

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE CAMPINAS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO EMPRESARIAL

MURIEL NASCIMENTO DE CAMPOS

**EMPREENDEDORISMO PÓS-PANDEMIA DA COVID-19
NA CIDADE DE HORTOLÂNDIA**

CAMPINAS/SP
2025

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE CAMPINAS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO EMPRESARIAL

MURIEL NASCIMENTO DE CAMPOS

**EMPREENDEDORISMO PÓS-PANDEMIA DA COVID-19
NA CIDADE DE HORTOLÂNDIA**

Trabalho de Graduação apresentado por Muriel Nascimento de Campos, como pré-requisito para a conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial, da Faculdade de Tecnologia de Campinas, elaborado sob a orientação do Professor Aparecido Carlos Bega Junior.

CAMPINAS/SP
2025

FICHA CATALOGRÁFICA

FICHA CATALOGRÁFICA CEETEPS - FATEC Campinas - Biblioteca

Catálogo-na-fonte: Bibliotecária: Aparecida Stradiotto Mendes – CRB8/6553

TG GE 25.1

C198e

CAMPOS, Muriel Nascimento de
Empreendedorismo pós pandemia da covid-19 na cidade de Hortolândia. Muriel Nascimento de Campos. Campinas, 2025.
66 p.; 30 cm.

Trabalho de Graduação do Curso de Gestão Empresarial
Faculdade de Tecnologia de Campinas.
Orientador: Prof. Esp. Aparecido Carlos Bega Junior.

1. Análise. 2. Economia. 3. Empreendedorismo. 4. Gestão.
5. Hortolândia. I. Autor. II. Faculdade de Tecnologia de Campinas. III.
Título.

CDD 658.42

FOLHA DE APROVAÇÃO

MURIEL NASCIMENTO DE CAMPOS

**EMPREENDEDORISMO PÓS-PANDEMIA DA COVID-19 NA
CIDADE DE HORTOLÂNDIA**

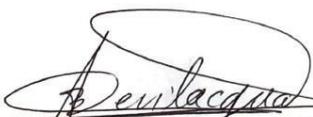
Trabalho de Graduação apresentado como pré-requisito para conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial, pela Faculdade de Tecnologia de Campinas – FATEC Campinas.

Campinas, 02 de julho de 2025.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Esp. Aparecido Carlos Bega Júnior – orientador
Fatec Campinas



Prof. Me. Argemiro Bevilacqua
Fatec Campinas



Prof. Me. Vania Cristiane Sula de Oliveira
Fatec Campinas

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus pela minha vida, saúde e disposição, cujo quais me permitiram estar firme durante todo o processo de conclusão do curso. Também agradeço ao meu esposo Guilherme Fernando Mundeque, que foi essencial durante esses dois anos e meio de graduação, pelo qual me possibilitou ter o meio de transporte para a Fatec Campinas, pois não havia outra opção de locomoção. Sem ele, eu não teria chegado até aqui.

Agradeço aos meus pais Salomão Antunes e Cleide do Nascimento que acreditaram e me incentivaram nessa formação.

Agradecimento mais que especial ao meu orientador e professor Aparecido Carlos Bega Junior, por ter acreditado na minha ideia e aceitar me orientar na preparação desse trabalho de graduação. Agradeço a paciência, dedicação e carinho que possui em ajudar os alunos, (não é à toa que é o professor mais homenageado e querido da Fatec).

Agradeço também a todos os demais professores que tive durante os semestres pois me ensinaram muitas coisas importantes, colaborando para o meu desenvolvimento profissional, e a Fatec Campinas pela estrutura, apoio e estímulo para com os alunos.

DEDICATÓRIA

Dedico o meu trabalho de graduação a todos os empreendedores do nosso país, em especial aos empreendedores da cidade de Hortolândia - SP, pois contribuem para a economia e crescimento da cidade em que moro atualmente.

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo identificar e analisar o fenômeno do empreendedorismo na cidade de Hortolândia, impulsionado pelos efeitos econômicos da pandemia da Covid-19. Com o aumento significativo do desemprego, muitos trabalhadores encontraram no empreendedorismo uma alternativa para geração de renda, buscando evitar dificuldades financeiras e pessoais. Após essa iniciativa, foi possível observar o desenvolvimento de novas competências profissionais, além da superação de barreiras como o medo, a incerteza e o julgamento social. O estudo apontou que, ainda que empreender represente um desafio, trata-se de um caminho viável e escalável. Com planejamento, conhecimento e resiliência, é possível que uma organização se mantenha ativa mesmo diante de crises econômicas. A metodologia aplicada se baseou na pesquisa semiestruturada, com abordagem qualitativa e quantitativa. Os dados foram coletados por meio da aplicação de um questionário direcionado a empreendedores da cidade, totalizando 10 participantes.

Palavras-chave: Análise; Economia; Empreendedorismo; Gestão; Hortolândia.

ABSTRACT

The present work aimed to identify and analyze the phenomenon of entrepreneurship in the city of Hortolândia, driven by the economic effects of the COVID-19 pandemic. With the significant increase in unemployment, many workers found entrepreneurship as an alternative to generate income, seeking to avoid financial and personal difficulties. After this initiative, it was possible to observe the development of new professional skills, in addition to overcoming barriers such as fear, uncertainty and social judgment. The study shows that, although entrepreneurship represents a challenge, it is a viable and scalable path. With planning, knowledge and resilience, it is possible for an organization to remain active even in the face of economic crises. The methodology applied was based on semi-structured research, with a qualitative and quantitative approach. Data were collected through the application of a questionnaire directed to entrepreneurs in the city, totaling 10 participants.

Keywords: Analysis; Economy; Entrepreneurship; Management; Hortolândia.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Centro da cidade de Hortolândia.....	24
Figura 2 – Shopping Hortolândia.....	24
Figura 3 - Letreiro da cidade na praça Poderosa	25
Figura 4 - Praça A Poderosa	26
Figura 5 - Motivação sobre a área do negócio.....	38
Figura 6 - Aprendizados ao empreender.....	45
Figura 7 – Sugestões e conselhos dos empreendedores	46

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixa etária	31
Gráfico 2 – Gênero.	32
Gráfico 3 - Escolaridade	33
Gráfico 4 - Criatividade e inovação.	33
Gráfico 5 - Curso para ser um empreendedor.	34
Gráfico 6 - Ano de fundação do empreendimento.	35
Gráfico 7 - Natureza jurídica	35
Gráfico 8 - Motivos para abrir o próprio negócio.....	36
Gráfico 9 - Setor do empreendimento.	37
Gráfico 10 - Estudo de mercado.	38
Gráfico 11 - Experiência na área.....	39
Gráfico 12 - Apoio no início do negócio.	40
Gráfico 13 - Percepção sobre a crise no setor do negócio.	40
Gráfico 14 - Desafios ao abrir o negócio.	41
Gráfico 15 - Estratégias utilizadas durante a crise	42
Gráfico 16 - Economia local	43
Gráfico 17 - Comportamento dos consumidores	44
Gráfico 18 - Visão sobre o negócio.	44

LISTA DE ABREVIACÕES

IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
SEBRAE	Serviço Brasileiro de apoio às micros e pequenas empresas
TCU	Tribunal de Contas da União
PIB	Produto Interno Bruto
FMI	Fundo Monetário Internacional
JUCESP	Junta Comercial do Estado de São Paulo
UTI	Unidade de Terapia Intensiva
BEm	Benefício Emergencial de Preservação do Emprego e da Renda
EPIs	Equipamento de Proteção Individual
PRONAMPE	Programa Nacional de apoio às microempresas e empresas de pequeno Porte
PEAC	Programa Emergencial de acesso a crédito
ESPIN	Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional
CAGED	Cadastro Geral de Empregados e Desempregados
ACIC	Associação Comercial e Industrial de Campinas
RMC	Região Metropolitana de Campinas
IDHM	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
CLP	Centro de Lideranças Políticas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO	10
1.2 JUSTIFICATIVA/PROBLEMÁTICA	11
1.3 OBJETIVOS	12
1.3.1 Objetivo Geral	12
1.3.2 Objetivos Específicos	12
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	13
2.1 IMPACTO DA COVID-19 NA ECONOMIA	13
2.1.1 Efeitos da pandemia na economia Global	13
2.1.2 Consequências econômicas da Covid-19 no Brasil	14
2.1.3 Impactos econômicos da pandemia na Cidade de Hortolândia.....	16
2.2 EMPREENDEDORISMO	17
2.2.1 Definições e conceitos	17
2.2.2 Tipos e características dos Empreendedores.....	18
2.2.2 Motivação para empreender	20
2.3 CIDADE DE HORTOLÂNDIA	22
2.3.1 Hortolândia	22
2.3.2 Empreendedorismo na cidade de Hortolândia	26
3 MATERIAIS E MÉTODOS	28
3.1 Materiais.....	28
3.2 Métodos.....	28
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	31
4 CONCLUSÃO	47
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
APÊNDICE	54
Apêndice A – Questionário.	54
ANEXO	61
Anexo A – Declaração de Autoria	61
Anexo B – Banca Examinadora	62

1 INTRODUÇÃO

Neste trabalho de graduação foi abordado como foco principal o empreendedorismo exercido na cidade de Hortolândia após a crise provocada pela pandemia da Covid-19, que teve início em 2020. Foram analisados os fatores relacionados à crise sanitária e econômica decorrentes do Corona vírus, incluindo a economia global, a economia local do Brasil e de Hortolândia, o desemprego, a geração de novos empregos e renda, bem como o empreendedorismo e as motivações que levaram as pessoas a se tornarem novos empreendedores.

Como base para este estudo, foram analisadas empresas que iniciaram suas atividades a partir de 2020, um período marcado por extrema incerteza e volatilidade devido à crise provocada pela pandemia da Covid-19. Essas empresas, que conseguiram não apenas sobreviver, mas também prosperar em um cenário tão desafiador, ofereceram um rico campo de investigação.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

O ano de 2020 ficou marcado pela eclosão de uma crise global sem precedentes, provocada pela pandemia de Covid-19. Com o fechamento de comércios, a queda na demanda por diversos serviços e produtos e a aceleração do desemprego, muitos moradores da cidade de Hortolândia enfrentaram desafios significativos para manter suas atividades e gerar renda. Entretanto, esse período de crise também trouxe algo positivo: o aumento do empreendedorismo. Impulsionados pela necessidade de se reinventar e diante das dificuldades econômicas, muitos indivíduos da cidade passaram a enxergar no empreendedorismo uma alternativa para garantir sua subsistência e até mesmo prosperar. A criação de novos negócios, especialmente nas áreas de serviços digitais e comércio eletrônico, tornou-se uma resposta criativa às adversidades trazidas pela pandemia.

Isso posto, este trabalho de graduação se propôs a analisar como o empreendedorismo se manifestou em Hortolândia após a crise provocada pela pandemia, com foco em empresas que iniciaram suas atividades a partir de 2020. Após um estudo detalhado dessas empresas, foi possível compreender as motivações que levaram esses novos empreendedores a se arriscar em um cenário marcado pela incerteza, como também as estratégias adotadas para superar os desafios impostos pela crise. O estudo buscou, ainda, entender os impactos desse movimento empreendedor na economia local, analisando como esses negócios contribuíram para a geração

de empregos, a criação de novas oportunidades de renda e as mudanças no comportamento econômico da cidade após a pandemia.

1.2 JUSTIFICATIVA/PROBLEMÁTICA

A pandemia de Covid-19, iniciada em 2020, afetou a economia mundial de forma significativa, trazendo com ela preocupações, incertezas e a escassez de recursos em diversas áreas do mundo. Muitos trabalhadores se viram desempregados e sem perspectivas claras. Em 2021, segundo dados fornecidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a taxa de pessoas desempregadas ultrapassou os 15,2 milhões no primeiro trimestre. Embora algumas pessoas e empresas tenham recebido auxílio financeiro do governo federal, e segundo o presidente do SEBRAE, Carlos Melles, apenas 15% das micros e pequenas empresas receberam de fato essa ajuda. Sendo que 50% dos micros e pequenos empresários nem sequer tentaram recorrer a esse auxílio em favor das dificuldades burocráticas que enfrentariam, os outros 50% restante que procuraram ajuda, apenas 22% obtiveram sucesso, ou seja, 15% do total.

As empresas que não foram contempladas, enfrentaram grandes dificuldades para a sua manutenção e permanência, e muitas delas tiveram que ser fechadas. No segundo trimestre de 2020, a pandemia foi responsável pelo fechamento de 39,4% das empresas de diversos segmentos e porte no país. Entre os setores que foram atingidos estão, a indústria com 35,1%, a construção com 37%, o comércio com 40,9% e serviços com 39,4%. No geral, a pandemia da covid-19 causou impacto negativo para 70% das empresas em funcionamento.

Nesse cenário, muitos foram obrigados a tomar atitudes emergenciais para garantir a sobrevivência e o sustento de suas famílias. Incapazes de retornar ao mercado de trabalho formal (não por opção), diversas pessoas escolheram por empreender, muitas vezes como a única alternativa viável. Com isso, diante da crise econômica e do desemprego gerados pela pandemia, o empreendedorismo emergiu como uma solução necessária para muitos brasileiros, especialmente aqueles que perderam suas fontes de renda. Este estudo buscou compreender como essas iniciativas empreendedoras se estruturaram e prosperaram em meio à adversidade, oferecendo lições valiosas para o enfrentamento de outras crises que possam surgir.

Diante de tal cenário, a pesquisa buscou entender as motivações e as estratégias adotadas pelos empreendedores da cidade de Hortolândia, bem como os impactos desse movimento na economia da cidade.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste trabalho foi analisar o impacto do empreendedorismo na cidade de Hortolândia após a crise provocada pela pandemia de Covid-19, com foco em empresas que surgiram entre os anos 2020 e 2022 e conseguiram se manter ativas durante e após essa crise, identificando os fatores que contribuíram para o sucesso dessas iniciativas.

1.3.2 Objetivos Específicos

Para alcançar o objetivo geral deste trabalho, foi necessário dividi-lo em etapas específicas, abordando cada aspecto de forma detalhada e sistemática, conforme abaixo:

- Analisar como a pandemia de Covid-19 afetou a economia global, brasileira e de Hortolândia, e o impacto dessas mudanças no mercado de trabalho e no empreendedorismo local.
- Investigar as empresas MEIs e Micros que foram fundadas na cidade de Hortolândia entre os anos de 2020 e 2022;
- Compreender as motivações e circunstâncias que levaram esses empreendedores a iniciarem seus negócios em um período de crise por meio de entrevistas e questionários específicos; e
- Avaliar a relevância dessas empresas para a economia local de Hortolândia.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 IMPACTO DA COVID-19 NA ECONOMIA

2.1.1 Efeitos da pandemia na economia Global

A pandemia do Covid-19 estremeceu a humanidade e cerceou a economia mundial gerando a maior crise sanitária e econômica global em mais de cem anos, de acordo com dados dos relatórios de desenvolvimento mundial do *The World Bank*.

O choque na economia afetou diversos setores e produções, faltaram insumos e materiais em diversas fabricas, prejudicando o comércio em geral.

De 2020 a 2021 a economia mundial não avançou em escalas significativas, exceto para as indústrias farmacêuticas. A empresa *Pfizer* (2022) umas das farmacêuticas a criar e comercializar a vacina para covid-19 e o medicamento antiviral Paxlovid, divulgou em seu site o seu faturamento de US\$81,3 bilhões em 2021.

Em 2022, o cenário começou a mudar após a pressão popular para a necessidade da reabertura do comércio e o retorno às atividades remuneradas.

Durante o período de quarentena, as pessoas que ficaram desempregadas e sem auxílio financeiro precisaram criar uma renda para sobreviver, muitas começaram seu próprio negócio por necessidade e outras aproveitaram um *hobby* para fazer uma renda extra, sendo o setor alimentício um dos mais exercidos nessa temporada.

Mesmo com a redução da produção de alimentos e do poder de compra, e aumento dos preços, o setor alimentício não estagnou, pois, a alimentação é essencial para o ser vivo.

Uma economia estável é fundamental para a recuperação de diversos setores do país, além do controle dos fatores que podem agravar a situação como, as dívidas públicas, baixo investimento, baixo percentual de empresas ativas, altas taxas de desemprego etc.

Países mais desenvolvidos economicamente podem colaborar financeiramente com outros países menos desenvolvidos e mais afetados. De acordo com a Embaixada (2021) e consulados dos EUA no Brasil, o Brasil recebeu do governo e setor privado dos Estados Unidos, uma ajuda financeira no valor de mais de US\$ 76 milhões (R\$ 418 milhões), além da doação de equipamentos de saúde, alimentos, produtos de higiene e proteção individual, projetos de apoio a empreendedores, inteligência artificial e combate às informações falsas.

Apesar dos impactos socioeconômicos negativos causados pela crise da covid-19, dentre os países emergentes, o Brasil teve um dos maiores programas de combate ao

coronavírus. Segundo o Portal da Transparência (2020), o Governo Federal teve muitas iniciativas no sentido de atenuar a crise da pandemia, mediante o auxílio emergencial, apoio a micro e pequenas empresas, apoio à folha de pagamento, distribuição de equipamentos hospitalares e Equipamentos de Proteção Individual (EPIs), entre outros. Conforme o Tribunal de Contas da União (TCU) (2021) sob relatoria de Bruno Dantas, nos anos de 2020 a 2021, a crise da pandemia do covid-19 custou R\$ 597,6 bilhões aos cofres federais.

2.1.2 Consequências econômicas da Covid-19 no Brasil

No Brasil, a crise se expandiu por cidades de todo o país, algumas cidades tiveram um impacto negativo menor como as metrópoles e suas regiões, e outras, maior, como as cidades de interior, principalmente dos estados do norte e nordeste devido a geografia, população e economia local. Durante a pandemia, cada Governo Estadual do país implantou suas próprias regras para todo o território de seu estado, a fim de minimizar a contaminação da covid-19.

Conforme dados do IBGE (2020), o país registrou uma queda de 3,3% no Produto Interno Bruto (PIB) em 2020 devido à pandemia da Covid-19.

No estado de São Paulo, em 22 de março de 2020 o Governo Estadual estabeleceu medidas restritivas com o decreto N° 64.881 que determinou a quarentena para todo o território do estado de São Paulo, e se estendeu até o dia 16 de agosto de 2021. Com isso, muitos trabalhadores foram demitidos, empresas foram fechadas ou faliram, e outras se mantiveram com a ajuda do auxílio financeiro do governo federal, realizando atendimento e vendas por meio digitais como sites e redes sociais (*Instagram, Facebook* e outros). Poucas áreas não pararam suas atividades por serem consideradas essenciais para a população, como o abastecimento (supermercados), saúde, segurança e logística (caminhoneiros, correios, entregadores e motoboys).

De acordo com a Fundação Seade, em 2020, o estado de São Paulo registrou um crescimento de 0,4% no PIB mesmo em meio as dificuldades da crise sanitária. Segundo dados do Fundo Monetário Internacional (FMI), a economia mundial recuou em média 3,5% no mesmo ano.

O resultado positivo da cidade de São Paulo se deve as ações executadas pelo governo do estado em razão da atração de investimentos para promover o crescimento da cidade. Conforme dados do Seade (2020) o estado já havia registrado crescimento acima da média nacional em 2019, com 2,2% pontos, enquanto o Brasil registrou 1,4%.

O desempenho possibilitou maior força para o enfrentamento e combate da crise com uma recuperação rápida.

Os dados apresentados pelo secretário da Fazenda e Planejamento, Henrique Meirelles, demonstram que houve significativa recuperação, de 9,8%, a partir do terceiro trimestre, após retração de 6,3% no segundo trimestre. O desempenho geral foi direcionado pelo setor de serviços e tecnologia, que representa 77% da economia e cresceu 1,8% no ano.

Ainda em 2020, a Junta Comercial do Estado de São Paulo (JUCESP) teve o melhor saldo líquido no quesito “abertura de empresas” em São Paulo desde 2013. Foram abertas 224.153 empresas com o saldo líquido de 15% maior que o registrado em 2019. Com a isenção da taxa de abertura de empresas durante o período entre os dias 25 de agosto e 03 de outubro sendo um fator benéfico para os empreendedores.

A Casa Civil (Governo Federal) divulgou em seu site em 2021, uma lista com ações realizadas pelo Governo Federal para mitigar os efeitos da pandemia da Covid-19 em todo país, em prol da vida e preservação de empregos, como:

- Foram disponibilizados, em 2020, R\$ 113,4 bilhões para transferências fundo a fundo aos Estados, aos Municípios e ao DF (Distrito Federal), dos quais R\$ 33,2 bilhões especificamente para o enfrentamento da Covid-19.
- Autorizados em 2021, 17.749 leitos de UTI, com investimento de R\$ 1,1 bilhão.
- Distribuídos mais de 357,8 milhões de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs).
- Disponibilizados 16.966 ventiladores pulmonares, pelo Ministério da Saúde.
- Contratação de mais de 562 milhões de doses de vacinas até o final deste ano que permitem a vacinação de toda a população que for voluntária.
- Envio de 38,8 mil m³ de oxigênio hospitalar em estado gasoso (para envasamento em cilindros) e mais 1,2 milhão de m³ do gás em estado líquido (destinados a isotanques, entre outros tipos de envases).
- Abertura de crédito extraordinário de R\$ 20 bilhões (MP 1015/2020) para vacinação.
- Auxílio Emergencial pago para 67,9 milhões de brasileiros em vulnerabilidade social.
- Digitalização de quase 700 serviços públicos federais durante a pandemia da Covid-19.

- Cerca de 10 milhões de empregos preservados mediante mais de 20 milhões de acordos trabalhistas, por meio do Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda (BEm).
- Até 4 de janeiro de 2021, o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Pronampe) já havia concedido crédito para mais de 500 mil empresas, com investimento de mais de R\$ 37 bilhões. A MP 975/2020 (Convertida na Lei nº 14.042, de 2020) criou o Programa Emergencial de Acesso a Crédito (PEAC) para empresas de pequeno e médio portes, sendo disponibilizados mais de R\$ 92 bilhões em crédito.
- Repatriados mais de 27,5 mil brasileiros de 107 países.

O Ministério da Saúde declarou o fim da Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional (ESPIN) sobre a Covid-19 com a assinatura da portaria que oficializa o término realizada no dia 22 de abril de 2022 pelo Ministro da Saúde Marcelo Queiroga.

2.1.3 Impactos econômicos da pandemia na Cidade de Hortolândia

Apesar do cenário economicamente preocupante provocado pela pandemia do covid-19, a cidade de Hortolândia, interior do estado de São Paulo, se manteve firme durante a crise, preservando alta a taxa de empregos e renda entre a população.

Em 2020, durante a quarentena, a cidade fechou o ano com saldo positivo de 456 novos empregos, segundo dados fornecidos pelo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) e divulgados pelo Ministério da Economia. Para a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Trabalho, Turismo e Inovação, este resultado é consequência do trabalho da prefeitura para mitigar os efeitos da pandemia na economia do município, com a manutenção de diálogo constante com os setores econômicos da cidade, como comércios e serviços, avaliando, orientando e buscando soluções para as demandas e dificuldades enfrentadas no momento.

No mesmo ano, a cidade conquistou a rede atacadista Assaí, que inaugurou sua loja em setembro, com geração de cerca de 350 vagas de emprego. Além disso, Hortolândia apareceu no ranking de “As 100 melhores cidades para fazer negócios”, elaborado pela empresa *Urban Systems* para a revista *Exame*, ocupando a 2ª posição no segmento *Comércio* e no segmento *Serviços*, ganhou a 9ª posição. O que trouxe destaque para a cidade no cenário econômico nacional. Esse ranking abrangeu 326 cidades do país com população de mais de 100 mil

habitantes, de acordo com a estimativa do ano passado, conforme apontado pelo IBGE, órgão do governo federal.

Entre os meses de janeiro a junho, Hortolândia teve 267 aberturas de novas empresas, enquanto 210 empresas fecharam as portas.

Já no primeiro semestre de 2021, a cidade conquistou 1.065 novas aberturas de empresas, em contrapartida de 322 que encerram as atividades, segundo a análise do Departamento de Economia da Associação Comercial e Industrial de Campinas (ACIC), com base em dados da Junta Comercial do Estado de São Paulo (JUCESP).

2.2 EMPREENDEDORISMO

2.2.1 Definições e conceitos

A palavra “empreendedor” tem origem francesa, que traduzida para o idioma fica “*entrepreneur*”. No século XII, a palavra “empreendedor” era associada a “aquele que incentivava brigas”, já no século XVI, descrevia um indivíduo que assumia responsabilidades e dirigia uma ação militar. Porém, ao final do século XVII e início do século XVIII, foi que o termo foi utilizado para fazer referência à pessoa que criava e conduzia um negócio ou empreendimento.

Estudiosos como Schmidt e Bohnenberger (2009) fizeram importantes considerações sobre a origem da palavra por meio de pesquisas, revelando que a palavra “empreender” tem origem do latim medieval, de séculos anteriores ao XV, e seu significado seria “empresa que é muito esforçada, que produz” ou “pôr em execução”. Com base nos estudos de Fillion (1999), é possível perceber que a descrição do termo empreendedor varia de século a século.

A definição da palavra “empreendedorismo” sofreu alterações ao longo do tempo e por se tratar de um termo muito vasto, ainda será discutido e poderá ser aprimorado por muitos outros pesquisadores.

Hisrich, Peters e Shepherd (2009) definem o empreendedorismo como um processo de criar algo e com valor, dedicando o tempo e esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, sociais e psíquicos, obtendo as recompensas da independência econômica, pessoal e profissional. Destacando que, nesse processo existe uma associação de causa e efeito, de ação e consequência.

De acordo com Gonzaga (2015), não existe um modelo padrão de empreendedor, existem diversos tipos.

Para Dolabela (2010, p. 25), “o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”.

Dornelas (2005, p. 28), descreve o empreendedor de oportunidade, como “o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa a geração de lucros, empregos e riquezas”, em contrapartida define o empreendedor por necessidade, “em que o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho”.

Por fim, Chiavenato (2005, p. 3), estabelece que “o empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal, assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”.

Apesar das diferentes definições adotadas para o termo, percebe-se uma inclinação para a ideia de que um empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e se apossa dela para desenvolvê-la a seu favor.

2.2.2 Tipos e características dos Empreendedores

O “ser/estar empreendedor” é definido como um comportamento e não um traço de personalidade. Nenhuma pessoa nasce empreendedora, essa é uma qualidade que pode ser adquirida e moldada em seu interior e de acordo com sua visão sobre empreendedorismo, além do seu empenho e interesse em buscar mudanças, reagindo e explorando-as como oportunidades de um possível negócio.

Cada indivíduo possui diferentes características que o tornam único, esse conjunto de elementos pessoais se diferem em: fatores biológicos, biotipo, traços pessoais, pensamentos, a psique que envolve emoções, sentimentos, vontades e temperamento. A figura do indivíduo empreendedor desempenha um papel importante junto à sociedade através de seus negócios gerando riquezas e empregos. Ele define metas, busca informações e aprimora seus conhecimentos para inovar seus métodos e proporcionar experiências melhores aos seus clientes.

Embora existam variações no perfil empreendedor, é possível prever se há certa vocação para empreender ou não, por meio de testes que identificam as características empreendedoras que são mais presentes, como também, as menos presentes para que assim, a pessoa possa aperfeiçoá-la.

De acordo com Fillion (1999), a aplicação de tipologias para traçar o perfil empreendedor é de extrema utilidade e valiosa para os estudos sobre essa temática tão abrangente. Com base em suas experiências sobre empreendedorismo e pequenas empresas, o autor sugere seis tipos de perfis para o empreendedor: o lenhador; o sedutor; o jogador; o hobbysta; o convertido; o missionário. Neste caso a classificação proposta se aplicaria especificamente a proprietários-gerentes de pequenos negócios.

Leite e Oliveira (2007) classificam o empreendedorismo em dois tipos: Empreendedorismo por necessidade (criam-se um negócio por não haver outra opção/alternativa); e Empreendedorismo por oportunidade (descoberta de oportunidade de um negócio lucrativo).

Segundo Dornelas (2008), as características dos empreendedores são: pessoas visionárias; sabem tomar decisões; indivíduos que fazem a diferença; sabem explorar ao máximo as oportunidades; determinados e dinâmicos; são dedicados, otimistas e apaixonados pelo que fazem; são independentes e constroem o próprio destino; ficam ricos; são líderes e formadores de equipes; são bem relacionados (*networking*); são organizados e planejam; possuem conhecimento; assumem riscos calculados; criam valor para a sociedade.

Pessoa (2005), define três principais tipos de empreendedores: O empreendedor corporativo (intraempreendedor ou empreendedor interno), o empreendedor *Startup* (que cria negócios/empresas) e o empreendedor social (que cria empreendimento com missões sociais).

O empreendedorismo corporativo pode ser definido como um processo de identificação, desenvolvimento, captura e implementação de novas oportunidades de negócios, dentro de uma empresa existente.

O empreendedor *Startup* tem como objetivo dar origem a um novo negócio. Ele analisa o mercado e visando uma oportunidade, inicia um novo empreendimento. Os seus desafios são grandes: suprir uma demanda existente que não recebeu a devida atenção; buscar e apresentar diferenciais competitivos em um mercado saturado; ultrapassar a concorrência; conquistar cada vez mais clientes; manter a produtividade necessária para a manutenção da empresa e alcançar a lucratividade.

Empreendedor social: busca desenvolver produtos e serviços que causem impacto positivo, criando negócios sustentáveis e de valor para a sociedade. não se preocupa com o retorno financeiro, e sim, em resolver problemas sociais, ambientais e econômicos que afetam as pessoas.

Já Dornelas (2007) classifica os empreendedores em sete tipos: o empreendedor nato, o empreendedor que aprende, o empreendedor serial, o empreendedor corporativo, o

empreendedor social, o empreendedor por necessidade e o empreendedor herdeiro. Nessa classificação. E descreve o empreendedor social como aquele que faz de sua missão, melhorar o mundo e criar oportunidades para os outros, com objetivo em resultados sociais.

Não há uma idade limite estabelecida para ser empreendedor, em vista da sociedade com base nos hábitos, formação e no desenvolvimento pessoal e profissional que recebemos e adquirimos, entendemos que, quanto mais idade uma pessoa tem, mais experiência ela possui, seja nas áreas pessoais quanto profissionais. Para Weber e Schaper (2003), o empreendedorismo tardio é um fenômeno relevante, mas ainda é um tema que possui poucos estudos. Trata-se de um grupo que exerce cada vez mais impacto sobre economias, políticas e no ambiente empresarial. A definição da idade desses indivíduos é baseada em estudos complementares sobre o tema e varia entre 45 e 60 anos dependendo da pesquisa considerada (WEBER.; SCHAPER, 2003).

2.2.2 Motivação para empreender

Os motivos para empreender podem ser específicos e variados, mudando de indivíduo para indivíduo e de acordo com suas particularidades. O ser humano é movido por motivações, e para o empreendedorismo, a motivação é a causa do *Start*, podendo ser o início e construção de um sonho ou por força maior.

De acordo com McClelland (1972) os valores, as motivações e desejo de autorrealização que conduzem os indivíduos para as atividades empreendedoras. Entre os motivos que os impulsionam a agir, destaca-se o anseio por conquistas e realizações, ou, "um desejo de realizar as coisas da melhor maneira, não exatamente pelo reconhecimento social ou prestígio, mas, sim, pelo sentimento íntimo de necessidade de realização pessoal" (McClelland, 1972, p. 110).

Segundo Robbins (2005, p. 132), "Motivação é o processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços de pessoas para o alcance de uma determinada meta".

Existem pelo menos quatro motivos para o empreendedorismo:

- empreendedorismo por necessidade;
- empreendedorismo por vocação;
- empreendedorismo inercial e;
- empreendedorismo pelo conhecimento.

McClelland (1961) identifica três necessidades/motivos do empreendedor: o poder, a afiliação e o sucesso.

Outros estudos classificam a motivação empreendedora em dois tipos: os empreendedores voluntários e involuntários. Em geral, empreendedores voluntários já possuem motivação para empreender ou identificaram uma oportunidade para obter lucro e empreendem. Já os involuntários são forçados a empreender por situações que fogem do seu controle, como o desemprego por exemplo. (DOLABELA, 2006).

O empreendedorismo é composto por múltiplos fatores, presentes em variadas dosagens e graus de intensidade, e se apresentam de diferentes maneiras em cada empreendedor (MAXIMIANO, 2007).

Mesmo que haja muitas variações no perfil empreendedor, é possível identificar a vocação empreendedora de uma pessoa apenas com algumas características comportamentais, como: iniciativa, persistência, especialização, poder de persuasão, capacidade e coragem de assumir riscos e imaginação para novos trajetos (MALHEIROS, 2003).

Entre os fatores que podem motivar futuros empreendedores estão:

- Fatores pessoais: realização pessoal, desejo de enriquecer, desejo de mudar de vida, desejo de ter algo próprio, insatisfação ou demissão do trabalho;
- Fatores ambientais: analisar e identificar oportunidades de negócios, ou a possibilidade ou convite para entrar em um projeto/negócio;
- Fatores sociológicos: possibilidade de um grupo de pessoas competentes com características semelhantes, influência de parentes e continuação do negócio da família.

Williams e Round (2009) buscam entender melhor a presença dos motivos, da necessidade e oportunidade dos empreendedores, enquanto outros, dizem que os motivos excedem a esses. Segundo Storey (2006), os motivos ou fatores que inspiram entre ser um empreendedor ou não, são três: o talento, a atitude frente aos riscos e os fatores pessoais.

Pozin (2013) aborda 10 motivos, incluindo: oportunidade, autonomia, realização, liberdade, família (sendo especificamente, ter mais tempo e flexibilidade para cuidar da própria família), etc.

Vale, Aguiar e Andrade (1998) utilizam 12 motivos. O Sebrae (2007a, 2007b), utiliza 13 motivos em estudos realizados nos estados do Brasil, sugerindo a interação e união de diferentes motivos, como o desejo de elevar a renda, ter seu próprio negócio, ou identificar uma oportunidade de empreendimento etc.

Em conclusão às abordagens sobre o tema, é possível caracterizar o empreendedor como uma pessoa em busca de independência pessoal e atento às oportunidades ao redor.

Atualmente, em que o desemprego é crescente, observa-se a presença de um tipo de empreendedor movido, não pela oportunidade, mas sim pela necessidade de sobrevivência. Indivíduos muitas vezes sem condições de se inserir, de maneira formal no mercado de trabalho, deslocam-se para a atividade empreendedora. Sendo esses indivíduos o oposto dos empreendedores motivados e movidos pelas oportunidades, de certa forma forçados a iniciar seus próprios negócios. Além de que, cada indivíduo pode possuir mais de um motivo para iniciar suas atividades empreendedoras.

2.3 CIDADE DE HORTOLÂNDIA

2.3.1 Hortolândia

Hortolândia é um município localizado no interior do estado de São Paulo pertencente ao Brasil, está situado na Região Metropolitana de Campinas (RMC), a noroeste da capital do estado, com cerca de 110 km de distância. O município pertencia ao território da cidade de Sumaré, e no dia 19 de maio de 1991, a população de Hortolândia fez história ao comparecer às urnas e votar pela emancipação do então distrito de Sumaré. O plebiscito marcou o nascimento de uma nova cidade, que desde então não parou de crescer. Hoje, Hortolândia é exemplo de progresso e inovação, com avanços significativos em infraestrutura, saneamento, mobilidade e qualidade de vida.

É uma cidade conhecida como ‘polo industrial’ por concentrar uma quantidade significativa de grandes empresas multinacionais, e considera a “capital do pão de queijo”.

Apesar de ser calma, a cidade está em constante crescimento, um fator decisivo na atração de futuros moradores, o que a torna uma das cidades que mais recebem imigrantes que buscam qualidade de vida e bons empregos.

Nas eleições de 2020, o prefeito reeleito na cidade foi o Ângelo Perugini, que em 2021, após ficar dois meses internado, faleceu devido a complicações da Covid-19. Seu vice, José Nazareno Gomes, assumiu o cargo posteriormente.

De acordo com os dados coletados no último censo do IBGE realizado em 2022 e atualizados até 2023, as características da cidade são:

Território

- Área da unidade territorial: 62,416 km².
- Hierarquia urbana: MetrÓpole, município integrante do Arranjo Populacional de Campinas/SP.

População

- População: 236.641 mil pessoas.
- Densidade demográfica: 3.791,35 habitantes por quilômetro quadrado.
- População estimada para 2024: 247.331 mil pessoas.

Trabalho e Rendimento - 2022

- Salário médio mensal dos trabalhadores formais 4,1 salários-mínimos.
- Pessoa ocupado: 63.078 pessoas.
- População ocupada: 26,66%
- Percentual da população com rendimento nominal mensal per capita de até ½ salário-mínimo (2010): 34,9%

Economia

- PIB per capita: R\$77.357,50.
- Índice de desenvolvimento humano Municipal (IDHM) (2010): 0,756
- Total de receitas brutas realizadas (2023): R\$ 1.462.747.556,15
- Transferências correntes (percentual em relação às receitas correntes brutas realizadas - 2023): 61,16%
- Total de despesas brutas empenhadas (2023): R\$ 1.422.428.560,00

Outras informações referentes às demais características da cidade podem ser conferidas no site do IBGE.

Para agregar no conhecimento das características de Hortolândia, será apresentada algumas imagens de pontos turísticos e específicos da cidade.

Figura 1 - Centro da cidade de Hortolândia



Fonte: GOOGLE (2024).

A Figura 1 acima mostra uma parte do principal centro comercial da cidade de Hortolândia, localizado na rua Luís Camilo de Camargo, que possui aproximadamente 1,4 Km de comprimento, e acomoda as principais lojas do comércio, tendo próximo a ela, o Shopping Center da cidade.

Figura 2 – Shopping Hortolândia.



Fonte: GOOGLE (2024).

A Figura 2 apresenta a entrada principal do Shopping Hortolândia.

Ele está localizado no centro da cidade, no bairro Remanso Campineiro e até o momento é o único empreendimento voltado para compras, lazer e alimentação de Hortolândia, e foi inaugurado no dia 24 de novembro de 2011.

Sua metragem é de 31.237,37 m² de área total construída com 602 vagas de estacionamento e mais de 100 lojas de diversos segmentos, como alimentação, vestuário, acessórios, calçados, lazer, eletrônico e supermercado.

Figura 3 - Letreiro da cidade na praça Poderosa



Fonte: GOOGLE (2024).

A Figura 3 apresenta o letreiro “eu amo Hortolândia”, instalado pela prefeitura da cidade a fim de valorizar locais de relevância cultural, social ou paisagístico, agregando força na história e identidade da cidade.

Seguindo essa tendência que pode ser vista em cidades nacionais e internacionais turisticamente famosas, Hortolândia implantou três letreiros em diferentes pontos da cidade, sendo eles, no Parque Lago da Fé, Observatório Ambiental e na Praça A Poderosa, onde os moradores e visitantes podem conhecer os pontos turísticos e tirar fotos no letreiro, e marcar a cidade nas redes sociais.

Figura 4 - Praça A Poderosa.



Fonte: GOOGLE (2024).

A Figura 4 é representada pela praça A Poderosa e está localizada no bairro Jardim Santa Izabel, sendo um dos espaços públicos mais conhecidos da cidade.

Este nome foi dado em homenagem a uma popular emissora de rádio da cidade “A Poderosa”, que atuou no local desde a década de 1980.

A inauguração da praça foi em 1995, e havia nela chafariz e cabines telefônicas ao estilo de Londres. A estrutura em destaque faz referência a letra H que representa a inicial do nome da cidade.

Em 2021 a praça foi totalmente revitalizada servindo de palco para a cultura e eventos na cidade como, o Natal de Luzes, o Espetáculo da Paixão de Cristo, Feirinhas e shows que são de responsabilidade e administração da Secretaria de Cultura de Hortolândia.

2.3.2 Empreendedorismo na cidade de Hortolândia

A cidade de Hortolândia se tornou um excelente local para os empreendedores, com base nas informações sobre o desenvolvimento econômico e estrutural da cidade, é possível notar certa atratividade para abertura de empresas, com a valorização do empreendedorismo local e geração de novas oportunidades de negócios.

Em 2023, segundo dados da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Trabalho, Turismo e Inovação local, a cidade de Hortolândia registrou a abertura de 4.622 empresas, que

representam 15% do total das empresas ativas no município, e corresponde a um novo empreendimento sendo aberto a cada 1h30. E um total de 30.511 empresas ativas.

Ainda em 2023, a cidade contabilizou em torno de 60 mil pessoas ativas no mercado de trabalho formal, garantindo a 5ª posição nacional para Hortolândia entre as maiores rendas do salário formal do Brasil. de acordo com pesquisas do CLP (Centro de Lideranças Políticas), no ranking divulgado entre as cidades com a maior média salarial entre trabalhadores formais no país, correspondendo a um salário de R\$4.500,00. E configura a 2ª posição na lista de cidades da RMC (Região Metropolitana de Campinas), elevando assim o nível da cidade e proporcionando melhor qualidade de vida para os moradores.

Em outubro de 2024, Hortolândia participou da 13ª feira do Empreendedor Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), sediado no pavilhão de exposições: *São Paulo Expo* contando com apresentação de diversos segmentos além da presença de grandes empreendedores do Brasil que ministraram palestras com diversos temas como, estratégias para alavancar os negócios e a marca por meio do marketing digital, linha de financiamento, negociação de dívidas, organização de caixa, entre outros.

O estande que representou a cidade, teve como destaque o pão de queijo produzido na cidade para degustação aos visitantes e foi estruturado pela Prefeitura de Hortolândia. Foram registradas 25 mil visitas ao estande. A abertura do evento, o atual prefeito, José Nazareno aprovou a participação da cidade na Feira do Sebrae e destacou, “Hortolândia tem atraído novos investimentos e negócios e participar da Feira do Empreendedor Sebrae foi importante para alavancar o nome da cidade e gerar novas oportunidades para nossos empreendedores. O crescimento e desenvolvimento da nossa economia local muito se deve à força do empreendedorismo. Sem dúvidas, a participação neste evento vai favorecer a atração de novos negócios”.

A Feira do Empreendedor Sebrae de 2023, recebeu aproximadamente 117 mil visitantes e 1,3 mil expositores, produzindo mais de R\$ 400 milhões em negócios gerados. Segundo o secretário de Desenvolvimento Econômico, Trabalho, Turismo e Inovação de Hortolândia, Dimas Corrêa Pádua, esses números favorecem os negócios gerados na cidade.

Hortolândia mostrou que está de portas abertas para receber novos empreendimentos que podem trazer excelentes retornos financeiros aos empreendedores.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

3.1 Materiais

Para desenvolver o presente trabalho, foram utilizados materiais de apoio como, livro físico, computador para pesquisas na internet de artigos, livros em arquivo PDF e vídeos no Youtube sobre o tema de empreendedorismo, covid-19, Economia, Hortolândia e os demais tópicos, a fim de facilitar o desenvolvimento do trabalho e enriquecer no entendimento sobre o assunto e conteúdos abordados.

3.2 Métodos

A pesquisa adotou uma abordagem mista, utilizando métodos quantitativos por meio de perguntas fechadas e qualitativos por meio de perguntas abertas, permitindo uma coleta de dados mais rica e diversificada.

As perguntas fechadas possibilitaram a análise quantitativa dos comportamentos e opiniões dos participantes, enquanto as perguntas abertas enriqueceram a pesquisa com insights qualitativos, proporcionando uma visão mais aprofundada sobre as estratégias e desafios enfrentados pelos autores independentes.

De acordo com Richardson (2009), a pesquisa quantitativa consiste em um método de pesquisa social que utiliza a quantificação nas modalidades de coleta de informações e no seu tratamento, por técnicas estatísticas, como percentual, média, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, entre outros.

São utilizadas, quando necessita garantir a precisão dos resultados, evitando distorções de análise de interpretação e possibilitando uma margem de segurança quanto às inferências, para gerar medidas precisas e confiáveis que permitam uma análise estatística completa. Normalmente implica a construção de inquéritos e questionários. Também são chamadas de pesquisas fechadas, talvez pelo formato em que os dados são coletados: quantificáveis e fechados.

Segundo Gil (2006), as pesquisas quantitativas consideram que tudo possa ser contável, ou seja, gerar informações a partir de números para assim classificá-los e analisá-los, já as qualitativas consistem em coletas de dados por meio de observação, relatos, entrevistas e outros, uma dinâmica entre o mundo e o indivíduo, não traduzida por números.

Por outro lado, a pesquisa qualitativa é um tipo de investigação que busca compreender fenômenos, comportamentos, experiências ou significados de maneira profunda e detalhada, sem se preocupar em medir ou quantificar dados de forma objetiva. Ao invés de focar em números ou estatísticas, a pesquisa qualitativa explora aspectos subjetivos, como sentimentos, opiniões, crenças e percepções dos participantes. O objetivo principal dessa abordagem é entender o "como" e o "porquê" de certos fenômenos, proporcionando uma visão mais rica e complexa da realidade estudada.

Conforme Strauss & Corbin (1998), o método de pesquisa é um conjunto de técnicas e procedimentos usados para reunir e analisar os dados. O método ou metodologia fornece os caminhos para se alcançar o objetivo proposto, sendo como “ferramentas” utilizadas para a pesquisa a fim de obter respostas para a questão levantada.

De acordo com Bruyne (1991), a metodologia é a lógica dos procedimentos científicos em seu início e desenvolvimento, e não apenas uma metrologia dos fatos científicos. Segundo o autor, a metodologia deve auxiliar no entendimento sobre o objeto da investigação científica e, principalmente seu próprio processo, pois suas exigências não são de obediência restrita a procedimentos rígidos para sua elaboração, sendo mais importante os resultados obtidos.

Pesquisa qualitativa é o tipo que estuda aspectos subjetivos de fenômenos sociais e de comportamento humano. Os objetos desse tipo de pesquisa são os que ocorrem em determinado local, cultura e período. Ela aborda temas que não podem ser quantificados em fórmulas e estatísticas. Sendo assim, tem foco em estudar os símbolos, valores e crenças, e as relações humanas de determinado grupo social. Também exige um estudo mais aprofundado do objeto da pesquisa, considerando o contexto e as características da sociedade em que está inserido.

Devido ao caráter subjetivo que uma pesquisa qualitativa possui, faz-se necessário o mapeamento para a realização de um estudo de campo. Sendo esse o momento em que o pesquisador se insere no local onde ocorre o fenômeno social para entendê-lo melhor. Pois é de extrema importância essa relação entre pesquisador e os objetos/sujeitos da pesquisa.

Segundo Denzin e Lincoln (2006), a pesquisa qualitativa envolve uma abordagem interpretativa do mundo, onde seus pesquisadores estudam os fatos em seus cenários reais, buscando entender os significados dado pelas pessoas a ele.

Na mesma base de pensamento, Vieira e Zouain (2005) relatam que a pesquisa qualitativa concede importância fundamental aos depoimentos e significados transmitidos pelos envolvidos.

Nesse sentido, esse modo de pesquisa valoriza a descrição precisa dos fenômenos e elementos que o envolvem.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para o desenvolvimento deste trabalho, foi necessária a aplicação de um questionário específico com perguntas abertas e fechadas, alinhado à abordagem mista adotada na pesquisa, que combinou métodos quantitativos e qualitativos. Essa estratégia permitiu obter melhores resultados e maior compreensão sobre as motivações pessoais dos empreendedores de Hortolândia.

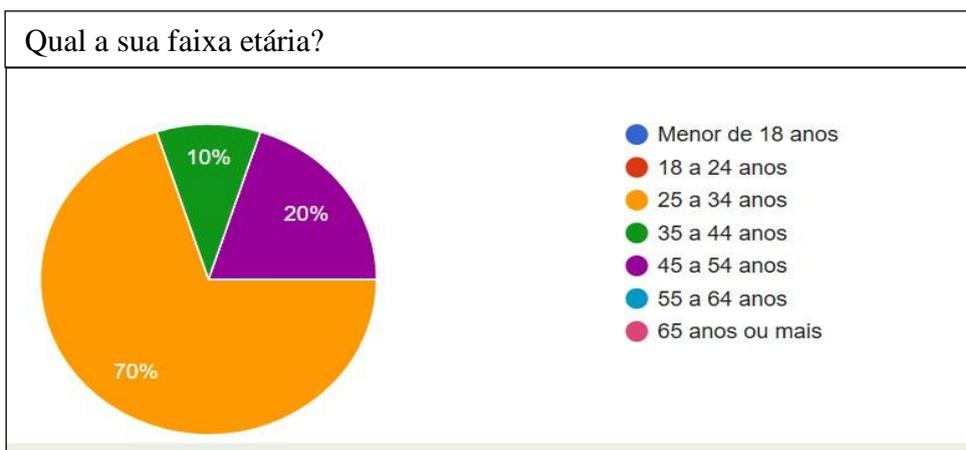
O questionário foi composto por 21 perguntas abordando aspectos como perfil, formação, experiências, estratégias e opiniões pessoais além de questões sobre o próprio negócio como, o ano de fundação, natureza jurídica, área comercial e economia local, a fim de permitir uma análise mais completa dos tipos de empreendedores participantes.

Ao todo, 10 empreendedores participaram do questionário, atuando em diferentes áreas de negócios, como alimentação, artesanato, vestuário, serviço de transporte, bem estar e beleza e utilidades domésticas.

Na sequência, os resultados da pesquisa foram apresentados por meio de representações gráficas, Gráfico 01 ao Gráfico 18, com o objetivo de facilitar a visualização e interpretação dos dados obtidos, proporcionando uma análise quantitativa do estudo.

Além disso, três questões específicas, de número 10, 20 e 21, foram apresentadas por meio das Figuras 05, 15 e 16, respectivamente, as quais foram incluídas para ilustrar aspectos qualitativos e apoiar a análise interpretativa dos dados coletados.

Gráfico 1 - Faixa etária.

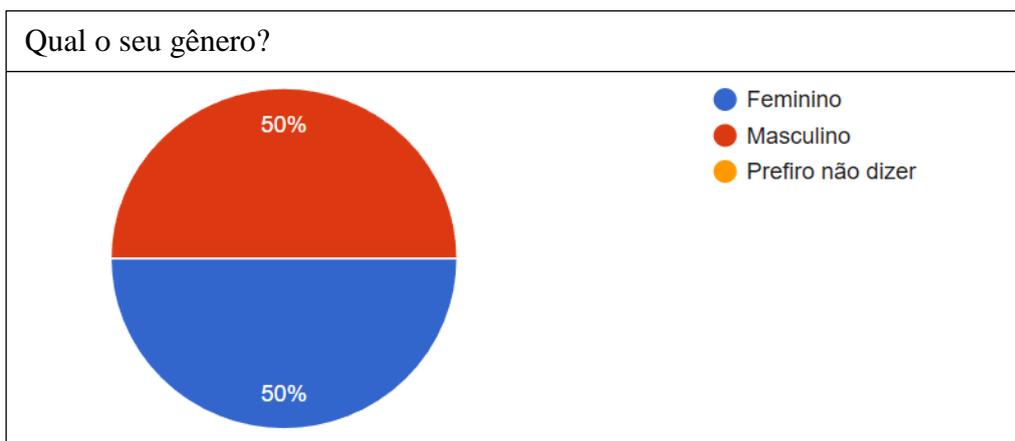


Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

O Gráfico 1 apresenta dados sobre a "Faixa Etária" dos 10 empreendedores participantes da pesquisa. Observa-se que 70% dos entrevistados possuem entre 25 e 34 anos de idade, 20% entre 45 e 54 anos e 10% entre 35 e 44 anos.

Compreendeu-se, por meio desse resultado, que a maioria dos empreendedores participantes pertence a uma faixa etária jovem-adulta, geralmente associada a maior disposição para assumir riscos, abertura a inovações e maior familiaridade com recursos tecnológicos e digitais, fatores que podem favorecer o início e a gestão de novos negócios.

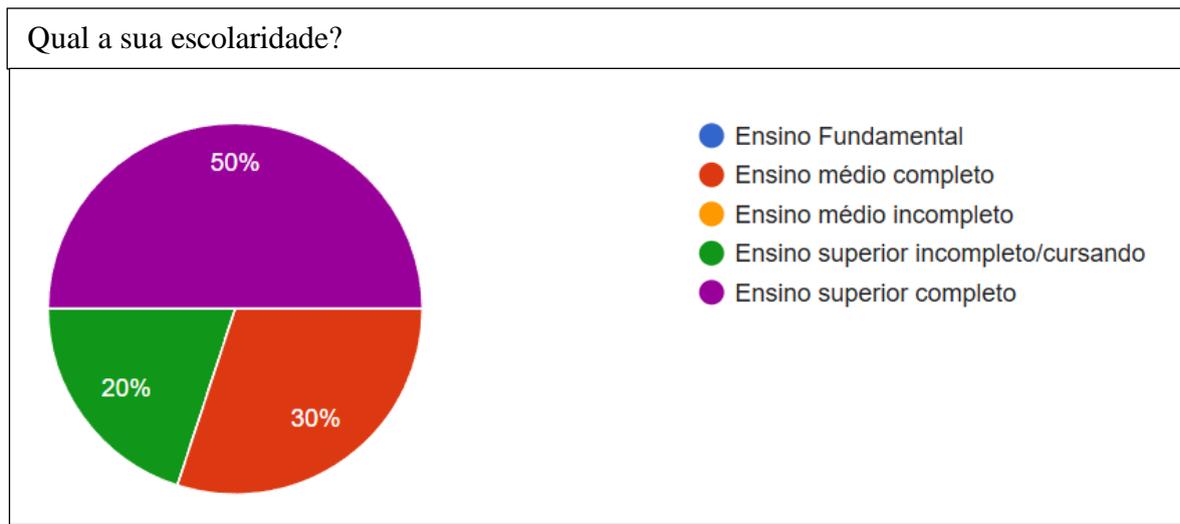
Gráfico 2 – Gênero.



Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

Conforme se verifica no Gráfico 2 sobre o “Gênero” dos empreendedores, há a mesma quantidade de mulheres e homens participantes, sendo 5 pessoas para cada gênero, representando 50% masculino e 50% feminino.

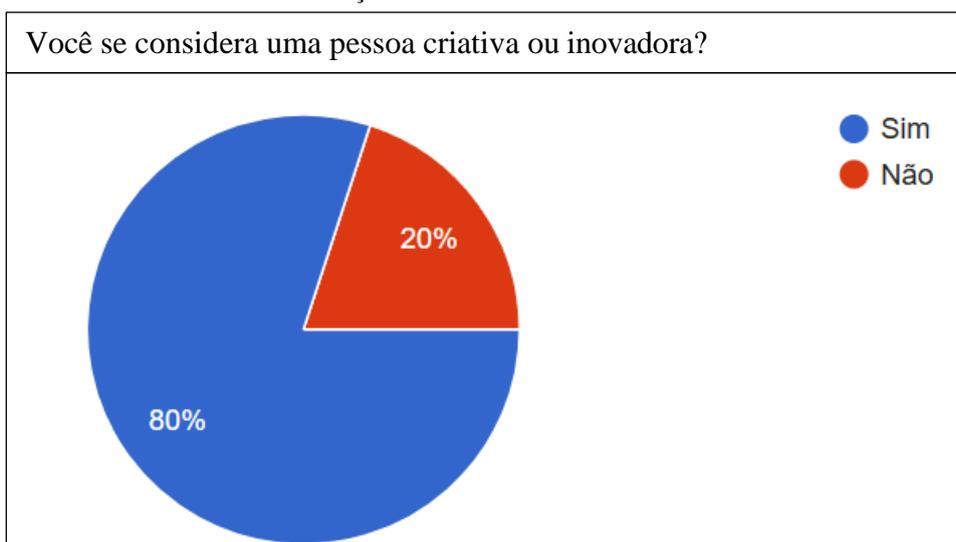
Com isso, observou-se que ambos os gêneros possuíam a mesma disposição para se tornarem empreendedores.

Gráfico 3 - Escolaridade.

Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

Segundo os dados apresentados no Gráfico 3 sobre Escolaridade, entre os 10 empreendedores, 50% possuem formação superior, 30% possuem ensino médio completo e 20% possuem ensino superior incompleto ou está cursando.

Com isso entendeu-se que não há uma necessidade obrigatória de formação superior completa em determinada área antes de abrir o próprio negócio, entretanto, estudar é um fator fundamental para o desenvolvimento pessoal e profissional pois fornece conhecimentos e habilidades essenciais para todo e qualquer indivíduo.

Gráfico 4 - Criatividade e inovação.

Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

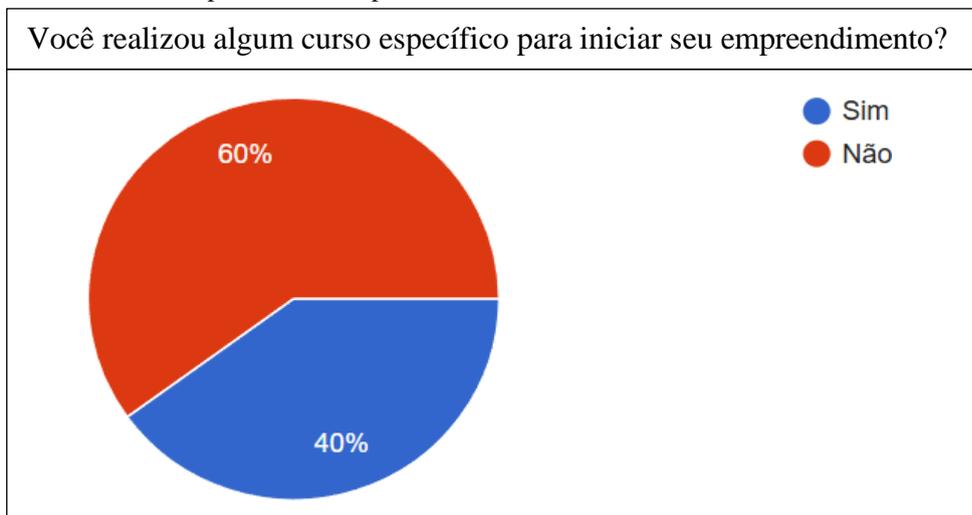
Como demonstrado no Gráfico 8, existe uma pergunta que geralmente descreve o perfil de empreendedores. Ser uma pessoa “criativa” ou “inovadora” é uma necessidade para o empreendedor que quer se destacar no mercado. Não é uma obrigação, até porque muitos empreendedores podem se considerar pessoas não criativas e ter sucesso no seu negócio.

Dos 10 empreendedores participantes, 80% se consideram pessoas criativas, enquanto 20% não se identificaram com essa característica. Esse resultado corrobora com as afirmações dos autores sobre o perfil de um empreendedor.

De acordo com CRUZ (2005), a atividade criativa pode se manifestar precocemente no ser humano, acompanhando-o ao longo da vida, em menores ou maiores proporções dependendo de fatores que podem ser pessoais ou contextuais, sendo que, algumas experiências traduzidas em conhecimento conduzem ao argumento de que o ato criador também se constrói através de elementos da realidade que a pessoa conhece.

Assim, a palavra criatividade significa: elaborar, conceber, criar. Segundo PAROLIN (2001), a criatividade é algo que permite dar forma ao “novo”, que pode ser tratado nos mais diversos campos de atividade permitindo concordâncias distintas que se estabelecem para a mente humana como fenômenos relacionados.

Gráfico 5 - Curso para ser um empreendedor.



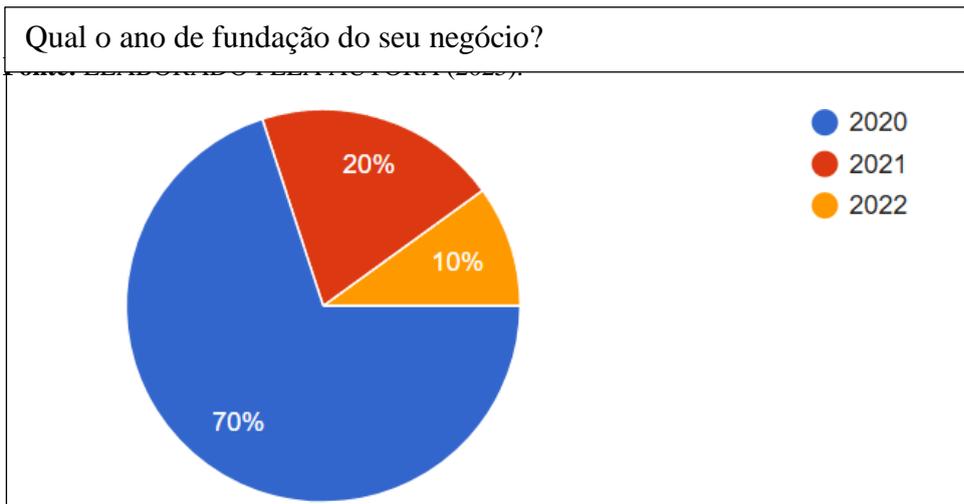
Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

Conforme evidenciado no Gráfico 5, entre os 10 empreendedores participantes, 40% realizaram um curso específico antes de iniciar seu próprio negócio, e a maior parte não realizou um curso, sendo 60% deles. Esse resultado demonstrou se realmente há uma necessidade de formação em um curso específico na área de interesse antes de iniciar o empreendimento, e

também permitiu entender que é possível alcançar sucesso no negócio independente de ter realizado um curso específico para empreendedores.

Em contrapartida, entende-se que a formação em determinados cursos capacita e traz melhor entendimento sobre as áreas de interesse. Isso permite melhor administração e controle sobre o negócio, além de maior capacitação profissional frente à concorrência no mercado.

Gráfico 6 - Ano de fundação do empreendimento.

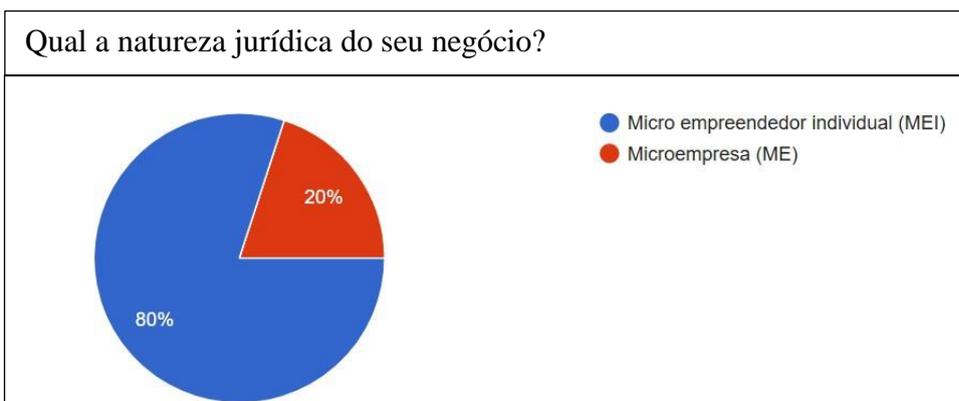


Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

Observa-se no Gráfico 6 o “Ano de fundação do negócio”. Entre os 10 envolvidos, a maior incidência foi em 2020 com 70% dos empreendedores, exatamente o ano em que iniciou a pandemia de COVID-19, e o desemprego e queda na renda financeira aumentaram. 20% abriram seu negócio em 2021 e 10% em 2022.

O estudo foi desenvolvido com o objetivo de coletar dados especificamente de empreendedores que atuaram nos últimos três anos, durante e após o período da pandemia.

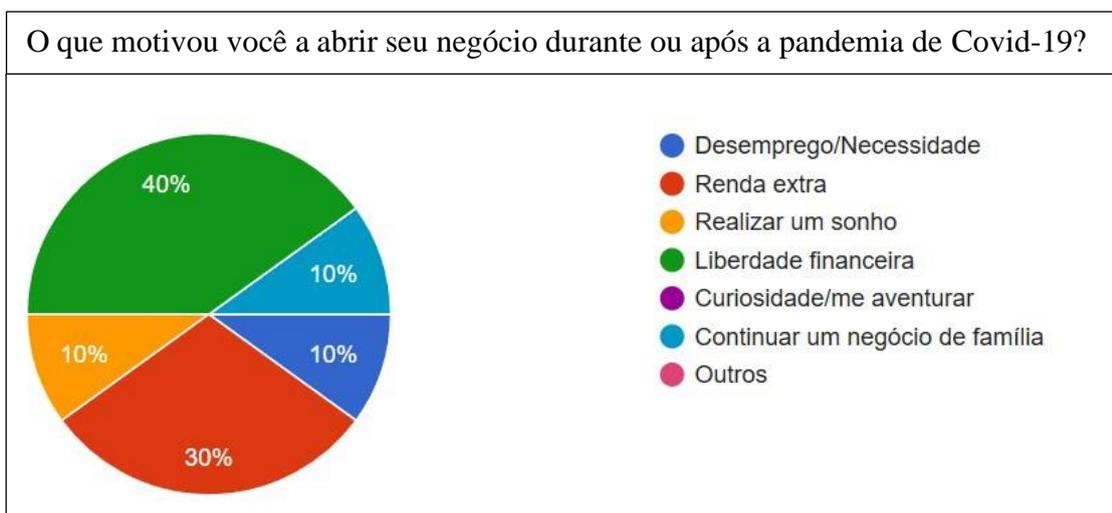
Gráfico 7 - Natureza jurídica.



Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

O Gráfico 7 apresenta a “Natureza jurídica dos empreendedores”. Entre os 10 entrevistados, 2 são microempresas (ME) e 8 microempreendedores individuais (MEI). Isso demonstrou que a minoria dos empreendedores, sendo apenas 20% obteve um crescimento considerável ou já possuía uma vida financeira estável para iniciar um empreendimento como ME (microempresa), enquanto os outros 80% iniciaram e ainda são MEIs (microempreendedor individual).

Gráfico 8 - Motivos para abrir o próprio negócio.



Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

A análise do Gráfico 8 possibilita compreender a questão central deste estudo: "O que motivou você a abrir seu negócio durante ou após a pandemia de Covid-19?"

Dentre os motivos apresentados, os de maiores destaques foram dois, 40% dos participantes relataram a “Liberdade financeira” e 30% relataram “Renda extra”. Os outros três motivos respondidos atingiram apenas 10% cada, sendo eles “realizar um sonho”, “Continuar um negócio de família” e “Desemprego/Necessidade”.

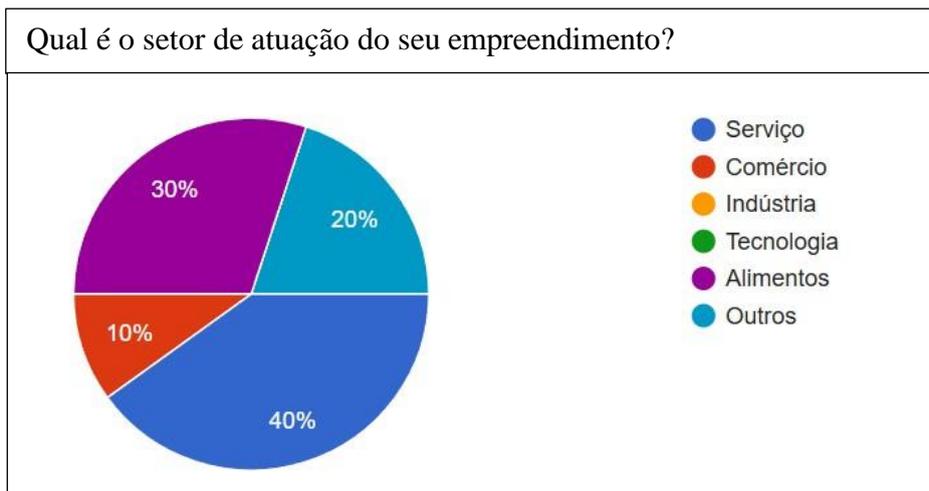
Pelo menos, no Brasil, muitas pessoas dão início ao empreendedorismo por essa razão, pois as desigualdades e dificuldades financeiras são altas.

De acordo com Salim (2004 p. 2), a decisão de abrir o próprio negócio, muitas vezes, vai evoluindo a partir de acontecimentos pessoais e outras circunstâncias que resultam na abertura da empresa:

O ‘vírus’ do empreendedorismo começa a atuar quando a pessoa pensa em como seria a sua vida a partir da perspectiva de ter o poder de decidir os caminhos por onde o negócio que será conduzido deve seguir, quando se almeja a autonomia que a gestão do próprio negócio traz. Entretanto, muitos empreendedores desejam coisas diferentes do seu empreendimento. Alguns desejam optar por negócios de enorme sucesso que os façam ficar ricos, outros querem que seu negócio permita uma vida diferente, com mais autonomia e prazer. SALIM (2004, p.2).

Com isso, entende-se que a maioria das pessoas que decidem empreender, iniciam buscando como resultado desse empreendimento o crescimento de sua renda e mudança na qualidade de vida.

Gráfico 9 - Setor do empreendimento.



Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

O Gráfico 9 evidencia que os 10 empreendedores participantes atuam em diversos setores, incluindo Serviços, Comércio, Alimentação e outros segmentos. A maior concentração está na área de Serviços, que corresponde a 40% do total, seguida pela Alimentação com 30%, setores diversos com 20% e Comércio com 10%.

Figura 5 - Motivação sobre a área do negócio.

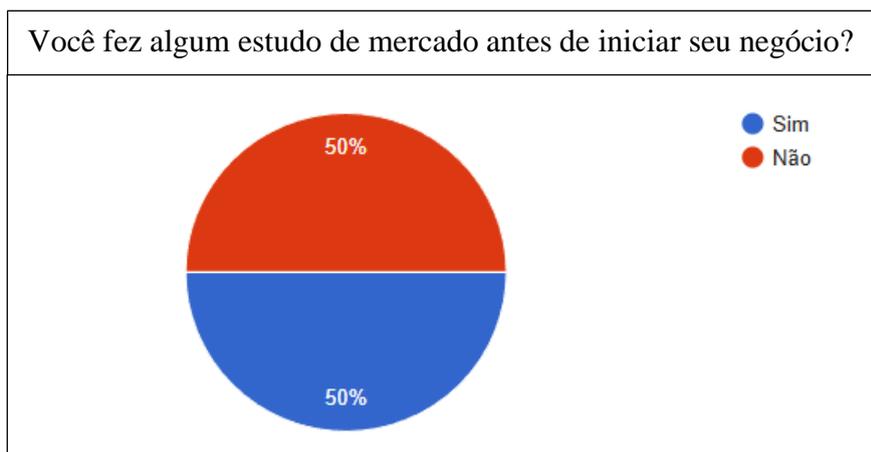
Por que escolheu essa área para empreender?

Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

Observa-se na figura 5 uma questão de caráter individual, que visou auxiliar na compreensão dos motivos que levaram os empreendedores entrevistados a escolherem determinada área de atuação para seus negócios.

As respostas obtidas revelaram ao menos cinco justificativas distintas como, questões financeiras com foco na mudança de vida econômica, emocionais ou relacionadas à posse, experiências profissionais anteriores, gosto pessoal como principal motivação para atuar em determinada área e escolha indireta ou por falta de opção.

Com isso, concluiu-se que o empreendedorismo é uma escolha que independe da motivação, e a escolha da área/setor as vezes é feita de maneira indireta ou necessidade. Alguns dos empreendedores abriram seu negócio de acordo com o seu gosto, outros abriram algo por "saberem fazer", experiência pessoal/profissional, outros não tiveram opção de escolha e empreenderam por força maior.

Gráfico 10 - Estudo de mercado.

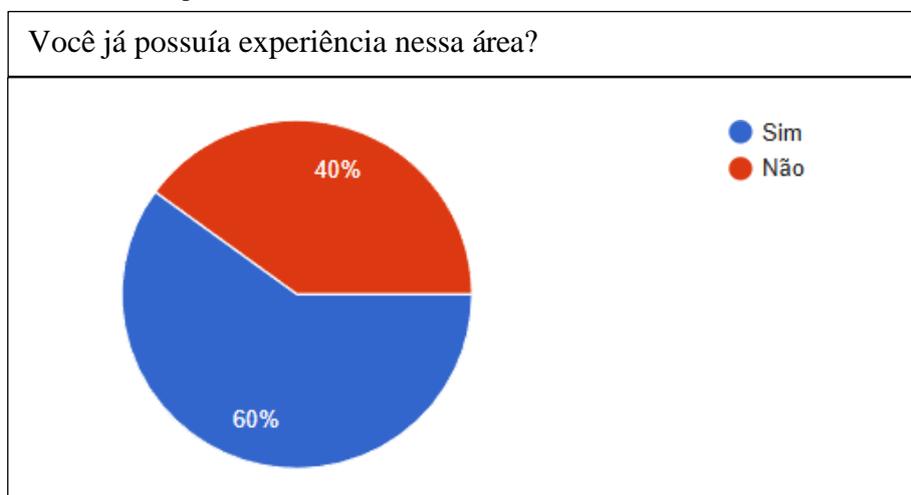
Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

O Gráfico 10 acima mostrou que, dos 10 empreendedores entrevistados, 50% não realizaram um estudo de mercado, enquanto os outros 50% afirmaram ter feito essa etapa antes de iniciar seu negócio.

Segundo Gomes (2005), a pesquisa de mercado é uma ferramenta fundamental do planejamento estratégico, capaz de minimizar riscos e incertezas no processo de tomada de decisão. Ela proporciona maior preparo ao empreendedor e auxilia na obtenção de informações relevantes sobre o ambiente em que se pretende atuar, incluindo perfis de clientes, comportamento da concorrência e condições dos fornecedores.

Dessa forma, realizar uma pesquisa de mercado assegura maior embasamento para o desenvolvimento do negócio, favorecendo a tomada de decisões mais assertivas e aumentando significativamente as chances de sucesso e sustentabilidade da empresa.

Gráfico 11 - Experiência na área.

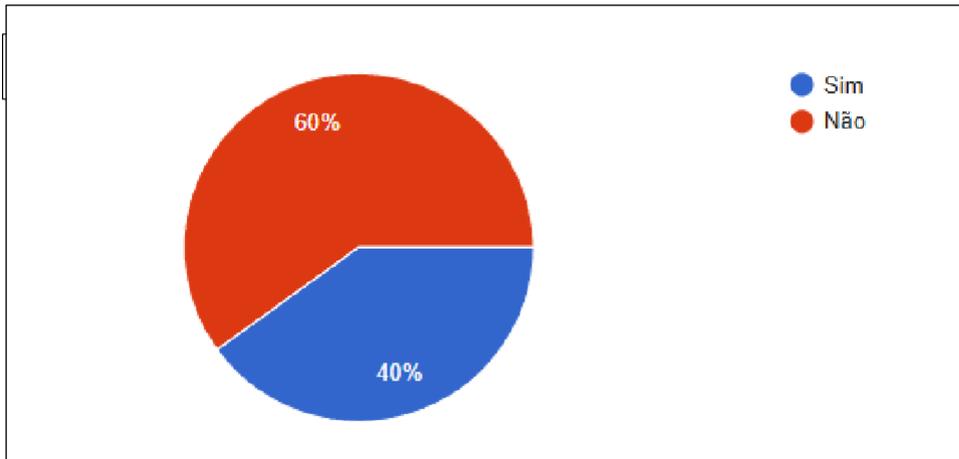


Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

O Gráfico 11 também apresentou uma questão de caráter individual com o objetivo de auxiliar no entendimento sobre a experiência dos empreendedores na área escolhida para abrir o negócio. Dos 10 empreendedores, 60% já possuía experiência na área em que decidiu empreender, enquanto a minoria, 40% não possuía experiência.

Entende-se com isso, que a experiência na área pode fornecer maior confiança e preparo ao empreendedor e a falta de experiência não impede a tentativa de abertura de um negócio. Isso corrobora para a afirmativa sobre o perfil dos empreendedores sobre “não ter medo de correr riscos”.

Atualmente, o empreendedor é visto como aquele que abre um negócio novo e próprio, contudo, de acordo com Drucker (2016), nem todas as pessoas que abrem pequenos negócios são empreendedores ou estão realizando um empreendimento.

Gráfico 12 - Apoio no início do negócio.

Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

Segundo os dados apresentados no Gráfico 12, dos 10 empreendedores entrevistados, 60% relataram que não tiveram apoio ou um mentor ao iniciar seu próprio negócio, e 40% afirmaram que receberam esse apoio ou mentoria.

Com isso, pode-se compreender o que afirma o autor Malheiros (2003), ao dizer que os empreendedores possuem “iniciativa e assumem riscos”, pois estão dispostos a iniciar um empreendimento independente de apoios, incentivos e experiências pessoais.

Gráfico 13 - Percepção sobre a crise no setor do negócio.

Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

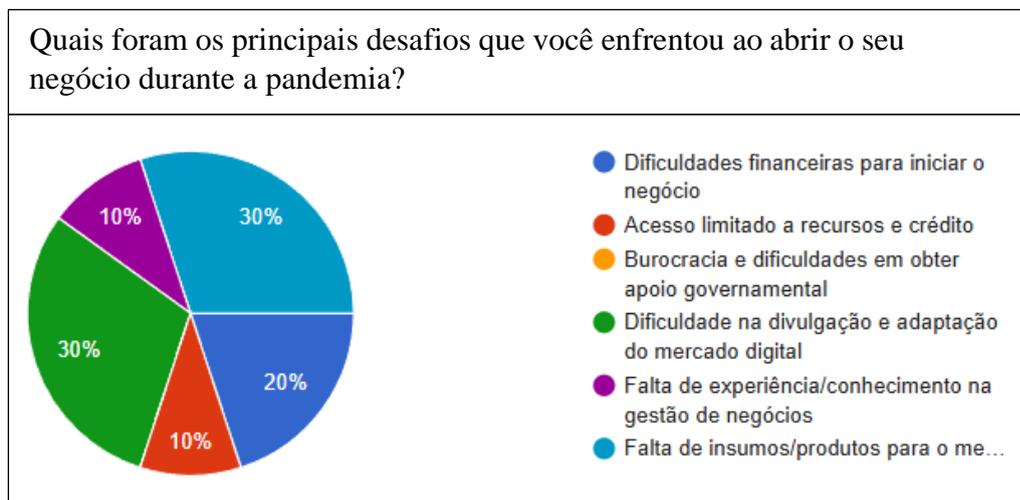
O Gráfico 13 ilustrou a perspectiva dos empreendedores em relação ao impacto da crise da pandemia em seu setor. Felizmente, dos 10 entrevistados, 70% relataram que o impacto negativo da crise não afetou de maneira drástica os seus negócios, permitindo assim, que pudessem manter-se ativos durante esse período incerto e delicado. E para três dos 10

empreendedores, que corresponde a 20% e 10% do gráfico, a crise foi uma grande dificuldade, mas que mesmo diante desse desafio, puderam evoluir e transformar a dificuldade em novas oportunidades.

Segundo o autor Barillari (2017), o empreendedor deve aprender a aprender garantindo o processo de aprendizagem contínua além de possuir habilidades para inovar.

De maneira geral, em todas as áreas, passar pelas dificuldades fazem parte do processo e servem de aprendizado garantindo experiência e fortalecimento ao empreendedor e ao seu negócio.

Gráfico 14 - Desafios ao abrir o negócio.



Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

Conforme apresentado no Gráfico 14 observa-se seis possíveis desafios que empreendedores podem enfrentar ao abrir um negócio.

Ao menos cinco dos seis desafios apresentados foram selecionados pelos 10 entrevistados, 30% dos empreendedores relataram “Dificuldade na divulgação e adaptação do mercado digital” e outros 30% relataram “Falta de insumos/produtos para o meu negócio”, 20% afirmaram “dificuldades financeiras para iniciar o negócio”, 10% afirmaram “acesso limitado a recursos e créditos” e outros 10% afirmaram “Falta de experiência/conhecimento na gestão de negócios”.

Com base nessas informações, entende-se que, os principais desafios da minoria dos empreendedores eram relacionados à área financeira e conhecimento técnico sobre gestão de negócios.

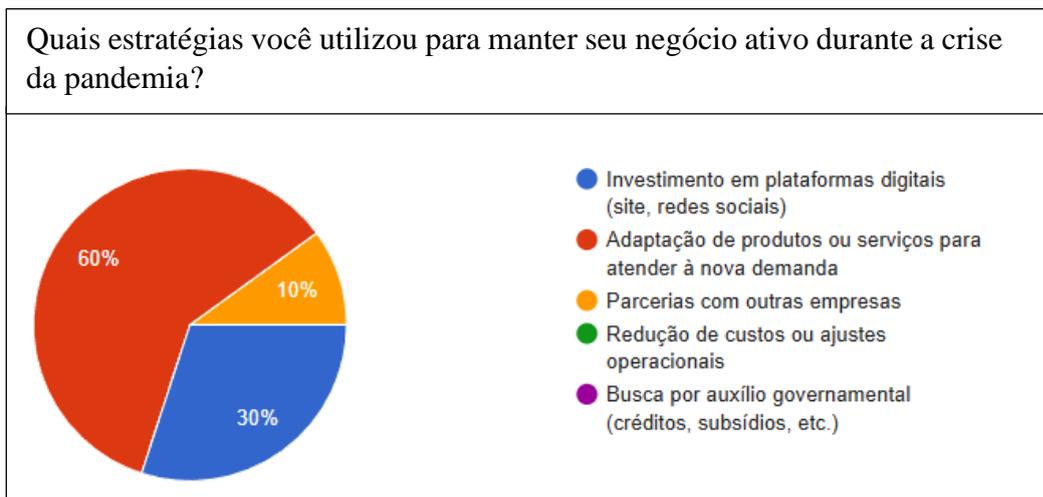
A maior parte dos empreendedores enfrentou dificuldades relacionadas ao ambiente digital, em como se adaptar e divulgar seu negócio nas redes sociais.

No período da crise, muitas empresas grandes e pequenas foram obrigadas a migrar suas atividades para o formato digital para sobreviverem. O marketing digital ganhou força, foi e é usado atualmente como uma potente ferramenta de divulgação de produtos.

Kotler (2017), destaca que a popularização do mundo digital causa impacto no comportamento dos consumidores e produtores, e conseqüentemente no marketing da empresa. Com o avanço das mídias digitais, as estratégias passaram a exercer papel funcional direcionado a cada tipo de consumidor, desempenhando as funções de divulgação da marca, dos produtos, serviços, propaganda e publicidade.

De acordo com Lora e Segarra (2013), o marketing digital é definido como o uso da internet como fonte de divulgação a fim de aumentar as vendas dos produtos oferecidos.

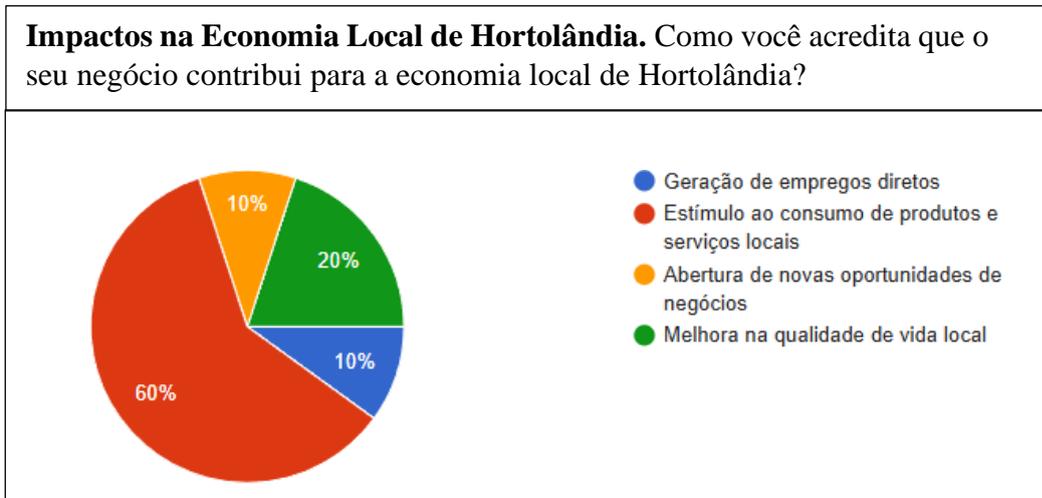
Gráfico 15 - Estratégias utilizadas durante a crise.



Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

De acordo com o Gráfico 15, foi possível observar as estratégias utilizadas durante a pandemia pelos empreendedores para manter sua empresa funcionando. Dos 10 empreendedores, 60% destacaram que foi necessário a adaptação dos seus serviços e produtos para que pudessem atingir uma maior parte de consumidores. 30% dos empreendedores relataram a necessidade de investimento em plataformas digitais uma vez que, no período enfrentado as empresas dependiam sobreviver de vendas e divulgações online. E apenas 10% deles optaram por investir em parcerias com outras empresas para manter o seu negócio ativo.

Gráfico 16 - Economia local.

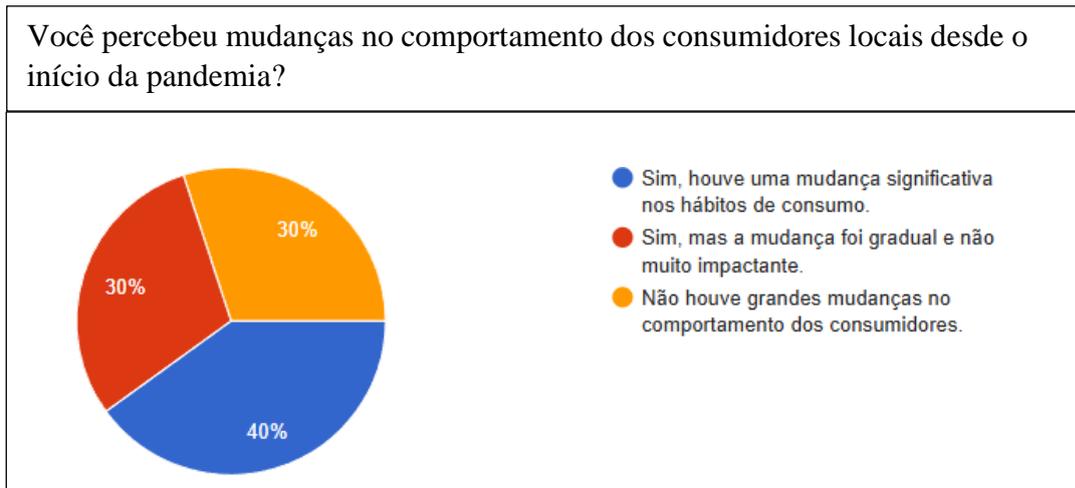


Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

Com base no Gráfico 16, foi possível entender a visão dos empreendedores em relação a como o seu negócio contribuiu para o crescimento da economia da cidade de Hortolândia.

Dos 10 empreendedores envolvidos, a maioria, sendo 60%, destacou que seu negócio colabora com o “estímulo ao consumo de produtos e serviços locais”, além de terem incentivado as demais atividades, com 10% para a geração de empregos diretos e outros 10% para a abertura de novas oportunidades de negócios e, por último, 20% colaboraram com a melhoria na qualidade de vida local, o que contribuiu para que os moradores da cidade não precisassem se deslocar para as cidades vizinhas em busca de serviços ou produtos.

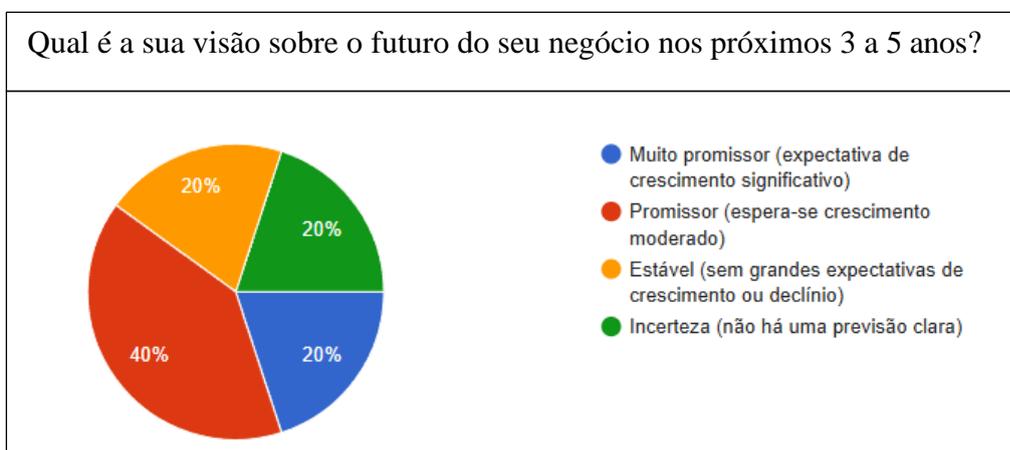
Oferecer e manter um serviço e/ou produto de qualidade, não apenas fortalece o crescimento do próprio negócio, como também incentiva a divulgação espontânea por parte dos consumidores. Esse processo contribui para a expansão contínua do empreendimento, consolidando-o como um agente relevante no desenvolvimento econômico e social da região.

Gráfico 17 - Comportamento dos consumidores.

Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

Conforme apresentado no Gráfico 17, a questão levantada tratou-se da a opinião pessoal dos empreendedores em relação aos seus consumidores locais durante a pandemia. Entre os 10 respondentes, 40% concordaram que houve uma mudança significativa nos hábitos de consumo dos consumidores locais, 30% relataram que a mudança foi gradual e sem impactos e os outros 30% relataram não ter havido grandes mudanças no comportamento dos consumidores.

Entende-se com base nas respostas anteriores e no impacto da covid-19 na sociedade em geral, que essa mudança nos hábitos dos consumidores foi mais intensa no mundo digital, a partir do momento da necessidade em que as empresas enfrentaram para comercializarem e divulgarem seus produtos e serviços em redes sociais e sites para sua sobrevivência. Um hábito que trouxe praticidade, comodidade e conforto aos consumidores.

Gráfico 18 - Visão sobre o negócio.

Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

O Gráfico 18 abordou uma questão a respeito da visão dos empreendedores sobre seu negócio a curto prazo. Entre os 10 empreendedores, 40%, correspondendo a maior parte, acreditam que a área do seu negócio será promissora e esperam crescimento moderado. Apenas 20% acreditam que o seu negócio terá grande crescimento no mercado. Outros 20% dos empreendedores acham que estão estáveis e sem expectativas de crescimento, e os últimos 20% estão incertos e não possuem uma visão otimista sobre seu empreendimento.

Com isso, pôde-se compreender que a minoria, sendo apenas dois dos dez empreendedores, estão com boas expectativas e otimistas com o crescimento do seu empreendimento, o que muitas das vezes pode passar a ideia de que estão no ramo certo e fazendo o que gostam.

Todavia, conforme evidenciado na figura 5, a justificativa da escolha da área dos empreendedores, entende-se que nem sempre o empreendedor escolhe abrir algo na área que gosta e sim na qual sabe trabalhar ou tem experiências. O que mais uma vez, corrobora para a afirmativa em que diz que os empreendedores “assumem riscos”.

Figura 6 - Aprendizados ao empreender.

Quais são os principais aprendizados que você obteve ao empreender durante a pandemia?
--

Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

Conforme evidenciado na Figura 6, a questão aborda um ponto crucial dos empreendedores, sendo os aprendizados adquiridos ao empreender durante uma crise econômica e pandêmica. Esse desafio pode ser fortalecedor ou destruidor. Essa questão trouxe respostas pessoais e profundas.

Dos 10 participantes, apenas sete optaram por responder a essa pergunta. Dentre as respostas relatadas, a “persistência” teve destaque, o que pode de fato representar um empreendedor, sendo em outras palavras à qualidade de perseverar, de continuar com firmeza apesar dos obstáculos, a capacidade de não desistir diante de desafios e dificuldades, mantendo o foco no objetivo e buscando alternativas para alcançá-lo. O início pode ser difícil para todos, mas, apenas os que persistirem saberão se fizeram a escolha certa.

Figura 7 – Sugestões e conselhos dos empreendedores.

Você tem alguma sugestão para futuros empreendedores ou para políticas públicas que possam ajudar os negócios a se fortalecerem durante crises como a pandemia?

Fonte: ELABORADO PELA AUTORA (2025).

A Figura 7 relatou uma pergunta aberta com o objetivo de coletar e entender o pensamento dos empreendedores com relação à superação de crises e com isso transmitir informações, conselhos ou sugestões para futuros empreendedores que passem por crises sanitárias, econômicas ou outras. Dentre os 10 empreendedores participantes, apenas oito optaram por responder a essa pergunta. Entre as respostas obtidas houveram conselhos, desabaços, críticas e apelos direcionados ao governo para a importância da criação de políticas mais assertivas direcionadas aos empreendedores da cidade. Além da necessidade de buscar conhecimentos técnicos como gestão, precificação e análise de mercado e estar atento as oportunidades que o mercado oferece em tempos distintos.

Em resumo, ter uma empresa é um combo de todas essas partes, que se complementam e são necessárias para que um empreendimento exista.

4 CONCLUSÃO

Este estudo abordou temas relevantes e atuais, como o empreendedorismo, o perfil dos indivíduos empreendedores, os impactos da crise econômica e os efeitos da pandemia da Covid-19. Além de serem conteúdos interligados, a busca por essas informações pode fornecer grandes aprendizados a toda sociedade, pois em uma crise pandêmica que afeta diretamente a economia local, toda a comunidade sentirá o impacto negativo provindo desse fenômeno.

A pesquisa foi aplicada para 10 empreendedores da cidade de Hortolândia/SP, o questionário foi composto por 21 perguntas abertas e fechadas. A maioria dos participantes responderam a todas as questões. Houve apenas duas questões de caráter pessoal em que alguns dos 10 participantes optaram por não responder. O que não interferiu e nem gerou impactos negativos nos resultados dessa pesquisa. Enquanto outros participantes tiveram mais entusiasmo para responder a essas questões, com respostas longas expressando suas experiências, aprendizados e dificuldades durante o período além de conselhos para futuros empreendedores.

O estudo demonstrou uma grande relevância ao investigar e compreender o início da motivação dos empreendedores ao abrir seu próprio negócio durante e após a crise da covid-19, bem como ter analisado aspectos relacionados ao desenvolvimento dos empreendimentos, ao relacionamento com os clientes e à percepção sobre o mercado.

Diante da crise pandêmica e econômica, o medo e a incerteza são naturais, mas ser empreendedor é enfrentar as barreiras, correr riscos e não ter medo de falhar. No entanto, o empreendedorismo tem sido fonte de renda e empregos, e com isso vem estimulando o crescimento econômico local da cidade de Hortolândia.

A pesquisa evidenciou também que, mesmo em momentos adversos, é possível identificar oportunidades de crescimento e aprendizagem, mas também é preciso estar atento e se adaptar ao ambiente. Empreender em tempos de crises é um desafio que exige coragem, preparo e criatividade para manter o negócio ativo.

Os resultados obtidos trouxeram informações concretas, baseadas nas experiências vividas pelos empreendedores durante a crise, abrangendo aspectos como motivações, setores de atuação, estratégias adotadas, experiências profissionais, opiniões e conselhos pessoais.

Grande parte das respostas ao questionário corroborou com as teorias dos autores da área do empreendedorismo sobre o perfil, características e motivações das pessoas empreendedoras.

Embora este estudo tenha contado com a participação de um número reduzido de empreendedores locais, muitas outras empresas foram abertas nesse mesmo período na cidade, o que pode permitir futuramente um estudo mais aprofundado sobre o empreendedorismo na cidade e outros temas afins, seja por outro aluno, profissionais da área ou pesquisas de mercado da prefeitura de Hortolândia.

Por fim, concluiu-se que empreender é a arte de transformar ideias em soluções, desafios em conquistas e incertezas em oportunidades. Mais do que abrir um negócio, é um ato de coragem, inovação e resiliência. É sair da zona de conforto para construir algo novo, assumir riscos e gerar valor para a sociedade. É um caminho cheio de obstáculos e exigente, mas transformador para quem empreende e motivador para o mundo ao seu redor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencia de notícias IBGE. Com serviços afetados pela pandemia, PIB de 2020 cai 3,3%. Disponível em: <[Agência Senado. Ajuda do governo só chegou a 15% das micros e pequenas empresas. Disponível em: <\[Ajuda do governo só chegou a 15% das micros e pequenas empresas — Senado Notícias\]\(#\)>. Acesso em: 12/10/2024.](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/35349-com-servicos-afetados-pela-pandemia-pib-de-2020-cai-3-3#:~:text=Em%202020%2C%20quando%20a%20pandemia,fam%C3%ADlias%20(%2D4%2C5%25).>3#:~:text=Em%202020%2C%20quando%20a%20pandemia,fam%C3%ADlias%20(%2D4%2C5%25).> Acesso em: 09/10/2024.</p>
</div>
<div data-bbox=)

BARILLARI, Lauro. **Pauta Oculta do Empreendedor**. 1ª Ed. Letra capital. 2017.

BRUYNE, P. et al. Dinâmica da Pesquisa em Ciências Sociais. 5ª Ed. Rio de Janeiro. Francisco Alves. 1991.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2005.

CRUZ, M. N. Desenvolvimento Cognitivo em Vygotsky: entre os ideais da matemática e a harmonia da imaginação. Reunião Anual Anped, n. 28, p.1-15, 2005.

DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. (Orgs). O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens. Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 15-41.

DOLABELA, F. **O segredo de Luíza**. 30. ed. São Paulo: Editora Cultura, 2006.

DOLABELA, F. **A corda e o sonho**. Revista HSM Management, 80. 2010. p.128-132.

DORNELAS, J. **Transformando ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2005.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 3ª reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro. Elsevier, 2008.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1986.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor: prática e princípios**. São Paulo, (SP): Cengage, 2016.

Embaixada e consulados dos EUA no Brasil. EUA doam US\$75 milhões para combater Covid-19 no Brasil. 19/03/2021. Disponível em: <<https://br.usembassy.gov/pt/eua-doam-mais-de-us50-milhoes-para-combater-covid-19-no-brasil/>>. Acesso em: 07/06/2024.

FARREL, L.C. Entrepreneurship: fundamentos das organizações empreendedoras. São Paulo: Saraiva, 1993.

FILION, L. J. Empreendedorismo: Empreendedores e Proprietários-Gerentes de Pequenos Negócios. Revista de Administração, São Paulo v.34, n.2, p.05-28. 1999.

Fundo de amparo ao trabalhador – ministério do trabalho e emprego. Boletim de políticas públicas de emprego, trabalho e renda. 26/04/2024. Disponível em:

<<https://portalfat.mte.gov.br/publicacoes-2/boletins/boletins-da-secretaria-executiva-do-codefat/>>. Acesso em: 07/06/2024.

GIL, Antônio C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GOMES, Isabela Motta. Como Elaborar uma Pesquisa de Mercado. SEBRAE, 1ª Ed. Belo horizonte. 2005. Disponível em:

<<https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MG/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Como+Elaborar+uma+Pesquisa+de+Mercado.pdf>>. Acesso em: 04/05/2025.

GONZAGA, C. Empreendedorismo e desafios socioambientais. 2015.

Gov.br. Confira as principais ações do governo federal para minimizar os impactos causados pela Covid-19. 05/04/2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2021/abril/confira-as-principais-acoes-do-governo-federal-para-minimizar-os-impactos-causados-pela-covid-19>>. Acesso em: 08/06/2024.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto alegre: Bookman, 2009.

Hortolândia um passo à frente. Hortolândia registra saldo positivo de 456 empregos em 2020. 29/01/2021. Disponível em: <<http://www2.hortolandia.sp.gov.br/noticias/item/17314-hortolandia-registra-saldo-positivo-de-456-empregos-em-2020>>. Acesso em: 07/06/2024.

IBGE -Hortolândia. Disponível em:

<<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/hortolandia/panorama>>. Acesso em: 18/10/2024.

INVEST SP - Agência paulista de promoção de investimentos e competitividade. Aos 30 anos, Hortolândia se destaca na economia. 19/05/2021. Disponível em:

<<https://www.investe.sp.gov.br/noticia/aos-30-anos-hortolandia-se-destaca-na-economia/>>. Acesso em: 07/06/2024.

KOTLER, P., KARTAJAYA, H., SETIWAN, I. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LEITE, A.; OLIVEIRA, F. **Empreendedorismo e Novas Tendências**. 2007.

LORA, I. BLANCO; SEGARRA, M. Estudio exploratorio del uso del emarketing como una estrategia para micro, pequeñas y medianas empresas de servicios. Puente Revista Científica, 2013: p. 29-37.

MALHEIROS, R. C. C. FERLA, L. A. CUNHA, C. J. C. A. **Viagem ao mundo do empreendedorismo**. Florianópolis: Instituto de estudos avançados, 2003.

MALHEIROS, R.; FERLA, L.; CUNHA, C. **Viagem ao mundo do empreendedorismo**. 2ª ed. Florianópolis, SC. Instituto de estudos avançados, 2005.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MCCLELLAND, D. (1961). **The Achieving Society**. Van Nostrand, Princeton NJ.

MINAYO, M.; DESLANDES, S.; NETO, O.; GOMES, R. **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. 21ª Ed. Petrópolis. Editora Vozes. 2002.

NERY, Carmen. Pandemia foi responsável pelo fechamento de 4 em cada 10 empresas com atividades encerradas. Disponível em: <[Pandemia foi responsável pelo fechamento de 4 em cada 10 empresas com atividades encerradas | Agência de Notícias](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/28295-pandemia-foi-responsavel-pelo-fechamento-de-4-em-cada-10-empresas-com-atividades-encerradas)<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/28295-pandemia-foi-responsavel-pelo-fechamento-de-4-em-cada-10-empresas-com-atividades-encerradas>>. Acesso em: 12/10/2024.

PAROLIN, S. R. H. A Perspectiva dos Líderes Diante da Gestão da Criatividade em Empresas da Região Metropolitana de Curitiba (PR). Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul UFRS, Porto Alegre, 2001.

PESSOA, E. **Tipos de empreendedorismo: semelhanças e diferenças**. Portal Administradores, 2005.

Poder 360. Pfizer reports second-quarter 2022 results. Disponível em: <[0000078003-22-000091 \(poder360.com.br\)](https://poder360.com.br/0000078003-22-000091)>. Acesso em: 23/03/2024.

Poder 360. Pfizer reports record full-year 2022 results and provides full-year 2023 financial guidance. Disponível em: <[PFE - 12.31.2022-EX 99 \(poder360.com.br\)](https://poder360.com.br/PFE-12.31.2022-EX-99)>. Acesso em: 23/03/2024.

Portal da transparência. Recursos federais destinados ao combate da pandemia de coronavírus (covid-19). 12/2022. Disponível em: <[Recursos Federais destinados ao combate da pandemia de CORONAVÍRUS \(COVID-19\)](https://portal.transparencia.gov.br/recursos-federais-destinados-ao-combate-da-pandemia-de-coronavirus-covid-19)>. Acesso em: 08/06/2024.

Portal do Governo. PIB de São Paulo cresce e se destaca em meio à queda da economia nacional e mundial. Disponível em: <[PIB de São Paulo cresce e se destaca em meio à queda da economia nacional e mundial | Governo do Estado de São Paulo](https://www.governo.br/pt-br/imprensa/comunicado-2024-09-17-01)>. Acesso em: 17/09/2024.

Pozin, I. 10 best reasons to be an entrepreneur. 2013. Disponível em: <<http://www.inc.com/ilya-pozin/10-best-reasons-to-be-entrepreneur.html>>. Acesso em: 26/09/2024.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROBBINS, S. P. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2005.

ROURE, J. **Dez mitos sobre os empreendedores. Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2001.

SALIM, César Simões et al. **Administração empreendedora: teoria e prática usando o estudo de casos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. **Perfil empreendedor e desempenho Organizacional**. RAC – Revista de Administração Contemporânea, v. 13, n. 3. 2009. p. 450-467.

SEADE INFORMA: ECONOMIA. PIB Paulista cresceu 0,4% em 2020. Disponível em: <https://informa.seade.gov.br/pib-paulista-cresceu-2020/>. Acesso em: 17/09/2024

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de MPE** (unidades de federação: São Paulo) 2007 a. Brasília. 2007.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de MPE** (unidades de federação: Minas Gerais) 2007 b. Brasília: 2007.

SP contra o novo corona vírus. Tudo sobre a quarentena. Disponível em: <[Quarentena | Governo do Estado de São Paulo](#)>. Acesso em: 31/05/2024.

STOREY, D. (2006). Book review: **the economics of self-employment and entrepreneurship**. *International Small Business Journal*. 2006. p.101-103.

STRAUSS, A.; CORBIN. J. **Pesquisa Qualitativa: Técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 1998.

TEODORO, E.; NEVES, R.; MARCUSSO, M. **Introdução ao empreendedorismo e à modelagem de negócios: uma abordagem para além do senso comum**. 1ª ed. Poços de caldas. 2021.

THE WORLD BANK. Capítulo 1. Os impactos econômicos da crise da Covid-19. 2022. Disponível em: <<https://www.worldbank.org/pt/publication/wdr2022/brief/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis#:~:text=Agravamento%20da%20desigualdade%20entre%20os,e%20agravaram%20fragilidades%20econ%C3%B4micas%20preexistentes>>. Acesso em: 30/05/2024.

Tribunal de Contas da União. Pandemia já custou mais de R\$600 bilhões aos cofres federais. 20/10/2021. Disponível em: <<https://portal.tcu.gov.br/imprensa/noticias/pandemia-ja-custou-mais-de-r-600-bilhoes-aos-cofres-federais.htm>>. Acesso em: 08/06/2024.

Tribuna Liberal. Abertura de empresas cresce 230% na região no 1º de semestre de 2021. Disponível em: <<https://www.investe.sp.gov.br/noticia/abertura-de-empresas-cresce-230-na-regiao-no-1o-de-semester-de-2021/>>. Acesso em: 20/09/2024.

Tribuna Liberal. Com 25 mil visitantes, Hortolândia encerra participação na 13ª edição da Feira do Empreendedor Sebrae. Disponível em: <<https://www.tribunaliberal.com.br/neg%C3%B3cios/Com-25-mil-visitantes-Hortolandia-encerra-participacao-na-13-edicao-da-Feira-do-Empreendedor-Sebrae.>>. Acesso em 27/10/2024.

Tribuna Liberal. Hortolândia é destaque no ranking das 100 melhores cidades para fazer negócio. Disponível em:

<<https://www.tribunaliberal.com.br/neg%C3%B3cios/Hortol%C3%A2ndia-%C3%A9-destaque-no-ranking-das-100-melhores-cidades-para-fazer-neg%C3%B3cio>>. Acesso em: 19/09/2024.

Tribuna Liberal. Dados mostram que a cada 1h30, uma empresa abre em Hortolândia no ano.

<<https://www.tribunaliberal.com.br/neg%C3%B3cios/Dados-mostram-que-a-cada-1h30,-uma-empresa-abre-em-Hortol%C3%A2ndia-no-ano>>. Acesso em: 27/10/2024.

VALE, G.; Aguiar, M.; Andrade, N. **Fatores condicionantes da mortalidade de empresas** Brasília: Edições Sebrae, 1998.

VIEIRA, M.; ZOUAIN, D. **Pesquisa qualitativa em administração: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

WEBER, P.; SCHAPER, M. **Understanding the Grey Entrepreneur: A Review of the Literature**. 2003. p.1-15.

ZANOBIA, L. IBGE: Desemprego durante a pandemia foi maior que o estimado. Disponível em: <[IBGE: Desemprego durante a pandemia foi maior que... | VEJA](#)>. Acesso em: 12/10/2024.

WILLIAMS, C. C.; ROUND, J. Evaluating informal entrepreneurs' motives: evidence from Moscow. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2009.

APÊNDICE

Apêndice A – Questionário.

Questionário: Empreendedorismo em Hortolândia Pós-Pandemia (Covid-19)

Este questionário tem como objetivo compreender as motivações, estratégias e impactos dos novos empreendedores na cidade de Hortolândia durante e após a crise gerada pela pandemia de Covid-19.

* Indica uma pergunta obrigatória

Perfil 1 - Qual a sua faixa etária? *

Menor de 18 anos

18 a 24 anos

25 a 34 anos

35 a 44 anos

45 a 54 anos

55 a 64 anos

65 anos ou mais

2 - Qual seu gênero? *

Feminino

Masculino

Prefiro não dizer

3. 3 - Qual sua escolaridade?*

Marcar apenas uma oval.

- Ensino Fundamental
- Ensino médio completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino superior incompleto/cursando
- Ensino superior completo

4. 4 - Você se considera uma pessoa criativa ou inovadora? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

5. 5 - Você realizou algum curso específico para iniciar seu empreendimento? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

6. Negócios. 6 - Qual o ano de fundação do seu negócio? *

Marcar apenas uma oval.

- 2020
- 2021
- 2022

7. 7 - Qual o típico jurídico da sua empresa? *

Marcar apenas uma oval.

- Micro empreendedor individual (MEI)
- Microempresa (ME)

8. 8 - O que motivou você a abrir seu negócio durante ou após a pandemia de Covid-19? *

Marcar apenas uma oval.

- Desemprego/Necessidade
- Renda extra
- Realizar um sonho
- Liberdade financeira
- Curiosidade/me aventurar
- Continuar um negócio de família
- Outras

9. 9 - Qual é o setor de atuação do seu empreendimento?

Marcar apenas uma oval.

- Serviço
- Comércio
- Indústria
- Tecnologia
- Alimentos
- Outras

10. 10 - Porque escolheu essa área para empreender?

11. 11 - Você fez algum estudo de mercado antes de iniciar seu negócio? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

12. 12 - Você já possuía experiência nessa área? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

13. 13 - Você já teve algum tipo de mentor ou apoio no início do seu negócio? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

14. Desafios e Estratégias Adotadas. *

14 - Como você percebeu a crise da pandemia em relação ao seu setor de atuação?

Marcar apenas uma oval.

- A crise foi uma grande dificuldade, mas também trouxe novas oportunidades.
- A crise afetou diretamente a minha área de negócios, mas consegui superar.
- A crise não teve impacto significativo na minha área de atuação.
- Outros

15. 15 - Quais foram os principais desafios que você enfrentou ao abrir o seu negócio durante a pandemia? *

Marcar apenas uma oval.

- Dificuldades financeiras para iniciar o negócio
- Acesso limitado a recursos e crédito
- Burocracia e dificuldades em obter apoio governamental
- Dificuldade na divulgação e adaptação do mercado digital
- Falta de experiência/conhecimento na gestão de negócios
- Falta de insumos/produtos para o meu negócio

16. 16 - Quais estratégias você utilizou para manter seu negócio ativo durante a crise da pandemia? *

Marcar apenas uma oval.

- Investimento em plataformas digitais (site, redes sociais)
- Adaptação de produtos ou serviços para atender à nova demanda
- Parcerias com outras empresas
- Redução de custos ou ajustes operacionais
- Busca por auxílio governamental (créditos, subsídios, etc.)

17. Impactos na Economia Local de Hortolândia. 17 - Como você acredita que o seu negócio contribui para a economia local de Hortolândia? *

Marcar apenas uma oval.

- Geração de empregos diretos
- Estímulo ao consumo de produtos e serviços locais
- Abertura de novas oportunidades de negócios
- Melhora na qualidade de vida local

18. 18 - Você percebeu mudanças no comportamento dos consumidores locais desde o início da pandemia? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, houve uma mudança significativa nos hábitos de consumo.
- Sim, mas a mudança foi gradual e não muito impactante.
- Não houve grandes mudanças no comportamento dos consumidores.

19. 19 - Qual é a sua visão sobre o futuro do seu negócio nos próximos 3 a 5 anos?

Marcar apenas uma oval.

- Muito promissor (expectativa de crescimento significativo)
- Promissor (espera-se crescimento moderado)
- Estável (sem grandes expectativas de crescimento ou declínio)
- Incerteza (não há uma previsão clara)

20. **Considerações finais. 20** - Quais são os principais aprendizados que você obteve ao empreender durante a pandemia?

21. **21** - Você tem alguma sugestão para futuros empreendedores ou para políticas públicas que possam ajudar os negócios a se fortalecerem durante crises como a pandemia?

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

ANEXO

Anexo A – Declaração de Autoria.

		 GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
ANEXO 11 DECLARAÇÃO DE AUTORIA		
Eu, <u>Muril Nascimento de Campos</u> , declaro ser o(a) autor(a) do texto apresentado no Trabalho de Graduação, no curso de Tecnologia em <u>Gestão Empresarial</u> com o título <u>Empreendedorismo pós-pandemia da Covid-19 na cidade de Hortolândia</u> . Afirmo, também, ter seguido as normas do ABNT referentes às citações textuais que utilizei e das quais eu não sou o(a) autor(a), dessa forma, creditando a autoria a seus verdadeiros autores.		
Através dessa declaração dou ciência de minha responsabilidade sobre o texto apresentado e assumo qualquer responsabilidade por eventuais problemas legais, no tocante aos direitos autorais e originalidade do texto.		
<u>Muril N. Campos</u> Assinatura do autor		
Campinas, 06 de Junho de 2025.		
<small>Av. Cônego Antônio Rocatto, 593 – Jardim Sta Mônica - Campinas – SP - CEP 13.062-015 ☎ 1275acad@cps.sp.gov.br Fone: (19) 3216-6474 - 3216-6472</small>		

Anexo B – Banca Examinadora.**MURIEL NASCIMENTO DE CAMPOS****EMPREENDEDORISMO PÓS-PANDEMIA DA COVID-19 NA
CIDADE DE HORTOLÂNDIA**

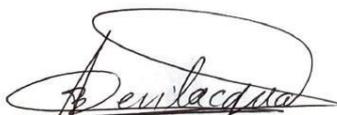
Trabalho de Graduação apresentado como pré-requisito para conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial, pela Faculdade de Tecnologia de Campinas – FATEC Campinas.

Campinas, 02 de julho de 2025.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Esp. Aparecido Carlos Bega Júnior – orientador
Fatec Campinas



Prof. Me. Argemiro Bevilacqua
Fatec Campinas



Profª. Me. Vânia Cristiane Sula de Oliveira
Fatec Campinas