

Os desafios do microempreendedor: uma análise pós pandemia do Covid-19

The challenges of the microentrepreneur: a post-Covid-19 pandemic analysis

Recebido: 30/05/2022 | Revisado: 07/06/2022 | Aceito: 08/06/2022 | Publicado: 09/06/2022

Aline Batista dos Santos

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5493-6889>

Santa Marcelina Faculdade, Brasil

E-mail: alyne.saopaulin@gmail.com

Camila Silva Evangelista dos Santos

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0030-5122>

Santa Marcelina Faculdade, Brasil

E-mail: camilasesntos@gmail.com

Denis Honorato Costa

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9365-465X>

Universidade Brasil, Brasil

Faculdade Santa Marcelina, Brasil

E-mail: d_hto@hotmail.com

Resumo

Este artigo refere-se aos desafios enfrentados durante o período de pandemia que estamos vivenciando no mundo e os impactos gerados na vida das micro e pequenas empresas. O ano de 2020 marcou a história da humanidade com o surgimento de um dos piores eventos que atingiu o mundo e afetou negativamente a economia inclusive no Brasil. A pandemia provocada pelo Coronavírus (Covid-19), obrigando diversos setores da economia a se reinventarem, diante dos inúmeros desafios impostos pelas consequências do vírus em toda cadeia produtiva e consumidora, levando-os a inovação ou até mesmo falência. O objetivo é discutir estratégias através das limitações impostas pelo isolamento social. Para composição desta revisão da literatura, foram realizadas busca entre fevereiro a maio, por material científico relacionado as principais Bases de Administração, por meio de bases de dados como: Google Acadêmico. Foram selecionados artigos e livros com texto disponível na íntegra que tivessem relação com o tema proposto, escritos em português, em consulta às bases metodológicas administrativas, com base trabalhos publicados nos últimos 02 anos. Inicialmente foram listados em torno de 7.130 resultados de artigos com as respectivas palavras-chaves: Pandemia da Covid-19; Dificuldades financeiras; Microempreendedores. Onde 16 destes foram escolhidos aleatoriamente, mas que estivessem diretamente ligados ao tema deste trabalho. Consideramos que as estratégias de marketing digital se consolidam como uma realidade no mercado atual, configurando-se como meio rápido, barato e eficaz de empresas com menor grau de investimento alavancarem seus faturamentos. Ou seja, o avanço tecnológico continua sendo a melhor alternativa para os empreendedores.

Palavras-chave: Ensino; Dificuldades financeiras; Microempreendedores; Pandemia da Covid-19.

Abstract

This article refers to the challenges faced during the pandemic period that we are experiencing in the world and the impacts generated in the lives of micro and small companies. The year 2020 marked the history of humanity with the emergence of one of the worst events that hit the world and negatively affected the economy, including in Brazil. The pandemic caused by the Coronavirus (Covid-19), forcing several sectors of the economy to reinvent themselves, in the face of the numerous challenges imposed by the consequences of the virus in the entire production and consumer chain, leading them to innovation or even bankruptcy. The objective is to discuss strategies through the limitations imposed by social isolation. To compose this literature review, a search was carried out between February and May, for scientific material related to the main Administration Bases, through databases such as: Google Scholar. Articles and books were selected with full text available that were related to the proposed theme, written in Portuguese, in consultation with administrative methodological bases, based on works published in the last 02 years. Initially, around 7,130 results of articles were listed with the respective keywords: Covid-19 Pandemic; Financial difficulties; Microentrepreneurs. where 16 of these were chosen at random, but that were directly linked to the theme of this work. We believe that digital marketing strategies are consolidated as a reality in the current market, configuring themselves as a fast, cheap and effective way for companies with a lower investment degree to leverage their revenues. In other words, technological advancement remains the best alternative for entrepreneurs.

Keywords: Teaching; Financial difficulties; Microentrepreneurs; Covid-19 pandemic.

1. Introdução

A pobreza extrema atingiu níveis na América Latina até 2020, respectivamente, com níveis crescentes de desigualdade e diferença social de vida e participação no mercado de trabalho, como resultado da epidemia de Covid-19. Além das medidas sociais e emergenciais que os países adotaram para detê-lo, os efeitos do Coronavírus se espalharam para todos os aspectos da vida humana, mudando a forma como nos relacionamos, criando economicamente ameaças às comunidades. (Leite, 2022).

Se a Internet já era importante para as empresas, hoje se tornou o único caminho para muitas delas. O encerramento de lojas e comércios tem sido a solução para alguns microempreendedores, obrigando-os a despedir funcionários ou estudar a melhor forma para obter um pouco mais de eficiência. De acordo com (Kotler, 2021) quando confrontado com uma realidade progressiva contínua, a autenticidade é o fator mais importante. Assim que marcas e varejistas começaram a fechar suas portas, além de bens valiosos ou locais, os consumidores não tiveram escolha a não ser mudar seu estilo para compras online.

Segundo (Silva et al., 2020) para lidar com os efeitos devastadores da epidemia, era preciso investir em marketing digital, analisar soluções para pequenos empresários em tempos de pandemia e encontrar soluções para continuar empreendendo em meio a um cenário tão adverso.

A Covid-19 no país tem causado uma série de efeitos nos setores manufatureiro e econômico. Fazendo as pessoas repensarem todas as suas necessidades: quando, onde, como e porquê. Gerando ideias para marketing e renda corporativa, obrigando-as a buscar novas formas de comercializar seus produtos durante e após a epidemia. (Kotler, 2021)

O objetivo é discutir estratégias através das limitações impostas pelo isolamento social. No caso investir na tecnologia, buscando ensinamentos e saídas para todo o impacto financeiro gerado. Visando a importância de uma boa gestão financeira em tempos de crise através da adoção de medidas e estratégias de recuperação econômica, pois o impacto da epidemia trouxe mudanças significativas em muitas áreas, empresarial e moral. Especialmente no que se referem à atuação das micro e pequenas empresas independentemente do seguimento. (Vitória, 2021).

2. Metodologia

Este artigo de narrativa, fez valer-se do ambiente virtual com apoio de livros e artigos científicos, onde diversas informações relevantes pudessem contribuir com os argumentos e afirmações da pesquisa, deve-se ressaltar a utilização consciente da internet, sempre nos atentando aos ambientes virtuais em que se possa garantir a segurança da informação e confiabilidade dos dados. Deste modo, para composição desta revisão da literatura, foram realizadas busca entre fevereiro a maio, por material científico relacionado as principais Bases de Administração, por meio de bases de dados como: Google Acadêmico. Foram selecionados artigos e livros com texto disponível na íntegra que tivessem relação com o tema proposto, escritos em português, em consulta a bases metodológicas administrativas, com base trabalhos publicados nos últimos 02 anos. Inicialmente foram listados em torno de 7.130 resultados de artigos com as respectivas palavras-chaves: Pandemia da Covid-19; Dificuldades financeiras; Microempreendedores. Onde 13 destes foram escolhidos aleatoriamente, mas que estivessem diretamente ligados ao tema deste trabalho. Foram utilizados como item de exclusão artigos que não pertencesse a uma base de dados especificamente de Administração de empresas, dissertações e teses; não houve classificação entre idades. Buscando-se apontar de forma clara e objetiva os principais tópicos relevantes para o estudo da pesquisa. Considera-se a problemática de nossos estudos para materializar a respectiva pesquisa científica, com as indagações apropriadas e afirmações que melhor representa o entendimento sobre o assunto, sempre amparados por autores renomados e ideologias variadas.

3. Revisão de Literatura

A gestão financeira tem o papel fundamental como instrumento do controle econômico para a superação de uma crise

como a vivenciada neste período de pandemia, quando se exige dos empreendedores um elevado nível de controle sobre as suas finanças, em razão de uma série de implicações para os negócios. (Cunha, 2021).

A Pandemia do Novo Corona Vírus teve um impacto significativo na economia global e causou muita controvérsia em várias partes do mundo. Diversas empresas tiveram que se reinventar, como as empresas de vendas e prestação de serviços que passaram a adotar mais serviços online para ter acesso ao cliente final e, para atendimento em domicílio, cumprindo as exigências do protocolo sanitário e conquistando a confiança dos clientes para as contratações de serviços. (Silvetrim et al., 2021).

De acordo com (De Rezende et al., 2020), muitas empresas que já possuíam sites, porém que eram apenas informativos e publicitários tiveram que ser readequados para suportar as vendas virtuais.

Empresas internacionais como Amazon e, no Brasil, Mercado Livre, são empresas exemplares em seu pioneirismo em termos de sistema de compras online e delivery, sistema que traz eficiência e conforto aos seus clientes. A Amazon agora é conhecida mundialmente por seu investimento em pesquisa e desenvolvimento, visando melhorar a entrega ao cliente, novas formas de planejamento e redução do tempo de entrega. (Silvetrim et al., 2021).

Com um grande número de pessoas em isolamento, o comércio virtual cresceu significativamente, prejudicando o comércio tradicional e, com o comércio virtual utilizando menos colaboradores, aconteceu de muitas empresas não se recuperar, pois não havia como manter os funcionários caso tenham que ficar fechados e acontecer de haver perder irreparáveis, como foi o caso de supermercados e grandes restaurantes, que tinham um grande número de funcionários demitidos. Houve aumento de muitas procuras nas vendas de itens de consumo como celulares, tablets, computadores, notebooks e outros utensílios domésticos. Algumas empresas industriais encontraram formas de continuar operando e, aproveitando a autorização dos decretos, conseguiram continuar a produção, como aconteceu com outras empresas do Polo Industrial de Manaus. Diante disso, os empregos formais pagaram o preço e o desemprego chegou a 14,4% (IBGE, 2020).

4. Resultados e Discussão

De acordo com (Da Silva et al., 2020) em 11 de março de 2020, foi oficialmente declarado a pandemia do novo coronavírus pela OMS, e com ela foi intensificado a política de isolamento social, considerada até o presente momento como a medida mais eficaz de evitar o contágio do vírus que é de fácil propagação. Esse distanciamento social impacta diretamente no ciclo da economia, considerando que empresas se mantiveram fechadas durante essa fase. Os Microempreendedores Individuais são os mais afetados.

No Brasil, segundo (Silvetrim et al., 2021) há uma grande preocupação do governo e da sociedade com os impactos da economia. No início da pandemia, era importante que a economia do país não ficasse paralisada por muito tempo. Pois, o desemprego teve um aumento de mais de 11% só em fevereiro de 2020, e nos meses seguintes essa porcentagem aumentou.

Já de acordo com (Torres, 2021) foi observado que a pandemia trouxe diversos reflexos negativos à classe de trabalhadores, sendo os principais relacionados à redução do fluxo de clientes e ligados diretamente ao colapso da economia.

Segundo (Rijo, 2021) a atual pandemia criou os impactos sociais significativos em todo o mundo. Com a perda de vidas humanas, vimos muitas mudanças no comportamento de saúde mental, não apenas com os níveis de estresse associados à própria doença, mas também incentivado por medidas nomeadas por agentes políticos.

Por outro lado, o atual contexto da pandemia acelerou a mobilização digital, onde a mídia digital está cada vez mais presente em nossas vidas e rotinas diárias, não só ao profissional, mas também na área educacional com a reinvenção com os métodos de ensino, na área da saúde, onde fortaleceu o método de consultas médicas por meio digital, bem como também novos sistemas de pagamento notando um rápido crescimento nesses meios. (Rijo, 2021).

Muitas restrições foram impostas por diversas leis estaduais e municipais em todo o país, a fim de evitar a agitação social e tentar impedir a propagação da doença, desativando o comércio e as indústrias tradicionais. Além disso, essa suspensão

do comércio tradicional levou ao colapso das empresas tradicionais, que não estavam relacionadas aos setores autorizados a operar, que eram principalmente empresas farmacêuticas e alimentícias. Assim os funcionários das empresas gostando ou não foram obrigados a permanecer em casa. (Silvetrim et al., 2021).

Além do impacto da pandemia na produção, há um impacto externo de mercados como Europa, China e Estados Unidos. Nesse contexto, investigou-se o que aconteceria com a economia brasileira uma situação parecida com a magnitude da crise do ano de 2008. Logo estima que, neste caso, o declínio da atividade econômica seria de 2,5% em 2020. Ou seja, o impacto na economia brasileira seria uma queda de 4,0% do PIB no panorama do cenário base. (Silvetrim et al., 2021).

No entanto, segundo dados do IBGE, o PIB do Brasil em 2020, por exemplo, foi de R\$ 7,4 trilhões e, no 2º trimestre de 2021, o valor foi de R\$ 2.143,4 bilhões, demonstrando um crescimento no período de 1,8% e criando uma visão otimista da economia do país. (IBGE, 2021).

De acordo com (Vasconcelos & Vasconcelos, 2020) empresas brasileiras começaram a buscar ajuda financeira em bancos, e então o governo além de prestar auxílio financeiro em diversos sistemas de programas de crédito empresarial, também foi publicado o decreto para reduzir a obrigações dos funcionários flexibilizando as obrigações trabalhistas, permitindo licenças temporárias, redução de jornada de trabalho e salário e redução na forma de multa de rescisão ou opção de férias coletivas. No entanto, como muitas empresas não possuíam um plano estratégico, acabaram ficando sem dinheiro, ou sem reserva de emergência, forçando muitas dessas empresas a danos irreparáveis e até ao colapso, devido à incapacidade de se cuidarem neste momento.

5. Considerações Finais

Consideramos que as estratégias de marketing digital se consolidam como uma realidade no mercado atual, configurando-se como meio rápido, barato e eficaz de empresas com menor grau de investimento alavancarem seus faturamentos. Ou seja, o avanço tecnológico continua sendo a melhor alternativa para os empreendedores.

Com tudo a evolução tecnológica é dinâmica, cíclica e muda de forma exponencial o que pede uma não resistência a mudanças por parte dos desenvolvedores e usuários, sobretudo haverá sempre uma cobrança destas adaptações, o que se faz necessário que novos trabalhos sejam proporcionalmente desenvolvidos em relação a evolução tecnológica.

Agradecimentos

Agradecemos esse trabalho ao Professor Denis Honorato por toda a contribuição de material didático disponível e orientação.

Referências

- Cunha, A. L. (2021). O papel da gestão financeira para microempreendedores superarem a crise econômica gerada pela Covid-19.
- Da Silva, M. L., & da Silva, R. A. (2020). Economia brasileira pré, durante e pós-pandemia do Covid-19: impactos e reflexões. *Observatório Socioeconômico da Covid-FAPERGS*.
- De Rezende, A. A., Marcelino, J. A., & Miyaji, M. (2020). A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de Covid-19. *Boletim de Conjuntura (BOCA)*, 2(6), 53-69.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, População. (2021). <https://www.ibge.gov.br/indicadores>
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, População. (2020). https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html?utm_source=portal&utm_medium=popclock&utm_campaign=novo_popclock
- Kotler, P. (2021). Marketing 4.0 do tradicional ao digital.
- Leite, L. P. R. S. (2022). Percepção dos novos microempreendedores individuais das cidades de manhuaçu, durandé e matipó sobre a formalização dos seus negócios durante a pandemia Covid-19. *Repositório de Trabalhos de Conclusão de Curso*.

Rijo, P. M. B. (2021). *Alterações das condições de trabalho em contexto de pandemia* (Doctoral dissertation).

Silva, E. B., & Silva, C. S. (2020). *Marketing digital e pandemia: a transformação das vendas a partir de um estudo de caso com Microempreendedores Individuais (MEI)* (Doctoral dissertation).

Silvetrim, E. G., Vieira, M. R. S., Silvestrim, F. G., de Lima Filho, A. A., & Lopes, A. B. (2021). Análise das estratégias empresariais no contexto de pós pandemia de Covid-19. *Research, Society and Development*, 10(15), e419101523048-e419101523048.

Torres, O. N. (2021). *Os desafios enfrentados por uma microempreendedora individual durante a Covid-19: estudo de um caso*.

Vasconcelos, P. S., & Vasconcelos, P. E. A. (2020). Desafios da Estratégia Empresarial: antes, durante e após a pandemia de 2020. *Revista Interdisciplinar do Direito-Faculdade de Direito de Valença*, 18(1), 163-182.

Vitória, M. D. F. C., & Meireles, E. (2021). O microempreendedor em tempos de pandemia: uma análise do impacto econômico em cenário de crise. *Brazilian Applied Science Review*, 5(1), 313-327.