

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, CONTÁBEIS E ATUARIAIS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

VICTOR CARBONE COYADO ARAUJO

A Dinâmica do empreendedorismo e seu papel frente à cenários econômicos

São Paulo

2023

A Dinâmica do empreendedorismo e seu papel frente à cenários
econômicos

Monografia submetida à
apreciação de banca examinadora
do Departamento de Economia,
como exigência parcial para a
obtenção do grau de Bacharel em
Ciências Econômicas, elaborada
sob a orientação do Professor João
Ildebrando Bochi

**Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuariais PUC – São
Paulo**

Maio/2023

Esta monografia foi examinada pelos professores abaixo relacionados e aprovada com nota final _____ (_____).

Autorizo a disponibilização desta monografia na Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária da PUC – São Paulo para consulta pública e utilização como referência bibliográfica, mas sua reprodução total e parcial somente pode ser feita mediante autorização expressa do autor, nos termos da legislação vigente sobre direitos autorais.

São Paulo, 26 de maio de 2023 Assinatura: _____

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, família e amigos que me apoiaram na realização da minha primeira faculdade e me deram suporte e força do início ao fim.

Um agradecimento especial ao professor João Ildebrando Bochi que me orientou durante todo o período da monografia e apoiou na escolha do tema.

ARAUJO, V.C.C. A Dinâmica do empreendedorismo e seu papel frente à cenários econômicos

São Paulo - SP, 2023. Monografia de Bacharelado [Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária] – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

RESUMO

Analisar o nível de atividade empreendedora no Brasil conforme a economia muda sua conjuntura de políticas e parâmetros, isto é, os impactos que os grandes indexadores econômicos e fatores extras econômicos podem ter sobre a performance e a penetração dos movimentos empreendedores no cenário econômico como um todo. Além disso, contrapor os cenários de incentivos para o empreendedorismo no exterior com o cenário brasileiro, a fim de estabelecer um paralelo o qual busca apontar quando os governos se fazem presentes para o desenvolvimento econômico do país ou mesmo quando se ausentam, causando impactos diretos na economia.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Dinâmica do trade-off de Williamson 16

Figura 2 – Estrutura do funil de vendas 21

Figura 3 – O modelo canvas de negócio 24

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Níveis de desemprego 2019 x 2020.....	12
Gráfico 2 – Relação entre desemprego e novas empresas.....	13
Gráfico 3 – Participação do comércio eletrônico nas vendas totais.....	27
Gráfico 4 – Divulgação de Fatores ESG nas bolsas do mundo.....	29
Gráfico 5 – Crescimento da receita de e-sports no mundo.....	31
Gráfico 6 – Crescimento da audiência de e-sports no mundo.....	32
Gráfico 7 – <i>Streamers</i> mais assistidos no mundo no ano de 2022.....	33
Gráfico 8 – Número (em mil) das novas PMEs abertas em 2021.....	41

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 CAPÍTULO I.....	17
2.1 Ambientes do empreendedorismo	17
2.2 Principais modelos de negócio no mercado atual	22
3 CAPÍTULO II.....	26
3.1 Empreendedorismo durante a pandemia da covid-19	26
3.2 E-sports ascendente durante e pós pandemia	28
4 CAPÍTULO III.....	34
4.1 Empreendedorismo como forma de inclusão social e impacto positivo	34
4.2 Início ao processo de independência financeira através do empreendedorismo	37
5 CONCLUSÃO.....	41
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43

1 INTRODUÇÃO

Destarte, o assunto “empreendedorismo” pode estar diretamente ligado com as mais diversas crises que existiram ao longo do período de evolução histórica, sejam elas cíclicas ou não. As crises assumem papel importante na economia, pois estão diretamente ligadas com as flutuações de parâmetros e indexadores econômicos, os quais, em sua maioria, ditam o andar da economia nacional, por exemplo, Taxa Selic, Índice IGP-M e Taxa Ptax no caso brasileiro.

Tomar-se-á como base inicial para esclarecer a justificativa, o estudo da crise de 1929 nos Estados Unidos. De maneira geral, pode-se resumir a crise de 1929 no Estados Unidos, como o resultado negativo das grandes movimentações de especulação no mercado financeiro estadunidense, bem como a superprodução que o país apresentou no cenário pós Primeira Guerra Mundial. Após este breve resumo da situação dos Estados Unidos, precisa-se entender qual foi o cenário por trás destes fatores que ocasionou na explosão da crise, bem como os meios pelos quais foram escolhidos para passar por cima deste período nebuloso na histórica econômica mundial.

Primeiramente, é interessante notar que os Estados Unidos, no que tange aos anos 1920, era responsável por 42% da produção mundial de todos os produtos comercializados, caracterizando um certo grau de monopólio em setores como bens de consumo duráveis e bens de consumo não duráveis. Em uma interpretação mais cronológica da crise, pode-se identificar os **turning points** para o contexto de agravação e retomada do cenário econômico em questão, sendo eles: Como pontapé inicial deste cenário, fica evidente a grande euforia nacional com o desenvolvimento da economia, motivo pelo qual as grandes instituições financeiras enxergaram uma ótima oportunidade de expandir seus negócios por meio da concessão de crédito à população. Esta expansão de créditos, ocasionou o gradativo crescimento do processo empreendedor no cenário estadunidense, pois o incentivo para abrir uma nova empresa era muito mais favorável do que permanecer em alguma grande empresa, tendo em vista que a taxa da remuneração do dinheiro (taxa de juros) imposta pelas instituições financeiras era mais favorável do que o próprio investimento em títulos do governo ou mesmo no mercado acionário no vigente contexto.

Contudo, este cenário altamente propício para o desenvolvimento econômico nacional veio à se dissolver perante seus próprios aspectos benéficos do momento; isto é, o cenário econômico era muito favorável à população como um todo, gerando oportunidades de investimentos para todas as pessoas, cobrindo praticamente qualquer tipo de investidor que quisesse fazer parte deste movimento de evolução nacional. Porém, esta massiva participação no mercado acionário, ocasionou uma forte crise de especulação (O sentido de especulação financeira aqui está relacionado com pessoas que compravam ações na bolsa, esperando que estas se valorizassem para logo em seguida revendê-las, o que é popularmente chamado hoje de Day Trade ou mesmo Swing Trade, dependendo do tempo de permanência do indivíduo com a cota de ação em questão), fazendo com que as bolsas quebrassem e as taxas balizadoras ficassem cada vez mais instáveis. Já no contexto da produção nacional, através dos grandes incentivos do governo para o desenvolvimento nacional, assim como os modelos de produção Fordista (o mais famoso até o momento), foram responsáveis por desenvolver um cenário de superprodução, o qual tinha por característica a massiva produção de bens para a sociedade, mas a mesma não sendo capaz de suprir toda a demanda criada pelas indústrias, ocasionando um volume de estoque gigante, Vale lembrar que para Keynes, estoque era um sinônimo de **riqueza inerte**, isto é, um produto que tem certo potencial de venda, bem como seu respectivo valor de mercado que, na verdade, fica em inércia nos depósitos, pois a população não tem como comprar tal mercadoria tendo em vista o cenário econômico como um todo.

Todo este contexto do cenário da Crise de 1929, serve de base para analisarmos o sentido verídico das crises para o movimento de empreendedorismo no sentido nacional. Neste caso, pode-se perceber que a economia estadunidense já se encontrava em um patamar de extremo avanço econômico, o qual facilitava e incentivava a liberdade da sociedade para empreender e estudar qual seria o melhor jeito de lucrar em seu setor de atividade. Porém, este é um cenário muito distante da maioria dos países no século XXI, devido à grande polarização político-econômica mundial, mas não entraremos neste mérito, por hora.

É importante notar que o verdadeiro sentido positivo da crise para o empreendedorismo, se encontra depois do **boom**, quando buscam-se meios para

solucionar os problemas que esta conjuntura de fatos ocasionou. Isto se mostra como verdadeiro ao analisar os planos do New Deal americano, o qual foi responsável por estabelecer: Incentivos à projetos públicos, promoção de benefícios sociais (salário-mínimo, seguro-desemprego, etc) e intervenções na economia (evitar queda de preços e controlar os níveis de produção, por exemplo).

Esta conjuntura de fatos mostra que um ambiente favorável para o desenvolvimento econômico, abre espaço para o empreendedor começar seu negócio com certo grau de segurança, isso é evidente. Contudo é interessante notar também, que mesmo depois do pior cenário possível, ocorrem aberturas de oportunidades para o empreendedor se aventurar e “reconquistar” o espaço de mercado que foi perdido durante a crise, como o setor de bens de consumo não duráveis, por exemplo.

Já em nosso cenário nacional, no contexto da recente pandemia que assolou o mundo inteiro de 2019 para cá, o Brasil se encaminha para seu maior número de empreendedores na história, vale dizer que não por vocação ou vontade própria, mas sim pela necessidade imposta pelo cenário econômico atual.

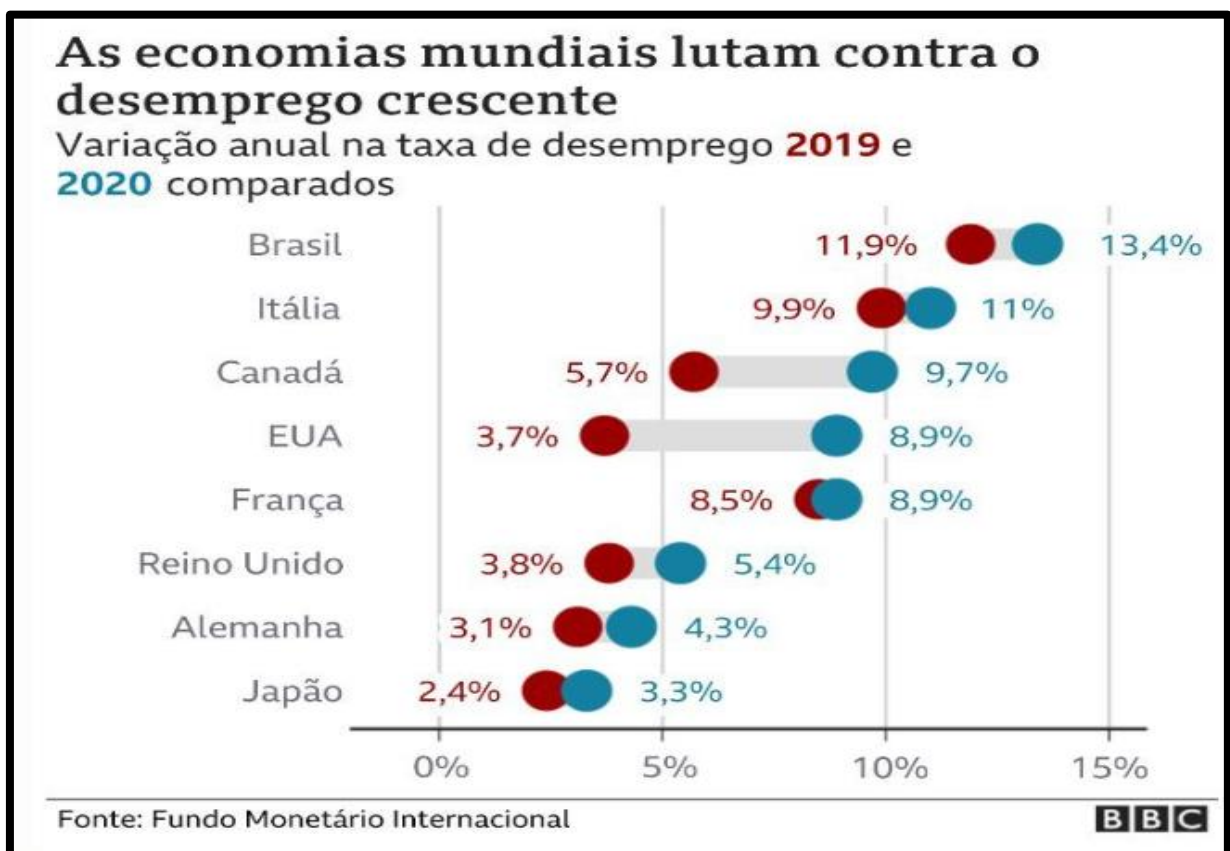
Nos nove primeiros meses deste ano, o número de microempreendedores individuais (MEIs) no país cresceu 14,8%, na comparação com o mesmo período do ano passado, chegando a 10,9 milhões de registros. (Agência Brasil, 2020)

Os brasileiros foram impulsionados pela crise gerada pela pandemia do novo coronavírus e estão na incessante busca na atividade empreendedora uma alternativa de renda extra ou até mesmo primário a qual possa amenizar os efeitos negativos do cenário pandêmico. Através desta realidade, uma estimativa feita pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) mostra que aproximadamente 25% da população adulta estarão envolvidos, até o fim do ano, na abertura de um novo negócio ou com uma empresa com até 3,5 anos de atividade.

O desemprego está levando as pessoas a se tornarem empreendedoras. Não por vocação genuína, mas pela necessidade de sobrevivência (Meirelles, 2018)

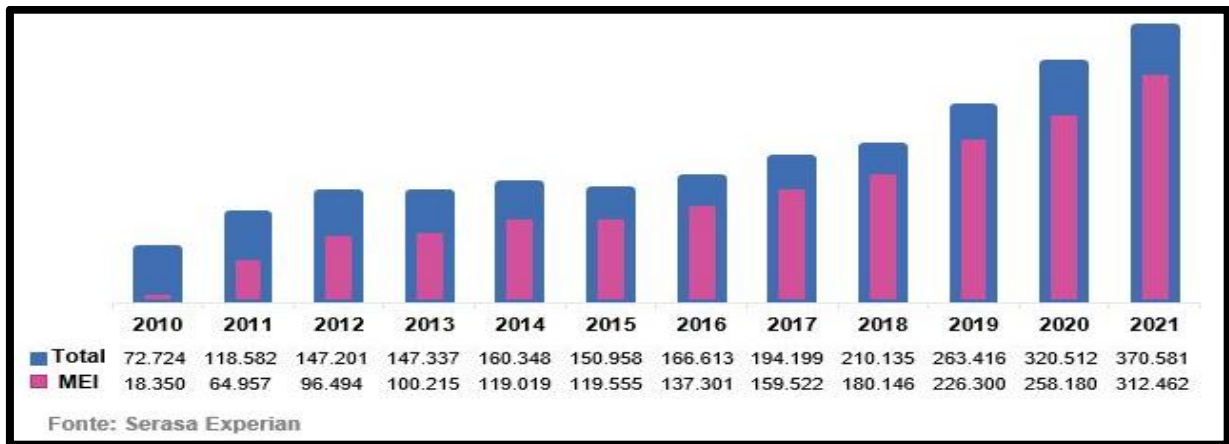
Outro ponto extremamente importante para a análise dos níveis de empreendedorismo, é justamente o seu par oposto diretamente ligado, ou seja, os índices de desemprego no período analisado. Os níveis de desemprego, estão diretamente ligados com o empreendedorismo, no sentido de que estes são grandes balizadores para entender o grau de penetração e engajamento dos indivíduos como empreendedores na sociedade. Isto se mostra relevante ao perceber a relação deste raciocínio com a frase dita por Meirelles na página anterior.

Gráfico 1 - Níveis de desemprego 2019 x 2020



A relação desemprego *versus* novas empresas fica claro ao analisar o gráfico de MEI's no Brasil em série histórica de 2012-2021:

Gráfico 2 – Relação entre desemprego e novas empresas



Fonte: Serasa (2021)

De maneira geral, o empreendedorismo está ligado com os mais diversos setores da economia e pode ser uma grande válvula de escape para alavancar o crescimento econômico nacional sem depender da inserção de novas empresas estrangeiras em solo nacional, explorando a mão-de-obra barata visando apenas o lucro. O movimento empreendedor tem como um dos principais objetivos estimular o crescimento e desenvolvimento orgânico e saudável dos trabalhadores e da economia nacional, para não ter que nos sujeitarmos a trabalhar de maneira precária para grandes empresas. Além disso, este meio de negócio é de extrema importância para as futuras gerações, pois são elas que terão inspiração nos antepassados para se arriscarem e irem atrás de seus próprios objetivos profissionais no âmbito dos empreendimentos.

Por fim, como exemplo da importância também do governo no papel de influenciador na disseminação do movimento empreendedor, destacam-se algumas instituições que veem sendo recorrente em nosso cenário econômico brasileiro, as quais são: Sebrae, BNDES e o próprio Ministério da Economia. Um exemplo do auxílio que estas instituições e órgãos seria o investimento do Sebrae, juntamente com o Ministério da Economia, de aproximadamente 44 milhões de reais para 15 mil StartUps (“Um grupo de pessoas iniciando uma empresa, trabalhando com uma ideia diferente, escalável e em condições de extrema incerteza.” – SEBRAE).

Este projeto tem o intuito de fomentar cada vez mais o cenário de desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil, fazendo com que as empresas não dependam de resultados operacionais exclusivamente, contando agora com apoio do próprio governo e do Sebrae para a ampliação e melhoria de seus processos e estruturas operacionais. Dessa forma, pode-se analisar este tipo de verba alocada com pequenas empresas não como um “gasto”, mas sim como um investimento de fato, tendo em vista que tais empresas podem vir a se tornar “*players*” no setor do mercado em que se encontram introduzidas, gerando retorno para a economia como um todo de maneira constante, sustentável e balanceado, isto é, inibindo cada vez mais a formação de alianças comerciais entre empresas já existentes no mercado; este último, na verdade, é um ponto o qual leva muita motivação e ambição aos novos empreendedores, pelo fato de querer mudar o cenário setorial de algum ramo da economia, tendo como propósito o rompimento das existentes relações de monopólio e oligopólio.

A fim de elucidar um pouco mais a questão da formação e eliminação de tais laços comerciais, tomar-se-á o exemplo da fusão das empresas Garoto e Nestlé. Neste caso, a situação principal foi a contestação da fusão destas duas empresas, no qual o processo em si foi alegado como “formação de monopólio” por outras empresas atuantes no mesmo ramo da economia.

Devido ao grau de ferramentas teóricas necessárias para defender ou se opor a uma decisão de fusão / aquisição entre as duas empresas, o caso da Nestlé Garoto do Brasil é muito relevante para a análise do examinador. A contestação do processo de fusão por meio das concorrentes foi efetivada, contra a aquisição para impedir o domínio de uma parcela de mercado muito superior à das outras empresas, o que constituiria em um monopólio setorial da economia. Considerações relevantes foram feitas pelo CADE para que fosse validada ou não a aquisição, sendo elas: dominância de mercado, a baixa rivalidade intrínseca do setor, pouca necessidade de importação de insumos e as barreiras à entrada no mercado. O CADE teve o papel de separar os principais produtos das empresas para realizar uma pesquisa sobre a dominância de mercado de cada uma. Juntas, Nestlé e Garoto somariam no ramo de Balas e Confeitos 3,7 % do mercado; Achocolatados 61,2%; Cobertura de chocolate 88,5%; e Chocolates sob todas as formas 58,40%.

A preocupação dos pareceristas se alocou especialmente sob os dois últimos produtos, pois caso fosse efetivada a aquisição, haveria uma grande parcela do mercado sobre as rédeas de uma única empresa, podendo causar danos à concorrência e aos consumidores. Além disso, outro ponto bastante relevante para o CADE, foi a dificuldade para a entrada de novos produtores no mercado pós aquisição, tendo em vista que para competir com a escala de produção, capital das empresas e eficiência, seria muito difícil, dado especialmente a quantidade intensiva de capital necessária para ser competitivo. O que impermeabilizaria a penetração de novos agentes econômicos no setor em questão. Algumas análises de mercado foram feitas por pareceristas por meio de modelos de Bertrand e Williamson, porém, o destaque fica para o modelo de Williamson (modelo que representa o tema de trade-off), o qual pode destacar dois fatores relevantes: a fusão/aquisição geraria no máximo uma situação onde monopólio, fazendo-se necessário avaliar o tamanho do peso morto; e a conclusão do modelo de que, previamente a proposta de fusão/aquisição, a concorrência já não era perfeita e de difícil entrada, relatando que então, o preço original seria superior ao custo marginal.

É importante ressaltar que os principais parâmetros estimados e os resultados das simulações de fusões são muito delicados à forma funcional da demanda. Sendo assim, o uso de sistemas de demanda mais rigorosos ajuda pensando em questões para interpretar dados a tempo de fazer uma análise econométrica, porém se não mostrar a visão do mercado, perde-se toda vantagem de simplicidade com uma relação precária entre a forma funcional proposta o funcionamento real da substituição de produtos. Além disso, escolher entre as formas funcionais da demanda implica resultados diferentes dos efeitos unilaterais advindos da fusão. A fim de se obter simulações de efeitos anticompetitivos de fusões, utilizaram os modelos de Cournot e Bertrand; A simplicidade e ampla difusão de suas propriedades fazem do modelo de Bertrand o mais utilizado em simulações de efeitos unilaterais de fusões horizontais. As simulações que usam o modelo de Bertrand, se forem conhecidos os preços dos bens diferenciados com boas estimativas das elasticidades da demanda, deixa de ser necessário o conhecimento da estrutura de custos das empresas, assumindo que o custo marginal de produção é constante no trecho relevante da função e admitir maximização de lucros de curto prazo antes da operação.

Em suma, pode-se observar que as movimentações econômicas no mercado de indústrias podem ser altamente concentradas quando se trata de fusões e aquisições, uma vez que uma grande empresa que, por consequência, auferir uma quantidade demasiada de lucro, consegue suprimir a performance de outras empresas menores ou até mesmo comprá-las, aumentando gradativamente seu \$SOM (Share of market), sendo danoso para o ambiente econômico como um todo. Vale destacar também a importância do modelo de Williamson (trade-off), uma vez que este explica o conceito de duopólio e seus reflexos no que tange ao custo marginal, receita marginal, peso morto, bem como estes fatores interligam-se ao explicar que não seria tão ruim tal cenário de aquisições de empresas no topo do setor em questão.

2 CAPÍTULO I

2.1 Ambientes do empreendedorismo

Quando se argumenta a respeito do empreendedorismo, é inviável não discutir sobre as várias concepções e modelos de desenvolvimento que estão disponíveis no mercado. É muito importante entender quais são as áreas que deverão ser trabalhadas, bem como o público-alvo a ser explorado, que estará de acordo com a estratégia inicial da empresa.

De modo geral, atualmente existem diversos ambientes pelos quais podem ser explorados e otimizados os modelos em questão. Será exposto e debatido, primeiramente, os ambientes de negócios e, posteriormente, os modelos à serem adotados, os quais são: O ambiente de E-Commerce, o comércio presencial e o comércio híbrido.

Com fins cronológicos, o comércio físico é aquele pelo qual tudo teve início, onde o vendedor ofertava de maneira presencial algum produto ou serviço e o cliente interessado adquiria a mercadoria. Este tipo de negócio apresenta certas vantagens para os dois lados da moeda o qual pode oferecer as seguintes vantagens: A experiência (Apenas na loja física o cliente pode ter uma experiência completa com o produto. Incluindo a avaliação do tamanho, percepção do material, o toque, o perfume ou o sabor), a entrega, a confiança, o atendimento (ponto crucial na hora da conversão do cliente) e, por fim, a negociação (não tão comum atualmente, porém, em alguns casos ainda é possível se observar produtos serem negociados no âmbito de descontos, combos, vantagens etc.). Contudo, este ambiente de negócio vem caindo em desuso cada vez mais com o passar dos anos, principalmente durante o período de 2020 até 2022 o qual ficou caracterizado pelo surto do novo coronavírus (covid 19), dando espaço para o ambiente do e-commerce entrar de forma oficial como carro chefe do novo desenvolvimento econômico mundial.

Comodidade, agilidade, segurança, mais opções na hora de comprar. Todas essas características são valorizadas pelos consumidores atualmente e não é à toa que o mercado do e-commerce está decolando dia após dia. De acordo com o levantamento da Ebit, além do setor estar em crescimento exponencial, hoje, mais de

41 milhões de pessoas já são adeptas ao formato de loja virtual. Além disso, este é um ambiente pelo qual não existem mais “correntes” como havia no comércio presencial, uma vez que este apresenta vantagens como:

- Independência de horários:
 - Com uma loja virtual ativa 100% do tempo, os clientes não precisam se preocupar com o horário de funcionamento e podem fazer as compras a qualquer momento do dia. Neste contexto, as vantagens de ter um e-commerce são válidas tanto para o dono do negócio quanto para o consumidor que pode ter a versatilidade de adquirir o material ou serviço vendido no tempo que lhe for mais conveniente.

- Menor custo operacional e controle de estatísticas
 - É notável a diferença entre os custos de um negócio presencial para um e-commerce, tendo em vista que não é mais necessário a dependência humana para o funcionamento do negócio, fora a economia que é feita ante ao não uso de recursos que são comuns em ambientes físicos, tais como: conta de água, luz, internet, salário dos funcionários, aluguel do espaço (caso o dono do negócio não seja o proprietário do local); até mesmo em uma questão de abordagem climática no caso de uma chuva que possa acabar com os estoques de produtos, ou danificando a estrutura do local, apresentando grande risco para a integridade do negócio como um todo. No ambiente digital, é claro que existe muito menos custo operacional, porém as plataformas pelas quais o negócio é formado, demanda altíssimo grau de entendimento para que seja otimizado da melhor maneira possível. Nesta linha de raciocínio que entra o controle das estatísticas, visto que hoje nenhum e-commerce se desenvolve sem o auxílio de uma plataforma de *Analytics*, por exemplo. Hoje, as principal plataforma utilizada para o manejo de dados é o Google Ads, o qual funciona de maneira à promover a escolha de palavras-chave em buscas do próprio google, onde o dono do estabelecimento paga certa quantia para adquirir “maior

relevância” na hora que a pesquisa for efetivada em detrimento de seus concorrentes, por exemplo.

- Versatilidade geográfica e diversificação de canais
 - Uma mega vantagem de apostar no e-commerce é ter a chance de vender para clientes de qualquer lugar do país ou do mundo a um clique de distância. Sem dúvidas, ter um e-commerce vinculado às estratégias mais adequadas para os objetivos da empresa, é algo que amplia o alcance dos produtos e pode aproximar a marca de potenciais clientes que nem imaginava que existiam. Porém, não é tão simples assim, pois quanto mais abrangente for o negócio, de forma a chegar em qualquer lugar do mundo, ficará nítido que a empresa não tem uma estratégia clara definida. Para isso, existe a diversificação de canais, seja pelo Instagram Shop, Youtube Ads, FaceShop ou quaisquer outras plataformas/canais, aliadas ao processo de *Analytics* como foi citado anteriormente, as quais através de estudos e parametrizações de estratégias serão definidos personas (*“é uma representação do cliente ideal. Trata-se de uma personificação do público ao qual a sua empresa se direciona.”*) que ajudarão a qualificar cada vez mais os leads (*“Um Lead é uma oportunidade de negócio para a empresa. De forma mais concreta, Lead é alguém que forneceu suas informações de contato {nome, e-mail, telefone, etc.} em troca de uma oferta de valor no seu site”*). Dessa forma, o chamado funil de vendas se estabelece da melhor forma possível e gera uma melhor conversão de clientes para a empresa.

Figura 2 – Estrutura do Funil de Vendas



Em suma, o dono do ambiente de e-commerce pode encontrar uma certa incoerência ao passo que este apresenta-se bem mais abrangente e complexo ante ao comércio físico, uma vez que lida com definições e rotinas de diversas áreas, tais como o Marketing (com foco no desenvolvimento de sites e propagandas para alavancar o negócio), Business (lidando com aspectos financeiros, negociações e desenvolvimento) e também com toda a parte criativa e inovação no contato com novos fornecedores, materiais, clientes; de mesmo modo que encontra todo este emaranhado de funções e aspectos em uma maneira acessível, por conta do baixo custo de investimento inicial, bem como todo o suporte que for necessário com o network construído nas mais diversas plataformas na internet, à exemplo do famoso LinkedIn (rede social focada no desenvolvimento e comunicação profissional, seja empresarial ou singular).

Mesmo com este cenário analisado, fica o questionamento: “Porque não mesclar os dois ambientes em um só?”. Esta é uma pergunta que talvez seja o que a população como um todo almeje no decorrer dos próximos anos com o desenvolvimento econômico, caracterizado como o *“Modelo Híbrido de Negócio”*, o qual tem por característica otimizar as fraquezas de ambos os ambientes de negócios, bem como potencializar as forças delas.

O modelo híbrido é um termo que faz referência à união entre as vendas realizadas em lojas físicas e virtuais. Portanto, ele é composto por iniciativas online e offline, e busca, cada vez mais, integrar os canais de vendas e pontos de contato. Essa é uma tendência que vem crescendo em todo o mundo, em especial devido à

pandemia. Em 2020, no primeiro ano da epidemia global do Covid-19, 46% dos brasileiros fizeram mais compras online e 7% compraram virtualmente pela primeira vez. Em todo o mundo, 43% das pessoas têm feito mais compras online que antes da pandemia. Isso tudo se deve, em partes, ao fechamento de estabelecimentos considerados não-essenciais e da necessidade de distanciamento social para diminuir as chances de contágio. Comprar online, então, tornou-se uma opção segura para atender às demandas diversas. Diante da possibilidade de ter cada vez mais pedidos feitos pela internet, é preciso buscar formas de atender melhor o público e suas expectativas.

Uma das principais características do varejo híbrido é a integração. Não se trata apenas de oferecer dois canais de vendas e, sim, de oferecer uma experiência a partir de dois pontos que se encontram. Isso também exige consistência, pois deve existir a mesma experiência em ambos os pontos. Além disso, o varejo híbrido é pensado para ser conveniente. A ideia é garantir que os clientes possam escolher como querem comprar e como desejam receber seus pedidos, conforme necessidades e especificidades. Outra característica envolve a busca de soluções diferenciadas e personalizadas para cada público. Isso inclui um processo de imersão e de conexão entre a marca e o cliente.

Os consumidores também são amplamente beneficiados pela integração entre online e digital. Primeiramente, eles têm uma experiência mais positiva com a marca, obtendo integração e consistência entre os pontos. Além disso, é uma solução para comprar de maneira conveniente. Cada um pode escolher quando e como comprar, da forma que fizer mais sentido para as próprias necessidades. Dependendo do modelo adotado, esse é um recurso que pode ajudar na tomada de decisão, aumentando a segurança quanto à escolha. Em outros momentos, como na pandemia, o varejo híbrido ajuda a resolver problemas do cotidiano sem precisar sair de casa. Ao final, tudo isso pode ajudar a tornar a experiência mais positiva.

Por fim, embora a pandemia tenha mudado certos hábitos e preferências dos consumidores, ela só acelerou um processo de transformação que já estava acontecendo. Então, mesmo após o fim da pandemia, a tendência é que o varejo híbrido se torne progressivamente mais forte. É possível esperar uma integração cada

vez maior com a tecnologia, devido à transformação digital. Com mais pessoas comprando online, os pedidos virtuais tendem a se consolidar. Também é possível observar uma tendência voltada para a personalização mais efetiva, com comunicação direcionada e focada em atender necessidades pontuais. Com a entrada no mercado consumidor de gerações cada vez mais digitais, o ambiente de negócio em questão tende a continuar crescendo e compor um ecossistema completo. O varejo híbrido traz uma mudança na forma como as marcas vendem e como os clientes consomem. A tendência de união entre online e offline promete se fortalecer, então é importante a forte exploração desta metodologia para atingir o ápice do desenvolvimento de um negócio na era moderna.

2.2 Principais modelos de negócio no mercado atual

Após a contextualização do que de fato é um ambiente de negócio e quais são suas variações, chegou a hora de discutir o que seria um **modelo** de negócio, este que pode ser até mais importante que o próprio ambiente escolhido. Desenvolvido pelo suíço Alex Osterwalder com o intuito de tornar mais fácil o completo entendimento de um negócio, o modelo tem o objetivo de descrever todas as etapas e fases do empreendimento, com o intuito de integrar a organização dos fluxos como um todo. Isto é, o modelo de negócio é a forma com que a empresa age em si, como ela cria, entrega e captura valor. Não sendo algo engessado, mas sim modelos dinâmicos que, quando utilizados de forma correta e condizente com as propostas da empresa, auxiliará para o crescimento dela. A seguir, será exposto o modelo Canvas de negócio, o qual é responsável por observar todos os pontos fundamentais do plano de negócio em apenas um quadro destacando os aspectos de: Parceiros chave, atividades chave, recursos chave, oferta de valor, fontes de custos, fontes de receita, segmento de clientes, estrutura de custo, entre outros pontos que são importantíssimos para a elaboração de uma estratégia de negócio.

Figura 3 – O Modelo Canvas de Negócio

Modelo Canvas



Para pôr em prática o Business Model Canvas, é necessário o planejamento, ação, análise e correção do modelo desejado. O que mostra que é um processo inicialmente demorado, pois haverá erros que deverão ser corrigidos antes de se definir o modelo de negócio final.

Tendo esta metodologia em vista de como analisa-se a viabilidade da escolha de um determinado modelo, agora fica a questão: “Quais são os modelos de empreendimentos mais utilizados no mercado? Quais suas características?”.

O primeiro deles é a Franquia, um modelo tradicional e famoso. Mesmo sendo tradicional, não há uma definição única para franquia. Pode-se dizer que esse é um modelo para distribuição e comercialização de produtos, ou serviços, cuja formatação desse modelo que pode explicar melhor ele é a Franquia de Negócio Formatado, onde são envolvidas duas partes: o Franqueador e o Franqueado. O franqueador é o detentor da marca ou patente, o qual utiliza do método de franquias para expandir sua marca. É de obrigação do franqueador fornecer os treinamentos para promover a qualidade dos serviços do franqueado, e sua remuneração se dá pela concessão dos direitos e transferência de conhecimentos. Já o franqueado, é aquele que adquire o direito de uso da marca ou patente, sendo possível explorar comercialmente o que foi

desenvolvido pelo franqueador. Toda a orientação para a instalação e operação da unidade é recebida do Franqueador, e este padrão deve ser exigido pelo franqueador. Alguns exemplos de empresas que usam desse modelo, são: Boticário, Mc Donald's, Burger King, Chilli Beans etc.

Outro modelo bastante tradicional, é a assinatura, a qual se dá pela concessão de produtos ou serviços ao usuário mediante ao pagamento de uma taxa recorrente (geralmente é mensal, porém existem casos diversos de periodização de assinaturas). Em geral, o nicho que mais faz uso desse modelo é o de entretenimento, ou de divulgação de informações, tais como revistas e jornais. Para que se evite o cancelamento, a empresa deve sempre buscar entregar um serviço, ou produto, de qualidade. Já para atrair novos clientes, é o oferecimento de descontos para novos usuários por um período, sendo em casos, viável um período de assinatura gratuita para esses novos usuários, caracterizando o famoso "Custo de Aquisição". Como dito, exemplos de empresas que utilizam esse modelo são do ramo do entretenimento, como Netflix e Amazon Prime Vídeo e o de divulgação de informações, como Exame, Veja, etc. Este modelo de negócio caiu nas graças do mercado nos últimos anos sendo potencializado, também, pela covid 19 por conta da incapacidade da locomoção da população em direção aos polos de entretenimento, abrindo espaço para o meio digital se instalar de fato neste ramo. Plataformas de streaming, como foram apontadas acima, vieram para substituir as emissoras e canais de televisão popularmente conhecido. Por exemplo: para aqueles que gostam de esportes, assinam o Star+ (do grupo Disney), uma vez que este é responsável por transmitir todos os jogos dos mais diversos esportes nos canais ESPN; sem contar o estrondoso sucesso que foi a Disney+ ao trazer todo o mundo de super-heróis para perto de seus fãs por um preço baixíssimo. Toda esta conjuntura fez com que grande parte das empresas optasse por desenvolver algum tipo de pacote por assinatura com vantagens, como é o caso da Amazon, a qual desenvolveu o programa do Amazon Prime Gaming, este que é voltado para o público gamer e tomou grande notoriedade nos últimos anos.

Seguindo nesta linha, o modelo de assinatura teve uma certa ramificação e originou o modelo freemium o qual oferece um serviço Gratuito, com alguns recursos premium, mas com limitações. Ter um serviço free (de graça) permite que o serviço

alcance um público maior, e a partir disso, instigar o usuário do serviço gratuito a migrar para a versão premium, que terá vantagens claras em relação a gratuita. É comum que se faça um investimento pesado em ofertas do serviço premium a preços baixos, por períodos determinados, de modo que o desperte o interesse do usuário com as vantagens. Uma das empresas mais famosas por adotar esse modelo atualmente é o Spotify.

Por fim, um outro modelo muito visto na atualidade é a Economia Colaborativa. O método da economia colaborativa se dá pela conexão de interesses econômicos de pessoas distintas. Onde uma pode oferecer algo e outra que tenha interesse contratá-lo. Empresas como o Airbnb e Uber são exemplos desse modelo. Por exemplo, no Airbnb um usuário irá cadastrar um imóvel próprio para alugar em determinada localidade. Enquanto outro usuário, que busca alugar um imóvel, por exemplo, para passar um fim de semana na praia, por um valor de aluguel mais em conta. Assim, o serviço se dá pela conexão de duas pessoas, sendo garantida a segurança de ambos os lados.

Concluindo, escolher o modelo de negócio ideal para a empresa é o primeiro passo para entender como ela deve se comportar e como toda a estrutura deverá ser. Então, a busca para entender mais sobre os tipos de modelos é fundamental para o futuro da empresa, no sentido de saber se o modelo escolhido será condizente com as métricas e objetivos dos empreendedores, bem como se esta vai ser capaz de se destacar no setor em questão.

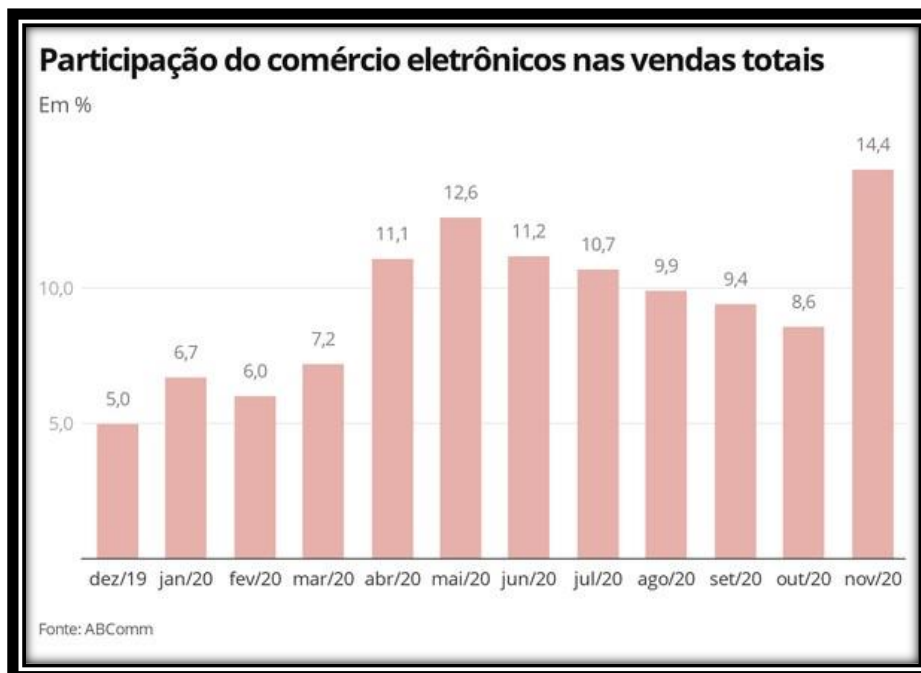
3 CAPÍTULO II

3.1 Empreendedorismo durante a pandemia da covid-19

O empreendedorismo é uma atividade que requer muita coragem, criatividade e resiliência, e essas habilidades foram colocadas à prova durante a pandemia do coronavírus. A crise afetou empresas de todos os setores e tamanhos, e muitos empreendedores precisaram repensar seus modelos de negócios e estratégias para sobreviver.

Um dos principais desafios enfrentados pelos empreendedores durante a pandemia foi a queda na demanda e o fechamento de lojas físicas. Muitas empresas que dependiam do tráfego de pessoas viram suas receitas caírem drasticamente, e muitos empreendedores tiveram que encontrar novas maneiras de se conectar com os clientes e manter suas operações. Para muitos empreendedores, a solução foi mudar para o comércio eletrônico. Lojas online se tornaram a principal forma de venda de muitos produtos e serviços, e empreendedores que conseguiram se adaptar rapidamente a essa mudança tiveram sucesso em manter suas receitas durante a pandemia.

Gráfico 3 – Participação do comércio eletrônico nas vendas totais

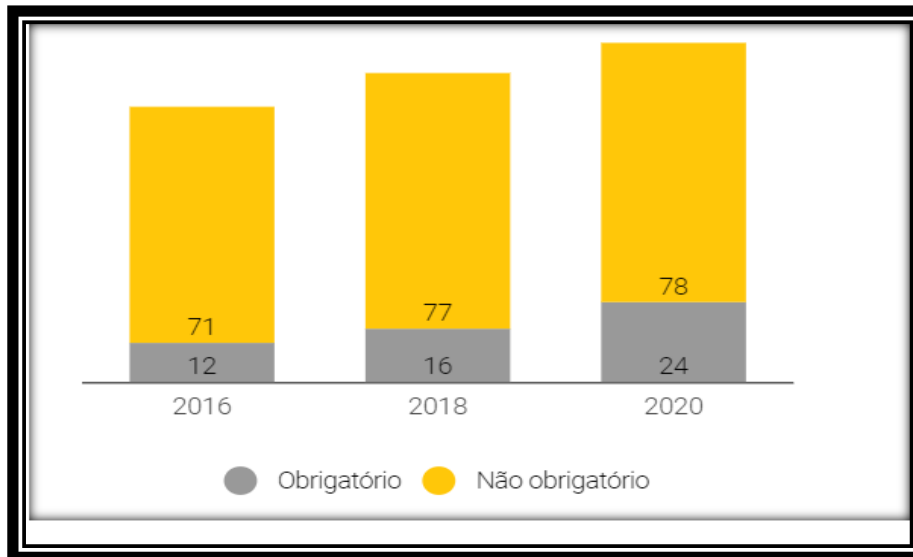


Outros empreendedores encontraram sucesso em criar produtos e serviços que atendiam às necessidades específicas da pandemia. Por exemplo, empresas de delivery de alimentos viram um aumento na demanda, e empresas que fornecem equipamentos de proteção pessoal (EPIs) se tornaram muito procuradas, ao mesmo passo que empresas de tecnologia também viram oportunidades de desenvolver novas soluções para apoiar a saúde pública e a continuidade dos negócios. Além disso, a pandemia também levou a uma aceleração na adoção de tecnologias digitais e de trabalho remoto. Empreendedores que já estavam familiarizados com essas tecnologias tiveram uma vantagem em adaptar-se às mudanças na forma de trabalhar, enquanto outros tiveram que aprender rapidamente para manter seus negócios funcionando.

Outro desafio enfrentado pelos empreendedores foi a incerteza financeira e a falta de acesso a financiamento. Muitos empreendedores dependiam de investimentos externos para financiar suas operações, e a pandemia tornou mais difícil para muitos encontrarem investidores dispostos a realizarem os aportes iniciais e começarem as operações dos determinados negócios, por conta da dificuldade em obter empréstimos e outros tipos de financiamento devido à incerteza econômica. No entanto, muitos empreendedores se uniram para criar redes de suporte e compartilhar recursos. As comunidades empreendedoras se uniram para criar programas de mentoria e suporte financeiro para ajudar as empresas a sobreviver à pandemia.

A pandemia também destacou a importância do empreendedorismo social e ambiental. Muitos empreendedores viram na crise uma oportunidade para criar empresas que atendessem às necessidades sociais e ambientais, contribuindo para o bem-estar das comunidades locais. Esses empreendedores mostraram que é possível criar negócios bem-sucedidos que também tenham um impacto positivo no mundo, e que o empreendedorismo pode ser uma força para o bem em momentos de crise.

Gráfico 4 – Divulgação de Fatores ESG nas bolsas do mundo



Fonte: XP Investimentos

3.2 E-sports ascendente durante e pós pandemia

Não é segredo que os videogames sempre foram os queridinhos de várias crianças, adolescentes e até mesmo adultos durante toda a história, tendo sua origem com consoles extremamente simples e enxutos, como o famigerado **Odyssey**. Contudo, ao passo que as empresas foram se desenvolvendo e aprimorando todas as suas competências relacionadas à qualidade do produto, os videogames passaram assumir um papel de desempenho e performance nunca visto. Isto é, observa-se que desde o primeiro console da história, citado acima, no ano de 1972, empresas como Sony, Microsoft, Ubisoft, Bethesda, Activision, Blizzard, EA, etc, fomentaram a competitividade entre si buscando a melhor qualidade no setor na qual estão inseridas (jogos eletrônicos).

Ao passo que a qualidade do produto final (jogos e consoles) vai aumentando, é notório o crescimento de atratividade das empresas de entretenimento e organizações competitivas, pois veem neste cenário uma oportunidade de crescimento e desenvolvimento diferente do que em outros meios. Durante a

pandemia da COVID-19, o mundo inteiro passou a ficar conectado em aparelhos digitais por questões de sobrevivência e lazer, dessa forma, o mercado de eletrônicos apenas cresceu neste período. Em um primeiro momento, o advento dos jogos eletrônicos veio com a proposta de apenas entreter os seus usuários com jogos simples, intuitivos e divertidos, porém, com o passar do tempo, foi se instaurando um nicho dentro deste macro ambiente de jogos, o qual é focado no cenário competitivo. Agora não mais existe um jogo exclusivo para divertimento, mas sim voltado para a competição e criação e inserção de diversas empresas que acreditam em um propósito de esportes de mesma magnitude de um esporte convencional como é o caso do futebol e basquete, por exemplo.

Os campeonatos de jogos eletrônicos existem já há alguns anos, porém não possuem a mesma magnitude dos tempos atuais. O maior exemplo deste crescimento é o jogo Counter-Strike: Global Offensive, ou mesmo “CS-GO”, jogo que foi lançado no ano de 2012 e é derivado do próprio Counter-Strike 1.6 (2003). Este lançado nos anos 2010, sempre teve campeonatos regionais e mundiais desde o seu início, porém com uma repercussão extremamente aquém de seu potencial e com remuneração aos vencedores em mesma proporção, representando um total de 250 mil dólares à serem divididos entre todos os participantes do campeonato. Nos dias atuais, através do crescimento das mídias sociais e a própria comunidade de jogadores de videogames, as premiações dos chamados *Majors*, isto é, os mundiais de cada ano no CS-GO, alcançam um total de 2 milhões de dólares como maior premiação do jogo até então, o qual foi realizado no ano de 2021 em Estocolmo, Suécia.

Neste retrospecto de competições no CS-GO, o Brasil teve dois times multi-campeões no cenário entre os anos de 2016 e 2017, o que foi de extrema importância para chamar a atenção de empresas estrangeiras para o país, com o intuito de patrocinarem o time. Além do retrospecto extremamente positivo para o time brasileiro, o principal jogador, Gabriel “Fallen” Toledo é o grande responsável pela profissionalização do esporte no país e tem grande parcela de influência na movimentação de divisas com sua loja “Fallen Store”, a qual arrecada em média 1 milhão de reais por mês, marketplace o qual são comercializados eletrônicos, periféricos para computadores e vestimentas tematizadas com os times e o próprio jogo em si. Além disso, o jogador além de empreendedor no âmbito de

comercialização de itens do jogo e produtos de sua própria marca, é um dos responsáveis por fundar a Gamers Club, um servidor dedicado aos brasileiros que desejam melhorar e profissionalizar suas habilidades dentro do jogo, possuindo planos por assinatura que variam de 18,90 à 33,90 reais por mês.

No contexto de profissões emergentes no cenário atual, o fomento do mundo dos e-sports é capaz de gerar uma infinidade de novos empregos, movimentando cada vez mais a economia; entre eles poderiam destacar-se: jogador profissional, técnico, analista de estratégias, designers e desenvolvedores, testadores de jogos, especialistas em marketing digital, organizadores de eventos, criadores de conteúdo e Streamer/comentaristas, por exemplo.

Gráfico 5 – Crescimento da receita de e-sports no mundo

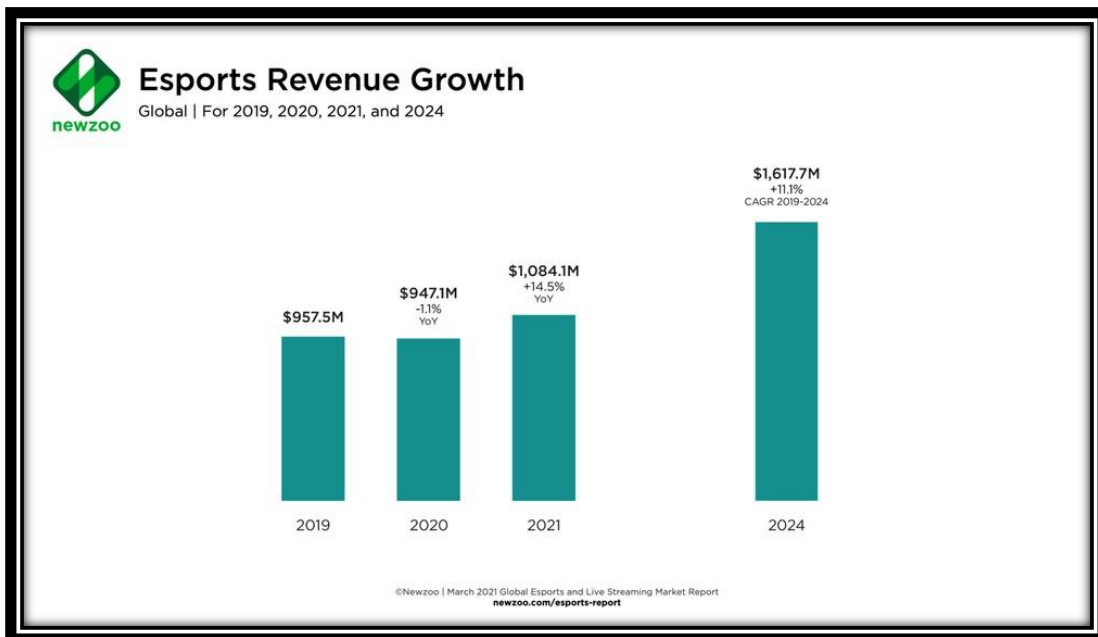
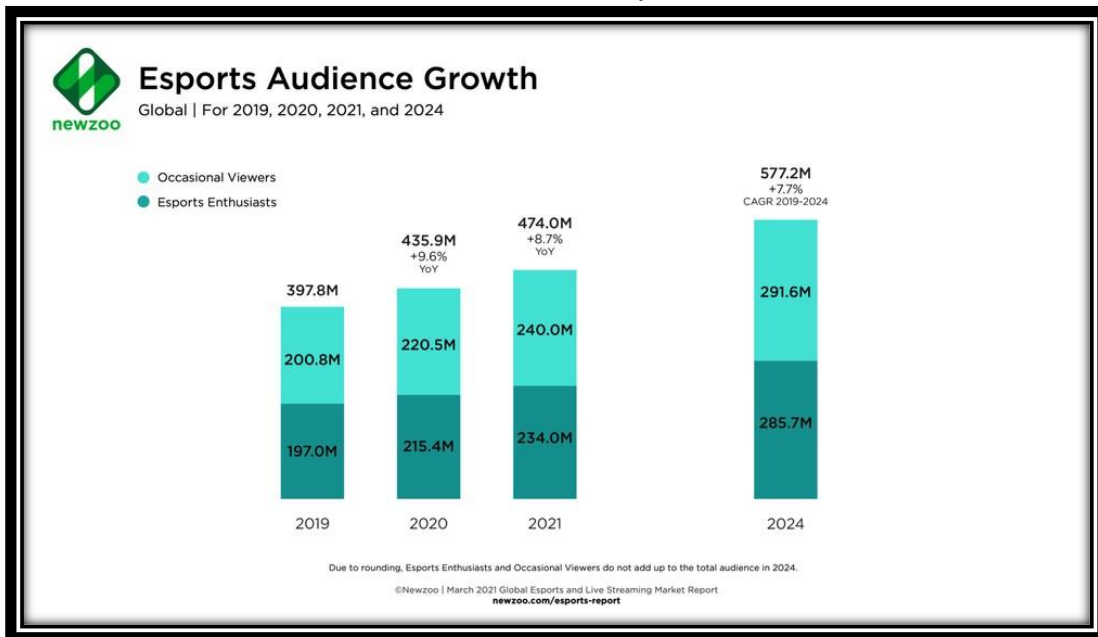


Gráfico 6 – Crescimento da audiência de e-sports no mundo

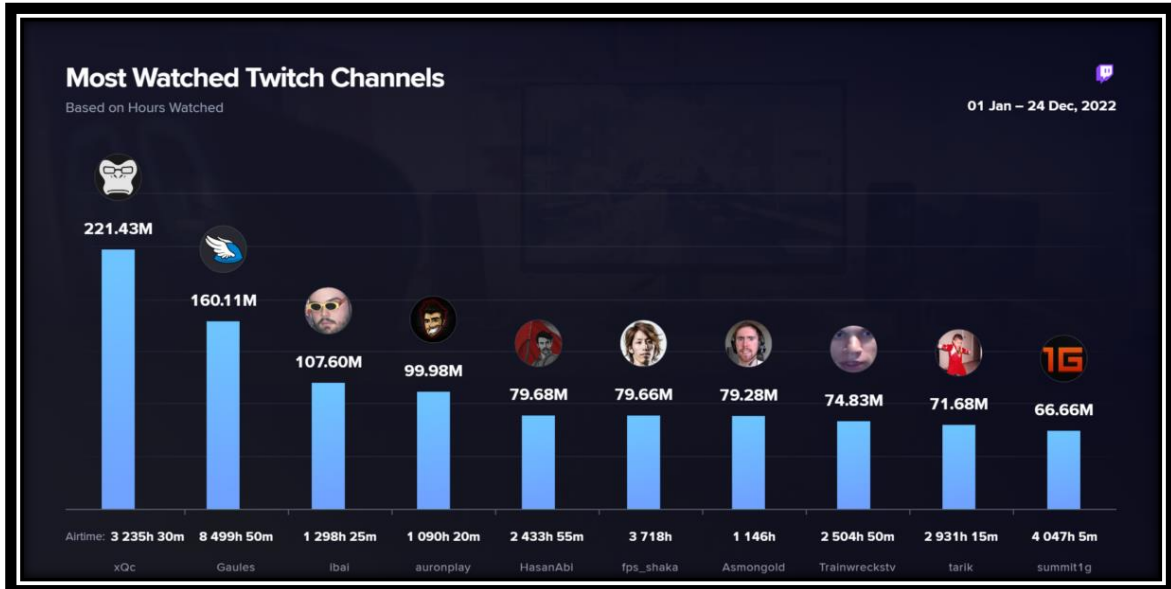


Fonte: GE – Globo Esporte

Por fim, se faz necessário mencionar que o povo brasileiro de faixa etária entre os 12 e 27 anos é o público que mais consome conteúdo digital e de e-sports. As famigeradas *streams*, ou seja, as transmissões de jogos digitais, foram, são e serão um dos principais meios de entretenimento moderno, pois criou-se um ambiente cujos espectadores se sentem pertencentes à um grupo específico e muitas vezes buscam ajuda nestas comunidades para resolverem seus problemas. O maior exemplo deste caso é o *streamer* brasileiro Alexandre “Gaulés” Borba, um homem que perdeu tudo em sua vida e buscou refúgio abrindo suas primeiras lives para poder tentar adquirir renda extra e tratar sua depressão, acabou por montar a chamada “Tribo”, que representa o pertencimento de todos os espectadores em uma espécie de família. Alexandre tem o maior canal de transmissões do Brasil desde o ano de 2018 na plataforma TwitchTV, onde este é responsável por transmitir para mais de 100 mil pessoas em média por jogo, os campeonatos brasileiros e mundiais de CS-GO e, através desta interação com o público, as grandes empresas de organização dos campeonatos tais como BLAST e ESL, trouxeram campeonatos para o Brasil pela primeira vez na história, sendo o primeiro deles em novembro de 2022 e o segundo que já é programado para abril de 2023, movimentando um total de 1,5 milhão de dólares (isto contando apenas os números de premiações, deixando de lado os

valores de receitas com patrocínios, vendas, ingressos, produtos e anunciantes nos times e eventos).

Gráfico 7 – *Streamers* mais assistidos no mundo no ano de 2022



Fonte: Twitch

Sendo que este primeiro campeonato realizado no Brasil, foi totalmente alavancado pelas transmissões de Alexandre “Gaules”, que durante a pandemia alcançou o recorde brasileiro de uma transmissão com 710 mil pessoas conectadas simultaneamente durante um mundial de CS-GO, e este também o responsável por lotar a Arena Jeunesse no Rio de Janeiro durante uma semana inteira com a lotação máxima de 18mil pessoas. O empreendedor dono da marca “Gaules” ainda é responsável por participar ativamente do cenário social e ambiental, pois este foi responsável por realizar doações em diversos momentos antes, durante e após a pandemia, entre eles destacam-se: 32 mil reais doados ao grupo Mais Amor Manaus, o qual tinha o objetivo de reduzir as sobrecargas dos hospitais na região de Manaus durante a pandemia do COVID-19; 216 mil reais para a Central Única das Favelas (CUFA) com o intuito de minimizar os impactos da pandemia em comunidades carentes e promover melhorias aspectos ambientais, políticos e sociais; entre outra já realizadas promovendo o amparo e apoio aos que necessitam em situações desesperadas e indesejadas. Esta ajuda é gigantesca para os brasileiros, mas nada se compara ao entretenimento e sentimento de pertencimento a um grupo que este streamer conseguiu criar, seja em moldar um “ambiente de estádio” antes de uma

partida de CS-GO ou até mesmo os momentos engraçados e interações com os espectadores que este vem proporcionando desde 2018.

4 CAPÍTULO III

4.1 Empreendedorismo como forma de inclusão social e impacto positivo

O empreendedorismo, por si só, é fundamental para o desenvolvimento econômico de nosso país e tem grande relevância para a sociedade como um todo, em virtude de direcionar investimentos para atividades produtivas, de forma a contribuir com a geração de emprego, renda e riqueza. No entanto, o empreendedorismo como estratégia de inclusão social é de vital importância para promover a participação igualitária de todos na sociedade, independentemente de classe social, idade, cor da pele, grupo étnico, nível cultural, opção sexual ou condição física.

A estruturação e implementação de negócios rentáveis, que, ao mesmo tempo, promovam inclusão social e reduzam a pobreza no país é uma tarefa de difícil execução, mas perfeitamente viável, desde que haja incentivos tributários, apoio governamental e disposição de investidores para realizarem investimentos em negócios inovadores e sustentáveis. Entrando em linha com uma KPI (Key Performance Indicator) muito importante atualmente, a qual seria a ESG (environmental, social and governance) que é responsável por indicar as participações e desempenhos ambientais, sociais e governamentais de uma empresa no mercado pelo qual está inserido.

É notável que os micros e pequenos negócios promovem a inclusão social e possuem grande potencialidade para reduzir o número de pessoas beneficiárias de programas sociais oficiais. Por isso, entende-se que o estímulo e o acesso ao empreendedorismo para aqueles que dependem dos poderes públicos para suprir suas necessidades básicas de subsistência seja de maneira ampla aplicada no mercado.

Esse tipo de empreendedorismo tem uma conotação eminentemente social, sem qualquer restrição ao retorno financeiro a ser gerado ao empreendedor. Trata-se do chamado empreendedorismo social, estabelecido nos anos 1980, pelo norte-americano *Bill Drayton*, criador da *Ashoka*, rede que reúne empreendedores sociais em 90 países e oferece apoio financeiro, logístico e mentoria para que projetos empreendedores possam se estabelecer de forma assertiva no mercado.

Bill Drayton sofreu forte influência das ideias humanistas de Martin Luther King e Mahatma Gandhi, bem como pela figura de Ashoka, imperador indiano do século III antes de Cristo, que inspirou o nome de sua rede de empreendedorismo social. Segundo a Ashoka, os empreendedores sociais são indivíduos que possuem soluções inovadoras para os maiores desafios sociais, culturais e ambientais da atualidade. São pessoas ambiciosas e persistentes e que abordam questões sociais importantes, oferecendo novas ideias para mudanças no nível sistêmico, sempre com o objetivo de utilizar técnicas de gestão, inovação, criatividade e sustentabilidade para transformar pessoas, comunidades e realidades de vida. – Marcus Quintella

Reforçando o aspecto econômico sustentável do empreendedorismo social, vale dizer que os negócios gerados dentro dessa filosofia precisam ter objetivos-meta (foco do projeto) claros quanto à redução da pobreza e inclusão social daqueles grupos de pessoas marginalizadas na sociedade, citados anteriormente. De modo prático, estes negócios sociais não devem ser concebidos apenas com propósitos de retorno financeiro, mas precisam retornar e remunerar os capitais investidos pelos empreendedores, e, dentro do possível, seguindo os ideais de Bill Drayton, manter os lucros gerados dentro dos próprios negócios, para que haja melhorias, crescimento e perpetuação dos mesmos; constituindo uma política de reinvestimento constante e auto sustentável, visando a performance em longo prazo.

Em 2017, a vitrine de negócios sociais Pipe lançou o 1º Mapa Brasileiro de Negócios de Impacto Socioambiental, que listou 579 empreendimentos que atuam nas áreas de educação, tecnologias verdes, cidadania, cidades, saúde e finanças. Tal pesquisa evidenciou que 70% dos negócios mapeados já estão formalizados, sendo que 40% ainda não completaram três anos de fundação, até 2016, ano-base da pesquisa. A maioria desses negócios (63%), está localizada no Sudeste, com 43% somente em São Paulo. A região Sul recebe 20% dos negócios sociais.

O Brasil possui diversas iniciativas empreendedoras de negócios sociais que vêm promovendo transformações positivas para a camada da população sem acesso às oportunidades dentro da economia. A seguir, são listadas algumas iniciativas sociais importantes.

A **Graacc**, por iniciativa de Antonio Sergio Petrilli, desde 1991, vem atuando no combate ao câncer infantil, em todo o país, com uma taxa de cura em torno de 70%, de milhares de pacientes. O **Instituto Chapada**, idealizado por Cybele Oliveira, tem como foco a melhoria da qualidade da educação pública, apoiando a formação continuada de professores e gestores de escolas, bem como auxiliando na criação de redes colaborativas voltada a fortalecer o ensino formal e políticas públicas de educação. A **Gerando Falcões** (gerandofalcoes.com), criada por Eduardo Lyra, jovem da periferia de São Paulo, que tem o objetivo de melhorar a vida de crianças que passam pelas mesmas dificuldades enfrentadas por seu fundador e já beneficiou cerca de 30 mil estudantes. A **Geekie**, criada em 2011, oferece aprendizado adaptativo para todos, por meio de plataformas de ensino a partir de tecnologias inovadoras, e seus idealizadores, Cláudio Sasaki e Eduardo Bontempo, foram premiados com o prêmio Folha de Empreendedores Sociais. A Artemisia (artemisia.org.br), fundada em 2004, tem a missão de contribuir para o fomento de negócios sociais que tenham grande impacto positivo na vida de pessoas com baixa renda.

Outro exemplo de negócio transformador e de impacto social é a Feira Preta, considerada como a maior feira de cultura negra da América Latina, que busca fomentar o empreendedorismo étnico e fortalecer a cultura negra no Brasil. Segundo a empreendedora e organizadora de uma das feiras, Adriana Barbosa, em 10 edições, a feira já reuniu 400 artistas, 500 expositores e 40 mil visitantes, contribuindo com iniciativas colaborativas, coletivas e inclusivas, em um ambiente de encontro e valorização da cultura negra.

No exterior, à caráter de comparação no âmbito da inclusão social, alguns exemplos podem ser destacados, como o caso da empreendedora norte-americana Stacy Zoern, a qual é portadora de uma deficiência física, oriunda de uma atrofia muscular de nascença, e que resolveu investir no projeto de um carro elétrico para apenas uma pessoa, completamente desenvolvido para as necessidades dos deficientes físicos. Esse projeto ganhou o nome de Kenguru e, o qual em 2015, foi adquirido pela KLD Energy Technologies e, atualmente, os compradores amontoam-se em filas para poder ter a chance comprar um Kenguru.

O empreendedorismo voltado para a inclusão social tem o poder de gerar valor para a marca e passa a ser considerado um ativo com grande potencial para atrair investidores, sem dizer que os negócios com essa filosofia são importantes geradores de emprego para jovens, adultos e idosos que sofrem algum tipo de exclusão para entrar ou permanecer no mercado de trabalho, ou seja, aquelas pessoas que não têm as mesmas oportunidades dentro da sociedade. Geralmente, os excluídos são aqueles que não possuem condições financeiras dentro dos padrões definidos pela sociedade, além dos idosos, negros, refugiados, estrangeiros ilegais e desqualificados profissionalmente, analfabetos, portadores de deficiências físicas de todos os tipos, como cadeirantes, deficientes visuais, auditivos e mentais, e obesos.

Infelizmente, a inclusão social por meio do empreendedorismo ainda caminha à passos curtos em nosso país e a nossa cultura ainda permite que as pessoas rejeitem a igualdade de direitos e não venham a cooperar com aqueles que fogem dos padrões de normalidade estabelecido pela maioria da sociedade, apesar do discurso hipócrita e enganoso dos governantes, políticos e da classe rica dominante da população.

Em suma, os empresários, investidores, governantes, políticos e a sociedade como um todo, precisam entender que a inclusão social, ampla e geral, e a igualdade de oportunidades é a chave para o desenvolvimento e o crescimento da sociedade brasileira, como um todo, em termos financeiros, econômicos, sociais, ambientais, morais, éticos, culturais e humanísticos

4.2 Início ao processo de independência financeira através do empreendedorismo

Independência financeira é um conceito bastante distorcido para a maioria das pessoas, já que a tendência é acreditar que um emprego estável e um salário bom asseguram o conforto e a segurança de que todos necessitam. No entanto, a ideia de ser financeiramente independente vai muito além disso. É claro que se almeja assumir o estilo de vida que deseja, mas o objetivo de quem busca a independência econômica

é poder trabalhar quando quiser e se quiser, sem se preocupar com as obrigações financeiras ao final do mês.

É notório que um dos meios para se alcançar a independência financeira, seria os investimentos, abrangendo desde opções mais seguras como é o caso de títulos públicos ou até mesmo os mais arriscados, tratando-se do mercado de bolsa de valores. Um método muito difundido entre os investidores, seria o de investimento em fundos de ações ou fundos imobiliários, os quais pagam dividendos (parte do lucro gerado pela empresa no período em questão, o qual é redistribuído aos cotistas do papel) e, visando o longo prazo, teriam a capacidade de se “autofinanciar”, no sentido de que o montante dos dividendos recebidos, seria capaz de comprar novas cotas do mesmo fundo sem que tenha que haver um novo aporte de mesma natureza. Este método é extremamente válido, porém, não muda o fato de que se necessita ter um emprego por longos anos e consistência nos aportes subsequentes; este seria voltado para um caráter mais de caminhos alternativos à aposentadoria.

Porém, é bastante difícil saber exatamente quanto é necessário por mês, juntar o dinheiro, investi-lo e protegê-lo da inflação e dos impostos. O caminho mais seguro para isso é o empreendedorismo. Teóricos da área financeira destacam que abrir um negócio próprio é um dos investimentos mais arriscados que se pode fazer. No entanto, também é um dos que mais trazem retorno. E isso fica claro quando pensa-se nas pessoas que alcançaram sua independência nos quesitos financeiros: todas elas são empreendedoras.

A partir disso, percebe-se que o empreendedorismo é uma etapa facilitadora para atingir mais tranquilidade para gerir o seu dinheiro. Porém, é importante entender que, para ser bem-sucedido, você não precisa ter um rendimento mensal elevado enquanto empreendedor. O segredo é saber organizar as finanças pessoais e empresariais.

O segredo para que se atinja a liberdade/independência financeira, é a paixão por aquilo que se faz, seja no âmbito social, como descrito acima, ambiental ou mesmo até visando o lucro, mas trabalhando com aquilo pelo qual o indivíduo tem paixão e vocação. Isto sem levar em conta os vários vértices de aprendizagem e práticas para

se aplicar na rotina da empresa. Estabelecer uma ótima estrutura de processos, gerará mais alinhamento e performance nos resultados; o estabelecimento de uma rede de network seria de suma importância também em caso de parcerias, contatos e redes de aprendizado visando o bem e a evolução da comunidade pelo qual está inserido; o uso de KPI's e OKR's para metrificar se os resultados estão condizentes com o estipulado, bem como para ter uma noção numérica de como está o andamento da empresa até o momento YTD (year to date).

Além disso, um último ponto importante dentre vários que poderiam ser mencionados, é a resiliência. O empreendedor deve ter noção de que este meio é de extrema competitividade e nem sempre os resultados são tão velozes como são ditos comumente. Ambientes como este podem chegar aos extremos de retornos esperados, indo desde a falência precoce à alta exposição e solidificação da empresa em meio ao mercado concorrencial. Por isso é importante estabelecer um planejamento operacional, de mercado, bem como a construção de uma reserva financeira sólida para que sejam mitigados os vários riscos que o empreendedor está se submetendo ao abrir seu próprio negócio.

O Ministério da Economia informou nesta quarta-feira (9) que foram abertas no país 4,026 milhões de empresas em 2021, um recorde histórico em um ano. No mesmo período, no entanto, foram fechadas 1,410 milhão de empresas. O saldo de novos negócios ficou positivo em 2,615 milhões. O quantitativo de empresas abertas representa um aumento de 19,7% em relação a 2020. Atualmente, há 18,915 milhões de empresas ativas no Brasil. Os dados constam no Mapa de Empresas, uma plataforma digital do Ministério da Economia que fornece dados sobre o registro empresarial no país. A cada quatro meses, o serviço tem as informações atualizadas. – Agência Brasil, ANBIMA

Gráfico 8 – Número (em mil) das novas PMEs abertas em 2021



Sendo assim, fica nítido que o empreendedorismo funciona como válvula de escape para o sucesso e independência financeira, porém deve-se atentar com os pontos negativos que vem atrelados a ele. O estudo do meio cujo empresário deseja inserir-se é fator determinante para aumentar as chances de retorno positivo do empreendimento, bem como uma sólida estruturação financeira no *background* no planejamento total. Vale também destacar que se pode recorrer a ajudas externas, como empresas de consultoria e auditoria para um melhor direcionamento de escopo para a empresa, seja este acompanhamento voltado para um plano de marketing, plano de negócios, Mapeamento de Operações ou até mesmo um planejamento financeiro robusto englobando fluxos de reserva, ativos circulantes e estruturação de custos para aquisição.

5 CONCLUSÃO

Nos últimos anos, a sociedade está em constante transformação na evolução histórica da humanidade, com a difusão de novas tecnologias, a globalização, o avanço dos meios de comunicação e informação, têm pavimentados o caminho de grandes transformações no âmbito social, econômico, cultural e, naturalmente, no ambiente de trabalho. O conceito de emprego está mudando rapidamente, cujo trabalho é um fator importante na qualidade de vida da maioria das pessoas, sendo este o fornecedor de uma condição para satisfazer praticamente todas as necessidades humanas e, portanto, é de valor considerável para o indivíduo. Uma carreira empreendedora é uma oportunidade para muitas pessoas, pois é através do mesmo que indivíduo adquire uma liberdade que favorece o equilíbrio entre a vida pessoal e a vida profissional, isto é, significa ser independente em sua carreira. Grandes tomadores de decisão são indivíduos, não organizações. Ter o próprio negócio é resultado do trabalho de um empreendedor e é por meio dos negócios que os empreendedores concretizam suas ideias, desenvolvem projetos e orientam suas carreiras. Conseqüentemente, o empreendedorismo não se estende apenas ao próprio empreendedor e ao seu negócio, pois este aborda o trabalho dessa pessoa como uma carreira e, por consequência, sua escolha de vida.

Neste trabalho, buscou-se explorar a vertente pela qual o empreendedorismo se torna uma vertente constante na vida de diversos indivíduos, seja ele por necessidade ou mesmo pela tentativa de sair da zona de conforto e buscar a prosperidade através do estímulo de se inserir no mercado por um viés diferente ao convencional. Além disso, é notório que o estímulo ao desenvolvimento de novos negócios, bem como o movimento empreendedor como um todo, faz com a economia movimente mais fortemente e isso gere mais possibilidades para novos empreendedores, seja como fonte de inspiração ou mesmo como base econômica para iniciar os novos projetos em questão.

O que pôde ser analisado também é o fator de adaptabilidade do empreendedorismo enquanto movimento econômico, no sentido de conseguir mesclar diversas áreas do conhecimento e abrangências sociais. Nos dias atuais, as empresas devem prezar pelo desenvolvimento e estudo de diversas áreas com o propósito de serem bem sucedidas em seus respectivos ramos de atuação, tais como: o cerne do

planejamento da empresa, o qual seria o Escopo e Metodologia utilizados no processo, seja por influência previamente estabelecida através de outras empresas atuantes ou mesmo pela elaboração de novos parâmetros pioneiros no ramo; O Marketing digital, pois observou-se durante este estudo que os ambientes de e-commerce crescem cada vez mais e mostram-se mais flexíveis a medida que o tempo passa (um exemplo deste caso seria a Amazon, uma vez que começou no ramo de varejo digital e hoje em dia, através de parcerias focadas em estratégias alinhadas com as tendências de mercado, tornou-se não só o maior marketplace de vendas de itens diversos no cenário mundial, como também inseriu-se no mercado de Streaming ao lançar a marca “Amazon Prime Video” e ao comprar a plataforma mainstream de transmissões “TwitchTv”); além disso, o empreendedor aprende a desenvolver as chamadas “soft skills”, ou seja, habilidades e competências pelas quais não se aprende como em uma manual, mas sim com as experiências que a rotina empreendedora lhe proporciona, seja ela no tanto no âmbito das negociações quanto nas habilidades de gerenciamento de equipe ou mesmo financeira da empresa, esta que estará sempre sob seu comando e manejo.

Desta forma, fica claro que o empreendedorismo e suas características adjacentes, promovem não só o desenvolvimento pessoal, como também a economia no geral e, principalmente, do nicho econômico no qual este está inserido. O empreendedor tem papel fundamental na geração de valor para os produtos e serviços distribuídos, e como fonte de inspirações para gerações futuras que estão por vir e tem aflições ao seguir o mesmo caminho tomado por outros indivíduos antecessores. Este é um movimento que, quando bem utilizado e disseminado, pode e deve impactar positivamente na vida de milhões de pessoas e na economia como um todo sendo, dessa maneira, fator fundamental para o avanço e desenvolvimento da sociedade e economia como um todo de maneira saudável e sustentável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

ESTADÃO (Sao Paulo). O que os empreendedores de hoje podem aprender com as crises passadas: Veja alguns exemplos que demonstram que é possível, sim, inovar em meio a um momento difícil. *In: O que os empreendedores de hoje podem aprender com as crises passadas.* [S. l.], 26 set. 2020. Disponível em: <https://einvestidor.estadao.com.br/comportamento/licoes-empreendedores-crises-passadas>. Acesso em: 29 set. 2021. <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-55835790>

GRAHAM, B. O INVESTIDOR INTELIGENTE. São Paulo: Harper Collins, 2016

NIGRO, T. Do Mil ao Milhão: Sem cortar o cafezinho. 1ªEd. São Paulo: Harper Collins, 2018.

PASSIN, R.; MARTELANC, R.; PEREIRA, F. AVALIAÇÃO DE EMPRESAS: Um guia para fusões & aquisições e private equity. São Paulo: Pearson, 2009.

SEBRAE (Sao Paulo). Ministério da Economia e Sebrae vão investir R\$ 44 milhões para apoiar startups. SEBRAE BR, [S. l.], p. 1-1, 9 fev. 2021.

SEBRAE (Sao Paulo). O que é uma startup?. *In: O que é uma startup?.* [S. l.], 13 jan. 2014. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-uma-startup,6979b2a178c83410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 28 out. 2021.

BRASIL registra saldo positivo de 2,6 milhões novas empresas em 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-02/brasil-registra-saldo-positivo-de-26-milhoes-novas-empresas-em-2021>. Acesso em: 10 abr. 2023.

BRASIL registra saldo positivo de 2,6 milhões novas empresas em 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-02/brasil-registra-saldo-positivo-de-26-milhoes-novas-empresas-em-2021>. Acesso em: 10 abr. 2023.

CARBONE, Filipe. Em lágrimas, Gaules anuncia doação de R\$ 115 mil para idosa acamada | DRAFT5 - Notícias e Coberturas CS. Disponível em: <https://draft5.gg/noticia/em-lagrimas-gaules-anuncia-doacao-de-r-115-mil-para-idosa-acamada>. Acesso em: 11 abr. 2023.

CRESCIMENTO de e-sports abre o caminho para novas profissões - Sebrae. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/crescimento-de-e-sports-abre-o-caminho-para-novas-profissoes,9203aeb24aab5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 26 maio 2023.

DO ESPÍRITO do capitalismo ao espírito empreendedor: a consolidação das ideias acerca da prática empreendedora numa abordagem histórico-materialista. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cebape/a/ScBZSdpKpQNHGP9jnbCTHXf/?lang=pt>. acesso em: 10 abr. 2023.

ESTADO DE MINAS. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2021/10/05/internas_economia,1311468/empreendedorismo-no-brasil-cresce-com-a-pandemia-e-o-desemprego-em-alta.shtml. Acesso em: 10 abr. 2023.

GAULES bate recorde de Casimiro ao atingir 710 mil espectadores na Twitch | Exame. Disponível em: <https://exame.com/pop/gaules-bate-recorde-de-casimiro-ao-atingir-552-mil-espectadores-na-twitch/>. Acesso em: 10 abr. 2023.

INDEPENDÊNCIA financeira é o que motiva brasileiras a empreender. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-mulher/2022/05/independencia-financeira-e-o-que-motiva-brasileiras-a-empreender/>. Acesso em: 10 abr. 2023.

LANCE. Disponível em: <https://www.lance.com.br/esports/e-sports-sera-tema-de-congresso-de-empreendedorismo-digital.html>. Acesso em: 11 abr. 2023.

MAIS de 1 milhão de micro e pequenas empresas foram abertas no país em quatro meses, aponta Sebrae. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2021/06/02/mais-de-1-milhao-de-micro-e-pequenas-empresas-foram-abertas-no-pais-em-quatro-meses-aponta-sebrae.ghtml>. Acesso em: 10 abr. 2023.

MERCADO de eSports: faturamento, audiência e o cenário no Brasil. Disponível em: <https://ge.globo.com/sc/noticia/o-mercado-de-esports-faturamento-audiencia-e-o-cenario-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 10 abr. 2023.

"NÃO é só jogar videogame": E-sports crescem em meio à pandemia - Revista Esquinas. Disponível em: <https://revistaesquinas.casperlibero.edu.br/esportes/nao-e-so-jogar-videogame-e-sports-crescem-em-meio-a-pandemia/>. Acesso em: 26 maio 2023.

PGL Major Stockholm 2021. Disponível em: <https://www.hltv.org/events/4866/pgl-major-stockholm-2021>. Acesso em: 26 maio 2023.

SCIELO - Brasil. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/wVbBLJDGsbWC8bsBGV8tJpJ/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 10 abr. 2023.