

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIENCIAS SOCIAIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ALLANA D' PAULA MENDES SOUSA

**OS PEQUENOS EMPREENDIMENTOS E O PLANEJAMENTO DE SUAS
ATIVIDADES FRENTE A PANDEMIA DA COVID-19 EM SÃO LUÍS DO MARANHÃO**

São Luís

2020

ALLANA D' PAULA MENDES SOUSA

**OS PEQUENOS EMPREENDIMENTOS E O PLANEJAMENTO DE SUAS
ATIVIDADES FRENTE A PANDEMIA DA COVID-19 EM SÃO LUÍS DO MARANHÃO**

Artigo apresentado ao Curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Drº Hélio Trindade de Matos

São Luís

2020

Sousa, Allana D' Paula Mendes.

Os Pequenos empreendimentos e o Planejamento de suas atividades frente a pandemia da Covid-19 em São Luís do Maranhão/
Allana D' Paula Mendes Sousa. – 2020.
20 f.

Orientador: Hélio Trindade de Matos.
Monografia (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal do Maranhão, 2020.

1. Pequenos negócios. 2. Pandemia 3. Empreendedores. 4. COVID-19 5. Brasil. I. Matos, Hélio Trindade. II. Título.

ALLANA D' PAULA MENDES SOUSA

**OS PEQUENOS EMPREENDIMENTOS E O PLANEJAMENTO DE SUAS
ATIVIDADES FRENTE A PANDEMIA DA COVID-19 EM SÃO LUÍS DO MARANHÃO**

Artigo apresentado ao Curso de Administração da
Universidade Federal do Maranhão – UFMA, como
requisito para obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Aprovado em: 15 / 12 / 2020

BANCA EXAMINADORA

Prof. Hélio Trindade de Matos (orientador)
Dr. em Administração de Empresas
Universidade Federal do Maranhão

Prof^a Amanda F. Aboud de Andrade
Me. em Administração
Universidade Federal do Maranhão

Prof. João Maurício Carvalho Beserra
Me. em Administração e Controladoria
Universidade Federal do Maranhão

OS PEQUENOS EMPREENDIMENTOS E O PLANEJAMENTO DE SUAS ATIVIDADES FRENTE A PANDEMIA DA COVID-19 EM SÃO LUÍS DO MARANHÃO

Allana D' Paula Mendes Sousa¹
Hélio Trindade de Matos²

Resumo: O presente artigo tem como ponto inicial a conjuntura dos pequenos empreendimentos durante a pandemia da COVID-19. Portanto, foi necessário entender dentro do contexto brasileiro a classificação dos pequenos negócios no Brasil, bem como a situação do mercado diante da pandemia. Além disso, buscou-se compreender as medidas adotadas pelo governo brasileiro diante deste cenário, de modo a colaborar para a manutenção desses empreendimentos no país. Para isso, foi efetuado uma pesquisa bibliográfica acerca dos dados obtidos sobre os impactos da pandemia para microempresas e pequenas empresas. Por fim, foi efetuada a aplicação de um formulário junto a alguns empreendedores para o reconhecimento das dificuldades enfrentadas por estes diante a pandemia, bem como quais foram as medidas adotadas pelas empresas para que continuassem com suas atividades econômicas mesmo diante das dificuldades.

Palavras-chave: Pequenos negócios. Pandemia. Empreendedores. COVID-19. Brasil.

Abstract: This article has as its starting point the conjuncture of small businesses during the COVID-19 pandemic. Therefore, it was necessary to understand both the classification of small businesses, as well as the market situation in the face of this pandemic within the Brazilian context. In addition, it sought to understand which actions were adopted by the Brazilian government in this scenario, in order to collaborate for the maintenance of these enterprises. For this reason, a bibliographic research was carried out on the data collected from the impacts of this pandemic for micro-enterprises and small companies. Finally, a form was applied to some entrepreneurs aiming to recognize the difficulties faced by them during the pandemic, as well as what measures were taken by the companies to continue their process activities despite the difficulties.

Keywords: Small business. Pandemic. Entrepreneurs. COVID-19. Brazil

¹ Aluna do Curso de Administração/UFMA. Artigo apresentado para a disciplina de TCC II, na data de 15/12/2020, na cidade de São Luís/MA. Endereço eletrônico para contato: allana.mendes@discente.ufma.br

² Professor Orientador: Hélio Trindade de Matos, Dr^o. em Administração de Empresas. Departamento de Ciências Contábeis, Imobiliárias e Administração/UFMA. Endereço eletrônico para contato: heliomatos2010@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Diante das dificuldades existentes no mercado verifica-se, cada vez mais, a necessidade de estruturação e reestruturação dos pequenos empreendimentos. Principalmente, ao se ponderar que ele, o mercado, está cada vez mais competitivo, e por esta razão é premente a necessidade constante de reavaliação do modelo de negócios dos empreendimentos. Assim, segundo Dornelas (2016) e Ferreira e Pinheiro (2018), a adoção de ferramentas de planejamento de negócios pode e deve ser usada como um caminho racional para a descrição dos empreendimentos e dos seus modelos de negócios, proporcionando, assim, aprendizagem e autoconhecimento ao empreendedor.

Para Silva *et al.* (2019) os empreendedores precisam avaliar todos os fatores que serão favoráveis à oportunidade identificada no mercado. É preciso que ocorra o estudo adequado do mercado no qual o empreendimento se insere, de modo a manter o interesse sobre os produtos e serviços ofertados, fazendo com que os clientes mantenham seus interesses por estes. Logo, se pode afirmar que uma das principais dificuldades dos empreendedores diante de uma crise é a reestruturação do modelo de negócios dos empreendimentos.

A necessidade de efetivação do estudo dos concorrentes em potenciais para a escolha de alternativas viáveis para a superação de um período de crise, torna evidente a necessidade de uma reestruturação do planejamento de negócios dos pequenos empreendimentos levando em consideração que o produto ou serviço tem um diferencial a ser explorado e que deve ser aproveitado. A justificativa para a realização deste estudo decorreu da percepção de que os pequenos negócios durante a crise estabelecida pela pandemia da coronavírus, a COVID-19, buscaram ou foram levados a elaborar a reestruturação dos seus modelos de negócios.

Com a realização da pesquisa ora apresentada buscou-se contribuir para a difusão da importância do planejamento aos empreendedores. Considerou-se que a inexistência da reavaliação do planejamento e do modelo de negócios dos pequenos empreendimentos - especialmente em tempos de crise, atua como uma das condições para que um empreendimento perca suas vantagens competitivas. Destaca-se, portanto, que diante de uma situação de crise há uma necessidade de se analisar e de se redefinir as oportunidades que surgem em períodos de turbulências. Assim, a definição da estrutura de negócios e o planejamento das estratégias para o alcance dos objetivos traçados podem contribuir de modo a garantir a permanência do empreendimento no mercado. Além disso, este estudo buscou analisar como foi o panorama do mercado local diante da pandemia, apresentando, as dificuldades enfrentadas pelos empreendimentos e as medidas adotadas no seu negócio para o enfrentamento da pandemia.

Diante do exposto, uma das principais questões dos pequenos empreendedores corresponde à definição do modelo de negócios necessário à continuidade de suas atividades durante e após a crise. Nesse diapasão, foi estabelecido a seguinte indagação como questão norteadora para a realização do estudo: como os pequenos negócios se reestruturaram para continuar com suas atividades econômicas diante do advento da pandemia da COVID-19? Sendo estabelecido como objetivo identificar e analisar as principais estratégias adotadas pelos pequenos empreendimentos para a manutenção de suas atividades durante a pandemia da COVID-19.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Planejamento e os Pequenos Negócios no Brasil

Na intenção de planejar um negócio os empreendedores e empresários já estabelecidos buscam avaliar os fatores que irão impulsionar favoravelmente ou negativamente seu empreendimento. Sendo destacado por Zavadil (2012) e Silva *et. al.* (2019), que o planejamento é um processo desenvolvido para alcançar uma situação desejada, de modo eficaz, com aproveitamento máximo de recursos disponíveis.

O fato de um planejamento, representado por um plano de negócios, ser um estado futuro implica que ele sempre deverá anteceder as decisões e ações a serem tomadas. Nesse sentido, ao planejar um negócio deve-se ter o objetivo de realizar planos estratégicos para a entrada ou permanência da empresa no mercado, uma vez que contribuirá para a caracterização desse tipo de empreendimento, suas estratégias e planos de expansão.

Para Bizzoto (2008) e Ferreira; Pinheiro (2018), o plano de negócios é como um “documento vivo” que descreve os principais aspectos da empresa em questão, pois é entendido como um processo e não um produto, dessa forma, é considerado um caminho e não um ponto de chegada. Desta forma, as empresas ao planejarem buscam novas formas de gestão, produtos e serviços que gerem vantagem competitiva, principalmente por meio da capacidade de inovação. Nesse diapasão Lenzi (2009) conjuntamente com Ferreira e Pinheiro, 2018 consideram o plano de negócios uma ferramenta dinâmica e não a única forma de se chegar ao sucesso.

Destaca-se, portanto, que o planejamento dos negócios permite a avaliação constante de todas as ações que o empreendedor está realizando, o que contribui para conquista dos objetivos traçados.

Com relação ao entendimento dos pequenos negócios, não existe unanimidade quando o assunto é a conceituação de micro e pequenas empresas (MPE), cada país possui sua particularidade quanto à classificação. No Brasil, de acordo com a Lei nº123/2006, conhecida como Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, as micro e pequenas empresas são classificadas levando em consideração sua receita anual, o dispositivo dispõe no art. 3º que:

Art. 3º Para os efeitos desta Lei Complementar, **consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte, a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário** a que se refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, desde que:

I - **no caso da microempresa, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais); e**
 II - **no caso de empresa de pequeno porte, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais).** (Redação dada pela Lei Complementar nº 155, de 2016)

Segundo esse dispositivo jurídico existe ainda a classificação de microempreendedor individual que se encontra no art.18-A, que dispõe:

Art. 18-A. O Microempreendedor Individual - MEI poderá optar pelo recolhimento dos impostos e contribuições abrangidos pelo Simples Nacional em valores fixos mensais, independentemente da receita bruta por ele auferida no mês, na forma prevista neste artigo. § 1º Para os efeitos desta Lei Complementar, considera-se MEI o empresário individual que se enquadre na definição do art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil, ou o empreendedor que exerça as atividades de industrialização, comercialização e prestação de serviços no âmbito rural, que tenha auferido receita bruta, no ano-calendário anterior, de até R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais), que seja optante pelo Simples Nacional e que não esteja impedido de optar pela sistemática prevista neste artigo. (Redação dada pela Lei Complementar nº 155, de 2016)

De outro modo o Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE,2020a) e a Relação Anual de Informações Sociais/Ministério do Trabalho e Emprego (RAIS/TEM) do Governo Federal adotam uma classificação baseada no número de empregados que compõe as empresas. Esses dados levam em consideração as informações apresentadas no Quadro 1:

Quadro 1 – Classificação das empresas segundo o SEBRAE/ RAIS/MTE

Porte	Comércio e Serviços	Indústria
Microempresa (ME)	Até 9 empregados	Até 19 empregados
Empresa de Pequeno Porte (EPP)	De 10 a 49 empregados	De 20 a 99 empregados
Empresa de médio porte	De 50 a 99 empregados	De 100 a 499 empregados
Grandes Empresas	100 ou mais empregados	500 ou mais empregados

Fonte: Elaboração própria. Adaptada de Sebrae 2020

De acordo com as pesquisas realizadas pelo Sebrae (2018c), em 2017, as micro e pequenas empresas foram responsáveis por cerca de 17,7 milhões de empregos formais privados no país, nos anos de 2009 e 2017 as MPEs geraram mais de 2,8 milhões de empregos. Destaca-se que o número de micro e pequenas empresas vêm crescendo nos últimos anos, entre os anos de 2009 e 2017, houve um aumento de 10,2% no número de MPEs, o que representou cerca de 54,8% dos empregos com carteira assinada no Brasil.

A importância desse segmento é evidente diante do exposto, tendo em vista que é a base sustentável da economia no país que impacta diretamente no desenvolvimento econômico e social da nação. Para Jacomete (2018), os micros e pequenos negócios são primordiais para o desenvolvimento econômico brasileiro, isso ocorre levando em consideração que elas representam 98,5% dos estabelecimentos legalmente estabelecidos no país, geram renda aos brasileiros e aumentam o número de postos de trabalho e elevam o nível de empreendedorismo nacional.

Para o SEBRAE (2019d) é importante destacar que é primordial a busca pela promoção da competitividade e do desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte, prezando para a importância desse segmento para o país, conforme os dados apontados anteriormente. Além disso, em 2019 os pequenos negócios geraram 60,7 mil empregos formais celetistas, sustentando mais uma vez a geração de empregos na economia.

Por outro lado, para Amaral (2018), as micro e pequenas empresas só conseguem manter-se em funcionamento em locais onde o grande capital não tem interesse em estabelecer uma presença dominante. Segundo o autor, aonde um grande varejista chega há um grande interesse do capital, obrigando os pequenos negócios a fecharem suas portas pela baixa capacidade de concorrência.

Logo, de acordo com o Sebrae (2020b) e Silva *et. al.*, 2019, o plano de negócios corresponde a uma ferramenta que auxilia na pesquisa de mercado de um produto que será comercializado e das ações a serem efetivadas, propiciando uma maior segurança para o início ou reestruturação do seu modelo de negócios, maiores possibilidades de ampliar e promover inovações no negócio. O que decorre do reconhecimento detalhado sobre os pontos fortes e fracos do empreendimento, possíveis concorrentes em potencial, contribuindo para a identificação da viabilidade de sua ideia e da gestão do negócio.

2.2 A pandemia da COVID-19 e os empreendimentos

Segundo Souza *et al.* (2020), no início de dezembro de 2019 na cidade chinesa de Wuhan, capital da província de Hubei, houve o surgimento do primeiro caso conhecido da doença infecciosa da família *Coronaviridae*, novo corona vírus (SARS-CoV-2), conhecida como COVID-19. O autor destaca que a fácil e rápida transmissão da doença levou, em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) a declarar o estado de pandemia.

Ainda de acordo com Júnior *et al.* (2020), as principais medidas adotadas pelos países para diminuir o contágio do coronavírus, e por conseguinte diminuir a demanda de leitos ocupados nas unidades de saúde foram: quarentena, isolamento social e o fechamento de todas as atividades que não eram consideradas essenciais. Diante disto, no mercado global, as medidas de isolamento social afetaram diretamente as cadeias de suprimentos. Fazendo com que as indústrias e escritórios interrompessem suas atividades de forma total ou parcial. O que afetou diretamente no fornecimento de bens, caindo à produção, ou diminuindo a demanda de consumidores em determinados setores.

Bernardes; Silva e Lima (2020) citam que o primeiro caso da COVID-19 no Brasil, ocorreu em 26 de fevereiro de 2020 na cidade de São Paulo, sendo que dias após o vírus foi se alastrando por todo o Brasil ao infectar grande parte dos brasileiros, gerando um cenário desastroso e caótico.

Diante dessa situação, como forma de enfrentamento da pandemia no país e considerando diversos fatores, tais como: insuficiência de conhecimento científico, alta velocidade de disseminação, desigualdade social e demográfica. Os governadores e prefeitos optaram pelo isolamento social como forma de desacelerar o ritmo exponencial de contágio. Destaca-se, assim, que a pandemia da COVID-19 gerou uma crise sem precedentes que impactou a vida e os meios de subsistência das pessoas.

Segundo Bernardes; Silva e Lima (2020), a medida de distanciamento social geraram um grande impacto no mercado, uma vez que as empresas que exercem atividades não essenciais precisaram fechar suas portas. Além disso, o isolamento fez com que o consumo de alguns bens e serviços diminuíssem, em função do receio de contágio por parte das pessoas. Situação que obrigou os formuladores de políticas públicas a estabelecerem medidas de apoio às famílias, empresas e ao mercado financeiro.

Ressalta-se que são diversos os efeitos causados pela COVID-19 para os micros e pequenos negócios no Brasil. Por isso, para Bernardes; Silva e Lima (2020), aumentar os investimentos na saúde e ajudar financeiramente as empresas e pessoas foram medidas essenciais para diminuir esses impactos.

Pode-se afirmar que são diversas as incertezas de como ficará o cenário mundial pós-pandemia, principalmente ao ser observado os impactos presentes no mundo nos últimos meses. Nessa perspectiva, a pandemia da COVID-19 impactou em diversos aspectos sociais, culturais, econômicos, políticos e históricos do país, haja vista que milhões de pessoas perderam seus empregos, e os governos precisaram adaptar-se ao novo panorama global.

Nessa perspectiva, os países precisaram se adaptar ao novo panorama. Segundo Roubicek (2020), o governo americano anunciou um programa para injetar US\$ 2 trilhões na economia que teve como objetivo: a criação de programas de crédito com condições favoráveis que estimulassem a manutenção de postos de trabalho, garantia da liquidez das empresas menores, mantendo dinheiro circulando por meio de empréstimos com bons termos. Nessa linha Júnior *et al.* (2020), aponta que a União Europeia, por meio da *European Commission*, aprovou um investimento anticrise que chegou a US\$ 1,08 trilhão, distribuídos na forma de garantias de créditos para empresas e auxílio para vulneráveis.

Segundo Roubicek (2020), no Brasil, as principais iniciativas foram estabelecidas pelos bancos públicos e Banco Central que tomaram algumas ações para aumentar a liquidez da economia. No que tange o Banco Central, esse anunciou um pacote para aumentar a liquidez em até R\$ 1,2 trilhão, sendo o principal canal de ação o crédito, com ampliação dos recursos disponíveis para os bancos emprestarem às empresas e à população. Além disso, o governo brasileiro anunciou a liberação de R\$ 90 bilhões aos estados para medidas de enfretamento aos impactos gerados pela Covid-19.

No Brasil, onde as micro e pequenas empresas são responsáveis pela geração de grande número de empregos, e com o advento da pandemia da Covid-19, o Sebrae (2020a) explicita que estas empresas enfrentaram e ainda enfrentam grandes desafios, tendo em consideração, a queda ou interrupção das suas operações, a diminuição da demanda, os custos do negócio mesmo com a paralisação da operação, as expectativas negativas dos consumidores e a dificuldade de acesso a crédito. Assim, diante da necessidade de reconhecimento do apoio aos pequenos negócios, o Sebrae (2020e) realizou uma pesquisa que apontou as seguintes medidas adotadas pelo governo brasileiro:

- a) O auxílio emergencial de R\$600 oferecidos aos microempreendedores individuais e trabalhadores informais, que foi operacionalizado pela Caixa Econômica Federal e o Banco do Brasil.
- b) A disponibilização de linhas de créditos para o pagamento da folha salarial de pequenas e médias empresas oferecidas pelo Governo Federal.
- c) O Proger Urbano Capital de Giro que objetivou promover a geração de renda através da oferta de linhas de créditos com recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador para pequenos negócios, cooperativas e associações de produção.
- d) O Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMP) que fora alterado pelo Ministério da Economia e Codefat cujo objetivo era financiar as atividades produtivas do MEI e da microempresa com faturamento anual até R\$ 200 mil por ano.

- e) A prorrogação do pagamento dos tributos federais do Simples Nacional. Os impostos de março, abril e maio ganharam um prazo maior de seis meses para o pagamento.
- f) O PRONAMPE (Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte), programa do governo destinado a criação de condições especiais de linhas de créditos para micro e pequenas empresas.

Além disso, a pesquisa identificou a existência de 190 linhas de crédito em 27 Estados; 6 Instituições Federais; 3 bancos privados; 29 bancos regionais, agências de fomento, oscips de microcrédito; 5 sistemas cooperativos; 14 cooperativas singulares, 1 empresa simples de crédito e 11 *fintechs* com o objetivo principal de ajudar os empresários de pequenos negócios no enfrentamento dos efeitos da pandemia da COVID-19.

Para Bernades (2020) a pandemia da Covid-19 fez com que diversos empreendedores repensassem o seu modelo de negócios, aderindo muitas vezes ao comércio eletrônico, que diante da crise foi uma das formas de diminuir os impactos nos empreendimentos. Entretanto, ainda existem diversas dificuldades a serem superadas pelas micro e pequenas empresas considerando essa nova realidade. Junior *et al.* (2020), explicita que antes de buscar o auxílio do governo os empreendedores buscaram mecanismos para reinventar seu negócio e continuarem em operação.

Dessa forma, as tecnologias digitais possibilitaram a continuidade da comercialização e consumo de bens e serviços evitando a falência de muitos negócios e o aumento desordenado do desemprego. Entretanto, mesmo diante de um cenário de grande transformação digital o impacto da pandemia para os pequenos negócios fora inevitável. O Sebrae, (2020e) apontou que diante da pandemia da COVID-19 mais de 15 milhões de pequenos negócios já foram afetados com a queda do faturamento, uma queda que gira em torno de 75%.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia adotada para a realização da pesquisa foi o estudo de caso. A pesquisa foi de caráter exploratório de modo a estabelecer os objetivos e compreender o desenvolvimento do estudo. Sendo demonstrando o processo de adaptação dos empreendimentos durante o período da pandemia, em especial, nos meses de outubro e novembro. Além disso, o instrumento utilizado foi a observação dos procedimentos e funcionamento da empresa selecionada para a realização do estudo, bem como a aplicação de um formulário com algumas questões a serem respondidas pelos empreendedores.

O estudo de caso é caracterizado segundo Meirinhos e Osório (2010) como um método de investigação para desenvolver uma teoria, para produzir nova teoria, abordando suas características e problemáticas, de modo a facilitar a utilização por parte de quem irá analisar para construir e inovar uma pesquisa ou para descrever um objeto ou fenômeno. Nesse contexto, Yin (2010) e Silva *et al.* (2016), consideram o estudo de caso como a técnica de investigação que permite, de forma singular a compreensão dos fenômenos no próprio meio de investigação.

De acordo com Silva *et al.* (2016), a pesquisa exploratória recorre às literaturas existentes de modo a obter as informações necessárias para embasar a pesquisa, bem como os dados que fomentem o estudo em questão. Dessa maneira,

foram aprimoradas as ideias e conceitos pesquisados a partir da identificação do problema e dos objetivos e informações sobre a temática pesquisada.

Ressalta-se que nesse processo, a pesquisa com uso da observação, segundo Ferreira, Torrecilha e Machado (2012), faz demandas substanciais sobre o pesquisador, e corresponde a uma das formas mais complexas de pesquisa, por ser aplicada em seu próprio ambiente, de modo a obter informações que por vezes não são apreendidas por outros métodos, há rigor e sistematização específicos, haja vista que a observação foi não participante. Por essa razão, não ocorreu interferências diretas da pesquisadora, não tomando qualquer iniciativa no evoluir das situações observadas.

Os participantes utilizados para a realização deste estudo foram pequenos empreendimentos localizados no Município de São Luís do Maranhão. Explicita-se que foi adotada uma amostra não probabilística através de uma análise qualitativa devido as impossibilidades de acesso estabelecidas pelas medidas de contenção da própria pandemia.

4. DESCRIÇÃO DO CAMPO DE PESQUISA

Para realização do estudo, foram selecionados dois empreendimentos, X e Y, ambas empresas são do ramo de gênero alimentícios, localizadas no município de São Luís - MA. Para o estudo, foram considerados o tempo de atuação das empresas no mercado e o porte, nesse último caso levando em consideração a classificação da Lei nº123/2006 e o número de funcionários, de acordo com o Sebrae.

O empreendimento X, é classificado como uma microempresa. A empresa originalmente desenvolvia suas atividades como um restaurante dentro da Universidade Estadual do Maranhão. Com o advento da pandemia a Universidade paralisou as atividades, bem como o restaurante. Neste cenário, o empreendedor precisou transformar seu negócio passando a realizar as vendas por encomendas e *delivery*. Com as medidas de relaxamento juntamente com as medidas de segurança adotadas no município de São Luís, alguns dos empreendimentos retornaram as atividades, entretanto, a Universidade manteve a paralisação de algumas atividades, incluindo as do restaurante, o que levou a efetiva necessidade de adaptação do seu negócio e retomada das atividades com o desenvolvimento de um novo empreendimento, que é especializado em espetos e comidas nordestinas. O empreendimento conta com o quadro de funcionário reduzido, alternados, que recebem por diárias. Seguindo todas as recomendações estaduais para abertura e funcionamento diante do cenário de pandemia.

Com relação ao outro empreendimento participante, trata-se de empresa de pequeno porte do gênero alimentício que oferecia a venda de diversos estilos de pastéis, anteriormente a empresa possuía outra nomenclatura. Antes da pandemia, a empresa possuía um ponto de venda físico e já contava com o serviço de *delivery*. Diante da pandemia foi necessário que a empresa passasse por algumas modificações, dentre as quais o fechamento do ponto físico, passando a funcionar somente por encomendas e *delivery*, bem como foi necessário a efetiva remodelação do negócio que passou, inclusive, por uma mudança de nome, aqui tratado por Empreendimento Y.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Analisando os dados obtidos com a aplicação do formulário identificou-se as principais dificuldades enfrentadas pelas empresas no período da pandemia. Ficou evidenciado que ambas as empresas precisaram fazer adaptações nos seus negócios, como apresentado pelos responsáveis pelos empreendimentos. Num cenário pandêmico, diversas ações precisaram ser adotadas de modo a proporcionar maior segurança para os clientes. Segundo o responsável do empreendimento X, diversas foram as dificuldades enfrentadas durante a pandemia. Dentre as quais destacaram-se:

“A incerteza sobre a persistência da pandemia, diminuição dos clientes, medidas de higiene para o combate do coronavírus, implantação do serviço de *delivery*, falta de motoqueiros capacitados para atividade de *delivery*, aumento do valor da matéria prima, ausência dos produtos nas gondolas de supermercado, *lockdown* e o aumento do número de empreendimentos caseiros trabalhando com o gênero alimentício”.

Sendo também importante ressaltar o que foi salientado pela responsável pelo empreendimento Y, ou seja:

“A redução da clientela; a mão de obra escassa, pela existência de funcionários que faziam parte do quadro de risco e foram afastados, bem como pela falta de insumos e o valor acima do habitualmente praticado no mercado.”

Sendo, ainda colocado por ambos, que um outro aspecto que dificultou, ainda mais, a realização das atividades foi o conjunto de medidas tomadas pelo governo com o objetivo a diminuição do contágio da população pelo coronavírus, dentre as quais: quarentena, isolamento social e o fechamento de todas as atividades que não são consideradas essenciais.

Na pesquisa identificou-se que o período mais difícil para os empreendimentos foi o primeiro semestre do ano de 2020, haja vista que os empreendimentos tiveram que fechar seus negócios para atendimento ao público, adotando somente os serviços de *delivery*, *drive thru* e retirada no balcão.

Como foi indicado por Bernardes; Silva e Lima (2020), essas medidas de contenção do coronavírus afetaram diretamente o comércio, razão pela qual os empreendimentos analisados tiveram de fechar o atendimento ao cliente, funcionando somente com *delivery*, *drive-thru* e retirada no balcão.

Nessa linha, os empreendedores destacaram que houve:

Empreendimento X: “Diminuição do serviço prestado, redução dos produtos oferecidos em cardápio, o início da atividade de *delivery*, maior interatividade por meio de mídias sociais”

Empreendimento Y:” Fechado para consumo local, praticando somente a atividade de *delivery*, *drive thru* e retirada no balcão”

Em encontro à pesquisa realizada por Bernardes (2020), a pandemia da Covid-19 fez com que as empresas repensassem os seus modelos de negócios, aderindo muitas vezes ao comércio eletrônico, que diante da crise foi uma das formas

de diminuir os impactos nos empreendimentos. Seguindo essa linha, ambos os empreendedores destacaram que adotaram o *delivery*, o *drive-thru* e o uso de técnicas de *marketing* digital como estratégias para manutenção das atividades e superação das dificuldades impostas pela pandemia da Covid-19.

Segundo o Sebrae (2020e), as micro e pequenas empresas tiveram seus faturamentos afetados pela pandemia, muitas vezes tendo que optarem por algum tipo de empréstimo para tentarem sair da crise. Nessa linha, pela pesquisa realizada verificou-se que houve a queda de faturamento de ambas as empresas no primeiro semestre do ano de 2020, o que levou, por exemplo, o empreendimento Y a buscar por empréstimos nos bancos privados, levando em consideração que as medidas adotadas pelo governo não foram acessíveis para todos os empresários. O responsável pela referida empresa destacou que:

“Nem todas as medidas adotadas pelo governo foram acessíveis aos empresários, a exemplo o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e empresas de pequeno porte (PRONAMPE), onde fora concedido capital em valor ínfimo e que logo se esgotou. Levando os empresários a buscarem empréstimos próprios dos bancos privados, os quais receosos com o cenário da pandemia, praticaram juros altíssimos e fazendo exigências de garantia inescrupulosa.”

Nessa conjuntura foi possível observar que a pandemia de COVID-19 afetou tanto as microempresas como as empresas de pequeno porte. O que pode muitas vezes levar os empreendedores a buscar empréstimos para arcar com as dificuldades enfrentadas. Durante o processo de observação nos meses de outubro e novembro verificou-se que as empresas passavam por um processo de readaptação. A empresa X necessitou remodelar seu negócio em outra localização, levando em consideração que o antigo espaço onde estava localizada permaneceu fechado. Enquanto, a empresa Y iniciou as atividades para o atendimento ao público, porém, com um número reduzido de clientes.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo apresentado teve por objetivo contribuir para o entendimento dos impactos ocasionados pela pandemia da Covid-19 junto à micro e pequenas empresas. Nessa mesma linha, buscou-se apresentar a classificação desses negócios no Brasil, além de caracterizar o período de pandemia e os impactos desta junto aos empreendimentos.

Diante de um cenário de grandes mudanças decorrentes da pandemia de coronavírus, a economia global foi fortemente afetada. A par disso, e considerando que o Brasil se destaca pela grande concentração de pequenos negócios, o estudo desenvolvido no presente trabalho pautou-se na identificação das principais estratégias adotadas para o enfrentamento da crise por parte dos empreendedores no município de São Luís do Maranhão, dentre as quais identificou-se: a utilização do *marketing* digital, do *delivery* e do *drive-thru* como as principais estratégias para manutenção das atividades dos pequenos negócios.

Além disso, mesmo com adoção dessas medidas, foi observado que houve uma queda do faturamento das empresas no primeiro semestre do ano, e que foram decorrentes de diversos fatores, tais como: a redução dos clientes, adoção de medidas de higiene para o combate do coronavírus, implantação do *delivery* em diversos

empreendimentos, o aumento do valor da matéria prima, a diminuição da mão de obra especializada e a ausência de produtos nos supermercados.

E, em que pese o reduzido número de participantes no estudo praticado, bem como a dificuldade de obtenção de dados, uma vez que a pandemia ainda está em curso, impende salientar que a realização do estudo ora apresentado contribui para o desenvolvimento do segmento empresarial analisado. Principalmente, para os próximos momentos, ao ser levado em consideração que com a identificação das dificuldades enfrentadas e as soluções adotadas, os empreendedores poderão agir de forma preventiva, evitando sofrer com as mesmas dificuldades reportadas.

Assim, com uma análise bem definida sobre os pontos acima descritos os empreendimentos poderão construir e estabelecerem novos planos, traçarem metas e indicadores. Além de que, poderão fazer uma análise do seu modelo de negócio e traçarem planos estratégicos para permanência das empresas no mercado. Por fim, destaca-se que, uma possibilidade de continuidade deste estudo é a verificação após a superação da pandemia da COVID-19 de quais modelos de negócios adotados para a superação das dificuldades irão continuar sendo executados.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Fabrício Brito do. **A Lei Geral das Micro e Pequenas empresas no Brasil: uma avaliação de impactos sobre os estabelecimentos, seus empregados e empregadores, no período de 2005 a 2015.** 2018. 167 f. Tese (Doutorado) - Curso de Políticas Públicas, Ufma, São Luís, 2018. Disponível em: http://www.gaepf.ufma.br/site/administrator/gaepf_sistemas_new/public/anexos/docs/e5c3b8b27bd74e674a1802cd9db2fb63.pdf. Acesso em: 02 nov. 2020.

BERNARDES, Juliana Reis; SILVA, Bárbara Letícia de Sousa; LIMA, Thais Cristina Ferreira. Os impactos financeiros da COVID-19 nos negócios: os impactos financeiros da covid-19 nos negócios. **Revista da Faesf**, Floriano, v. 4, p. 43-47, jun. 2020. Disponível em: <http://faesfpi.com.br/revista/index.php/faesf/article/view/115>. Acesso em: 04 nov. 2020

BERNARDES, Juliana Reis; SILVA, Bárbara Letícia de Sousa; LIMA, Thais Cristina Ferreira. Os impactos financeiros da COVID-19 nos negócios: os impactos financeiros da covid-19 nos negócios. **Revista da Faesf**, Floriano, v. 4, p. 43-47, jun. 2020. Disponível em: <http://faesfpi.com.br/revista/index.php/faesf/article/view/115>. Acesso em: 04 nov. 2020.

BIZZOTTO, C. E. N. (2008). **Plano de negócios para empreendimentos inovadores.** São Paulo: Atlas.

BRASIL. **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.** Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Disponível em: Acesso em: 15 nov.2020.

DORNELAS, José. **EMPREENDEORISMO: Transformando Ideias em Negócios.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

FERREIRA, Flavio Mangili; PINHEIRO, Camila Roberta Muniz Serra. Plano de Negócios Circular: instrumento de ensino de empreendedorismo e desenvolvimento do perfil empreendedor. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 5, n. 4, p.854-865, 20 ago. 2018. Trimestral. Disponível em: <www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2018000400854&lng=pt&lng=pt>. Acesso em: 23 set. 2020.

FERREIRA, Luciene Braz; TORRECILHA, Nara; MACHADO, Samara Haddad Simões. A TÉCNICA DE OBSERVAÇÃO EM ESTUDOS DE ADMINISTRAÇÃO. **Enanpad**, Rio de Janeiro, p.1-15, 2012. Anual. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2012_EPQ482.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2020. GUIMARÃES JÚNIOR, Djalma Silva *et al.* Efeitos da Pandemia do COVID-19 na Transformação Digital de Pequenos Negócios. **Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada**, Recife, v. 4, n. 5, p. 1-10, 23 jul. 2020. Mensal. Disponível em: <http://www.revistas.poli.br/index.php/repa/article/view/1455>. Acesso em: 04 nov. 2020.

JACOMETE, Bruno de Oliveira. **O PAPEL DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA ECONOMIA BRASILEIRA**. 2018. 46 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Econômicas, Unifacef, Franca, 2018. Disponível em: <http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/rede/article/view/1709/1233>. Acesso em: 18 nov. 2020.

LENZI, F. C. **A nova geração de empreendedores: guia para elaboração de um plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2009.

MEIRINHOS, Manuel; OSÓRIO, António. O estudo de caso como estratégia de investigação em educação. **Eduser: revista de educação.**, Bragança, v. 2, n. 2, p.49-65, 2010. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/3961/1/O%20estudo%20de%20caso%20como%20estrat%3%a9gia%20de%20investiga%3%a7%3%a3o%20em%20educa%3%a7%3%a3o.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2020.

ROUBICEK, Marcelo. **O pacote trilionário dos EUA para combater a crise do coronavírus**. 2020. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2020/03/25/O-pacote-trilion%C3%A1rio-dos-EUA-para-combater-a-crise-do-coronav%C3%ADrus>. Acesso em: 25 mar. 2020.

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina. **“Critérios de classificação de empresas: MEI - ME – EPP”**. Portal Eletrônico do SEBRAE [2020a]. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/MPE_conceito_empregados.pdf. Acesso em: 10 de nov. 2020.

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo. **“Aprenda a montar um plano de negócio”**. Portal Eletrônico do SEBRAE [2020b]. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 05 de nov. 2020.

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo. **“Pequenos negócios em números”**. ”. Portal Eletrônico do SEBRAE [2018c]. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 07 de nov. 2020.

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **“Pequenos negócios sustentam a geração de emprego no início de 2019”**. ”. Portal Eletrônico do SEBRAE [2019d]. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/pequenos-negocios-sustentam-a-geracao-de-emprego-no-inicio-de-2019,25d42697f2639610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 18 nov.2020.

SEBRAE NACIONAL (Brasil). **Coletânea de linhas de crédito**: principais linhas de crédito anunciadas pelas instituições financeiras para enfrentamento da crise. PRINCIPAIS LINHAS DE CRÉDITO ANUNCIADAS PELAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS PARA ENFRENTAMENTO DA CRISE. 2020e. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Artigos/20201030_Linhas%20de%20Cr%C3%A9dito%20IFs_V21.pdf. Acesso em: 21 nov. 2020.

SILVA, Alex Amancio da et al. Pesquisa de Clima Organizacional: ferramenta de modelo de Gestão na promoção de melhorias contínuas no Ambiente Institucional Financeiro. **Revista Eniac Pesquisa**, São Paulo, v. 1, n. 5, p.19-28, 2016. Semestral. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5567700>>. Acesso em: 22 nov. 2020.

SILVA, Davson Mansur Irffi et al. As contribuições do plano de negócios para o desempenho organizacional: um estudo de caso longitudinal dos indicadores de liquidez e endividamento de uma franquia no ramo alimentício. **Brazilian Journal Of Development**, Curitiba, v. 5, n. 2, p.1136-1158, fev. 2019. Trimestral. Disponível em: <<http://www.brjd.com.br/index.php/BRJD/article/view/1081/936>>. Acesso em: 02 nov. 2020.

SOUZA, Carlos Dornels Freire de *et al.* Evolução espaçotemporal da letalidade por COVID-19 no Brasil, 2020. **Jornal Brasileiro de Pneumologia**. São Paulo, p. 01-02. 17 jun. 2020. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-37132020000401001&lng=en&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 08 nov. 2020.

ZAVADIL, P. **Plano de negócios: uma ferramenta de gestão**. 1ª ed. Curitiba: Saber