

---

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS- UFGD**  
**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

CAROLINE FLORES SILVA

**DIFICULDADES DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DURANTE A**  
**PANDEMIA: UMA ANÁLISE A PARTIR DO PONTO DE VISTA DOS**  
**EMPRESÁRIOS**

Dourados/MS

2021

CAROLINE FLORES SILVA

**DIFICULDADES DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DURANTE A  
PANDEMIA: UMA ANÁLISE A PARTIR DO PONTO DE VISTA DOS  
EMPRESÁRIOS**

Trabalho de Graduação 2 apresentado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia da Universidade Federal da Grande Dourados, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Professor Dr. João Augusto Rossi  
Borges

Dourados/MS

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP).

S586d Silva, Caroline Flores  
DIFICULDADES DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DURANTE A PANDEMIA:  
UMA ANÁLISE A PARTIR DO PONTO DE VISTA DOS EMPRESÁRIOS [recurso  
eletrônico] / Caroline Flores Silva. -- 2021.  
Arquivo em formato pdf.

Orientador: João Augusto Rossi Borges.  
TCC (Graduação em Administração)-Universidade Federal da Grande Dourados,  
2021.

Disponível no Repositório Institucional da UFGD em:  
<https://portal.ufgd.edu.br/setor/biblioteca/repositorio>

1. micro e pequenas empresas. 2. dificuldades. 3. sobrevivência. I. Borges, João  
Augusto Rossi. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

©Direitos reservados. Permitido a reprodução parcial desde que citada a fonte.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA –  
FACE/UFGD

**UFGD**  
Universidade Federal  
da Grande Dourados

ATA DE APROVAÇÃO DE BANCA EXAMINADORA DE TRABALHO DE  
GRADUAÇÃO II, SEMESTRE LETIVO 2021.1, RAEMF

**DIFICULDADES DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DURANTE A  
PANDEMIA: UMA ANÁLISE A PARTIR DO PONTO DE VISTA DOS  
EMPRESÁRIOS**

CAROLINE FLORES SILVA

Esta monografia, realizada via webconferência (Google Meet), foi julgada adequada para aprovação na atividade acadêmica específica de Trabalho de Graduação II, que faz parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Administração pela Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia – FACE da Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD.

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:

Prof. Dr. João Augusto Rossi Borges  
(Presidente)

Prof. Dr. Amilton Luiz Novaes  
(Avaliador 1)

Prof. Me. Ricardo Guimarães de Queiroz  
(Avaliador 2)

DOURADOS-MS, 24 de novembro de 2021.

REGISTRO: AB - 43/2021
---------------------------

## DEDICATÓRIA

Dedico aos meus pais, que sempre me incentivaram a fazer de tudo para alcançar meus sonhos e me ajudou nos momentos mais difíceis durante o curso e na vida.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço aos meus pais que me deram apoio e força desde o começo dessa longa jornada da faculdade, sempre me incentivando a aproveitar de melhor maneira e não desistir desse sonho.

Aos meus amigos mais próximos, que sempre estiveram ao meu lado auxiliando na faculdade e dando palavras de carinho para seguir firme em terminar essa etapa.

Ao meu orientador pela paciência e apoio durante o desenvolvimento do trabalho e da faculdade como um todo, desde 2018 ele vem me dando forças sem nem saber, com suas palavras de engajamento durante as aulas e orientações.

## **RESUMO**

No Brasil, segundo o Sebrae (2020), existiam em torno de 6,4 milhões de empresas abertas, e, desse total, 99% são micro e pequenas empresas (MPEs). Tendo em vista essa representatividade e o impacto negativo que elas estão tendo durante a pandemia de covid-19, a presente pesquisa teve como objetivo analisar as dificuldades na perspectiva do empresário/proprietário das micro e pequenas empresas durante o período da pandemia de covid 19. A pesquisa teve como foco o segmento de alimentação da cidade de Dourados – Mato Grosso do Sul (MS). Na coleta de dados, foi aplicado um questionário estruturado para 63 empresas convidadas a responder via e-mail, redes sociais ou presencialmente. Para analisar os dados, foi utilizado estatística descritiva, com análise de percentuais. Os principais resultados encontrados foram: falta de conhecimento em mídias digitais, dificuldades em vendas e gestão em tempos de crise.

Palavras-chave: micro e pequenas empresas, dificuldades, sobrevivência.

## **ABSTRACT**

In Brazil, according to Sebrae (2020), there were around 6.4 million open companies, and, of this total, 99% are micro and small companies (MPEs). In view of this representativeness and the negative impact they are having during the covid-19 pandemic, this research aimed to analyze the difficulties from the perspective of the entrepreneur/owner of micro and small businesses during the pandemic period. de covid 19. The research focused on the food segment in the city of Dourados – Mato Grosso do Sul (MS). For data collection, a structured questionnaire was applied to 63 companies invited to respond via email, social networks or in person. To analyze the data, descriptive statistics was used, with percentage analysis. The main results found were lack of knowledge in digital media, difficulties in sales and management in times of crisis.

Key words: micro and small companies, difficulties, survival.



## SUMÁRIO

<b>1.INTRODUÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>2.REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>13</b>
2.1 MICRO E PEQUENAS EMPRESA.....	13
2.2 DIFICULDADES ENFRENTADAS PELAS MPES NO BRASIL.....	14
<b>3. MATERIAIS E MÉTODOS.....</b>	<b>17</b>
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	17
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA DE ANÁLISE.....	17
3.3 TÉCNICAS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	17
<b>4. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>18</b>
4.1 PERFIL DAS EMPRESAS.....	18
4.2 PERFIL DO ENCARREGADO PELA MPE.....	23
4.3 DIFICULDADES DAS EMPRESAS DURANTE A PANDEMIA DE COVID- 19.....	26
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>30</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>32</b>
<b>APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO QUE FOI APLICADO PARA OS MPES DE DOURADOS-MS.....</b>	<b>35</b>

## 1. INTRODUÇÃO

É inegável que a pandemia de covid-19 trouxe diversos impactos na vida das pessoas. A população mundial teve que se adaptar rapidamente para se proteger, ficando distante das pessoas que amam, restringindo as saídas de casa, mudando suas rotinas de trabalho e da escola e de todo aquele “normal” que havia antes. Essa nova realidade visa evitar ao máximo o contágio (FENAD,2020).

As pessoas também tiveram que se adaptar a novas tecnologias virtuais, pois começou a se tornar normal o trabalho e as aulas em casa via sala virtual, Meet, WhatsApp e outras ferramentas similares; também, shows virtuais transmitidos por plataformas de streaming e as comemorações foram por chamadas de vídeo. Isso permitiu que as pessoas se comunicassem de forma segura mesmo distantes (ACCENTURE, 2020).

Porém, a pandemia não impactou apenas na vida pessoal; ela acentuou ainda mais uma crise econômica para todos os países, em diversos setores, incluindo o empresarial. De fato, foram poucas as empresas que não precisaram se adaptar ou não sentiram os seus efeitos diretamente. Por exemplo, no Brasil, segundo pesquisas realizadas pelo Sebrae (2020), mais de 89.9% das empresas foram afetadas com a pandemia e muitas tiveram que fechar suas portas temporariamente ou mudar a forma de atendimento ao cliente.

No contexto da pandemia, as empresas tiveram que tomar diversas decisões rápidas para se reestruturar e se reinventar a fim de sobreviver e não fechar suas portas de vez. Em um primeiro momento, a maioria revisou seu plano financeiro: 3 a cada 4 micro e pequenas empresas (MPEs) tiveram que reduzir o orçamento de despesas e 40% reduziram o quadro de funcionários (RD STATION, 2020). Como forma de se reinventar, 52.4% mudaram seu modelo de vendas e ou atendimento para online/delivery e 60% desenvolveram e/ou lançaram novos produtos/serviços (RD STATION, 2020).

Além disso, houve uma mudança de hábito nos consumidores, que agora compram muito mais online do que antes da pandemia (DE REZENDE; MARCELINO; MIYAJI, 2020). Isso acarretou um impacto significativo nas lojas físicas, bares e restaurantes. Por exemplo, por conta das restrições de funcionamento em virtude da pandemia, houve uma queda de até 56% nas vendas do setor de bares e restaurantes, segundo pesquisa do Instituto Foodservice Brasil (IFB) (2020). Como resultado

dessas mudanças, o mercado de delivery vem crescendo. De fato, pesquisa realizada pelo Sebrae em parceria com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) em 2020, aponta que, antes da pandemia, cerca de 54% dos empresários brasileiros já usavam o delivery em seus negócios, e, após as restrições impostas pela crise sanitária, esse percentual subiu para 66%.

### 1.1 DEFINIÇÃO DA PROBLEMÁTICA

No estado de Mato Grosso do Sul, onde essa pesquisa foi realizada, dados do Sebrae (2020), mostram que as empresas e os empresários citaram que suas maiores dificuldades em virtude da pandemia foram as vendas e para solucionar essas dificuldades elas usaram das seguintes estratégias: 11% atendimento em domicílio/a distância, 29% utilizaram ou intensificaram o uso de plataformas online de comercialização e 39% vendas por redes sociais. Segundo a mesma pesquisa do Sebrae, a partir da implementação dessas estratégias, 56% dos empresários sentiram efeitos positivos em suas vendas, porém 36% dos empresários tiveram dificuldade na sua implementação.

É importante ressaltar, para fins de argumentação temporal, que antes da pandemia as micro e pequenas empresas já vinham sofrendo com diversas dificuldades para sua sobrevivência. Segundo pesquisas feitas pelo Sebrae entre os anos de 2008 e 2016, a taxa de mortalidade dessas MPEs estava atrelada a uma combinação de fatores em quatro grandes áreas: a situação do empresário antes da abertura, o planejamento dos negócios, a capacitação em gestão empresarial e a gestão do negócio em si (SEBRAE, 2016).

Em estudos mais antigos feitos por Solomon (1989) já havia evidência que, além da falta de economias de escala, os micros e pequenos empreendedores também apresentaram três fragilidades principais: análise insuficiente ou superficial na escolha inicial de uma linha de negócios, capital insuficiente e capacidade de gestão moderada. Isso significa que a maioria dos proprietários de pequenas empresas constrói seus negócios com base na dificuldade de entrar em um determinado setor, em vez de pesquisar oportunidades para maximizar os lucros. Em estudo mais recente, Mahamid (2012) identificou os cinco principais fatores potenciais da falência de MPE: o custo das matérias-primas dos produtos fabricados ou dos serviços prestados é instável; a falta de controle sobre a gestão do cliente tem levado

a maiores atrasos no parcelamento; falta de padronização na concessão de descontos; falta de experiência administrativa, ou seja, conhecimento nos campos da gestão, economia, contabilidade e marketing; a competitividade da empresa é baixa, ou restringe ou falta a credibilidade de fornecer e manter as atividades da empresa.

Essas dificuldades estão diretamente relacionados ao perfil do empreendedor, pois a probabilidade de fechamento é maior entre os empresários que estavam desempregados antes de abrir o negócio, que tinham pouca experiência no ramo, que abriram o negócio por necessidade (ou exigência de cliente/fornecedor), tiveram menos tempo para planejar, não conseguiram negociar com fornecedores, não conseguiram empréstimos em bancos, não aperfeiçoaram produtos ou serviços, não investiam na capacitação da mão-de-obra, não buscaram inovar, não faziam o acompanhamento rigoroso de receitas e despesas, não diferenciavam seus produtos e não investiam na sua própria capacitação em gestão empresarial (SEBRAE, 2017).

Nesse sentido, o Sebrae define que as características gerenciais mais relevantes para o MPEs terem sucesso empresarial, são: “o bom conhecimento do mercado onde atua”, onde se entende que tem conhecimento aprofundado da clientela, sabendo identificar de maneira correta o que eles desejam, e a “boa estratégia de vendas”, precisam ter uma definição clara de preço e comercializar corretamente os produtos / serviços de acordo com o mercado em que atuam, como saber adotar boas estratégias de marketing e promoção (SEBRAE, 2007). Para Viapiana (2000), os fatores condicionantes a esse sucesso são muitos, entre eles: capital de giro suficiente, reinvestimento dos lucros, endividamento sob controle e controle de custos.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo Geral**

Analisar as dificuldades na perspectiva do empresário/proprietário das micro e pequenas empresas do setor alimentício durante o período da pandemia de COVID 19.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

Analisar as principais ações tomadas para amenizar a situação da pandemia e identificar o perfil do encarregado das empresas.

### 1.3 JUSTIFICATIVAS

Antes da pandemia, no Brasil existiam mais de 6,4 milhões de estabelecimentos abertos, e, desse total, 99% eram MPEs, que correspondem por 52% dos empregos com carteira assinada no setor privado (SEBRAE, 2018). Apesar de não ter dados de pesquisas concretos, com bases de dados sólidas, só no ano de 2020 se estima que foram abertas 626.883 micros e pequenas empresas em todo o país, e os setores mais significativos foram: serviços combinados de escritório e apoio administrativo, comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios e restaurantes e similares (AGÊNCIA BRASIL, 2021).

As MPEs sofrem diversas dificuldades desde o início das suas atividades, como visto anteriormente, por entender a importância e representatividade delas no país, o presente trabalho buscou ter uma visão relacionando como estava antes e como esta durante a pandemia.

Para atingir os objetivos propostos, essa pesquisa analisou o ponto de vista dos próprios empreendedores. Isso é relevante porque são eles que estão à frente dos seus negócios, enfrentando as dificuldades desde a idealização da empresa e superando os desafios diários de empreender no Brasil, tendo em vista que MPEs, são caracterizadas pelos próprios donos estarem gerenciando o negócio. Espera-se que os resultados dessa pesquisa contribuam para políticas públicas que auxiliem os empreendedores a superar a crise. Por exemplo, a partir da identificação das dificuldades, pode-se desenhar cursos de capacitações e cursos profissionalizantes para auxiliar os empreendedores.

## 2. REVISÃO TEÓRICA

### 2.1 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

As micro e pequenas empresas desempenham um papel importante na situação econômica global. Elas se caracterizam pela criação de novos empregos que contribuem para o desenvolvimento regional. Como resultado, as MPEs são consideradas um importante fator de crescimento econômico e de criação de empregos, e transformam as políticas de inovação em um meio de estimular a competitividade (NETO; LOURENÇÃO; OLIVEIRA, 2006).

No Brasil, várias são as definições adotadas em relação MPEs. Uma das definições considera o tamanho de uma empresa, onde as empresas podem ser classificadas de duas maneiras: de acordo com o número de funcionários e de acordo com a receita auferida. Independente da classificação, as empresas devem ser formalizadas junto ao poder público por meio do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) ou outros registros oficiais (como declaração de Aptidão ao Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (DAP), número do Imóvel na Receita Federal (NIRF), registro nacional ou certificado nacional de artesanato) (SANTOS; DE LIMA, 2018).

Se considerarmos a classificação das MPEs via receitas, a Lei Complementar nº 123, conhecida como Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (MPE), promulgada em 14 de dezembro de 2006, se torna importante. Nela, a classificação das micro e pequenas empresas é definida com base na receita anual da empresa (BRASIL, 2006). Em outras palavras, somente após a empresa ter pagado todas as despesas (como aluguel, impostos, funcionários, fornecedores, etc.) os lucros serão considerados. Ou seja, o dinheiro restante é equivalente ao lucro. Seguindo essa classificação, portanto:

- Microempresa: é qualquer empresa comercial, empresa simples, pessoa física ou jurídica limitada e empresário individual cujo faturamento anual não ultrapasse R\$360.000,00.
- Pequena empresa: é a sociedade de negócios simples, pessoa física ou jurídica de responsabilidade limitada e empresário individual com faturamento anual superior a R\$360.000,00 e igual ou inferior a R\$4.800.000.

Outra classificação comum é a do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), que classifica as empresas de acordo com a receita

operacional bruta anual (ROB) ou a renda anual de clientes pessoas físicas. Nessa classificação, as microempresas são aquelas em que a ROB ou renda anual é Menor ou igual a R\$360.000,00. Já as pequenas empresas são aquelas em que o ROB ou renda anual da empresa são superiores a R\$360.000,00 e inferiores a R\$4.800.00,00 (BNDES, 2021). O BNDES utiliza essa classificação para enquadrar as empresas aos seus planos e canais de financiamento (BRITO, 2010).

Outra classificação é a do Sebrae, que classifica as empresas de acordo com o número de funcionários. Portanto:

- Microempresa: até 9 funcionários nos setores de serviços e comércio; nos setores de industrial e de construção até 19.
- Pequena empresa: emprega de 10 a 19 funcionários nos setores comercial e de serviços ou emprega de 20 a 99 funcionários nos setores industrial e de construção.

Para o presente estudo, as classificações escolhidas como base são: a Lei complementar e a do Sebrae, por serem mais abrangentes e utilizadas. Diversos autores utilizaram essa classificação, demonstrando a relevância delas para pesquisas sobre MPEs, sendo exemplos dessas pesquisas as realizadas pelos autores: Amaro e Paiva (2002); Cezarino e Campomar (2006) e Lemes e Pires (2019).

## 2.2 DIFICULDADES ENFRENTADAS PELAS MPES NO BRASIL

Apesar do importante papel que ocupam no país, as micro e pequenas empresas enfrentam diversas dificuldades na sobrevivência. Nessa sessão são apresentadas as principais dificuldades enfrentadas pelas MPEs encontradas na literatura.

Antes mesmo do início das suas atividades o empreendedor já se vê com um amontoado de papéis e burocracia para conseguir cadastrar sua empresa nos órgãos públicos envolvidos, como prefeitura da cidade onde ela irá funcionar e estado, receita federal e previdência privada (JUSBRASIL, 2010). Segundo a Doing Business (2020), o Brasil se encontra em 138º lugar, dos 190 países pesquisados, na classificação de “tempo de abertura de empresa”. Quando se compara com países do *top 3*, existe uma demasiada demora: no Canadá (3º lugar) média de 1.5 dias, na Geórgia (2º lugar) média de 1 dia e em 1º lugar Nova Zelândia com média de 0.5 dias. No Brasil, em média demora 15 dias.

Outra dificuldade inicial das MPEs, está atrelado ao perfil do empreendedor, que muitas vezes começou seu negócio por necessidade, após perder o emprego, e na angústia para se manter de alguma forma, torna-se empresário. Porém, ele não tem ideia de que irá encontrar diversos obstáculos no caminho, como falta de qualificação e de planejamento adequado para gestão, dificuldades de entender o mercado onde está inserido (MORAIS; CARNEIRO, 2017). Em estudos mais antigos feitos por Pereira e Santos (1995), os fatores que impactaram para a sobrevivência das MPEs foram: falta de experiência empresarial anterior e competência empresarial. Isso sugere que, apesar da pesquisa ter sido realizada há mais de 20 anos, os problemas enfrentados ainda são semelhantes no quesito perfil do empreendedor.

Já para Degen (1989) a maioria dos micro e pequenos empreendimentos fracassam pelos seguintes motivos: a falta de habilidades administrativa, financeira, mercadológica e tecnológica dos empreendedores. Segundo o mesmo autor, essa falta de habilidade manifesta-se mais frequentemente por meio dos seguintes problemas: falta de experiência gerencial do empreendedor; conhecimento inadequado do mercado; insuficiência de disponibilidade de capital para iniciar o empreendimento; problemas de qualidade com o produto, entre outros tantos.

Outros fatores de dificuldade na sobrevivência das MPEs são: o baixo número de capital empregado, presença significativa de proprietários, sócios e funcionários com laços familiares, grande centralização do poder decisório, não distinção da pessoa física do proprietário com a pessoa jurídica, inclusive em balanços contábeis, registros contábeis pouco adequados, dificuldade de acesso a financiamento de capital de giro, dificuldade de definição dos custos fixos e alto índice de sonegação fiscal (IBGE, 2003).

Diante da pandemia as dificuldades emergiram ainda mais. Como evidenciado nos parágrafos anteriores, há mais de 20 anos, as MPEs vêm enfrentando diversas dificuldades em comum, e durante essa pandemia não foi diferente: mais de 73% já não estavam bem antes da crise e uma das principais dificuldades foi em replanejar e tomar decisões rapidamente (SEBRAE, 2020). Segundo pesquisas realizadas pelo Sebrae (2020), mais de 10.1 milhões de empresas foram afetadas negativamente, interrompendo o funcionamento temporariamente e poucas foram as que não sentiram o impacto desse novo contexto; os quatro segmentos mais afetados foram: construção civil, alimentação fora do domicílio, moda e varejo tradicional.



Com um novo contexto, surgem novos desafios para sobrevivência nessa crise acentuada pela pandemia, pois agora estamos em uma era totalmente digital, onde grande maioria do público está no ambiente virtual. Dentre as dificuldades mais elencadas pelas MPEs estão: manter vendas e faturamento, pagamento de dívidas, aluguel, fornecedores e folha de pagamento (SEBRAE, 2020).

Pesquisas realizadas pela Resultados Digitais (2020) comprovam essas dificuldades, pois, 77.7% das empresas tiveram impacto negativo em suas receitas no início da crise, onde tinham que tomar diversas decisões incertas, e isso levou elas a revisarem seu plano anual, tendo que demitir pessoas, fechar suas portas presencialmente e rever seu conceito de negócio para inovar nas vendas.

Em resumo, a partir dessa revisão, identificou-se as seguintes dificuldades que potencialmente podem ter afetado as MPEs durante a pandemia: falta de experiência e conhecimento empresarial anterior, dificuldades no capital de giro e financeiro no geral, falta de controle contábil e dificuldades na gestão de vendas.

### 2.3 PANDEMIA DE COVID-19

A covid-19, segundo Organização Mundial da Saúde (OMS) (2020), é uma doença infecciosa causada pelo coronavírus da síndrome respiratória aguda grave (SARS-CoV-2), do inglês *severe acute respiratory syndrome-associated coronavirus*. Ela afeta indivíduos diferentes de maneiras diferentes e a maioria das infectadas desenvolverá doença leve a moderada e se recuperará sem hospitalização (OMS, 2021).

De acordo com a Organização Mundial da Saúde (2021), em 31 de dezembro de 2019, na província de Wuhan na China, foram relatados os primeiros casos de pneumonia causada por um agente desconhecido e reportados às autoridades de saúde<sup>1</sup>. No dia 7 de janeiro de 2020, Zhu Wen-Hong e outros pesquisadores, anunciaram o sequenciamento do genoma viral e no dia 12 de janeiro, a China compartilhou a sequência genética com a OMS e outros países através do banco de dados internacional *Global Initiative on Sharing All Influenza Data* (GISAID). Desde então, os casos começaram a se propagar rapidamente pelo mundo, inicialmente pelo continente asiático, havendo relatados na Tailândia, Japão e Coreia do Sul nos dias 13, 15 e 20 de janeiro, respectivamente. Em 30 de janeiro de 2020, a OMS declarou que o surto do novo coronavírus constitui uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII) – o mais alto nível de alerta da Organização,

conforme previsto no Regulamento Sanitário Internacional. Essa decisão teve o intuito de aprimorar a coordenação, a cooperação e a solidariedade global para interromper a propagação do vírus.

No Brasil, o primeiro caso confirmado foi em 26 de fevereiro, em São Paulo, onde no mesmo mês, começaram as primeiras ações governamentais ligadas à pandemia da covid-19, com a repatriação, ou seja, o processo de devolução de uma pessoa ao local de origem, dos brasileiros que viviam em Wuhan, cidade chinesa epicentro da infecção. Desde então, a pandemia e as ações governamentais foram variadas, com reduções e aumentos no número de casos, medidas como lockdown e toques de recolher, também o início da vacinação em maio, que no começo foi aos poucos e com grande atraso, sendo apenas para grupos seletos como grávidas e agentes de saúde, e em dois ou três meses em massa para atingir o máximo da população (SANAR, 2021).

## 2.4 SETOR DE ALIMENTAÇÃO

Segundo o IBGE (2018) o setor alimentício representava cerca de 9,6% do Produto Interno Bruto (PIB) e o faturamento das empresas somou R\$ 656 bilhões no País, em 2018, sendo R\$ 528,3 bilhões em alimentos e R\$ 127,7 bilhões em bebidas. Sendo assim, um setor de suma importância para a economia no país.

De acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), o setor de alimentos é composto por 82 classificações, sendo elas: Produção de lavouras temporárias; Horticultura e floricultura; Produção de lavouras permanentes; Produção de sementes e mudas certificadas; Pecuária; Produção Florestal; Pesca; Aquicultura; Preservação do pescado e fabricação de produtos do pescado; Fabricação de conservas de frutas, legumes e outros vegetais; Laticínios; Torrefação e moagem de café; Fabricação de outros produtos alimentícios; Fabricação de bebidas alcoólicas; Fabricação de bebidas não alcoólicas; Comércio atacadista de matérias-primas agrícolas e animais vivos; Comércio atacadista especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo; Comércio varejista de produtos alimentícios, bebidas e fumo; Comércio ambulante e outros tipos de comércio; Restaurantes e outros serviços de alimentação e bebidas; Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada.

Para o presente trabalho, o setor de alimentação se limitou a estabelecimentos comerciais, com atendimento em estabelecimento físico ou não, sendo restaurantes, lanchonetes, churrascarias, pizzarias, bares com serviço completo e petiscarias.

### 3. MATERIAIS E MÉTODOS

Essa seção apresenta os materiais e métodos que foram utilizados para atingir os objetivos propostos e uma classificação desta pesquisa.

#### 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

O presente trabalho utilizou o método de pesquisa exploratória, a fim de fazer um levantamento informal e sem regras para entender o assunto e a situação que ele está inserido (GIL, 2000). Os dados coletados foram quantitativos, pois para Manzato (2012), quando se deseja medir opiniões, reações, sentimentos, hábitos e atitudes, geralmente se usa esse método de coleta.

#### 3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA DE ANÁLISE

O estudo foi realizado com as micro e pequenas empresas do setor de alimentação da cidade de Dourados – MS, situada no interior do estado. Esse município tem uma população composta por 225.495 mil habitantes, sendo a 2º maior cidade do estado do MS.

Segundo dados do DataSebrae (2020), a cidade tem 23.795 mil empresas, sendo 1.538 mil Empresas de Médio e Grande porte; e 22.257 mil MEI e MPES, distribuídas em 5 grandes setores: serviços, comércio, construção civil, indústria e agropecuário (nessa sequência de montante). As áreas de atividade econômica com maior número de empresas são: comércio varejista de vestuário e acessórios, transporte rodoviário, restaurantes e similares, comércio varejista de mercadorias em geral e lanchonetes, casas de chá, de suco e similares.

Para selecionar as empresas que iriam participar da pesquisa, foi feito um levantamento dos locais nos principais sites de busca, por exemplo Google, Restaurantguru e Guiamais, no período de agosto de 2021. Essa estratégia foi utilizada pois o Sebrae não pode divulgar os dados das empresas cadastradas, por conta da LGPD, Lei Geral de Proteção de Dados vigente desde o ano de 2020.

Após o levantamento nos sites, identificou-se 450 empresas existentes na cidade para realização da pesquisa. Esse número contempla empresas de todos os portes, MEI, MPES e Grande. Os dados foram coletados durante o mês de outubro de 2021 e essas empresas foram contatadas da seguinte forma:

- Primeiro passo: foram selecionadas 125 empresas daquelas que tinham disponíveis o e-mail nos sites, e foi enviado um convite explicando o intuito da pesquisa e pedindo sua participação, sendo que apenas 13 responderam;
- Segundo passo: selecionou-se novamente outras 125 empresas, sem terem sido escolhidas anteriormente no primeiro passo que tinham disponíveis suas redes sociais e enviou-se um convite, explicando da mesma forma que no e-mail, sendo que 43 responderam;
- Terceiro passo: 10 empresas foram convidadas, sem terem sido escolhidas anteriormente no primeiro e segundo passo para responderem presencialmente, a fim de se aprofundar em quais outros motivos e ações foram tomadas, sendo dessas 7 aceitaram responder.

Ao finalizar a aplicação dos questionários, das 450 empresas existente, 260 foram convidadas a responderem, obteve-se uma amostra de 63 respondentes para a análise de dados.

### 3.3 TÉCNICAS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Visando a melhor maneira de coleta das informações necessárias para responder ao problema e atingir os objetivos da pesquisa, foi utilizado o método survey (levantamento), e, por meio de um questionário eletrônico, elaborado na plataforma forms da Microsoft, sendo específica para fazer formulários online, foi feita a coleta de dados.

Um questionário com 15 perguntas, de questões em sua maioria fechadas, apenas com 4 com a sugestão de “outras” aberta para responder, foi aplicado com a amostra de 63 empresas que aceitou participar da pesquisa. O questionário foi adaptado de pesquisas realizadas pelo Sebrae (2020) e por Viapiana (2000). O questionário está disponível na íntegra APÊNDICE A.

O questionário foi dividido em 3 sessões: 1º dados da empresa, onde se coletou dados do perfil da empresa, do seu porte, número de sócios, quantidade de funcionários, tempo de existência, faturamento mensal, local (sendo virtual ou não); 2º dados do responsável pela empresa, onde se coletou dados do perfil de quem fica à frente da empresa, gênero, idade, escolaridade, motivo da abertura do negócio e nível de experiência e conhecimento antes de abrir a mesma; e 3º Dados sobre o

impacto da pandemia, para entender como foi o impacto e decisões durante a pandemia.

Para analisar os dados foram utilizadas estatística descritiva e os resultados são apresentados em gráficos e tabelas. Os dados da 1° e 2° sessão do questionário foram analisados por percentuais de resposta. Os dados da 3° sessão foram analisados por percentuais de respostas (questão 12) e as demais por percentuais em ordem de relevância das respostas dadas pelos participantes.

## 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

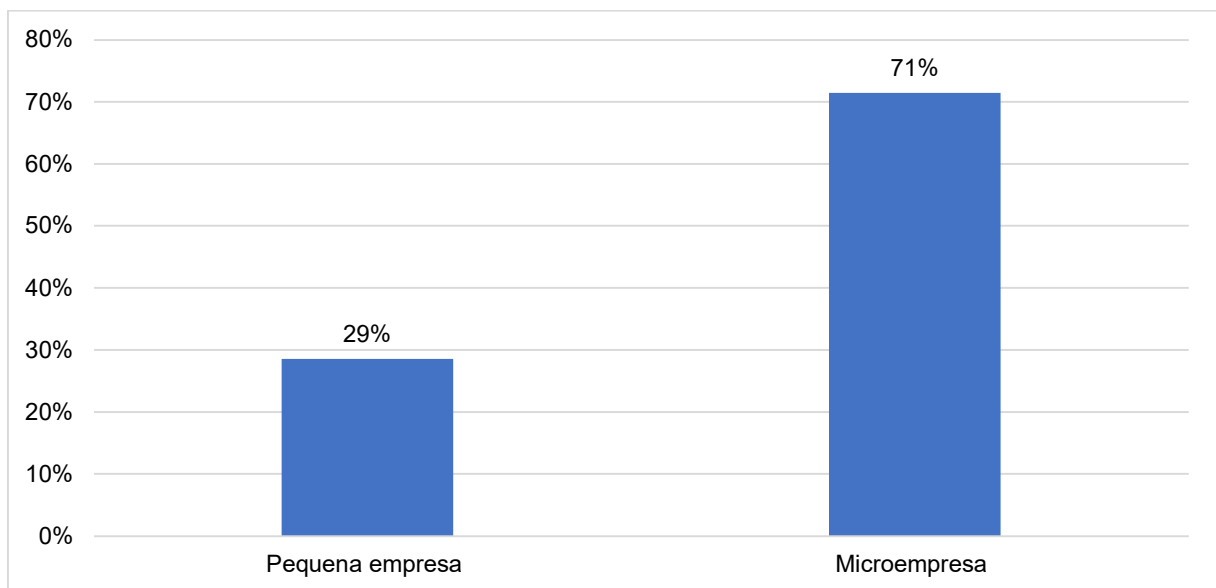
Nessa seção do trabalho são apresentados os resultados da pesquisa realizada. A pesquisa obteve 63 respondentes.

### 4.1 PERFIL DAS EMPRESAS

No questionário, uma das sessões coletou dados para entender o perfil das MPEs. Os parágrafos e gráficos da seção 4.1 apresentam os resultados do perfil das empresas.

No Gráfico 1, pode-se observar a representatividade das empresas entrevistadas, dependendo da sua classificação. A grande maioria, 71% foi microempresa, que se identificaram com essa denominação; 29% se identificou como pequena empresa. Os resultados são semelhantes com o DataSebrae (2020), onde 90% das empresas foram ME e 10% EPP.

Gráfico 1 - Autoclassificação das empresas.



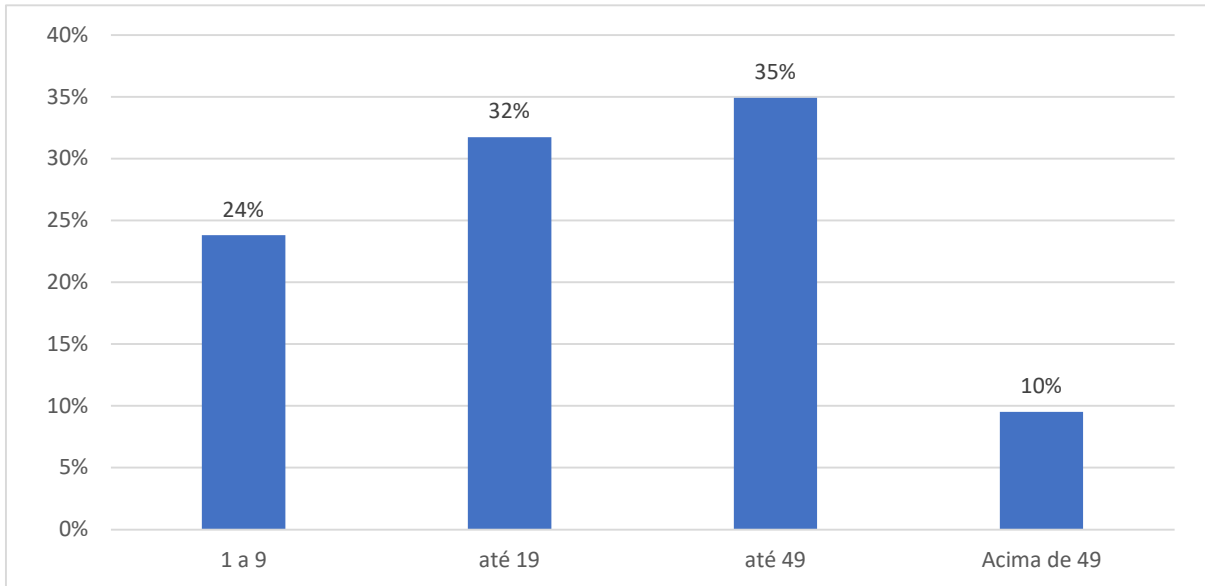
Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Com base na classificação do Sebrae (2016), Microempresa pode se encaixar nessa categoria da seguinte forma: empregar até 9 pessoas no comércio e serviços ou 19 pessoas no setor industrial. A pequena empresa pode empregar de 10 a 49 pessoas no comércio e serviços ou de 20 a 99 pessoas na indústria.

No gráfico 2 observa-se que 24% têm de 1 a 9 funcionários, então se classificariam como ME e 67% com até 49, sendo EPP. Porém, no gráfico 1 vemos

que há uma divergência, pois, a maioria se classificou como sendo ME. Provavelmente, isso ocorre pois é como eles se enxergam e não como são efetivamente classificadas. Ou como preferem que sejam vistas/identificadas.

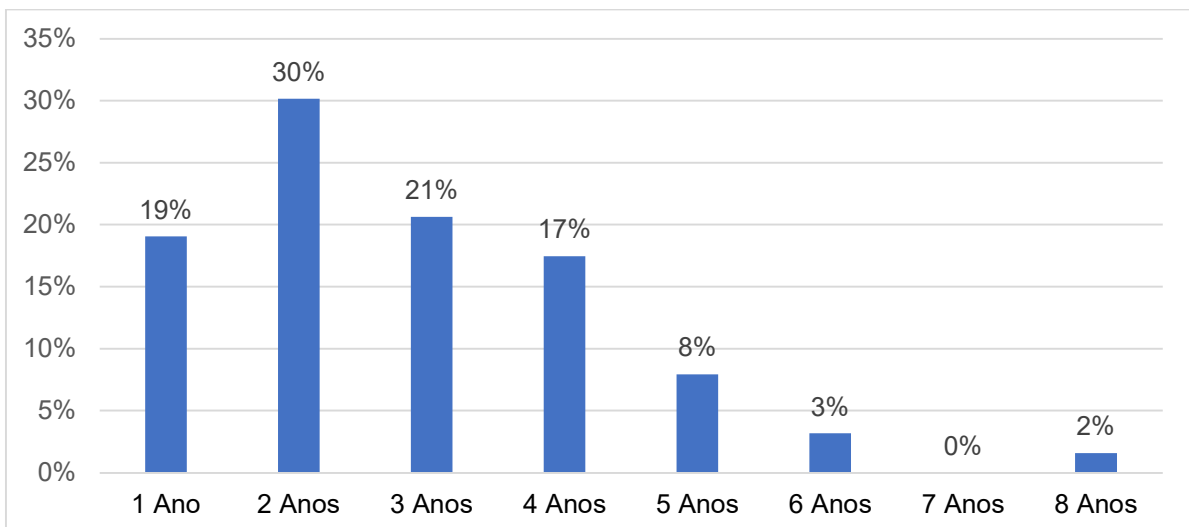
Gráfico 2 – Número de funcionários.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

No gráfico 3 pode-se verificar que as empresas são, em sua maioria novas, pois mais de 95% têm até 5 anos de atividade. Se compararmos esse resultado com a pesquisa do Sebrae (2018), há uma divergência, pois apenas 28% tinham até 5 anos e sua maioria, 60%, tinha 6 a 20 anos.

Gráfico 3 – Tempo de atividade da empresa.

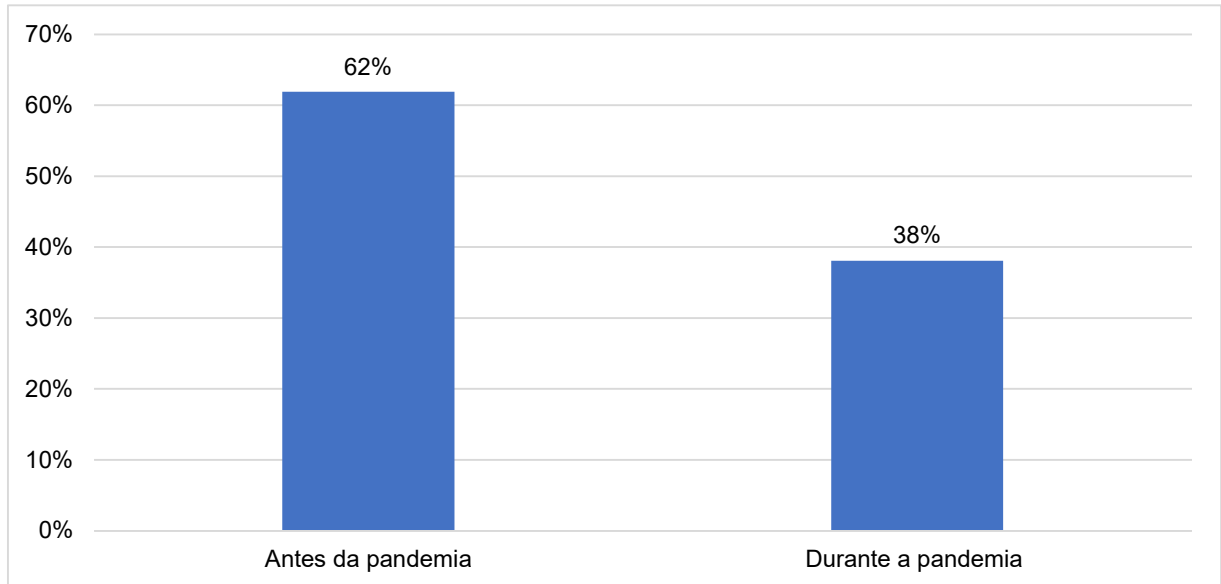


Fonte: Elaborado pela autora (2021).



Utilizando os resultados dos gráficos 3 e 4, e considerando que já irá fazer 2 anos que a pandemia oficialmente chegou no Brasil, observamos que das 49% MPEs que abriram nos últimos 2 anos, apenas 11% não foi durante a pandemia.

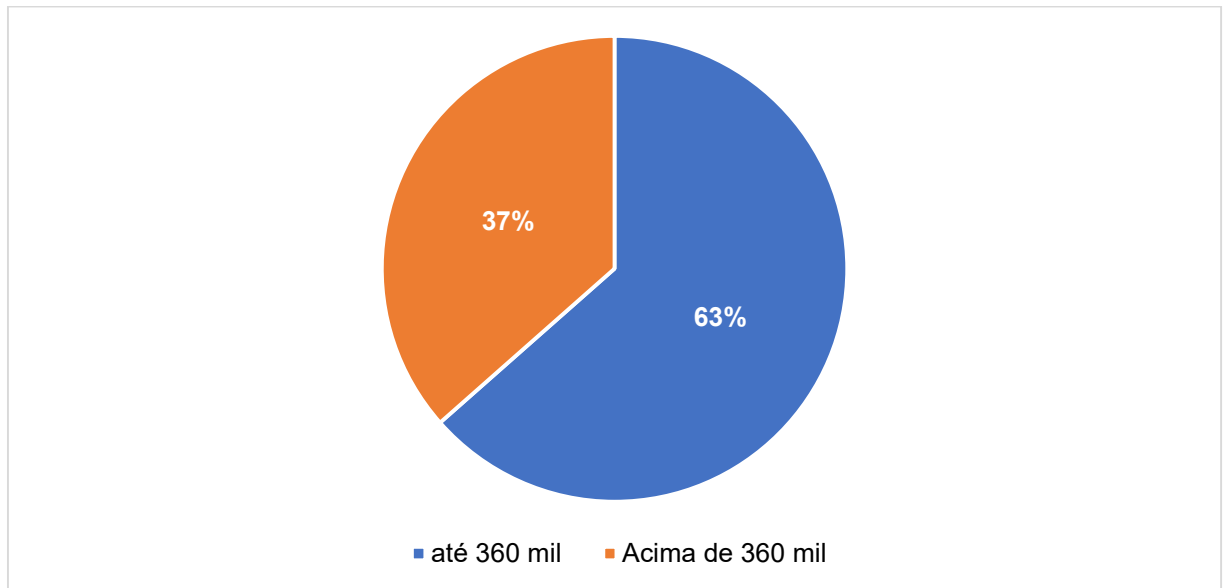
Gráfico 4 – Abertura do negócio antes ou durante a pandemia de covid-19.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Conforme classificação da Lei Complementar nº 123, promulgada em 14 de dezembro de 2006, as Microempresas têm faturamento anual de até R\$360.000,00 e Pequena empresa com faturamento anual maior que R\$360 mil e menor ou igual a R\$4,8 milhões. No Gráfico 5 percebe-se que 63% das MPEs tem faixa de faturamento de até R\$ 360.000,00, sendo, portanto, classificadas como ME e 33% têm faturamento acima de 360mil, sendo EPP. Porém, ao analisarmos o Gráfico 1, verificamos que o número de MPEs não é o mesmo, o que, mais uma vez, demonstra a dificuldade em classificar as MPEs, pois há várias formas de classificação.

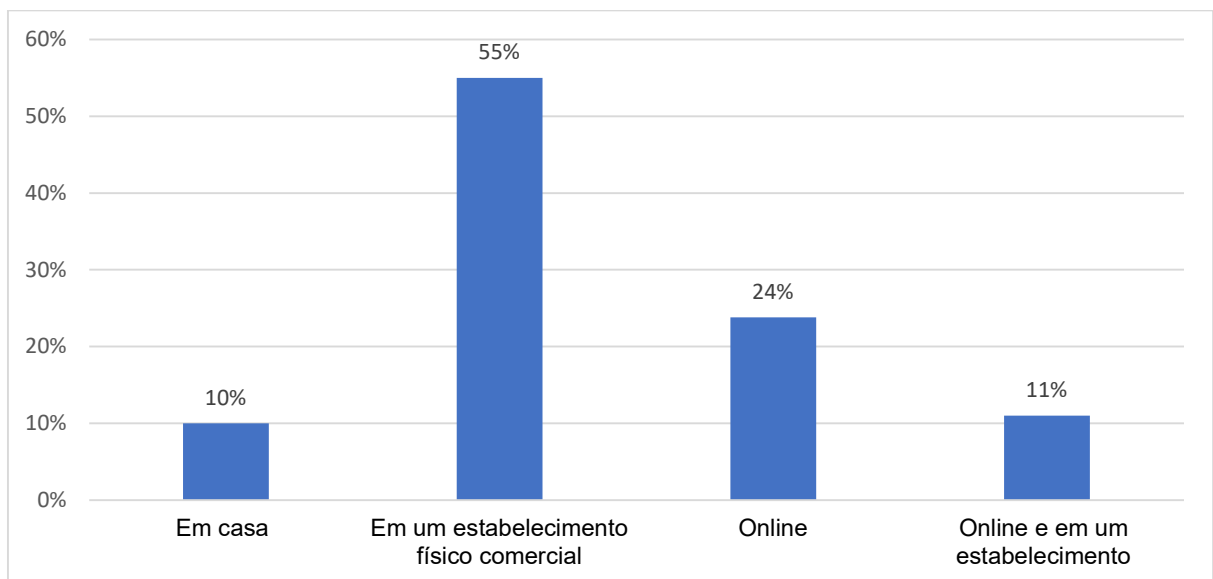
Gráfico 5 – Faixa de faturamento anual.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Ao analisar a localidade das MPEs, observa-se que 55% delas tem estabelecimento físico. Comparado com a pesquisa do Sebrae (2018), houve 78% nessa modalidade. A pandemia mudou o perfil do consumidor e do empreendedor. Na pesquisa realizada pelo Sebrae (2018), ainda não se falava em modalidade online. Porém, agora 24% das MPEs estão fazendo atendimento exclusivamente online, onde a entrega é por delivery, e 11% faz híbrido.

Gráfico 6 – Local da empresa.



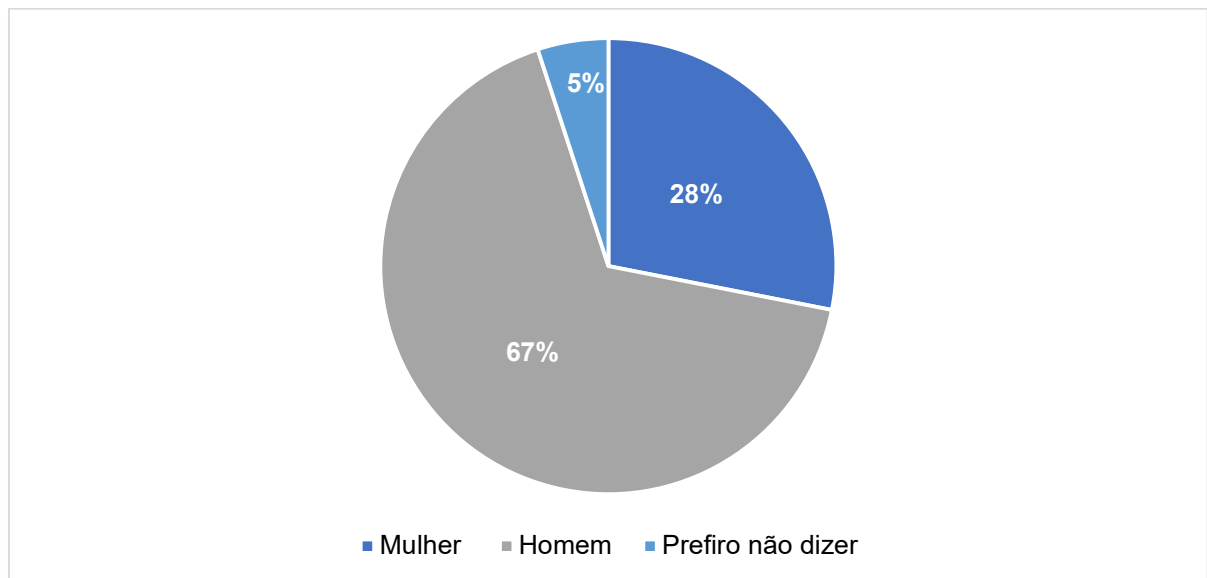
Fonte: Elaborado pela autora (2021).

## 4.2 PERFIL DO ENCARREGADO PELA MPE

No questionário, uma das sessões coletou dados para entender o perfil dos encarregados, sendo esse o responsável legal ou gestor que está à frente dos negócios, pela MPE. Os parágrafos e gráficos da seção 4.2 apresentam os resultados do perfil destes encarregados.

No gráfico 7 pode-se verificar os homens como maioria, com 67%. Esse percentual está um pouco acima do perfil do MPE brasileiro feito pelo Sebrae (2015), que tinha 61% sendo desse gênero.

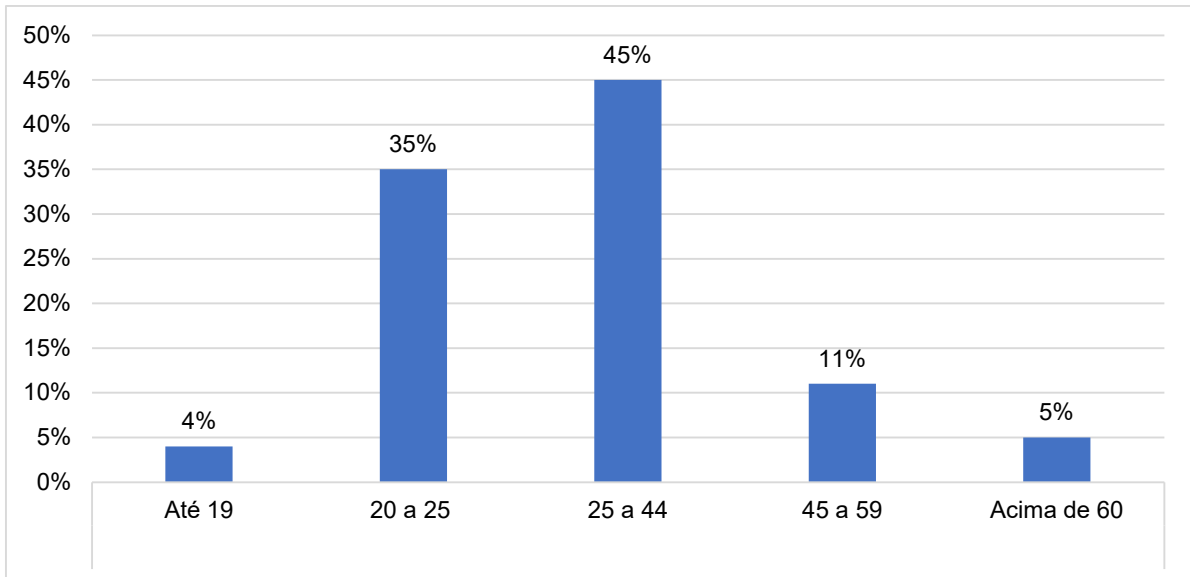
Gráfico 7 – Gênero.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Ao analisar a idade dos encarregados, percebe-se que, na amostra deste trabalho, 45% têm entre 25 e 44 anos, sendo um perfil mais jovem do que o perfil tradicional no Brasil, que segundo o Sebrae (2018), 54% tem idade entre 35 e 54 anos.

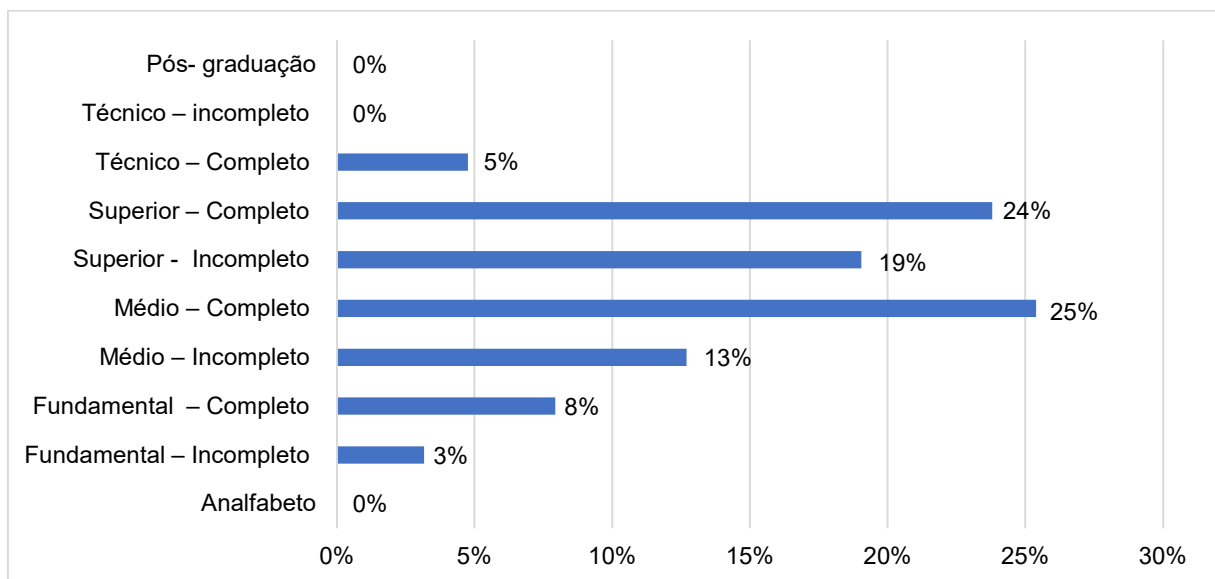
Gráfico 8 – Idade.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Ao analisar a escolaridade dos encarregados, pode ser observado que 68% tem ao menos o ensino médio completo. Em comparação com a pesquisa do Sebrae (2018), vê-se que o ensino médio completo é similar, com 28%; porém, quando se observa os outros níveis educacionais, o presente trabalho teve uma variabilidade maior entre as categorias. Uma possível explicação para essa disparidade é porque o perfil do Sebrae é a nível nacional, e aqui o foco foi a cidade de Dourados.

Gráfico 9 – Escolaridade.

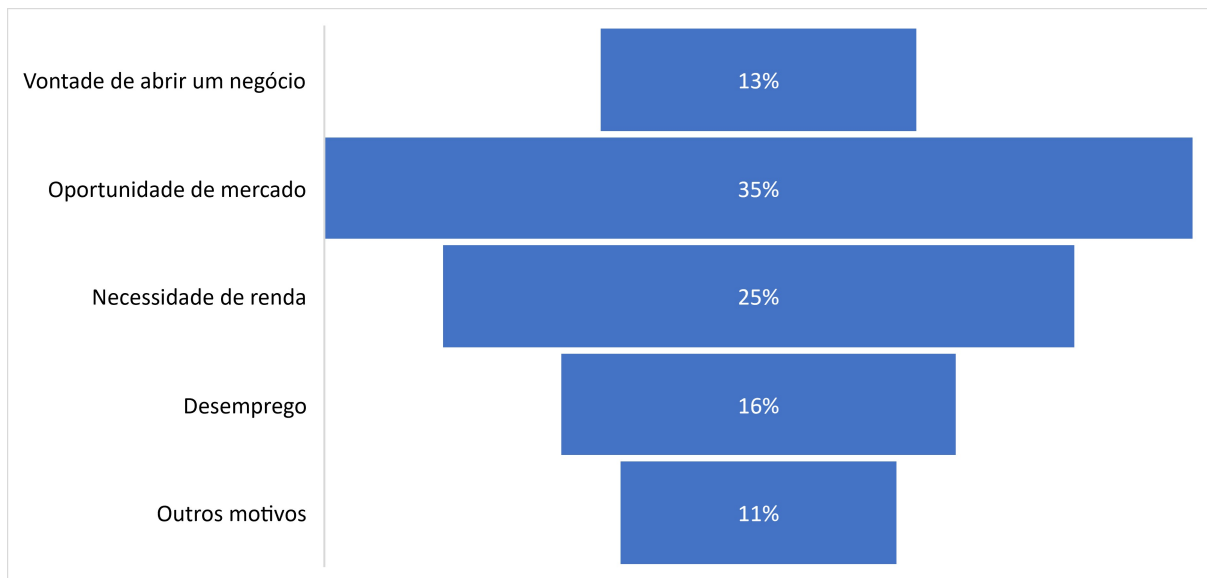


Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Quando perguntado o que motivou o empreendedor a abrir um negócio, 35% disseram que foi de uma oportunidade de mercado, quando seu propósito vai ao

encontro de uma necessidade de mercado, ou seja, quando há potenciais clientes. Na pesquisa do Sebrae (2018), 24% responderam da mesma maneira. Já a opção de desemprego que foi de 7% na pesquisa do SEBRAE, foi de 16%; a necessidade de renda era de 16% na pesquisa do SEBRAE e foi para 25%. Estas diferenças podem estar relacionadas a fatores econômicos que aconteceram recentemente, sendo, claro, um deles a pandemia.

Gráfico 10 – Motivo de ter aberto a empresa.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Para finalizar a análise do perfil dos encarregados pelas MPEs, foi questionado o quanto de conhecimento e experiência eles tinham antes de abrir a empresa. Pode-se observar na Tabela 1 que há uma relação entre conhecimento e nível de experiência, pois há um percentual semelhante nas respostas para essas duas questões.

Na pesquisa feita pelo Sebrae (2018), o principal motivo para empreender é ter conhecimento/experiência na área em que atua, e, logo após era oportunidade de mercado e vontade de abrir um negócio.

**Tabela 1** – Nível de experiência/conhecimento na área de atuação, antes de abrir empresa.

<b>Escala</b>	<b>Conhecimento</b>	<b>Experiência</b>
Nenhum (a)	13%	10%
Pouco (a)	22%	19%
Razoável	19%	23%
Boa	29%	33%
Muito (a)	17%	15%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

#### 4.3 DIFICULDADES DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19

No questionário, uma das sessões coletou dados para identificar as dificuldades enfrentadas pelas empresas durante a pandemia, a seção 4.3 apresenta estes resultados.

Na Tabela 2 são apresentadas as dificuldades relatadas pelos encarregados antes da pandemia. Como visto na seção 2 do presente trabalho, as MPEs já vinham sofrendo diversas dificuldades, como falta de experiência e conhecimento empresarial, dificuldades no capital de giro e financeiro no geral, falta de controle contábil e dificuldades na gestão de vendas entre diversas outras. Ao observar a Tabela 2, nota-se que mais de 50% já era impactada com a falta de conhecimento em gestão, o que seria o básico para saber antes de abrir um negócio. Uma possível explicação é que, como visto no Gráfico 9, mais de 40% da amostra não tem ensino superior, o que pode estar correlacionado a falta de conhecimento em gestão.

Os resultados da Tabela 2 também demonstram que burocracia excessiva foi destacada pelos respondentes, pois 45% disseram que são impactados. Já as dificuldades contábeis foram mencionadas por 51% como tendo impacto. É possível que isso esteja relacionado ao fato do Brasil ser um dos países mais burocráticos em diversas questões, desde a abertura da empresa, até no dia a dia com responsabilidades fiscais/contábeis excessivas (ENDEAVOR, 2020). A falta de clientes foi a colocação com menor impacto pois, 68% dos respondentes disseram pouco ou nada. As dificuldades em vendas e a falta de mão de obra qualificada também não foram mencionadas como tendo impacto por mais de 50% dos participantes.

**Tabela 2 – Dificuldades antes da pandemia.**

Escala	Falta de mão de obra qualificada	Falta de capital de giro	Dificuldades em vendas	Falta de conhecimento em gestão	Burocracia excessiva	Dificuldades Contábeis	Falta de cliente
Totalmente Impactada	10%	13%	10%	23%	20%	23%	5%
Impactada	18%	20%	15%	30%	25%	28%	13%
Neutro	23%	35%	25%	20%	18%	13%	15%
Pouco Impactada	35%	23%	33%	13%	28%	25%	38%
Não Impactada	15%	10%	18%	15%	10%	13%	30%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Na Tabela 3 são apresentados os resultados do impacto da pandemia pela ótica do empreendedor. É pouco provável que as empresas não tenham sido impactadas de alguma forma. Isso fica evidente porque a vasta maioria dos respondentes disseram ter sido impactados. Na Tabela 3 nota-se que apenas 9% disseram não ter sido afetado pela pandemia; já 56% disseram que o impacto foi negativo. Provavelmente isso está relacionado ao fato de o setor de alimentação ter sofrido uma série de restrições, como ter que fechar por um tempo, atender de forma diferente, horários de toque de recolher, entre outros. Porém, pela ótica dos empreendedores a pandemia também trouxe novas formas de consumo, como delivery ou retirada, e, como visto no gráfico 4, 38% das empresas pesquisadas abriram seu negócio durante a pandemia.

**Tabela 3 – Impacto da pandemia.**

Escala	A pandemia impactou negativamente meu negócio	A pandemia impactou positivamente meu negócio	Não fui afetado pela pandemia
Concordo plenamente	16%	24%	3%
Concordo	40%	19%	6%
Neutro	14%	13%	16%
Discordo	22%	32%	40%
Discordo totalmente	8%	13%	29%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Na Tabela 4 são apresentadas as dificuldades relatadas pelos empreendedores durante a pandemia. Como visto na seção 2 e na Tabela 2, antes mesmo da pandemia as MPEs já vinham tendo dificuldades e a pandemia acentuou algumas, como falta de conhecimento em mídias digitais, dificuldades em vendas e gestão em tempos de crise (VITÓRIA, 2021). De fato, segundo dados do Sebrae (2020), somente em abril de 2020, 47% dos consumidores brasileiros aumentaram os gastos com alimentos. Porém, enquanto bares e restaurantes tiveram que interromper suas atividades por conta das medidas de isolamento social, tendo uma queda de 66% das vendas por conta disso, e estavam retomando lentamente as operações de outras maneiras, os supermercados se transformaram em estabelecimentos essenciais e que cada vez mais as pessoas frequentavam eles (SEBRAE, 2020).

Ao comparar a Tabela 4 e Tabela 2, percebe-se que as dificuldades em vendas e falta de cliente tiveram uma crescente significativa, pois antes da pandemia isso não era uma dificuldade que impactava, e durante pandemia os empreendedores na maioria relataram ter sido impactados. É possível que isso esteja relacionado a dois fatores principais: fechamento do local por meio dos decretos do governo e dificuldades em vendas online (SEBRAE, 2021).

Outros grandes impactos, gerados por essas mesmas situações, são: atraso de pagamentos de funcionários e atraso de pagamentos de aluguéis e dívidas. Uma vez que seus estabelecimentos estavam ou permaneceram fechados por um período de tempo sem funcionamento, caso não tenham uma boa gestão de crise instalada e uma reserva para essas situações, se torna inevitável não sofrer essas situações. O relatório da Pesquisa de Gestão de Risco Empresarial da Deloitte (2020), mostra que só 49% das empresas criaram manuais relevantes e fizeram testes prévios com base em cenários de emergência, sendo que somente 32% realizaram exercícios de simulações de emergência ou treinamentos, isso mostra que em sua maioria, as empresas não tem preparo antecipado para lidar com essas situações, afim de ameniza-las.



**Tabela 4** – Dificuldades durante a pandemia.

Escala	Falta de conhecimento em mídias digitais	Atraso de Pagamento de funcionários	Dificuldades em vendas	Falta de conhecimento em gestão	Atraso de pagamento de alugueis e dívidas	Dificuldades Contábeis	Falta de cliente
Totalmente Impactada	32%	29%	29%	24%	21%	13%	30%
Impactada	40%	41%	43%	35%	40%	25%	35%
Neutro	8%	8%	11%	11%	13%	14%	10%
Pouco Impactada	16%	13%	10%	16%	17%	32%	14%
Não Impactada	5%	10%	8%	14%	10%	16%	11%
<b>Total</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

No gráfico 12 são apresentadas as ações que foram tomadas pelas empresas para se adequar a pandemia. Nota-se que a principal ação foi o corte de custos, o que é uma boa estratégia, sendo uma das recomendações dadas como importante pelo Sebrae (2020), pois um dos primeiros pensamentos em tempos de crise é repensar as prioridades e recalcular custos, visando diminuir ou eliminar os que não são necessários naquele momento.

Em seguida investimento em marketing e redes sociais mostrou-se com grande importância nas estratégias das empresas, o que faz sentido, já que o consumidor mudou seu consumo e a era digital quase que totalmente se instalou, como visto na sessão 1 do presente trabalho. As empresas enxergaram isso, porém, agora atenção do consumidor precisa ser mais bem trabalhada, já que existem diversas opções para consumo e tudo na palma das mãos, o que acarretou as empresas investirem nessa categoria, em busca dessa atenção e conseqüentemente da compra efetivamente.

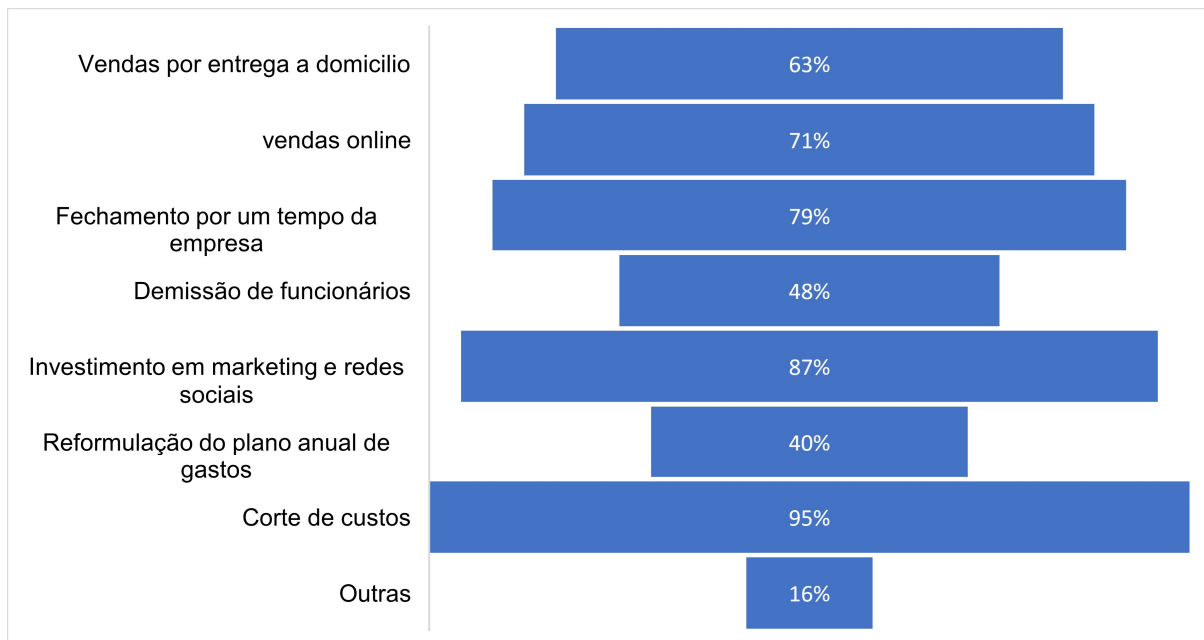
De fato, conforme a 10ª edição da pesquisa do Sebrae e FGV (2021), pode-se visualizar que 7 em cada 10 empresas estão utilizando as redes sociais, aplicativos ou internet para vendas. Em 2020 o Sebrae já havia citado que a tendência dos estabelecimentos seria a migração para vendas online, com delivery ou retirada.

O fechamento das empresas por um tempo foi algo inevitável, sendo uma ação tomada com 79% dos respondentes, considerando que nos primeiros meses de pandemia, os decretos do governo só permitiam atividades essenciais e com horários restritos. Conforme foi flexibilizando esses decretos, as empresas começaram a fazer

vendas online e com entrega a domicílio, o que ajudou na retomada do faturamento delas.

Demissão de funcionários e reformulação do plano de gastos também teve certa relevância para as empresas, mas com um pouco menos de pressão. No quesito outras, alguns dos entrevistados presencialmente citou: “reformulação do negócio e promoções como frete grátis ou brindes”, “Férias, home office, a fim de diminuir o quadro de funcionários, porém sem precisar demitir”, “Pedir ajuda para o Sebrae, a fim de conseguir pensar em soluções para não fechar o negócio” e “Inovação na forma de venda, não apenas investir em marketing, mas na experiência do cliente”.

Gráfico 12 – Ações tomadas para melhorar.



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo identificar as dificuldades das micro e pequenas empresas durante a pandemia no segmento de alimentação, na perspectiva do empresário/proprietário. O foco foi no segmento de alimentação de empresas localizadas na cidade de Dourados, Mato Grosso do Sul. Para atingir esse objetivo, foi aplicado um questionário estruturado para 63 empresas, divididos em 3 sessões: 1° visando conhecer melhor a empresa; 2° o perfil do encarregado por ela e a; 3° identificar as dificuldades antes e durante a pandemia.

Com os resultados da pesquisa, foi possível identificar o perfil das MPEs da cidade, sendo com predominância de 19 a 49 funcionários, abertas antes da pandemia nos últimos 5 anos, com localidade em um estabelecimento físico comercial e com faixa de faturamento anual de até R\$360mil. Além do perfil delas, identificou os responsáveis pelas empresas, sendo maioria homens, com faixa etária de 25 a 44 anos, ensino médio completo e nível bom de conhecimento e experiência na área do seu negócio.

Conforme evidenciado na literatura apresentada no decorrer do trabalho, as MPEs já vinham sofrendo com diversas dificuldades, desde o início das suas atividades até no funcionamento do dia a dia, sendo quase que inevitável que não acentuasse ainda mais com a pandemia.

Foi possível identificar nos resultados da pesquisa que as principais dificuldades antes da pandemia eram: burocracia excessiva, falta de conhecimento em gestão e dificuldades contábeis. Após a pandemia impactar mais de 91% das empresas, encontrou-se que as principais dificuldades foram: falta de conhecimento em mídias digitais, dificuldades em vendas e gestão em tempos de crise. As principais estratégias para amenizar foram corte de custos, investimento em marketing e redes sociais, fechamento das empresas por um tempo e vendas online com entrega por delivery ou retirada.

Pela questão de a pandemia ainda não ter acabado, o presente trabalho pode auxiliar a futuros pesquisadores a analisar os dados comparando com os pós pandemia, o que é um tema interessante, já que terá 3 espaços tempo, antes, durante e pós, a fim de entender quais foram as consequências de fato quando acabou a pandemia, as estratégias que deram ou não certo, lições levadas pelas empresas, se o perfil delas mudou. Outra sugestão de pesquisa é sobre as políticas públicas que

poderiam ter sido implementadas para auxiliar essas empresas, não só durante ou pós a pandemia, mas em sua trajetória.

## REFERÊNCIAS

### **Abertura de empresas - Doing Business - Grupo Banco Mundial.**

Doingbusiness.org. Disponível em:

<<https://portugues.doingbusiness.org/pt/data/exploretopics/starting-a-business>>.

Acesso em: 5 maio 2021.

AMARO, Meiriane Nunes; PAIVA, Silvia Maria Caldeira. **Situação das micro e pequenas empresas**. São Paulo, 2002.

BRASIL. Lei n. 123, de 14 de dez. 2006. **Instituição do Estatuto Nacional da Microempresa e de Empresa de Pequeno Porte**. Brasília - DF, dez. 2006.

BRITO, Natalia Dinoá Duarte Cardoso de. **Sucesso do microempreendedor individual no Brasil**. 2016. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

CEZARINO, Luciana O.; CAMPOMAR, Marcos Cortez. **Micro e pequenas empresas: características estruturais e gerenciais**. Revista Hispeci & Lema, v. 9, p. 10-12, 2006.

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DE SERGIPE. **Veja o passo a passo necessário para abrir sua microempresa**. Jusbrasil. Disponível em: <<https://crc-se.jusbrasil.com.br/noticias/2357882/veja-o-passo-a-passo-necessario-para-abrir-sua-microempresa>>. Acesso em: 5 maio 2021.

DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor: Fundamentos da Iniciativa Empresarial**, 8ª Edição, McGraw-Hill, São Paulo, 1989.

DE REZENDE, Adriano Alves; MARCELINO, José Antônio; MIYAJI, Mauren. **A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de covid-19**. Boletim de Conjuntura (BOCA), v. 2, n. 6, p. 53-69, 2020.

FERREIRA, Luis Fernando Filardi et al. Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. **Gestão & Produção**, v. 19, n. 4, p. 811-823, 2012.

GIL, Carlos, A. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**, 6ª edição, 2018.

IBGE. **IBGE | Biblioteca | Detalhes | As Micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil: 2001 / IBGE, Coordenação de Serviços e Comércio**. -.

lbge.gov.br. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=21898>>. Acesso em: 16 maio 2021.

**Impacto do coronavírus na economia e nas empresas - Accenture.**

Accenture.com. Disponível em: <<https://www.accenture.com/br-pt/about/company/coronavirus-business-economic-impact>>.

Acesso em: 16 maio 2021.

**Impacto Global do COVID-19: Como o Coronavírus Está Afetando o Mundo – FENAD.** Fenad.org.br. Disponível em: <<https://fenad.org.br/impacto-global-do-covid-19-como-o-coronavirus-esta-afetando-o-mundo/>>. Acesso em: 16 maio 2021.

LEMES, Antonio; PISA, Beatriz. **Administrando micro e pequenas empresas.** Elsevier Brasil, 2010.

**Loja IFB - ruim | Ifb Novo.** Ifb Novo. Disponível em: <<https://www.institutofoodservicebrasil.org.br/shop>>. Acesso em: 16 maio 2021.

**Mais de 620 mil micros e pequenas empresas foram abertas em 2020.** Agência Brasil. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-04/mais-de-620-mil-micro-e-pequenas-empresas-foram-abertas-em-2020#:~:text=Dados%20do%20Servi%C3%A7o%20de%20Apoio,eram%20empresas%20de%20pequeno%20porte.>>. Acesso em: 16 maio 2021.

MAHAMID, Ibrahim. Factors affecting contractor's business failure: contractors' perspective. **Engineering, Construction and Architectural Management**, 2012.

MANZATO, Antonio José; SANTOS, Adriana Barbosa. A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa. **Departamento de Ciência de Computação e Estatística–IBILCE–UNESP**, p. 1-17, 2012.

**Ministério da Economia divulga lista dos setores mais afetados pela pandemia da Covid-19 no Brasil.** Ministério da Economia. Disponível em: <<https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2020/setembro/ministerio-da-economia-divulga-lista-dos-setores-mais-afetados-pela-pandemia-da-covid-19-no-brasil>>. Acesso em: 14 maio 2021.

MORAIS, Leucivaldo Carneiro; CARNEIRO, Letícia Furtado Rodrigues. MORTALIDADE DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA CIDADE DE NAVIRAÍMS: estudo de caso. **Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN)**, v. 1, n. 1, 2017.

NETO, Giuseppe Hilário; DE MELLO LOURENÇÃO, Paulo Tadeu; OLIVEIRA, Edson Aparecida de Araújo Querido. Análise do perfil do empreendedor Joseense para implantação de novos negócios e Desenvolvimento Regional. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 2, n. 1, 2005.

**Obtenha informações sobre a sobrevivência das empresas no Brasil.** DataSebrae. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/sobrevivencia-das-empresas/#:~:text=Entre%202010%20e%202014%2C%20a,de%2054%25%20para%2058%25.>>. Acesso em: 30 abr. 2021.

**Passos essenciais para a abertura de uma microempresa - Sebrae.** Sebrae.com.br. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigos/home/passos-essenciais-para-a-abertura-de-uma-microempresa,fd881fe0c92e4510VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=Para%20os%20que%20j%C3%A1%20disponibilizam,entre%2015%20a%2030%20dias.>>. Acesso em: 4 maio 2021.

**Pesquisa Covid-19 x Empresas: do Impacto à Retomada.** Portal de Marketing Digital da RD Station. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/especiais/pesquisa-covid-19-e-empresas/>>. Acesso em: 14 maio 2021.

PEREIRA, Heitor José; SANTOS, Silvio Aparecido. **Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor.** Sebrae, 1995.

SANTOS, Anselmo Luís dos Organizador; KREIN, José Dari Organizador; CALIXTRE, André Bojikian Organizador. **Micro e pequenas empresas: mercado de trabalho e implicação para o desenvolvimento.** 2012.

SANTOS, Pedro Vieira Souza; DE LIMA, Nyegge Vitória Martins. Fatores de impacto para sobrevivência de micro e pequenas empresas (MPEs). **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 3, n. 5, p. 54-77, 2018.

SEBRAE (Brasil). **O Impacto da pandemia de corona vírus nos Pequenos Negócios:** resultados nacionais. 2020. Elaborado por Unidade de Gestão Estratégica do Sebrae Nacional. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Impacto-do-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-2%C2%AAedicao\\_geral-v4-1.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Impacto-do-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-2%C2%AAedicao_geral-v4-1.pdf). Acesso em: 21 abr. 2021.

SILVA, Glessia; DACORSO, Antonio Luiz Rocha. Inovação aberta como uma vantagem competitiva para a micro e pequena empresa. **RAI Revista de Administração e Inovação**, v. 10, n. 3, p. 251-269, 2013

SOLOMON, Steven. **A grande importância da pequena empresa: a pequena empresa nos Estados Unidos no Brasil e no mundo.** Nórdica, 1989.,

**Total de empresas brasileiras - DataSebrae**, DataSebrae, disponível em: <<https://datasebrae.com.br/totaldeempresas/>>, acesso em: 7 maio 2021.

**Veja quais setores serão mais afetados pela crise - Sebrae.** Sebrae.com.br. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/veja-quais-setores-serao-mais-afetados-pela-crise,c7c3f1b0a59f0710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 16 maio 2021.

VIAPIANA, Cláudio et al. **Fatores de sucesso e fracasso do micro e pequena empresa.** 2000.

VITÓRIA, Marlene de Fátima Costa; MEIRELES, Eduardo. O microempreendedor em tempos de pandemia: uma análise do impacto econômico em cenário de crise. **Brazilian Applied Science Review**, v. 5, n. 1, p. 313-327, 2021.

## APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO QUE SERÁ APLICADO PARA OS MPEs DE DOURADOS-MS

### Dados da empresa

Aqui queremos conhecer sua empresa :)

#### 1. Em qual porte sua empresa se classifica?

- MEI
- Microempresa
- Pequena empresa
- Grande porte
- Não sei dizer

#### 2. Qual o número de sócios da empresa?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- outros

#### 3. Qual é o número de funcionários da empresa?

- 1 a 9
- 10 a 19
- 20 a 50
- 60 a 99
- mais de 100
- Não sei dizer

#### 4. Qual o tempo de existência da sua empresa?

- 1



- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- mais de 10
- Não sei dizer

**5.Faixa de Faturamento mensal:**

- até 100 mil
- até 360 mil
- até 480 mil
- mais de 480 mil

**6.Local da empresa:**

- Em um estabelecimento físico comercial
- Em casa
- Online
- Outros

**Dados do responsável pela empresa:**

Aqui queremos conhecer um pouco mais o responsável pela empresa :)

**7.Sexo**

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não dizer

**8.Data de nascimento**

**9.Nível de escolaridade**

- Analfabeto
- Fundamental – Incompleto
- Fundamental – Completo
- Médio – incompleto
- Médio – Completo
- Técnico – Completo

- Superior - Incompleto
- Superior – Completo
- Pós- graduação

**10. Qual o motivo de ter aberto a empresa:**

- Vontade de abrir um negócio
- Oportunidade de mercado
- Necessidade de renda
- Desemprego
- Outros motivos

**11. Das afirmações abaixo, classifique o quanto sua empresa foi impactada antes da pandemia:**

	Totalmente Impactada	Impactada	Neutro	Poco Impactada	Não Impactada
Falta de mão de obra qualificada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falta de capital de giro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dificuldades em vendas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falta de conhecimento em gestão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Burocracia excessiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dificuldades Contábeis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falta de cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**12. Diante das afirmações abaixo, classifique-as:**

	Concordo plenamente	Concordo	Neutro	Discordo	Discordo totalmente
A pandemia impactou <b>negativamente</b> meu negócio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A pandemia impactou <b>positivamente</b> meu negócio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Não fui afetado</b> pela pandemia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**13. Das afirmações abaixo, classifique o quanto sua empresa foi impactada pela pandemia:**

	Totalmente Impactada	Impactada	Neutro	Poco Impactada	Não Impactada
Falta de conhecimento em mídias digitais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atraso Pagamento de funcionários	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dificuldades em vendas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falta de conhecimento em gestão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atraso de pagamento de alugueis e dividas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dificuldades Contábeis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falta de cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**14. Quais ações tomou para melhorar essas situações?**

- Vendas por entrega a domicilio
- vendas online
- Fechamento por um tempo da empresa
- Demissão de funcionários
- Investimento em marketing e redes sociais
- Reformulação do plano anual de gastos
- Corte de custos
- Outras

15. Outras, quais?