

MICRO E PEQUENOS EMPREENDEDORES NO CONTEXTO PANDÊMICO DE COVID-19: REFLEXÕES DE ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO

MICRO AND SMALL ENTREPRENEURS IN THE PANDEMIC CONTEXT OF COVID-19: REFLECTIONS BY STUDENTS OF ADMINISTRATION

Área temática: Empreendedorismo, Inovação e Sustentabilidade

MACHADO, Ani Caroline¹

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS

ARAÚJO, Geraldino Carneiro de²

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS

RESUMO

O objetivo desse artigo é analisar as reflexões dos graduandos em Administração sobre as micro e pequenas empresas no contexto da pandemia de Covid-19. As medidas de isolamento social, com o intuito de frear o contágio da doença, gerou impactos econômicos, nesse texto foram considerados o cenário das micro e pequenas empresa. Foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório, com uma abordagem qualitativa. A coleta de dados foi realizada com estudantes do curso de Administração. Os resultados são apresentados em quatro tópicos sobre o comportamento dos empreendedores em momentos de crise; como empreendedores se mantêm ativos no mercado; proteção das empresas, dos empreendedores e dos colaboradores e como atenuar os impactos gerados por uma pandemia de Covid-19. Os estudantes expõem que os micro e pequenos empreendedores devem acompanhar e analisar o ambiente; planejar e replanejar as atividades; buscar por suporte financeiro do governo; incentivar e praticar medidas de higiene e distanciamento social, além de soluções envolvendo trabalho remoto, horário reduzido e serviço vendas online e de delivery. Ressalta-se que aspectos econômicos são importantes, porém tornam-se secundários quando se trata da preservação da vida.

Palavras-chave: Micro e pequena empresa; Coronavírus; Pandemia.

ABSTRACT

The purpose of this article is to analyze the reflections of undergraduate Business Administration students about micro and small companies in the context of the Covid-19 pandemic. The measures of social isolation, with the intention of curbing the contagion of the disease, generated dimensions of isolation, in this text the scenario of micro and small companies was considered. An exploratory research was carried out, with a qualitative approach. Data collection was carried out with students from the administration course. The results are important in four topics on the behavior of entrepreneurs in times of crisis; how entrepreneurs remain active in the market; protection of companies, entrepreneurs and employees and how to mitigate the impacts generated by a Covid-19 pandemic. Scholars argue that micro and small entrepreneurs must monitor and analyze the environment; plan and replan

¹ ani.machado@ufms.br

² geraldino.araujo@ufms.br

as activities; seek financial support from the government; encourage and practice hygiene and social distance measures, as well as solutions involving remote, reduced work and online sales and delivery services. It is emphasized that the economic aspects are important, but they become secondary when it comes to the preservation of life.

Keywords: Micro and small business; Coronavirus; Pandemic.

1 INTRODUÇÃO

O novo Coronavírus, Covid-19, foi descoberto em dezembro de 2019 na China e em pouco tempo se alastrou rapidamente, sendo decretado estado de pandemia em 11 de março de 2020 pela Organização Mundial da Saúde (OMS) (MEDEIROS, 2020; PAULINO, 2020; RIBEIRO et al, 2020; SOARES; LIMA, 2020). No Brasil os primeiros casos foram confirmados em fevereiro de 2020 e desde então os números de casos confirmados aumentam aceleradamente, sendo considerado o país que mais registra casos e óbitos na América Latina (LANCET, 2020). Estados e municípios brasileiros adotaram medidas com o objetivo de combater a rápida transmissão do vírus, dentre elas, a medida mais comum foi o isolamento social (MEDEIROS, 2020; RIBEIRO et al, 2020).

A pandemia de Covid-19 impacta a sociedade, a saúde, a economia, o comércio e os serviços (NASSIF; CORRÊA; ROSSETTO, 2020), sendo os micro e pequenos empreendedores foco desse estudo. As micro e pequenas empresas contribuem significativamente para a geração de renda e riqueza para a economia brasileira (MARCELINO; REZENDE; MIYAJI, 2020), representam 99% dos 6,4 milhões de estabelecimentos brasileiros e são responsáveis por 52% dos empregos com carteira assinada no setor privado (SEBRAE, 2020). Diante desse contexto é necessário conjecturar sobre os impactos socioeconômicos, com o recorte para as pequenas e médias empresas. Nesse sentido, Nassif, Corrêa e Rosseto (2020, p. v) lançam quatro perguntas:

O que os empreendedores podem fazer para se manterem ativos no mercado? Como os empreendedores deveriam se comportar em momentos de crise? O que fazer para proteger as empresas, os empreendedores e colaboradores? Como atenuar, no mercado, os impactos derivados de pandemias, a exemplo da gerada pelo COVID-19?

Os autores supracitados complementam explicando que as respostas não são simples, nem mesmo únicas e sugerem que sejam buscadas reflexões junto aos empreendedores, visando à geração de soluções e estratégias; aplicações gerenciais, sociais e ambientais e até contribuições para a criação de políticas públicas.

Considerando que a universidade tem um papel imprescindível na formação de indivíduos qualificados, no desenvolvimento socioeconômico de um país e na articulação política científica tecnológica, entre a própria universidade, o Estado, as empresas e outros setores (FAVA-DE-MORAES, 200), surge a seguinte questão da pesquisa: Quais são as reflexões dos estudantes de Administração quanto ao contexto das micro e pequenas empresas diante da pandemia de Covid-19?

As perguntas lançadas por Nassif, Corrêa e Rosseto (2010) foram adaptadas e respondidas por estudantes da graduação em Administração. Com isso não se pretendeu exaurir os estudos e pesquisas, nem mesmo responder plenamente as perguntas, mas aprofundar as discussões sobre a temática. Sendo assim, esse artigo se propõe a analisar as reflexões dos

graduandos em Administração sobre as micro e pequenas empresas no contexto da pandemia de Covid-19.

Assim, este artigo está dividido em cinco seções. Na introdução ou Seção 1, foi apresentado o tema, a problemática e o objetivo da pesquisa. Na Seção 2 discorre-se sobre a fundamentação teórica. Na Seção 3, os procedimentos metodológicos utilizados. Na seção 4 são apresentados os resultados e realizada a análise das respostas dos acadêmicos de Administração em relação aos micro e pequenos empreendedores e o contexto pandêmico de Covid-19. A Seção 5 trará as considerações finais. Ao final, estão referenciadas as bibliografias utilizadas para desenvolvimento da pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Há um consenso dos autores quanto aos efeitos socioeconômicos provocados pela Covid-19, para Ribeiro et al (2020) os impactos econômicos serão perversos, Paulino (2020) e Ribeiro et al (2020) ressaltam uma recessão global e Harari (2020) pontua que a pandemia irá deixar efeitos econômicos e geopolíticos permanentes. Os municípios, antes tidos como espaços estratégicos de geração de riqueza, com as medidas de isolamento social para reduzir o número de infectados pela Covid-19, tornaram-se vazias, sendo necessária a introdução de novas maneiras de produção, consumo, interação e socialização de bens e ideias (MEDEIROS, 2020).

Para contenção da propagação da Covid-19, governantes e organizações de saúde, visando à proteção a vida, impuseram medidas de isolamento social. Isto afeta a todos, com destaque as empresas e os empreendedores que precisam inovar e se adaptar para atender as novas exigências do mercado e a sobrevivência do negócio (NASSIF; CORRÊA; ROSSETTO, 2020).

Segundo Paulino (2020) é necessário salvar vidas, mas é necessário também preservar empresas e empregos, ele expõe ainda, que os efeitos econômicos da crise poderão ser medidos em termos de número de falências de empresas, aumento do desemprego e da miséria, que pode vir a afetar muitas pessoas. Medidas de isolamento social e escassez de insumos nas indústrias poderão provocar um choque à economia brasileira, tanto do lado da demanda quanto da oferta.

Estabelecimentos considerados não essenciais, como cinemas, hotéis, restaurantes, oficinas, lojas de roupas, acessórios, entre outras do setor de comércio e serviços foram impedidos se funcionarem em alguns locais devido à pandemia. Os setores da construção civil, dos transportes, do varejo, do comércio e outros serviços serão muito afetados pela pandemia, isto devido ao elevado nível de informalidade. A crise também afetará de forma desproporcional as micro e pequenas empresas, que deverão ter dificuldade em lidar com a acelerada queda de receitas (BITTENCOURT, 2020; MATOS; MIRANDA, 2020).

Ressalta-se que esses empreendimentos são os que mais empregam, inclusive trabalhadores sem carteira assinada. Muitos empregados terão uma brutal redução em sua renda mensal, e muitos serão demitidos. Se medidas não forem adotadas, o desemprego vai subir exponencialmente, uma vez que estarão sem renda, e quase sempre sem reservas financeiras, os trabalhadores informais e os de baixa renda passarão dificuldade para sobreviver (BITTENCOURT, 2020).

Para Maranhão e Senhoras (2020) há um hiato nas políticas fiscal, monetária e creditícia do país. A política fiscal compreende as ações dos ministérios do governo, destacando o da Economia e da Saúde; a política monetária envolve o Banco Central; e a política creditícia, seria a ação do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES para ajudar

as empresas. Uma vez que, faz-se necessário para achatamento da curva de contaminação uma ativa política fiscal, direcionada para a saúde e aliada a estratégias de isolamento vertical e horizontal, a economia acaba sendo afetada negativamente, sendo necessária uma imediata e massiva política monetária e creditícia para diminuir a curva negativa de recessão econômica, estratégias essas que estão muito aquém da necessidade do país. O BNDES lançou, tardiamente, as primeiras medidas para reforçar o caixa das empresas e apoiar trabalhadores que enfrentam os efeitos do Coronavírus.

Essas medidas ajudarão as empresas a enfrentarem as dificuldades de caixa e manter mais alguns empregos, mas não serão suficientes por conta das políticas de isolamento social implementadas, sob a recomendação dos Municípios, Estados, Ministério da Saúde e Organização Mundial da Saúde (MARANHÃO; SENHORAS, 2020). Sendo assim, a expectativa de crescimento projetada para este ano foi extinta e substituída por um cenário adverso e imprevisível (MATOS; MIRANDA, 2020). Tornando-se necessário que as micro e pequenas empresas criem estratégias e alternativas para manutenção do fluxo de vendas e comercialização de produtos, dentre elas a migração das vendas que anteriormente eram realizadas, na maioria das vezes, de maneira presencial para o ambiente virtual, utilizando-se de sites, redes sociais e *WhatsApp*, garantindo assim o fluxo de caixa e manutenção da empresa pós-pandemia (REZENDE; MARCELINO; MIYAJI, 2020).

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa tem caráter exploratório, o qual consiste em estudar um assunto novo ou pouco explorado, a fim de contribuir para esclarecimentos e aprofundamento do tema abordado (RAUPP; BEUREN, 2006). Utilizou-se a abordagem qualitativa para realização da pesquisa, a qual tem por objetivo analisar e compreender em profundidade determinado fenômeno e suas particularidades (RICHARDSON, 1999; MINAYO, 2007).

Adotou-se o seguinte protocolo de coleta de dados, na disciplina de Empreendedorismo e Gestão de Pequena Empresa do oitavo semestre do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Câmpus de Paranaíba, foi aplicada uma atividade considerando o contexto da pandemia de Covid-19, os empreendedores e as micro e pequenas empresas. Foram indicadas as leituras dos textos Brotero (2020); Ingizza (2020); Moreira (2020) e Nassif, Corrêa e Rosseto (2020), as questões apresentadas neste último texto foram adaptadas, sendo assim, a atividade consistia em refletir sobre o cenário atual e responder:

- 1) Como os empreendedores deveriam se comportar em momentos de crise?
- 2) Considerando o contexto da pandemia de Covid-19, o que os empreendedores podem fazer para se manterem ativos no mercado?
- 3) O que se pode fazer para proteger as empresas, os empreendedores e os colaboradores diante da pandemia de Covid-19?
- 4) Como atenuar os impactos derivados de pandemias nos mercados, tendo como exemplo a Covid-19?

Devido à suspensão das aulas presenciais e a decisão pela continuidade das aulas de forma remota com estudos dirigidos, os alunos da disciplina responderam a essas questões no Ambiente Virtual de Aprendizagem (ava.ufms.br). Dos 36 alunos matriculados, 33 responderam as questões. Ao finalizar a disciplina o professor sugeriu aos alunos a utilização das respostas para serem analisadas como fonte de dados para uma pesquisa e solicitou a autorização, 20 alunos autorizaram. Neste estudo consideraram-se as respostas dos alunos que autorizaram.

Para analisar as respostas foram utilizadas a análise de conteúdo. A análise de conteúdo é uma das principais técnicas utilizadas nos estudos com abordagem qualitativa (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011) e consiste na utilização de técnicas que buscam descrever as informações emitidas durante o processo de comunicação, podendo ser por meio falas ou de textos (BARDIN, 2006).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A seguir são apresentados os resultados e análise das respostas dos acadêmicos de Administração quanto aos micro e pequenos empreendedores e o contexto pandêmico de Covid-19.

4.1. Comportamento dos empreendedores em momentos de crise

A primeira pergunta realizada aos alunos foi em relação a como os empreendedores deveriam se comportar em momentos de crise, para o Estudante 7, a crise pegou a todos desprevenidos o que faz com que os micro e pequenos empreendedores refaçam seus planejamentos ao decorrer do desenvolvimento da crise.

“As pessoas não estão preparadas para tais fatos que acontecem e quando acontecem ficam sem saber o que fazer. A Covid-19 chegou de uma forma que deixa empreendedores assustados e talvez até agindo de forma precipitada. Em um momento de crise, os empreendedores ficam divididos entre as necessidades e a saúde, mas acredito que eles devem refazer seus planejamentos conforme a crise vai desenvolvendo [...]” (Estudante 7).

Para o Estudante 2, além do planejamento, as micro e pequenas empresas precisaram se reinventar e inovar, a fim de manterem os negócios abertos, fidelizar clientes e conservar o emprego de seus funcionários.

“Momentos de crise exigem um foco maior em seu negócio, de modo que se faz necessário o empreendedor se adaptar a esse momento, se planejando e replanejando o mais rápido possível. Além do planejamento é importante procurar se inovar, por exemplo, na crise atual muitas empresas mudaram sua forma de atendimento e inovaram, nesses momentos a criatividade é um fator essencial. Financeiramente o empreendedor deve buscar recursos, linhas de crédito e etc. Buscar equilibrar suas contas, sem necessariamente demitir seus funcionários, podem ser feitas negociações com seus fornecedores e colaboradores, e por fim é de suma importância determinar seus objetivos e fidelizar seus clientes. Assim será mais fácil calcular os riscos nas futuras decisões que serão tomadas” (Estudante 2).

De acordo o Estudante 9, uma das formas de manter os recursos e, conseqüentemente, a vitalidade da empresa durante a pandemia é buscar benefícios, dicas e ajudas, dentre elas, podem se destacar a políticas creditícias ofertadas pelo governo.

“Com calma e cautela, pois mesmo no momento de crise não pode se desesperar. Além disso, os empreendedores, nesse momento principalmente, precisam se integrar de tudo que está acontecendo e procurar soluções, dicas, benefícios e ajudas que possam usar nesse momento de crise” (Estudante 9).

Diante deste cenário de pandemia o Estudante 3 expõe que as empresas devem utilizar de suas características empreendedoras para buscarem a manutenção do negócio.

“Em momentos de crise [...] é importante pensar em se adaptar ao contexto, ao mesmo tempo em que procura conter seus gastos. O caráter empreendedor pode exercer uma grande função nesse tipo de cenário, pois há a maior chance de se pensar em várias maneiras de manter a organização. Como cenários de crise causam recessão econômica é um momento em que o mais importante é pensar na manutenção da empresa, ao invés de crescimento” (Estudante 3).

Em suma, sobre o comportamento dos empreendedores em momentos de crise, os estudantes colocaram a importância da análise do ambiente, que deve ser contínua acompanhando as mudanças que podem ocorrer no cenário pandêmico. Essa análise deve estar atrelada com um planejamento dinâmico, procurando soluções e parcerias para manutenção da organização em termos econômicos e sociais.

Em consonância com o exposto pelos estudantes, os autores Maranhão e Senhoras (2020) e Rezende, Marcelino e Miyaji (2020) expõem que as empresas precisam utilizar das ferramentas e políticas creditícias existentes para manterem seu fluxo de caixa, emprego de seus funcionários e, e conseqüentemente, a manutenção da empresa pós-pandemia, além disso, Nassif, Corrêa e Rossetto (2020) apontam que os empreendedores precisam se reinventar e inovar para sobreviver a esse período.

4.2. Pandemia de Covid-19: como empreendedores se mantêm ativos no mercado

A segunda pergunta do questionário está relacionada ao que os empreendedores podem fazer para se manterem ativos no mercado considerando o contexto da pandemia de Covid-19.

Para os Estudantes 8 e 9 o primeiro passo é analisar as alternativas e saídas existentes, por exemplo, reavaliar e reinventar as estratégias do negócio, utilizar as políticas ofertadas pelo governo durante esse período de pandemia, tentar reduzir os custos, estudar formas de melhoria e fidelização dos clientes, entre outras alternativas que façam com que a empresa sobreviva a essa adversidade.

“Para se manterem ativos no mercado os empreendedores devem explorar todas possíveis alternativas de se reinventar para continuar no exercício de suas atividades. Em determinados ramos é complicado manter as atividades da empresa frente à necessidade do isolamento social. Mas, é necessário manter a calma para entender que a situação é esta, e por hora vai ser necessário alterar a forma de atender aos clientes. Disponibilizar canais alternativos que não presenciais. E em casos em que for necessário contato presencial, resolver o máximo de coisas possíveis para que haja o mínimo de contato possível” (Estudante 8).

“Primeiramente, se atualizar diante dos benefícios que o governo tem proposto, além disso, é importante que façam um planejamento de como sua empresa está e de como ela poderá sobreviver à crise. Há, além das ajudas do governo, as medidas que o próprio empreendedor pode tomar, como: tentar reduzir seus custos fixos e variáveis, tentar negociar com parceiros e fornecedores, adaptar seu negócio ao momento (delivery, vendas online), ser claro com clientes e funcionários, tentar negociar com seus funcionários (trabalhar meio período, reduzir temporariamente o salário, etc), adaptar sua oferta a demanda do momento, entre outros” (Estudante 9).

Além das alternativas acima, os Estudantes 20, 14 e 1, respectivamente, consideram importante uma política de renegociação por parte da empresa, a qual deve tentar renegociar as dívidas, gastos imobiliários, flexibilização da carga horária dos funcionários e custos considerados supérfluos nesse momento.

“Eles podem primeiramente fazer o pedido de uma renegociação com seus fornecedores e proprietários de imóveis, para que possa diminuir os gastos orçamentários, fazer cortes desnecessários também em seu orçamento, flexibilizar seus colaboradores com home office revezando com quem trabalhará dentro da empresa, utilizar do marketing digital, fazer contato com seus clientes, pesquisa de linhas de crédito que sejam em conta” (Estudante 20).

“Os empreendedores deverão tentar negociar com seus fornecedores e tentar novos créditos com os bancos para assim tentar manter a empresa ativa, levando sua relação com funcionários para não demiti-los fazer a busca de linhas de créditos liberadas para empregadores, feito pelo governo” (Estudante 14).

“Fazer uma análise dos gastos que podem ser cortados ou reduzidos, negociar aluguéis ou usar o sistema home office, focar no marketing digital a fim de divulgar seu produto focando em promoções atrativas para os consumidores” (Estudante 1).

Para os Estudantes 12, 3 e 2, respectivamente, outra estratégia para manutenção da empresa e preservação da vida dos funcionários e dos clientes durante essa crise pandêmica é o investimento nas vendas realizadas pela internet, as quais podem ser feitas por meio de sites, aplicativos e o próprio *WhatsApp*.

“A migração da atuação dos negócios para a internet é um fator de mudança que muitas empresas estão vivendo, atuar nesse setor é provavelmente a forma mais viáveis de se manter ativos no mercado, pois mantém a segurança tanto dos funcionários quanto dos clientes, que sentem que a empresa tem cuidado para com os dois lados” (Estudante 12).

“Sendo uma das medidas para conter a pandemia o isolamento social, utilizar de serviços de delivery e da internet é a opção mais viável. Para isso, o marketing digital é essencial, para manter uma comunicação com seus clientes e se mostrar disponível para atendê-los [...]” (Estudante 3).

“Se necessário os empreendedores devem replanejar suas estratégias de negócios, analisar as possibilidades, por exemplo, vendas online, delivery, pesquisar quais são as novas necessidades do mercado, impulsionar seu negócio, aumentar o marketing e seguir as exigências para manter a segurança de seus colaboradores e clientes” (Estudante 2).

As respostas dos respondentes em relação a pergunta sobre o que os empreendedores podem fazer para se manterem ativos no mercado considerando o contexto da pandemia de Covid-19 envolvem principalmente adaptações para a continuidade das atividades; diálogos, negociações e parcerias. Tais respostas vão de encontro ao exposto por Paulino (2020), que expõe a necessidade de preservar as vidas, mas também as empresas e empregos, bem como vai de encontro a necessidade de políticas monetária e creditícia benéficas ao fluxo de caixa das empresas, abordadas por Maranhão e Senhoras (2020). Além disso, as respostas dos estudantes reforçam o exposto por Rezende, Marcelino e Miyaji (2020) de que as vendas online tornaram-se imprescindíveis para a manutenção da receita da empresa.

4.3. Pandemia de Covid-19: proteção das empresas, dos empreendedores e dos colaboradores

A penúltima pergunta realizada aos estudantes foi sobre o que pode ser feito para proteger as empresas, os empreendedores e os colaboradores diante da pandemia de Covid-19. Para os Estudantes 16, 12 e 4, respectivamente, primeiramente devem ser seguidas as recomendações básicas de saúde, por exemplo, higienização das mãos com água e sabão, utilização do álcool em gel, utilização de máscaras, evitar aglomerações, dentre outras medidas que preservem a saúde da população e diminua a proliferação do vírus.

“Seguir as normas de higiene aconselhadas pelas autoridades como usar máscaras fazer uso de álcool em gel e também evitar aglomerações de pessoas com espaçamentos entre elas” (Estudante 16).

“[...] seguir as orientações da OMS e do Ministério da Saúde, como a utilização de máscaras, evitar aglomerações e utilização de álcool gel, são fatores que contribuem para a não disseminação da doença, organizações que são consideradas como necessários devem se ater a esses pedidos” (Estudante 12).

“[...] Lavar as mãos com água e sabão e passar álcool em gel quando estiver fora de casa são medidas necessárias para manter as mãos limpas. A higienização de superfícies também é muito importante para prevenir o contágio com o novo Coronavírus. O uso de máscaras é recomendado apenas para quem estiver com apresentação de sintomas, como tosse e coriza. O Ministério da Saúde também recomenda que se evite o compartilhamento de itens pessoais, como talheres e toalhas. Além disso, fique mantenha a distância mínima de um metro e meio de pessoas que estejam espirrando ou tossindo. Caso os sinais sejam agravados, procure auxílio médico” (Estudante 4).

Além das medidas básicas, os Estudantes 13 e o 3 consideram importante que o negócio de reorganize, isto é, faça a adoção de rodízios de funcionários, diminuição de carga horária trabalhada, utilização de meios de comunicação a distância, adoção do *home office*, dentre outras ações que protejam seu negócio e seus funcionários.

“Adotar os métodos necessários para evitar a proliferação do vírus, adotar redução da carga horária se for possível, fazer rodízio dos funcionários para evitar aglomeração, usar os meios de comunicação a distância” (Estudante 13).

“Além de proteção financeira [...], é necessário pensar na saúde de todos. Por isso, evitar aglomerações de funcionários, fornecer máscaras e álcool gel [...], adotar home office, e ser mais flexível a situação de cada colaborador é importante” (Estudante 3).

Ademais, os Estudantes 11 e 8 também ressaltam que se faz necessário, para proteção das empresas, que os empreendedores aproveitem e utilizem as políticas creditícias que o governo está disponibilizando durante a pandemia.

“Para ajudar as empresas, o governo está disponibilizando auxílios e empréstimos para ajudar as empresas a não fecharem e não terem que demitir os funcionários. É importante também que as empresas cuidem e tomem medidas de prevenção e orientação de seus funcionários em relação à propagação do vírus” (Estudante 11).

“Para se protegerem as empresas podem utilizar algumas alternativas, tais como pegar empréstimos e fazer a redução [...] da carga horária de trabalho. São alternativas para que as empresas não tenham que mandar pessoas embora, protegendo tanto a empresa quanto os empregados. Neste momento, as empresas devem disponibilizar os utensílios de proteção (máscaras, luvas, álcool em gel) para garantir a segurança dos funcionários e clientes que precisarem comparecer na empresa [...] (Estudante 8).

Em linhas gerais sobre a proteção das empresas, dos empreendedores e dos colaboradores durante essa pandemia os estudantes colocaram as recomendações quanto ao uso de máscara, utilização de álcool em gel e evitar a aglomeração. Além disso, em relação aos colaboradores foram citadas a questão de redução da carga horária e a implantação de trabalho remoto. E em relação a empresa foi citado o apoio do governo. Maranhão e Senhoras (2020) colocam que as medidas governamentais auxiliarão as organizações a enfrentarem as dificuldades de caixa e manterem empregos.

4.4. Pandemia de Covid-19: como atenuar os impactos gerados por uma pandemia

A última pergunta questionou os acadêmicos sobre quais medidas poderiam ser adotadas para atenuar os impactos derivados de pandemias nos mercados, utilizando como exemplo a Covid-19.

Para os Estudantes 19 e 3 ações como investimentos e liberação de crédito, por parte do governo, são imprescindíveis para manutenção das micro e pequenas empresas, além disso ressaltam a importância da publicidade e acessibilidade a essas informações.

“A pandemia de Covid-19 provoca impactos econômicos severos de curto prazo, com o colapso parcial ou total da produção em vários setores, o que pode ser feito no ponto de vista é o investimento do governo federal em obras de infraestrutura para retorno em geração de emprego e para as empresas linhas de créditos” (Estudante 19).

“[...] o governo tem um papel essencial em meio a crises, tendo o dever de manter sua população estável. Por isso, auxílios do governo são a primeira forma de proteger essas pequenas e microempresas. Além disso, o acesso à informação para esses auxílios deve ser mais abrangente, pois muitos microempreendedores sequer conhecem esse tipo de alternativa. Internamente, as organizações devem procurar conter custos, reduzir o volume de suas atividades e negociar prazos de pagamento. Demitir funcionários deve ser uma opção para último caso, pois os colaboradores são de extrema importância para manter essas organizações, devido a sua experiência já adquirida” (Estudante 3).

Outro aspecto importante para contenção do Coronavírus é a preocupação com a saúde dos trabalhadores e dos familiares deles. Os Estudantes 4 e 2 responderam que as empresas devem investir em Equipamentos de Proteção Individual – EPI como álcool em gel, máscaras, dependendo o caso, luvas, macacões e outros equipamentos necessários para proteção dos trabalhadores, ademais deve proporcionar ao funcionário condições para que ele cuide de seus familiares quando necessário. Adotando essas medidas de segurança à saúde será possível proporcionar um ambiente mais seguro para os empreendedores, empregados e clientes.

“Diante dos impactos do Coronavírus, o mundo se mobiliza para conter o rápido avanço da doença. Em um momento como esse, o foco deve estar na saúde das pessoas e no controle da Covid-19, e as empresas devem contribuir ativamente flexibilizando rotinas de trabalho e disponibilizando serviços e informações relevantes. Dessa forma, as empresas devem dar condições para que seus funcionários se protejam e também tenham condições de cuidar de familiares doentes ou em quarentena” (Estudante 4).

“Para atenuar impactos de curto e longo prazo devem ser adotadas algumas medidas de segurança em relação à saúde da empresa e social, buscar recursos externos como subsídios (saques emergenciais), adotar medidas internas, limitar e diminuir seus gastos, entre outras medidas” (Estudante 2).

Outra medida indicada pelos respondentes da pesquisa para atenuar os impactos advindos da pandemia é dar uma boa analisada na empresa, revendo gastos, modificando políticas, estudando uma melhor forma de atender as necessidades dos clientes, aderir ao *home office*, aumentar, quando possível, a oferta de produtos e formas de pagamento, enfim usar a criatividade e inovação para superar as adversidades.

“Procurar reduzir os gastos, modificar as políticas da empresa, procurar uma melhor maneira de atendimento para seus clientes, fazer renegociações, ter cuidados dentro do ambiente de trabalho e entre outros fatores” (Estudante 7).

“Uma redução de lucro para baixar preços por parte das empresas estimularia o consumo à medida que forem reabrindo. As que estão funcionando das diversas formas possíveis, é diversificar os produtos ofertados e investir em promoções [...]” (Estudante 1).

“Novas oportunidades surgem a partir do momento em que aparecem eventos, adaptar-se a mudanças sempre foi hábito do ser humano, procurar explorar um novo mercado que ressurgiu de algo que não era tão comum. Exemplo de máscaras e álcool em gel, não é algo que fora da pandemia seja tão atrativo, mas que agora são objetos de grande valor, é o mesmo que se pensa em mudar os hábitos das organizações, como home office e aumentar significativamente o marketing digital e serviços de entrega se popularizam” (Estudante 20).

As respostas sobre como atenuar os impactos gerados pela pandemia envolveram a questão das organizações cuidarem da saúde das pessoas considerando as recomendações difundidas nas mídias, análise organizacional interna quanto aos custos e quanto a oportunidades e o investimento do governo para dar suporte a continuidade das atividades das micro e pequenas empresas. Em consonância aos autores Rezende, Marcelino e Miyaji (2020) uma das medidas apontadas pelos estudantes que podem ser adotadas para minimizar os impactos causados pelo Coronavírus às micro e pequenas empresas é a utilização de sites, redes sociais e *WhatsApp*. Como apontado por Nassif, Corrêa e Rossetto (2020) as empresas e os empreendedores precisarão inovar e se adaptar para atender as novas exigências do mercado e sobreviverem à pandemia.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Coronavírus impôs uma série de mudanças, inclusive no mundo dos negócios. O vírus alastrou-se tão rapidamente que três meses após sua descoberta foi declarado estado de pandemia, a qual tem causado estragos imensuráveis. Dos variados e dolorosos danos que esse vírus tem causado atualmente, esta pesquisa ateu-se apenas aos impactos econômicos causados nas micro e pequenas empresas.

Com a imposição do isolamento social, inclusive definido por decretos municipais e estaduais restringindo uma série de atividades, notou-se o impacto econômico negativo nas micro e pequenas empresas que compõem o comércio e a prestação de serviços locais. Sendo assim, a presente pesquisa se propôs a realizar um estudo sobre as reflexões dos estudantes de Administração, do Câmpus de Paranaíba da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, quanto ao contexto das micro e pequenas empresas diante da pandemia de Covid-19.

A partir desta pesquisa pode-se concluir que os estudantes têm conhecimento que essa pandemia afeta diretamente os micro e pequenos empresários, os quais tiveram e terão que se reinventar para sobreviverem a crise gerada pela Covid-19, mas mostram também que medidas estão sendo adotadas para tentar minimizar os impactos causados por esse vírus, dentre elas, ações por parte do governo para reforçar o caixa das empresas e apoiar trabalhadores que enfrentam os efeitos do Coronavírus e uma grande conscientização por parte das pessoas e empresas em relação as medidas de higiene e distanciamento social.

As reflexões dos estudantes para os micro e pequenos empreendedores no cenário pandêmico de Covid-19 estão centradas no acompanhamento e análise do ambiente; planejamento e replanejamento das atividades; busca por suporte financeiro do governo; incentivo e práticas de higiene e distanciamento social e soluções envolvendo trabalho remoto, horário reduzido e serviço vendas online e de *delivery*.



Por fim, ressalta-se que aspectos econômicos, tratados neste texto, apesar de serem importantes, tornam-se secundários quando se trata da preservação da vida. Sendo assim, reforça-se o cumprimento das recomendações quanto a utilização de álcool em gel e máscara e do distanciamento social.

A limitação da pesquisa consiste no fato de terem sido levantadas apenas as perspectivas dos alunos de graduação do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Câmpus de Paranaíba, os quais estudaram o assunto, mas, em sua maioria, não são responsáveis por micro e pequenas empresas. A partir disso, sugere-se que seja realizada uma pesquisa diretamente com os micro e pequenos empresários, para que essas mesmas perguntas sejam respondidas e reanalisadas.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. (Obra original publicada em 1977). Lisboa: Edições 70, 2006

BITTENCOURT, R. N. Pandemia, isolamento social e colapso global. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 19, n. 221, 2020.

BROTERO, M. Mais de 600 mil pequenas empresas fecharam as portas com Coronavírus. **CNN Brasil: Business**. 9 abr. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/04/09/mais-de-600-mil-pequenas-empresas-fecharam-as-portas-com-coronavirus>. Acesso em 13 maio 2020.

FAVA-DE-MORAES, F. Universidade, inovação e impacto socioeconômico. **São Paulo em perspectiva**, v. 14, n. 3, p. 8-11, 2000.

HARARI, Y. N. The World After Coronavirus. **Financial Times**. Mar., 2020. Disponível em: <https://www.ft.com/content/19d90308-6858-11ea-a3c9-1fe6fedcca75>. Acesso em: 25 maio 2020.

INGIZZA, C. 5 alternativas que as empresas podem adotar antes de pensar em demitir. **Exame**, 14 abr. 2020. Disponível em: <https://exame.com/pme/5-alternativas-que-as-empresas-podem-adotar-antes-de-pensar-em-demitir/>. Acesso em 13 maio 2020.

LANCET, The. COVID-19 in Brazil: “So what?”. **Lancet (London, England)**, v. 395, n. 10235, p. 1461, 2020.

MARCELINO, J. A.; REZENDE, A.; MIYAJI, M. Impactos iniciais da COVID-19 nas micro e pequenas empresas do estado do Paraná – Brasil. **Boletim de Conjuntura**, Boa Vista, ano 2, v. 2, n. 5, 2020.

MATOS, S.; MIRANDA, L. Cenários para o crescimento para o PIB do Brasil em 2020. **Blog do IBRE**, 2020.

MEDEIROS, J. F. S. A pandemia e seus (des)caminhos. **Espaço e Economia**: revista brasileira de geografia econômica, ano 9, n. 18, 2020.



MINAYO, M. C. S. **O Desafio do Conhecimento**: Pesquisa Qualitativa em Saúde. 10. ed. São Paulo: HUCITEC, 2007. 406 p.

MOREIRA, C. Negócios: Como pequenas e micro empresas podem minimizar crise na pandemia de Covid-19. **Jornal Contábil**. 2 de abril de 2020.

MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 4, p. 731-747, 2011.

NASSIF, V. M. J.; CORRÊA, V. S.; ROSSETTO, D. E. Estão os empreendedores e as pequenas empresas preparadas para as adversidades contextuais? Uma reflexão à luz da pandemia do Covid-19. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 2, p. i-xii, jan/abr, 2020. Disponível em:
<https://regepe.emnuvens.com.br/regepe/article/view/1880>. Acesso em: 27 maio 2020.

PAULINO, L. A. A pandemia do Coronavírus e seus impactos políticos e econômicos. *In*. CORSI, F. L.; SANTOS, A. **Os Rumos do Brasil e da América Latina**. Bauru: Canal 6, 2020. p. 161-181.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Metodologia da Pesquisa Aplicável às Ciências. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2006.

REZENDE, A. A.; MARCELINO, J. A.; MIYAJI, M. A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileira para gerar receitas na pandemia de Covid-19. **Boletim de Conjuntura**, Boa Vista, ano 2, v. 2, n. 6, 2020.

RIBEIRO, L. C. S.; SANTANA, J. R.; ANDRADE, J. R. L.; MOURA, F. R.; ESPERIDIÃO, F.; JORGE, M. A. J.; SANTOS, G. F.; CERQUEIRA, R. B. **Estimação de impactos econômicos da pandemia COVID-19 em Sergipe**. Nota Técnica LEADER-UFS. nº 02-2020, Laboratório de Economia Aplicada e Desenvolvimento Regional (LEADER) da Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, Maio, 2020.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.

SEBRAE, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Pequenos negócios em números**. 2020. Disponível em:
<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 19 jun. 2020.



IV SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

ADMINISTRAÇÃO INOVADORA E SUSTENTÁVEL:
ANÁLISE E PERSPECTIVAS

ISSN 2675-4185



SOARES, A. C. N.; LIMA, M. R. S. Serviços de delivery alimentício e suas precauções em tempos da pandemia de SARS-COV-2 (Covid-19). **Brazilian Journal of Health Review**, v. 3, n. 3, p. 4217-4226, 2020.