



COLÉGIO MARTHA FALCÃO

XXXIV FEIRA CIENTÍFICO-CULTURAL

EMPREENDEDORISMO EM TEMPOS DE COVID19

Manaus

2020

COLÉGIO MARTHA FALCÃO
XXXIV FEIRA CIENTÍFICO-CULTURAL

ANNA CAROLINA RAMOS SOUZA
LAURA DO NASCIMENTO E SILVA DE CARVALHO
MARCIO VITOR ESPÍNDULA PEIXOTO
MARIA BEATRIZ BREVAL TEIXEIRA NEVES
PEDRO FELIPE FORTES DE SOUSA FILHO
RODRIGO MOREIRA BASTOS

EMPREENDEDORISMO EM TEMPOS DE COVID19

Relatório apresentado ao Colégio Martha Falcão como participação dos alunos da turma 701 na XXXIV Feira Científico-Cultural orientados pela Profª Michele Nakagami Braule Pinto.

Manaus
2020

SUMÁRIO

Introdução	04
Objetivo	05
1. O conceito de Empreendedorismo.....	06
1.1. Os seis principais tipos de Empreendedorismo.....	06
2. O empreendedorismo no Brasil.....	10
3. Principais características do Empreendedor de Sucesso.....	11
4. Empreendedorismo sobre os impactos da crise do Corona Vírus.....	12
5.. Adaptações e Atitudes inovadoras de empreendedores em diversos segmentos..	14
5.1. Exemplos de atitudes de empreendedores de sucesso durante o COVID19.....	16
Procedimentos metodológicos	18
Considerações finais	19
Referências bibliográficas	20
Anexos	21

INTRODUÇÃO

Com a redução dos níveis de produtividade industriais, aumento do desemprego entre setores produtivos da sociedade, diminuição de rendas familiares, queda de níveis de investimento entre outros, a pandemia de COVID-19 levou o mundo à recessão e o ano de 2020, que já é considerado pelo Fundo Monetário Internacional como a mais aguda crise global deste século. (IMF, 2020).

A produção industrial no Brasil recuou 9,1% em março, queda mais acentuada desde maio de 2018, refletido pelo efeito do isolamento social. Pesquisa liderada pelo BTG Pactual revelou que a crise provocada pela pandemia já é a principal responsável pela perda de emprego para 11% da população, obrigando 69% das famílias brasileiras a reduzirem seus níveis de consumo.

Devido a esses reflexos da pandemia, o empreendedorismo, teve que buscar ações de enfrentamento, desafios e oportunidades e pequenas empresas - startups, considerando as expectativas geradas por este momento de grandes transformações sociais e econômicas nesse período de Covid19.

O presente trabalho com a metodologia de pesquisa bibliográfica, teve o objetivo de apresentar um projeto sobre empreendedores nos diversos segmentos, descrevendo as dificuldades vivenciadas e as diversas atitudes de inovação, esforços, criatividade, ações emergenciais e renovação econômica para se manterem firmes no ambiente de profunda transformação na forma de trabalho, durante pandemia do Corona Vírus, buscando o retorno à normalidade ou à “nova normalidade” uma “Nova Terra”.

OBJETIVO

- Analisar o impacto da crise para os empreendedores no período do Corona vírus.
- Ações tomadas pelos empreendedores durante esse período para se manterem no mercado de trabalho reinventando, adaptando, remodelando, planos de contingências entre outros.

1. O conceito de Empreendedorismo

A palavra empreendedora (entrepreneur) vem do termo do francês antigo no século XVI “*entreprendre*”, um vocábulo formado pelas palavras entre – do latim *inter*, que significa reciprocidade – e *preneur* – do latim *prehendere*, que significa comprador. E quer dizer aquela pessoa que assume risco e começa algo novo (DORNELAS, 2001). No entanto, eis que “apenas no século XVIII o termo passou a ser empregado para atores econômicos, entrepreneurs eram aqueles que introduziam novas técnicas agrícolas ou arriscavam seu capital na indústria” (MELO, 2008).

Schumpeter, considerado o principal teórico clássico do empreendedorismo, retoma o termo associando-o à inovação para explicar o desenvolvimento econômico. (MELO, 2008). Esse mesmo autor em 1950, refere-se à essência do empreendedorismo como sendo a percepção e a exploração de novas oportunidades, utilizando os recursos de maneira inovadora. Para ele, empreender e inovar são consequências um do outro, integrando-se totalmente.

Segundo Schumpeter, o empreendedorismo é algo desenvolvido por pessoas versáteis, com habilidades técnicas para produzir e organizar recursos financeiros e operações internas, além de lidar muito bem nos diversos segmentos. Apesar de pontuais diferenças entre os conceitos, é perceptível que a definição básica de empreendedorismo inclui ações como criatividade, iniciativa, paixão, riscos e oportunidades.

O empreendedorismo é essencial nas sociedades, a criação de empreendimentos contribui para a economia do país porque gera riquezas, aumenta a circulação econômica e cria mais oportunidades de empregos.

1.1 Os seis principais tipos de Empreendedorismo

a) Empreendedorismo corporativo

O empreendedorismo corporativo (ou intraempreendedorismo) acontece quando um funcionário empreende dentro da empresa em que trabalha. Mesmo sem ser o dono, o funcionário tem características de um empreendedor e consegue aplicar essa visão na empresa. Os funcionários podem usar sua visão empreendedora para

ajudar no crescimento do negócio, apresentando ideias ou soluções criativas que ajudem a melhorar um produto ou algum processo da empresa. Senso crítico, criatividade, visão inovadora, boa comunicação, dedicação e liderança são algumas qualidades de um empreendedor corporativo.

Algumas vantagens do empreendedorismo corporativo podem ser:

- Ganho em agilidade e produtividade na empresa;
- Melhora da comunicação interna entre os funcionários;
- Correção em falhas de processos da empresa;
- Diminuição de custos de manutenção e de burocracias.

Além de ajudar no crescimento da empresa, o funcionário empreendedor também pode valorizar sua própria carreira, já que suas ações empreendedoras podem ser reconhecidas por seus superiores.

b) Empreendedorismo de pequenos negócios

É o empreendedorismo das pequenas empresas (familiares, individuais ou com poucos funcionários). É comum que sejam empreendimentos locais que vendam bens ou serviços comuns. Desse tipo de empreendimento a expansão do negócio não é foco principal. Seus objetivos principais são a fidelização e a criação de uma relação próxima com os clientes habituais, para garantir seu lugar no mercado. Essas empresas atendem necessidades simples e diárias do comércio local e participam ativamente da circulação da economia na região. Podem funcionar no formato de pequenos negócios (como padarias, mercearias e salões de cabeleireiro) ou de empresas que oferecem serviços individuais (como costura, marcenaria ou limpeza).

Os tipos mais comuns de empresas de pequenos negócios são:

- Empresa de pequeno porte (EPP);
- Microempresa (ME);
- Microempreendedor individual (MEI).

c) Empreendedorismo startup

O empreendedorismo startup é o tipo de empreendimento que cria um novo tipo de negócio. Normalmente, a ideia desse tipo de empresa nasce quando o empreendedor percebe que existe uma necessidade que não é atendida no mercado.

Para atender essa demanda, o empreendedor cria um modelo de negócio com características inovadoras, ele cria soluções diferentes das que já existem no mercado. As startups podem atuar em qualquer área de venda de serviços ou produtos, e se caracterizam pela inovação e criatividade na criação dos seus produtos. A inovação tecnológica é uma grande aliada de empreendimentos desse tipo e pode ajudar a startup a conquistar clientes, oferecendo serviços que se ajustem à necessidade dos seus clientes.

Alguns exemplos de empreendimentos startup são:

- Uber: aplicativo de compartilhamento de transporte;
- Airbnb: plataforma de aluguel de casas e quartos;
- 99 Táxi: aplicativo que conecta usuários e taxistas;
- Ifood: aplicativo de entrega de comida.

d) Empreendedorismo social

O empreendedorismo social é direcionado a causar um impacto positivo na sociedade. Esse tipo de empreendimento oferece soluções para melhorar a sociedade, deixando o objetivo de lucro em segundo plano.

O empreendedor que decide trabalhar nessa área tem a responsabilidade social como a base do negócio, é da vontade de ajudar a sociedade que nasce motivação para empreender. Pode atuar em vários setores, como proteção ao meio ambiente, educação, serviços sociais ou atividades culturais. Apesar de não ser o foco principal do empreendimento, a preocupação com o lucro não deixa de existir, porque ele é importante para a manutenção do negócio. Um exemplo são as organizações sem fins lucrativos (ONGs), que ajudam, defendem direitos ou conscientizam os cidadãos sobre alguma causa social importante.

São exemplos de empreendedorismo social:

- Associação Curso Vencedor: empresa criada por alunos do Instituto Tecnológico da Aeronáutica (ITA) que oferece curso pré-vestibular para estudantes carentes;
- Saúde Criança: entidade que atende crianças em situação de vulnerabilidade, com acompanhamento médico e educacional;
- Ecodom: empresa que constrói casas populares a partir de plástico e cartão reciclado.

e). Empreendedorismo digital

O empreendedorismo digital aproveita as facilidades da tecnologia para oferecer produtos ou serviços, é a aplicação da tecnologia digital para facilitar as

atividades empresariais. Essas empresas já “nascem na internet”, os negócios são mantidos online, e muitos dos seus processos (como negociação e vendas) acontecem digitalmente. Assim como acontece em outros empreendimentos, para começar no empreendedorismo digital é importante escolher um nicho de mercado (área de atuação da empresa) e decidir quais produtos ou serviços serão oferecidos aos clientes. A escolha é importante para definir qual o público-alvo e garantir mais chances de se tornar uma autoridade na área escolhida. Também é preciso planejar ações de vendas, escolher a melhor plataforma digital para o negócio, investir em estratégias de marketing digital e divulgação nas redes sociais, para atingir clientes e engajar seguidores.

Algumas vantagens do empreendedorismo digital são:

- Baixo investimento inicial;
- Possibilidade de retorno financeiro mais rápido;
- A estrutura física da empresa pode ser reduzida;
- Mais visibilidade do negócio e mais facilidade de conseguir clientes;
- Possibilidade de trabalho remoto;
- Custos de manutenção reduzidos.

São exemplos de empresas que seguiram o modelo de empreendedorismo digital:

- Amazon: site de comércio eletrônico, que oferece produtos variados;
- Coursera: empresa que oferece cursos e formações online;
- Netflix: plataforma de exibição de filmes e séries;
- Ebay: site de compras e leilões virtuais;
- Youtube: plataforma de compartilhamento de vídeos.

f) Empreendedorismo sustentável

No empreendedorismo sustentável (ou verde) as empresas se preocupam com a sustentabilidade e a proteção ao meio ambiente. As empresas sustentáveis oferecem serviços ou produtos voltados à proteção do meio ambiente, e também podem atuar na conscientização da importância de adotarmos medidas sustentáveis. Produtos ecológicos e mais duráveis estão entre os mais populares no empreendedorismo sustentável. Os empreendimentos desse tipo aplicam medidas sustentáveis no dia a dia, como:

- Uso consciente e econômico de água e eletricidade;
- Redução do uso de materiais em plástico;
- Separação de lixo orgânico e lixo reciclável;
- Reaproveitamento de embalagens e papéis;

- Uso ou doação das sobras de matéria-prima para evitar o desperdício;
- Conscientização dos funcionários e consumidores sobre a importância das medidas de sustentabilidade.

São exemplos de empreendedorismo sustentável:

- Boomera: empresa que faz reciclagem de produtos difíceis (como fraldas descartáveis) em parceria com cooperativas de catadores de lixo;
- Loop: aplicativo que conecta usuários para compartilhar bicicletas;
- Revoada: empresa de moda que cria produtos a partir de sobras de tecidos de guarda-chuva e câmaras de pneus.

2.0 O empreendedorismo no Brasil

Segundo o governo federal, surgem cerca de 600 mil empreendedores por ano no Brasil – resultando em mais de 1,5 milhão de microempreendedores no âmbito nacional atualmente. O ato de empreender no país deu um salto a partir dos anos 90 com o incentivo de organizações da indústria e dos serviços.

De acordo com o estudo GEM (Global Entrepreneurship Monitor), realizado no Brasil pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e pelo IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade), o Brasil se encontra topo do ranking no quesito abertura de novos empreendimentos, inclusive ficando à frente de países como Argentina, México e dos países do BRICS.

Para termos uma melhor ideia da importância do empreendedorismo no Brasil, só na última década a quantidade de pessoas economicamente ativas que criaram o seu próprio negócio saltou de 23% para 34,5%. Ou seja: 1 a cada 3 pessoas economicamente ativas são donas do seu próprio negócio no Brasil, segundo dados do GEM. Basicamente, dois tipos de empreendedor no Brasil: o de necessidade e o de oportunidade.

- **O empreendedor por necessidade**

Surge da urgência de se criar uma renda. Feito sem planejamento, na maior parte das vezes resulta em falência em pouco tempo.

- **O empreendedor por oportunidade**

Este empreendedor aproveita de um maior planejamento, estudos e estrutura, garantindo assim um maior tempo de vida e mais lucro, como *startups* — empresas focadas em inovação e com potencial de crescimento exponencial — por exemplo.

De acordo com o *Startup Ranking*, o Brasil atualmente é o 8º mais bem colocado na quantidade de empresas em todo o mundo. A Associação Brasileira de *Startups* (Absartups) aponta que há mais de 4.000 *startups* no país, guiadas por mais de 40.000 empreendedores.

3.0 Principais características do Empreendedor de Sucesso

O empreendedor não é formado por apenas uma, duas ou três características. Afinal de contas, ele precisa ser versátil e dispor de muito conhecimento para criar, manter e fazer crescer algum projeto. Por isso, algumas características são essenciais na carreira do empreendedor, tal como:

- Busca de oportunidades e iniciativa: capacidade de antever-se aos fatos e criar novas oportunidades de negócios, desenvolver novos produtos e serviços, propor soluções inovadoras.
- Apto a correr riscos calculados: ou seja, o empreendedor costuma avaliar alternativas e calcula riscos deliberadamente, age para reduzir os riscos ou controlar os resultados e coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.
- Exige qualidade e eficiência: para maximizar os ganhos é necessário sempre encontrar maneiras de fazer as coisas da melhor forma, mais rápido ou mais barato, agindo de maneira a fazer coisas que satisfaçam ou excedam padrões de excelência e desenvolvendo ou utilizando procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que atenda a padrões de qualidade previamente combinados.
- Persistência: saber agir diante de um obstáculo significativo sem desistir do mesmo, por vezes fazendo um sacrifício pessoal ou despende um esforço extraordinário para completar uma tarefa.
- Saber lidar com metas: estabelecendo metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal, com visão de longo prazo, clara e específica, sempre estabelecendo objetivos de curto prazo mensuráveis.

Sebrae, revelou algumas características importantes do empreendedor global. Algumas observações dessas características podem apontar como o ecossistema econômico regional e global está sendo transformado pelo empreendedorismo:

- I. O empreendedorismo inclui três componentes: começar e administrar um novo negócio próprio; o crescimento das expectativas dos empreendedores (suas ambições); as inovações introduzidas pelos empreendedores.
- II. O nível de competitividade de uma economia afeta esses componentes de maneiras diferentes: economias menos competitivas apresentam atividade empresarial em estágio inicial, enquanto economias mais competitivas apresentam empreendedores mais ambiciosos e inovadores.
- III. Estágios de desenvolvimento têm impacto significativo no ecossistema empreendedor de uma economia: o impacto dos empreendedores depende do estágio de maturidade da economia e o número de oportunidades pode variar, bem como suas características.
- IV. Os empreendedores variam de acordo com a idade, sexo e o nível de instrução: de acordo com o estudo, mulheres apresentam os mesmos níveis de inovação, mas um menor nível de ambição que os homens. Além disso, a ambição de crescer e a inovação tendem a acompanhar as faixas etárias dos empreendedores e níveis de instrução mais altos estão ligados a um empreendedorismo ambicioso e inovador.

Através destas características é possível perceber o poder do empreendedor no mercado e como a transformação do perfil dos negócios estão modificando o consumo da sociedade.

4.0 Empreendedorismo sobre os impactos da crise do Corona Vírus.

Muito mais do que entender os impactos, é fundamental saber como reagir diante de um inimigo invisível que devastou a economia no Brasil e no mundo inteiro. O Covid-19 acelerou a transformação digital em todos os setores. Com o fechamento do comércio e de diversos outros empreendimentos como medida preventiva de combate ao Corona vírus, empreendedores estiveram preocupados, sem saber que atitude tomar para garantir a sobrevivência dos negócios. Como exemplo temos tem a empresa CVC, maior operadora de turismo do Brasil, viu seu mundo virar de ponta-cabeça, nas palavras de seu presidente, Leonel Andrade. “Minha receita foi para zero, portanto, só tenho despesa”, resumiu

Durante o período de isolamento social, empresários em quase todos seguimentos sofreram dificuldades como:

- A baixa nas vendas e no faturamento.
- Desafios, principalmente para as empresas que tiveram de paralisar suas atividades.
- Manter o pagamento aos fornecedores. A única saída aqui foi renegociar.
- Preocupações de como manter o pagamento do aluguel
- O dono de pequeno negócio, que precisou fechar as portas de seu estabelecimento físico e trabalhar home office,
- O fechamento repentino das lojas físicas provocou queda do consumo e, conseqüentemente, redução no faturamento das empresas.
- Como manter a folha de pagamento se a empresa está parada?

A busca pela estratégia ideal para atravessar a crise tem despertado a preocupação de gestores de todos os setores de economia global, dos microempreendedores individuais até os grandes negócios multinacionais.

Nesse cenário, sobrevivem as organizações preparadas para lidar com os impactos da recessão e que fazem as escolhas operacionais acertadas, tendo o futuro em mente. Alguns nichos do mercado, liderados por grandes empresas, devem figurar entre os mais afetados pelos impactos econômicos da pandemia nos próximos meses. É o caso do setor hoteleiro, que depende diretamente da aglomeração de pessoas para se manter em funcionamento.

Enquanto, em algumas localidades o receio do público consumidor impede que os quartos de hotéis e resorts sejam preenchidos, em outras áreas do país, o avanço da pandemia fez com que os governos locais proibissem o funcionamento por medida de segurança. Da mesma forma, empresas de transporte rodoviário e aéreo também devem sofrer com o número reduzido de pessoas circulando. Mais de cem empresas em Manaus fizeram demissões durante pandemia, aponta estudo. Uma pesquisa feita com 202 empresas, em Manaus, mostrou que mais da metade (54%), ou seja, 109 empresas precisaram fazer demissões no quadro de funcionários, por conta dos impactos da pandemia do corona vírus na economia local. O levantamento foi feito pela Universidade do Estado do Amazonas (UEA) e aplicou questionários em empresas dos setores de serviços, comércio, varejo de alimentos, e ainda o setor de bares e restaurantes. Um dos coordenadores do estudo, o economista Roderick Cabral Castello Branco, acredita que está se formando um

cenário que apresenta uma realidade de um futuro com alto desemprego e mudança nos padrões de consumo, que exige adaptação à essa nova realidade.

As demissões variam de empresa para empresa, sendo que 87% das que demitiram, fizeram apenas desligamentos parciais. Apenas 13% precisou zerar o quadro de funcionários. Os dados mostram, que, apesar de haver interesse na recontração ou contratação de funcionários, nem todas garantem o mesmo número de colaboradores que tinham antes da crise.

O pessimismo persiste, independente do tamanho da empresa. Destacam-se, porém, as de médio porte acreditam que 2020 será pior ou muito pior que 2019. Empresas de grande porte mostram-se mais otimistas, Nota-se ainda que empresas de pequeno porte são mais otimistas em relação às vendas de 2020 que as microempresas: 22% das empresas de pequeno porte entendem que as vendas 2020 serão iguais ou melhores que o ano anterior, contra 11% das microempresas.

5.0 Adaptações e Atitudes inovadoras de empreendedores em diversos segmentos

Não é novidade que o isolamento social mudou para sempre o comportamento de consumo e de trabalho. Todas as indústrias foram, e ainda serão afetadas pelos impactos do corona vírus. Mesmo o mundo se tornado digital antes da covid-19, ainda sim a tecnologia revolucionou todos os campos da sociedade, desde a forma como nos comunicamos, fazemos negócios, como consumimos e até como nos relacionamos com as marcas. O digital virou core business de todo tipo de indústria. Core Business é o termo em inglês que, traduzido literalmente, significa “núcleo do negócio”. Na prática, usa-se essa expressão para se referir à parte central de um negócio ou ao ponto forte de um empreendimento, característica essa que é definida pelos gestores de uma empresa

Entender a jornada multicanal virou core. Entender o papel estratégico de cada um dos canais digitais da marca virou core. Se comunicar integrando awareness, (reconhecimento da marca), no funil de aquisição de clientes, virou core. Dialogar online com os clientes nas redes sociais virou core. Dados abandonaram status de meros habitantes de banco de dados e planilhas, e viraram core. As transações

comerciais e pessoais digitalizaram – e viraram core. Estamos vivendo um desafiador momento da revolução digital – a era da virada para “a digitalização de tudo”.

Para muitos, a nova realidade significou trazer o escritório para dentro de casa. O que vem sendo chamado de home office não é exatamente uma novidade, mas, ganhou espaço durante esse momento em que muitas empresas tiveram que fechar suas portas. A liberação dos funcionários para trabalho remoto, porém, não foi a única adaptação que teve que ser feita nos últimos tempos.

Comércios de atacado e varejo do mundo todo que estavam acostumados a negociar apenas na loja física, viram-se obrigados a buscar soluções criativas para vender para o cliente direto da casa dele. Nesse contexto, a internet tem ganhado ainda mais importância como um espaço para divulgação e venda de produtos, além de ser um ótimo canal para manter o relacionamento com a clientela.

Mais do que entender o que aconteceu, a prioridade é analisar o que vem agora, mostrar as transformações que vão impactar os negócios e os insights que ajudarão as empresas a superarem essa fase. A Covid-19 está provocando muitas mudanças na sociedade. O planeta nunca parou dessa forma. Reativá-lo no pós-pandemia será uma experiência única pela qual nunca passamos.

Há casos em que a crise permitiu uma guinada nos negócios, como a Rappi, que teve que demitir 6% de seus funcionários em janeiro e, com o aumento dos pedidos de delivery, devido ao isolamento social, já conta até com mais funcionários do que antes dos cortes. “Em um mês, crescemos o equivalente a seis meses”, afirmou seu presidente, Sergio Saraiva.

As marcas estão recuperando fôlego, a retomada dos negócios, de forma mais eficaz, mais ágil, adaptando produtos, serviços e modelos de negócios, passaram por uma robusta transformação. Nada disso aconteceu sem a digitalização de processos, pessoas e estratégias. Este é o momento em que empreendedores e executivos do mundo todo estão precisando ser ainda mais resilientes, inovadores e criativos para extrair boas oportunidades durante essa crise. Foi importante romper com os modelos tradicionais e aliar-se aos parceiros com experiência comprovada em todas as disciplinas do digital, sempre com foco na experiência do seu cliente, na jornada do consumidor.

Mais do que entender o que aconteceu, a prioridade é analisar o que vem agora, mostrar as transformações que vão impactar os negócios e os insights que

ajudarão as empresas a superarem essa fase. A Covid-19 está provocou muitas mudanças na sociedade. O planeta nunca parou dessa forma. Reativá-lo no pós-pandemia será uma experiência única pela qual nunca passamos.

5.1 Exemplos de atitudes de empreendedores de sucesso durante o COVID19

Exemplo de algumas empresas Brasileiras que tentaram se manter durante esse período de isolamento:

Inaugurada em SP um mês antes de começar a pandemia do corona vírus a empresa no ramo de alimentação a Hamburgueria Argentina teve que fechar a loja física e implantaram o delivery se adaptaram no que não atuavam antes para continuar se mantendo.

Em SP o Laboratório de Pesca – loja de equipamentos de pesca. Tiveram que fechar a loja física e começaram uma parceria com um cliente para fazer entrega dos produtos oferecidos pelo whatsapp, negociando prazos com os fornecedores e sempre fazendo promoções para seus clientes.

Também de SP a FreeCô – empresa de produtos de higienização. Lançaram um lenço umedecido antisséptico durante essa pandemia, tiveram que acelerar a produção e lutaram para introduzir o produto de forma mais milabrante no varejo. E tem dado certo segundo um dos sócios da empresa Rafael Nasser.

No AM o Colégio Martha Falcão – segmento educação – o projeto de implementação do ensino remoto, protocolo de retorno e Ensino Híbrido do Colégio Martha Falcão durante a pandemia do corona vírus foi destaque na primeira edição do Premio Escolas que Inspiram 2020. A Escola venceu a categoria Gestão de Excelência. Premiação organizada pela SAS Plataforma de Educação. A Gestora Nelly Falcão de Souza conta que em um curto tempo toda equipe pedagógica e tecnológica da instituição se reinventou, criou estratégias e readaptou o conteúdo, tudo para continuarem oferecendo educação de qualidade durante o isolamento ate agora no retorno das aulas presenciais.

A 99, empresa de mobilidade urbana, lançou no último dia 23/04 a campanha Corrida contra o corona – Cuidando do que importa, onde resume as ações da plataforma para apoiar e trazer mais segurança aos motoristas parceiros, passageiros e comunidade neste período de pandemia do novo corona vírus.

Desde o início da pandemia, a 99...

- Doou R\$ 4 milhões em corridas aos de todo o Brasil com objetivo de facilitar os deslocamentos dos profissionais de atividades essenciais. Nessas corridas, não há cobrança de comissão por parte da empresa, o que significa que o motorista parceiro fica com 100% do valor registrado no aplicativo,
- Cedeu 550 mil máscaras para motoristas em 16 capitais do Brasil,
- Desinfectou gratuitamente centenas de carros de motoristas parceiros,
- Criou um fundo de apoio de US\$ 10 milhões para motoristas e entregadores diagnosticados com Covid-1 e
- Está dando desconto em corridas para bancos de sangue em várias cidades do Brasil.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O trabalho foi desenvolvido através de pesquisa bibliográfica, em livros, revistas científicas, sites da internet e documentários, visita técnica ao local para reforço da aprendizagem onde a empresa 99 tem feito suas ações inovadoras como de desinfecção de carros de app no estacionamento do Shopping Amazonas Shopping desde março de 2020 para se permanecerem no mercado. Após a coleta, os textos foram sistematizados, discutidos e consolidados.

O trabalho será online exposto via site institucional www.colegiomarthafalcao/novaterra Os alunos elaboraram um vídeo explicativo com relação ao tema proposto, para que o professor orientador postasse no youtube a fim de criar um link e encaminhar ao email novaterra@infs.com.br para que seja analisado acompanhado do projeto e o resumo em pdf.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Num cenário desafiador em tempos de Covid 19, algumas empresas buscaram maneiras de não entrarem em uma crise interna, visando sempre a manutenção da sua produtividade e a não desaceleração da sua atividade. Para isso, o uso da tecnologia contribuiu para a conquista desses objetivos. Muitas empresas conseguem passar por uma crise sentindo menos o efeito da mesma, pois já estão mais cientes sobre as vantagens da transformação digital nas empresas. O setor de tecnologia, parece sempre desafiar o pessimismo do mercado. E assim como as próprias empresas de tecnologia sofrem menos com uma crise, as empresas detentoras das tecnologias criadas também se beneficiam das soluções digitais.

As empresas que possuem seus produtos tecnológicos, são mais preparadas para lidar com situações adversas, pelos inúmeros benefícios pode trazer. Quando a economia se encontra em recessão, elas vão contra as regras do mercado, e seguem um fluxo diferente das demais, que geralmente entram em um período de retração. O impacto digital no mercado é grande, e uma realidade que vem sendo fortalecida. Sendo uma boa alternativa para as empresas se manterem competitivas no mercado em momentos de dificuldades. É importante mencionar que o investimento em inovação e tecnologia deve ser algo contínuo. O segredo do sucesso é a persistência para que o negócio tenha bons resultados. Sendo assim, podemos afirmar que as empresas que possuem soluções mais inovadoras, acabam tornando o seu negócio mais estável, mesmo nos momentos de mais turbulência como o tempo de pandemia do Corona Virus.

Neste trabalho tivemos a oportunidade de conhecer empreendedores que se desafiaram e encaram com determinação e persistência a Crise do Covid 19 e se mantiveram ativas no mercado de trabalho, pois se reinventaram por meio de uma nova forma de trabalho o que comprova que houve uma transformação nas suas atividades e que nunca mais será a mesma de antes do corona vírus.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SCHUMPETER, J.A. Capitalismo, socialismo e democracia. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961. Disponível em:

http://www.ie.ufrj.br/intranet/ie/userintranet/hpp/arquivos/100820171042_SchumpeterCapitalismoSocialismoeDemocracia.pdf. Acesso em: 15 ago. 2018.

Links utilizados para pesquisa:

<https://meusuccesso.com/noticias/empreendedorismo-o-que-e-conceitos-e-definicoes-guia-completo-1868/>

<https://www.significados.com.br/empreendedorismo>

<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/conheca-as-principais-dificuldade-dos-empresarios-na-crise>

<https://fia.com.br/blog/coronavirus-e-o-impacto-nos-negocios/>

<https://g1.globo.com/am/amazonas/noticia/2020/05/27/coronavirus-mais-de-cem-empresas-em-manaus-fizeram-demissoes-durante-pandemia-aponta-estudo.ghtml>

<https://www.santanafm.com.br/volta-as-aulas-em-manaus-tem-rodizio-de-alunos-e-uso-de-escudo-facial/>

ANEXOS



Figura 1. Visita ao local de ação da Empresa 99 para continuar na ativa durante a Pandemia. Local: Estacionamento do Amazonas Shopping



Figura 2. Placas informativas



Figura 3. Aplicação do produto de desinfecção