

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
INSTITUTO DE PSICOLOGIA

POLYANA DANTAS GOMES

Empreendedorismo resiliente: uma revisão sistemática acerca das micro e pequenas empresas  
que se reinventaram no contexto de pandemia

Uberlândia

2022

POLYANA DANTAS GOMES

Empreendedorismo resiliente: uma revisão sistemática acerca das micros e pequenas empresas que se reinventaram no contexto da pandemia

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Psicologia da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Psicologia.

Orientador (a): Heila Magali da Silva Veiga

Uberlândia

2022

POLYANA DANTAS GOMES

Empreendedorismo resiliente: uma análise de como os empreendedores se reinventaram durante o período pandêmico a partir de revisão sistemática de literatura

Trabalho de Conclusão de Curso ao Instituto de Psicologia da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Psicologia.

Uberlândia, 18 de novembro de 2022

Banca Examinadora:

---

Prof Dra. Heila Magali da Silva Veiga (Orientadora)  
Universidade Federal de Uberlândia - Uberlândia MG

---

Prof Dra. Pricila de Sousa Zarife (Examinadora interna)  
Universidade Federal de Uberlândia - Uberlândia MG

---

Psicóloga Organizacional - Ana Carolina Mendes (Examinadora externa)

Dedico este trabalho ao meu pai, que com pouco recurso fez de tudo para que seus filhos formassem.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a professora Heila por ter aceitado me orientar, pela confiança e pela assistência nesta reta final de trajetória da academia.

Agradeço também a minha irmã Roberta pela ajuda em momentos que eu estava muito sobrecarregada, foi essencial para o meu processo de formação.

Agradeço as minhas amigas Andressa, Isabela e Larissa por terem me incentivado e me apoiado em vários momentos da graduação.

## RESUMO

No início do ano de 2020, aconteceu algo inédito que a população mundial não estava preparada, a pandemia de Covid-19. Foram muitas vidas perdidas, momentos de incertezas e medo, com medidas restritivas para conter o vírus. Nesse sentido, vários locais foram fechados, inclusive os pequenos comércios, ficando mais crítico esse período. Com o isolamento social, os empreendedores tiveram que pensar em uma saída para se adaptar a esta nova realidade, utilizando da tecnologia, das redes sociais e e-commerce eles encontraram uma forma de manter o seu negócio operando, como também sendo resiliente. Nesse contexto, uma variável que ganhou destaque foi o empreendedorismo resiliente, o qual é definido como sendo a capacidade dos indivíduos se adaptar em momentos de crise. É importante reforçar a necessidade do estudo haja vista que há poucos estudos relacionados ao tema. Assim, o presente estudo tem como objetivo realizar uma revisão sistemática de literatura sobre empreendedorismo resiliente e compreender as estratégias desenvolvidas durante a pandemia. O método selecionado para a elaboração da presente revisão de literatura foi o método PRISMA, para a condução desta revisão sistemática, foram usadas as bases de dados Google Acadêmico, Scielo e Portal da CAPES, o período dos trabalhos analisados foram de 2020 a 2022, idioma utilizados na seleção foram português e inglês. Com base nos critérios foram identificados 22 artigos, sendo 15 escritos em língua portuguesa e sete na língua inglesa. Desse total, 7 são pesquisas qualitativas, 4 quantitativas, 5 revisões de literatura e 6 estudos teóricos. A partir da análise dos artigos, compreendeu-se que a tecnologia foi uma importante ferramenta para que os pequenos negócios conseguissem sobreviver a esse evento adverso, além disso são discutidas outras estratégias adotadas e as implicações de como o empreendedorismo resiliente contribui para as pequenas e médias empresas se mantenha operando e se reinventando, assim sendo, a necessidade do empreendedor investir em capacitação em cursos, no mercado digital, estar atento nas tendências atuais e também usar da adaptabilidade para sobressair em cenário de crise.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; resiliência; Covid-19; digital; pequenas empresas.

## ABSTRACT

At the beginning of 2020, something unprecedented happened that the world population was not prepared for, the Covid-19 pandemic. There were many lives lost, moments of uncertainty and fear, with restrictive measures to contain the virus. In this sense, several places were closed, including small businesses, making this period more critical. With social isolation, entrepreneurs had to think of a way out to adapt to this new reality, using technology, social networks and e-commerce they found a way to keep their business operating, as well as being resilient. In this context, a variable that gained prominence was resilient entrepreneurship, which is defined as the ability of individuals to adapt in times of crisis. It is important to reinforce the need for the study, given that there are few studies related to the topic. Thus, the present study aims to carry out a systematic review of the literature on resilient entrepreneurship and understand the strategies developed during the pandemic. The method selected for the preparation of this literature review was the PRISMA method, to conduct this systematic review, the Google Scholar, Scielo and CAPES Portal databases were used, the period of the analyzed works was from 2020 to 2022, language used in the selection were Portuguese, English and Spanish. Based on the criteria, 22 articles were identified, 15 of which were written in Portuguese and seven in English. Of this total, 7 are qualitative research, 4 quantitative, 5 literature reviews and 6 theoretical studies. From the analysis of the articles, it was understood that technology was an important tool for small businesses to survive this adverse event, in addition, other strategies adopted and the implications of how resilient entrepreneurship contributes to small and medium-sized businesses are discussed. companies to keep operating and reinventing themselves, therefore, the entrepreneur's need to invest in training courses, in the digital market, be aware of current trends and also use adaptability to excel in a crisis scenario.

**Keywords:** Entrepreneurship; resilience; Covid-19; digital; Small business.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>12</b>
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>15</b>
<b>5</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>16</b>
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>21</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>23</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Com o surgimento da COVID-19 em 2020, ocorreu uma grande mudança em todo mundo. Segundo a Organização Pan-Americana de Saúde, COVID-19 é uma doença infecciosa causada pelo coronavírus SARS-CoV-2 e tem como principais sintomas febre, cansaço e tosse seca. Segundo Werneck e Carvalho (2020), no início da pandemia, havia pouco conhecimento científico sobre esse novo vírus, sua alta velocidade de transmissão e a capacidade de ocasionar mortes em populações vulneráveis, criaram incertezas sobre quais seriam os melhores métodos a serem empregados para o enfrentamento da epidemia em diferentes lugares do mundo.

Nesse sentido, foram tomadas medidas restritivas com intenção de conter o vírus, como uso de máscara, fechamento de estabelecimentos e instituições de ensino, higienização das mãos, com o propósito de diminuir a disseminação do vírus. De acordo com Vitória e Meireles (2021) a maioria das empresas, em destaque as micro e pequenas tiveram seus funcionamentos interrompidos provisoriamente, outras encerradas em caráter definitivo, uma vez que não conseguiram arcar com as demandas financeiras do dia-a-dia.

Sob esse aspecto, as pequenas empresas no Brasil têm um histórico de fragilidade, como aponta Carvalho e Oliveira (2016), que por razões de pouco auxílio financeiro, clientela reduzida, baixa diversificação e inúmeras outras características, são mais afetadas em momentos de crise e passam por inúmeras dificuldades que são empecilhos para o seu desenvolvimento. Diante disso, muitos dos pequenos empreendedores foram compelidos a criar estratégias de sobrevivência, como por exemplo, a digitalização da forma de vender, o comércio eletrônico e marketing pelas redes sociais. Conforme Lima e Freitas (2020), devido ao isolamento social, aumentou de modo significativo as compras realizadas por aplicativos, de forma online. Por conseguinte, as empresas sofreram a pressão de ingressar nesse mundo digitalizado e passaram a se adaptar à nova realidade (SANTOS ET AL., 2018; BARBOSA, 2020).

Desta maneira, surge o questionamento se os empreendedores que ingressaram no mundo digital como uma forma de sobrevivência ou de expansão do seu negócio nesse período pandêmico, pode ser considerado empreendedorismo resiliente. Como explica Taboada, Legal e Machado (2006) a resiliência pode ser definida como a capacidade do ser humano de superar as adversidades da vida.

Com essa capacidade, indivíduos ou grupos utilizam elementos criativos para resolver situações difíceis, estressantes e impactantes, pois um traço comum das pessoas resilientes é a tolerância às mudanças. Elas entendem que os imprevistos fazem parte

da rotina e, por isso, não perdem o controle diante da adversidade (CANGUSSU, 2008, p.12).

Seguindo esta lógica, empreendedores que enxergaram esse contexto de pandemia como uma oportunidade para se reinventar foram resilientes, haja vista que a Covid-19 é um evento inédito, inesperado que exigiu criar estratégias para conseguir enfrentar todos os obstáculos encontrados. Transpondo o conceito da resiliência para a temática do empreendedorismo, pode-se definir empreendedorismo resiliente com sendo, os processos que um empreendedor utiliza para desenvolver e implantar capacidades para se adaptar e responder às adversidades encontradas no papel empreendedor (GARRET; ZETTEL, 2021). António (2018) investigou esse fenômeno e observou que em situações de fracasso a resiliência empreendedora é considerada como uma característica primordial para a sobrevivência, recuperação e sucesso de um negócio. Nessa direção, Lupion (2020) afirma que no contexto de crise da covid-19, a resiliência empreendedora trará ao empreendedor um aprendizado contínuo e a iniciativa para responder a mudanças inesperadas.

Como afirma Castro et al. (2021), o contexto de pandemia tornou-se uma possibilidade para o crescimento profissional, para reelaboração de atividades, de novos jeitos de se trabalhar, de mudanças no modelo de negócios, aprimoramento do e-commerce e o momento para uma avaliação interna e de desenvolvimento pessoal. Desse modo, verificar as mudanças que aconteceram nos pequenos negócios mostra uma nova era da tecnologia em transição e um futuro promissor. Assim, o objetivo geral do presente trabalho é realizar uma revisão sistemática de literatura sobre empreendedorismo resiliente e compreender as estratégias desenvolvidas durante a pandemia.

Para esse estudo, o método de pesquisa utilizado será a revisão de literatura sistemática que segundo Galvão e Ricarte (2019), é uma modalidade de pesquisa que busca compreender a lógica de um corpus documental, tem o foco na reprodutibilidade de outros pesquisadores. Além de deixar claro as bases de dados bibliográficos que foram consultadas, os procedimentos de busca empregadas em cada base, os critérios de seleção dos artigos científicos, bem como o de inclusão e exclusão e a de análise de cada artigo.

É importante destacar que o presente estudo trará contribuições para a Psicologia Social do Trabalho, assim como para o campo de pesquisa sobre o empreendedorismo resiliente, visto que é um tema com poucos estudos. Espera-se que esta pesquisa traga novos conteúdos e abram horizontes para pesquisas científicas futuras.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Empreendedorismo

De acordo com o Otte, Gonçalves e Anselmo (2018), o termo empreendedorismo deriva da palavra empreender o que significa tentar fazer algo, empreender (no Francês entrepreneur) é o sujeito que se dispõe com um trabalho ou uma atividade específica, expressiva e que produz valor.

Nessa direção, para Khajeheian (2017), o empreendedorismo está relacionado à inovação e flexibilidade exercendo um papel relevante na criação de valor econômico das sociedades. Schumpeter (1952), é um dos pioneiros no estudo do empreendedorismo, para ele a função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, um método tecnológico não conhecido para gerar um novo produto, ou utilizar de um antigo tornando-o novo. Este teórico defende ainda que o empreendedor é ator principal no processo de renovação constante do sistema capitalista, que parte do princípio da criação de novas estruturas tecnológicas e a destruição das existentes, evidenciada doravante do ambiente econômico e institucional. Nesse sentido, o empreendedor possui o encargo de realizar inovações que irão ser o combustível para o sistema capitalista.

Existem diversas abordagens teóricas na compreensão do empreendedorismo, com destaque para a econômica e a psicológica. Gomes, Lima e Capelle (2013) verificaram que para os autores da abordagem econômica, o empreendedorismo está relacionado ao desenvolvimento econômico e o empreendedor tem a função de estimular a inovação. Entende-se na abordagem econômica que o empreendedor é a figura central do capitalismo e suas ações estão relacionadas à criação de novas empresas, lucratividade e diversificação de mercados (REIS, 2016 APUD ALMEIDA; CORDEIRO; SILVA, 2018).

Em contrapartida, na abordagem psicológica, segundo Lima, Nassif e Garçon (2020), os empreendedores encontram sucesso em seus empreendimentos em virtude ao seu alto grau de resistência mental para solucionar e tomar decisões estratégicas. Pode-se observar que na abordagem psicológica ou comportamental, o foco está nos atributos comportamentais inerentes ao sujeito que o faz empreendedor, procura-se compreender quais os motivos que levam algumas pessoas a terem maior propensão para iniciar um negócio próprio e quais as características dos empreendedores (CORTEZ, VEIGA, 2018; COSTA, 2018). Tendo por base a abordagem comportamental, um dos aspectos centrais na concepção de empreendedorismo é a assunção de riscos, e num cenário com elevado número de trabalhadores desempregados, essa é uma das poucas possibilidades de geração de renda pelo trabalhador (ABÍLIO, 2019; FIALHO ET AL., 2018; SILVA ET AL., 2017; VASCONCELO ET AL., 2019).

Além dessa característica, diversos autores têm se dedicado a aferir as características comportamentais, que se destacam em pessoas empreendedoras, entre elas busca de oportunidades, reconhecer riscos e criatividade (SILVA ET AL., 2020; VEIGA, PARREIRA, 2015).

Na perspectiva comportamental do empreendedorismo são identificados diversos conceitos tais como, autoeficácia criativa e competências empreendedoras (BIGNETTI ET AL. 2021; CORTEZ, VEIGA, 2018). Entre eles, um construto que tem expressiva produção é o perfil empreendedor, o qual versa sobre a capacidade de um indivíduo de converter ideias em ações (NÚÑEZ ET AL. 2021; VEIGA, CORTEZ, 2021).

O perfil empreendedor diz respeito ao conjunto de atitudes, aptidões e habilidades que um indivíduo adquire através de experiências familiares, social e educacional, para a geração de novas ideias ou inovações ao existente (LEYVA-CARRERAS et al, 2019). Os estudos sobre e sobre o perfil empreendedor são muito relevantes, pois representam um diferencial profissional, um fator facilitador para o sucesso empresarial, para a geração de novos empregos e, por fim, um caminho para o desenvolvimento (MURARO et al, 2018).

Monteiro (2020), apoia na concepção de Degen que compara o perfil do empreendedor de sucesso como de uma caricatura. Degen (2009) salienta duas características fundamentais ao futuro empreendedor: em primeiro instante ele comenta que não se deve conformar com o mundo e tentar adaptá-lo a si; segundo, é imprescindível ter uma notável necessidade de realizar e estar propenso a aceitar riscos e fazer sacrifícios pessoais muitas vezes crucial para se alcançar sucesso.

Além do perfil empreendedor, outra variável relacionada na literatura recente sobre a temática é a resiliência empreendedora (CRUZ; MORAES, 2013). Silva et al (2019) definem a resiliência, sendo uma das características usadas para apresentar os indivíduos aptos para se recuperar mais rapidamente, diante das dificuldades enfrentadas em suas atividades empreendedoras.

A resiliência é um termo oriundo da física, que trata da capacidade dos materiais resistirem aos choques. Este termo vem sendo aplicado em muitas outras áreas, e na psicologia representa a capacidade que um ser humano possui de sobreviver aos traumas e adversidades. Tais traumas não se relacionam somente à resistência física do indivíduo; ao contrário, se referem à visão positiva de querer retomar e reconstruir seus projetos pessoais e profissionais. (DIREZENCHI, 2008. p. 7)

O construto empreendedorismo resiliente é recente na literatura e estudá-lo contribui porque a resiliência é uma característica presente em alguns perfis de empreendedores. O empreendedor resiliente está obstinado a buscar conhecimentos e confia na sua capacidade de

gerenciar um negócio, que através da resiliência, eles conseguem se reinventar e vencer obstáculos. A resiliência ajuda o indivíduo a superar a adversidade, adaptar-se à sociedade e conseguir melhor qualidade de vida (CRUZ, MORAES, 2013; CARDOSO, SOUZA, 2022, SCHERER, MINELLO, 2014).

O indivíduo ou grupo capaz de encontrar qualidade de vida em meio ao que é considerado socialmente ruim ou prejudicial é aquele capaz de atribuição de significado, valorização, de criação de soluções onde, aparentemente, estas não existem (BARLACH, 2005, p.67).

O presente trabalho irá investigar o empreendedorismo considerando os pequenos negócios, as pequenas e médias empresas que podem ser definidas com o seu faturamento ao ano, o microempreendedor individual pode receber até R\$81.000,00 ao ano; a microempresa pode faturar até R\$360.000,00 ao ano; e empresa de pequeno porte deve faturar de R\$360.000,00 não podendo ultrapassar R\$4.800.000,00 ao ano (SEBRAE, 2022).

Segundo os dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), os pequenos negócios correspondem a cerca de 6,4 milhões de estabelecimentos no Brasil, desse número calcula-se que 99% são Micro e Pequenas Empresas (MPE). Vale destacar, que as micro e pequenas empresas conseguem ser classificadas de acordo com o número de empregados e com o faturamento bruto anual (SEBRAE, 2018).

Para Zouain, Ferreira e Macedo (2011), as micro e pequenas empresas têm um papel importante e expressivo, no que diz respeito à empregabilidade. As micros e pequenas empresas (MPE) atuam como maior fonte de empregos, obtendo a maior parte de mão de obra oriunda das demissões em massa de grandes empresas.

Lopes (2021) reconhece que estes pequenos negócios são capazes de oferecer uma possibilidade real de progresso econômico e distribuição de renda, e para a maior parte da classe trabalhadora brasileira se demonstra como fonte de renda. Ademais, esses negócios são uma chance de desenvolvimento profissional autônomo e uma vida sem a submissão de um chefe.

Diante disso, Silva Junior (2021) conta as vantagens do empreendedorismo e do pequeno negócio principalmente no desenvolvimento local, na geração de emprego e renda para a população da região. O microempreendedor individual alcança uma grande participação no desenvolvimento local, assegurando ao trabalhador direito a amparo previdenciários, alguns deles como o auxílio-doença, a aposentadoria por idade e o salário-maternidade, entre outros benefícios.

Seguindo esta visão, conforme o Vasconcelos (2019) indica, as pessoas tendem a prestar mais atenção aos sinais de mercado, aspirando identificar as propostas e as demandas

relacionadas aos produtos, serviços e habilidades. À vista disso, impulsiona a geração de novas empresas, fomentando o crescimento do número de pequenos negócios e cooperando para que o empreendedorismo alcance uma posição estratégica no âmbito da economia de mercado.

Porém, bem como Silva e Feitosa (2021) apontam que boa parte desses proprietários encontram um desafio característico das micro e pequenas, da dificuldade de assegurar sua sobrevivência no mercado competitivo. Geralmente empresas recém-lançadas conseguem concorrer no mercado no decorrer dos seus primeiros anos de funcionamento, no entanto uma parte dessas empresas passa a adotar métodos inovadores, e as organizações que não se adaptam ao novo começam a perder força no mercado com possibilidades de até de desaparecerem.

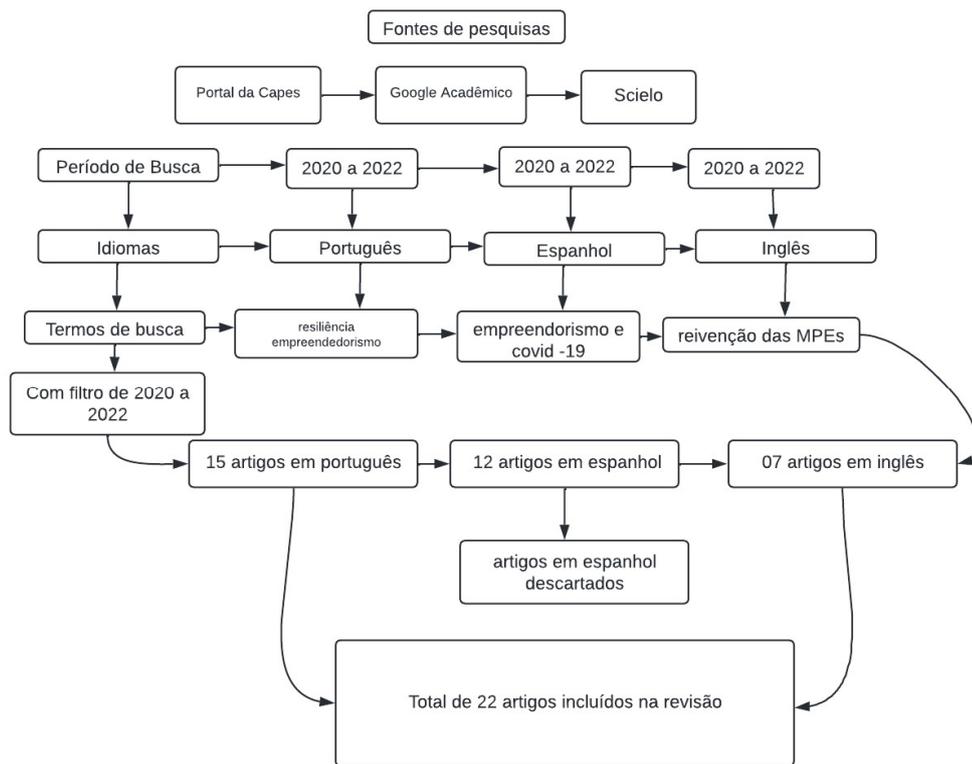
De acordo com Bartik et al. (2020) as pequenas empresas tendem a falhar na ausência de assistência financeira. Para Tuner e Endres (2017), os proprietários de pequenas empresas reforçam a economia dos EUA aumentando o emprego de oportunidades, existe pouca informação sobre o que indica um negócio de sucesso que sustenta por mais de 5 anos. Há indícios de que características pessoais dos proprietários de pequenas empresas incluem um forte locus interno de controle e a necessidade de realização. Assim como, com o cenário de pandemia, Liguori e Pittz (2020) expõem sobre os desafios do empreendedorismo que só aumentaram neste momento, inclusive nas a maioria das pequenas empresas. Naturalmente, os mercados e o cotidiano serão alterados para o futuro previsível e as pequenas empresas que melhor se adaptarem a essas condições mudanças serão as que prosperarão.

#### **4 METODOLOGIA**

Para estudo foram utilizadas as diretrizes do método PRISMA (Principais Itens para Relatar Revisões sistemáticas e Meta-análises) propostas e atualizadas em 2020 por Page et al. (2021), para a condução desta revisão sistemática das revisões de literatura, as quais permitem “avaliar criticamente e conduzir uma síntese dos resultados de múltiplos estudos primários” (CORDEIRO ET AL., 2007, p.429). Sobre as bases científicas de busca foram escolhidas o Google acadêmico, Scielo e Portal da Capes, com descritores “empreendedorismo” e “covid-19” e “micro e pequenas empresas”, e “empreendedorismo e resiliência”, “reinvenção da MPEs”; e também descritores da língua inglesa “entrepreneurship and small business” e “entrepreneurship and resilience”.

O período de busca priorizado foi de 2020 a 2022 levando em consideração a pandemia do coronavírus ser um evento inédito e ter poucos estudos. Diante dos resultado, realizou-se a leitura dos títulos, resumos e palavras-chave de todas as publicações, foram empregados os

critérios de inclusão e exclusão. Desta forma, considerando todos os critérios postos foram selecionadas 42 publicações, sendo elas, 18 português, 12 em espanhol, 7 em inglês. Os artigos em espanhol foram descartados, totalizando 25 artigos para revisão. Porém, ao analisar esses artigos foram encontrados 3 estudos que não citavam a pandemia de covid-19, sendo assim excluídos, pois o foco do estudo é verificar a resiliência em pequenas empresas na pandemia, finalizando em 22 artigos. Quadro 1, resume o processo de identificação dos artigos.



Quadro 1: Fluxograma dos artigos selecionados.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Entre os 22 artigos identificados, 15 são da língua portuguesa e 07 na língua inglesa, sendo desse total, 7 pesquisas qualitativas, 4 quantitativas, 5 revisões de literatura e 6 estudos teóricos.

Autores	Objetivo do Estudo	Metodologia	Principais resultados
Macedo et al (2020)	Identificar quais são as iniciativas adotadas no período pandêmico para enfrentar o impulsionar os seus negócios	Pesquisa qualitativa	Novos hábitos, uso da tecnologia para o trabalho e aumento de compras online
Duarte et al (2021)	Demonstrar como as redes sociais, especificamente o Instagram, podem favorecer as vendas de micro ou pequenas empresas no ramo de pizzarias em Santos durante a pandemia.	Pesquisa quantitativa	Aumento nas vendas em decorrência do uso da redes sociais

Rodrigues & Junior (2021)	Investigar a ocorrência de transformação digital em pequenos negócios, acelerada a partir das restrições trazidas à atividade econômica pela pandemia da COVID-19.	Revisão de Literatura Sistemática	Foram identificados 5 trabalhos nessa revisão de literatura, e os achados mostram que poucos negócios estavam se preparando para a transformação digital por ser um processo que demanda mudanças no modelo de negócios.
Rezende, Marcelino & Miyaji (2020)	Discutir estas estratégias mediante as limitações impostas pelo isolamento social.	Revisão de Literatura	O critério usando nesta coleta dos dados foram construídas duas situações conjunturais para o Brasil. Uma pré-pandemia e outra pós-pandemia. Dessa forma, verificou-se um aumento de novos usuários do e-commerce e do uso de estratégias colaborativas entre os pequenos empresários e as grandes redes de varejo virtual
Grego & Pacheco (2022)	Analisar o comportamento bem como a proliferação de micro e pequenas empresas no cenário brasileiro demonstrando as medidas adotadas no país e comparando-as com países do mundo.	Pesquisa qualitativa	As empresas se mostraram inovadoras e estão interessadas em diminuir os custos das operação para que seja possível dar continuidade de suas atividades
Matta & Tavares (2021)	Identificar o poder de resiliência de um lojista da cidade de Juiz de Fora durante a pandemia da Covid-19.	Pesquisa qualitativa	Crescimentos das vendas no e-commerce, aumento na visibilidade de seus produtos, para conseguir suprir as despesas e não falir durante a pandemia.
Rodvalho & Neto (2021)	Analisar as ações elaboradas pelo Sebrae-MA, para continuidade do referido serviço, no decorrer do tempo de enfrentamento da doença	Pesquisa qualitativa	Notou-se uma boa organização por parte do Sebrae, mantendo os serviços prestados à sociedade, como também uma necessidade de ampliar o seu campo na área da tecnologia
Marodin, Prata & Mecca (2022)	Apresentar como a resiliência promoveu a manutenção e/ou evolução nas fases do Ciclo de Vida das Organizações, durante a pandemia da Covid-19.	Pesquisa qualitativa	A operadora de turismo do estudo de caso conseguiu ser resiliente e manter a sobrevivência do seu negócio.
Júnior et al (2020)	Investigar iniciativas de uso de ferramentas digitais em processos realizadas por micro e pequenas empresas (divulgação, comercialização, pagamento e distribuição), no contexto da pandemia do COVID-19	Pesquisa quantitativa	Encontrou uma transformação digital forçada e diferentes usos tecnologias tem contribuído para a sobrevivência dos negócios em tempos de pandemia.
Pacheco et al (2021)	Tendo em vista o cenário de crise ocasionado pela Covid-19 e seus impactos já evidenciados nas economias de todo o mundo, este trabalho busca identificar a partir de uma revisão de literatura quais os temas mais pesquisados, no período de 2015 a maio/2020, na literatura de empreendedorismo e inovação num contexto de crise.	Revisão de Literatura	Foram identificados 31 artigos nessa revisão de literatura. Os resultados relacionados a crise da covid-19 destacam aqueles empreendedores que são inovadores tem tendência de desenvolver habilidades de resiliência com mais rapidez.
Silva et al (2021)	Realizar uma revisão bibliográfica para analisar os impactos gerados pela pandemia da Covid-19 no posicionamento estratégico de marketing digital e vendas das empresas, discorrendo sobre as transformações ocorridas no âmbito da prestação dos serviços e atendimento ao consumidor diante da nova realidade vivenciada pelo mundo.	Revisão de Literatura	Foram selecionadas publicações entre o intervalo de abril a outubro de 2020, além de serem utilizadas literaturas, relatórios e notícias que tratam da temática do marketing digital e do e-commerce. Com isso, pode se compreender que a pandemia acelerou o comércio digital, além de impor aos empresários a necessidade de se reinventarem, elaborarem estratégias de marketing digital e adaptarem seus negócios ao novo contexto de consumo.
Vale et al (2021)	Analisar o grau de resiliência dos microempreendedores individuais que atuam no ramo da beleza em uma cidade do Rio Grande do Norte durante a pandemia da COVID-19.	Pesquisa Qualitativa	As entrevistadas foram dez microempreendedoras do ramo da beleza apresentaram baixos níveis de resiliência humana, que são caracterizados pela autossuficiência, sentido de vida, equanimidade, perseverança e singularidade existencial.
Silva & Hoffmann (2021)	Identificar as estratégias desenvolvidas por micro e pequenas empresas (MPE) do turismo ludovicense para enfrentar a crise provocada pela COVID-19	Pesquisa Qualitativa	Na maior parte, as empresas não fazem planos contingenciais e se adaptam as crises.

Salomé et al (2021)	Analisar o impacto da pandemia do COVID-19 na gestão financeira das micro e pequenas empresas do setor varejista de Cláudio-MG.	Pesquisa Quantitativa	Alguns dos impactos negativos foram queda do faturamento e aumento de gastos, já os positivos maiores alcance e visibilidades através das redes sociais
Benhard et al (2022)	Realizar uma pesquisa de opinião dos comerciantes do município de Tefê - AM sobre o uso de internet, formas de pagamento utilizadas pela população, além do conhecimento e adesão relacionada ao uso de uma moeda social e plataformas eletrônicas digitais para esse fim	Pesquisa quantitativa	O uso de aplicativos para transações financeiras ainda é baixo, mas há influência positiva que a tecnologia de uma plataforma financeira irá proporcionar nos comerciantes do município de Tefê.
Bai, Quayson & Sarkis (2021)	Como o COVID-19 nos ensinou sobre a digitalização da pandemia para o desenvolvimento sustentável das MPEs influenciando na resiliência pós-COVID-19	Estudo Teórico	A influência do COVID-19 motiva MPEs a repensar seu núcleo competências, buscar novas oportunidades e redefinir modelos de negócios de forma mais intensa e oportuna.
Belitisk et al (2021)	Examinar os efeitos econômicos da pandemia do COVID-19 no empreendedorismo e nas pequenas empresas, bem como ajudar a promover a pesquisa e as implicações econômicas relevantes para a compreensão da natureza do choque pandêmico, consequências e oportunidades para PME e grandes empresas nas perspectivas de curto e longo prazo de forma mais ampla	Revisão Sistemática de Literatura	O artigo tem 15 contribuições e sendo uma revisão sistemática da literatura sobre o efeito no empreendedorismo e nas pequenas empresas; uma discussão de quatro vertentes da literatura com base nesta revisão; uma visão geral das contribuições nesta edição especial; e algumas ideias para pesquisas econômicas pós-pandemia. Nos resultados desta pesquisa entende que o empreendedorismo no mundo pós-pandemia se fundirá ainda mais com a economia digital.
Khanzad & Gooyabadi (2021)	Analisar o impacto do COVID-19 em pequenas empresas em todo o mundo para o desenvolvimento de uma estrutura de resiliência estratégica.	Estudo Teórico	A resiliência estratégica garante uma abordagem abrangente e sistemática capacitando as pequenas empresas enfrentar adversidades, como a pandemia de COVID-19 de forma eficaz e adequada
kpan, Soopramanien & Kwak (2020)	Como as tecnologias avançadas tornaram essenciais para sobrevivência dos pequenos negócios	Estudo Teórico	As tecnologias avançadas podem oferecer benefícios para as pequenas empresas
Almeida, Santos & Monteiro (2020)	Analisar o impacto da transformação digital processos em três áreas de negócios: relações trabalhistas e sociais, marketing e vendas e tecnologia.	Estudo Teórico	As empresas precisam estar preparadas para este desafio, e para isso, necessitam fomentar uma cultura de inovação que envolve a empresa funcionários neste processo
Liguori & Pittz (2020)	Oferecer estratégias de enfrentamento para empreendedores no momento de crise da Covid-19	Estudo teórico	Empresas que se adaptaram melhor nessas condições adversas tem mais chances de prosperar no futuro.
Akpan, Udoh & e Adebisi (2022)	Avaliar a implementação e uso de tecnologias de ponta por PMEs em EMDEs para melhorar o desempenho das operações e criar vantagens competitivas sustentáveis.	Estudo teórico	As estratégias para sobreviver ao 'novo normal' imposta pelo COVID-19 e a concorrência global acirrada inclui uma adoção bem-sucedida de tecnologias avançadas

A partir desta revisão de literatura, encontrou-se diferentes tipos de estudos e metodologias em relação aos pequenos empreendedores durante o período pandêmico.

No âmbito geral, ao realizar a leitura das bibliografias uma saída que os empreendedores encontraram para enfrentar esta crise foram os meios digitais. Nessa direção, Akpan, Udoh e Adebisi (2022) defendem que a pandemia de COVID-19 ofereceu uma oportunidade para o ressurgimento de uma nova geração de empreendedores que irão liderar a próxima revolução industrial e inventar novas formas de fazer negócios utilizando tecnologia de ponta.

Embora, esse caminho não seja visto como fácil, por exemplo, na investigação de Macedo et al (2020), os empreendedores de diferentes ramos de negócios, estavam angustiados em relação à nova realidade, e com receio aderiram os meios digitais e sentiram que essa onda tecnológica veio para ficar pela boa adaptação dos seus clientes.

Rodrigues e Junior (2021) identificaram em sua pesquisa, também uma grande aderência da população em relação a rede móvel sendo o mais utilizado. Acrescentam que os pequenos negócios recorreram ao recurso que a tinha disponível, com a intenção de conter a transmissão do vírus, sendo eles a divulgação em rede social, aplicativos de mensagens, sites de loja e na parte organizacional, a computação em nuvem, que foram importante para não encerramento das atividades.

Rezende, Marcelino e Miyaji (2020), destacam que quando ocorre algum tipo de mudança no comportamento do consumidor, essas alterações acabam impactando na demanda de quaisquer tipos de bens. Seguindo esta lógica, houve uma necessidade de criar estratégias e alternativas para que os continuasse com as suas atividades. Complementam apontando, que algumas empresas já tinham algum tipo de site ou rede social, mas que precisavam se adaptar ao novo cenário. O mesmo aconteceu no estudo de Duarte et al (2021), muitas empresas já tinham sites e redes sociais, mas não era alimentadas com postagens recorrentes, a partir disso os empreendedores começaram atualizar as suas páginas nas redes sociais e houve um aumento nas vendas.

Sob esta perspectiva, Grego e Pacheco (2022) verificaram nos seus estudos de caso que diante desta conjuntura teve a exigência de se adaptar, através dos meios eletrônicos e divulgação em rede social, que ocupações desempenhadas não fossem em sua totalidade interrompidas. As autoras da pesquisa fazem um comparativo, dos países Paquistão e Índia que tiveram redução do imposto e aumento de empréstimos para os pequenos empreendedores, já no Brasil só teve a suspensão do contrato de trabalho e pagamento correspondente às horas de trabalho exercidas por um colaborador.

Salomé et al (2021), também apontam que houve uma necessidade de capital de giro, que era utilizada por poucas empresas passou a ser utilizada por uma quantidade bem maior. Acrescentam um ponto positivo em suas análises o aumento dos meios de canais de atendimento, maior visibilidade das redes sociais e o faturamento.

Junior et al (2020), identificam que o uso de redes sociais, e a aderência maior dos usos das máquinas de cartão está sendo um modelo de negócio capaz de atender a população em meio a pandemia do COVID-19, garantindo as restrições sanitárias.

Akpan, Soopramanien e Kwak (2020), abordam casos em que as tecnologias que as pequenas empresas consideram “muito avançadas” no passado e em circunstâncias normais podem de repente se tornar essenciais quando compelidas por situações incomuns e a necessidade de sobrevivência, como durante o surto da doença de coronavírus (COVID-19).

Almeida, Santos e Monteiro (2020) identificam que a covid acelerou o processo de transformação digital, não somente nas empresas, mas também no público geral. Liguori & Pittz (2020) apresenta os negócios virtuais como uma oportunidade única para revigorar a busca por adequação ao mercado do produto e a busca por novos modelos de negócios capazes de sobreviver e prosperar em um ambiente impactado pela COVID-19.

Silva et al (2021), contam que a pandemia acelerou o aumento do e-commerce no Brasil, pressionando os empreendedores a se reinventarem, elaborando estratégias de marketing, sendo isso vantajoso podendo pendurar até os pós pandemia. Seguindo esta lógica, os autores Matta e Tavares (2021) confirmam que a internet foi uma alternativa para os MPEs, destacam que um dos benefícios do e-commerce são os menos gastos com a infraestrutura, como também oferecer um melhor preço para o consumidor. O marketplace também é um bom benefício, uma vez que as vendas são coletivas, tendo o cliente várias opções de compra se assemelhando como um shopping. E a partir do estudo da loja Amigas GG, que se adaptou diante das circunstâncias, nota-se que essa empresa usou como estratégia de venda a utilização das redes sociais.

Sobre a questão de os empreendedores serem inovadores em contexto de crise, Pacheco et al. (2021), afirmam que eles capazes de desenvolver habilidades de resiliência mais rápido, pois já lidam cenários de incertezas. Quando a questão é relacionada ao empreendimento, Khanzad e Gooyabadi (2021) declaram que, uma organização altamente resiliente é mais ágil, flexível, adaptável, robusta e competitiva.

Outro ponto que merece destaque se refere a saúde mental dos empresários durante esse período, Belitisk et al. (2021) acreditam que alguns dos empreendedores que sofreram durante a pandemia tenderá voltar mentalmente mais forte e mais resiliente dadas as circunstâncias.

Já nos estudos de Marodin, Prata e Mecca (2022) as condições da pandemia fez com que a empresa de turismo criasse estratégias virtuais para atendimento dos clientes, fazendo que a empresa continuasse ganhando e não fechasse, visto que negócios deste ramo tinham poucas chances de sobrevivência. Além disso, a empresa foi muito resiliente ao contornar essas circunstâncias, criar interação interorganizacional e ainda criar um novo produto que a fez manter o seu funcionamento.

Silva, Miranda e Hoffman (2021), falam sobre isso, a interação interorganizacional como estratégia de enfrentamento em momentos de crises. Nota -se uma resiliência também no

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, que adotou a era digitalização de atividades comerciais, que obteve muita aceitabilidade entre os empresários, dentre os quais tiveram casos de total mudanças em suas operações, passando para o digital.

Bai, Quayson e Sarkis (2021), discutem como a covid-19 e as lições de digitalização da pandemia para o desenvolvimento sustentável das MPEs podem influenciar a resiliência pós-covid. E concluem que as economias emergentes, como Brasil e Indonésia são locais exemplares que têm o potencial de saltar a inclusão tecnológica para a sustentabilidade de suas MPEs.

Na pesquisa de Vale et al. (2021), eles procuraram a resiliência entre empreendedoras do ramo beleza, por esse setor ter sido mais impactados pois demandas interação entres pessoas, somente duas de dez microempreendedoras entrevistadas tiveram alta resiliência, sendo assim, em contrapartida não são todos que conseguem ter uma boa resiliência em período de crise.

Desse modo, foram identificados 22 artigos revisões de literatura, sendo 15 em português e 07 em inglês, ao analisá-las conjuntamente se observa que aconteceu uma transformação digital nos pequenos negócios. Ao confrontar esta revisão com as já publicadas, se verifica que recorrer a tecnologia foi um importante meio para as empresas manterem as suas atividades em ação.

Esse momento de crise sanitária demonstrou que a pandemia acelerou o comércio eletrônico, tendo uma grande adesão em boa parte da população, empresários que antes estavam tímidos em relação às novas tecnologias tiveram que aderir a digitalização para continuar na ativa e manter seus negócios. Empreendedores que se viram ameaçados pelo isolamento social, passaram a pensar em iniciativas de se reinventar, criar novos produtos, e provavelmente essas empresas estarão mais fortalecidas caso surja um outro período adverso. Dessa forma, nota-se a resiliência atuando nessas circunstâncias, empreendedores sendo flexíveis, sabendo lidar com as incertezas, mantendo o seu empreendimento na competitividade e inovadores.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A pandemia do coronavírus aconteceu de forma inesperada em todo mundo trazendo mudanças em diversos segmentos da nossa sociedade. O presente estudo teve como objetivo verificar se os empreendedores que foram resilientes neste pandêmico, conseguindo assim manter seus negócios em funcionamento. Nesse sentido, levou-se em consideração a história de fragilidade das MPEs, como explica Souza et al (2020) são caracterizadas as pequenas empresas possuem mau planejamento, falta de capital de giro, sem lucro suficiente, problemas de fluxo de caixa entre outros empecilhos.

Dessa forma, com base na revisão de literatura nota-se que empreendedores foram sim, resilientes, uma vez que conseguiram deixar o negócio operando, ou até evoluindo em um momento de incertezas. A saída que os pequenos empreendedores encontraram foi o meio digital, divulgando a sua marca nas redes sociais, no e-commerce, ou como no caso da operadora de turismo de Marodin, Prata e Mecca (2022) que criaram um novo produto, visto que com isolamento não estavam ocorrendo viagens.

Foram identificadas algumas lacunas na literatura, a saber, que muitos empreendimento tiveram que recorrer aos meios eletrônicos para continuar no mercado, assim é importante que novos estudos investiguem como ficaram a situação desses negócios após abertura de comércio, de vacinas e liberação do uso de máscara.

Como implicação prática do trabalho tem-se para as pessoas que pensam empreender, ou que já tem o seu negócio, conseguirem ser resiliente em momentos de crise, aconselha-se procurar uma capacitação em cursos, ficar atento as tendências atuais, investir em tecnologia, no mercado digital (e-commerce), em criação de conteúdo em redes sociais e marketing digital. Destacando-se também, a adaptabilidade, que condiz com a resiliência conseguir se adaptar ao cenários de crise é essencial para que prolongue a vida de um pequeno negócio.

Assim, espera-se que as informações coletadas do presente trabalho sejam úteis para as pesquisas futuras, principalmente quando o assunto é relacionado a resiliência, pois tem pouco estudo sobre o que torna pesquisa limitada com pouca bibliografia. Deste modo, para os trabalhos futuros recomenda-se verificar se esses pequenos negócios continuam utilizando da tecnologia para melhor engajar as suas empresas.

## REFERÊNCIAS

- ABILIO, L. C. Uberização: Do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. **Psicoperspectivas**, Valparaíso, v. 18, n. 3, p. 41-51. 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol18-issue3-fulltext-1674>.
- ALMEIDA, L. R. S.; CORDEIRO, E. P. B.; SILVA, J. A. G. Proposições acerca do Ensino de Empreendedorismo nas Instituições de Ensino Superior Brasileiras: uma Revisão Bibliográfica. **Revista de Ciências da Administração**, v. 20, n. 52, p. 109-122. 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8077.2018V20n52p109>.
- ALMEIDA, F.; SANTOS, J. D.; MONTEIRO, J. A. The Challenges and Opportunities in the Digitalization of Companies in a Post-COVID-19 World. **IEEE Engineering Management Review**, v. 48, n. 3, p. 97-103, Sept. 2020. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9153093>.
- ALVES, O. F; PÊSSOA, E. C. A visão Schumpeteriana do empreendedorismo em ênfase nos riscos e incertezas: uma abordagem dialética do conhecimento. **Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis**, v. 4, n. 1, jan-abr. 2019. Disponível <http://revista.isaebrasil.com.br/index.php/EGS/article/view/2>.
- AKPAN, I. J.; SOOPRAMANIEN, D.; KWAK, D. h. A. Cutting-edge technologies for small business and innovation in the era of COVID-19 global health pandemic. **Journal of Small Business & Entrepreneurship**, v. 33, n. 6, 607-617, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1799294>.
- AKPAN, I. J.; UDOH, E. A. P.; ADEBISI, B. Small business awareness and adoption of state-of-the-art technologies in emerging and developing markets, and lessons from the COVID-19 pandemic. **Journal of Small Business & Entrepreneurship**, v. 34, n. 2, p.123-140, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1820185>.
- ANTÓNIO, D. **A Resiliência Empreendedora no Contexto de Micro, Pequenas e Médias Empresas Fracassadas em Angola**. 2018. Tese de Doutorado – Universidade da Beira Interior.
- AVENI, A. et al. Análise de uma pesquisa sobre competências empreendedoras na UNB. **Revista Processus Multidisciplinar**, v. 1, n. 1, p. 25-37, 2020. Disponível em: <http://periodicos.processus.com.br/index.php/multi/article/view/234>.
- BAI, C.; QUAYSON, M.; SARKIS. COVID-19 pandemic digitization lessons for sustainable development of micro-and small- enterprises. **Sustainable Production and Consumption**, v. 27, p.1989–2001, July, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.04.035>.
- Barbosa, J; A. The applicability of technology in the New coronavirus pandemic (Covid-19). **Revista da FAESF**, v. 4, n. 19, p. 48-52 Junho, 2020. Disponível em <https://www.faesfpi.com.br/revista/index.php/faesf/article/view/116>.
- BARLACH, L. **O que é resiliência humana? Uma contribuição para a construção do conceito**. 2005. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo.

BARTIK, A. W.; BERTRAND, M.; CULLEN, Z.; GLAESER, E. L.; LUCA, M.; STANTON, C. The impact of COVID-19 on small business outcomes and expectations. **Proceedings of the National Academy of Sciences**, v. 117, n. 30, p.17656-17666, 2020. DOI: 10.1073/pnas.2006991117.

BELITSKI, M. et al. Economic effects of the COVID 19 pandemic on entrepreneurship and small businesses. **Small Business Economics**, v. 58, p. 593–609, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00544-y>.

BERNHARD, R. et al. Análise de opinião referente ao uso de ferramentas digitais por comerciantes do município de Tefé-AM. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 2, 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v11i2.25796>.

BIGNETTI, B.; et al. The influence of entrepreneurial passion and creativity on entrepreneurial intentions. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 22, n. 2, 2021. <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMR210082>.

CANGUSSU, E. T. **A resiliência nos empreendedores egressos do Banco do Brasil**. 2008. 113 fls. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina. 2008.

CARDOSO, M. S. G.; SOUZA, I. G. L. Dificuldades que as mulheres enfrentam ao empreender: o papel das competências empreendedoras e da resiliência humana na superação dessas barreiras. **R. Gest. Anál.**, Fortaleza, v. 11, n. 2, p. 77-92, maio-ago. 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.12662/2359-618xregea.v11i2.p77-92.2022>.

CARVALHO, J. F. S; OLIVEIRA, J. L. C. A Relevância da Gestão do Capital de Giro para a Sobrevivência das Micro e Pequenas Empresas (MPEs) no Brasil. **Revista Cesumar Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**, v.21, n.1, p. 81-96, jan./jun. 2016. Disponível em <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revcesumar/article/view/5092>.

CASTRO, B. L. G. et al. Emprendimiento y coronavirus: impactos, estrategias y oportunidades frente a la crisis global. **Estudios Gerenciales**, v. 37, n. 158, p. 49-60, 2 feb. 2021. Disponível em [https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/article/view/4304](https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/4304).

CELLA, D.; DA CUNHA, L. C.; BAÚ, L. F.; PICCHI, M. R. O perfil empreendedor dos empresários que atuam no comércio de alimentos de Catanduva/SP. **Revista Interface Tecnológica**, v. 14, n. 1, p. 289-310, 2017. Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/index.php/interfacetecnologica/article/view/151>.

CORDEIRO, A. M. Revisão sistemática: uma revisão narrativa. **Revista do Colégio Brasileiro de Cirurgiões**, v. 34,n. 6, p.428–431,2007. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0100-69912007000600012>.

CORREIA, G. F. A.; COSTANZI, C. G.; CARRIERI, A. P. Práticas cotidianas na criação e manutenção de pequenos negócios em Matozinhos/MG. **Revista Diálogos Interdisciplinares**, v. 9, n. 1, p. 48-68, 2020. Disponível em <https://revistas.brazcubas.br/index.php/dialogos/article/view/840>.

CORTEZ, Pedro A. ; VEIGA, Heila M. S. . Características pessoais dos empreendedores: clarificação conceitual dos construtos e definições da literatura recente (2010-2015). **Estudos Interdisciplinares em Psicologia**, v. 9, p. 58, 2018.

CRUZ, M. T. S.; MORAES I. M. M. Empreendedorismo e Resiliência: mapeamento das competências técnicas e comportamentais exigidas na atualidade. **Revista Pensamento & Realidade**, v. 28, n.2, p.59-76, 2013. Disponível em <https://revistas.pucsp.br/index.php/pensamentorealidade/article/view/16430>.

DEGEN, R. J. (2009). **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice-Hall.

DIREZENCHI, L. **A interface entre a resiliência e o empreendedorismo: um estudo exploratório sobre o ato de empreender e as cinco características da resiliência segundo Conner**. Dissertação (Mestrado em Administração). Rio de Janeiro: Faculdades Ibmecc, 2008. 98p.

DUARTE, J. P. C. et al. Uso das redes sociais para incentivar as vendas nas micros e pequenas empresas no ramo alimentício em Santos. **SADSDJ – South American Development Society Journal** , v. 7, n. 21, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.24325/issn.2446-5763.v7i21p286-301>.

EMPREENDEDOR. **Revista Maiêutica**, Indaial, v. 5, n. 1, p. 77-84, 2017. Disponível em [https://publicacao.uniasselvi.com.br/index.php/GESTAO\\_EaD/article/view/1716](https://publicacao.uniasselvi.com.br/index.php/GESTAO_EaD/article/view/1716)

FERREIRA, A. S. M.; LOIOLA, E. & GONDIM, S. M. G. Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: revisão de literatura. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 15, n. 2, p. 292-308, 2017. Doi: <https://doi.org/10.1590/1679-395159595>.

FIALHO, C. B.; WAGNER, L. C.; NUNES, A. F. P.; GAI, M. J. P. Motivação para empreender em cenário de crise econômica: um estudo com novos empreendedores. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 3, n.1, p.148-175, jan-fev, 2018. Disponível em <http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/123>.

GALVÃO, M. C. B.; RICARTE, I. L. M. Revisão sistemática da literatura: conceituação, produção e publicação. **Logeion: Filosofia da Informação**, v. 6, n. 1, p. 57–73, 2019. DOI: <https://doi.org/10.21728/logeion.2019v6n1.p57-73>.

GARRET, R.; ZETTEL, L. Entrepreneurial Resilience. **Oxford Research Encyclopedia of Business and Management**. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190224851.013.314>.

GOMES, A. F.; LIMA, J. B.; CAPPELLE, M. C. A. Do empreendedorismo à noção de ações empreendedoras: reflexões teóricas. **Revista Alcance - Eletrônica**, v. 20, n. 02, p. 203-220, 2013.

GREGO, B. N.; PACHECO, B. C. S. O impacto do COVID-19 junto às micro e pequenas empresas: um estudo de casos. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 8, n. 1, p. 6066-6081, jan. 2022. Disponível em <https://brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/43137>.

LAMBERT, T. E. Monopoly capital and entrepreneurship: whither small business? Cambridge **Journal of Economics**, v. 43, n.6, p. 1577–1595, 2019. DOI: <https://doi.org.ez34.periodicos.capes.gov.br/10.1093/cje/bey060>.

LUPION, R. O sonho da liberdade econômica, o pesadelo da pandemia do covid-19 e a empresa resiliente. **Revista Jurídica Luso-Brasileira**, v. 4, p. 2493-2521, 2020.

JÚNIOR, D. S. G. et al. Efeitos da Pandemia do COVID-19 na Transformação Digital de Pequenos Negócios. **Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada**, v.5, n. 4, p. 1-10, 2020. DOI: <https://doi.org/10.25286/repa.v5i4.1455>.

LEYVA-CARRERAS, A. M.; ALCÁNTARA-CASTELO, J. R.; ESPEJEL-BLANCO, J. E.; CORONADO-GARCIA, M. A. Formación del perfil emprendedor en educación superior en la Universidad de Sonora, México. **Revista Escuela de Administración de Negocios**, n. 86, p.115-132, 2019. DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.229>.

LIMA, A.V; FREITAS, E.A. A Pandemia e os impactos na economia brasileira. **Rev. Economia Empírica**. v. 1, n. 4, 2020.

LIGUORI, E. W. & PITZ, T. G. Strategies for small business: Surviving and thriving in the era of COVID-19. **Journal of the International Council for SmallBusiness**, 106-110, 2020. DOI: 10.1080/26437015.2020.1779538.

LOPES, E. C. **Pequenas empresas e grandes negócios: a relação entre empreendedorismo e informalidade no Brasil**. TCC (graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina. Centro Sócio-Econômico. Economia, 2021.

KHAJEHEIAN, D. Media entrepreneurship: a consensual definition. **AD-minister**, n. 30, p. 91-113, June 2017. <https://doi.org/10.17230/ad-minister.30.5>.

KHANZAD, Z. G.; GOOYABADI, A. A. Development of Strategic Resilience Framework for Small Businesses Post-COVID-19. **Businesses**, v. 1, n. 3, p.127-141, 2021. DOI:<https://doi.org/10.3390/businesses1030010>.

MACEDO, V. et al. Oportunidades para se reinventar: experiências de pequenos negócios durante a pandemia. **Revista Inteligência Empresarial**, v. 42, p. 1–9, 2020. Disponível em: <https://inteligenciaempresarial.emnuvens.com.br/rie/article/view/7>.

MARCON, D. L.; SILVEIRA, A.; FRIZON, J. A. Empreender ou não? Fatores condicionantes da intenção empreendedora. **Revista de Administração. FACES Journal Belo Horizonte**, v. 19 n. 1 p. 64-79 jan./mar. 2020. DOI: <https://doi.org/10.21714/1984-6975FACES2020V19N1ART7526>.

MARODIN, T. G.; PRATA, E. A. F. O.; MECCA, M. S. Resiliência e pandemia da Covid-19: análise em uma operadora de turismo à luz da teoria do ciclo de vida das organizações. **Conjecturas**, v. 22, n. 1, p. 1326–1350, 2022. DOI: <https://doi.org/10.53660/CONJ-558-219>.

MATTA, S. C.; TAVARES, L. R. A evolução do comércio lojista perante a pandemia da covid-19: um estudo sobre uma loja do ramo da moda plus size de Juiz de Fora - MG. **Gestão**

- **Revista Científica**, v. 3, n.1, 2021. Disponível em <https://seer.uniacademia.edu.br/index.php/gestao/article/view/2934>.

MONTEIRO, M. M. L.; SILVA, G. B. da; SOUSA, F. R. L. de; MELO, C. X. de. Entrepreneurial intention and academic training: a study with academics of administration in a public institution. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 1, 2020. DOI: 10.33448/rsd-v9i1.1736.

MURARO, R.; LAZZARI, F.; EBERLE, L.; MILAN, G. S.; VERRUCK, F. Avaliação de perfil empreendedor em meio acadêmico. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 15, n. 2, p. 136–156, 2018. DOI: 10.25112/rgd.v15i2.1526.

NÚÑEZ, M. I. L.; RUBIO-VALDEHITA, S.; DÍAZ-RAMIRO, E.; MARTÍN-SEOANE, G. The entrepreneurial profile of university students: a predictive mode. **Revista de Educación**, 392, p. 11-32, april/june, 2021. DOI: 10.4438/1988-592X-RE-2021-392-47.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. **Folha informativa sobre COVID-19**. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19>.

OTTE, H.; GONÇALVES, A. L., & ANSELMO, D. (2018). Análise comparativa do conhecimento de empreendedores com perfil empreendedor conceitual referência. **Anais Do Congresso Internacional De Conhecimento E Inovação – Ciki**, v.1, n. 1, 2018. Disponível em <https://proceeding.ciki.ufsc.br/index.php/ciki/article/view/477>.

PACHECO, M. G. M. et al. Empreendedorismo e inovação num contexto de crise revisão de literatura. **Revista GESTO: Revista de Gestão Estratégica de Organizações**, Santo Ângelo, v. 9, n. 2, p. 74-87, jul./dez. 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.31512/gesto.v9i2.322>.

PAGE, M. J.; McKenzie J. E.; BOSSUYT, P. M.; BOUTRON, I.; HOFFMANN, T. C.; MULROW, C. D. et al. The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. **BMJ**, v. 372, n. 71, 2021. DOI: doi:10.1136/bmj.n71.

REZENDE, A. A.; MARCELINO, J. A.; MIYAJI, M. A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de covid-19. **Boletim de conjuntura (Boca)**, Boa Vista, v. 2, n.6, p. 53-69, jun .2020. DOI:<http://doi.org/10.5281/zenodo.3834095>.

RODRIGUES, G, P, A.; JÚNIOR, D, S, G. Transformação digital em pequenos negócios no contexto da pandemia da COVID-19: uma revisão da literatura. **DESENVOLVE: Revista de Gestão do Unilasalle**, Canoas, v. 10, n. 3, p. 01-11, nov. 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.18316/desenv.v10i3.8906>.

RODOVALHO, J. B.; NETO, I. F. F. Covid-19 e os desafios dos pequenos negócios: um estudo sobre as estratégias de atendimento utilizadas pelo Sebrae-MA. **Braz. J. of Bus.**, Curitiba, v. 3, n. 5, p. 3530-3549, out./dez.. 2021. DOI: <https://doi.org/10.34140/bjbv3n5-002>.

SALOMÉ, F. F. S. et al. O impacto da pandemia do COVID-19 na gestão financeira das micro e pequenas empresas do setor varejista de Cláudio-MG. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 6, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v10i6.15303>.

SANTOS, B. P.; ALBERTO, A.; LIMA, T. D. F. M.; CHARRUA-SANTOS, F. M. B. Industry 4.0: Challenges and opportunities. **Revista Produção e Desenvolvimento**, v. 4, n. 1, p. 111-124, 31 Mar. 2018. DOI:<https://doi.org/10.32358/rpd.2018.v4.316>.

SCHERER, I. B.; MINELLO, I. F. Características do comportamento empreendedor durante o insucesso. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 8, n. 3, p. 23-36, jul-set, 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.12712/rpca.v8i3.337>.

SEBRAE (2018). **Pequenos negócios em números**. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>.

SEBRAE (2022). **Confira as diferenças entre micro empresa, pequena empresa e MEI**. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>.

SILVA, A. W. P.; OLIVEIRA, B. N. F.; CASTRO, A. B. C.; SILVA, P. M. M.; NETO, A. R. V. Comportamento empreendedor: um mapeamento da produção científica nacional (2000-2020) e proposição de uma agenda de pesquisa. **Revista de Administração Unimep**, v. 18, n. 1, p. 155-191, 2020. Disponível em <http://www.raunimep.com.br/ojs/index.php/rau/article/view/1511>.

SILVA, D. L. B.; MIRANDA, A. L.; HOFFMANN V. E. Viva ou deixe morrer: estratégias para o enfrentamento da COVID-19 sob a perspectiva empresarial em São Luís do Maranhão, Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 15, n.1, 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v15i1.2203>.

SILVA, G.; SERIO, L. C. Inovação em pequenas empresas: rumo a uma abordagem de inovação centrada no proprietário. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 23, n. 3, p.1-17, jul.-set, 2021.

SILVA JUNIOR, N. G. DA. Empreendedorismo e o desenvolvimento local. **Anais do Simpósio Sul-Mato-Grossense de Administração**, v. 4, n. 4, p. 216-228, 1 jul. 2021. Disponível em <https://desafioonline.ufms.br/index.php/SIMSAD/article/view/13357>.

SILVA, et al. Empreendedorismo e empresas que dão suporte empreendedor. **Maiêutica - Estudos Contemporâneos em Gestão Organizacional**, v. 5, n. 1, 2017. Disponível em: [http://publicacao.uniasselvi.com.br/index.php/GESTAO\\_EaD/article/view/1716](http://publicacao.uniasselvi.com.br/index.php/GESTAO_EaD/article/view/1716).

SILVA, P. M. M.; EL-AOUAR, W. A.; DA SILVA, A. W. P.; DE CASTRO, A. B. C. B. C.; DE SOUSA, J. C. A resiliência no empreendedorismo feminino. **Gestão e Sociedade**, v. 13, n. 34, 2018. DOI: 10.21171/ges.v13i34.2346.

SILVA, W. M. et al. Marketing digital, E-commerce e pandemia: uma revisão bibliográfica sobre o panorama brasileiro. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 5, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v10i5.15054>.

SCHUMPETER, Joseph. (1952) **Can capitalism survive?**

TABOADA, N. G.; LEGAL, E. J.; MACHADO, N. Resiliência: em busca de um conceito. **Rev. bras. crescimento desenvolv. hum.**, São Paulo, v. 16, n. 3, p. 104-113, dez. 2006. Disponível em [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-12822006000300012&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12822006000300012&lng=pt&nrm=iso).

TURNER, S.; ENDRES, A. Strategies for Enhancing Small-Business Owners' Success Rates. **International Journal of Applied Management and Technology**, v. 16, n.1, p. 34-49, 2017 DOI:10.5590/IJAMT.2017.16.1.03.

VALE, A. F. N.O. et al. Impacto da covid-19 mediado pela resiliência humana em microempreendedores do ramo da beleza. **RGO - Revista Gestão Organizacional**, Chapecó, v. 14, n. 1, p. 212-230, jan./abr. 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.22277/rgo.v14i1.5488>.

VASCONCELOS, R. B. B.; SANTOS, J. F.; ANDRADE, J. A. Inovação em Micro e Pequenas Empresas: Recursos e Capacidades. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 25, n. 2, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2021190106.por>.

VASCONCELOS, V. N. S.; SILVEIRA, A; PEDRON, C. D.; ANDRADE, D. C.T. Intenção Empreendedora, Comportamento Empreendedor Inicial e Teoria So-ciocognitiva do Desenvolvimento de Carreira. **Rev. Empreendedorismo Gest. Pequenas Empres**, São Paulo, v. 9, n.1, p. 159-188, janeiro, 2020. DOI <http://dx.doi.org/10.14211/regepe.v9i1.1491>.

VEIGA, H. M. S.; CORTEZ, P. A. Análise de Interação entre Autoeficácia Criativa e Perfil Empreendedor na Predição da Intenção Empreendedora entre Universitários. **Revista Gestão & Conexões Management and Connections Journal**, Vitória (ES), v. 10, n. 1, jan./abr., 2021 DOI: 10.47456/regec.2317-5087.2021.10.1.31646.28-46.

VEIGA, H. M. S.; PARREIRA, S. M. Perfil empreendedor: análise de suas relações com valores relativos ao trabalho e autoeficácia para criar. **Revista Gestão Organizacional**, v. 8, n. 3, set/dez, 2015. <https://doi.org/10.22277/rgo.v8i3.2628>.

VITÓRIA, M, F, C.; MEIRELES, E. O microempreendedor em tempos de pandemia: uma análise do impacto econômico em cenário de crise. **Brazilian Applied Science Review**, Curitiba, v., n.1, p.313-327 jan. 2021. DOI:10.34115/basrv5n1-020.

WERNECK, G. L.; CARVALHO, M. S. A pandemia de COVID-19 no Brasil: crônica de uma crise sanitária anunciada. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 36, n. 5, 2020. DOI:<https://doi.org/10.1590/0102-311X00068820>.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W. Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 9, n. 1, p. 564-585, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1679-39512011000600007>.

ZOUAIN, D. M. et al. Gestão de capital de giro: contribuição para as micro e pequenas empresas no Brasil. **Revista de Administração Pública**, v. 45, n. 3 p. 863-884, 2011. Disponível em <https://doi.org/10.1590/S0034-76122011000300013>.