

UMA ANÁLISE DOS IMPACTOS POSITIVOS E NEGATIVOS DA PANDEMIA NAS MACRO, MICRO E PEQUENAS EMPRESAS VAREJISTAS NO BRASIL: uma análise das informações de constituições e extinções de 2015 a 2020

Alexsandra Alves Carneiro¹

Erica de Oliveira Santos²

Taize Murielle de Almeida Ferreira³

RESUMO

As micro e pequenas empresas (MPEs) são organizações que tem a atenção de muitos empreendedores, por serem referência para estruturar um pequeno negócio, além de possuírem incentivo em sua formação como: benefícios tributários, em muitos casos por uma composição familiar e outros. Na pandemia da Covid-19, muitas macro, micro e pequenas empresas interromperam suas atividades, muitas destas empresas não conseguiram retomar e tiveram que fechar. Nesse momento houve o surgimento de novas empresas para atender as novas demandas e uma expansão do comércio online. Com base nisso este artigo tem como objetivo analisar os efeitos negativos da Covid-19, observado também as constituições e extinções das micro, macro e pequenas empresas no Brasil, partindo de uma análise temporal de ano de 2015 a 2020. A pesquisa se caracterizou de caráter descritiva, com análise dos dados de constituições e extinções disponibilizados nas juntas comerciais do Brasil e dos dados do mapa das empresas do governo Federal (gov.br). Os resultados evidenciam que, em 2020, a constituição de 3.049.029 de novas empresas e 909.268 extinções de empresas ocorreram em todo o território brasileiro. O Estado de São Paulo possui o maior número de empresas constituídas e extintas ao contrário do Estado de Roraima apresenta os menores números. O ano de 2020 apresentou muitas extinções, contudo, em termos de quantidade não foram maiores que os anos de 2015 e 2018 no Brasil. Este estudo contribui para apresentar trazendo reflexões sobre as extinções ocorridas e trazer lições a serem aprendidas em meio a Covid-19.

Palavras-chave: Macro, Micro e Pequenas Empresas. Covid-19. Varejo.

ABSTRACT

Micro and small companies (MSEs) are organizations that have the attention of many entrepreneurs, as they are a reference for structuring a small business, in addition to having incentives in their formation, such as: tax benefits, in many cases due to family composition and others. In the Covid-19 pandemic, many macro, micro and small companies interrupt their activities, many of these companies were unable to resume and had to close. At that moment there was the emergence of new companies to meet the new demands and an expansion of online commerce. Based on this, this article aims to analyze the negative effects of Covid-19,

¹ Discente do curso de Administração da UNEF. Email: aac242005@hotmail.com

² Discente do curso de Administração da UNEF. Email: ericaoliveira1@hotmail.com

³ Discente do curso de Administração da UNEF. Email: taizemurielle-@hotmail.com

also observing the constitutions and extinctions of micro, macro and small companies in Brazil, starting from a temporal analysis of the year 2015 to 2020. descriptive in nature, with analysis of data on constitutions and extinctions made available in the commercial boards of Brazil and data from the map of companies of the Federal government (gov.br). The results show that, in 2020, the creation of 3,049,029 new companies and 909,268 company extinctions occurred throughout the Brazilian territory. The State of São Paulo has the largest number of incorporated and extinct companies, unlike the State of Roraima, which has the lowest numbers. The year 2020 presented many extinctions, however, in terms of quantity, they were not greater than the years 2015 and 2018 in Brazil. This study contributes to presenting reflections on the extinctions that occurred and bringing lessons to be learned in the midst of Covid-19.

Keywords: Macro, Micro and Small Companies. Covid-19. Retail.

1 INTRODUÇÃO

Diante do atual cenário que o mundo passa com a pandemia da COVID-19, doença causada pelo novo coronavírus - SARS-CoV-2, muitos questionamentos e incertezas transitam pela cabeça das pessoas. A realidade exige cuidado em todos os âmbitos e também traz consigo fortes problemáticas socioeconômicas além de todas preocupações ligadas à saúde dos indivíduos.

A COVID-19 é uma doença respiratória nova que foi associada pela primeira vez em Wuhan, na China, no final de 2019 e hoje está presente em todos os continentes do mundo, sendo que a transmissão atualmente ocorre principalmente de pessoa a pessoa (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2020).

A falta de respostas médicas de curto prazo ao coronavírus requereu distanciamento social, em uma tentativa de diminuir a transmissão do vírus pela população. Contudo, este distanciamento desencadeou a interrupção das atividades econômicas não essenciais, algo que não se assemelha a qualquer demanda anterior ou crise de abastecimento.

Além do congelamento momentâneo das atividades, existem preocupações crescentes sobre os efeitos de longo prazo originados com a necessidade de extensões de protocolo de bloqueio (aumentando sua duração total e impacto), bem como sobre a real necessidade de sustentar regras de comportamento, como o distanciamento social para minimizar o risco de novos contágios de vírus no futuro (GIONES *et al.*, 2020).

O diretor-chefe da Organização Mundial da Saúde (OMS), pontua também que “o mundo não voltará, e não pode voltar, a ser como era antes”, haverá um novo normal, que terá que ser mais saudável, seguro e melhor preparado. A OMS prioriza como medidas de saúde pública: distanciamento social; identificação, isolamento e tratamento de todos os casos; rastreamento e quarentena de todos os contatos e, por fim, capacitação de todos os indivíduos que atuam na linha

de frente (ORGANIZAÇÃODAS NAÇÕES UNIDAS, 2020).

De toda forma, ainda existem muitas inseguranças sobre o coronavírus e seus impactos sociais e econômicos. Ao mesmo tempo em que se preconiza o isolamento social, este afeta diretamente as empresas, seja na produção, venda ou prestação de serviços. Para os empreendimentos está sendo um enorme desafio, o panorama atual, desde as áreas menos afetadas até as mais afetadas geram aglomeração de pessoas.

Existem empresas que estão conseguindo visualizar e aproveitar as oportunidades que estão surgindo neste momento. O Brasil é conhecido pela criatividade do seu povo e por “dar um jeitinho” nos momentos de dificuldade, mas agora nem todos estão conseguindo visualizar oportunidades dentro deste cenário. Outro fator que está impactando as empresas, principalmente as pequenas, são as medidas de segurança, elas produzem custos aos empreendimentos que antes não eram recomendados pelas agências de vigilância em saúde.

O Governo Federal e alguns Governos Estaduais e Municipais já anunciaram medidas de apoio aos trabalhadores informais e às empresas, que não se sabe se serão eficientes de fato para reduzir os problemas enfrentados. Enquanto a crise afeta todos os tipos de atividade econômica, os programas de apoio público tendem a priorizar e proteger as organizações estabelecidas.

E, infelizmente, a prioridade para as instituições públicas parece ser diminuir o risco de falências e de destruição de empregos, mas não tanto provocar a inovação ou a atividade empresarial. Sendo assim, talvez não seja surpreendente, há um grande número de organizações emergentes que não estão na lista de prioridades de instituições públicas ou governos nacionais (GIONES *et al.*, 2020).

Esses empreendimentos estão sendo deixados para trás, pois essas organizações emergentes muitas vezes ainda não são notadas para os formuladores de políticas ou o público, são empreendedores no processo de lançamento de seu primeiro produto ou serviço ou se esforçam para iniciar a expandir depois de atrair seus primeiros clientes (GIONES *et al.*, 2020).

Sem informações que possam pautar o planejamento das pessoas e dos empreendimentos um ar de insegurança permanece sobre os que são habituados a gerir de forma mais organizada e racional. Consequentemente, atingem-se aqueles que gerem seus negócios sem a utilização de ferramentas e as incertezas já comuns neste tipo de empreendimento acentuam-se ainda mais.

Neste ambiente, surge o questionamento de como estão e como vão ficar os empreendimentos neste momento de pandemia e pós pandemia do COVID-19, que pretende-se conhecer com o desenvolvimento desta pesquisa. Percebe-se que pesquisas assim são relevantes

e necessárias para entender a realidade vivenciada no Brasil e no mundo, desta forma, justifica-se a realização deste trabalho. Então surge o seguinte questionamento que norteia este artigo: “quais foram os pontos negativos e positivos que as macro, micro e pequenas empresas sofreram durante a pandemia do covid-19?”.

Sendo assim, destaca-se como objetivo geral: analisar através de uma revisão de literatura os principais impactos gerados as micro, macro e pequenas empresas varejistas brasileiras no período pandêmico e os reflexos desses fatores na economia. Já os objetivos específicos são: identificar os principais desafios enfrentados pelas empresas na gestão durante o período da pandemia do COVID-19, mapear como era realizada a gestão das empresas antes da pandemia do COVID-19, verificar o que mudou na gestão financeira das empresas durante o período de pandemia do COVID-19.

Assim, buscam-se trazer com este estudo contribuições empíricas e teóricas. Diante dos dados reais de cada estado sobre a quantidade de empresas que se extinguíram, assim como as que forma constituídas. Permite-se ainda observar as dificuldades enfrentadas e também relacionar um cenário de ganho oportuno com o aprendizado home office, teletrabalho, vendas online, o qual o início deste estudo pode dar suporte às indagações futuras sob o uso de dados abertos (gov.br), qualidade e precisão nas informações, propiciando assim revelar novos caminhos de estudo para as empresas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 COVID-19

A COVID-19 é a doença infecciosa causada pelo novo coronavírus, identificado pela primeira vez em dezembro de 2019, em Wuhan, na China (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2020). No último dia de 2019, a OMS foi alertada sobre inúmeros casos de pneumonia em Wuhan, ocasionada por uma nova cepa (tipo) de coronavírus que não havia sido identificada antes em seres humanos. Uma semana depois, as autoridades chinesas confirmaram que haviam identificado um novo tipo de coronavírus, que é um vírus muito comum, mas que até então não causava doenças graves em humanos, normalmente apresenta-se como um resfriado comum(ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2020).

No dia 30 de janeiro de 2020, o surto da doença causada pelo novo coronavírus foi identificado como uma Emergência de Saúde Pública de relevância Internacional,o mais alto nível de alerta da OMS. Essa decisão buscou aprimorar a coordenação, a cooperação e a

solidariedade global para interromper a propagação do vírus. O novo coronavírus recebeu, em 11 de fevereiro de 2020, o nome de SARS-CoV-2, responsável pela doença COVID-19.

Um mês depois, a COVID-19 foi caracterizada pela OMS como uma pandemia, que refere-se à distribuição geográfica de uma doença e não à sua gravidade, e reconhece que, no instante, esta doença está em vários países do mundo (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2020).

A OMS tem trabalhado com pesquisadores do mundo todo para conhecer mais sobre o vírus, como ele afeta as pessoas que estão doentes e como podem ser tratadas, além de buscar maneiras de resposta e desse modo desenvolver uma vacina (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2020).

A transmissão do vírus acontece de pessoa para pessoa, com contato próximo de uma pessoa infectada que transmitirá a doença por meio de pequenas gotículas do nariz ou da boca que se espalham pela tosse ou espirro. Essas gotículas podem pousar em objetos e superfícies ao redor da pessoa.

As pessoas contraem COVID-19 quando tocam nesses objetos ou superfícies com as mãos ou outra parte do corpo e, posteriormente, tocam os olhos, nariz ou boca. Ou ainda, se inspirarem gotículas de uma pessoa com COVID-19 que tosse ou espirra. Cabe evidenciar que podem haver outras formas de disseminação da doença que ainda não são conhecidos (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2020).

Muitas pessoas com COVID-19 têm somente sintomas leves, semelhantes a um resfriado ou são assintomáticos. Segundo o que já foi documentado na China, Singapura e Alemanha, alguns pacientes com a doença podem disseminar vírus de 24 a 48 horas antes do início dos sintomas e de 3 a 4 semanas após o início dos sintomas. Por este motivo, a OMS recomenda que os pacientes sejam liberados do isolamento somente após terem dois testes negativos, ou mais duas semanas após o fim dos sintomas, e estejam clinicamente recuperados (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2020).

As pessoas infectadas devem receber cuidados de saúde para aliviar os sintomas. As medidas de proteção são as mesmas utilizadas para prevenir doenças respiratórias, como: lavar as mãos com água e sabão ou com desinfetantes para mãos à base de álcool; ao tossir ou espirrar, cobrir a boca e o nariz com o cotovelo flexionado ou com um lenço, em seguida, jogar fora o lenço e higienizar as mãos.

Além de todas as medidas já citadas, manter pelo menos um metro de distância entre as pessoas e ainda quando não for possível ficar em casa em isolamento fazer o uso de máscara, sendo que esta deve ser usada seguindo boas práticas de uso, remoção e descarte ou

higienização (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2020).

Vale salientar que a COVID-19 está cercada de indagações. Muitas pesquisas e estudos clínicos estão sendo realizados, mas ainda há muito que ser descoberto para que se possa considerar que ela foi de fato vencida. A OMS em conjunto com entidades de pesquisa do mundo todo estão em busca de informações para combater o COVID-19.

2.2 GESTÃO X COVID-19

Hisrich, Peters e Sheapherd (2009, p. 30), discorrem que o empreendedorismo é “[...] o processo de produzir algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço essenciais, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência financeira e pessoal”.

Embora o próprio conceito de empreendedorismo já salienta a questão de conviver com diferentes riscos, como destaca Dolabela (2008), quando fala que o empreendedor desenvolve atividades que englobam risco, tem capacidade de inovar, de ser perseverante e de conviver com a incerteza, ninguém estava prevendo e nem preparado para a crise produzida pelo COVID19. O processo de gestão dos empreendimentos também envolve questões ligadas a análise dos ambientes e suas incertezas.

Pereira (2001, p. 57), destaca que gestão “[...] caracteriza-se pela atuação em nível interno da empresa que procura otimizar as relações recursos-operações-produtos/serviços, considerando as variáveis dos ambientes externo e interno que impactam nas atividades da organização, em seus aspectos operacionais, financeiros, econômicos e patrimoniais”.

Os empreendedores e gestores brasileiros já passaram por muitas crises internas e externas. Os países com economia estável e eficaz conseguem responder pouco tempo a fatores negativos, mas países com mais fraquezas demoram para se recuperar e voltar ao status anterior à crise. O Governo e as políticas econômicas implementadas contribuem de forma direta para influenciar o desempenho econômico, contudo, depende se são utilizadas as ações mais propícias para aquele momento (COLLIER, 2010).

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (2020a), com base na segunda rodada de pesquisa com empresários, relata que os pequenos negócios têm sido intensamente afetados pela pandemia do COVID-19. O mais afetado foi o faturamento semanal citado por 88% dos pesquisados, com queda de 69% com relação a uma semana normal.

Conforme Endeavor (2020), diante de uma crise inédita, não existe um manual pronto, devem ser utilizadas boas práticas com quem está vivendo o mesmo desafio que é de escala

global. Sendo que isto é algo que deve ser revisto todos os dias porque as ações são implementadas diariamente segundo a mudança de cenário, salienta: “Todos os dias, nossas decisões já impactam a vida de milhares de pessoas. Mas agora, esse impacto é exponencial”. Três perspectivas que podem afetar a ação empreendedora sob um choque exógeno, como este da pandemia da COVID-19, são apresentadas no Quadro 1.

Quadro 1. Perspectivas que podem afetar a ação empreendedora sob um choque exógeno

Concepções	Contribuições
Planejamento de negócios	Avalia as oportunidades de negócios e determina os cursos de ação adequados, embora a pandemia tenha sido um evento imprevisto não considerado nos processos de planejamento independentemente de quão formais ou informais fossem, os que o tinham desenvolvido conseguem atravessar turbulências com mais facilidade.
Frugalidade	Ideia que surge como meio de reduzir o consumo e, ao mesmo tempo, construir riqueza em períodos de turbulência econômica. Pode ser uma mentalidade poderosa para ajudar os empreendedores a se recuperarem das dificuldades econômicas causadas pela pandemia de COVID-19.
Suporte emocional	Conexões sociais oferecem suporte emocional e de informações, necessário neste período altamente estressante e de incertezas; os empreendedores estão experimentando o apoio emocional por meios online e com pessoas de diferentes áreas, o que tem também aumentado a produtividade destes.

Fonte: Elaborado a partir de Giones *et al.*, (2020)

Só agora está se iniciando a compreender as implicações do COVID-19 para o empreendedorismo. Para seguir adiante, não será suficiente esperar que as coisas voltem “ao normal”. O caminho a seguir requer equilibrar a construção de resiliência, bem como estar pronto para novas oportunidades empresariais (GIONES *et al.*, 2020).

2.3 O CENÁRIO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Para as micro e pequenas empresas o cenário de pandemia pode estar sendo ainda mais desafiador, por inúmeros motivos. No que alcança a questão econômica, empresas pequenas normalmente não têm tanto fôlego financeiro, dependendo de faturar para continuar produzindo, e também não tem tanto acesso a linhas de crédito, de modo que se não conseguir produzir e vender não conseguem pagar seus fornecedores e assim adquirir matéria prima para seguir com a produção (SILVA, 2019).

De acordo com Bartik *et al.*, (2020), a grande maioria das micro e pequenas empresas atuam nos setores de comércio e serviço, que estão sendo os mais prejudicados. Tais empresas são mais sensíveis justamente pelo fato de possuírem capital de giro muito limitado e baixíssimas reservas de capital.

É válido destacar que as pequenas empresas no Brasil, sejam formais ou informais representam o trabalho de quase metade da massa de trabalhadores. Sendo assim, o fechamento dessas empresas significa uma taxa altíssima de desemprego, o que prejudica a sociedade e a economia do país como um todo (NOGUEIRA; ZUCOLOTO, 2019).

Existe também a questão de infraestrutura e tecnologia, e em alguns casos até a dificuldade de lidar com a tecnologia e novas modalidades de trabalho. Há um grande número de empresas familiares que ainda são geridas pelo fundador, que não raro é uma pessoa de mais idade, e não tem tanto conhecimento sobre a implantação de um modelo de trabalho home office ou posicionamento digital, por exemplo, discorre Morette (2020).

É relevante salientar que ao contrário do que muita gente pensa, não são somente as grandes organizações e multinacionais que movimentam a economia, mas os pequenos negócios desempenham um papel de grande relevância no desenvolvimento e crescimento econômico do país.

Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2014), apontam que as pequenas empresas são responsáveis por quase 60% dos empregos no Brasil e um terço da riqueza nacional provém dos micro e pequenos negócios. Quando tais organizações abrem novos postos de trabalho é sinal de que a economia está se recuperando, além do papel que desempenham na alavancagem da economia, movimentando o setor de créditos e empréstimos bancários.

Estudo recente realizado pelo Sebrae (2020), indica que os principais setores afetados foram o comércio varejista e o de alimentos e bebidas. Por este motivo, o ideal é que as medidas e estratégias do governo sejam voltadas primeiramente para salvar as empresas de pequeno porte, já que elas têm mais dificuldade em obter capital de giro e linhas de crédito.

2.4 CENÁRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO DA COVID-19 NAS MACRO EMPRESAS VAREJISTAS.

Em ambientes de crises e incertezas as práticas contábeis adotadas devem ser divulgadas sempre seguindo as regras de aplicação normativa, e principalmente ofertando informações qualitativas, a fim de permitir um entendimento adequado e com profundidade dos impactos sobre os negócios. Além disso, as informações devem atentar-se à premissa de mencionar a continuidade operacional e as características qualitativas da informação contábil com indicações futuras, sempre que possível (NASCIMENTO et. al, 2020).

Segundo Lima (2020), no momento atual da COVID-19 vários setores produtivos no

Brasil como o varejo, mobilizam-se no mapeamento de políticas públicas setoriais para a superação da crise. Por ser caracterizado como um setor dinâmico no qual predomina a variedade de segmentos, ele requer rapidez, prioridade e emergência na adoção de políticas que melhorem as condições de funcionamento e sustentabilidade dos empreendimentos.

A COVID-19 tem provocado diversas transformações no setor que vão desde o comportamento do consumidor, a aplicação de tecnologias humanizadas nas relações de trocas comerciais e adaptações organizacionais por parte das empresas na gestão do negócio. Com o câmbio mais alto, os varejistas de roupas, calçados e esportes são mais prejudicadas por causa do custo dos produtos vendidos importado da Ásia, sendo a Centauro, Renner e Hering algumas delas.

Com o PIB menor, os varejistas de consumo discricionário em geral, como Via Varejo, Magalu, B2W serão as mais afetadas, e todo o mercado brasileiro está afetado nesse instante, com aumento do custo de capital que impacta negativamente nas ações das empresas. Além disso, a diminuição de crédito impacta mais fortemente varejistas mais alavancados como Via Varejo (KOHN, 2020).

De acordo com Konh (2020), a quarentena, medida restritiva adotada e recomendada pelos governos na tentativa de contenção do contágio causada pelo vírus, o consumo online deve aumentar e as mais beneficiadas serão empresas com alto percentual das vendas em plataformas virtuais, como B2W, MELI e Magalu.

Numa outra perspectiva, shoppings terão redução ou suspensão de circulação o que deve afetar empresas como Centauro, C&A, Renner e Riachuelo em suas lojas físicas, impulsionando o e-commerce. A Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (Sistema CNDL), maior representante do varejo brasileiro, tem demonstrado poder de relação e adaptação ao novo período e às suas diferentes fases e estágios, com diversas políticas públicas emergenciais econômicas, tributárias e trabalhistas a favor do setor e da sua sustentabilidade propostas junto às lideranças governamentais, nos níveis federal, estadual e municipal (LIMA, 2020).

O setor varejistas se tornou nas últimas décadas, um setor estratégico para a economia brasileira na geração de emprego e renda. Além disso, a ampliação da capacidade de consumo através de seus sistemas internos de campanhas, cartões de vantagens e crediários aumentou o poder de compra da população, e a sua representatividade que, dependendo do cenário econômico pode, em média, ser de 45% a 65% do PIB brasileiro, mas em 2018 chegou a 75,8%, de acordo com os dados do IBGE (LIMA, 2020), enfatiza-se a importância do setor varejista.

Em tempos de crise, o grande diferencial para as companhias é ter um caixa reforçado.

A empresa Magalu, conforme a presidente, afirmou que houve reforço de caixa, emissão de debêntures bem como os descontos de recebíveis. Em consequência disso, a varejista fechou o primeiro semestre de 2020 com caixa total de R\$ 4,6 bilhões, adotou medidas previstas pelo governo federal, no qual permitiu a diminuição da jornada de trabalho e salários e a renegociação de aluguéis (EPOCA NEGÓCIOS, 2020).

Já para a B2W, detentora das marcas Americanas, Submarino, Shoptime e Sou Barato, as vendas brutas foram de R\$ 4,58 bilhões, com um crescimento de 27,3% frente o mesmo período do primeiro trimestre de 2019. Com isso, a receita líquida aumentou 32,3% e fechou com um total de R\$ 1,7 bilhão. O crescimento do lucro bruto foi de 29% e do EBITDA, de 53%, impulsionados pelo controle e diluição de custos, com as despesas com vendas gerais e administrativas como percentual das vendas caindo de 25,3% para 23,5%. Além disso, o número de pedidos cresceu 35% na comparação anual e em abril deste ano, a companhia adiantou que o número de pedidos foi 83% maior (INFOMONEY, 2020).

Em relação à Via Varejo, que engloba as empresas Casas Bahia e Ponto Frio, foi percebido o crescimento das vendas brutas online acelerar para 45,7% na comparação mensal, além de que a margem bruta registrou uma vantagem de 3,1 pontos percentuais, apesar da queda das vendas nas mesmas lojas físicas. A Via Varejo conseguiu registrar lucro apesar do cenário adverso de R\$ 13 milhões, ante prejuízo de R\$ 50 milhões em igual período do ano passado, além de tomar iniciativas de gerenciamento que permitiram a diminuição da queima de caixa em R\$ 850 milhões (MATTOS, 2020).

Acompanhando os efeitos da COVID-19 sobre a atividade econômica em países previamente atingidos, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) editou uma série de normas a respeito. Uma delas engloba os fundamentos e exemplos que justificam sua transparência nas demonstrações contábeis, especialmente aquelas em elaboração do 1º trimestre do ano ou as que encerram o exercício.

No dia 31 de março de 2020, foi deliberada a extensão de diversos prazos, dentre a apresentação das demonstrações (Deliberação CVM 849/2020). Em abril do mesmo ano, diante do cenário econômico, foi expedida orientação específica para o risco de crédito e subsequente tratamento das provisões para perdas daí decorrentes pelo Ofício-circular CVM/SNC/SEP (BUENO, 2020).

Com a implementação das medidas de isolamento social, que ocorreram a partir de março, com a extensa paralisação das atividades produtivas, consequentemente a queda das demandas interna e externa havendo forte retração nos indicadores setoriais, de acordo com os dados da Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), em março houve uma retração de 13,9% no

comércio varejista ampliado, com base em estudos do IPEA, a deterioração em abril, do mesmo ano de 2020, foi de 34,7% (IPEA, 2020).

2.5 SOLUÇÕES DE ENFRENTAMENTO DA CRISE PANDÊMICA

Segundo o que foi visto mais acima, é válido salientar que em 2020 surgiu a crise da COVID-19, um desastre mundial, com impacto significativamente negativo no desenvolvimento da economia global. Foi no final de 2019 que houve a descoberta da síndrome respiratória aguda grave coronavírus 2 (SARS-CoV-2) e, logo em seguida, surge a pandemia de COVID-19 (WANG et al., 2020).

Dessa maneira, observa-se que um dos grandes desafios das organizações é lidar com o ambiente externo. Transformações econômicas, crises, incertezas, mudanças tecnológicas, sociais e políticas, fazem com que muitas empresas tenham que se adaptar rapidamente. Não há um consenso sobre as diferentes dimensões da incerteza (SHARMA et al., 2020).

Sendo assim, fica evidente que o contexto da pandemia desencadeou diversas mudanças seja em aspectos sociais e econômicos do planeta. Trata-se de uma situação, logo engloba diversos contextos do cotidiano, e dentre tais, as empresas estão presentes. Com a crise pandêmica, as empresas precisaram adotar medidas de enfrentamento da situação atual perante às capacidades dinâmicas. No que toca à estratégia, afirma-se que: “Não há um conceito único de estratégia, existem vários significados, diferentes em sua amplitude e complexidade. Alguns autores incluem metas e objetivos como parte da estratégia, enquanto outros fazem distinções claras entre eles (MINTZBERG, 2006).”

Ademais, com relação às capacidades dinâmicas, não há muita diferença também, pois não há um conceito único, pois existe mais de um significado, o que é indicativo de diferentes visões. Apesar desse aspecto multissignificativo das supracitadas capacidades, ainda assim é oportuno apontar uma dessas visões: “as capacidades dinâmicas são os processos organizacionais e estratégicos pelos quais as empresas obtêm novas configurações de recursos à medida que os mercados emergem, colidem, dividem, evoluem e morrem (EISENHARDT; MARTIN, 2000).”

Partindo dessa percepção de raciocínio, percebe-se também que a elaboração das estratégias para o enfrentamento dos impactos da COVID-19 no setor empresarial é uma das principais tarefas de governos e das entidades organizadas, sobretudo para mitigação dos danos econômicos e para manutenção do emprego e da geração de renda (SCHIMIDT et al., 2020).

Diante disso, as empresas varejistas precisaram se adaptar no período da pandemia, de

tal maneira que pudessem adotar medidas, estratégias de enfrentamento quanto ao cenário atual. Como reflexo disso, essas empresas passaram a adotar mudanças nos procedimentos de venda, entrega e promoção de seus produtos. Na época antes da pandemia, as companhias varejistas eram muito dependentes da loja física. Entretanto, no momento presente, precisaram não somente a adaptar suas vendas pela via on-line, como também buscaram acelerar a transformação digital, como forma de agilizar a procura dos clientes pelos seus produtos.

Conforme a pesquisa do grupo SMB (Empresa estadunidense focada na área tecnológica), referente aos impactos e estratégias para empresas durante pandemia, foi revelado que um terço de todos os proprietários de pequenas e médias empresas aumentaram a sua atuação nos canais on-line, canais de vendas digitais, marketplaces e na criação de sites, ajudando a substituir parte dos negócios que estão perdendo nas lojas físicas durante a pandemia.

Dessa forma, é notório que as mídias sociais como o facebook e o instagram serviram como grandes tecnologias impulsionadoras para manter seus clientes atualizados sobre as ofertas disponibilizadas pelas empresas de varejo. Por conseguinte, houve também a expansão das opções de atendimento, como: entrega na calçada ou retirada na loja. É interessante salientar que apesar do método compra on-line ou retire na loja não serem técnicas novas, elas tornaram-se populares no contexto da pandemia (FREITAS, 2020).

Como forma de administrar a quantidade de pessoas dentro da loja, isto é, trata-se de uma maneira de manter o distanciamento social. Então, há em questão, logo, a medida do agendamento. Com isso, o cliente não precisa visitar, fisicamente, a loja. O mesmo fará uma consulta virtual e se decidir por uma determinada mercadoria, a loja disponibilizará uma fatura para efetuar o pagamento e depois a entrega é, posteriormente, decidida.

Numa outra visão, afirma-se também que o cliente pode até agendar uma visita à loja, se for do seu interesse. Por fim, outra estratégia adotada também seria a transição para pagamento sem contato. Em virtude da pandemia, está havendo um receio no momento de tocar o dinheiro na hora do pagamento. Dessa forma, há uma redução do contato presencial do cliente com a loja. Então, o pagamento pode ser feito por meio do cartão ou faturas (NAPIMOGA, 2020).

2.5.1 Estratégias aplicadas pelas Lojas Americanas

Como maneira de enfrentar a crise pandêmica da melhor forma, as lojas Americanas instituíram uma série de estratégias. Dentre tais, providenciaram, logo, um plano de revisão de

custos e de pré-pagamento das dívidas.

Dessa maneira, houve a criação de um comitê de crise, o qual possibilitaria um controle diário dos impactos da covid-19 causados na empresa. É válido salientar também que as referidas medidas foram utilizadas na manutenção da posição de caixa das Lojas Americanas. Outra medida adotada foi a revisão das linhas de despesa, bem como dos planos de investimentos da empresa.

2.5.2 Estratégias aplicadas pela Magazine Luiza

Suas estratégias para continuar ascendendo em meio aos desafios proporcionados pela pandemia foram apostar seus investimentos em e-commerce e em omnichannel. O primeiro refere-se às técnicas de vendas dos produtos pelo meio eletrônico, isto é, pelas lojas virtuais. Dessa forma, qualquer pessoa pode fazer seu cadastro na loja virtual, por meio do preenchimento dos dados solicitados e tornar-se um afiliado (DONALISIO, 2020).

Dessa maneira, esse indivíduo pode organizar os produtos que deseja anunciar e, por consequência, dá início ao seu negócio virtual. Cada vez que o link do vendedor for utilizado pelo consumidor, este ganhará uma comissão. Quanto maior for a dedicação e o nível de experiência do vendedor, maior será a comissão (FREITAS, 2020).

Haverá uma classificação dos vendedores em categorias: bronze, prata, ouro e diamante. Sendo assim, quanto mais estratégias são utilizadas para alcançar mais clientes, maiores são as chances de lucrar mais. Já com relação à estratégia da omnichannel, esta tem por finalidade a redução das diferenças entre as vendas realizadas seja pelo campo online quanto pelo offline, de tal maneira que a loja possa chegar a uma situação de equilíbrio, ou seja, num consenso no que tange suas atividades físicas e virtuais.

Finalmente, a Magazine Luiza (também conhecida como Magalu) diferente da maioria das companhias varejistas, ela conseguiu aumentar suas vendas durante o período da pandemia. Segundo a presidente do conselho Magazine Luiza, Luiza Helena Trajano, o significativo desempenho da empresa foi em decorrência de um dos principais motivos, sendo: o intenso investimento no ramo digital (NAPIMOGA, 2020)

2.5.3 Estratégias aplicadas pela Via Varejo

Tanto em virtude da restrição de circulação de pessoas, bem como por conta do fechamento das lojas físicas, a Via Varejo ainda assim conseguiu manter uma boa posição de

caixa, além de ter planejado um relativo crescimento nas atividades online (COSTA, 2016).

Então, a companhia Via Varejo, a qual é a dona das Casas Bahia e Ponto Frio, apostou na venda remota das suas mercadorias. Sendo assim, a venda ocorreria via whats app, pois o vendedor mandaria o link para o cliente. Como resultado disso, haveria a comissão para o vendedor e a satisfação do cliente mediante sua relação comercial com o vendedor(LEANDRO, 2016)

3 METODOLOGIA

Com o objetivo de encontrar soluções para o problema apresentado foi necessário definir os procedimentos metodológicos por meio da utilização de métodos científicos. De acordo com Gil (2002), a metodologia é determinada como a ciência e a arte de desencadear ações de maneira que se alcancem os objetivos propostos, ou seja, ela é um procedimento racional e sistêmico que tem como objetivo possibilitar respostas aos problemas propostos.

Este artigo, quanto aos objetivos é exploratório e descritivo, pois conforme Gil (2008) pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, tendo como propósito de torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses, incluindo o levantamento bibliográfico e entrevistas.

O mesmo autor ressalta que o estudo descritivo tem como objetivo primordial a descrição das características de determinado fenômeno, ou seja, esta pesquisa se caracteriza como descritiva, uma vez que foram descritos dados mais aprofundados sobre os impactos causados pela pandemia em micro e pequenas empresas, como mudanças de salário, carga horária dos funcionários, horário de atendimento, mudanças nos estoques, técnica de coleta de dados, questionário, entre outros. Além disso, o presente trabalho apresenta uma abordagem dedutiva.

Conforme Nascimento (2002), os relatos de diferentes empreendedores e empresas caracterizam como parte do método dedutivo, que integram princípios verdadeiros que possibilitam chegar a conclusões formais, que ajudem a explicitar os resultados alcançados em relação aos objetivos da pesquisa. No que se refere ao delineamento da pesquisa, esta foi classificada como histórica.

Conforme Lakatos e Marconi (2007), no método histórico o foco está na investigação de acontecimentos e de como as empresas estiveram desde o início da pandemia, a fim de verificar quais procedimentos foram feitos para tentar amenizar problemas causados pela pandemia da COVID-19.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Considerando as recomendações de Mascarenhas (2012), no tocante ao desenvolvimento do estudo, em relação à definição do universo e da amostra, os autores da pesquisa realizaram o estudo com base em banco de dados de 207 Microempresas e Empresas de Pequeno Porte optantes pelo Simples Nacional localizadas na Bahia, disponibilizado por uma empresa de prestação de serviços contábeis. A coleta de dados também envolveu o levantamento documental em legislações, normas, resoluções e demais informações sobre as medidas de enfrentamento ao COVID-19, bem como em documentos fiscais e demonstrativos disponibilizados pelas empresas participantes do estudo, com o objetivo de verificar os resultados aos objetivos propostos na pesquisa (DORNELAS, 2018).

Após a coleta de dados, os valores de faturamento, quantidade de funcionários, quantidade de suspensões e reduções foram adicionados em uma planilha, para cálculo da porcentagem de diminuição ou crescimento em cada item de estudo, facultando a verificação de impactos financeiros e econômicos causados pela pandemia de COVID-19 nas micro e pequenas empresas participantes da pesquisa (DORNELAS, 2018).

A seleção das empresas, a partir do universo das 207 disponibilizadas para consulta, pela empresa de prestação de serviços contábeis, foi realizada por meio da análise da atividade principal desenvolvida. As empresas integrantes da amostra não tiveram sua identidade divulgada, e por este motivo foram nomeadas conforme denominação apresentada no Quadro 2:

Quadro 2 : Enquadramento das Empresas Integrantes da Amostra

Empresa	Porte	Ramo de Atividade	Anexo Simples Nacional
A-I	EPP	Comércio varejista de alimentos	I
A-II	EPP	Comércio varejista de baterias para veículos automotores	I
A-III	ME	Comércio varejista de artigos e alimentos para animais de estimação	I
B-I	ME	Fabricação/Instalação de máquinas e equipamentos	II e III
B-II	EPP	Fabricação/Instalação de máquinas e equipamentos	II e III
B-III	ME	Padaria e confeitaria com predominância de confecção própria	II
C-I	EPP	Serviços de manutenção e reparação mecânica/Comércio varejista de peças e acessórios	I e III
C-II	ME	Escola de educação infantil	III
C-III	EPP	Manutenção e reparação de máquinas e equipamentos	III
D-I	EPP	Atividades de vigilância e segurança privada	IV
D-II	EPP	Atividades de vigilância e segurança privada	IV

D-III	ME	Construção de edifícios	IV
E-I	ME	Atividades de condicionamento físico	V ou III- Fator R
E-II	ME	Gestão e administração da propriedade imobiliária	V ou III- Fator R
E-III	ME	Atividades de condicionamento físico	V ou III- Fator R
F-I	ME	Representante comercial e agentes do comércio de madeira, material de construção e ferragens	V ou III- Fator R
F-II	ME	Atividade odontológica	V ou III- Fator R
F-III	EPP	Serviços de cartografia, topografia e geodesia	V ou III- Fator R
G-I	EPP	Transporte rodoviário de cargas	III - Transporte
G-II	EPP	Transporte rodoviário de cargas	III - Transporte
G-III	ME	Transporte rodoviário de cargas	III - Transporte

Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

Na abordagem seguinte estão apresentados os dados analisados de cada empresa participante da pesquisa, segundo amostra apresentada no Quadro 2. As informações expostas nas Tabelas 1 e 2 foram coletadas de forma documental dos setores fiscal, contábil e do departamento pessoal das empresas.

Para realizar a observação foram investigados os faturamentos das empresas integrantes da amostra e comparados entre a competência março de 2020, quando iniciaram as orientações para o isolamento social provenientes da pandemia de COVID19, e a competência junho de 2020.

Também foram observadas as informações dos meses de abril, maio e junho que foram os meses mais impactados pelas medidas governamentais que decretaram os fechamentos de muitas organizações para manter o isolamento social e evitar a disseminação do vírus. Os faturamentos auferidos podem ser verificados na Tabela 1 e o comportamento do número de funcionários na Tabela 2.

Tabela 1 - Redução/Aumento no Faturamento

Empresa	mar/20	abr/20	mai/20	jun/20	% aumento/redução
A-I	R\$ 258.021,27	R\$ 183.119,00	R\$ 173.218,03	R\$ 192.548,89	-25,3748%
A-II	R\$ 46.568,00	R\$ 63.080,00	R\$ 57.479,00	R\$ 59.943,00	28,7214%
A-III	R\$ 6.988,00	R\$ 8.100,00	R\$ 6.779,20	R\$ 4.195,40	-39,9628%
B-I	R\$ 7.300,00	R\$ 1.850,00	R\$ 2.780,00	R\$ 19.962,80	173,4630%
B-II	R\$ 170.772,08	R\$ 100.612,12	R\$ 84.068,04	R\$ 64.798,58	-62,0555%
B-III	R\$ 7.473,61	R\$ 8.112,20	R\$ 8.072,79	R\$ 5.913,10	-20,8803%
C-I	R\$ 55.817,72	R\$ 28.744,29	R\$ 44.860,49	R\$ 47.762,59	-14,4311%
C-II	R\$ 58.735,00	R\$ 5.448,00	R\$ 15.648,00	R\$ 26.429,40	-55,0023%
C-III	R\$ 52.114,00	R\$ 31.220,00	R\$ 60.331,00	R\$ 4.110,00	-92,1134%
D-I	R\$ 49.749,04	R\$ 54.439,57	R\$ 52.289,88	R\$ 52.367,51	5,2634%
D-II	R\$ 56.686,50	R\$ 37.500,00	R\$ 38.735,00	R\$ 40.350,00	-28,8190%
D-III	R\$ 16.170,08	R\$ 21.786,13	R\$ 17.737,75	R\$ 17.737,75	9,6949%
E-I	R\$ 16.286,32	R\$ -	R\$ 9.527,90	R\$ 2.882,30	-82,3023%

E-II	R\$ 20.242,08	R\$ 17.700,28	R\$ 19.608,61	R\$ 19.545,15	-3,4430%
E-III	R\$ 4.850,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 1.410,00	-70,9278%
F-I	R\$ 18.197,64	R\$ 12.216,05	R\$ 10.600,21	R\$ 11.365,38	-37,5448%
F-II	R\$ 5.660,00	R\$ -	R\$ 2.155,00	R\$ 1.541,68	-72,7618%
F-III	R\$ 64.886,91	R\$ 70.653,78	R\$ 75.235,17	R\$ 48.723,28	-24,9105%
G-I	R\$ 57.788,39	R\$ 50.787,95	R\$ 49.001,19	R\$ 42.520,98	-26,4195%
G-II	R\$ 63.651,07	R\$ 35.649,30	R\$ 35.791,78	R\$ 40.343,37	-36,6179%

Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

A recomendação de isolamento social proposta pela OMS acarretou, inúmeras vezes, o encerramento das atividades econômicas consideradas não essenciais, provocando assim uma restrição no funcionamento de diversas micro e pequenas empresas (CORREIO BRAZILIENSE, 2020).

Com o atendimento das referidas recomendações houve impacto no faturamento e no quadro de funcionários das empresas durante o período de pandemia. Com os dados informados na Tabela 1 é possível verificar que 76,19% das empresas estudadas tiveram seu faturamento reduzido, 19,05% apresentaram aumento em seu faturamento.

Tabela 2 - Redução/Aumento no Quadro de Funcionários

Empresa	mar/20	abr/20	mai/20	jun/20	% aumento/redução	Suspensão/Redução
A-I	13	12	12	11	-15,3846%	-
A-II	2	2	2	2	0,0000%	-
A-III	1	0	0	0	-100,0000%	-
B-I	1	1	1	1	0,0000%	-
B-II	8	5	5	4	-50,0000%	-
B-III	0	0	0	0	-	-
C-I	5	4	4	4	-20,0000%	-
C-II	7	7	7	7	0,0000%	Sim
C-III	3	3	3	3	0,0000%	Sim
D-I	10	9	8	8	-20,0000%	-
D-II	10	10	9	8	-20,0000%	-
D-III	3	3	3	2	-33,3333%	-
E-I	3	2	2	2	-33,3333%	Sim
E-II	7	6	6	6	-14,2857%	-
E-III	2	1	1	1	-50,0000%	Sim
F-I	0	0	0	0	-	-
F-II	0	0	0	0	-	-
F-III	9	9	8	8	-11,1111%	-
G-I	3	3	3	3	0,0000%	-

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

As empresas que contaram crescimento em suas receitas no período de pandemia foram aquelas que realizam algum tipo de atividade que está sendo, de certa maneira, essencial. Uma delas é o comércio varejista de autopeças, que negocia para prefeituras, outra empresa é uma

metalúrgica que também presta serviço para prefeituras.

Essa elevação no faturamento das micro e pequenas empresas que realizam atividade de prestação de serviços ou comercializam bens para órgãos públicos se justifica na medida em que as necessidades na aquisição de bens e serviços até aumentaram no momento de calamidade pública para suprir a demanda de atendimentos médicos, construção de hospitais de campanha, entre outras obrigações que surgiram com a pandemia, logo, essas empresas foram beneficiadas pela legislação que dispensou o processo licitatório para órgãos públicos adquirirem bens e serviços necessários para manutenção dos serviços que visam o enfrentamento ao COVID-19, tornando assim o processo de venda mais rápido e eficaz (BRASIL, 2020).

A terceira empresa que notificou aumento em seu faturamento presta serviço de vigilância e monitoramento, atividade demandada em virtude das lojas fechadas e com estoques, suscitando a necessidade de sua proteção contra roubo.

A quarta e última empresa que alcançou aumento no faturamento, realiza atividade de construção civil e reparos em edifícios, e que foi contratada para prestar serviço para a prefeitura. Os valores especificados anteriormente podem ser verificados na Tabela 3.

Tabela 3- Redução/Aumento do faturamento

Nenhuma Redução	Redução entre 0,01% e 25%	Redução entre 26% e 50%	Redução entre 51% e 75%	Redução entre 76% e 100%	Aumento Faturamento
1 empresa	4 empresas	6 empresas	4 empresas	2 empresas	4 empresas
4,7619%	19,0476%	28,5714%	19,0476%	9,5238%	19,0476%

Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

As estruturas organizacionais existentes atualmente baseiam-se na utilização intensiva de pessoas, e no caso das indústrias, acontecem em linhas de produção, onde a utilização da mão de obra é intensa objetivando a produtividade máxima, através de uma operação de baixa complexidade, mas, que exige atenção de todas as pessoas envolvidas. Segundo as novas imposições legais essas empresas necessitaram readequar seu estilo de trabalho para evitar a aglomeração de pessoas, assim reduzindo o contágio, e procurando manter a produção (SLACK, 2018).

De acordo com os dados informados na Tabela 2 verifica-se que 52,38% das empresas participantes da pesquisa tiveram alguma redução no seu quadro de funcionários desde o início da pandemia até o último mês observado, junho de 2020.

Já 47,62% não realizaram nenhuma diminuição no quadro de funcionários, sendo que 19,05% destas já não contavam com funcionários ativos no início da pandemia, apenas os sócios desenvolviam as atividades laborais das empresas, sendo assim apenas 28,57% não necessitaram reduzir o número de funcionários neste momento pandêmico. Estes dados estão

demonstrados na Tabela 4.

Tabela 4 - Redução/Suspensão do quadro de funcionários

Nenhuma Redução	Redução entre 0,01% e 25%	Redução entre 26% e 50%	Redução entre 51% e 75%	Redução entre 76% e 100%	Suspensão/ Redução
10 empresas	6 empresas	4 empresas	-	1 empresa	4 empresas
47,6190%	28,5714%	19,0476%	0,0000%	4,7619%	19,0476%

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

De todas as empresas observadas somente 19,05% utilizaram os benefícios de redução e suspensão concedidos pela Lei nº 14.020/2020, no entanto todas se utilizaram dos benefícios da MP nº 927/2020, realizando antecipação de férias no mês de março e prorrogação do pagamento do FGTS deste período.

Somente 14,29% das empresas tiveram condições de funcionar através do teletrabalho. Uma delas, uma escola de educação infantil, seguiu com as operações de ensino através de vídeo conferência e duas academias de condicionamento físico realizaram as aulas também por vídeo conferência.

Todas as empresas participantes da pesquisa utilizaram-se da prorrogação do vencimento do DAS dos meses de março, abril e maio concedidas pela Resolução CGSN nº 154/2020, por buscar manter um fluxo de caixa positivo e criar capital de giro, visto que antes da pandemia algumas empresas não tinham como praxe manter valor disponível, operando no seu limite financeiro. Com essas concessões de prorrogações todas empresas puderam deixar um valor em seus caixas, mesmo que momentaneamente (SOBRAL; CARDOSO; SANCHES, 2017).

5 CONCLUSÃO

É provável que o mundo jamais volte a ser o mesmo depois dessa pandemia. O que se esperava que passasse em questão de três meses vem se arrastando a quase dois anos, vitimando milhares de pessoas pelo mundo, e obrigando a todos a mudarem sua rotina. A sociedade teve seu dia-a-dia completamente alterado, as pessoas ativas tiveram que se isolar em suas casas e passar a trabalhar ali.

Dessa forma, não é surpresa que a economia tenha despencado e várias empresas tenham tido que fechar as portas, principalmente pequenos comércios, já que é impossível manter as portas abertas se não há faturamento. Diante disso, é imprescindível que o governo brasileiro se posicione de modo a apoiar aos empresários, principalmente donos de micro e pequenas empresas, a fim de que seja possível se reerguer e retomar a economia.

Neste contexto, algumas medidas já foram tomadas, tais como o fornecimento de informações para a concessão de linhas de crédito a micro e pequenas empresas; foi sancionada a Lei nº 14.179/2021 que facilita o acesso ao crédito; O Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) inicia o pagamento do adiantamento do 13º salário (abono anual) a cerca de 31 milhões de segurados; foi realizado seminário acerca das políticas públicas de emprego no contexto da pandemia e no pós; os programas de auxílio emergencial foram prorrogados, entre outras ações.

Evidentemente, a retomada da economia deve ocorrer em passos lentos, e demandará estratégias e políticas de incentivos dos governos federal, estaduais e municipais para que os empresários consigam ganhar fôlego e manter as empresas.

Individualmente, cada empresa deve mensurar sua situação e medidas como antecipação de férias a fim de evitar demissões foi uma estratégia bastante utilizada. Alguns economistas apostam na recuperação do mercado de forma independente, outros defendem a utilização de estratégias como intervenções do governo diretamente nos setores mais atingidos e que o auxílio emergencial de 600 reais para os trabalhadores informais se torne permanente como política de renda básica.

Pode-se concluir que a recuperação da economia não será rápida e nem fácil, e para que os trabalhadores se mantenham empregados, consigam novos postos de trabalho e assim possam gastar dinheiro para fazer a economia girar e aumentar o faturamento dos estabelecimentos é preciso focar em políticas de renda. O governo deverá adotar um plano de recuperação e repensar as alíquotas de tributação de modo que a tributação aumente para aqueles que possuem grandes fortunas, poupando aos brasileiros de classe média que estão endividados.

REFERÊNCIAS

BARTIK, Laurence. **Análise de conteúdo**. Edições 70. São Paulo, 2020.

BRASIL. (a). **Medida Provisória nº 927**, de 2020. Presidência da República, Brasília-DF. Disponível em: <https://www.congressonacional.leg.br/materias/medidas-provisorias/-/mpv/141145>. Acesso em: 20 set. 2020.

BUENO, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2020.

COLLIER, M. G. **Strategy tools for a shifting landscape**. Harvard Business Review, 88: 76-84., 2010.

CORREIO BRAZILIENSE. **OMS reforça proposta de isolamento social contra coronavírus**. Correio Braziliense, 2020. Disponível em:

https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/mundo/2020/03/26/interna_mundo,839962/oms-reforca-proposta-de-isolamento-social-contracoronavirus.shtml. Acesso em: 26 mar. 2020.

COSTA, Aline Pereira Neves da; LEANDRO, Luiz Alberto de Lima. **O atual cenário das micro e pequenas empresas no Brasil**. 13. ed. Resende: Aedb, 2016. Disponível em: . Acesso em: 26 jul. 2020.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios**. 7.ed. São Paulo Fazendo Acontecer 2018.

DOLABELA, João Paulo. **Plano Estratégico**. Colaborae. 2008. Disponível em: <https://colaborae.com.br/blog/2021/03/07/planos-estrategicos/>. Acesso em: 7 out. 2022.

ENDEAVOR, F. **Os impactos do coronavírus no e-commerce brasileiro**, 2020.. In: Ligafeausp. <https://www.ligafeausp.com/single-post/2020/07/22/Os-impactos-docoronav%C3%ADrusno-e-commerce-brasileiro>. Acesso em: 8 set. 2022.

ÉPOCA NEGÓCIOS. **Pesquisa Pulso Empresa: Impacto da COVID-19 nas empresas**. 2020. Indicadores conjunturais COVID-19. Produtos 16 adicionais para apoiar os esforços no combate à COVID-19. 16 jul. 2020. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/548281f191c80ecbbb69846b0d745eb5.pdf. Acesso em: 25 set. 2022.

FREITAS, André Ricardo Ribas; NAPIMOGA, Marcelo; DONALISIO, Maria Rita. **Análise da gravidade da pandemia de Covid-19**. Epidemiol. Serv. Saúde, Brasília, v. 29, n. 2, e2020119, 2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIONIS, C. C. **Crise econômica ao final do século XX – 1970 a 2000: Advento de uma nova organização social e financeira**. 2020. Tese (Doutorado em História Econômica) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.

HISRICH, R.; PETERS, R. A. B.; SHEAPHER, C. E. F. O processo de implementação da estratégia: um estudo segundo os modelos de Hart (2009). **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 13, n. 1, p. 51-77, 2009.

IBGE. **As Micro e Pequenas Empresas Comerciais e de Serviços no Brasil** | 2014. São Paulo, 2014. Disponível em: . Acessado em: 29 out. 2022.

INFOMONEY. **Renda Variável: Um guia completo para conhecer e investir**. 18 de abril de 2020-a. Disponível: <https://www.infomoney.com.br/guias/renda-variavel/>. Acesso em: 30 de novembro de 2020.

IPEA – INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Brasil em desenvolvimento: Estado, planejamento e políticas públicas**. Brasília: Ipea, 2020.

KOHN, Iuri M. La semiosfera I. **Semiotica de la cultura y del texto**. Valencia: Fonesis, 2020.

LIMA, Bernardo. **Jornalismo Econômico**. São Paulo: Edusp, 2020.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Técnica de pesquisa**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MASCARENHAS, Sidnei Augusto. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MATTOS, M. E. **Competição**. Edição revista e ampliada. Campus, São Paulo, 2020.

MINTZBERG, Keitty. **Planejamento Estratégico**. 2006. Centro Universitário Leonardo da Vinci.

MORETTE, Mário Henrique Fernandes *et al.* **O Impacto das Micro e Pequenas Empresas no Mercado de Trabalho: uma análise da região sul/sudoeste de minas gerais**. IX Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, Resende, p. 1-16, out. 2020.

NASCIMENTO, F. A. **O caminho da servidão**. 4. Ed. Rio de Janeiro: Instituto Liberal, 2002.

NASCIMENTO, D. M. **Metodologia do trabalho científico: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

NOGUEIRA, Aluizio Antonio de; ZUCOLOTO, Cláudia Maria Miranda de Araújo. **Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica**. Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993, dez. 2019.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Governo adota medidas para diminuir impacto econômico e sanitário do coronavírus**. 2020. Disponível em: Acessado em: 11 out. 2022.

PEREIRA, C. A. **Ambiente, empresa, gestão e eficiência**. In: CATELLI, Armando (Org.). Controladoria: uma abordagem da gestão econômica - GECON. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

SCHARMA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2020.

SCHMIDT, A. F; OLIVEIRA, R. A cessão de crédito e o superendividamento empresarial e social no Brasil durante a pandemia do COVID19. **Revista Eletrônica**, Ano 6, vol. 2, 2020.

SEBRAE. **Pequenos negócios em números**. SEBRAE nos estados. Brasília, 2020a. Disponível em: . Acesso em: 01 nov. 2022.

SILVA, Filipe; PECI Alketa. **Administração: teoria e prática no contexto brasileiro**, São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2019.

SLACK, R. **Five Stages of Growth in Small Business**. Long Range Planning, London, v.20,

n. 3; 2008.

SOBRAL, José de Arimatéia; CARDOSO, Rosane Carvalho; SANCHES, Grazielle Aline Feitosa. **A gestão do capital de giro das micro e pequenas empresas**. Birigui: Fateb Científica, 2017. ISSN 2594-9438. Disponível em: . Acesso em: 23 jul. 2020.

WANG, W. T. D. P. **O planejamento financeiro como ferramenta de gestão nas micro e pequenas empresas**. Anais, XIII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologias, 2016.