuação, constata-se que o ramo de serviços prestados ao consumidor, apresentou maior destaque frente às demais opções de negócio, com (48,4%). Tais dados se alinham ao relatório especial “MEI 10 anos”, no qual, apresenta o percentual do segmento que mais cresceu no decorrer dos anos para o tipo empresarial supracitado acima; para o ramo de serviços (43,85%) seguido de (33%) comércio, (13,5%) indústria, (9,6%) construção civil e por fim (0,1%) agropecuária (SEBRAE 2019).

b. Canais de divulgação

Com a chegada da Pandemia da COVID-19, estar presente nas redes sociais se tornou essencial para os pequenos negócios, seja para vendas *online*, atendimento e captação de novos clientes (SEBRAE, 2021). Questionados sobre o canal de divulgação mais utilizado pelos empresários, foi investigado em quais redes sociais as empresas atuavam com os seus perfis de negócios, sendo disponibilizadas duas alternativas: *Instagram* e *Facebook*. Os resultados podem ser observados no Gráfico 6 abaixo:

Gráfico 6 - Canais de divulgação utilizados pelos MEIs entrevistados.



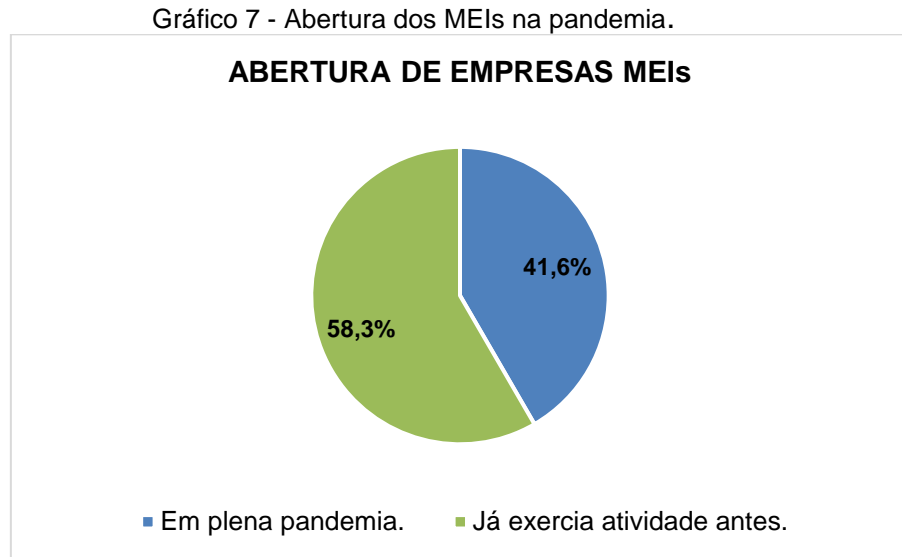
Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Observa-se que, dos 60 respondentes, 85% dos MEIs afirmaram utilizar mais o *Instagram* como sua principal rede de divulgações para o consumidor. Este resultado ratifica que, para essa amostra, esta é a rede social mais utilizada do momento, pela multiplicidade de recursos e ferramentas disponíveis na plataforma, como exemplo, *stories*, *reels*, *lives* e IGVT (Instagram e TV). Um diferencial para o empreendedor que quer buscar captar mais clientes.

c. Abertura dos Microempreendimentos Individuais

Com relação ao período de abertura do empreendimento do tipo MEI, analisando sua criação no mercado, tendo como referência a pandemia da Covid-19, observou-se que um número significativo dos respondentes abriu o negócio “em

plena pandemia” (41,7%), apesar de (58,3%) dos participantes desse estudo já “exercerem atividade antes” do impremeditado, conforme Gráfico 7:



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Estudos recentes do Governo Federal (2021) mostraram que, no período de pandemia, houve um número crescente de abertura de MEIs, no qual, hoje correspondem a 56,7% do total de negócios em funcionamento no país.

Como relatado anteriormente no capítulo do Método, conforme a pergunta inicial do questionário a amostra foi direcionada a perguntas específicas gerando assim apenas 3 perguntas diferentes ao grupo de MEIs que criaram as empresas “em plena pandemia”, dentre as perguntas; “Por qual motivo você decidiu abrir o seu negócio?”, categorias foram criados com as expressões mais frequentes encontradas nas respostas, conforme Tabela 3 abaixo:

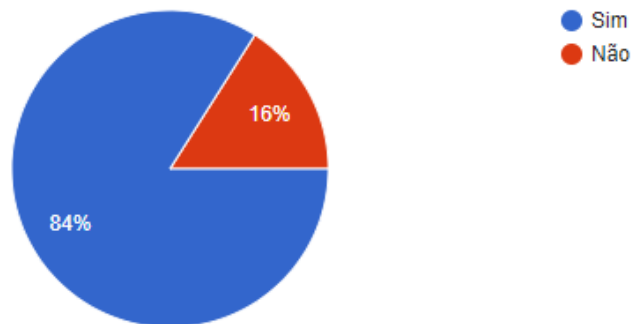
Tabela 3 – Por qual motivo você decidiu abrir o seu negócio

MOTIVOS	N
a) Renda Extra	11
b) Desemprego	6
c) Vontade de Empreender	8
Total	25

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Além de “Houve um estudo de viabilidade do produto ou serviço desenvolvido?” (Gráfico 8):

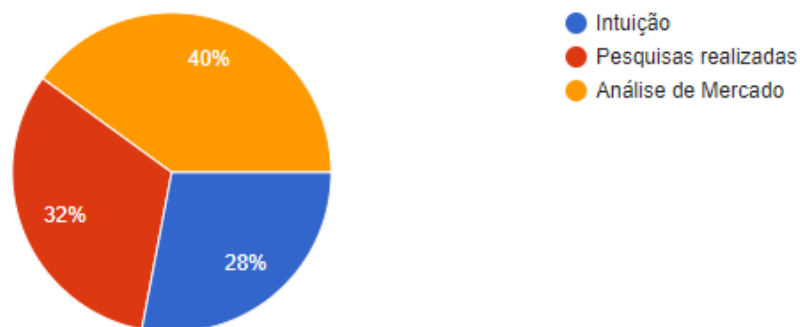
Gráfico 8 - Houve um estudo de viabilidade do produto ou serviço desenvolvido?



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

E por fim “de que maneira foi desenvolvido o empreendimento” (Gráfico 9) abaixo:

Gráfico 9 - De que maneira foi desenvolvido o empreendimento



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

d. **Desafios enfrentados pelos empreendedores durante a pandemia**

Nesta sequência de análise, conforme os resultados já apresentados, buscou-se demonstrar em números absolutos e percentuais, considerando que 25 dos respondentes MEIs iniciaram os negócios “em plena pandemia” e 35 “exerciam atividade antes”, os desafios relatados por estes empreendedores durante a pandemia. A partir da codificação das respostas, foram criadas categorias, as quais são exibidas na Tabela 4.

Tabela 4 - Quais os desafios encontrados em plena pandemia?

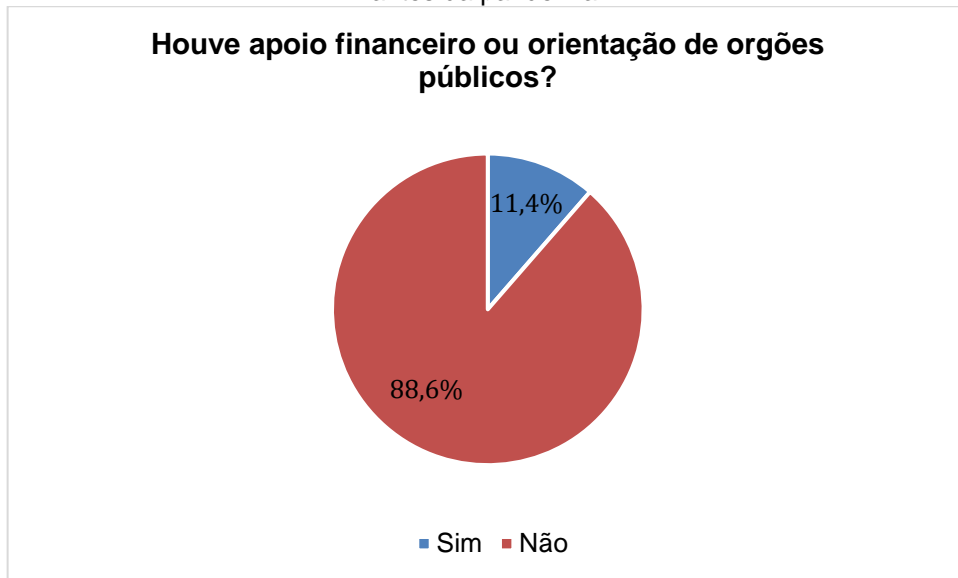
DESAFIOS	MEIs que já exerciam atividade antes		MEIs criados em plena pandemia	
	%	N	%	N
a) Captar Cliente	17%	10	18%	11
b) Baixa nas Vendas	27%	16	17%	10
c)Reinventar e reestrutura o negócio	15%	9	7%	4
TOTAL:	58%	35	42%	25

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Em um possível entendimento: a baixa nas vendas representou o maior desafio encontrado para aqueles empresários que já possuíam uma empresa antes do imprevisível evento pandêmico. Tal resultado converge com os estudos apresentados no capítulo do referencial teórico, no qual, “queda nas vendas” também representou o maior desafio a enfrentar na pandemia para uma amostra de 41 empresas espalhadas entre as cidades do Recife, Fortaleza e Salvador (DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 2020). Cabe ressaltar que para os empresários que desenvolveram o empreendimento “em plena pandemia” o maior desafio relatado foi a captação de clientes.

Devido às restrições governamentais aplicadas na cidade do Recife, com intuito de frear o contágio do vírus, foi indagado à amostra se houve apoio financeiro e orientação dos órgãos públicos, afim de auxiliar o ciclo das pequenas empresas. Os resultados apresentaram as seguintes respostas, conforme Gráfico 10 para Microempreendedores Individuais que “exerciam atividade antes” e Gráfico 11 MEIs que desenvolveram o empreendimento “em plena pandemia”:

Gráfico 10 - Apoio Financeiro e Orientações dos órgãos públicos para MEIs que já exerciam atividade antes da pandemia.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Gráfico 11 - Apoio Financeiro e Orientações dos órgãos públicos para MEIs que abriram o negócio em plena pandemia.



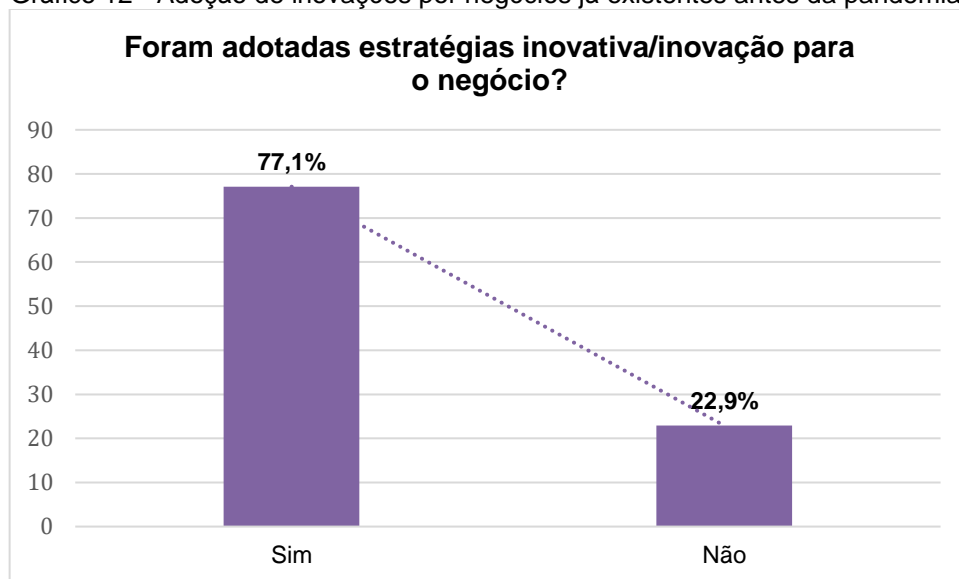
Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Nota-se, com base nos resultados apresentados, que para ambos empreendedores pouco apoio financeiro e orientações governamentais foram prestados neste momento de turbulência para economia local. Diante dos desafios e a falta de apoio financeiro buscou-se analisar neste trabalho se inovações, e quais, foram mais utilizadas pelos empreendimentos do tipo MEI da cidade do Recife para permanência do ciclo dos negócios.

e. Inovações

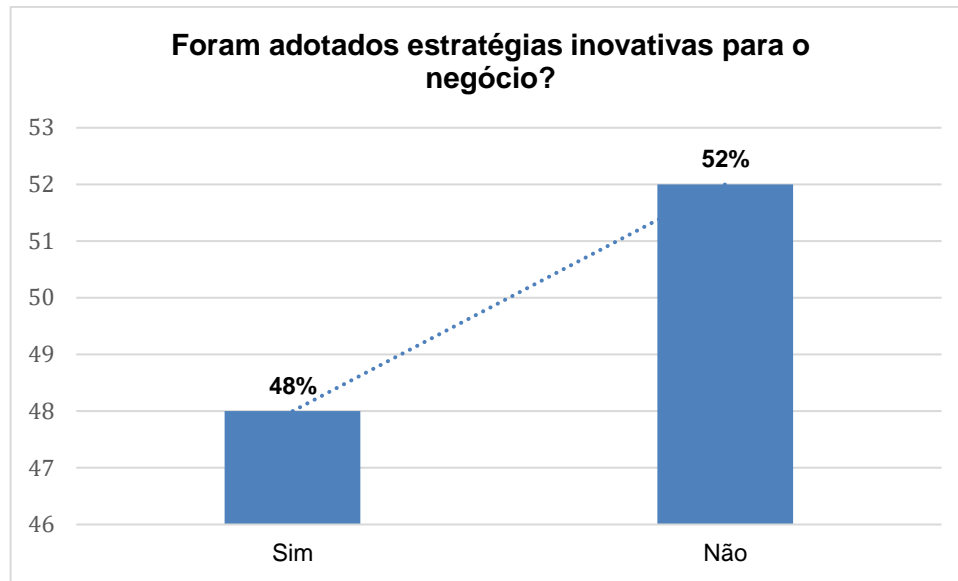
Indagados se realmente estratégias inovativas/ inovações foram aplicadas aos negócios como estratégia para enfrentamento da crise pandêmica da Covid-19, 77,1% dos respondentes que iniciaram seus negócios “antes da pandemia” alegaram que já adotaram algum tipo de inovação para possibilitar a continuidade do negócio, já para os respondentes que iniciaram o negócio “em plena pandemia”, percebeu-se que 48% declararam que adotaram inovações para o enfrentamento da crise. Tais resultados estão exibidos, respectivamente, nos Gráficos 12 e 13.

Gráfico 12 - Adoção de inovações por negócios já existentes antes da pandemia.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Gráfico 13 - Adoção de inovações por negócios que foram abertos durante a pandemia.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Diante disso, foram mapeadas as estratégias adotadas pelos Microempreendedores Individuais. Ao analisar os dados coletados, foram criadas categorias com as expressões mais frequentes encontradas nas respostas, sendo **a)** ser mais presente nas redes sociais; **b)** aplicativos delivery e **c)** flexibilidade nos preços. Considerados dados incrementais neste estudo, os resultados serão apresentados conforme Tabela 4 abaixo em números absolutos, no qual, foi possível identificar que determinadas respostas corresponderam a mais de uma categoria e que, devido a pergunta ser uma questão aberta e não obrigatória, apenas alguns participantes colaboraram.

Tabela 5 - Estratégias adotadas pelos MEIs durante a pandemia.

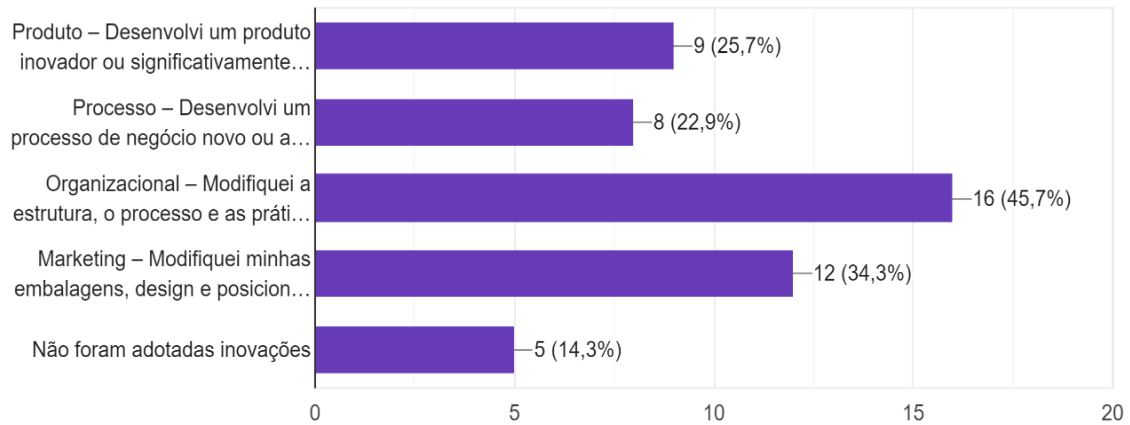
ESTRATÉGIAS	MEIs que já exerciam atividade antes	MEIs criados em plena pandemia
	N	N
a) Ser mais presente nas redes sociais	14	6
b) Aplicativo Delivery	10	4
c) Flexibilidade nos Preços	7	1
TOTAL:	31	11

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Conforme observado, estratégias como: **a)** ser mais presente nas redes sociais e a parcerias em **b)** aplicativos delivery demonstraram ser as mais utilizadas no ano de 2020 pela amostra deste estudo.

Foram identificadas, também, quais as inovações, conforme os tipos apresentados no referencial teórico, mais aplicadas pelos MEIs. Os resultados convergiram aos Gráficos 14 representando o grupo de MEIs que “já exerciam atividade antes” :

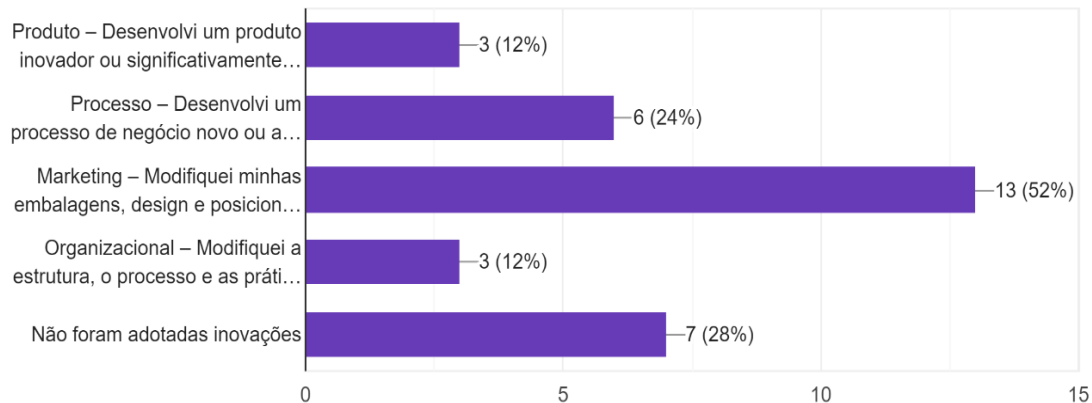
Gráfico 14 - Tipos de inovações adotadas nos negócios que já existiam antes da pandemia.



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

E ao Gráfico 15, ou seja, a amostra que abriram os negócios “em plena pandemia”:

Gráfico 15 - Tipos de inovações adotadas nos negócios que iniciaram durante a pandemia.



Fonte: Elaborado pela autora, 2021

Diante do apresentado, a inovação organizacional merece destaque, pois, representou o tipo mais aplicado nos negócios que já “exerciam atividade antes” da Pandemia da Covid-19 com (45,7%) em seguida a de marketing com (34,3%); produto (25,7%); e processo com (22,9%), apenas (14,3%) demonstraram não ter aplicado nenhum tipo de inovação, já em relação as empresa que foram desenvolvidas “em plena pandemia” a inovação de Marketing merece o evidência, representando (52%) de utilização pela amostra deste trabalho, logo atrás encontra-

se a inovação de processos com (24%); produtos e organizacional ambas com (12%).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho foi elaborado partindo da tentativa de analisar como os desafios impostos pela pandemia da Covid-19 influenciaram na criação de estratégias inovativas por microempreendedores individuais da cidade do Recife para superar a crise. Diante disso, para a construção do arcabouço teórico o método utilizado foi a busca por informações bibliográficas acerca da temática, com intuito de ampliação sobre assunto, estruturado no entendimento sobre; Empreendedorismos, Microempreendedor Individual, Impactos da Pandemia da COVID-19, Desafios e, por fim, Inovações.

Vale ressaltar a dificuldade da pesquisa em obter dados de instituições importantes da capital, como o SEBRAE por conta da LGPD, adotando assim, o método “*Snowball*”, com isso, a ferramenta utilizada para obter os resultados foi o questionário online da plataforma *Googles*, divulgado nas redes sociais e condomínio da estudante, contabilizando um total de 60 respostas. No entanto, o quantitativo de respostas colaborou para o fechamento dos objetivos pretendidos neste estudo, dando-se por satisfatório os resultados apresentados.

A pesquisa apresentou resultados brevemente esperados, tais como: a aplicabilidade de algum tipo de inovação nos negócios para superar a crise, seja, de produtos, de processos, de marketing ou organizacional. Para o grupo de empresários que “já exerciam atividade antes” da Pandemia a inovação mais adotada foi a organizacional com (45,7%), já a amostra de MEIs que desenvolveram a empresa “em plena pandemia” (52%) apresentaram a inovação de marketing. Foram observados também, requisitos inesperados, tais como, a falta de apoio financeiro e orientação dos órgãos públicos, para esta amostra, mediante a tal fatalidade na economia local.

Foram identificadas algumas limitações deste estudo, das quais pode-se destacar o curto período de tempo para elaboração da pesquisa; o número, ainda que, reduzido de estudo científicos sobre a temática; a dificuldade de obter dados por conta da LGPD e, por fim, o próprio evento pandêmico que proporcionou o isolamento social, dificultando uma possível pesquisa de campo.

Por fim, este trabalho incentiva a reflexão social sobre os impactos de uma pandemia em empresa de pequeno porte, destacando os desafios impostos e possíveis estratégias inovativas para superar a crise. Além disso, traz para a

Academia mais uma fonte de estudos para pesquisas complementares, ou seja, futuras aprofundando assim, conhecimentos acadêmicos sobre uma das maiores crises econômicas e sanitárias que prejudicaram as organizações.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, R. S. **Estudo de caso das estratégias adotadas por empresa do ramo alimentício para driblar a crise econômica agravada pela pandemia COVID-19**, Minas gerais, UFMG, 2021.
- AMORIM; CARDOSO **Importância do Microempreendedor Individual (MEI) na geração de renda e empregos no bairro Moreiras na cidade de Acopiara, Ceará, Brasil**, Ceará, UFCE, 2020.
- ARAÚJO; MODOLO; JÚNIOR **Identificação e categorização das principais referências usadas em publicações em inovação organizacional**, São Paulo, Uninove, 2017.
- ARRUDA, V. C. **Da informalidade ao microempreendedor individual (MEI): Uma revisão sistemática**, Ceará, UFCE, 2017.
- ABREU, Diego. Como inovar para superar a crise. **CNI**, Brasília, 30 de Junho de 2020. Disponível em: <<https://noticias.portaldaindustria.com.br>>. Acesso em: 25 Abr. 2021.
- BRASIL. Medida Provisória nº 936, 1 de abril de 2020. **Diário Oficial da União República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF. Seção 1, p. 1.
- BAGGIO; BAGGIO **Emprendedorismo: Conceitos e Definições**, Brasil, IMED, 2014.
- BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação de Empreendedorismo**. São Paulo: Bookman, 2019.
- BRAGANÇA, F. F. C. et al. **Marketing, criatividade e inovação em unidades de informação**. Revista Brasileira de Marketing, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 237-245, 2016.
- BRITO; VARELA **Sucesso do microempreendedor individual no Brasil**, Bahia, XL Encontro da ANPAD, 2016.
- BEZERRA, Charles. **A máquina de inovação: Mentos e organizações na luta por diferenciação**. 1º ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BALDIN, N; MUNHOZ, B. **SNOWBALL (Bola de Neve)**: Uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. CURITIBA, 2011.

CASTRO, Beatriz et al. **Empreendedorismos e coronavírus: Impactos, estratégias e oportunidades frente à crise global**. Rio Grande do Sul, USFM, 2021.

CARDOZO; PIENIZ; PAIM **Gestão para microempreendedores individuais (MEI): Fluxo de caixa como um aliado**, Rio Grande do Sul, UNICRUZ, 2021

CERUTTI; CARRARO. **Proposta de implantação de ferramentas de gestão empresarial para microempreendedor individual**, Rio Grande do Sul, UFRS, 2018.

CARVALHO, M. **Inovação em Produtos**. 2 ed, São Paulo: Blucher, 2017.

COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. Métodos de pesquisa em administração. Ed. 10. Porto Alegre: Bookman, 2011.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6º edição. São Paulo: Atlas S.A, 2016.

DRUCKER, P. **Inovação e Espírito Empreendedor**: Prática e princípios. 1º edição. Cengage Learning, 2016.

ESCHER, L. A. **Um estudo sobre o grau de inovação do microempreendedor individual de santa rosa em seu negócio**, Rio Grande do Sul, UNIJUÍ, 2015.

FERREIRA, B. M. **O incentivo do estado na formalização do microempreendedor: Análise dos efeitos da lei complementar nº 128/2008**, Ceará, III Simpósio nacional de empreendedorismo social ENACTUS Brasil, 2021.

FABRETTI, Laúdio. et al. As Micro e Pequenas Empresas: Tratamento Tributários, Fiscal e Comercial. Edição 1º. São Paulo: Atlas LTDA, 2019.

FRIZZO, P; GOMES, G. **Influência da aprendizagem organizacional e da inovação no desempenho organizacional de empresas**, São Paulo, vol.16, n.2, 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP, 2019. Disponível em <<https://ibqp.org.br/gem/>>. Acesso em 26 de Junho de 2021.

GIL, A. **Como Elaborar Projetos de Pesquisas.** 6 ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2018.

GUIMARÃES; OLIVEIRA; DIMAS; CORRÊA **O Empreendedorismo no contexto da COVID-19: Necessidade, oportunidade e solidariedade,** Rio de Janeiro, UNIFAGIC, 2020.

IBGE. Instituto Brasileira de Geografia e Estatística, 2021. Disponível em <<https://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em 14 de Maio de 2021.

KON, A. **Ecosistema de Inovação: A natureza da inovação em serviços.** São Paulo, PUC-SP, 2016.

LUDER, A. **Brasil Bateu recorde de nascimento de empresa no 1º semestre,** 2021. Disponível em <<https://g1.globo.com/>>. Acesso em 27 de Setembro de 2021.

LACERDA; M. R. F. **Microempreendedoras individuais diante da pandemia da COVID-19: Como lidar com as incertezas?**,Paraíba, UFPB, 2020.

LEMONS; MENDES; MATTOS. **Programa Microempreendedor Individual: Benefícios e desempenho das empresas,**Ceará, UNICATÓLICA, 2020.

LASCALA A; SAETA J; ANDRADE. **Empreendedorismo e desenvolvimento local: O programa goiás mais empreendedor,** São Paulo, FGV, 2016.

MACHADO; ARAÚJO **Microempreendedores no contexto pandêmico de COVID-19: Reflexões de Estudantes de Administração,** Mato Grosso do Sul, UFMS, 2021.

MACHADO; MACIAL; MEDEIROS; FEITOSA; CUNHA; LIMA **Microempreendedor individual: Uma análise dos desafios enfrentados na pandemia do COVID-19,** Curitiba, *BrazilianJournalofDevelopment*; 2021.

MAZZEI, D. F. **Pequenos Negócios de alto impacto: Um guia para atuação do sistema Sebrae,** Brasília, UNB, 2019.

MILIAN, A. G. **Empreendedorismo e inovação: Perspectivas, estratégias e conceitos**, São Paulo, UEP, 2019.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA **Mapa de empresas**, Brasil, Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração, 2021.

NEGRI, F. **Novos caminhos para a inovação no Brasil**, São Paulo, Editora Wilson Center, 2018.

OLIVEIRA, G. F. G. **Direito e desenvolvimento no Brasil: Um estudo sobre o microempreendedor individual**, Ceará, UFCE, 2017.

OLIVEIRA; BERNARDELLI **O impacto do microempreendedor individual no crescimento econômico do estado do Paraná**, Paraná, Economia & Região, 2021.

OLIVEIRA; MUSIAL **COVID-19: Impacto das medidas provisórias e da não utilização de Instrumentos Gerenciais por microempreendedores individuais do ramo de artesanato e Urubici – SC**, São Paulo, USP, 2020.

POCHMANN, M. **Trabalho e Formação**, Porto Alegre, v.37, n.2, 2012.

Pandemia de Covid-19 impacta 71% dos empresários nordestinos. **Diário de Pernambuco**, 2020. Disponível em <https://www.diariodepernambuco.com.br/>. Acesso em 25 de Maio de 2021.

PERNAMBUCO. Decreto de nº 50346, 1 de março de 2020. **Assembleia Legislativa de Pernambuco**, Poder Legislativo, Pernambuco, PE.

PINHEIRO, Lara. MOREIRA, Ardilhes. OMS declara pandemia de coronavírus. G1, 2020. Disponível em <<https://g1.globo.com/>> . Acesso em 20 de Abril de 2021.

PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2021. Disponível em <<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>>. Acesso em 10 de Junho de 2021.

PATRÍCIO, Patrícia; CANDIDO, Claudio. **Empreendedorismo: Uma perspectiva multidisciplinar**. Rio de Janeiro: LTC, 2016.

PEREIRA, S; CABRAL, J. **Informalidade e crise do emprego no Brasil.** Humanidades e Inovação, Minas Gerais, v.6, n.18, 2019.

RATIÉL; G. B. **Percepção de acadêmicos e egressos em empreendedorismo no processo de planejamento para abrir uma empresa/negócio sob a forma de startup,** Mato Grosso do Sul, UFGD, 2017.

REINA, M. **A impotência de uma gestão estratégica para o processo de inovação nas empresas,** Rio de Janeiro, Congresso Nacional de Excelência em Gestão, 2015.

RIBEIRO; SANTANA **Estimação de impactos econômicos da pandemia COVID-19 em Sergipe,** Sergipe, UFSE, 2020.

RIBEIRO JÚNIOR, Valdir. **Como se tornar um Microempreendedor Individual.** Disponível em <<https://revistapegn.globo.com/>> . Acesso em 10 de Abril de 2021.

SALIM, Cesar; SILVA, Nelson. **Introdução ao Empreendedorismo:** Despertando a Atitude Empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

SCHERER, F; CARLOMAGNO M. **Gestão da Inovação na prática:** Como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação. 2 ed, São Paulo: Atlas, 2016.

SACRAMENTO; SIMAS **Proposta inovadora de projeto que integra liderança, empreendedorismo e inovação para atender as demandas atuais do mercado,** Sergipe, *International Symposium on Technological Innovation 2021.*

SANTOS, Keila et al. **Startups e Inovação:** Direito no empreendedorismo (entrepreneurship law). Barueri: Manuel, 2017.

SANTANA; SILVA; SILVA; DOMINGOS **Adoção de inovações de processos em período de crise pelas empresas em Petrolina – PE,** Florianópolis, Navus, 2018.

SANTOS; FAZION; MEROE **Inovação: Um estudo sobre a evolução do conceito de Schumpeter,** São Paulo, PUC-SP, 2021.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico,** Berlim, Editora Nova Cultural Ltda, 1997.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios 2020**. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br>> . Acesso em 17 de Abril de 2021.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Tendências de negócios para 2021**. Disponível em <www.sebrae.com.br> Acesso em 22 de Abril de 2021.

_____. **Mesmo com a Pandemia, país registra recorde na abertura de MEI**. Disponível em <<https://www.agenciasebrae.com.br/>> . Acesso em 02 de Maio de 2021.

SEBRAE **Empreendedorismo no Brasil – 2019**, Brasil, IBQP, 2019.

SEBRAE **Relatório especial: MEI 10 anos**, Brasil, Serviço brasileiro de apoio as micro e pequenas empresas, 2019.

SERASA, 2018. Disponível em <https://empresas.serasaexperian.com.br/>. Acesso em 30 de Outubro de 2021.

SILVA, J. V. V. M. **Potencialidades e desafios do *m-learning* para o desenvolvimento de competências empreendedoras de microempreendedores individuais**, Mato Grosso do Sul, UNISINOS, 2017.

SILVA, P. H. I. **O mundo do trabalho e a pandemia de COVID-19: Um olhar sobre o setor informal**, Paraná, Universidade Estadual de Maringá, 2020.

SILVA; RIBEIRO; SILVA **Consultoria organizacional como um instrumento de inovação em arranjos produtivos locais**, São Paulo, Organizações em contexto, 2018.

SILVA; SILVA **Análise da evolução do empreendedorismo no Brasil no período de 2002 a 2016**, Goiás, REPAD, 2019.

SILVEIRA; CARMO; SOUZA **Microempreendedor Individual (MEI): Benefícios e desafios para a aplicação na prática da ação**, Brasil, UFAL, 2016.

SILVEIRA; CARMO; SOUZA **Microempreendedor Individual (MEI): Benefícios e desafios da legislação brasileira para a aplicação na prática da ação**, Brasil, Revista Livre de Sustentabilidade e empreendedorismo, 2016.

SOUZA; LUSI **Juventude, trabalho informal e saúde mental**, Brasil, Revista de Ciências Sociais, 2019.

SOUZA; SOUZA; PASIN; ZAMBALDE **Empreendedorismo e desenvolvimento local: Uma análise do programa microempreendedor individual em Minas Gerais**, Minas Gerais, Editora Unijui, 2016.

STOOC, M. B. **Microempreendedor individual: Percepção sobre sua formalização**, Paraná, Universidade Estadual do Oeste do Paraná, 2018.

TARJA, Sanmya. **Empreendedorismo Conceitos e Aplicações**. São Paulo: Saraiva, 2019.

UNIÃO EUROPEIA **Manual Oslo: Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação – 3ª edição**, Oslo, OECD/EUROSTAT, 1997.

UNIÃO EUROPEIA, **Oslo Manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation**, Oslo, OECD/EUROSTAT, 2018.

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA SEBRAE **O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios – 10ª edição**, Brasil, Sebrae / FGV, 2021.

WALLIMAN, N. **Métodos de pesquisa**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

VITÓRIA, M. **O microempreendedor em tempos de pandemia: Uma análise do impacto econômico em cenário de crise**, Minas Gerais, BASR, 2021.

APÊNDICE A – Questionário para Microempreendedores Individuais da cidade do Recife

Perguntas de características da amostra:

- 1° - Qual o segmento da sua empresa?
- 2° - Qual o nome da sua empresa?
- 3° - Tem perfil no Instagram? Se sim, poderia nos informar?
- 4° - Tem perfil no Facebook? Se sim, poderia nos informar?
- 5° - Seu empreendimento foi aberto em plena pandemia da COVID-19 ou já exercia atividade antes?

Perguntas para MEIs que “exerciam atividade antes” da Pandemia da COVID-19:

- 1° - Quais os desafios encontrados no ano de 2020 em plena pandemia da COVID-19?
- 2° - Foram adotadas estratégias inovativas/ inovação em seu negócio para prosseguir com seu funcionamento?
Se a resposta anterior foi sim, quais estratégias foram utilizadas?
- 3° - Considerando que os tipos de inovações são: De produtos de processos de marketing e por fim, inovação organizacional, que tipo de inovação foi adotada em seu negócio?
- 4° - Seu negócio teve apoio (financeiro ou orientação) de órgãos públicos?
Se a resposta anterior foi sim, quais?
- 5° - Para finalizar, você poderia me indicar mais profissionais? Deixa o @ ou contato. Muito Obrigada!

Perguntas para MEIs que desenvolveram os negócios “em plena pandemia”:

- 1° - Por qual motivo você decidiu abrir seu negócio?
- 2° - Quais os desafios encontrados no ano de 2020 em plena pandemia da COVID-19?
- 3° - Houve um estudo de viabilidade do produto ou serviço desenvolvido?
- 4° - De que maneira foi desenvolvido o seu empreendimento?

5° - Foram adotadas estratégias inovativas/inação em seu negócio para prosseguir com seu funcionamento durante as restrições impostas por conta da pandemia da COVID 19?

Se a resposta anterior foi sim, quais?

6° - Considerando que os tipos de inovações são: De produtos de processos de marketing e por fim, inováção organizacional, que tipo de inováção foi adotada em seu negócio?

7° - Seu negócio teve apoio (financeiro ou orientação) de órgãos públicos?

Se a resposta anterior foi sim, quais?

8° - Para finalizar, você poderia me indicar mais profissionais? Deixa o @ ou contato. Muito Obrigada!