

Tornar-se(R) Empreendedor: Processo de Criação e Adaptação de Negócios Durante a Pandemia

(Be)Come Entrepreneur: Process of Creating and Adapting Business during the Pandemic

Heila Magali da Silva Veiga

Universidade Federal de Uberlândia

heila.veiga@ufu.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7429-8124>

Adriane Barbosa Gimenez

Universidade Federal de Uberlândia

gimenez.adriane@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4561-2484>

Daniela Aparecida de S. M. Ramos

Universidade Federal de Uberlândia

daniela.ramos@ufu.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8558-1291>

Pedro Afonso Cortez

Universidade Federal de Uberlândia

cor.afonso@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0107-2033>

RESUMO

O objetivo do presente estudo foi compreender as tessituras do tornar-se e ser empreendedor durante a pandemia de Covid-19. Para tanto, sete empreendedores da área de prestação de serviços, profissionais autônomos e negócios autônomos foram entrevistados quanto a “tornar-se” e “ser empreendedor” em pandemia. Os relatos das entrevistas foram transcritos e analisados por meio de análise de conteúdo. Os resultados demonstraram o processo de “tornar-se” e “ser empreendedor” de forma interligada ao longo do processo de pandemia, permitindo a emergência de uma nova categoria de análise do processo empreendedor: tornar-se(r) empreendedor. Tornar-se(r) empreendedor apresenta-se como um recurso adaptativo das pessoas para lidar com as mudanças contextuais advindas da pandemia, que exige dos profissionais a constante reinvenção do próprio negócio por meio de estratégias adaptativas que os “tornam” e os fazem “ser” novos empreendedores à medida que os protocolos sanitários, normas sociais e intervenções econômicas são exercidas ao longo da pandemia.

Palavras-chave: Empreendedorismo; processo; pandemia; trabalho; carreira.

ABSTRACT

The aim of this study was to understand the complexities of becoming an entrepreneur during the Covid-19 pandemic. To this end, seven entrepreneurs in the area of services, self-employed professionals and self-employed businesses were interviewed about “becoming” and “being an entrepreneur” during the pandemic. The interview reports were transcribed and analyzed using content analysis. The results showed the process of ‘becoming’ and ‘being an entrepreneur’ in an interconnected way throughout the pandemic process, allowing the emergence of a new category of analysis of the entrepreneurial process: becoming + being an entrepreneur – *tornar-se(r)*. Becoming + being an entrepreneur – *tornar-se(r)* presents itself as an adaptive resource for people to deal with the contextual changes arising from the pandemic, which requires professionals to constantly reinvent their own business through adaptive strategies that ‘become’ and make them ‘being’ new entrepreneurs as health protocols, social norms and economic interventions are exercised throughout the pandemic.

Keywords: Entrepreneurship; process; pandemic; work; career.

Introdução

Segundo a Organização Mundial da Saúde (World Health Organization - WHO, 2022), a pandemia de SARS-COV2/COVID-19 tem mais de 435 milhões de casos confirmados e quase seis milhões de mortes em todo o mundo. Além de ser uma questão de saúde pública, a pandemia influencia a economia mundial, todavia, a magnitude de tais repercussões ainda são desconhecidas (Amankwah-Amoah et al., 2021; Brem et al., 2020; Winston, 2020). A pandemia de SARS-COV2/COVID-19 teve e continuará a ter implicações profundas nas diversas esferas da vida, como na economia e no emprego (Constantino & Neumeyer, 2020; Nassif et al., 2020; Sharma et al., 2020; Souza et al., 2023). As previsões acerca dos impactos do coronavírus, na esfera econômica, falam em redução do crescimento econômico em decorrência da redução da oferta de trabalho, maior custo de produção, maior inflação temporária, redução do consumo e aumento do desemprego, e essa multiplicidade de impactos demanda a formulação e execução de política de desenvolvimento econômico pós-pandemia, com foco no longo prazo (Araújo & Brandão, 2021; Costa, 2020; Wren-Lewis, 2020).

A crise econômica provocada pela pandemia de Covid-19 é a maior desde a Segunda Guerra, e nesse contexto, os negócios dos mais variados segmentos devem sofrer perdas catastróficas, sendo esse impacto maior nas pequenas e médias empresas; especialmente, nos países em desenvolvimento como o Brasil, os trabalhadores estão expostos a maiores riscos, porque as políticas públicas são mais escassas (Organização Internacional do Trabalho - OIT, 2020). Dado que 98,5% dos estabelecimentos no país são pequenas e médias empresas, urge compreender os impactos da pandemia nessa realidade (Nassif et al., 2020). Nessa conjuntura, trabalhadores dos países menos desenvolvidos, provavelmente, enfrentarão mais dificuldades na manutenção e qualidade do emprego. Diante dessa situação de dificuldade, o empreendedorismo se mostra como uma alternativa para a geração de renda, mas é preciso compreender melhor esse fenômeno para verificar se, nessa circunstância, ele surge como identificação de uma oportunidade no mercado ou apenas como uma necessidade, diante de uma realidade de total ausência de perspectivas (Abílio, 2019; Antunes, 2018; Guimarães et al., 2022).

Uma das medidas adotadas pelos governos para reduzir o contágio pelo coronavírus é o distanciamento social, o qual diz respeito a um conjunto de ações que busca limitar o convívio social de modo a controlar a propagação de doenças contagiosas (Brasil, 2020). Esse bloqueio na economia de todo o mundo criou uma situação única, a qual tem obrigado as empresas a responderem à crise tentando sobreviver a este período (Constantino & Neumeyer, 2020; Guimarães et al., 2022; Kuckertz et al., 2020; Souza et al., 2023). O isolamento social, imposto como medida de contenção da pandemia, ameaça a existência de muitas empresas, forçando empreendedores a lidarem com os efeitos da crise e a adoção de medidas para garantir o futuro das organizações e a manutenção dos empregos. Esses bloqueios, adotados como forma de diminuir a propagação da doença, afetaram mais de 2 bilhões de trabalhadores (OIT, 2020).

Tratando especificamente da realidade brasileira, no que concerne às diretrizes do governo federal para o enfrentamento da Covid-19, as críticas às ações do presidente são incisivas, entre elas, podem ser mencionadas, o negacionismo no início da pandemia sobre sua gravidade, a não obediência às normas de isolamento social e a demora na efetivação das medidas de apoio à população desempregada. De maneira geral, as ações efetivas são consideradas insuficientes e os acertos escassos (Campos, 2020; Cotrim Junior & Cabral, 2020).

Mediante esse cenário, um dos impactos da pandemia, segundo Coelho-Lima e Bendassoli (2020) é a informalidade que ganhou força nesse período, tendo como sustentação o desemprego, a precarização do trabalho e a falta de políticas públicas de amparo aos trabalhadores, levando-os a exercerem atividades diversas como pequenos serviços ou mesmo abrindo seu próprio negócio. Já com uma visão mais comunitária, Sanches e Moraes (2020) relatam que o empreendedorismo com características voltadas para a esfera da economia social pode permitir às pessoas marginalizadas uma oportunidade de geração de renda e trabalho a partir de ações coletivas e comunitárias.

Por outro lado, a pesquisa realizada por Veiga et al. (2020), ao analisar a intenção empreendedora, identificou que a busca por oportunidades e o foco nesse objetivo são propulsores para que o profissional possa abrir o seu próprio negócio valorizando a inovação, o risco e tendo como retornos poder e prestígio. Contribuindo com esse pensamento, Ramos et al. (2020) apontam em seus estudos o fato de que o empreendedorismo é visto como uma condição que impulsiona e estimula mudanças sociais e ambientais, a considerar um ambiente de globalização e alta competitividade.

Diante dessa realidade, a temática do empreendedorismo tem sua relevância ampliada, porque muitos trabalhadores que já estavam desempregados ou que perderam seus empregos durante a pandemia, têm na criação de um novo negócio, a única possibilidade de geração de renda. Assim, o objetivo geral do presente estudo foi compreender as tessituras do tornar-se e ser empreendedor durante a pandemia de Covid-19.

O termo empreendedorismo ao longo da história vem sendo descrito de forma distinta. No século XVI, o conceito empreendedorismo era utilizado para descrever uma pessoa que assumia a responsabilidade e dirigia uma ação militar. No entanto, apenas no final do século XVIII, que o termo foi utilizado para referir-se à pessoa que criava e administrava projetos ou empreendimentos (Veiga, Demo, & Neiva, 2017). O empreendedorismo é um conceito dinâmico e complexo, e tem apresentado diferentes abordagens ao longo do tempo e está associado à imagem do indivíduo que assume riscos face ao desejo de iniciar um negócio próprio (Vale, 2014). Para Baggio e Baggio (2014), o empreendedor é o indivíduo que identifica as oportunidades e cria possibilidades de crescimento de um determinado negócio.

Diversos trabalhos da vertente econômica apontam que o empreendedorismo é capaz de criar postos de trabalho e gerar renda, sendo o empreendedor um agente de transformação em sua realidade (Audretsch et al., 2006; Fontenele, 2016). A partir de uma perspectiva da ciência psicológica, os fatores internos, os valores e as motivações humanas podem levar os indivíduos a explorarem oportunidades e

a iniciarem um novo empreendimento. Para Zwan et al. (2016), fatores como sexo, idade, escolaridade e personalidade influenciam no comportamento empreendedor dos indivíduos. Neste sentido, jovens com necessidades de realização pessoal, que almejam autonomia e apresentam uma personalidade criativa podem estar associadas à figura do empreendedor (Vale, 2014; Zwan et al., 2016). Igualmente, os estudos dessa perspectiva evidenciam o empreendedorismo como gerador de impacto social, empoderamento e emancipação especialmente para mulheres em países pobres (Bandeira et al., 2020).

A literatura elenca diversas motivações para empreender, mas, em linhas gerais essas podem ser classificadas em necessidade e oportunidade (Vale, Corrêa, & Reis, 2014). Os empreendedores por necessidade representariam uma parcela da população envolvida com o empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho, ao passo que os por oportunidade seriam aquelas pessoas que identificaram uma oportunidade de negócio que pretendem perseguir (Vale, 2014). Embora as pessoas possam apresentar necessidade de realização em atividades empreendedoras, quando a motivação para empreender é a necessidade, as pessoas o fazem porque podem estar privadas de bens necessários à vida e buscam meios de segurança e de sobrevivência frente a uma situação econômica desfavorável (Assunção, Queiroz, & Costa, 2017).

Vale et al. (2014) investigaram os motivos intervenientes na criação de novos empreendimentos e concluíram que esses podem ser variados, como a necessidade devido à insatisfação com o emprego ou a influência familiar. No estudo de Silva et al. (2020), a necessidade foi o principal motivo que levou as mulheres a empreender devido à busca pela autonomia financeira, reconhecimento profissional e maior flexibilidade nos horários de trabalho. Na investigação de Martins, Veiga e Cortez (2020), as oportunidades, a necessidade, o desejo de ter uma empresa de prestígio, a influência familiar e de terceiros foram os motivos relatados pelos jovens empreendedores entrevistados. Ao tratar especificamente do empreendedorismo por necessidade, os autores levantam aspectos relacionados com crises econômicas, dificuldades de inserção profissional e, mais recentemente a pandemia de Covid-19, que impactaram o mercado de trabalho. Tal cenário leva profissionais a empreenderem como necessidade para se manterem no mercado de trabalho e satisfazerem suas necessidades básicas, pois segundo Praun (2020 apud Graner 2020, p. 2), a condição recessiva já levou a “quase um milhão de solicitações de seguro-desemprego registradas pelo Ministério da Economia somente ao longo de maio de 2020. O número é 53% superior à quantidade de pedidos apurada para o mesmo período do ano anterior”, o que corrobora Ramos et al. (2020) ao enfatizar que empreendedorismo baseado na necessidade não causam impactos na geração de riquezas e inovação de um país, mas sim, estão associados meramente às questões econômicas e desemprego, onde o profissional se dispõe a trabalhar em um novo negócio por falta de opção de emprego e renda, e normalmente assume esse novo ofício sem nenhuma preparação ou planejamento prévio.

Sustentadas nas narrativas supracitadas, Martins et al. (2020) mencionam que o jovem busca empreender por não ter dinheiro e pela possibilidade de uma renda alternativa para suas necessidades, fazendo dessa condição a sua principal fonte motivacional. Fato esse reforçado por Praun (2020) onde ele ressalta que os jovens aderem aos trabalhos mediados por tecnologias digitais e flexibilizações, mas que

na realidade sua atuação como autônomo é imposta pela necessidade de sobreviver. Além disso, o contexto brasileiro é sustentado pela cultura do neoliberalismo que incentiva os profissionais a aderirem à condição de empresários, porém sem capital ou preparação mínima, com uma falsa crença de que terão as mesmas vantagens dos grandes empreendedores (Coelho-Lima & Bendassoli, 2020).

Em síntese, pelo referencial teórico apresentado, características pessoais e aspectos contextuais atuam conjuntamente ao longo do processo de empreender. No presente estudo, o conjunto de características pessoais e experiências que permitem ao indivíduo iniciar o próprio empreendimento é compreendido como o processo de “tornar-se empreendedor” (Cortez & Veiga, 2019; Martins et al., 2020). Os indivíduos que já possuem o próprio negócio e executam esforços para mantê-lo ativo são caracterizados como aqueles que vivenciam o “ser empreendedor” por meio da manutenção cotidiana da atividade empreendedora (Cortez & Veiga, 2018; Cortez et al., 2019).

Em condições regulares, esses fenômenos tendem a apresentar razoável clarificação conceitual para apreender o processo de criação e manutenção do próprio empreendimento por parte do empreendedor (Packard et al., 2017; Rauch et al., 2018). Contudo, considerando-se as mudanças contextuais recentes ocasionadas em decorrência do isolamento social que afetou de forma substancial as práticas sociais e econômicas, propôs-se o presente estudo para compreender de que modo essas organizações próprias do processo empreendedor foram afetadas pelos desafios ocasionados pela situação de pandemia aos empreendedores (Zahra, 2021). Frente ao exposto, apresenta-se na seção seguinte o delineamento que possibilitou a consecução da investigação.

Método

Participantes

Como critério de inclusão neste estudo foram considerados: (a) ser maior de 18 anos de idade; (b) ter iniciado e/ou reinventado um negócio/serviço durante a vigência da pandemia de Covid-19; (c) concordar em participar da pesquisa; (d) e preencher o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Para a definição do tamanho amostral foi considerado o critério da saturação (Fontanella & Magdaleno Jr, 2012; Fontanella et al., 2008). Foi utilizada uma amostra de conveniência de sete participantes, os quais se tornaram empreendedores durante a pandemia de Covid-19. Para a inclusão dos participantes foi adotada a técnica do *snowball*. Justifica-se a adoção dessa estratégia pela necessidade de abranger um público específico de trabalhadores, assim a rede de contatos próxima facilita que o convite seja disparado diretamente aos participantes que atendem aos critérios de inclusão (Handcock & Gile, 2011).

Foram entrevistados um homem e seis mulheres com idade variando de 28 a 53 anos de idade, sendo a maior parte deles microempreendedores da área de serviços, profissionais autônomos e negócios locais. A Tabela 1 traz uma síntese das características dos empreendedores e seus negócios. Para preservar a identidade deles foram atribuídos nomes fictícios.

Tabela 1 - Descrição da amostra pesquisada

Nome*	Breve histórico profissional	Breve descrição do negócio
Ana	53 anos, casada, com filhos, 3º grau completo em Letras. Reside no interior de Minas Gerais. Atua como professora, porém a demanda por aulas diminuiu, haja vista que não é concursada.	Marmitaria, há 6 meses. Optou por esse ramo de atuação por ter habilidades em cozinhar. A marmitaria funciona em sua residência e conta com o apoio do esposo e filhos na gestão do negócio, além de ofertar os serviços de entrega por <i>delivery</i> .
Carlos	28 anos, casado, com filho, 2º grau completo. Reside no interior de Minas Gerais e a loja localiza-se em uma cidade próxima à cidade que reside, justamente por ser uma cidade menor e por não ter tantas opções de vestuário com preços mais adequados mediante a qualidade do produto. Antes, atuava em uma empresa terceirizada no ramo de telefonia.	Roupas masculinas, há 3 meses. Escolheu atuar no segmento de roupas masculinas por acreditar que as pessoas necessitam de vestuário, além de alimentação e também por gostar de roupas. Aplicou suas economias nesse negócio.
Débora	38 anos, solteira, sem filhos, 3º grau incompleto. Reside em São Paulo. Atuava na área de turismo, eventos e há algum tempo estava insatisfeita com a atuação.	Consultoria e <i>delivery</i> de plantas para ambientes domésticos há 3 anos. A ideia do negócio surgiu em um evento de <i>startup</i> , a participação na competição despertou o interesse pelo empreendedorismo, depois pela ideia de economia colaborativa.
Fernanda	29 anos, solteira, sem filho. Reside no interior de Santa Catarina. Formada em publicidade, com curso na área de fotografia. Nunca trabalhou na área. Tanto ela quanto o namorado perderam o emprego logo no início da pandemia.	Confeitaria, vende “caseirinhos” (bolos) e doces há aproximadamente 3 meses. Administra o negócio junto com o namorado, que tem nível superior. Durante a pandemia, o casal está morando com a família dele e o negócio fica nessa residência.
Rita	30 anos, casada com filhos. Reside no interior de São Paulo, com curso superior na área de Psicologia. Já atuou na área de formação e há 4 anos atrás era proprietária de uma consultoria na área de gestão de pessoas.	Empresa que oferece serviços de gestão de pessoas no formato remoto. Entre os serviços tem-se seleção, treinamento, ações com foco na saúde no trabalho.
Simone	44 anos, divorciada, com filhos. Reside na região da capital de Santa Catarina, com curso superior na área de Psicologia. Já atuou em gestão de pessoas e há dois anos atuava em clínica de Psicologia e avaliação psicológica.	Serviços de psicologia oferecidos remotamente, especificamente atendimento psicológico.
Tereza	44 anos, separada com filhos, 2º grau incompleto, reside no interior de Minas Gerais. Trabalhava na indústria, linha de produção e perdeu o emprego pouco antes da pandemia.	A empresa de salgados existe há 5 meses e fornece alimentos prontos e congelados. Utiliza a rede de contatos para divulgação dos produtos.

Fonte: Elaboração própria (2022). | Nota. * = Os nomes das entrevistadas foram modificados, com o intuito de resguardar o anonimato dos participantes.

Instrumentos

Foi utilizado um roteiro de entrevista semiestruturada para dirigir a verbalização do participante para temas relativos aos problemas da investigação, a saber, se tornar empreendedor durante a pandemia de Covid-19. Entre as questões apresentadas ao participante da pesquisa, havia, por exemplo, as seguintes indagações: (a) relate-me suas experiências profissionais e de empreendedorismo até o momento da pandemia de Covid-19; (b) o que te motivou a abrir e/ou reinventar o seu negócio no contexto de pandemia?; (c) você enfrenta/enfrentou dificuldades na proposição e gerenciamento desse negócio até o presente momento e/ou durante a pandemia?. O instrumento foi avaliado quanto à pertinência de conteúdo e compreensão semântica entre especialistas e a população-alvo, demonstrando adequação para aplicação ao propósito do estudo (Kallio et al., 2016).

Procedimentos

Primeiramente, o projeto de pesquisa foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CAAE: 33541520.4.0000.5152). Após a emissão do parecer substanciado de aprovação, a equipe de pesquisa acionou a sua rede de contatos e buscou possíveis participantes do estudo. Os participantes que concordaram em participar do estudo e assinaram o Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE) e responderam às questões de pesquisa em uma entrevista mediada pela internet em horário previamente agendado. O tempo médio de duração da entrevista foi de 40 minutos. As entrevistas aconteceram entre os meses setembro e dezembro de 2020. Os dados foram gravados e transcritos em relatos escritos a serem analisados pelos pesquisadores. Após a transcrição, as gravações foram excluídas de forma permanente e os relatos escritos arquivados de forma não identificada por nome fictício, conforme disposto no manuscrito. Para a condução do estudo foram considerados os critérios de qualidade essenciais à pesquisa qualitativa e, os critérios de validade primários, a saber, credibilidade, a autenticidade, a criticidade e a integridade (Patias & Von Hohendorff, 2019).

Análise de dados

Para a análise dos dados foi feita a análise de conteúdo de Bardin (2011) a partir da análise do *corpus* das entrevistas. Primeiramente, foram selecionadas as unidades de análise e elaboradas as categorias e as subcategorias temáticas, as quais foram criadas com base na “conjunção de interdependência entre os objetivos do estudo e as teorias explicativas adotadas pelo pesquisador” (Campos, 2004, p. 613).

Resultados

A partir das análises do *corpus* das falas dos participantes do presente estudo, foram elaboradas duas categorias de análise, as quais estão em consonância com as indagações do presente estudo, a saber, as tessituras de “tornar-se empreendedor em pandemia” e “ser empreendedor em pandemia”. Essas categorias foram consideradas

representativas do processo empreendedor de forma regular, o qual foi abarcado anteriormente no referencial teórico.

Na primeira categoria, nomeada como “tornar-se empreendedor”, foram identificadas as seguintes subcategorias: (a) interesse/experiência; (b) dificuldade compreendida como oportunidade; (c) necessidade/desemprego e isolamento social; (d) rede de contatos; e (e) flexibilidade de horários. Por sua vez, as subcategorias representativas de “ser empreendedor em pandemia” são: (f) expansão durante e após pandemia; (g) separação entre pessoal e trabalho; (h) ausência de política pública de incentivo ao pequeno empreendedor; (i) divulgação do negócio em formato digital; (j) autoconhecimento; (k) imprevisibilidade orçamentária e planejamento em pandemia; (l) especificidade do negócio e privacidade. Todas as categorias elaboradas apresentam compatibilidade com o recorte definido *a priori* na formulação dos objetivos do estudo e do questionário semiestruturado.

Como observado na Tabela 2, o aspecto comum a todos os sete participantes do estudo na decisão de tornar-se empreendedor em pandemia foi a *interface* entre o interesse e a experiência profissional pregressa. Cabe destacar que essa subcategoria foi mencionada diversas vezes pelos empreendedores, sendo a mais frequente. Em seguida, têm-se as categorias que foram mencionadas por seis participantes, a saber, a “dificuldade como oportunidade” e “necessidade, desemprego e isolamento social”, sendo as verbalizações de cada uma delas de 17 e 14, respectivamente.

Tabela 2 - Tópicos representativos da categoria Tornar-se Empreendedor em Pandemia

Categoria	Definição	Falas	F.	FA
Interesse e experiência	As <i>interfaces</i> entre a trajetória profissional e a experiência de vida levaram as pessoas a pensarem em um ramo de negócio específico para empreender.	“Era um sonho antigo”. Débora “Na verdade, eu sempre tive essa ideia de criar um negócio próprio para mim”. Carlos “Eu sempre trabalhei com RH, mas ficava descontente com minha atuação. No período mais recente, optei por trabalhar com consultório clínico em Psicologia e Educação”. Simone	7	19

Dificuldade compreendida como oportunidade	A ausência de oportunidades no mercado de trabalho formal tradicional é encarada como oportunidade para criar algo novo.	<p>“Consigo enxergar as dificuldades como oportunidades... as pessoas passaram a ressignificar o estar em casa... cuidar das plantas é cuidar de si.” Débora</p> <p>“Eu penso que ninguém deixa de comer e de se vestir, e como sempre gostei de roupa, achei que valia a pena.” Carlos</p> <p>“Ninguém pode parar de comer.” Ana</p> <p>“Posso fazer algo que gosto e ganhar mais do que eu ganhava antes com carteira assinada.” Tereza</p> <p>“A maior parte dos projetos do nosso modo antigo de trabalho pararam no início da pandemia, mas começaram a surgir outros durante a pandemia e começamos a atuar em cima disso... Criamos serviços gratuitos e de apoio para as empresas durante a pandemia para continuar vivo durante a parada do mercado.” Rita</p>	6	17
Necessidade, desemprego e isolamento social	A necessidade de subsistência, o desemprego e o isolamento resultaram na criação de um negócio para geração de renda.	<p>“Eu e meu namorado perdemos o emprego logo no início da pandemia.” Fernanda</p> <p>“Com a pandemia todos os meus contratos foram cancelados.” Débora</p> <p>“Fiquei desempregado e tinha que sustentar meu filho... correr atrás do sustento do meu filho... Agi no medo, mas no impulso deu certo.” Carlos</p> <p>“Vários clientes solicitavam no momento consultoria para dar conta desse momento de pandemia.” Rita</p>	6	14
Rede de contatos	A rede contatos possibilitou a concretização do negócio por meio de colaborações e parcerias na geração do empreendimento.	<p>“os amigos foram os primeiros a testar os produtos... depois ajudaram na divulgação.” Gabriela</p> <p>“Os amigos compraram, divulgaram para outras pessoas.” Tereza</p> <p>“Se junta a quem está fazendo.” Debora</p> <p>“Chamamos várias pessoas da área de consultoria que já conhecíamos para concretizar esse sonho conosco.” Rita</p>	4	10

Fonte: Elaboração própria (2022). | *Nota:* F= frequência (foi considerado como nível análise o participante, logo o valor máximo é 7); FA= frequência acumulada (foi considerado como nível de análise a fala dos participantes, assim sempre que foi verbalizada a categoria ela foi computada).

Na Tabela 3, observa-se que entre as categorias do ser empreendedor em pandemia, a mais frequente foi “expansão durante e após pandemia” (F=6; FA=19), seguida de “separação entre pessoal e trabalho” (F=5; FA=16). De forma geral, os processos identificados apresentam-se compatíveis com as propostas apresentadas anteriormente em literatura, mas retratam uma retroalimentação entre ambos que parece inédita ao contexto de emergência da pandemia, o qual será discutido de forma detalhada na seção seguinte.

Tabela 3 - Tópicos representativos da categoria Ser Empreendedor em Pandemia

Categoria	Definição	Falas	F.	FA
Expansão durante e após pandemia.	Dificuldade na obtenção de crédito e no apoio à própria estruturação do negócio.	<p>“É um sonho que quero continuar... quem sabe cursar gastronomia”. Fernanda</p> <p>“No começo da pandemia eu estava desempregado, agora já tenho um funcionário... O sonho é ampliar”. Carlos</p> <p>“Não quero voltar a trabalhar 100% presencial não... caminho sem volta o remoto, o que eu puder fazer dessa maneira, eu vou fazer”. Simone</p> <p>“Hoje ganho mais que o que ganhava quando estava com carteira assinada, quero crescer”. Tereza</p> <p>“Eu penso em atuar de forma híbrida, indo pra presencialidade somente nos casos dos instrumentos, sendo a entrevista e o acompanhamento de forma online se for também preferível pelo cliente”. Simone</p>	6	19
Separação entre pessoal e trabalho.	Como os negócios funcionam em casa devido ao isolamento, às vezes, é difícil separar as facetas da vida e uma acaba afetando a outra.	<p>“É só trabalho... não pode nem passear por causa do isolamento”. Ana</p> <p>“Tem horas que todos precisam me ajudar”. Tereza</p> <p>“Finais de semana têm mais pedidos e afetam os almoços em família ou almoçar em horários certos”. Fernanda</p> <p>“Eu me sinto mais sobrecarregada no trabalho doméstico e tivemos que recombinar as atividades. As relações continuam juntas e separadas, conforme a necessidade de tempo e liberdade de cada um”. Simone</p>	5	16
Ausência de política pública de apoio ao pequeno empreendedor.	Para empreender na pandemia é requerido que o profissional domine as ferramentas de TI, identificação e fidelização de clientes no ambiente virtual.	<p>“Hoje eu sei o quanto é difícil para o pequeno, então quando vou comprar um sanduíche, não compro da empresa grande mega famosa, eu vou no pequeno”. Fernanda</p> <p>“Administrar o negócio, não é simples... tudo na ponta do lápis.” Ana</p> <p>“O Brasil nosso já está todo atrapalhado, é juro, é corrupção demais”. Carlos</p> <p>“É muito cedo para saber dos benefícios, pois ainda não criaram novas regulações para formalizar o que fazemos”. Rita</p>	5	10
Divulgação do negócio em formato digital.	Necessidade de domínio de ferramentas relativas a TI para que o negócio funcione remotamente.	<p>“Eu não sei mexer muito no Instagram, aí fica mais difícil, né?” Débora</p> <p>“Poucas pessoas conhecem nosso negócio”. Fernanda</p> <p>“Quero profissionalizar as fotos para conquistar mais pessoas”. Fernanda</p> <p>“Todo processo de captação agora é o online, tudo o que fazemos era presencial e agora é online”. Rita</p>	5	7

Autoconhecimento.	Trabalhar em casa possibilitou ressignificar os sentidos da vida e os espaços para cada esfera da vida, pessoal, profissional, espiritual.	<p>“No meu trabalho anterior eu não tinha vida... gosto mais dessa Débora de agora, voltei para minha essência”. Débora</p> <p>“As plantas como possibilidade de ressignificar a vida... Autoconhecimento foi a palavra de 2020”. Debora</p> <p>“A minha vida era muito corrida antes e notei que agora fiquei mais preguiçosa. Tenho medo de quando voltar se conseguirei me readaptar ao ritmo. No aspecto de qualidade de vida foi ótimo dar uma desacelerada, mas teve um prejuízo na perda de contatos da presencialidade que eu gostaria de retomar com o tempo”. Simone</p>	4	12
Imprevisibilidade orçamentária e planejamento em pandemia.	Manejo do negócio em função da imprevisibilidade gerada na pandemia frente ao número de vendas, cancelamento de pedidos e dificuldades financeiras para o empreendedor e para os clientes.	<p>“Tem dia que não tem pedido nenhum... é bem ruim”. Fernanda</p> <p>“Peço ajuda aos meus filhos que são formados em administração, porque administrar é difícil”. Ana</p> <p>“Maior dificuldade foi ter logística interna”. Debora</p> <p>“Tivemos que recriar os projetos e aguardar o tempo certo para aplica-los”. Rita</p>	4	11
Especificidade do negócio e privacidade	Os negócios na área de psicologia, especialmente, trabalham com a questão do sigilo das informações, privacidade e isso tanto para o profissional quanto para o local em que o paciente.	<p>“É preciso sempre repactuar e fazer as pessoas entenderem o nível de privacidade que eu preciso no meu trabalho... falo pra minha família que só pode me interromper em casos extremos”. Simone</p> <p>“A dificuldade é fazer um <i>setting</i> clínico e reservado em casa”. Simone</p> <p>“As empresas agora pedem apoio psicológico e tem facilitado empreender na área de saúde mental”. Rita</p>	2	3

Fonte: Elaboração própria (2022). | *Nota:* F= frequência (foi considerado como nível análise o participante, logo o valor máximo é 7); FA= frequência acumulada (foi considerado como nível de análise a fala dos participantes, assim sempre que foi verbalizada a categoria ela foi computada).

Discussão

Para compreender as tessituras do tornar-se e ser empreendedor durante a pandemia de Covid-19 é preciso apreender os avanços propostos por meio do presente estudo. Inicialmente, foi possível mapear com clareza as manifestações de tornar-se e ser empreendedor entre os participantes investigados. De forma conjunta, houve também a emersão de um processo adaptativo próprio da dinâmica de empreender

em pandemia, o qual foi nomeado tornar-se(r) empreendedor, sendo as distinções entre esses processos elencados a seguir.

O fenômeno de “tornar-se empreendedor” foi caracterizado como os esforços necessários para criar o próprio negócio, abrangendo aspectos pessoais e socioeconômicos. No relato dos participantes, dificuldades, sonhos, necessidades e interesses profissionais e de carreira possibilitaram o surgimento do próprio empreendimento. O desemprego gerado pela pandemia relatado por Fernanda exemplifica os casos de “tornar-se empreendedor” por necessidade, por exemplo. Por sua vez, o interesse profissional de Carlos ao relatar “desde sempre tive essa ideia de gerar um negócio pra mim” demonstra o “tornar-se empreendedor” por atitude e intenção empreendedora. Esses relatos, juntamente aos demais, tornam essa categoria representativa do processo de “tornar-se empreendedor”, tendo em vista as concepções previamente propostas da literatura (Cortez et al., 2019; Puente et al., 2019; Souza et al., 2023; Veiga et al., 2020).

Ademais, no processo de se tornar empreendedor coexistem o empreendedorismo por necessidade e por oportunidade, especialmente esse último é relevante porque na literatura as pessoas se mostram mais bem-preparadas e capazes de desenvolver estratégias para o sucesso do negócio e por buscar recursos (Clough et al., 2019; Jafari-Sadeghi, 2020). Como observado, os participantes, mesmo diante das adversidades impostas pela pandemia de Covid-19 foram capazes de analisar o contexto e mobilizar suas competências, experiências e motivações para propor um negócio.

Por sua vez, o processo nomeado como “ser empreendedor” foi apreendido como as ações e práticas propostas ao longo da manutenção do próprio negócio pelo empreendedor proponente do empreendimento. A verbalização dos participantes trouxe questões voltadas para os conflitos trabalho-família, imprevisibilidade, planejamento e outras dificuldades próprias do processo de manutenção ou expansão do negócio em diferentes contextos. A fala de Tereza a respeito de “tem horas que todos precisam ajudar” elenca questões próprias da dificuldade de separar a unidade familiar e empresarial em propostas familiares de pequenos negócios. A dificuldade relatada por Fernanda em “tem dia que não tem pedido algum” demonstra aspectos próprios da manutenção do negócio, como é o caso do planejamento de estoques, orçamento, entre outras demandas usualmente vivenciadas por empreendedores com negócios estabelecidos. De forma semelhante à primeira categoria, os diferentes relatos dessa categoria se mostraram compatíveis com as representações prévias da literatura sobre “ser empreendedor” (Caputo et al., 2018; Cortez et al., 2019; Cortez & Veiga, 2018; Mansoori & Lackeus, 2019).

Ao analisar de forma integrada os relatos pertencentes às duas categorias supracitadas, nota-se que variações próprias da pandemia resultaram em uma configuração inédita nesses dois processos. As dificuldades propostas pela pandemia passaram a exigir daqueles que vivenciam o “ser empreendedor” reinvenções próprias do processo de “tornar-se empreendedor” (Amankwah-Amoah et al., 2021; Packard et al., 2017; Rauch et al., 2018). Exemplifica essa conjunção entre os dois processos a verbalização de Rita sobre “ter que recriar o próprio negócio” e de Simone ao relatar a “dificuldade de fazer um *setting* clínico em casa”. Trata-se de um processo de

conjunção entre o “tornar-se empreendedor” durante o “ser empreendedor”, o qual foi nomeado como “tornar-se(r) empreendedor”, conforme elencado na Figura 1.

Figura 1 - Relação entre temporalidade, contexto de negócio, fase do empreendimento e processos de tornar-se, ser e tornar-se(r) empreendedor

Temporalidade	Anterior à Pandemia		Durante e Após a Pandemia	
Contexto de Negócio	Menor imprevisibilidade		Maior imprevisibilidade	
Fase do Empreendimento	Proposição do Negócio	Manutenção do Negócio	Proposição do Negócio	Manutenção do Negócio
Processo Empreendedor Ativado	Tornar-se Empreendedor (Criação)	Ser Empreendedor (Adaptação)	Tornar-se(r) Empreendedor (Criação e Adaptação)	

Fonte: Elaboração própria (2022).

Essa justaposição entre os fenômenos ocorre pelas necessidades de adaptação às exigências psicossociais e econômicas elencadas pelos protocolos socio sanitários e intervenções econômicas propostas até então durante a pandemia. Em conjunção à pandemia, modificações contextuais relevantes nas práticas sociais, econômicas e comportamentais demandam aos empreendedores novas características pessoais e comportamentais para adaptação das próprias condutas pessoais e dos seus negócios (Zahra, 2021). A partir das verbalizações dos participantes, verifica-se que “tornar-se empreendedor” e “ser empreendedor” são dois processos imbricados que devem ser considerados simultaneamente. Desta forma, não é possível manter as categorias de análise do processo empreendedor isoladamente por meio de “tornar-se empreendedor” e “ser empreendedor”, uma vez que a pandemia e o aumento da imprevisibilidade decorrente dela exige que o “ser empreendedor” perpasse continuamente pela reinvenção e reestruturação do negócio, o que comumente ocorre durante o processo de “tornar-se empreendedor”.

Nesta perspectiva, o presente trabalho inova ao propor o *tornar-se(r)* empreendedor como uma categoria relevante de análise e, portanto, fundamental para conciliação da criação, recriação e adaptação pessoal do próprio empreendedor e dos negócios em contextos de pandemia, devendo ter sua dinâmica explorada com maiores detalhes em investigações ulteriores (Ketchen Jr & Craighead, 2020). Especificamente, ainda é preciso compreender quais relações são estabelecidas entre *tornar-se(r)* empreendedor e outras características pessoais importantes como *coping*, autorregulação, autoeficácia, entre outros construtos relevantes para compreender a adaptação humana (Ratten & Jones, 2020). Ademais, investigações que complementem o processo proposto, refinando a própria definição e operacionalização do *tornar-se(r)* empreendedor permitirão a efetiva compreensão e aplicação dessa compreensão em práticas de orientação profissional voltadas para a geração de negócios e desenvolvimento profissional de empreendedores e negócios em situação de pandemia e pós-pandemia.

Cabe destacar ainda que a categoria denominada de “especificidade do negócio” concernente aos aspectos relacionados com o Ser Empreendedor em Pandemia (Tabela 3) foi criada exclusivamente a partir da fala das duas participantes graduadas em Psicologia e com empreendimentos nessa área. Esse fato revela que empreender nesse campo possui especificidades adicionais. Nessa direção, um estudo conduzido com psicólogos procurou identificar motivações, desafios e dificuldades relatados por psicólogos empreendedores. Os resultados apontaram aspectos positivos relacionados com a realização profissional, autonomia, possibilidades de conciliar trabalho e família, e negativos ligados à insatisfação no trabalho e obstáculos para inserção profissional no campo de formação superior. Os profissionais relataram ainda dificuldade para colocar em prática os valores sugeridos como piso para a categoria e conseguir manter o negócio em funcionamento (Silva et al., 2021).

Considerações Finais

Destaca-se entre as principais contribuições do presente estudo o pioneirismo na sistematização das condições próprias de processo empreendedor em condição de pandemia e a atualização do aporte teórico de compreensão desse processo por parte da noção de “tornar-se(r) empreendedor” como um recurso de constante adaptação e aprendizagem aos empreendedores em situação de pandemia, integrando os aspectos do tornar-se e do ser empreendedor num processo dinâmico. Ademais, abarca as abordagens teórico-empírica e analítico-bibliográfica (Richardson et al., 2019; Sandelowski & Barroso, 2003), na qual a literatura sobre o fenômeno foi cotejada com as entrevistas com vistas a compreender os imbricamentos do empreender durante a pandemia de Covid-19, o que trouxe elucidações bem como apontou lacunas para pesquisas futuras.

Entre as limitações da investigação destaca-se que se trata de um exemplar preliminar que carece de novas evidências que demonstrem sua robustez e efetividade ou proponham ajustes ao modelo apresentado. Também se situa entre as limitações do estudo a baixa representatividade de homens na amostra e a pouca variação etária dos participantes, o que demanda por estudos ulteriores verificando de que forma o processo de “tornar-se(r) empreendedor” ocorre em outras populações e contextos. Igualmente, é benéfica a inclusão de diferentes setores e tamanhos de empreendimentos, tendo em vista que a maior parte dos negócios empreendidos pelos profissionais participantes do estudo se caracterizava como micro empreendedorismo por meio de atividades de prestação de serviço, relações de trabalho autônomas e negócios locais. Sugere-se também a investigação de negócios específicos relacionados com a profissão de psicólogo com vistas a aprofundar as idiosincrasias desses empreendedores. Outro tópico relevante na agenda de pesquisa é a investigação de aspectos relacionados à interseccionalidade, aprofundando questões relativas a gênero, preconceito e minorias. Por fim, é preciso delimitar que as condições de geração e manutenção de negócios antes e pós-pandemia se alteraram e continuarão sofrendo modificações constantes à medida que os protocolos de biossegurança, convivência social e intervenções econômicas se desdobrem na realidade atual. Neste contexto, “tornar-se(r) empreendedor”, como um processo de adaptação e reinvenção nesta

realidade de maior incerteza, presta-se como um recurso a ser aplicado e investigado entre empreendedores para superação das dificuldades pessoais e de geração de negócios em contextos de pandemia.

Referências

- Abilio, L. C. (2019). Uberização: do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. *Psicoperspectivas*, 18(3), 1-11.
- Antunes, R. (2018). *O privilégio da Servidão: um novo proletariado de serviços na era digital*. Boitempo.
- Amankwah-Amoah, J., Khan, Z., & Wood, G. (2021). Covid-19 and business failures: the paradoxes of experience, scale, and scope for theory and practice. *European Management Journal*, 39(2), 179-184.
- Assunção, A. G., Queiroz, F. A., Costa, R. A. T. (2017). As variáveis necessidade e oportunidade e as suas influências na abertura de micro e pequenas empresas: um estudo de campo no centro comercial de Macapá-Ap. *Saber Humano*, 7(10), 126-143.
- Araújo, I. S. de & Brandão, V. B. G. (2021). Trabalho e renda no contexto da pandemia de Covid-19 no Brasil. *Revista Práxis*, 18(2), 97-111.
- Audretsch, D. B., Keilback, M. C., & Lehmann, E. E. (2006). *Entrepreneurship and economic growth*. Oxford University Press.
- Baggio, A. F. & Baggio, D. K. (2014). Empreendedorismo: conceitos e definições. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1), 25-38.
- Bandeira, P. B., Amorim, M. V., & Oliveira, M. Z. D. (2020). Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, 20(3), 1105-1113.
- Bardin L. (2011). *Análise de conteúdo*. Lisboa, Portugal: Edições 70; LDA.
- Barlach, L. (2011). Empreendedorismo ou profissão: um desafio para orientadores(as). *Revista Brasileira de Orientação Profissional*, 2(1), 119-125.

- Borges, C., Filion, L. J., & Simard, G. (2008). Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas. *RAM*, 9(8), 39-63. <https://www.scielo.br/pdf/ram/v9n8/a04v9n8.pdf>
- Brasil. Ministério da Saúde. (2020). *Boletim Epidemiológico Especial: doença pelo coronavírus 2019*, 7(s.n.), 1-28. Centro de Operações de Emergências em Saúde Pública: Brasília, 6 de abril de 2020. <https://portalarquivos.saude.gov.br/images/pdf/2020/April/06/2020-04-06-BE7-Boletim-Especial-do-COE-Atualizacao-da-Avaliacao-de-Risco.pdf>
- Brem, A., Nylund, P., & Viardot, E. (2020). The impact of the 2008 financial crisis on innovation: a dominant design perspective. *Journal of Business Research*, 110(1), 330-369.
- Campos, C. J. G. (2004). Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. *Revista Brasileira de Enfermagem*, Brasília, 57(5), 611-614. <http://www.scielo.br/pdf/reben/v57n5/a19v57n5.pdf>
- Campos, G. W. de S. (2020). O pesadelo macabro da Covid-19 no Brasil: entre negacionismos e desvarios. *Trabalho, Educação e Saúde*, 18(3), 1-5.
- Caputo, A., Marzi, G., Pellegrini, M. M., & Rialti, R. (2018). Conflict management in family businesses. *International Journal of Conflict Management*, 29(4), 520-542.
- Carvalho, F., Leão, A. L., & Teixeira, R. M. (2012). Empreendedorismo jovem: perfil e motivações de empreendedores em Aracaju, Sergipe. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração (RPCA)*, 6(4), 124-143. <https://periodicos.uff.br/pca/article/view/11112>
- Clough, D. R., Fang, T. P., Vissa, B., & Wu, A. (2019). Turning lead into gold: how do entrepreneurs mobilize resources to exploit opportunities? *Academy of Management Annals*, 13(1), 240-271.
- Coelho-Lima, F. & Bendassolli, B., F. (2020). Trabalhadores e trabalhadoras na informalidade: intervenções possíveis. *Associação Brasileira de Psicologia Organizacional e do Trabalho (SBPOT)*, 2(s.n.), 35-44. <https://www.sbpot.org.br/publicacoes>
- Constantino, H. & Neumeyer, A. (2020). A conceptual framework for analyzing the economic impact of Covid-19 and its policy implications. *UNDP LAC Covid-19 Policy Documents Series*, 1(1), 1-19. <https://www.latinamerica.undp.org/content/rblac/en/home/>

- Cortez, P. A. & Veiga, H. M. S. (2018). Características pessoais dos empreendedores: clarificação conceitual dos construtos e definições da literatura recente (2010-2015). *Estudos Interdisciplinares em Psicologia*, 9(3), 58-79.
- Cortez, P. A. & Veiga, H. M. S. (2019). Intención emprendedora en la universidad. *Ciencias Psicológicas*, 13(1), 134-149.
- Cortez, P. A., Veiga, H. M. S., & Salvador, A. P. (2019). Impacto de personalidade e empresas juniores para estimular potenciais empreendedores. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 71(2), 179-192.
- Cortez, P. A., Veiga, H. M. S., & Sousa, J. C. (2019). Evidencia de validez a través de la estructura interna para escala de actitud emprendedora (ATEBr). *Revista Brasileira de Orientação Profissional*, 20(1), 90-101.
- Cotrim Jr, D. G. & Cabral, L. M. de S. (2020). Ações do Governo Federal no combate à coronacrise: limites, insuficiências e escassos acertos. *Physis: Revista de Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, 30(2), 1-22.
- Fontenele, R. E. S. (2010). Empreendedorismo, competitividade e crescimento econômico: evidências empíricas. *Revista de Administração Contemporânea*, 14(s.n.), 1094-1112.
- Fontanella, B. J. B. & Magdaleno Jr, R. (2012). Saturação teórica em pesquisas qualitativas: contribuições psicanalíticas. *Psicologia em Estudo*, 17(1), 63-71.
- Fontanella, B. J. B., Ricas, J., & Turato, E. R. (2008). Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas. *Cadernos de Saúde Pública*, 24(1), 17-27. <https://www.scielo.br/pdf/csp/v24n1/02.pdf>
- Guimarães, C. P., Oliveira, Q. K. H. de, Dimas, M. de S., & Corrêa, T. M. de M. (2022). O empreendedorismo no contexto da Covid-19: necessidade, oportunidade e solidariedade. *Revista Pensar Acadêmico*, 20(1), 93-105.
- Handcock, M. S. & Gile, K. J. (2011). On the concept of snowball sampling. *Sociological Methodology*, 41(1), 367-371.
- Ilo. International Labor Organization. *Ilo Monitor: Covid-19 and the world of work. Second Edition. Updated estimates and analysis*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_740877.pdf

- Jafari-Sadeghi, V. (2020). The motivational factors of business venturing: opportunity versus necessity? A gendered perspective on European countries. *Journal of Business Research*, 113(s.n.), 279-289.
- Kallio, H., Pietilä, A. M., Johnson, M., & Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: developing a framework for a qualitative semi-structured interview guide. *Journal of Advanced Nursing*, 72(12), 2954-2965.
- Ketchen Jr, D. J. & Craighead, C. W. (2020). Research at the intersection of entrepreneurship, supply chain management, and strategic management: Opportunities highlighted by Covid-19. *Journal of Management*, 46(8), 1330-1341.
- Kuckertz, A., et al. (2020). Startups in times of crisis: a rapid response to the Covid-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 13(1), e00169.
- Mansoori, Y. & Lackeus, M. (2019). Comparing effectuation to discovery-driven planning, prescriptive entrepreneurship, business planning, lean startup, and design thinking. *Small Business Economics*, 54(1), 1-28. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-019-00153-w>
- Martins, L. P., Veiga, H. M. S., & Cortez, P. A. (2020). Motivações e dificuldades vivenciadas por jovens empreendedores: estudo qualitativo. *Revista de Psicologia*, 11(2), 60-70.
- Nassif, V. M. J., Corrêa, V. S., & Rossetto, D. E. (2020). Estão os empreendedores e as pequenas empresas preparadas para as adversidades contextuais? Uma reflexão à luz da pandemia do covid-19. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de pequenas empresas (Regepe)*, 9(2), 1-12.
- OIT. Organização Internacional do Trabalho. (2020). *Ilo Monitor: Covid-19 and the world of work*, 07/04/2020. Second Edition. Updated estimates and analysis. https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/WCMS_740877/lang--en/index.htm
- Packard, M. D., Clark, B. B., & Klein, P. G. (2017). Uncertainty types and transitions in the entrepreneurial process. *Organization Science*, 28(5), 840-856.
- Patias, N. D. & Von Hohendorff, J. (2019). Critérios de qualidade para artigos de pesquisa qualitativa. *Psicologia em Estudo*, 24(s.n.), 1-14.
- Praun, L. (2020). A espiral da destruição: legado neoliberal, pandemia e precarização do trabalho. *Trabalho, Educação e Saúde*, 18(3), 1-8.

- Puente, R., González Espitia, C. G., & Cervilla, M. A. (2019). Necessity entrepreneurship in Latin America: it's not that simple. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(9-10), 953-983.
- Ramos, G. J. C., Albuquerque, W. F., Ribeiro, H. G. R. A., & Souza, J. A. N. (2020). Empreendedorismo, crescimento econômico e desemprego: um estudo empírico no estado do rio grande do norte. *RAU Revista de Administração (Unimep)*, 18(2), 98-122. <http://www.raunimep.com.br/ojs/index.php/rau/article/view/1664>
- Ratten, V. & Jones, P. (2020). Entrepreneurship and management education: exploring trends and gaps. *The International Journal of Management Education*, 100431.
- Rauch, A., Fink, M., & Hatak, I. (2018). Stress processes: an essential ingredient in the entrepreneurial process. *Academy of Management Perspectives*, 32(3), 340-357.
- Ribeiro, J., Souza, F., & Lobão, C. (2018). Editorial: Saturação da Análise na Investigação Qualitativa: quando parar de recolher dados? *Revista Pesquisa Qualitativa*, 6(10), 3-12 Recuperado de: <https://editora.sepq.org.br/index.php/rpq/article/view/213/111>
- Richardson, R. J. et al. (1989). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 2. ed. São Paulo: Atlas.
- Sanches, C. C., Moraes, L. P. (2020). *Economia Solidária e o ecossistema empreendedor solidário: o caso de Araraquara (SP)*. <http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/10002>
- Sandelowski, M. & Barroso J. (2003). Writing the proposal for a qualitative research methodology project. *Qualitative Health Research*, 13(6), 781-820.
- Sharma, P. et al. (2020). Managing uncertainty during a global pandemic: an international business perspective. *Journal of Business Research*, 116(1), 188-192.
- Silva, D. S., Veiga, H. M. S., & Cortez, P. A. (2021). Motivações, desafios e dificuldades vivenciados por psicólogos empreendedores: um estudo qualitativo. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 41(especial 2), 1-13.
- Silva, C. L., Silva, E. L., Sousa, C. V., & Nick, A. G. (2020). Motivações para empreender: um estudo com mulheres empreendedoras. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, 5(4), 148-172. <http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/400/361>

- Souza, G. H. S. de, Lima, N. C., Coelho, J. A. P. de M., & Jardim, A. C. G. de S. (2023). Expectativas empresariais frente ao início da pandemia da Covid-19: evidências empíricas no Brasil. *Entrepreneurship and Small Business Journal (Regepe)*, 12(2), e2240.
- Vale, G. M. V. (2014). Empreender: origens, concepções teóricas, dispersão e integração. *Revista de Administração Contemporânea (RAC)*, 18(6), 874-891.
- Vale, G. M. V., Corrêa, V. S., & Reis, R. F. (2014). Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? *Revista de Administração Contemporânea (RAC)*, 18(4), 311-327.
- Veiga, H. M. S., Cortez, P. A., Miranda, B. M., & Castro Junior, A. F. (2020). Intenção empreendedora: análise do poder preditivo do perfil empreendedor e dos valores relativos ao trabalho. *Interação em Psicologia*, 24(2), 164-177.
- Veiga, H. M. S., Demo, G., & Neiva, E. R. (2017). The psychology of entrepreneurship. In E. R. Neiva, C. Vaz Torres, & H. Mendonça (eds.), *Organizational psychology and evidence-based management: What science says about practice* (p. 135-155). Springer International Publishing AG.
- Winston, (2020). Is the Covid-19 outbreak a swan or the new normal? *MIT Sloan Management Review*, 1(2), 1-6. <https://sloanreview.mit.edu/article/is-the-covid-19-outbreak-a-black-swan-or-the-new-normal/>
- WHO. World Health Organization (2022). *Coronavirus Disease 2019 (Covid-19): Dashboard*. <https://covid19.who.int/>
- Wren-Lewis, S. (2020). The economic effects of a pandemic. In R. Baldwin, & B. W. di Mauro (orgs.). *Economics in the Time of Covid-19*. Centre for Economic Policy Research, London. <https://voxeu.org/system/files/epublication/COVID-19.pdf>
- Zahra, S. A. (2021). International entrepreneurship in the post Covid world. *Journal of World Business*, 56(1), 101-143.
- Zwan, P., Thruik, R., Verheul, I., & Hessels, J. (2016). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6(3), 273-295. <https://repub.eur.nl/pub/101585/>