

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALFENAS  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
CAMPUS AVANÇADO DE VARGINHA**

**YASMIM DE CASTRO SOARES**

**ATTITUDES TOMADAS POR EMPREENDEDORES DE MINAS GERAIS  
DIANTE DO CENÁRIO PANDÊMICO**

Varginha/MG

2021

**YASMIM DE CASTRO SOARES**

**ATTITUDES TOMADAS POR EMPREENDEDORES DE MINAS GERAIS  
DIANTE DO CENÁRIO PANDÊMICO**

Trabalho de Conclusão de PIEPEX apresentado  
como parte dos requisitos para obtenção do  
grau de Bacharel em Ciência e Economia pela  
Universidade Federal de Alfenas.  
Orientador: Vinicius de Souza Moreira.

Varginha/MG

2021

**YASMIM DE CASTRO SOARES**

**ATTITUDES TOMADAS POR EMPREENDEDORES DE MINAS GERAIS  
DIANTE DO CENÁRIO PANDÊMICO**

A Banca examinadora abaixo-assinada, aprova o Trabalho de Conclusão de PIEPEX apresentado como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Ciência e Economia pela Universidade Federal de Alfenas.

Aprovada em:

Prof. Vinicius de Souza Moreira  
Universidade Federal de Alfenas

Prof. Marçal Serafim Candido  
Universidade Federal de Alfenas

Prof. Paulo Roberto Rodrigues Souza  
Universidade Federal de Alfenas

## **RESUMO**

O presente estudo teve como objetivo identificar as atitudes tomadas por empreendedores de Micro e Pequenas Empresas (MPEs) diante do cenário pandêmico. O enfoque da pesquisa foi no Estado de Minas Gerais. Para tanto, realizou-se um estudo com base nos dados extraído da pesquisa “O Impacto da pandemia de coronavírus nos Pequenos Negócios”, elaborada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae, entre 2020 e 2021. Os principais resultados encontrados foram: a alta da mudança no funcionamento; a queda do faturamento; a diminuição nas pessoas ocupadas nas empresas e busca por empréstimos. Por fim, concluiu-se que o meio digital teve impacto sobre as atitudes tomadas pelos empreendedores mineiros, que conseguiram dessa forma alcançar seus clientes mesmo sem o contato frente a frente. Este trabalho usa como base de dados a pesquisa do Sistema de Apoio de Micro e Pequenas Empresas, em um período de tempo de um ano, e que conta com dados sobre o comportamento das MPEs na pandemia.

**Palavras-chave:** Micro e Pequenas Empresas; Pandemia; Minas Gerais.

## **LISTA DE QUADROS**

<b>QUADRO 1- REGIMES DE TRIBUTAÇÃO E AS MPES.....</b>	<b>14</b>
<b>QUADRO 2 - PESQUISAS: EDIÇÕES E PERÍODO DE ABRANGÊNCIA .....</b>	<b>21</b>
<b>QUADRO 3 - DIMENSÕES E VARIÁVEIS TRABALHADAS .....</b>	<b>21</b>
<b>QUADRO 4- PRINCIPAIS RESULTADOS IDENTIFICADOS .....</b>	<b>31</b>

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1– IDADE DOS RESPONDENTES.....	22
GRÁFICO 2 – SEXO DOS RESPONDENTES.....	23
GRÁFICO 3 - PORTE DAS EMPRESAS DE MINAS GERAIS PARTICIPANTES DA PESQUISA .....	24
GRÁFICO 4- IMPACTO NO FUNCIONAMENTO NAS EMPRESAS DE MINAS GERAIS PARTICIPANTES DA PESQUISA .....	25
GRÁFICO 5 - VENDAS <i>ONLINE</i> DAS EMPRESAS DE MINAS GERAIS PARTICIPANTES DA PESQUISA.....	26
GRÁFICO 6- CANAIS DE VENDAS <i>ONLINE</i> DAS EMPRESAS DE MINAS GERAIS PARTICIPANTES DA PESQUISA .....	27
GRÁFICO 7- - PESSOAS OCUPADAS NAS EMPRESAS DE MINAS GERAIS PARTICIPANTES DA PESQUISA.....	28
GRÁFICO 8 - MEDIDAS TOMADAS COM FUNCIONÁRIOS .....	29
GRAFICO 9 - EFEITOS NO FATURAMENTO.....	30
GRÁFICO 10 - BUSCA POR EMPRÉSTIMOS.....	31

## **LISTA DE TABELAS**

<b>TABELA 1 - NÚMERO DE RESPONDENTES DO ESTADO DE MINAS GERAIS.....</b>	<b>22</b>
<b>TABELA 2 - TEMPO PARA VOLTAR AO NORMAL .....</b>	<b>27</b>

## Sumário

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>2 REVISÃO DE LITERATURA.....</b>	<b>11</b>
2.1 PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS .....	11
2.2 PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS E SEU EFEITOS NAS MPE'S .....	15
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>20</b>
3.1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA .....	20
3.2 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS .....	20
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES .....</b>	<b>22</b>
4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES .....	22
4.2 FUNCIONAMENTO.....	24
4.3 FUNCIONÁRIOS.....	28
4.4 FATURAMENTO .....	29
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>33</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>35</b>



## 1 INTRODUÇÃO

As micro e pequenas empresas (MPEs) possuem importância tanto econômica quanto social em nosso país. Elas assumem características próprias de gestão, competitividade e inserção no mercado (CESARINO; CAMPONAR, 2004). Observa-se na literatura que as MPEs têm como atributo marcante a ausência de instrumentos gerenciais, baseando a tomada de decisão na experiência, intuição e improvisação dos gestores (SANTOS; DOROW; BEUREN, 2016).

As MPEs são um dos principais pilares de sustentação da economia brasileira atualmente. No estado de Minas Gerais, representavam, em 2019, cerca de 99% do segmento empresarial e respondiam por, aproximadamente, 61% dos postos de trabalho (DIÁRIO DO COMÉRCIO, 2019).

À vista disso, é essencial saber o papel das MPEs para a sociedade e a partir desse dimensionamento ter condições de identificar quais foram os impactos da pandemia do novo coronavírus (COVID-19) para as pequenas e médias empresas.

No mês de dezembro do ano de 2019, houve uma contaminação por um novo coronavírus, o SARS-CoV-2, que foi identificado na China e rapidamente foi disseminado pela população mundial (OPAS BRASIL, 2020). Tomou proporções inesperadas quando, em março de 2020, já havia atingido o mundo todo - tornando-se uma pandemia (OPAS BRASIL, 2020).

Como é uma doença transmitida de pessoa para pessoa, o isolamento social foi a melhor medida encontrada para desacelerar as contaminações, ou seja, o fechamento parcial ou total das atividades, apenas atividades consideradas essenciais puderam continuar funcionando (DASA, 2021)). Como dito anteriormente, com o *lockdown*, muitas empresas enfrentaram dificuldades e tiveram que recorrer a métodos que antes muitos empresários não tinham domínio, o que significa estar em um mercado novo.

A partir deste contexto, o objetivo deste trabalho é identificar as atitudes tomadas por empreendedores de MPEs diante do cenário pandêmico. O enfoque da pesquisa foi no Estado de Minas Gerais, pois é o território onde o presente trabalho está sendo desenvolvido.

O tema mostra-se relevante pois, muitos foram os impactados com a situação e tiveram medo do que iria acontecer no dia seguinte, e optaram por desistir. Porém, outros tantos quiseram mudar e readaptar os seus negócios neste novo cenário, as redes sociais ganharam ainda mais destaque, assim como a digitalização dos portfólios.

Ao abordar o assunto, acredita-se que seja necessária uma apropriada discussão, sobretudo para trazer maior compreensão acerca da extensão e gravidade do cenário

econômico pandêmico, sua real relevância, seus impactos nos mercados e nas atividades empreendedoras.

O texto é dividido em cinco seções, incluindo a introdução. A revisão de literatura tratará de dois assuntos: primeiro, da dinâmica das micro e pequenas empresas e da sua importância no mercado; e, segundo, da pandemia e de alguns pontos importantes sobre a chegada ao Brasil e seus efeitos nas pequenas empresas. A seção metodológica apresenta os procedimentos realizados para a execução da pesquisa. Adiante, apresenta-se a discussão sobre os resultados e, por fim, as Considerações Finais.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

Nesta seção, são definidos os conceitos e as características das pequenas e médias empresas, a sua importância no âmbito brasileiro e, principalmente, no estado de Minas Gerais. Abordar-se a importância da gestão das MPEs, pois representam um dos principais pilares da economia brasileira por serem responsáveis pela geração de empregos e distribuição de renda. As MPEs assumem características próprias de gestão, competitividade e inserção no mercado.

Será definido, também, o que é, quando começou e o que se tornou a pandemia da Covid-19. Além disso, a pandemia teve, além de mortes, impactos econômicos, que resultaram em demissões em massa e no fechamento de diversas empresas.

### 2.1 PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Boa parte das empresas inicia suas atividades ainda pequenas, visto que grandes negócios requerem grandes investimentos e que, muitas vezes, não estão acessíveis para grande parte da população brasileira, que detém poucos recursos financeiros ou não está disposta a investir tudo o que tem em um negócio (OLIVEIRA, 2018). “*Small is Beautiful*” é um termo utilizado por Schumacher, economista alemão, indicado para pequenas empresas que constituem a sua importância na economia de um país, essas pequenas empresas geram oportunidades e têm capacidade ainda de gerar emprego mesmo em momento de recessão econômica (SCHUMACHER, 1973).

No Brasil, segundo a Receita Federal, em maio de 2020, as micro e pequenas empresas somavam 16.894.724 entidades, e aquelas de demais portes somavam 1.373.656. Nota-se que as MPEs representavam 92,48% do total das empresas. De acordo com dados da Relação Anual de Informações Sociais - RAIS 2013, dos quase 33 milhões de empregados formais brasileiros, cerca de 44,8% eram de pequenos negócios, considerando-se o total de Microempreendedor Individual (MEI), Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP). Cabe destacar que os Microempreendedores Individuais responderam por somente 0,3% do total de empregados (RAIS, 2013).

Para garantir o atendimento aos micro e pequenos negócios, foi criado, em 1972, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae, que atua em todo território nacional, com foco no estímulo ao empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios. O Sebrae é uma instituição privada, sem fins lucrativos.

Esse serviço, tem como objetivos atender, orientar e auxiliar o empreendedor, de maneira individual ou coletivamente, permitir e democratizar o acesso à tecnologia e à inovação,

reduzir o índice de mortalidade das empresas e a geração de emprego, entre outros objetivos não destacados aqui (SEBRAE, 2020).

No Brasil, existe a Lei Geral sobre Micro e Pequenas Empresas (Lei Complementar nº. 123/2006), que prevê fácil acesso ao mercado, incluindo a preferência do governo pela compra de bens e serviços. Essa direção, em especial, estimula parcerias entre os pequenos negócios e prefeituras. Essas parcerias podem promover o mercado interno das cidades, embora isso dependa da estratégia e das necessidades de contratação municipais, pois quanto mais conhecimento os empreendedores tiverem sobre as necessidades do município, mais poderão oferecer serviços ou produtos apropriados às exigências e à Lei (BRASIL, 2021).

Por exemplo, quando uma prefeitura abre uma licitação para determinado produto ou serviço, ela pode destinar uma porcentagem das contratações para MPEs de seu município, assim, deixando a economia girar dentro do território e favorecendo os negócios locais. A prefeitura pode em sua legislação prever licitações exclusivas para a participação de MPE nas contratações cujo valor seja de até R\$80.000,00 ou até criar um critério de desempate que dê preferência às MPEs. Mas como dito anteriormente, tudo isso depende da estratégia do município e das suas necessidades de contratação.

As micro e pequenas empresas representam um segmento empresarial responsável por 27% do PIB do Brasil (SEBRAE, 2019). De acordo com a Lei Complementar nº. 123/2006, considera-se pequena empresa ou empresa simples, a pessoa física com responsabilidade limitada e o empresário com renda anual de R\$360 mil. Se o faturamento da empresa estiver entre R\$360 mil e R\$3,6 milhões, a organização pode ser considerada pequena. Para ser considerada microempresa, o faturamento é considerado de 0 até 360 mil reais (SEBRAE, 2014). Os portes de empresas consideradas como MPE são respectivamente: MEI, ME e EPP.

O Microempreendedor Individual, popularmente conhecido como MEI, foi criado com objetivo de inserir os trabalhadores informais na legalidade, além de permitir a formalização com uma carga tributária reduzida (5% do salário mínimo vigente e R\$1,00 de ICMS, no caso de comércio ou indústria ou R\$5,00 de ISS, no caso de prestação de serviços). Para se abrir um MEI, existem algumas condições que precisam ser atendidas, quais sejam: exercer atividade permitida; ter um faturamento anual de até R\$81.000; não ser titular ou sócio de nenhuma outra empresa; não ter filial e trabalhar sozinho ou ter um funcionário (SEBRAE, 2019). E o MEI tem duas obrigações, a primeira é o pagamento do Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS) que é feito todo dia vinte de cada mês; e a segunda que é a realização da Declaração Anual de Faturamento (DASN),

que é realizada de 1 de janeiro até 31 de maio, e esta declaração é referente ao ano anterior (BRASIL, 2021).

Já a Microempresa, também conhecida como ME, é o porte de empresa em que o faturamento anual máximo é de R\$360 mil. Pode ter uma contratação máxima de 09 a 19 funcionários a depender do segmento da empresa, além de poder abranger outras atividades cuja Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) não se enquadram como MEI. Fora isso, a ME tem a opção de escolha do regime de tributação: Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real (SEBRAE, 2018). No caso de ME é importante a contratação de um contador. E, ao contrário do MEI, a ME pode ter sociedade e existem os tipos societários possíveis para o porte.

Por fim, a EPP é a pessoa jurídica com receita bruta anual entre R\$360 mil e R\$4,8 milhões. Os empreendimentos desse porte podem atuar em qualquer segmento, tais como: restaurantes, mini mercados, bares, indústrias, oficinas, escolas, espaços de saúde e bem-estar, entre vários outros. Podem contar com até 99 funcionários no ramo industrial, e em comércio e serviço entre 10 e 49. O maior diferencial da EPP dos demais portes das MPEs é o formato jurídico e o enquadramento tributário.

Dada essa apresentação de portes e dos seus respectivos faturamentos, descreve-se um pouco sobre os regimes tributários, pois têm impacto direto nas finanças do negócio. A escolha inadequada de regime, que desconsidere as características do negócio, pode fazer com que se pague mais impostos do que o necessário (CONTABILIZEI, 2021). É importante consultar um profissional de contabilidade e verificar se o regime pretendido ou em vigor na empresa atende às necessidades do negócio da melhor forma. Vale ressaltar que essas categorias podem ser revistas ao longo do desenvolvimento da empresa, o que é saudável para as empresas. No Quadro 1 apresenta-se uma síntese sobre os regimes de tributação e as MPEs.

**Quadro 1- Regimes de tributação e as MPEs**

Regime Tributário	Limite de Faturamento Anual	Quanto você paga:	Indicado para:
MEI	R\$ 81 mil	Impostos em valores fixos, com pagamentos em uma única guia (DAS), devidos ainda que não haja faturamento. Impostos federais zerados, lembrando que no caso de compras realizadas fora do estado, pode haver a cobrança de impostos (diferença de alíquota).	Quem atende a todas as características de MEI
Simplex Nacional	R\$ 4,8 milhões	Os impostos são cobrados sobre o valor total das vendas da empresa, de acordo com seis faixas de faturamento estabelecidas em legislação própria. Esses percentuais são aplicados de acordo com as definições de cinco tabelas, considerando-se as atividades exercidas por cada negócio: comércio, indústria, locação de bens móveis e outras prestações de serviço.	Microempresas faturam até R\$360.000,00 por ano. Empresas de Pequeno porte = faturam de R\$ 360.000,00 a R\$ 4.800.000,00
Lucro Presumido	R\$78 milhões	Os percentuais dos impostos CSLL e IRPJ são cobrados sobre o lucro estimado do negócio, calculado de forma percentual para cada tipo de atividade: comércio e indústria (8%), serviço de transporte - exceto de cargas (16%) - e prestação de serviços (32%). Já o PIS e o COFINS (3,65%) são calculados sobre o valor total das vendas do negócio (faturamento), sem nenhum tipo de abatimento ou desconto.	Os percentuais dos impostos CSLL e IRPJ são cobrados sobre o lucro estimado do negócio, calculado de forma percentual para cada tipo de atividade: comércio e indústria (8%), serviço de transporte - exceto de cargas (16%) - e prestação de serviços (32%). Já o PIS e o COFINS (3,65%) são calculados sobre o valor total das vendas do negócio (faturamento), sem nenhum tipo de abatimento ou desconto.
Lucro Real	Sem limite	Os percentuais dos impostos CSLL e IRPJ são calculados sobre o lucro concreto (real) do negócio. Já o PIS e o COFINS (9,25%) são cobrados sobre o valor total das vendas do negócio (faturamento), mas pode haver descontos de crédito e débito de impostos em algumas situações.	Empresa com custo operacional alto e margem de lucro baixa.

Fonte: JusBrasil (2021).

As micro e pequenas empresas desempenham um papel fundamental na economia brasileira porque representam a maioria de todas as empresas formais no Brasil. Elas são responsáveis pela receita da maioria das empresas brasileiras e empregam mais da metade

de toda a mão de obra formal no país. As empresas competem em um mercado em constante mudança, o que exige o planejamento e o controle de seus negócios, pois é preciso se adaptar às novas condições. A tomada de decisão não pode e não deve se basear apenas em intuição ou experiência do líder, pois é importante e necessária a utilização de ferramentas que possam oferecer informações confiáveis e oportunas para auxiliar no processo de tomada de decisão. O processo de tomada de decisão de uma empresa é muito importante uma vez que pode ter um impacto a curto e longo prazo (REVISTA PEGN, 2020).

Para Gonçalves (1994), em países como o Brasil, onde existe grande distribuição da população e há alto desequilíbrio regional, as micro e pequenas empresas podem apresentar um importante papel para a descentralização industrial. Pequenos negócios são empreendimentos com faturamento bruto anual de até R\$4,8 milhões. Respondem por parte significativa da economia brasileira e se dividem em subgrupos (os conhecidos como portes) de acordo com a atividade econômica, faturamento anual e número de empregados contratados.

## 2.2 PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS E SEUS EFEITOS NAS MPE'S

A Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou, em 30 de janeiro de 2020, que o surto da doença causada pelo novo coronavírus (COVID-19) constitui uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional – o mais alto nível de alerta da Organização, conforme previsto no Regulamento Sanitário Internacional. Em 11 de março de 2020, a COVID-19 foi caracterizada pela OMS como uma pandemia (OPAS BRASIL, 2020). Esse grave problema mundial demandou dos governos nacionais a adoção de uma série de medidas emergenciais para enfrentamento da pandemia.

A COVID-19 é uma doença causada pelo coronavírus, denominado SARS-CoV-2, que apresenta um espectro clínico variando de infecções assintomáticas a quadros graves. De acordo com a Organização Mundial de Saúde, cerca de 80% dos pacientes com COVID-19 podem ser assintomáticos ou oligossintomáticos (poucos sintomas), e aproximadamente 20% dos casos detectados requerem atendimento hospitalar por apresentarem dificuldade respiratória, dos quais aproximadamente 5% podem necessitar de suporte ventilatório (BRASIL, 2020).

Os sintomas da COVID-19 podem variar de um resfriado, sendo os sintomas mais comuns, tosse, febre, coriza, dor de garganta, dificuldade para respirar, perda de olfato, alteração do paladar, náuseas, vômitos, diarreia e cansaço (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2020). A transmissão acontece de uma pessoa doente para outra ou

por contato próximo por meio de toque do aperto de mão contaminadas, gotículas de saliva, espirro, tosse, objetos ou superfícies contaminadas, como celulares, mesas, talheres, maçanetas, brinquedos, teclados de computador etc. (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2020).

Visto isso, com o grande potencial de contágio, foi considerada como melhor forma de prevenção inicial, o *lockdown*, ou seja, o confinamento, que é um protocolo de isolamento que geralmente impede o movimento de pessoas. Autoridades em todo o mundo responderam implementando restrições a viagens, *lockdowns*, controles de locais de trabalho e fechamentos de instalações (G1, 2020). Muitos lugares ao redor do mundo também trabalharam para aumentar a capacidade de testar e rastrear os contatos dos infectados.

Esta pandemia causou graves turbulências sociais e econômicas globais, incluindo a maior recessão global desde a Grande Depressão, em 1929, levando a uma escassez massiva de suprimentos, agravada pelas compras, escassez de alimentos, redução das emissões de poluição e gases de efeito estufa e aumento da oferta. Muitas instituições educacionais e áreas públicas foram parcial ou totalmente fechadas e muitas atividades foram canceladas ou adiadas. Informações falsas tem diariamente circulando nas redes sociais e nos meios de comunicação de massa. A pandemia causou discriminação racial e geográfica, igualdade na saúde e o equilíbrio entre a necessidade de saúde pública e os direitos individuais (SILVA; FIGUEIREDO FILHO; FERNANDES, 2020).

Globalmente, o medo levou as pessoas a optarem por evitar atividades que pudessem colocá-las em risco de infecção, como fazer compras presencialmente nos estabelecimentos. Por conta disso, a demanda mundial por restaurantes, concessionárias de automóveis e lojas caiu. Segundo dados da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), em função do surto, a economia global pode crescer pelo menor ritmo de crescimento desde 2009, quando houve a crise financeira do *Subprime*.

Neste contexto, teve-se de um lado, a necessidade de ficar em casa, e de outro, os empresários sem saber como seguir com seus negócios fechados ou funcionando em horários reduzidos. Todos os líderes mundiais foram desafiados com uma situação totalmente nova, que exigiam medidas também inéditas, não só no âmbito do tratamento das questões relacionadas à saúde, mas também na esfera econômica.

Surgem crescentes preocupações, sobretudo em países emergentes e com economia fragilizada, que o intuito é de salvá-la de um colapso. Medidas como o distanciamento social horizontal de toda a população preocupam e intensificam o debate acerca das



alternativas existentes para avaliar o impacto, seja econômico ou na saúde pública (NASSIF; CORREA; ROSSETTO,2020).

Em todas as pandemias, destacou-se o papel comum dos governos e sua importância nas iniciativas para minimizar o impacto das ocorrências não apenas na saúde pública, implementando ações que visam diminuir sua incidência e disseminação, como no contexto dos negócios, buscando proteger o segmento produtivo de modo geral. Em 2009, para citar apenas a mais recente delas, sob o ponto de vista sanitário, o Brasil implantou uma série de medidas, como a criação de um sistema de barreira de Influenza (H1N1) em todos os aeroportos e nas capitais brasileiras, intensificou a campanha de vacinação contra gripe, ampliou os grupos prioritários para vacina etc. No campo econômico, as ações visaram proteger, sobretudo, a agroindústria nacional. Foram liberados créditos junto ao BNDES e outros órgãos de fomento para recomposição do capital de giro, além da criação de convênios para fortalecimento das atividades econômicas das regiões mais afetadas pela epidemia.

Conforme Gibran, Noda e Lokcs (2020):

No Brasil, após alguns anos de políticas voltadas a reforçar o papel do Estado no cenário econômico, o atual governo definiu seu discurso em uma política direcionada a conferir maior liberdade e autonomia ao mercado, marcado pela edição da chamada Medida Provisória da Liberdade Econômica- nº881/2019, convertida posteriormente na Lei nº 13874/2019. (...) O ponto é que a pandemia, independente da escolha política mais ou menos liberal, direcionou o próprio governo a uma nova realidade. A sociedade, de uma forma geral, assim como os mercados nacionais e globais, viveu um momento historicamente impressionante. A tendência do abrandamento da intervenção do Estado no cenário econômico precisou tomar novo curso, forçado não por uma escolha meramente política, mas pela necessidade de respostas rápidas ao mercado e reforço da liquidez da economia com o todo (GIBRAN; NODA; LOCKS, 2020).

Assim, o atual governo federal brasileiro precisou lançar mão de políticas para ajudar tanto as empresas como trabalhadores e desempregados.

Alcançar impactos econômicos e sociais derivados de sua atuação direta e indireta mostra a relevância de questionamentos, tais como, o que os empreendedores podem fazer para se manterem ativos no mercado? Como os empresários devem se comportar em tempos de crise? Como proteger a empresa, empresários e funcionários? As respostas a essas perguntas não são simples nem exclusivas. Mas ao conhecer os impactos de uma crise dessa proporção, é possível encontrar soluções para superar.

Um levantamento realizado pelo Sebrae, em abril de 2020, indicou que os pequenos negócios vêm sendo afetados nesse período de isolamento, registrando queda de 88% do faturamento. Ainda segundo o Sebrae (2020), um pequeno negócio tem caixa para ficar apenas 23 dias “fechado” e, quando se trata do ramo de beleza, esse número é inferior a

17 dias. Diante disto, as organizações precisam se preparar para um período de condições de negócios adversas. Para a maior parte das organizações, a receita perdida nesse período pode representar uma perda permanente e exercer pressões em sua liquidez e nas fontes de capital de giro.

A pandemia da Covid-19 fez com que os empreendedores tivessem que inovar a forma como conduzir seus negócios para mantê-los ativos, fazendo com que muitos procurassem aderir ao comércio eletrônico. Segundo o Sebrae (2020), o comércio eletrônico tem crescido com a crise também nos pequenos negócios. Ademais, observa-se que os consumidores estão cada vez mais inclinados a realizar suas compras de forma *on-line*. Um levantamento realizado, no mês de março de 2020, pela NZN *Intelligence* indicou que 71% dos brasileiros estão dispostos a aumentar o volume de compras online (E-COMMERCE BRASIL, 2020).

Embora haja essa disposição, observa-se que as MPEs estão encontrando muitas dificuldades para manter seu negócio por meio desse tipo de comércio, visto que essa não era uma realidade para muitas empresas (CABRAL, 2020).

Pode-se notar que isso é um ponto positivo para as empresas poderem entrar nesse ambiente digital, onde as pessoas tendem a buscar serviços e produtos na *internet*, pois tem passado maior confiança.

O empreendedor digital tem alguns pontos que devem ser levados em pauta, como por exemplo, trabalhar em casa, com o auxílio de um computador e de *internet*. Essa forma de empreender vem crescendo a cada ano, o que se deve principalmente ao maior acesso à *internet* e ao baixo investimento inicial (QIPU, 2020). Alguns pontos positivos podem ser destacados sobre empreender digitalmente, tais como, baixo investimento inicial, devido ao empreendedor não precisar alugar um ponto comercial para começar, agilidade nas negociações, pois com a *internet* tudo se tornou mais fácil de se resolver, seja com fornecedores ou clientes, maior alcance ao público-alvo e a flexibilidade de horários (PEREIRA; BERNARDO, 2020).

Porém, por mais que pareça simples empreender pela *internet*, vale ressaltar que as MPEs são empresas mais simples e que não costumam ser muito atuais, normalmente são empresas conservadoras que seu método de gestão vem da experiência e seu gestor (MIGLIOLI, 2006).

Uma pesquisa realizada pelo Sebrae, entre abril e maio de 2020, teve o objetivo de apresentar os maiores impactos que os empreendedores brasileiros estavam passando. No estudo, entre outras análises, foi visto que 43,9% das empresas mineiras que participaram da pesquisa, mudaram o funcionamento de alguma forma. E 44,1% suspenderam suas

atividades. O restante ou fecharam ou mantiveram seu funcionamento (DATA SEBRAE, 2020). A citada pesquisa foi feita no início da pandemia, quando todos estavam assustados com o que estava por vir. Empresas optaram por suspender as atividades temporariamente, mas não esperavam que a pandemia se postergasse por tanto tempo. Com isso, visto os dados apresentados até aqui, parte-se então para a análise e aprofundamento no objetivo do trabalho. A seguir, descreve-se a característica da pesquisa e como foi feita a coleta dos dados.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente seção apresenta todo conjunto de tomada de decisões e ações quanto à escolha das técnicas de pesquisa e métodos para o desenvolvimento deste trabalho. Contém a fonte de dados utilizada e as variáveis estudadas. O intuito da pesquisa é identificar as atitudes tomadas pelos empreendedores de MPEs do estado de Minas Gerais, quando a pandemia chegou ao Brasil, em 2020.

#### 3.1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

Este trabalho conta com uma abordagem quantitativa, pois os dados quantitativos apresentam os números que comprovam os objetivos gerais da pesquisa. Neste sentido, este estudo tem caráter exploratório e descritivo. Uma pesquisa quantitativa requer o uso de recursos e técnicas de estatística, procurando traduzir em números os conhecimentos gerados pelo pesquisador. Conforme explicam Pradanov e Freitas (2013),

Pesquisa quantitativa: considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas (percentagem, média, moda, mediana, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão etc.). (PRADANOV e FREITAS, 2013, p. 69).

Este trabalho usa como base de dados a pesquisa do Sistema de Apoio de Micro e Pequenas Empresas, em um período de tempo de um ano, e que conta com dados sobre o comportamento das MPEs na pandemia. Este comportamento é expresso por meio de atitudes tomadas, mudanças no funcionamento, o impacto no faturamento, e as pessoas ocupadas.

#### 3.2 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

Este estudo utilizou dados produzidos por uma pesquisa que vem sendo realizada pelo Sebrae, desde fevereiro de 2020, e recebeu o título de “O Impacto da pandemia de coronavírus nos Pequenos Negócios”. Até a data em que esse trabalho foi realizado, o levantamento contava com dez edições.

Vale ressaltar que foram utilizados os dados referentes ao estado de Minas Gerais, nas pesquisas com versões separadas por estados (UF). Não foi encontrada a segunda edição da pesquisa separada por UF, no entanto, ao contactar a instituição, foi cedido à pesquisa os coletados ausentes no domínio virtual do Sebrae.

De acordo com os dados da Receita Federal, divulgados pelo Sebrae, o estado de Minas Gerais cresceu 18,89% na abertura de novas empresas em comparação com o ano de 2020, ou seja, embora em um momento de adversidade empreendedores decidiram apostar em novos negócios.

O público-alvo dessa pesquisa realizada pelo Sebrae são os proprietários de pequenos negócios e o intervalo de confiança é de 95%. O tipo de pesquisa é quantitativa, realizada por meio de formulário *online* (*web survey*). A última edição que foi utilizada neste trabalho, que é a décima, foi realizada do período de 25/02/2021 até 01/03/2021. As dez edições da pesquisa usada como base do presente trabalho, foram realizadas nas respectivas datas após o início da pandemia, como representado no Quadro 2.

### Quadro 2 - Pesquisas: edições e período de abrangência

Edição	Período	Dias após começo da pandemia (11/03/2020)
1 <sup>a</sup>	19/03/2020 a 23/03/2020	08
2 <sup>a</sup>	03/04/2020 a 07/04/2020	23
3 <sup>a</sup>	30/04/2020 a 05/05/2020	50
4 <sup>a</sup>	29/05/2020 a 02/06/2020	79
5 <sup>a</sup>	25/06/2020 a 30/06/2020	106
6 <sup>a</sup>	27/07/2020 a 30/07/2020	138
7 <sup>a</sup>	27/08/2020 a 31/08/2020	169
8 <sup>a</sup>	28/09/2020 a 01/10/2020	201
9 <sup>a</sup>	20/11/2020 a 24/11/2020	254
10 <sup>a</sup>	25/02/2021 a 01/03/2021	351

Fonte: Sebrae (2020; 2021).

A escolha de dias para representar o tempo desde o início da pandemia a cada edição, se dá, pois, nenhuma das pesquisas foi realizada em prazos de meses, mas sim em dias, e não são usadas datas cheias como por exemplo meses ou semanas.

As dimensões e suas respectivas variáveis extraídas do estudo e empregadas nesta pesquisa, são apresentadas no Quadro 3. Elas representam os elementos que foram extraídos das pesquisas e, portanto, tem importância no presente trabalho, pois foi possível realizar cálculos da estatística descritiva.

### Quadro 3 - Dimensões e Variáveis trabalhadas

Dimensões	Descrição e Variáveis
Perfil dos respondentes	Essa dimensão compreende as variáveis: idade e sexo do respondente e o porte da empresa participante da pesquisa.
Funcionários	Essa dimensão compreende as medidas adotadas quanto aos funcionários das empresas respondentes da presente pesquisa, tais como número de pessoas ocupadas e as medidas para mantê-los.
Funcionamento	Essa dimensão compreende as medidas adotadas quanto ao funcionamento da empresa, tais como, funcionamento com mudanças ou fechados.
Faturamento	Essa dimensão compreende os efeitos da pandemia no faturamento da empresa.

Fonte: Sebrae (2021).

Diante disso, as ferramentas estatísticas para análise dados e que foram utilizadas neste trabalho são: média, moda, mediana e frequência. São medidas obtidas de um conjunto de dados, que podem ser usadas para simbolizar todo o conjunto

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção são apresentados os resultados obtidos. O texto encontra-se dividido conforme as dimensões estudadas, sendo elas: o perfil dos respondentes, o funcionamento, os funcionários e quanto ao faturamento.

### 4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

Para visualizar o perfil dos respondentes, inicialmente apresenta-se o número de respondentes do estado de Minas Gerais participantes da pesquisa (Tabela 1).

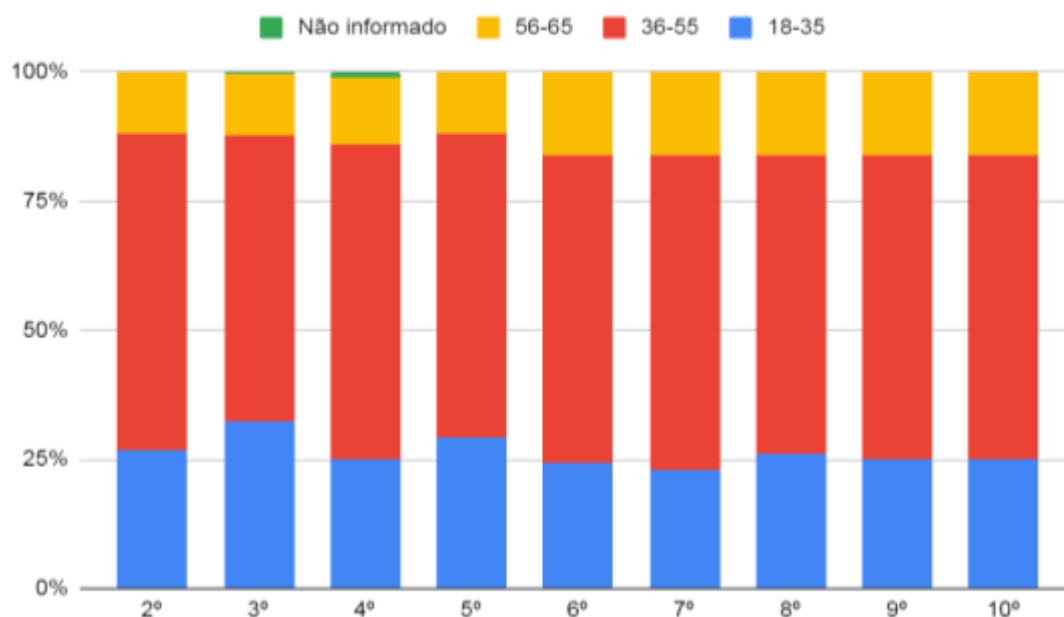
**Tabela 1 - Número de respondentes do Estado de Minas Gerais**

Edição da Pesquisa	Número de Respondentes do Estado de Minas Gerais
1 <sup>a</sup>	788
2 <sup>a</sup>	501
3 <sup>a</sup>	718
4 <sup>a</sup>	481
5 <sup>a</sup>	494
6 <sup>a</sup>	589
7 <sup>a</sup>	879
8 <sup>a</sup>	489
9 <sup>a</sup>	576
10 <sup>a</sup>	497

Fonte: Sebrae (2020; 2021).

O perfil dos entrevistados, bem como das empresas que eles representam, são representados pelas suas respostas que serão apresentadas a seguir. As variáveis estudadas foram: idade, sexo e porte da empresa. Acredita-se que com esses dados é possível iniciar as respostas do objetivo deste trabalho. No Gráfico 1, é apresentada a idade dos participantes da pesquisa, considerando-se assim, as nove das dez edições estudadas, visto que na primeira, não foi coletado esse dado.

**Gráfico 1– Idade dos respondentes**

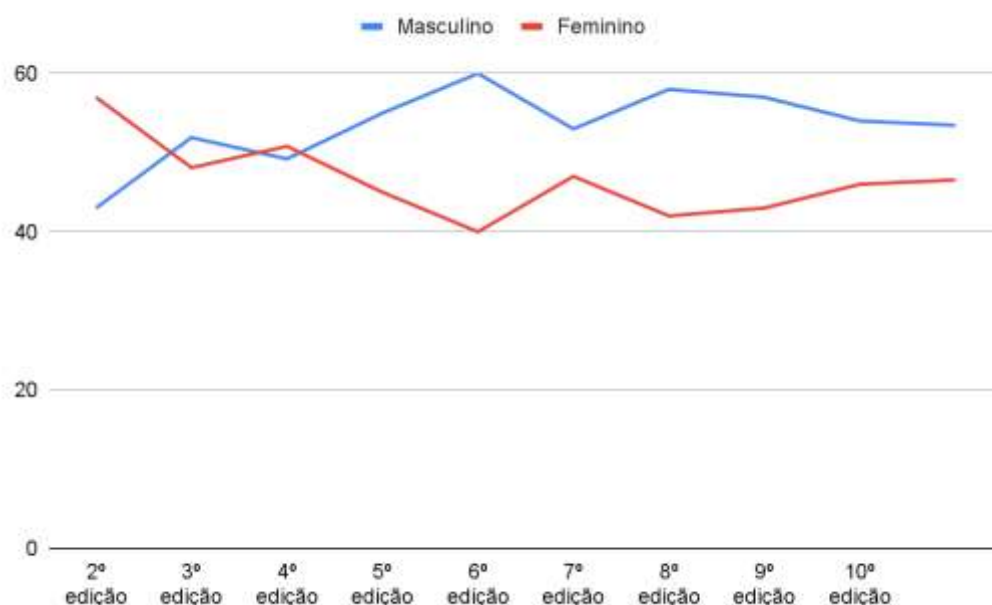


Fonte: Sebrae (2020; 2021).

Observa-se no Gráfico 1, que não houve grandes mudanças no perfil da idade dos respondentes, e sobre isso, é possível visualizar um número maior de empreendedores entre as idades de 36 a 55 anos.

A segunda resposta considerada relevante para esse trabalho é sobre o sexo dos respondentes. São as características que podem ser medidas em uma escala quantitativa, ou seja, apresentam valores numéricos que fazem sentido. Para isso, no Gráfico 2, assim como no anterior, em apenas 9 das 10 edições foi encontrada essa resposta.

### Gráfico 2 – Sexo dos respondentes



Fonte: Resultados da pesquisa. Elaboração Própria.

No Gráfico 2 é possível notar que a maioria dos respondentes se identificou com o sexo masculino, porém na segunda e quarta edições, o número de mulheres foi maior. A média de respondentes homens foi de 53,45% e a de mulheres foi de 45,55%. A mediana nesse caso é de para homens 60% e mulheres 40%.

Na próxima e última pergunta desta dimensão ilustra-se a relação dos portes das empresas participantes. Conforme já explicado, o porte de empresa é definido por dados financeiros, como a receita bruta, ou dados referentes à capacidade produtiva, como o número de funcionários. Essa variável é relevante para fins de relacionar os impactos no faturamento que serão apresentados no próximo tópico, com os portes.

**Gráfico 3 - Porte das Empresas de Minas Gerais participantes da pesquisa**

Fonte: Sebrae (2020; 2021).

A maioria dos respondentes (média de 59%) pertencem ao menor porte existente na legislação brasileira, que é o MEI, lembrando que esse porte pode ter apenas um funcionário e não conta com um sócio. Negócios enquadrados como Microempresa corresponderam a uma média de 37% dos participantes em todas as edições. E, em seguida, a minoria dos participantes, que representam 4%, são EPP.

#### 4.2 FUNCIONAMENTO

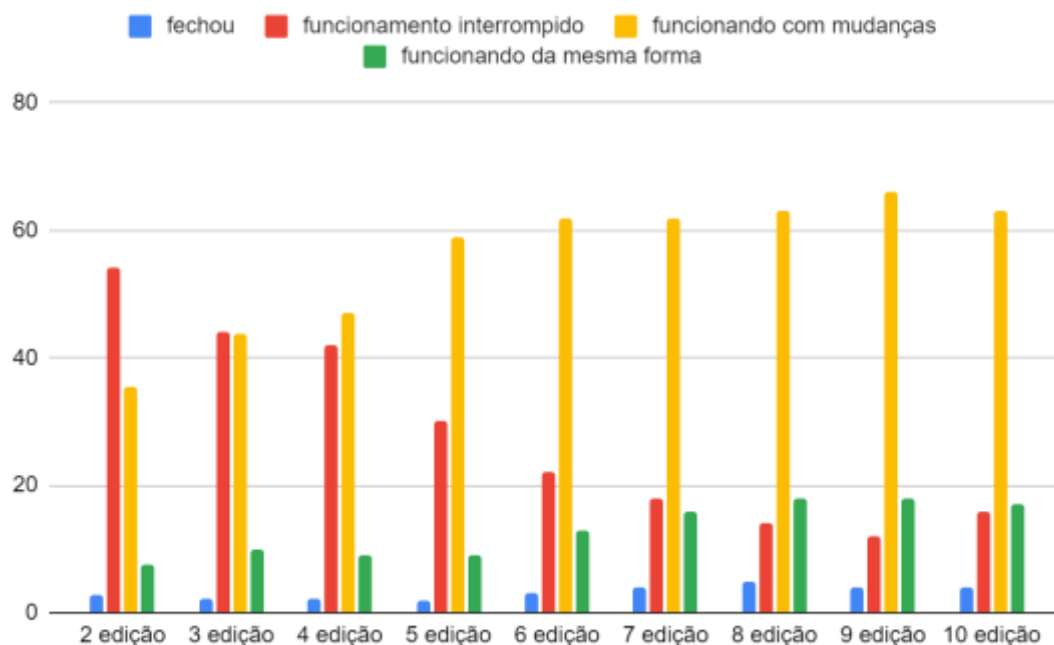
Com o início da pandemia veio a restrição de pessoas nas ruas, com o objetivo de controlar a contaminação pela Covid-19. Com isso, as empresas que mantinham o seu atendimento de forma presencial, tiveram que tomar atitudes em relação a isso. Pode-se observar essas atitudes no Gráfico 4.

O Gráfico 4 conta com a base de dados de nove das dez edições, excluindo-se apenas a primeira por falta de dados. Para essa variável, os respondentes escolheram a atitude tomada pela empresa quanto ao seu funcionamento. Eles tiveram as seguintes opções: (i) Fechou, (ii) Funcionamento interrompido, (iii) Funcionando com mudanças e (iv) Funcionando da mesma forma.

Em meio a uma pandemia de graves problemas sanitários, os empresários se viram sem saída e alguns viram uma solução quanto à forma de funcionar, que pode ser entendida a seguir.



**Gráfico 4- Impacto no Funcionamento nas empresas de Minas Gerais participantes da pesquisa**

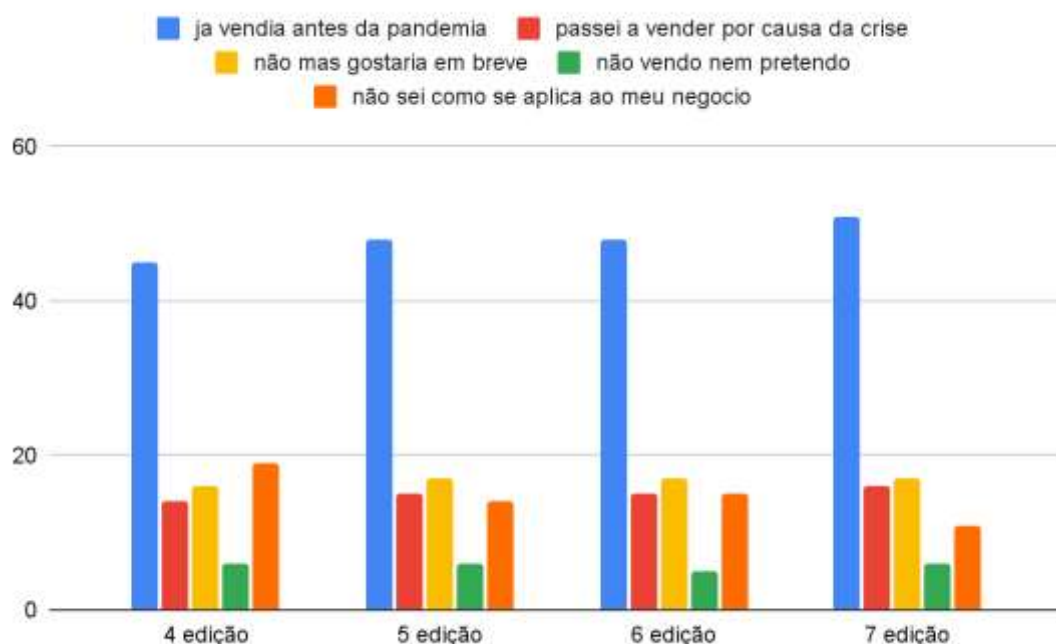


Fonte: Sebrae (2020; 2021).

Com essa base de dados é possível observar que, cerca de 23 dias após o início da pandemia, aproximadamente 55% das empresas interromperam o funcionamento, mas gradativamente foram voltando e começaram a funcionar com mudanças ou da mesma forma que antes da pandemia. Essas mudanças podem ser entendidas de várias formas, mas uma das principais, é o uso de ferramentas *online* para vendas/prestação de serviços. As empresas que se mantiveram ativas mudaram o seu funcionamento para forma remota, ou seja, com a restrição de pessoas nas ruas, as empresas teriam que procurar uma forma de atender seu público alvo, mas sem que os indivíduos precisassem sair de suas casas. Com isso, no Gráfico 5, que conta com os dados da quarta até a sétima edição, é possível visualizar como foi a mudança no funcionamento, optando pelo meio *online*.

Um ponto interessante dessas respostas é que o número de pessoas que não utilizavam e não pretendiam utilizar redes sociais se manteve constante, o que pode significar para essa empresa é a imaturidade ou vulnerabilidade tecnológica, e como consequência, não perceberem ou não terem condições de implementar ferramentas que podem ajudar nas vendas de seu produto ou na prestação dos serviços.

**Gráfico 5 - Vendas *Online* das empresas de Minas Gerais participantes da pesquisa**



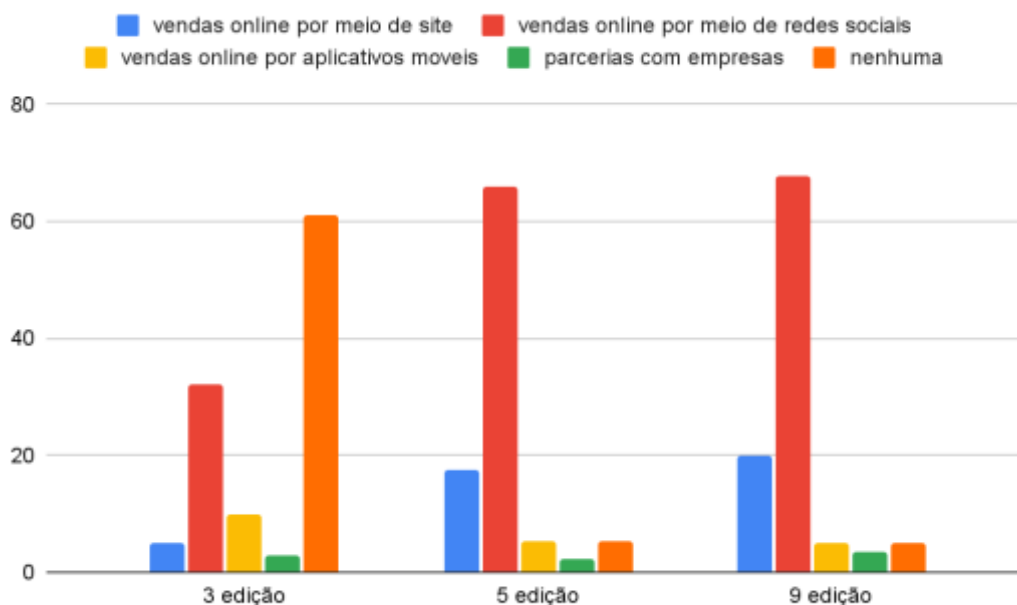
Fonte: Sebrae (2020; 2021).

Pode-se observar que, a grande maioria já vendia de forma *online* antes da pandemia, mas uma média de 15% dos respondentes passou a vender por esse meio por causa da crise, e isso significa que viram uma necessidade de seu público e a acolheram.

Outro ponto interessante, é o número de empresas que não usam, mas gostariam de utilizar em breve, o que resultou em uma média de 17% dos participantes. Isso pode significar uma dificuldade com as redes, ausência de recursos e a necessidade de um auxílio para executar essa ideia. Uma pesquisa realizada em 2019, que foi financiada pela empresa Zoho, revelou que 62% dos empresários acreditavam que investir no meio *online* é caro (Zoho, 2019).

Dos participantes da pesquisa que disseram utilizar canais de venda *online*, em três edições, eles responderam qual era o seu canal de vendas (Gráfico 6). A partir disso, é possível notar que com o passar do tempo as vendas por meio de redes sociais aumentaram, pois ao contrário do que se achava, criar uma conta em rede social é gratuito e relativamente simples. Por exemplo, para criar uma conta no *Instagram* é necessário apenas e-mail e telefone, no *Whatsapp Business* isso é ainda mais simples, é necessário apenas telefone. Porém, o grande desafio está na produção do conteúdo, na manutenção das redes e na periodicidade das publicações.

### Gráfico 6- Canais de Vendas *Online* das empresas de Minas Gerais participantes da pesquisa



Fonte: Sebrae (2020; 2021).

No Gráfico 6, é possível perceber como a não utilização de meios digitais, que na terceira edição foi por volta de 60%, nas outras edições foi para uma média de 5,1%, esse desenvolvimento das empresas se dá pela necessidade de vender.

De acordo com levantamento realizado pelo *Money Times*, o ano de 2020 registrou a maior alta em negociações pela internet nos últimos 20 anos, com cerca de 47% de crescimento.

Por fim, os empreendedores responderam quanto tempo acreditavam que as atividades voltariam ao normal (Tabela 2). É possível evidenciar que, 23 dias após o início da pandemia, os empreendedores acreditam que em 11 meses tudo voltaria ao normal, porém quase um ano após o início, os empresários acreditavam que tudo voltará ao normal se dará apenas em 19 meses, ou seja, 1 ano e meio.

**Tabela 2 - Tempo para voltar ao normal**

Edição	MESES
2ª edição	11 meses
3ª edição	15 meses
4ª edição	15 meses
5ª edição	14 meses
6ª edição	12 meses
7ª edição	12 meses
8ª edição	12 meses
9ª edição	14 meses
10ª edição	19 meses

Fonte: Sebrae (2020; 2021).

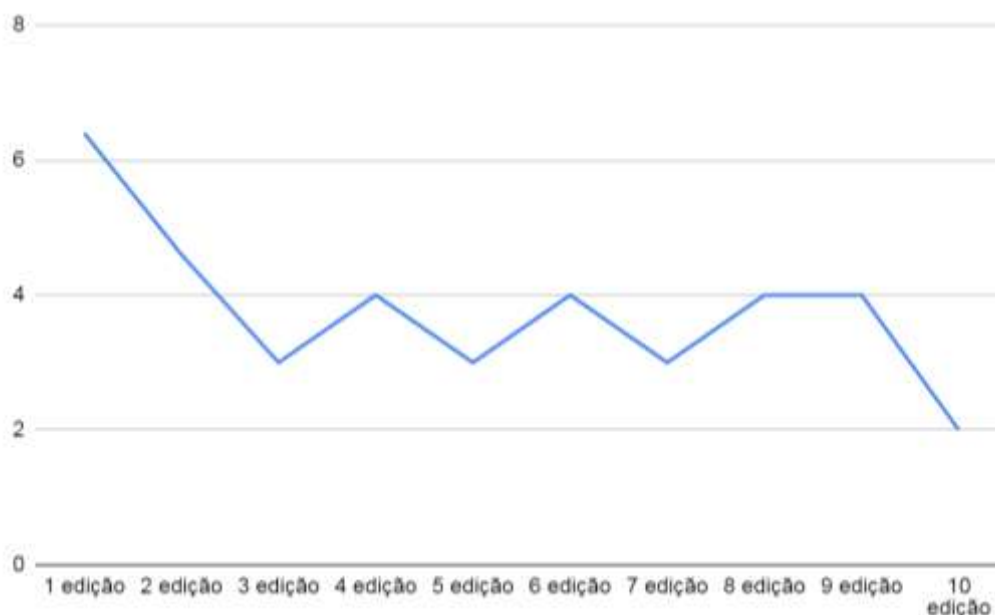
### 4.3 FUNCIONÁRIOS

Ter funcionários e colaboradores é de suma importância em uma empresa. Qualquer ambiente corporativo que deseja crescer e aumentar sua produção deve ter consciência disso.

Com a pandemia, muitas das empresas que estavam em desenvolvimento, tiveram que interromper o seu funcionamento ou adaptar a sua forma de operar como foi visto anteriormente. Outras, devido à falta de demanda, optaram por tomarem medidas drásticas em relação aos seus funcionários. Sendo desligamentos ou até mudanças na forma de trabalhar.

Com isso, no Gráfico 7, é apresentada a média do número de funcionários que as empresas contavam, incluindo familiares, empregados fixos e temporários, formais ou informais, durante o período estudado.

**Gráfico 7- - Pessoas Ocupadas nas empresas de Minas Gerais participantes da pesquisa**



Fonte: Sebrae (2020; 2021).

Pode-se observar que houve uma redução expressiva do número de pessoas ocupadas da primeira para a terceira edição da pesquisa, o que esse resultado é coerente com a proporção de empresas que fecharam temporariamente.

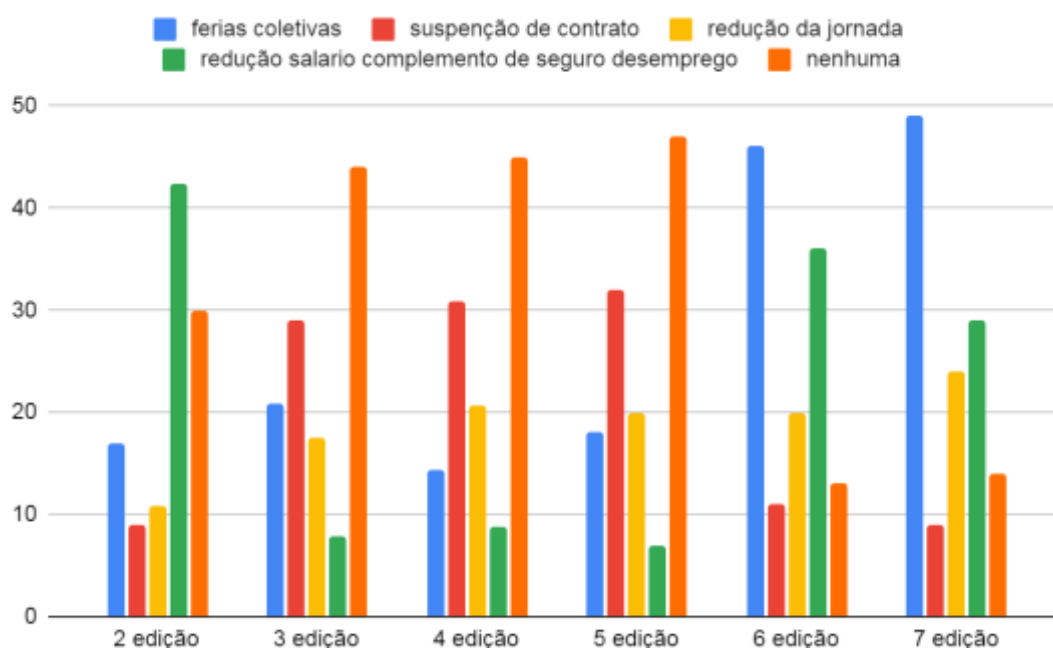
Sobre esse assunto, pode-se destacar a Medida Provisória nº 936/20, do governo federal que possibilitou às empresas reduzirem a jornada de trabalho e, proporcionalmente o salário, ou até mesmo suspender temporariamente o contrato de trabalho.

A suspensão é temporária e não pode ultrapassar três meses. O governo federal auxilia o trabalhador por meio do pagamento de uma quantia mensal, que varia conforme o tipo de

acordo feito entre o empregado e o empregador. Quando a empresa se estabiliza, não pode demitir pelo período de tempo que a empresa aderiu ao Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda (BRASIL, 2021).

Outra opção que encontraram foram a concessão de férias coletivas ou redução salarial com complemento de seguro desemprego. O governo federal estabeleceu novas determinações sobre as férias coletivas como forma de manter os vínculos trabalhistas e evitar demissões durante a pandemia, as mudanças foram feitas na Medida Provisória nº 1046/20. As medidas tomadas, pelos empreendedores mineiros participantes da pesquisa pode ser observada no Gráfico 8.

**Gráfico 8 - Medidas tomadas com funcionários**



Fonte: Sebrae (2020; 2021).

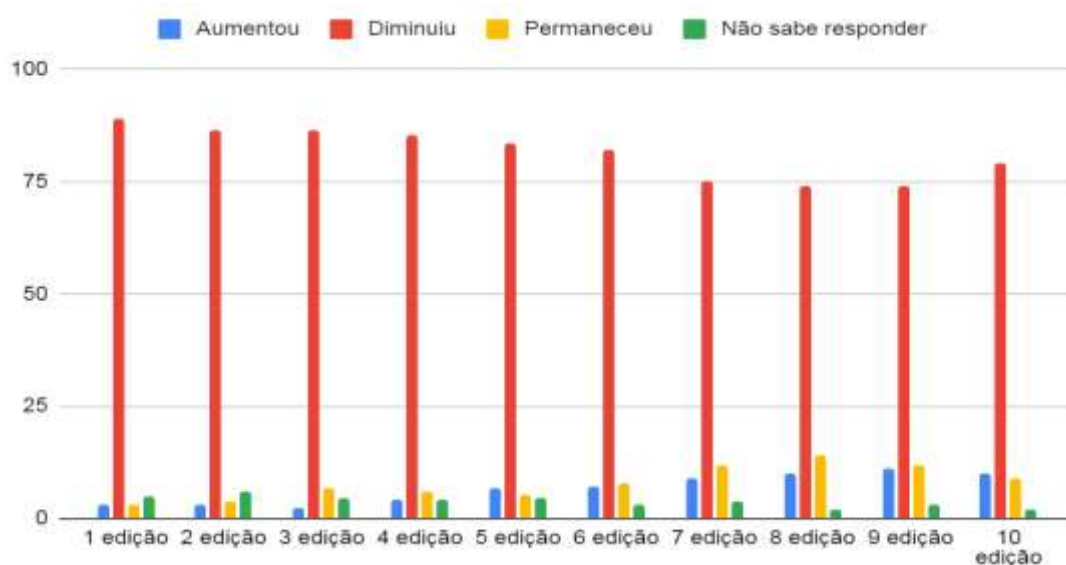
Pode-se observar que, cerca de um mês após a pandemia, a medida mais adotada quanto aos funcionários foi a redução do salário com complemento do seguro desemprego. Observa-se, também, que, da segunda para a terceira edição, houve um aumento expressivo na suspensão de contrato, que se manteve alta por três edições, e após isso voltou a cair, e com essa queda houve o aumento das férias coletivas.

#### 4.4 FATURAMENTO

Após a apresentação das dimensões anteriores, inicia-se a discussão sobre os efeitos no faturamento. A respeito disso, no Gráfico 9 evidencia-se os dados da pesquisa sobre como seu faturamento foi afetado. É possível observar que, em todas edições, a maioria dos

empresários responderam que tiveram diminuição no faturamento, com percentuais superiores a 70%.

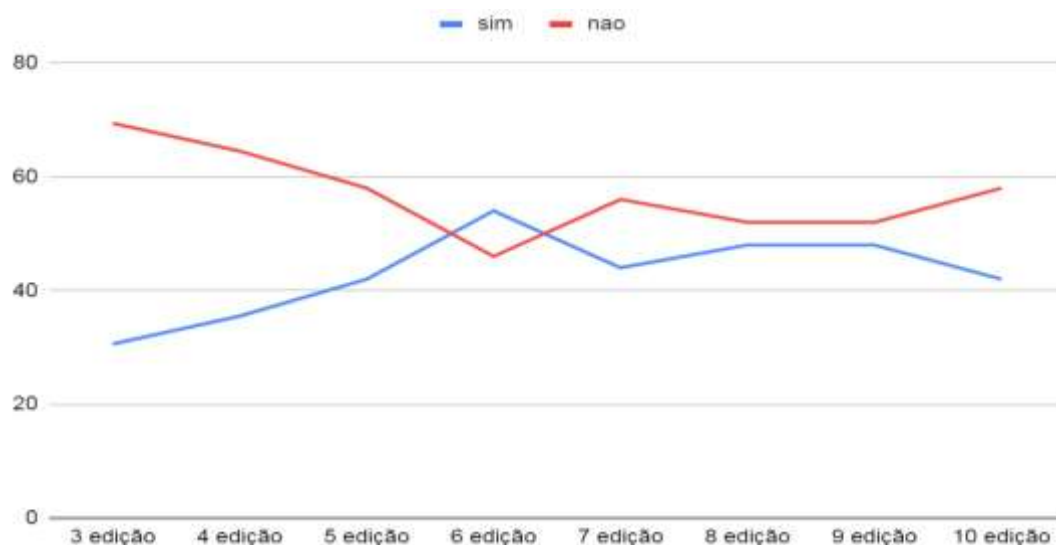
**Gráfico 9 - Efeitos no Faturamento**



Fonte: Sebrae (2020; 2021).

Durante todas as edições, que se decorreram no período de cerca de um ano, não houve percepção dos empresários em relação ao tamanho do impacto da crise em seu faturamento, ou seja, sem alterações significativas. Conforme foram adotadas medidas pelos empresários, o número de respondentes que notou uma diminuição teve queda. Isso ocorreu de forma lenta, mas pôde ser notado.

Os empresários que escolheram manter a empresa ativa e os seus funcionários, também responderam outra questão importante, isto é: para conseguir manter seus custos fixos (funcionários, aluguel e etc.), foi necessário buscar algum tipo de empréstimo? Como resultado, uma média de 43% dos respondentes disse que buscou empréstimo para conseguir manter sua empresa. Esse número começou baixo, teve um aumento e, ao final da pesquisa, voltou a diminuir (Gráfico 10).

**Gráfico 10 - Busca por empréstimos**

Fonte: Sebrae (2020; 2021).

É possível observar que, na sexta edição, cerca de 140 dias após o início da pandemia, a maioria dos entrevistados disse que buscou por empréstimos. Para fins do presente trabalho, não se buscou compreender se conseguiram ou não os empréstimos, nem os motivos por não conseguirem. Pois acredita-se que esse tema não compreende o objetivo do trabalho.

Como síntese apresenta-se o quadro 4, com os principais resultados identificados no levantamento.

**Quadro 4- Principais resultados identificados**

Dimensão	Resultado
Perfil dos respondentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sem mudança do perfil da idade dos respondentes</li> <li>• Maioria se identifica com o sexo masculino</li> <li>• 59% dos respondentes é do porte de empresa MEI.</li> </ul>
Funcionamento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 23 dias após o início da pandemia, aproximadamente 55% das empresas interromperam o funcionamento</li> <li>• Gradativamente voltando e começaram a funcionar com mudanças ou da mesma forma que antes da pandemia.</li> <li>• Grande maioria já vendia de forma <i>online</i> antes.</li> <li>• A média de 15% dos respondentes passou a vender por esse meio por causa da crise.</li> <li>• A não utilização de meios digitais, que na terceira edição foi por volta de 60%, nas outras edições foi para uma média de 5,1%</li> </ul>
Funcionários	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redução expressiva do número de pessoas ocupadas da primeira para a terceira edição da pesquisa</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerca de um mês após a pandemia, a medida mais adotada quanto aos funcionários foi a redução do salário com complemento do seguro desemprego.</li> <li>• Da segunda para a terceira edição, houve um aumento expressivo na suspensão de contrato, que se manteve alta por três edições</li> <li>• Com a queda houve o aumento das férias coletivas.</li> </ul>
Faturamento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Em todas edições a percepção dos respondentes sobre redução do faturamento se manteve acima de 75% deles.</li> <li>• 140 dias após o início da pandemia, a maioria dos entrevistados disse que buscou por empréstimos</li> </ul>

Fonte: Sebrae (2020; 2021).

Frente aos dados trabalhados na presente pesquisa, os resultados encontrados refletem perfis diferentes de empresários, e diversas atitudes tomadas onde os responsáveis viram sentido em toma-las. Como o objetivo é apontar as atitudes, não nos cabe apontar quais foram certas ou erradas, entende-se que lidar com uma pandemia que alcançou todo o mundo, foi difícil, e por isso são temas que devem ser estudados.



## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo identificar as atitudes tomadas pelos empreendedores mineiros quando a pandemia chegou ao Brasil. Pode-se observar que houve um impacto, principalmente, na forma de funcionar, mas com o passar do tempo, os empresários foram se reestruturando e buscando novas formas de continuar ativos.

É possível ver que, na primeira edição, cerca de uma semana após o início da restrição de pessoas, a maioria optou por suspender as suas atividades, mas em seguida, após se reestruturarem, conseguiram voltar ao funcionamento com mudanças.

Essas mudanças foram das mais variadas possíveis, desde a venda por meios *online* até optarem pelo *home office*. As demissões foram inevitáveis, e a busca por empréstimos em dado momento cresceu. A percepção sobre o faturamento, para a maioria dos respondentes, foi a de queda, mas com o passar do tempo, foram conseguindo aumentá-lo, por conta da volta gradativa das atividades, e também pela mudança de funcionamento. Outro ponto a ressaltar, é que o pessimismo dos respondentes foi aumentando com o passar das edições, mas mesmo pessimistas, o número de empresas fechando foi diminuindo, o que mostra a perseverança vinda dos empreendedores mineiros.

Com presente trabalho, pôde-se observar o papel das mídias sociais para reestruturação de vários negócios. O *Marketing Digital* foi um segmento que viu nesse cenário, o potencial de levar crescimento para as empresas que podiam conduzir seus negócios online. Pois se o cliente e o público-alvo não podem ir até o empreendedor, eles podem se encontrar. Não presencialmente, mas de forma online, e acima de tudo, de maneira segura, principalmente no cenário de pandemia, o cuidado com o cliente foi primordial.

Concluindo, a pandemia da Covid-19, desestruturou famílias, fechou empresas, abalou a economia mundial, mas acima de tudo, ensinou a conviver com o novo e com as adversidades. Mesmo com queda no faturamento, restrição ao funcionamento, pessimismo de volta, demissões, e buscas por empréstimos, graças às mídias sociais os empreendedores puderam encontrar novos clientes e reencontrar os antigos.

O presente trabalho conta com algumas limitações, uma delas é que na pesquisa utilizada como base, as respostas são baseadas nas percepções dos empreendedores, e não sobre dados, ou seja não conseguimos comprovar se realmente os faturamentos aumentaram ou diminuiram.

Uma sugestão para estudos futuros que não pôde ser abordado no presente trabalho é entender quais atitudes poderiam ser tomadas pelos empreendedores para evitar, pelo menos, uma parte dos impactos econômicos das empresas ou sobre essa brusca mudança

de hábito, que levou consumidores do *offline* para o *online*, provocando grandes reflexos na economia brasileira. Além disso, acredita-se que estudos qualitativos, realizados por meio de entrevistas, podem ser interessantes para compreender questões do cotidiano empresarial que o panorama quantitativo não consegue capturar.

## REFERÊNCIAS

- AMIN, V. **Pesquisadores estudam os impactos da crise atual nos pequenos negócios.** Disponível em <<https://www.ufms.br/pesquisadores-estudam-impactos-da-crise-provocada-pela-covid-19-em-pequenosnegocios/>>
- BARRETO, MAURÍCIO LIMA ET AL. O que é urgente e necessário para subsidiar as políticas de enfrentamento da pandemia de COVID-19 no Brasil?. **Revista brasileira de epidemiologia**, Rio de Janeiro , v. 23, 2020. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbepid/a/6rBw5h7FvZThJDcwS9WJkfw/?lang=pt> >
- BERNARDES, JULIANA, ET AL. “Os Impactos Financeiros Da Covid-19 Nos Negócios.” **Revista FAESF**, vol 4. Junho de 2020, pp. 43–47. Disponível em: <[www.faesfpi.com.br/revista/index.php/faesf/article/view/115/101](http://www.faesfpi.com.br/revista/index.php/faesf/article/view/115/101). Acesso em 5 de julho de 2021.>
- BEZERRA, ANSELMO CÉSAR VASCONCELOS, ET AL. Fatores Associados Ao Comportamento Da População Durante O Isolamento Social Na Pandemia de COVID-19. **Ciência & Saúde Coletiva** , vol. 25. Junho 2020. <<https://www.scielo.br/j/csc/a/9g4hLHkSSW35gYsSpggz6rn/?lang=pt>>
- BRASIL. **Coronavírus Brasil**. Acesso em 2 de fevereiro de 2021. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>
- BRASIL. **Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda**. Disponível em: <<https://servicos.mte.gov.br/bem/>>. Acesso em: 11 set. 2021.
- CABRAL, K. **Empresas ajudam pequenos negócios em meio a pandemia do coronavírus.** Disponível em: <<https://cebds.org/empresas-ajudam-pequenos-negocios-em-meio-a-pandemia-do-coronavirus.> >
- CAMPELO R. Minas Gerais fortalece o empreendedorismo. **Negócio e Franquia**, 2021. Disponível em: <<https://www.negocioefranquia.com/minas-gerais-fortalece-o-empreendedorismo/>>
- CEZARINO, L; CAMPOMAR. **Micro e pequenas empresas: características existentes e gerenciais.** (s/d). Disponível em: <<https://www.unifafibe.com.br/revistasonline/arquivos/hispecielemaonline/sumario/10/19042010081633.pdf>>.
- CHIAVENATO, IDALBERTO. **Empreendedorismo dando asas ao espírito Empreendedor.** Editora Saraiva , 2 edição, 2007. Acesso em 5 de setembro de 2021. Disponível em: [www.academia.edu/28505879/EMPREENDEDORISMO\\_DANDO\\_ASAS\\_AO\\_ESP%C3%84DRITO\\_EMPREENDEDOR](http://www.academia.edu/28505879/EMPREENDEDORISMO_DANDO_ASAS_AO_ESP%C3%84DRITO_EMPREENDEDOR). Acessado em 5 de setembro de 2021.
- CONTABILIZEI. "O que é Planejamento tributário?". Acessado em 24 jul 2021. disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/como-fazer-um-planejamento-tributario-para-sua-pequena-empresa/>>

CONTENT, A. B. Oportunidade na crise: loja digital é saída para ninguém parar. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/oportunidade-na-crise-loja-digital-e-saida-para-ninguem-parar>.>

DASA. Lockdown durante a pandemia do Coronavírus: o que é e quais países adotaram. 2021. Disponível em: <https://dasa.com.br/blog/coronavirus/lockdown-coronavirus-significado/>

DATASEBRAE. Pesquisa Especial impacto do coronavírus nos pequenos negócios - UF. Edição 1, 2020. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Impactos-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-UF.pdf>

DATASEBRAE. Pesquisa Especial impacto do coronavírus nos pequenos negócios - UF. Edição 3, 2020. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/05/Impacto-do-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-3%C2%AAedicao\\_UF.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/05/Impacto-do-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-3%C2%AAedicao_UF.pdf)

DATASEBRAE. Pesquisa Especial impacto do coronavírus nos pequenos negócios - UF. Edição 4, 2020. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/06/Impacto-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-4%C2%AAedicao\\_UFv2.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/06/Impacto-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-4%C2%AAedicao_UFv2.pdf)

DATASEBRAE. Pesquisa Especial impacto do coronavírus nos pequenos negócios - UF. Edição 5, 2020. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/07/Impacto-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-5%C2%AAedicao\\_por-UF-v1.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/07/Impacto-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-5%C2%AAedicao_por-UF-v1.pdf)

DATASEBRAE. Pesquisa Especial impacto do coronavírus nos pequenos negócios - UF. Edição 6, 2020. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/08/Impacto-coronavi%CC%81rus-nas-MPE-6%C2%AAedicao\\_UF.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/08/Impacto-coronavi%CC%81rus-nas-MPE-6%C2%AAedicao_UF.pdf)

DATASEBRAE. Pesquisa Especial impacto do coronavírus nos pequenos negócios - UF. Edição 7, 2020. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/09/Impacto-coronavi%CC%81rus-nas-MPE-7%C2%AAedicao\\_UF.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/09/Impacto-coronavi%CC%81rus-nas-MPE-7%C2%AAedicao_UF.pdf)

DATASEBRAE. Pesquisa Especial impacto do coronavírus nos pequenos negócios - UF. Edição 8, 2020. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/10/Impacto-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-8%C2%AAedicao\\_UF.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/10/Impacto-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-8%C2%AAedicao_UF.pdf)

DATASEBRAE. Pesquisa Especial impacto do coronavírus nos pequenos negócios - UF. Edição 9, 2020. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/01/Impacto-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-9%C2%AAedicao\\_UF-v2.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/01/Impacto-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-9%C2%AAedicao_UF-v2.pdf)

DATASEBRAE. Pesquisa Especial impacto do coronavírus nos pequenos negócios - UF. Edição 10, 2020. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/03/Impacto-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-10%C2%AAedicao\\_UF.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/03/Impacto-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-10%C2%AAedicao_UF.pdf)

DORNELAS, J. Empreendedorismo, transformando ideias em negócios. **Editora Atlas**, São Paulo, 2016.

Entenda O Que é 'Lockdown. G1 , 6 de maio de 2020, Acessado em 19 de janeiro de 2021. Disponível em: <[g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/05/06/entenda-o-que-e-lockdown.ghtml](http://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/05/06/entenda-o-que-e-lockdown.ghtml)>

Equipe Money Times. “E-Commerce Tem Crescimento Recorde de 47% Durante a Pandemia No Brasil”. Money Times , 21 de outubro de 2020, [www.moneytimes.com.br/e-commerce-tem-crescimento-recorde-de-47-durante-a-pandemia-no-brasil/](http://www.moneytimes.com.br/e-commerce-tem-crescimento-recorde-de-47-durante-a-pandemia-no-brasil/). Acessado em 5 de setembro de 2021.

FARIA. **Micro e pequenas empresas lideram a geração de empregos** . Disponível em: <<https://diariodocomercio.com.br/economia/micro-e-pequenas-empresas-lideram-a-geracao-de-empregos/>>. Acesso em: 31 jan. 2021.

FIOCRUZ. Impactos sociais, econômicos, culturais e políticos da pandemia. Disponível em <https://portal.fiocruz.br/impactos-sociais-economicos-culturais-e-politicos-da-pandemia>.

Folha Informativa COVID-19 - Escritório Da OPAS E Da OMS No Brasil - OPAS / OMS | Organização Pan-Americana Da Saúde. Disponível em: [www.paho.org/pt/covid19](http://www.paho.org/pt/covid19).

GIBRAN, SANDRO NODA, JULIANA MARKENDORF, LOUVAINE. **A Pandemia do coronavírus sob a ótica da análise econômica do direito: (in)eficiência da intervenção estatal**. *Relações Internacionais no Mundo Atual*, v.1,n.26,2020.Acesso em:10 Janeiro 2020. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.21902/Revrima.v2i27.3995>>.

LACERDA. A Contabilidade como ferramenta gerencial na gestão financeira das micros, pequenas e médias empresas (MPMEs): necessidade e aplicabilidade. **Revista Brasileira de Contabilidade** , n. 160, pág. 38–53, 2006. Disponível em: <<http://rbc.cfc.org.br/index.php/rbc/article/view/686/428>>

Lei complementar nº123. Planalto, 14 de dezembro de 2006. Acesso em janeiro de 2021. Disponível: [www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/LCP/Lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp123.htm)>

Lei Geral Da Micro E Pequena Empresa. SEBRAE, 25 de agosto de 2014. Acesso em 15 de fevereiro de 2021. Disponível em: [www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/lei-geral-completa-10-anos-e-beneficia-milhoes-de-empresas,baebd455e8d08410VgnVCM2000003c74010aRCRD](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/lei-geral-completa-10-anos-e-beneficia-milhoes-de-empresas,baebd455e8d08410VgnVCM2000003c74010aRCRD).

MIGLIORINI, AFRÂNIO. **Tomada de Decisão Na Pequena Empresa: Estudo Multicaso Sobre a Utilização de Ferramentas Informatizadas de Apoio à Decisão**. Universidade de São Paulo , 2006. Disponível em: <[www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18140/tde-01062006-111443/publico/MIGLIOLI\\_A\\_M\\_Dissertacao\\_de\\_mestrado.pdf](http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18140/tde-01062006-111443/publico/MIGLIOLI_A_M_Dissertacao_de_mestrado.pdf)>

NASSIF, ET AL. Estão os empreendedores e as pequenas empresas preparadas para adversidades contextuais? Uma reflexão à luz da pandemia da covid-19. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas** , 2020, v.9, n.2.

OLIVEIRA. **Gestão de Pequenas e médias empresas**. UNICESUMAR. 2018. Disponível em:  
<[https://drive.google.com/file/d/1YPmjKUUH\\_fR3mkRnBUBSwFqtiCx0M1r4/view](https://drive.google.com/file/d/1YPmjKUUH_fR3mkRnBUBSwFqtiCx0M1r4/view)>

Organização Mundial da Saúde (2020). Doença por coronavírus (COVID-19). Disponível em: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/qa-detail/coronavirus-disease-covid-19#:~:text=symptoms> [Acessado em 25 de maio de 2021].

PAN, AN, ET AL. Associação de intervenções de saúde pública com a epidemiologia do surto COVID-19 em Wuhan, China. **JAMA** , 10 de abril de 2020.

Pequenos Negócios Já Representam 30% do Produto Interno Bruto Do País. Pequenas Empresas Grandes Negócios, 9 de abril de 2020. Acesso em 14 de janeiro de 2021. Disponível em: <[revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2020/04/pequenos-negocios-ja-representam-30-do-produto-interno-bruto-do-pais.html](http://revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2020/04/pequenos-negocios-ja-representam-30-do-produto-interno-bruto-do-pais.html)>

PEREIRA, JAIANE E ADRIANA BERNARDO. Empreendedorismo Digital. **Desenvolvimento Em Questão**, Edição Especial 2016: Empreendedorismo e Inovação, 30 nov. 2016, pp 293-327, Acesso em 2 de maio de 2021. Disponível em:  
<<https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/4422>>

Pesquisa Quantitativa E Pesquisa Qualitativa: Entenda a Diferença. Instituto PHD, 23 de fevereiro de 2015. Acesso em 5 de setembro de 2021. Disponível em:  
[www.institutophd.com.br/pesquisa-quantitativa-e-pesquisa-qualitativa-entenda-a-diferenca/](http://www.institutophd.com.br/pesquisa-quantitativa-e-pesquisa-qualitativa-entenda-a-diferenca/).

Portal do Empreendedor. Empresas & Negócios. Acesso em 5 de fevereiro de 2021. Disponível em:[www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor](http://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor).

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013

Redação E-Commerce Brasil. “Pesquisa: 71% Dos Brasileiros Aumentaram Compra Online Após Covid-19”. E-Commerce Brasil , Acesso em: 23 mar. 2021. Disponível em:  
<[www.ecommercebrasil.com.br/noticias/brasileiros-aumentaram-compra-online-apos-pandemia-coronavirus/](http://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/brasileiros-aumentaram-compra-online-apos-pandemia-coronavirus/). Acessado em 26 de janeiro de 2021.>

RICHARDSON, R. J. Pesquisa Social, métodos e técnicas. São Paulo: **Editora Atlas**, 2010.

SEBRAE. Confira as Diferenças Entre Micro Empresa, Pequena Empresa E MEI.” 9 de dezembro de 2013. Acesso em: 15 de Dezembro de 2020. Disponível em:  
[www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD).

SEBRAE. Onde Estão as Micro e Pequenas Empresas no Brasil. 2006. Disponível em:  
<[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/resultado\\_mpe\\_brasil.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/resultado_mpe_brasil.pdf)>

SILVA, LUCAS, ET AL. The Effect of Lockdown on the COVID-19 Epidemic in Brazil: Evidence from an Interrupted Time Series Design. **Cadernos de Saúde Pública**, vol. 36. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/csp/a/k5KKkRb9n9xZnkB8wNxsfkf/abstract/?lang=en>>

VANDERLEI, A. et al. Práticas gerenciais de micro e pequenas empresas. **Revista Ambiente Contábil**. da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/ambiente/article/download/7271/6032/>>.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. “**Coronavirus disease (COVID-19) pandemic**”. 2020. Disponível em: <[https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019?gclid=Cj0KCQjwtMCKBhDAARIsAG-2Eu-hYJbf40rhwWFtW0tGcf4CJ--RMYgrM9cPlwpvrTYIfv-YXJ9YClwaAsHtEALw\\_wcB](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019?gclid=Cj0KCQjwtMCKBhDAARIsAG-2Eu-hYJbf40rhwWFtW0tGcf4CJ--RMYgrM9cPlwpvrTYIfv-YXJ9YClwaAsHtEALw_wcB)>