



EMPREENDEDORISMO EM TABULEIRO-MG: ESTRATÉGIAS E INOVAÇÕES PÓS-PANDEMIA

*SILVA, Joseani Cristina Aquino Alves¹
Centro Universitário UniAcademia
HORTA, Patrícia Maia do Vale²
Centro Universitário UniAcademia*

Linha de Pesquisa: Empreendedorismo e negócios inovadores

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi apurar as estratégias adotadas por empreendedores da cidade de Tabuleiro, MG, a partir do período de pandemia, que trouxeram e ainda trazem retorno positivo aos seus empreendimentos. Empreendedorismo envolve a capacidade de identificar e aproveitar oportunidades para criar, novos negócios inovadores. A pesquisa, bibliográfica e telematizada, pode ser definida como exploratória, pois buscou investigar as estratégias e soluções que os empreendedores de Tabuleiro-MG, adotaram para superar os desafios econômicos e sociais resultantes da pandemia de Covid-19. A análise das respostas dos 17 participantes ao questionário sobre empreendedorismo em Tabuleiro-MG revela aspectos significativos do impacto da pandemia, das estratégias de adaptação e das percepções sobre mudanças futuras. O empreendedorismo nas cidades do interior não só enfrentou a crise com resiliência, como também incorporou mudanças que representam um avanço para os negócios locais. Ressaltando o incentivo ao empreendedorismo digital através de apoio financeiro e desenvolvimento de habilidades.

Palavras-chave: Empreendedorismo no Brasil. Inovação pós-pandemia. Desafios empresariais. Economia local. Cidades interioranas.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo envolve a capacidade de identificar e aproveitar oportunidades para criar, novos negócios inovadores. Ele usa recursos da economia convencional de maneira criativa e os realoca em novos empreendimentos. Em resumo, o objetivo do empreendedorismo é explorar novas possibilidades e transformar ideias em projetos bem-sucedidos (TEECE, 2016).

O empreendedorismo no Brasil é mais comum entre a população pobre que vive

1 Graduanda em Administração pelo Centro Universitário Academia.

2 Professora do curso de Administração do Centro Universitário Academia.

nas áreas urbanas. Essas pessoas enfrentam dificuldades para conseguir empregos formais, o que aumenta, ainda mais as desigualdades sociais. Além disso, embora haja exemplos de sucesso na área do empreendedorismo, eles não devem ser utilizados para afirmar que essa é uma solução disponível e viável para todos (BRUM, 2003).

As empresas, especialmente as micro e pequenas, já estavam enfrentando dificuldades para se manterem em funcionamento durante a crise econômica que ocorreu entre 2014 e 2017 no Brasil. Em 2020, essas mesmas empresas tiveram que enfrentar um desafio ainda maior, pois foram obrigadas a restringir suas atividades devido ao alto índice de contágio da Covid-19, uma pandemia mundial impôs novos desafios em tempos de incerteza econômica e dificuldades para a sobrevivência do setor micro e pequeno empresarial (BARBOSA FILHO, 2017).

Essa pandemia ditou um novo rumo para a sociedade, não só brasileira, mas mundial, onde o medo do contágio, o isolamento sanitário e social, novas regras econômicas, além dos impactos causados em todas as áreas, principalmente para as famílias, fizeram com que se considerasse os tempos atuais como o novo normal. E os negócios em geral também sofreram modificações e novas formas de pensar e se adaptar às mudanças impostas (LEITE, 2020).

Assim, é possível perceber que a pandemia de Covid-19 trouxe desafios inéditos para empresas de todos os portes. Por hipótese acredita-se que o mesmo se aplique a pequenos empreendedores em cidades de menor dimensão, como Tabuleiro-MG, que com esse cenário pandêmico, desenvolveram a capacidade de se adaptarem e inovarem por ser um fator fundamental para a sobrevivência e, em alguns casos, para o crescimento dos negócios. Assim sendo, esse estudo tem como objetivo apurar as estratégias adotadas por empreendedores da cidade de Tabuleiro, MG, a partir do período de pandemia, que trouxeram e ainda trazem retorno positivo aos seus empreendimentos.

Para este estudo foi realizada a princípio uma pesquisa bibliográfica sobre o assunto, seguida de aplicação de questionários a empreendedores da cidade, cujos os dados foram analisados. Sendo assim, o primeiro tópico a seguir traz os resultados da



pesquisa bibliográfica sobre o assunto. Em seguida descreve-se a metodologia de forma mais detalhada. Depois se apresenta a análise da pesquisa realizada em Tabuleiro – MG, para enfim trazer algumas considerações.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO

A fundamentação teórica da pesquisa esta dividida em três partes. Na primeira parte, intitulada Empreendedorismo no Brasil: Algumas Características, Avanços e Desafios, é apresentado um panorama geral sobre o perfil dos empreendedores brasileiros. São discutidas características comuns aos empreendedores, como inovação, busca por oportunidades e resiliência diante das adversidades. Na segunda parte, Algumas Características do Empreendedorismo em Cidades Interioranas do Brasil, o foco é o cenário específico do empreendedorismo em cidades menores e regiões interioranas. São exploradas particularidades dessas localidades, como a forte presença de micro e pequenos negócios familiares, menor concorrência e oportunidades de inovação adaptadas às demandas locais. Na terceira parte, Desafios e Soluções Pós-Pandemia para Empreendedores, é discutido o impacto da pandemia da COVID-19 sobre os negócios brasileiros, com foco nas adaptações necessárias para a sobrevivência dos empreendedores.

2.1 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: ALGUMAS CARACTERÍSTICAS, AVANÇOS E DESAFIOS

O empreendedorismo no Brasil tem desempenhado um papel fundamental no crescimento econômico e na geração de empregos, especialmente em um cenário de instabilidade política e econômica. O país possui uma cultura empreendedora vibrante, marcada por sua diversidade, resiliência e criatividade, o que o torna um ambiente fértil para o surgimento de novos negócios. Contudo, o empreendedorismo brasileiro também enfrenta desafios significativos, que vão desde questões estruturais até a necessidade de adaptação às inovações tecnológicas e transformações sociais (VEIGA *et al.*, 2024).

Uma das principais características do empreendedorismo no Brasil é o seu caráter de necessidade. Grande parte dos brasileiros entra no mundo dos negócios como uma alternativa diante da falta de oportunidades no mercado de trabalho formal. A informalidade também é uma característica marcante, especialmente em regiões mais carentes ou no interior do país, onde pequenos empreendimentos surgem como forma de subsistência. No entanto, ao lado do empreendedorismo por necessidade, há um crescimento do empreendedorismo por oportunidade, impulsionado pela inovação e pelo surgimento de novos nichos de mercado. Empreendedores de diversos setores têm buscado soluções criativas e tecnológicas para se destacarem em mercados competitivos, especialmente nas grandes cidades (FREITAS, 2023).

Nos últimos anos, o Brasil registrou avanços notáveis no campo do empreendedorismo. Programas de incentivo, como o Microempreendedor Individual (MEI), facilitaram a formalização de pequenos negócios, permitindo aos empreendedores acesso a crédito e benefícios fiscais. O aumento do uso de tecnologia e a expansão da digitalização também contribuíram para o crescimento de startups e negócios inovadores, especialmente nas áreas de *fintechs*, *e-commerce* e agronegócio. O país se destacou como um dos principais polos de *startups* da América Latina, com ecossistemas empreendedores mais consolidados em cidades como São Paulo, Belo Horizonte e Florianópolis. Além disso, há uma crescente valorização da inovação e da criatividade como elementos centrais do empreendedorismo brasileiro, com empreendedores investindo em soluções sustentáveis, produtos personalizados e novos modelos de negócio (VEIGA *et al.*, 2024).

Apesar dos avanços, os desafios enfrentados pelos empreendedores no Brasil ainda são consideráveis. A alta carga tributária, a burocracia excessiva e as dificuldades de acesso a crédito são obstáculos recorrentes para quem deseja abrir ou expandir um negócio. A complexidade do sistema tributário brasileiro, com diferentes impostos e regulamentações, dificulta a vida de muitos empreendedores, especialmente daqueles que possuem menos recursos para contratar consultorias especializadas. Além disso, o acesso ao crédito, embora tenha melhorado nos últimos anos, ainda é limitado para

muitos pequenos e médios empreendedores, que frequentemente encontram dificuldades para obter financiamento em instituições bancárias tradicionais (FREITAS, 2023).

Outro desafio significativo está relacionado à educação empreendedora. Embora o Brasil tenha um espírito empreendedor forte, muitos empreendedores iniciam seus negócios sem o conhecimento técnico necessário para garantir a sustentabilidade a longo prazo. Isso resulta em uma alta taxa de mortalidade de empresas, especialmente nos primeiros cinco anos de operação. A falta de planejamento, gestão inadequada de recursos e ausência de estratégias de marketing são alguns dos fatores que contribuem para o fracasso precoce de muitos negócios (VEIGA *et al.*, 2024).

Além disso, a pandemia de COVID-19 intensificou os desafios para o empreendedorismo no Brasil. Muitos negócios enfrentaram quedas acentuadas na demanda, mudanças no comportamento do consumidor e a necessidade urgente de digitalização. Por outro lado, o período pós-pandemia também trouxe oportunidades para inovações, novas formas de trabalho, e a reinvenção de modelos de negócios, destacando a capacidade de adaptação e resiliência dos empreendedores brasileiros (MUSSALEM, 2021).

Ou seja, o empreendedorismo no Brasil possui características únicas, marcadas pela diversidade e criatividade, além de avanços importantes em termos de formalização e inovação. No entanto, os desafios estruturais, como burocracia, carga tributária e acesso a crédito, ainda representam obstáculos significativos. Superar esses desafios exigirá não apenas melhorias no ambiente regulatório e políticas de apoio, mas também o fortalecimento da educação empreendedora e o desenvolvimento de uma cultura de inovação que possa sustentar o crescimento dos negócios brasileiros a longo prazo (LEITE, 2020).

2.2 ALGUMAS CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDORISMO EM CIDADES INTERIORANAS DO BRASIL

O empreendedorismo no Brasil, especialmente em cidades do interior, desempenha um papel fundamental no desenvolvimento econômico e social dessas localidades. Diferentemente dos grandes centros urbanos, onde a infraestrutura e o acesso a recursos são mais abundantes, os empreendedores em cidades interioranas enfrentam desafios únicos, mas também desfrutam de oportunidades singulares que podem ser exploradas com criatividade e inovação (FREITAS, 2023).

Nas cidades do interior, o empreendedorismo muitas vezes surge da necessidade de preencher lacunas de mercado ou de gerar fontes alternativas de renda para a população. Em muitos casos, essas cidades têm economias baseadas em atividades tradicionais, como agricultura, pecuária, ou pequenos comércios familiares. O empreendedorismo, nesse contexto, tende a ser uma resposta a demandas locais específicas, refletindo as particularidades culturais, econômicas e sociais da comunidade (FITA; PEREIRA; LOPES, 2023).

Para Mussalem (2021), uma característica marcante do empreendedorismo no interior é o forte senso de comunidade. Negócios locais geralmente dependem de uma rede de relacionamentos estreita com clientes, fornecedores e outros empreendedores. Essa proximidade pode ser uma vantagem, permitindo que os empresários entendam melhor as necessidades e desejos de seu público-alvo, adaptando seus produtos e serviços de maneira mais precisa e eficaz. Além disso, a confiança e a reputação são fundamentais nesses ambientes, onde a palavra e o boca a boca podem ser mais influentes do que em grandes cidades.

No entanto, os empreendedores do interior também enfrentam desafios significativos. A infraestrutura limitada, como transporte, internet e logística, pode dificultar a expansão e a competitividade de seus negócios. O acesso restrito a crédito, investimentos e capacitação também são barreiras comuns que limitam o crescimento e a inovação. Em muitos casos, a ausência de um ecossistema robusto de apoio ao empreendedorismo, como incubadoras, aceleradoras e redes de mentoria, coloca os empresários em uma posição de vulnerabilidade frente a

crises e mudanças econômicas (FREITAS, 2023, p. 31).

Ainda assim, as cidades do interior têm demonstrado uma capacidade impressionante de adaptação e inovação, especialmente em tempos de crise. A pandemia de COVID-19, por exemplo, destacou a resiliência dos empreendedores do interior, muitos dos quais buscaram alternativas criativas para continuar operando, como a digitalização de seus negócios, a oferta de novos serviços, e a reconfiguração de suas operações para atender às novas demandas do mercado (VEIGA *et al.*, 2024).

No Brasil, o incentivo ao empreendedorismo em cidades do interior é fundamental para a descentralização do desenvolvimento econômico e para a promoção de uma economia mais equilibrada e inclusiva. Políticas públicas que facilitem o acesso a recursos, capacitação e infraestrutura, juntamente com iniciativas que promovam a cooperação entre empreendedores locais, podem ajudar a criar um ambiente mais favorável ao crescimento e à sustentabilidade dos negócios no interior (FITA; PEREIRA; LOPES, 2023).

Assim, o empreendedorismo no Brasil, quando voltado para cidades do interior, é uma força transformadora que, apesar dos desafios, possui um potencial significativo para impulsionar o desenvolvimento econômico e social. Ao alavancar as características únicas dessas localidades e enfrentar as limitações com inovação e colaboração, os empreendedores do interior têm a capacidade de construir negócios resilientes e duradouros, contribuindo para a prosperidade de suas comunidades e para o fortalecimento da economia brasileira como um todo.

2.3 DESAFIOS E SOLUÇÕES PÓS-PANDEMIA PARA EMPREENDEDORES

A pandemia de COVID-19 trouxe desafios significativos para o empreendedorismo em todo o mundo, e nas cidades do interior do Brasil, esses desafios foram ainda mais pronunciados. Pequenos e médios empreendedores, que já enfrentavam dificuldades relacionadas à infraestrutura, acesso a recursos e limitações do mercado, viram-se forçados a adaptar seus negócios em um ambiente de incerteza e mudança rápida. No

período pós-pandemia, novos desafios surgiram, mas também se abriram oportunidades para soluções inovadoras que podem moldar o futuro do empreendedorismo nessas regiões (FREITAS, 2023).

Um dos principais desafios pós-pandemia para o empreendedorismo nas cidades do interior é a recuperação econômica lenta. A pandemia deixou um rastro de dificuldades econômicas, especialmente em localidades onde a economia é muitas vezes dependente de setores específicos, como o agronegócio ou o turismo. A recuperação lenta desses setores tem impacto direto na renda disponível da população e, conseqüentemente, na demanda por produtos e serviços locais (FITA; PEREIRA; LOPES, 2023).

Além disso, a transformação digital acelerada durante a pandemia também se tornou um desafio. Muitos negócios precisaram se digitalizar rapidamente para sobreviver, mas a falta de infraestrutura adequada, como internet de qualidade, e a ausência de habilidades digitais entre os empreendedores, especialmente em áreas rurais, continuam sendo barreiras significativas para a continuidade e expansão dessa transformação no período pós-pandemia (VEIGA *et al.*, 2024).

Outro desafio é a mudança no comportamento do consumidor. A pandemia alterou de forma permanente o comportamento dos consumidores, que agora estão mais propensos a buscar conveniência, segurança e serviços on-line. Para os empreendedores do interior, adaptar-se a essas mudanças exige uma compreensão profunda do novo perfil do consumidor e a capacidade de oferecer produtos e serviços que atendam a essas expectativas. A escassez de mão de obra qualificada também é um desafio considerável. Com a pandemia, houve uma migração de trabalhadores para grandes centros urbanos em busca de melhores oportunidades, dificultando a expansão dos negócios e a implementação de novas tecnologias e processos inovadores nas cidades do interior (MUSSALEM, 2021).

Apesar desses desafios, o período pós-pandemia também oferece oportunidades para soluções que podem fortalecer o empreendedorismo no interior. Uma dessas oportunidades é o fortalecimento da economia local. A valorização dos produtos e



serviços locais emergiu como uma tendência forte durante e após a pandemia. Empreendedores podem capitalizar essa tendência ao promover o consumo local, criando parcerias e redes de cooperação entre negócios da região, e investindo em marketing que destaque a autenticidade e a importância dos produtos locais para a comunidade (GOMES, 2022).

Além disso, investir em capacitação e educação empreendedora é essencial para superar as limitações relacionadas à digitalização e ao novo perfil de consumo. Programas de treinamento que ensinem habilidades digitais, marketing on-line e gestão financeira são fundamentais para preparar os empreendedores para os desafios do mercado pós-pandemia (FITA; PEREIRA; LOPES, 2023).

A inovação e a diversificação de negócios também se tornaram elementos cruciais para a sobrevivência e crescimento dos empreendimentos. A pandemia demonstrou a importância da flexibilidade e da capacidade de inovação. No pós-pandemia, empreendedores devem continuar a explorar novas oportunidades de negócios, diversificando suas ofertas e encontrando maneiras criativas de atender às necessidades dos consumidores, como através da personalização de produtos ou da criação de novos canais de venda, como e-commerce e delivery (SILVA; RODRIGUES, 2022).

E ainda, o cooperativismo e as redes de apoio entre empreendedores podem ser soluções eficazes para enfrentar desafios comuns nas cidades do interior. Essas redes permitem a troca de conhecimentos, a redução de custos por meio de compras coletivas e o fortalecimento da resiliência dos negócios locais (VEIGA *et al.*, 2024).

Por fim, o apoio governamental é essencial para a revitalização econômica das cidades do interior. Políticas públicas que facilitem o acesso ao crédito, reduzam a burocracia e incentivem a inovação são fundamentais para criar um ambiente propício ao crescimento dos negócios. Investimentos em infraestrutura, como melhor conectividade digital, também são essenciais para que os empreendedores possam competir em pé de igualdade com os negócios de grandes centros urbanos (FREITAS, 2023).

Dessa forma, o período pós-pandemia apresenta tantos desafios quanto oportunidades para o empreendedorismo nas cidades do interior do Brasil. A capacidade



dos empreendedores de se adaptar, inovar e colaborar será determinante para o sucesso de seus negócios em um cenário econômico que ainda está se recuperando. Com as soluções certas e o apoio adequado, o empreendedorismo no interior pode não apenas sobreviver, mas também prosperar, contribuindo para o desenvolvimento sustentável dessas regiões.

3 METODOLOGIA

A pesquisa, nos preceitos de Vergara (2016), quanto aos fins, pode ser definida como exploratória, pois buscou investigar as estratégias e soluções que os empreendedores do interior do Brasil adotaram para superar os desafios econômicos e sociais resultantes da pandemia de Covid-19. Quanto aos meios, a pesquisa se classifica como bibliográfica e de campo.

A revisão de literatura foi conduzida a partir de fontes publicadas nos últimos 10 anos, com foco nas áreas de empreendedorismo, inovação e gestão de crises, especialmente em cenários de pandemia e recuperação econômica. Foram utilizados artigos acadêmicos, livros, e relatórios de organizações especializadas, com ênfase em estudos voltados para os desafios enfrentados por empreendedores localizados em regiões interioranas do Brasil. Essa revisão forneceu a base teórica necessária para contextualizar o tema.

Logo em seguida foi realizada uma pesquisa de campo, que consistiu na aplicação de um questionário online por meio da plataforma Google Forms, direcionado a empreendedores que atuam na cidade de Tabuleiro-MG. O questionário foi desenhado para captar as estratégias de adaptação, inovação e resiliência adotadas pelos empreendedores durante o período pós-pandemia. As perguntas abordaram temas como mudanças nos modelos de negócios, adoção de novas tecnologias, transformação digital, desafios logísticos e o impacto das políticas governamentais de apoio ao setor.

A pesquisa telematizada, segundo Vergara (2016), é uma modalidade de investigação científica que utiliza ferramentas e tecnologias de comunicação à distância

para coleta, processamento e análise de dados. Isso inclui o uso de internet, e-mails, questionários online, videoconferências, além de sistemas de gestão de dados. Sua principal característica é a flexibilidade e o alcance, permitindo que pesquisadores acessem respondentes ou informações em diferentes localidades, sem a necessidade de interação presencial.

A população-alvo da pesquisa foi composta por empreendedores da cidade de Tabuleiro-MG, existentes em 2020 e que permanecem até o momento atual, com a justificativa de que foram significativamente impactados pela pandemia da COVID-19. A amostra foi não probabilística e por conveniência, pois, segundo Vergara (2016), esse tipo de amostra é válido quando o pesquisador escolhe os participantes por disponibilidade ou acessibilidade, sendo apropriado em estudos exploratórios que visam a compreensão inicial de um fenômeno. A pesquisa focou em diferentes setores econômicos presentes na cidade, como comércio, serviços e agronegócio. O questionário foi divulgado em redes de associações comerciais, como a Associação Comercial e Empresarial de Tabuleiro, e em canais digitais, incluindo grupos de WhatsApp e Facebook, durante o mês de outubro de 2024, para alcançar um maior número de empreendedores dispostos a compartilhar suas experiências e soluções implementadas durante o período pós-pandemia.

O questionário elaborado foi enviado a 30 empreendedores, e obteve 17 respostas. Os dados foram compilados no próprio Google Forms, de maneira anônima, não era necessário login, nem e-mail para responder ao questionário, garantindo o sigilo para os respondentes, o questionário já trazia logo de início as perguntas mais objetivas e indo diretamente, em busca da afirmação ou não da hipótese levantada, e para o final do questionário ficaram as perguntas de caracterização da amostra, que são respondidas sem que seja necessário, uma grande atenção, essa foi uma estratégia usada, para que as principais perguntas realmente fossem respondidas com total atenção dos empreendedores. Os resultados foram tratados e analisados para serem apresentados a seguir.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A cidade de Tabuleiro-MG localizada na Zona da Mata mineira, fundada em 1953, atualmente conta com 4.014 habitantes, o censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2022, apontou que 18,09% desses habitantes, estão considerados ocupados, com renda salarial de 1,6 salários mínimos, a cidade se encontra a 13,6 km de Rio Pomba, e a 59,3 km de Juiz de Fora, cidade essa que os habitantes de Tabuleiro e outras cidades pequenas vão em busca de ensino superior e atendimento especializado na área da saúde.

A 33 km de Tabuleiro, se encontra uma unidade da Embrapa gado de leite, um grande centro de pesquisa, de ciência e tecnologia, que procura viabilizar soluções de pesquisa, e promovendo o desenvolvimento e inovações para a pecuária e agricultura. Essa proximidade pode ser um dos motivos da cidade de Tabuleiro, ter na sua economia uma forte ênfase, na pecuária, umas das principais atividades econômicas da cidade, que conta com duas fábricas de produtos derivados de leite, a agricultura familiar e muito forte no local, são vários pequenos produtores, que tiram o sustento de suas famílias com a pecuária de leite, e também com a pecuária de corte, ambas contam também com o apoio de Programas da Emater-MG.

A análise das respostas dos 17 participantes ao questionário proposto sobre o empreendedorismo em Tabuleiro-MG revela aspectos significativos do impacto da pandemia, das estratégias de adaptação e das percepções sobre mudanças futuras. Primeiramente, a maioria dos participantes (88,2%) já atuava como empreendedor em 2020, o que sugere que essas pessoas já tinham experiências e práticas de gestão antes da crise pandêmica. Estudos anteriores já apontavam que empreendedores estabelecidos podem ter maior capacidade de adaptação por possuírem certo histórico de práticas empresariais e uma clientela consolidada, embora o período de pandemia tenha sido um desafio para todos os negócios.

Atualmente, 53,3% das empresas estão em operação há mais de 10 anos, enquanto 26,7% estão abertas entre 4 e 5 anos. Além disso, 20% das empresas têm uma

operação que varia de 5 a 10 anos. A maioria significativa dessas organizações pertence ao setor de comércio, totalizando 66,7%. Os setores de serviços e indústria apresentam, respectivamente, 26,7% e 6,7%.

Quando questionados sobre em qual setor suas empresas atuam predominantemente, 46,7% dos empreendedores indicaram o setor de vestuário. O setor alimentício foi mencionado por 26,7% dos entrevistados, enquanto 20% se concentram no setor de beleza. Os restantes 6,7% atuam nos setores de brinquedos, papelaria e decoração. Em relação ao porte das empresas, observa-se que 73,3% são classificadas como microempresas, enquanto 26,7% se consideram de pequeno porte.

Sobre o impacto da pandemia, 40% dos empreendedores relataram que suspenderam suas atividades por um período de 1 a 3 meses. Outros 26,7% afirmaram ter interrompido suas operações por 1 mês, enquanto um grupo igual de 26,7% enfrentou uma suspensão de 3 a 6 meses. Por fim, 6,7% das empresas precisaram interromper suas atividades por mais de 6 meses.

Quando questionados sobre os impactos diretos da pandemia, 80% dos empreendedores relataram queda nas vendas, um dado que se alinha com a literatura que ressalta a vulnerabilidade dos pequenos negócios a crises econômicas. Outros impactos relatados, como aumento dos custos (13,3%), problemas de logística (6,7%) e dificuldades na prestação de serviços (6,7%), refletem a complexidade das operações de negócios durante a pandemia, especialmente em cidades do interior, onde as dificuldades logísticas podem ser agravadas pela limitação de recursos e pela infraestrutura menos desenvolvida.

No que se refere às adaptações implementadas, os empreendedores demonstraram um esforço para incorporar inovações em resposta aos desafios da pandemia: 53,3% passaram a adotar vendas online, enquanto 60% ampliaram o uso das redes sociais para divulgação, 26,7% implementaram sistemas de entrega, 20% passaram a utilizar pagamentos eletrônicos e 13,3% recorreram a bancos digitais. Esses dados refletem uma tendência crescente de digitalização entre os negócios de menor porte, o que tem sido apontado por pesquisadores como uma das principais mudanças



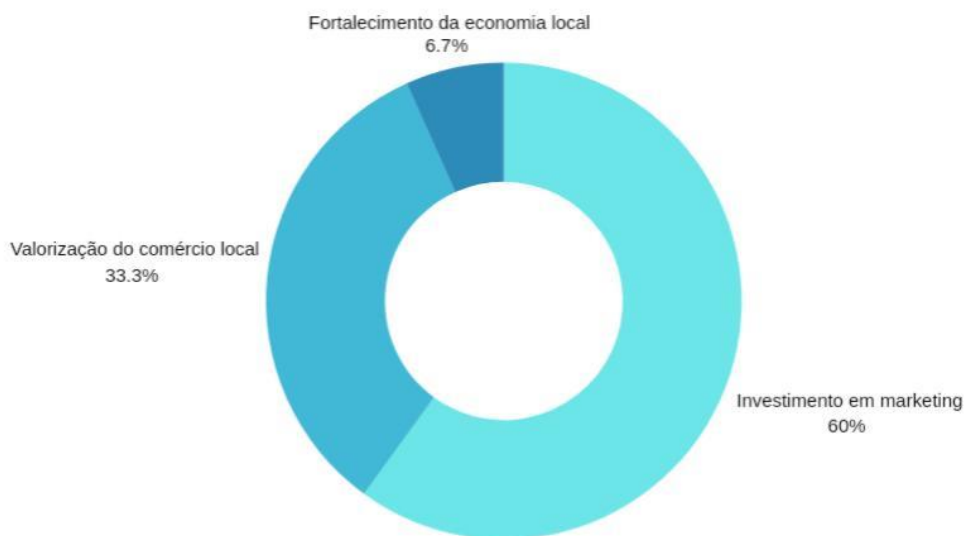
impulsionadas pela pandemia. A capacidade de desenvolver capacidades dinâmicas e adaptar a operação de acordo com as demandas emergentes tem sido destacada na literatura como essencial para enfrentar crises e fortalecer a resiliência empresarial.

Em relação ao financiamento, um terço dos empreendedores (33,3%) relatou recorrer a financiamentos ou renegociação de dívidas para lidar com os efeitos econômicos da crise. Essa prática é consistente com estudos que mostram que, durante períodos de incerteza econômica, as empresas menores recorrem a empréstimos para manter o fluxo de caixa e evitar a falência. No entanto, o acesso a crédito ainda é um desafio significativo para empreendedores em cidades do interior, onde as opções de financiamento podem ser mais restritas, embora muitos desses empreendedores tenham acesso ao crédito rural.

Ao serem questionados sobre as especificidades de operar em uma cidade do interior, 66,7% dos empreendedores relataram mudanças no comportamento do consumidor como o principal impacto, enquanto 20% apontaram a lenta recuperação econômica e uma minoria mencionou a escassez de mão de obra qualificada. A adaptação ao comportamento do consumidor local e a lentidão da recuperação econômica refletem as dificuldades apontadas por outros autores sobre as particularidades dos mercados locais em áreas menos urbanizadas.

Para se adaptarem, 60% dos empreendedores investiram em marketing, 33,3% valorizaram o comércio local e o restante buscou fortalecer a economia local. Como mostra o gráfico 1 a seguir.

GRÁFICO 1- Principais iniciativas de adaptação utilizadas pelos empreendedores



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Esses dados mostram que a valorização do comércio local é vista como uma estratégia importante para a sobrevivência e o fortalecimento das empresas, reforçando a ideia de que as empresas locais têm um papel essencial no suporte e desenvolvimento das economias regionais, embora seja significativa a possibilidade de expansão para cidades vizinhas.

Quando solicitados a avaliar os benefícios das mudanças implementadas, 73,3% consideraram-nas positivas, o que destaca a resiliência e adaptabilidade dos empreendedores de Tabuleiro-MG. Já no que diz respeito às oportunidades percebidas para o futuro, 46,7% mencionaram a expansão digital como um benefício significativo, seguido pelo surgimento de novos mercados e outras oportunidades. Essa percepção positiva sobre a digitalização e o surgimento de novas oportunidades demonstra que os empreendedores enxergam o momento pós-pandemia como uma fase de crescimento potencial, especialmente por meio de ferramentas digitais e novos canais de vendas.

Portanto, a análise revela que os empreendedores de Tabuleiro-MG enfrentaram desafios variados e significativos durante a pandemia, mas muitos conseguiram se



adaptar, adotando práticas inovadoras e estratégicas para fortalecer e expandir seus negócios, especialmente no contexto digital. Esses resultados destacam a importância da adaptação contínua e da inovação no empreendedorismo, especialmente em regiões com características e desafios específicos como o interior.

5 CONCLUSÃO

A pesquisa sobre o empreendedorismo em Tabuleiro-MG durante e após a pandemia revela uma série de desafios enfrentados pelos empreendedores locais, bem como as estratégias que adotaram para superar as dificuldades impostas por esse contexto inesperado. Observou-se que, embora os efeitos da pandemia tenham gerado impactos significativos, como redução nas vendas, aumento dos custos e problemas logísticos, a resposta dos empreendedores foi marcada por uma adaptação rápida e criativa. Muitos adotaram soluções digitais, como vendas online e maior presença nas redes sociais, e valorizaram alternativas locais para fortalecer o comércio na cidade. Esses fatores evidenciam a capacidade de resiliência e a busca por inovação, características fundamentais para enfrentar períodos de crise.

Além disso, a pesquisa destacou que os empreendedores de Tabuleiro-MG perceberam uma mudança no comportamento do consumidor e apostaram no marketing e na valorização do comércio local como meios de manter e expandir sua atuação. As adaptações implementadas são vistas como positivas pela maioria dos entrevistados, que identificam oportunidades futuras na expansão digital e na exploração de novos mercados. Essa adaptação sugere que, mesmo em regiões com limitações logísticas e de recursos, o empreendedorismo pode encontrar formas de prosperar em meio às adversidades, principalmente quando há disposição para abraçar novas tecnologias e estratégias.

Conclui-se, portanto, que os empreendedores de Tabuleiro-MG, não só enfrentam a crise com resiliência, como também incorporam mudanças que representam um avanço para os negócios locais. Esse cenário ressalta a importância de políticas



públicas que incentivem o empreendedorismo digital e o apoio financeiro a esses negócios, além de iniciativas que reforcem o fortalecimento da economia local e o desenvolvimento de habilidades para os empreendedores.

ABSTRACT

The objective of this study was to investigate the strategies adopted by entrepreneurs in the city of Tabuleiro, MG, during the pandemic, which brought and continue to bring positive returns to their ventures. Entrepreneurship involves the ability to identify and seize opportunities to create new, innovative businesses. The research, both bibliographic and telematic, can be defined as exploratory, as it sought to investigate the strategies and solutions that entrepreneurs in Tabuleiro-MG adopted to overcome the economic and social challenges resulting from the Covid-19 pandemic. The analysis of the responses of the 17 participants to the questionnaire on entrepreneurship in Tabuleiro-MG reveals significant aspects of the impact of the pandemic, adaptation strategies, and perceptions about future changes. Entrepreneurship in inland cities not only faced the crisis with resilience, but also incorporated changes that represent an advance for local businesses. Emphasizing the encouragement of digital entrepreneurship through financial support and skills development.

Keywords: *Entrepreneurship in Brazil. Post-pandemic innovation. Business challenges. Local economy. Inland cities.*

REFERÊNCIAS

BARBOSA FILHO, Fernando de Holanda. A crise econômica de 2014/2017. **Estudos Avançados**, Rio de Janeiro, v. 31, n. 89, p. 58-67, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/BD4Nt6NXVr9y4v8tqZLJnDt/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 12 set. 2024.

BRUM, Eliane. O duro país dos pequenos. **Época**, ed.263, 02 maio 2003. Disponível em: <http://elianebrum.com/programas-e-resenhas/entrevista-brasil-o-eterno-pais-do-futuro-que-se-viu-atolado-no-passado/>. Acesso em: 10 set. 2024.

FITA, Rachel da Silva; PEREIRA, Licurgo Carvalho; LOPES, Gabriel César Dias. O sistema de franquias no mercado brasileiro: administração, organização e empreendedorismo e o significativo fortalecimento do sistema de franchising no período pós pandêmico. **Revista de gestão e secretariado**, São Paulo, v. 14, n. 5, p. 8226–



8237, 2023. Disponível em:

<https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/2199>. Acesso em: 10 set. 2024.

FREITAS, Rafaella. **As dificuldades enfrentadas pelo micro e pequeno empreendedor do comércio varejista no período da pandemia de COVID-19**. 2023.

21f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Uberlândia, Ituiutaba, 2023. Disponível em:

<https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/38381>. Acesso em: 12 set. 2024.

GOMES, Polyana Dantas. **Empreendedorismo resiliente**: uma revisão sistemática acerca das micro e pequenas empresas que se reinventaram no contexto de pandemia. 2022. 28f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2022. Disponível em:

<https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/36805>. Acesso em: 12 set. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico**

2022: Resultados preliminares. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em:

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/tabuleiro/pesquisa/19/143491>. Acesso em: 08 nov. 2024.

LEITE, Kelen Cristina. A (in) esperada pandemia e suas complicações para o trabalho.

Psicologia e sociedade. Belo Horizonte, n. 32, ed. e2514, 2020. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/psoc/a/5kJx53cdZNmRDWfrmNW76cD/abstract/?lang=pt>.

Acesso em: 12 set. 2024.

MUSSALEM, Mila Bittar. **Empreendedorismo e inovação como resposta à pandemia da covid-19**: estudo de caso uma empresa de base tecnológica. 2021. 24f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2021. Disponível em:

https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/33279?locale=pt_BR. Acesso em: 12 set. 2024.

SILVA, Karyna Mariana; RODRIGUES, Thais dos Santos Ângelo. **Empreendedorismo feminino**: estudo de caso na cidade de Lorena. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Técnico em Administração) - Etec Padre Carlos Leôncio da Silva, Lorena, 2023. Disponível em:

<https://ric.cps.sp.gov.br/browse?type=author&value=SILVA%2C+Karyna+Mariana+da>. Acesso em: 12 set. 2024.

TEECE, David. Dynamic Capabilities and Organizational Agility: Risk, Uncertainty and Entrepreneurial Management in the Innovation Economy. **California Management Review**, Califórnia, n. 7, 2016. Disponível em:

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2771245. Acesso em: 12 set. 2024.



VEIGA, Heila Magali da Silva *et al.* Tornar-se empreendedor: processo de criação e adaptação de negócios durante a pandemia. **Revista Gestão & Conexões**, Vitória, v. 13, n. 2, p. 73-92, 2024. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/ppgadm/article/view/42852>. Acesso em: 12 set. 2024.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2016.