



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS (CCEA)
CAMPUS VII - CAMPUS ANTÔNIO MARIZ
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

ALBERTO DE NORONHA NOBREGA

**UMA ANÁLISE DOS IMPACTOS DO NOVO SARS-COV-2 (NOVO CORONAVÍRUS) NAS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DA CIDADE DE SÃO JOSÉ DO EGITO – PE**

**PATOS
2021**

ALBERTO DE NORONHA NOBREGA

**UMA ANÁLISE DOS IMPACTOS DO NOVO SARS-COV-2 (NOVO CORONAVÍRUS)
NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DA CIDADE DE SÃO JOSÉ DO EGITO – PE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Administração do Campus VII da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Odilon Avelino da Cunha

**PATOS
2021**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

N754a Nobrega, Alberto de Noronha.

Uma análise dos impactos do novo SARS-COV-2 (novo corona vírus) nas micros e pequenas empresas da cidade de São José do Egito – PE [manuscrito] / Alberto de Noronha Nobrega. - 2021.

30 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, 2021.

"Orientação : Prof. Dr. Odilon Avelino da Cunha ,
Coordenação do Curso de Computação - CCEA."

1. Covid-. 2. Empresas. 3. Impactos. 4. Pandemia. 5.
Economia. I. Título

21. ed. CDD 658

ALBERTO DE NORONHA NOBREGA

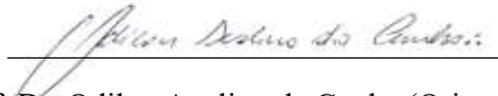
**UMA ANÁLISE DOS IMPACTOS DO NOVO SARS-COV-2 (NOVO CORONAVÍRUS)
NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DA CIDADE DE SÃO JOSÉ DO EGITO – PE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Administração do Campus VII da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Odilon Avelino da Cunha.

Aprovada em: 08/10/2021.

BANCA EXAMINADORA



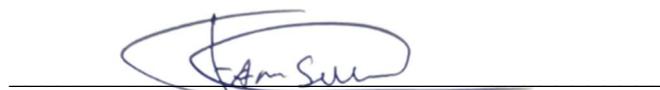
Prof. Dr. Odilon Avelino da Cunha (Orientador)

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dra. Janine Vicente Dias

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. Francisco Anderson Mariano da Silva

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Dedico a meus pais, por todos os conselhos de valor inestimável, amor e carinho, e a minha avó materna (in memoriam), que sempre apoiou meus sonhos e projetos.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
2.1 ASPECTOS HISTÓRICOS E CONCEITUAIS ACERCA DA COVID-19.....	10
2.2 EFEITOS INICIAIS DA COVID -19 SOBRE AS MPES	13
2.3 A IMPORTÂNCIA DA MICRO E PEQUENA EMPRESA NA ECONOMIA.....	12
3 METODOLOGIA	15
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	15
3.2 UNIVERSO DE ANÁLISE.....	15
3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS	15
3.4 TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS.....	15
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	16
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	25
REFERÊNCIAS	26
APÊNDICES	29
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO	30

UMA ANÁLISE DOS IMPACTOS DO NOVO SARS-COV-2 (NOVO CORONAVIRUS) NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DA CIDADE DE SÃO JOSÉ DO EGITO – PE

RESUMO

Após o surgimento do novo coronavírus (SARS-CoV-2), fez-se necessário as medidas emergenciais, e em consequência milhares de pessoas ficaram sem ter acesso presencial, lojas, e outros estabelecimentos, devido as recomendações e restrições interpostas por órgãos federativos e organizações mundiais que se uniram em um proposito, combater a proliferação do vírus. Mesmo com as medidas de isolamento e a não reabertura das lojas e comércios, os donos destas empresas passaram a inovar em suas vendas, disponibilizando de recursos como pedidos por meio de aplicativos e redes sociais, entrega via delivery, recebimento de compras por cartão online, Pix, entre outros. Contudo, este artigo tem como problemática: quais os impactos causados pela pandemia do Sars-CoV-2 (novo coronavírus) nas micro e pequenas empresas do setor de vestuário da cidade de São José do Egito – PE? O presente artigo tem como objetivo geral apresentar uma análise dos impactos causados pela pandemia do Sars-CoV-2 nas micro e pequenas empresas da cidade de São José do Egito – PE. A escolha do presente tema justifica-se com a necessidade de se ter maior compreensão acerca dos impactos causados por meio da pandemia do Covid-19 à micro e pequenas empresas, aos quais tiveram que se inovar e buscar meios e estratégias de permanecer ativas no mercado, bem como ainda buscar manter os clientes fidelizados, mesmo estando em um momento de crise. A pesquisa realizada neste estudo pode ser considerada do tipo qualitativa, realizada com 05 empresas localizadas no município de São José do Egito-PE. Os dados foram analisados e discutidos de modo quanti-qualitativo, tendo em vista que serão utilizados os resultados obtidos com as respostas dadas pelos responsáveis pelas empresas pesquisadas para fundamentar o presente artigo e discutidos à luz do referencial teórico trazido ao texto. De acordo com cada resposta dada para cada situação, foi feita a discussão à luz da literatura pertinente ao tema. Conclui-se então que as empresas conseguiram rapidamente se adaptar ao cenário causado pela pandemia. As soluções tomadas para tentar driblar a crise foram a adaptação do modelo de negócio, oferta de seus produtos por meio de plataformas digitais para que os clientes não tenham que sair de casa, e as mudanças nas estratégias de divulgação e vendas impulsionando-os em diversos canais online, foram bem-sucedidas e fizeram com que a empresa conseguisse se manter durante a crise, mesmo com tantas incertezas e tantas outras empresas fechando as suas portas.

Palavras-chaves: Covid-19. Impactos. Empresas, Economia, Pandemia.

ABSTRACT

After the emergence of the new coronavirus (SARS-CoV-2), emergency measures were necessary, and as a result thousands of people were left without face-to-face access, stores, and other establishments, due to recommendations and restrictions

filed by federative bodies and world organizations that united in one purpose, to combat the spread of the virus. Even with the isolation measures and the non-reopening of stores and businesses, the owners of these companies started to innovate in their sales, providing resources such as orders through applications and social networks, delivery via delivery, receipt of purchases by online card, Pix, among others. However, this article is problematic: what are the impacts caused by the Sars-CoV-2 (new coronavirus) pandemic on micro and small companies in the clothing sector in the city of São José do Egypt – PE? This article aims to present an analysis of the impacts caused by the Sars-CoV-2 pandemic on micro and small businesses in the city of São José do Egypt – PE. The choice of this theme is justified by the need to have a greater understanding of the impacts caused by the Covid-19 pandemic on micro and small businesses, which had to innovate and seek ways and strategies to remain active in the market, as well as seeking to keep customers loyal, even in a moment of crisis. The research carried out in this study can be considered qualitative, carried out with 05 companies located in the city of São José do Egypt-PE. The data were analyzed and discussed in a quanti-qualitative way, considering that the results obtained from the answers given by those responsible for the surveyed companies will be used to support this article and discussed in the light of the theoretical framework brought to the text. According to each answer given for each situation, the discussion was carried out in the light of the relevant literature on the subject. It is therefore concluded that companies were able to quickly adapt to the scenario caused by the pandemic. The solutions taken to try to circumvent the crisis were the adaptation of the business model, offering its products through digital platforms so that customers do not have to leave their homes, and changes in advertising and sales strategies, boosting them in various online channels, were successful and made the company manage to maintain itself during the crisis, even with so many uncertainties and so many other companies closing their doors.

Keywords: Covid-19. Impacts, Companies, Economy, Pandemic.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, vivemos em um mundo bastante competitivo, as empresas tentam ao máximo entregar um diferencial para seus clientes, seja o segmento de serviço ou produto, a atração de novos consumidores e fidelização é um esforço constante. Nesse cenário é perceptível o investimento em marketing com um conjunto de estratégias necessárias para se manter competitivo frente ao mercado.

Porém, o cenário que se encontra o mundo é algo jamais vivido anteriormente, visto que uma pandemia de nível mundial, passou a se disseminar o medo e a aflição de não poder sair de casa, de que ter se isolar. Com isso, diversos comércios

fecharam suas portas, e passaram a se adaptar as novas realidades, fazendo com que não pudessem perder seus clientes.

Após o surgimento do novo coronavírus (SARS-CoV-2), fez-se necessário as medidas emergenciais, e em consequência milhares de pessoas ficaram sem ter acesso presencial a lojas, e outros estabelecimentos, devido as recomendações e restrições interpostas por órgãos federativos e da organização mundial da saúde, unidos com um propósito, combater a proliferação do vírus.

Medidas de isolamento social tornaram-se obrigatórias a partir de março de 2020 no Brasil, assim que de fato várias empresas tiveram que fechar seus estabelecimentos como medida preventiva, e algumas sem nenhum plano estratégico, ao qual ocasionou pânico pelo alarde das inúmeras informações controversas.

Com as medidas de restrições estabelecidas ocasionadas pela pandemia do Covid-19, algumas empresas passaram a inovar em suas vendas, disponibilizando de recursos como pedidos através de aplicativos e redes sociais, entrega via delivery, recebimento de compras por cartão online, Pix, entre outros, sendo estas, ferramentas necessárias para manter o comércio ativo.

Diante deste cenário pandêmico, houve a necessidade de inovar e criar possibilidades para aumento das vendas, lucros, e garantir a prospecção de novos clientes, nesse contexto desafiador ao qual acarretou impactos tanto nas micro como pequenas empresas da cidade de São José do Egito-PE.

Avaliando esse contexto, o presente artigo tem como problemática: quais os impactos do Coronavírus nas micro e pequenas empresas do setor vestuário da cidade de São José do Egito – PE?

O presente artigo tem como objetivo geral identificar os impactos causados pela pandemia do Sars-Cov-2 (novo coronavírus) nas micro e pequenas empresas da cidade de São José do Egito – PE. E como objetivos específicos: investigar as estratégias utilizadas pelas empresas para driblar a crise da pandemia; apresentar as estratégias utilizadas pelas empresas para manter e conquistar novos clientes no período de pandemia; analisar as estratégias utilizadas pelas empresas para se manter firme no mercado, e apresentar os diferenciais desta empresa, em relação as outras.

Visto a nova realidade, percebe-se que o processo de adaptação se configura como sendo de suma importância como sendo um fator constante na vida em sociedade e essencial para efetivação e realização de seu desenvolvimento.

Atualmente, com o uso da internet, redes sociais, aplicativos, entre outros, é importante estarmos sempre atualizados as novas mudanças e adaptações que algumas realidades nos trazem, para que possamos estar sempre à frente dos concorrentes, em um mercado que cada vez fica mais competitivo. Tais ferramentas tem a persuasão de proporcionar de maneira célere a transmissão de informações, e assim, fazendo com que possam ser criadas chances para que a inovação também possa suceder de maneira efetiva.

A escolha do presente tema justifica-se diante da necessidade de se ter maior compreensão acerca dos impactos causados por meio da pandemia do Covid-19 à micro e pequenas empresas, aos quais tiveram que se inovar e buscar meios e estratégias de permanecerem ativas no mercado, bem como ainda buscar manter e seus cliente sempre fiéis, mesmo estando em um momento de crise e tão difícil.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 ASPECTOS HISTÓRICO E CONCEITUAIS ACERCA DA COVID-19

De acordo com Chate (2020), o início do atual surto de Coronavírus (SARS-CoV-2), que foi descoberto em dezembro de 2019, na cidade de Wuhan na China, e somente em março de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou pandemia do vírus Covid-19. Com isso, fez com que as atenções da comunidade científica fossem voltadas mais uma vez para o campo da saúde global. Após o aparecimento do novo coronavírus (SARS-CoV-2), fez-se necessárias as medidas emergenciais, como por exemplo, medidas de isolamento social tornaram-se obrigatórias a partir de março de 2020 no Brasil, e até então vêm sendo seguidas.

No Brasil, não sendo diferente, a procura pela tão almejada “cura”, e formas de minimizar os impactos negativos que o virus da Covid-19 vem causando para sociedade em geral, vem sendo explorada de forma sistêmica, em universidades, onde se encontram os polos de pesquisa dos estados brasileiro, com isso, segundo informações apresentadas pela Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior (Andifes), foi possível constatar um número significativo de pesquisas sobre Covid- 19, chegando a um total de 1.260, sendo estas conduzidas em universidades de todo o país (AGUIAR, 2020).

Conforme Aguiar (2020), no mês de maio houve um aumento significativo em relação as pesquisas sobre Covid-19, tendo em vista que nesse mês, o total de pesquisa equivalia a 823, com isso, chega-se a ideia de que cada vez mais a ciência vem ganhando espaço e força neste período tão complexo que é a pandemia. Para se chegar a esse cálculo, foram levadas em consideração um total de 68 instituições que encaminharam informações à entidade.

Tendo em vista que a transmissão do Covid-19 é bastante rápida, deve-se estar atento a importância de sua detecção, bem como de seu diagnóstico de maneira célere e de confiabilidade, para que de tal modo, possa-se manter o controle da transmissão, e o manejo do paciente, com intuito de bloquear e conseqüentemente, amortizar o agravamento do quadro pulmonar infeccioso (CAVALCANTE, 2020).

No entanto, de acordo com Rosa (2020) para que se tenha uma maior proporção do total de infectados pelo vírus, é necessário que se façam testes, sendo estes uma estratégia no qual possibilita tanto aos governos e aos profissionais da saúde ter conhecimento do tamanho da dimensão real da proliferação deste vírus, e maior conhecimento dos pacientes os quais são classificados como assintomáticos ou aqueles aos quais contraíram a Covid-19 e não descobriram, entre outros parâmetros.

Em relação aos testes, até o presente momento, existem dois tipos, que são, os testes sorológicos rápidos, conhecido popularmente como “testes rápidos”, visto que eles apresentam resultados em questão de minutos, cerca de 20 minutos mais precisamente, os testes moleculares, nos quais podem demorar um prazo de até duas horas para se chegar ao resultado final (COELHO, 2020).

Para a ASCOM/Unifap (2020) dentre as contribuições que as universidades federais estão oferecendo, pode-se destacar o tratamento de pacientes, com a disponibilização de 2.502 leitos, e como unidade de terapia intensiva (UTI) um total de 656. Sendo estes leitos, das próprias instituições, somadas aos leitos viabilizados em parcerias na edificação e operacionalização de hospitais de campanha.

Na região Nordeste, encontramos a união das universidades no combate a pandemia do Covid-19, apresentando diversas ações em conjunto para combater essa ameaça. Podemos destacar o trabalho de 30 pesquisadores, entre eles professores, e estudantes da UFRN, UFPE, UECE, Ufal que se dispuseram a conhecer o vírus causador da Covid-19 e propor medidas que sejam eficientes para diagnósticos,

prognósticos e tratamento da doença, com informações colhidas nos estados do Nordeste (CAPES, 2020).

Na Paraíba, as universidades vêm desenvolvendo pesquisas e ações diretas para reforçar esse combate, podemos destacar algumas ações, como, produção de EPI's para profissionais de saúde, protótipos de respiradores de baixo custo, álcool 70%, desinfetantes para distribuição em unidades de saúde, e mapeamento em tempo real de casos de Covid-19 pelo estado, bio esterelizadores de ambientes e pessoas, entre outras ações, no qual serão abordadas adiante.

Segundo Pedro Paz (2020), foram realizadas cerca de 16 das 17 ações instituídas pelo Ministério da Educação (MEC) na Universidade Federal da Paraíba (UFPB), no combate à pandemia do novo coronavírus (Covid-19). Contudo, para que se possa atingir os 17 objetivos, falta apenas a UFPB realizar a produção de vacina, sendo esta o próximo passo da instituição, nos quais podem ser expandidos, a depender do entendimento do MEC.

Ainda sobre as universidades da Paraíba a UEPB através do Núcleo de Tecnologias Estratégicas em saúde (Nutes), responsável por desenvolver o site "Vacina PB" lançado pela Secretaria Estadual de Saúde (SES), responsável pelo cadastro da população que receberá a vacina contra a Covid-19. Além do mais, desde o surgimento da doença o Nutes tem contribuído consideravelmente, distribuindo mais de 60 mil protetores faciais e também, no desenvolvimento do modelo laringoscópio em impressão 3D, facilitando a intubação dos pacientes.

2.2 A IMPORTÂNCIA DA MICRO E PEQUENA EMPRESA NA ECONOMIA

Segundo Fernandes, (2018), pode-se citar como sendo uma importante contribuição das micro e pequenas empresas, em relação ao crescimento e desenvolvimento do País, que é, de servirem de colchão amortecedor do desemprego.

Estes tipos de empreendimento são uma alternativa de ocupação para uma pequena parte da população no qual apresenta condições de desenvolver seu próprio negócio e uma opção de emprego formal ou informal para uma grande parte da força de trabalho excedente, em geral com pouca qualificação, que não encontra emprego nas empresas de maior porte (NOGUEIRA; OLIVEIRA, 2013).

De tal modo, o potencial de criação de empregos, e ocupação da mão-de-obra é bastante almejado no panorama econômico contemporâneo, visto que o desemprego passou a se tornar um problema proeminente.

Oliveira (2016), afirma que no Brasil uma das principais formas encontradas no combate ao desemprego é a geração de novos negócios (Empreendimentos), onde ex-trabalhadores assumem a missão de desenvolver sua própria empresa e com isso passar a produzir renda e posteriormente, novos postos de trabalho.

Contudo, vale lembrar que em se tratando da importância das micro e pequenas empresas, estas, refletem com maior amplitude na economia dos estados brasileiros por meio daqueles municípios nos quais não aprontam de grandes empresas industriais, comerciais ou de serviços, nesses municípios as MPE são responsáveis por 100% dos empregos e ocupações existentes, com exceção dos servidores públicos.

Segundo o IBGE, cerca de 70% dos municípios brasileiros apresentam população igual ou inferior a 20 mil habitantes. Com algumas exceções, eles têm suas economias centradas principalmente nos pequenos negócios, sejam nos ramos da agricultura e pecuária, indústria, comércio e serviços.

Nesses municípios, o número registrado de médias e grandes empresas é relativamente pequeno, sendo que na maioria deles não se encontram grandes empresas. Dessa forma, as micro e pequenas empresas, na maior parte dos estados, são responsáveis pela interiorização do desenvolvimento, são elas que promovem a movimentação da renda, dos salários, através dos empregos gerados, da indução de novos negócios e da venda dos seus produtos e serviços, dinamizando assim, as economias locais e regionais.

Mesmo nas cidades de médio porte e grandes metrópoles, onde se concentram as médias e grandes empresas, o número de MPE apresenta-se como sendo bastante expressivo e respeitável, tendo em vista que elas geram empregos a grande massa de pessoas que estão no mercado de trabalho e não são submergidas pelas médias e grandes empresas.

2.3 EFEITOS INICIAIS DA COVID -19 SOBRE AS MPES

Inicialmente, pode-se dizer que em nosso país, a partir do momento em que o isolamento social passou a ser colocado em prática por meio dos governadores,

passaram-se a ser definidas determinadas medidas tais quais procederam na colaboração das MPEs a enfrentar a parada em suas atividades, sendo estas anunciadas e expressas em boletins do Ministério da Economia, no site do Governo Federal (BRITO et al. 2021).

Em meio às medidas as quais foram anunciadas, pode-se destacar a prorrogação ou aumento de prazo de pagamento de tributos (tanto no âmbito estadual, quanto no federal), sendo esta uma elaboração de medida provisória no qual pressagiu a diminuição da jornada de trabalho, bem como ainda a paralisação de contratos aos quais eram custeados através de governo federal; empréstimos já contratados nos quais passam a ser renegociados, além de linhas de crédito caracterizadas direcionadas às empresas e que facilitaram o acesso ao crédito (BRITO et al. 2021).

De acordo com Brasil (2020), também passou a ser redigida a Medida Provisória 937/2020 no qual objetivava definir o auxílio emergencial a vulneráveis tendo em vista a crise causada por meios da pandemia Covid19. Pode-se dizer que tal medida se configurou como grande importância para os trabalhadores autônomos, e para os microempreendedores individuais (MEIs), para que eles pudessem se manter no período de isolamento social. Consta-se ainda assinalar que essa ajuda foi responsável e de suma importância para sustentar a economia e mantê-la em funcionamento, excitando o consumo.

Em uma pesquisa feita por meio do SEBRAE em conjunto com a FGV, ao qual foi desenvolvida no decorrer do ano de 2020, tendo como público-alvo as MPEs e MEIs, chegou-se aos seguintes resultados: no período de março a novembro passaram a ser realizadas 9 pesquisas, nos quais, nas 5 primeiras, o movimento das empresas apresentou ser negativo. Contudo, há de salientar que deste universo, no primeiro mês das restrições, um total de 59% delas passaram a encerrar por tempo indeterminado suas atividades e 3,5% fecharam de vez suas portas. Dentre os resultados obtidos na pesquisa, o que mais surpreendeu foi que quase 90% das empresas apresentaram queda/redução em seu faturamento no período de março a junho, no qual 73,4% delas já se encontravam com dificuldades financeiras antes da pandemia (BRITO et al. 2021).

Apesar disso, após esse terrível momento vivido por todos, recentemente, consta-se que 86% das empresas passam a retornar seu funcionamento e 4% fecharam de vez. Além disso, dentre o percentual no qual retomaram às atividades,

67% modificaram os meios de funcionamento devido à crise, já em 43% deles também passaram a inovar instituindo e lançando novos produtos ou serviços como meio de seduzir seus clientes (BRITO et al. 2021).

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

A pesquisa realizada neste estudo é considerada do tipo qualitativa. O método quantitativo traduz opiniões e informações em dados numéricos através do uso de técnicas e recursos estatísticos, possibilitando a quantificação dos dados coletados (PRODANOV; FREITAS, 2013).

3.2 UNIVERSO DE ANÁLISE

A pesquisa foi realizada com 05 empresas localizadas no município de São José do Egito-PE. As empresas foram selecionadas, tendo em vista a disponibilidade e aceitação de seus representantes de participarem da pesquisa.

Em relação aos critérios de inclusão, foram incluídas na pesquisa, empresas do ramo de vestuário. Após a aceitação dos responsáveis em participar da pesquisa, foi enviado um link via e-mail e WhatsApp, no qual continha um questionário com perguntas objetivas e subjetivas, aos quais, os participantes poderiam responder de onde estivessem. A pesquisa foi realizada entre o período de agosto e setembro de 2021.

3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

O levantamento da coleta de dados foi feito por meio de um questionário composto por questões objetivas e subjetivas em relação aos impactos do coronavírus nas micro e pequenas empresas da cidade de São José do Egito – PE.

A aplicação do questionário foi por meio de um link, ao qual foi enviado via e-mail e WhatsApp, tendo em vista que o questionário foi formulado no google forms.

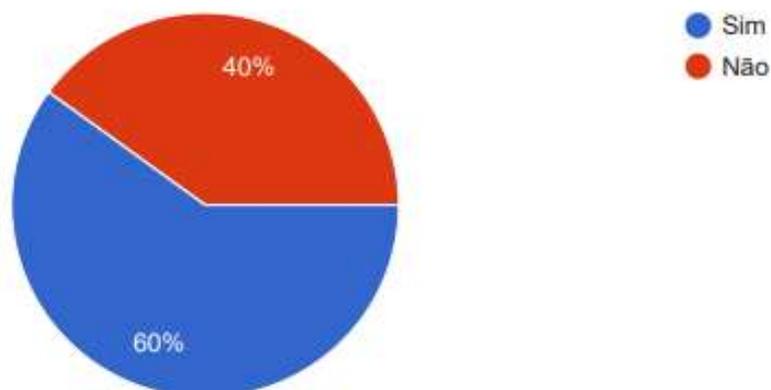
3.4 TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

Os dados foram analisados e discutidos de modo quanti-qualitativo, tendo em vista que serão utilizados os resultados obtidos com as respostas dadas pelos responsáveis pelas empresas pesquisadas para fundamentar o presente artigo e discuti-los à luz do referencial teórico trazido ao texto. De acordo com cada resposta dada para cada situação, foi feita a discussão à luz da literatura pertinente ao tema.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo serão apresentados os resultados obtidos na pesquisa. Desse modo, foi questionado de início se a empresa já teria passado por algum momento de crise, como a causada pela pandemia do Covid-19, entretanto os resultados podem ser mais bem observados no gráfico 1.

Gráfico 1 – Resultado da pesquisa referente à se a empresa já teria passado por algum momento de crise, como a causada pela pandemia do Covid-19.



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Ao analisar o gráfico 1, percebe-se que a grande maioria, ou seja, 60% afirmaram que sim, enquanto 40% assinalaram que não. Com isso, pode-se ter uma maior compreensão de que a pandemia do Covid-19 não foi a única a gerar uma certa crise no comércio.

Em se tratando de outras crises vividas antes do Covid-19, pode-se citar a crise econômica de 2014/2017, tendo em vista que ela passou originar problemas referentes a oferta e demanda, reduzindo assim a capacidade de aumento da economia brasileira.

Barbosa Filho (2017) assinala que no período de 2014 a 2017, o Brasil passou por uma crise econômica, sendo esta, antes da pandemia, a maior já vivida no país, no qual muitas empresas não tinham o caixa suficiente para honrar os compromissos com seus fornecedores, e seus funcionários, entre outros, sendo assim passando-se a serem obrigados a encerrar suas atividades.

Além disso, foi questionado aos entrevistados que responderam “Sim”, que comentassem como foram esses momentos de crise, além da pandemia do Covid-19, de tal modo, foram afirmados pelos entrevistados que:

A Empresa era virtual, a mudança para também loja física foi no período da pandemia. Foi necessário se ajustar a estratégias de marketing alinhado aos desafios do baixo fluxo de caixa pós-reforma do espaço físico.”

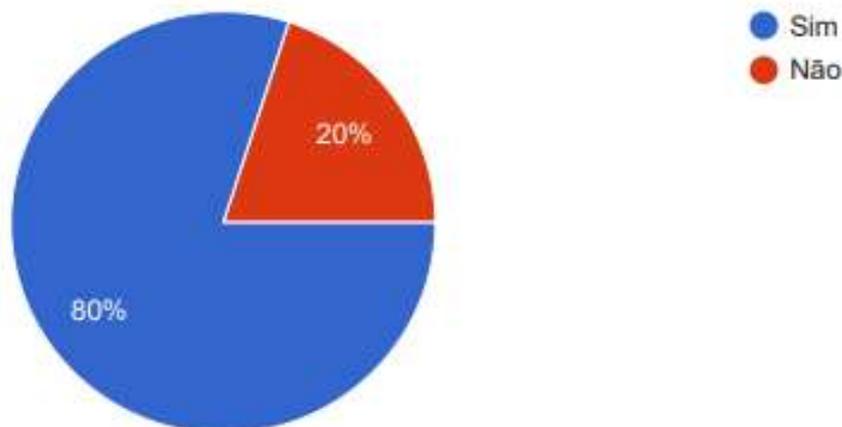
“Meses fechadas devido os decretos.”

“Queda nas vendas devido ao fechamento do comércio em alguns períodos de pico de infecção do corona vírus.”

Pode-se observar que é necessário que as empresas possam estar sempre em alerta para momentos como estes, é importante ter sempre uma boa reserva, além de investimentos aos quais possam ser resgatados em períodos de crise, sem falar de uma boa gestão, para uma melhor saúde financeira da empresa.

Em continuidade, foi questionado se no período em que vários estabelecimentos tiveram que fechar, esta empresa fechou. As respostas dadas pelos entrevistados podem ser melhor observadas a seguir.

Gráfico 2 – Resultado da pesquisa para saber se a empresa fechou no período de pandemia.



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

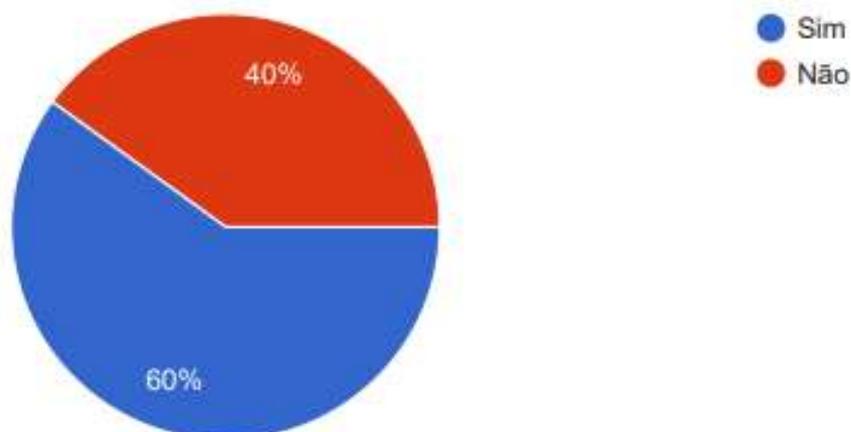
O gráfico 2 nos mostra que 80% das empresas fecharam no período de pandemia, enquanto 20% não. Apesar disso, conforme o Correio Brasiliense (2020) algumas medidas passaram a ser colocadas em prática por intermédio do governo Federal, mais especificamente por meio da Medida Provisória nº 927 de 22 de março de 2020, ao qual passou a transformar inúmeros critérios na área trabalhista, possibilitando de tal modo a antecipação de férias individuais ou coletivas, feriados, uso de banco de horas, entre outros.

Assim sendo, o que se observou foi que, tais modificações na realidade trabalhista e na vida dos cidadãos passaram a serem possibilitadas em razão do isolamento social, foi orientado por meio OMS – Organização Mundial da Saúde e avaliado como sendo indispensável na redução e amortização da proliferação do vírus, e conseqüentemente reduzir o total de infectados.

Apesar disso, diversas empresas foram obrigadas a manter suas portas fechadas, passando a ser impossibilitadas de desenvolver suas atividades econômicas por determinado tempo.

Por conseguinte, foi questionado se houve redução no faturamento, o gráfico 3 ilustra o resultado da amostra.

Gráfico 3 – Resultado sobre redução no faturamento



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Ao observar o gráfico acima, compreende-se que 60% das empresas tiveram redução no faturamento, enquanto 40% não tiveram. Tais dados nos revelam que embora a crise possa ter atrapalhado o perfeito funcionamento das empresas, algumas delas, conseguiram manter seu faturamento.

Justificaram, utilização do quadro funcional para atendimento digital, em senso comum, entendiam que o setor de vestuário seria muito afetado com as restrições impostas, logo, passaram a investir no segmento esportivo, a procura por esse nicho aumentou, mesmo com academias fechadas, as pessoas continuaram praticando suas atividades em casa, ou em espaços abertos, como pedal, caminhada, corrida.

Embora possa ter noção da redução no faturamento de algumas empresas, elas não disponibilizaram tais dados, apenas justificaram que não foi possível se “ajustar a outros segmentos ou desenvolver estratégias mais assertivas”.

De acordo com Sebrae (2021, p. 01):

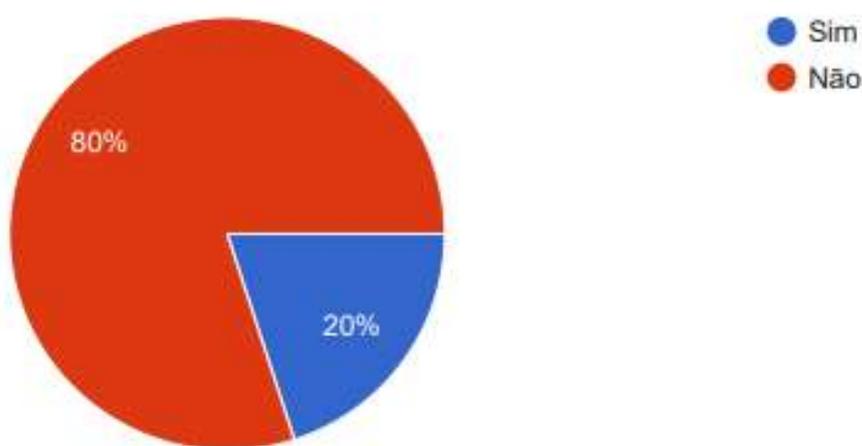
Com o isolamento, as atividades econômicas e sociais que constituem em aglomeração de pessoas ficaram proibidas, o que impacta diretamente na economia, seja local ou global, com a redução do consumo de bens e serviços pela população, o que acarreta redução no faturamento, redução na arrecadação pública de tributos e, conseqüentemente, na redução de empregos.

Ao analisar a citação acima mencionada, pode-se dizer que o isolamento social, e as medidas governamentais, ocasionou e conduziu a interrupção e paralisação de atividades, sobretudo em setores econômicos como prestação de serviços e comércio

varejista, representados, especialmente, por organizações de pequeno porte e micro empresas.

Além da questão da redução de faturamento, foi questionado ainda nesta pesquisa, se houve redução no quadro de funcionários.

Gráfico 4 – Resultado da amostra em relação à redução no quadro de funcionários

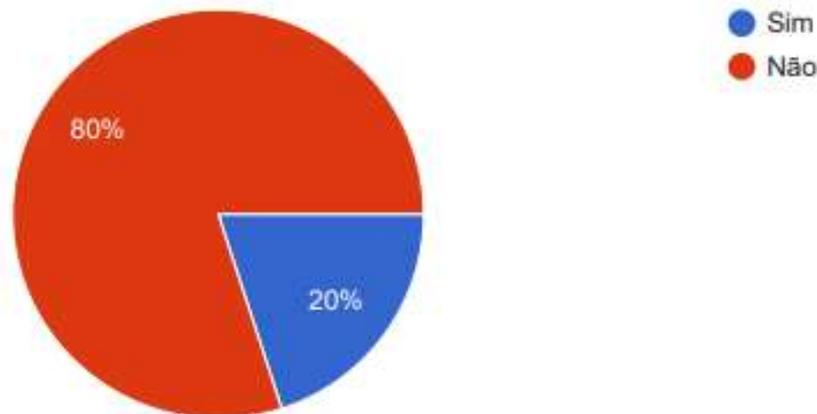


Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

O gráfico 4 ilustra que 80% das empresas não tiveram redução no quadro de funcionários, enquanto apenas 20% assinalaram que sim. Com isso, compreende-se que mesmo com a crise ao quais as empresas vivenciaram, a maioria mantiveram seus funcionários. No total, foram reduzidos cerca de 3 funcionários nas 5 empresas pesquisadas.

De acordo com Sobral, Cardoso e Sanches (2017) alguns programas foram lançados pelo governo federal para contribuir com as empresas para que as mesmas não demitissem seus funcionários, como por exemplo o PRONAMPE, além de prorrogar o vencimento do DAS dos meses de março, abril e maio concedidas pela Resolução CGSN nº 154/2020, tendo como objetivo buscar manter um fluxo de caixa positivo e criar capital de giro, uma vez que anteriormente a pandemia determinadas empresas não tinham como costume sustentar valor disponível, atuando no seu limite financeiro.

Gráfico 5 – Resultado da pesquisa em relação à redução nos salários dos funcionários



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Ao analisar o gráfico 5, pode-se observar que 80% das empresas não tiveram redução nos salários dos funcionários, enquanto 20% sim. Com isso, tal fato pode explicar os resultados do gráfico anterior, no qual, houve poucas empresas que reduziram o quadro de funcionários.

Apesar disso, é importante destacar que, tendo em vista que 20% demitiram e as que não demitiram reduziram salários, pode-se chegar à conclusão de que tal fato é ruim para a economia local, já que o poder aquisitivo financeiro dos funcionários reduzira, e conseqüentemente, gastam/consomem menos.

Em relação à redução de salário dos funcionários, de acordo com a CDL Palmas (2020, p. 1):

O presidente da CDL Palmas comenta a pesquisa e diz que é preciso ter cautela nas tomadas de decisões. A turbulência que essa epidemia está causando para o país atinge todos os setores. Na economia, o principal impacto direto será nos salários dos trabalhadores.

Reduzir os salários dos funcionários, talvez fosse a solução encontrada pelas empresas naquele momento de crise, visando de tal modo, manter seus funcionários operando na empresa, sem que pudesse haver demissões.

Em seguida, a pesquisa quis saber quais as estratégias utilizadas para manter e conquistar novos clientes, os resultados podem ser mais bem observados a seguir, no quadro 1.

Quadro 1 – Estratégias utilizadas para manter e conquistar novos clientes

Pergunta	Respostas
----------	-----------

Quais estratégias foram utilizadas para manter e conquistar novos clientes?	“Marketing e Loja Online”
	“Investimento em Marketing; Suspensão temporária de retiradas em pró-labore e Parcerias em outras lojas do mesmo segmento”
	“Investimento no marketing”
	“Intensificação das vendas on-line e do marketing digital”
	“Promoções e marketing digital”

Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Tendo em vista que muitas empresas por atender seus clientes de forma online, por conta do isolamento social, passaram a investir mais no marketing digital, assim sendo, segundo entendimento de Las Casas (2012) o mesmo alude que diversos são os benefícios do marketing digital, podendo-se destacar maior conforto, além de rapidez, menor custo, informações, relacionamento “mais próximos” além disso, a probabilidade de poder coletar informações com maior detalhamento.

Deste modo, tal estratégia de marketing digital poderá possibilitar Assim que o consumidor possa ter uma maior praticidade na escolha dos produtos e serviços aos quais mais lhe interessam.

Quadro 2 – Estratégias utilizadas para se manter firme no mercado e os diferenciais da empresa, em relação as outras

Pergunta	Respostas
Quais estratégias foram utilizadas para se manter firme no mercado e quais os diferenciais desta empresa, em relação as outras?	“Marketing Agressivo e procuramos se diferenciar dos concorrentes com serviços diferenciados de entrega e atendimento”
	“Diminuição do estoque; Maior interação entre as parcerias; Frete grátis; Preço mais competitivo - mesmo que reduzindo o faturamento, a rotatividade manteve o padrão”
	“Divulgações, atendimento, qualidade, preço é sempre procurando fazer o diferencial na moda”
	“Marketing”
	“Parcelamento em até 12 vezes sem juro e divulgação digital”

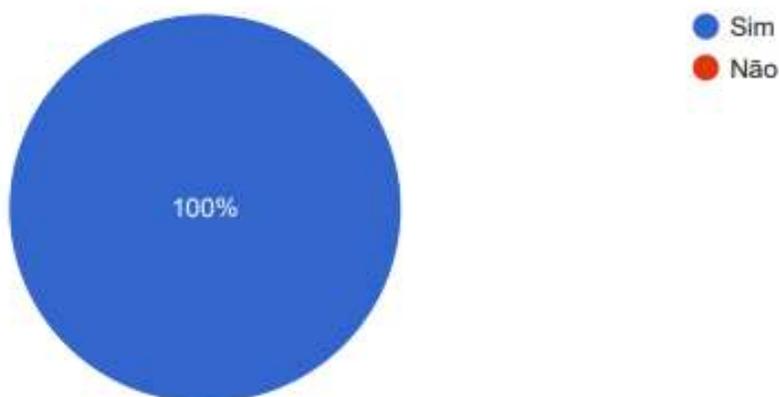
Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

O quadro 2, alude os resultados da pesquisa referentes as estratégias utilizadas para se manter firme no mercado e os diferenciais da empresa, em relação as outras.

É importante sempre estar à frente da concorrência, ser e ter, um diferencial, para atrair os clientes e fidelizá-los, buscar meios de se modernizar, se enquadrar a nova realidade ao qual vivemos atualmente da era digital, em que muitas coisas passaram a ser resolvidas, compradas e vendidas por meio das tecnologias como a internet e as redes sociais.

É notório três pilares estratégicos aos quais estas empresas operaram: redução de custos e estoque, estratégias de marketing digital e maiores opções de pagamento, inclusive com parcelamento maior no cartão.

Gráfico 6 – Em relação às instalações da empresa, os protocolos de combate a proliferação do vírus ainda estão sendo seguidos?



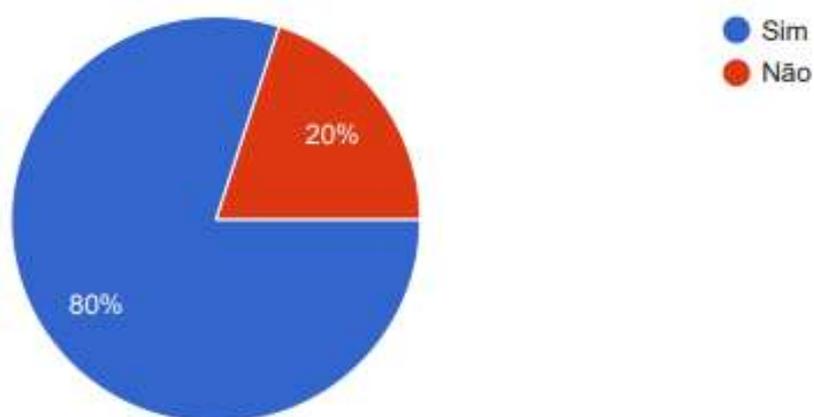
Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

O gráfico 6 nos revela que 100% das empresas ainda seguem os protocolos de combate a proliferação do vírus do Covid-19.

Tal fato, nos fazer compreender a importância social de se cuidar um dos outros, de proporcionar confiança e segurança ao cliente que visita as lojas, mostrar uma maior responsabilidade sanitária, e conscientização do atual cenário que vivemos atualmente, num momento tão difícil tanto para as empresas, quanto para seus clientes, e pessoas como um todo. Tendo em vista que foi por meio deste vírus, que todas esta pandemia e crise mundial passou a existir.

De tal modo, é importante que as empresas possam ter essa consciência profissional e social, para que mais à frente o mercado possa voltar com mais força e conseqüentemente, com maior crescimento, pós pandemia.

Gráfico 7 – Na sua opinião, a empresa hoje encontra-se adequada para suportar à mais uma crise como a que foi vivida nos últimos meses?



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Tal fato nos faz compreender que o período de pandemia fez com que as empresas pudessem ter uma experiência maior, de como seria atuar num momento tão difícil e com tantas dificuldades. Desenvolveu novos meios para se manter firme no mercado, além de manter seu quadro de funcionários, seus clientes, prospectar novos, adequando-se a essa nova realidade.

Quadro 4 – Principais impactos causados pela pandemia na empresa

Pergunta	Respostas
Quais os principais impactos causados pela pandemia na empresa?	<p>“O fechamento da loja caiu 70% as vendas”.</p> <p>“Necessidade de se reinventar semanalmente; redução de custos, mesmo em um cenário em que as despesas já estavam baixas; abrir mão temporariamente do pró-labore e injetar o recurso no marketing”</p> <p>“Foi se adequar ao marketing ao delivery”</p> <p>“Redução no faturamento”</p>

	“Visitação dos clientes na loja e queda no faturamento nos períodos em que esteve fechada”
--	--

Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Por fim, compreende-se que em se tratando dos principais impactos causados pela pandemia na empresa, pode-se destacar algumas falas dos entrevistados, como por exemplo, se adequar ao marketing de delivery, necessidade de se reinventar, além de queda no faturamento e queda nas vendas.

Conforme SEBRAE (2021) a pandemia do Covid-19 fez com que houvesse um impacto expressivo na economia global, tendo em vista a redução no volume de vendas, e a incerteza do mercado financeiro.

Rodolpho Tobler (2020) destaca que em relação ao segmento do vestuário, este passou a registrar o menor impacto em suas atividades, sendo um total de 26% das empresas, tal percentual pode ser considerado baixo se comparado aos segmentos ponderados como sendo essenciais a exemplo de alimentos e farmacêuticos, visto que cerca de 40% das empresas esperam ser impactadas pela forte desaceleração econômica produzida por meio da pandemia do Covid-19.

Contudo, pode-se acrescentar ainda que tal crise provocou prejuízos para diversas empresas desde as grandes até mesmo as menores e de pequeno porte, trazendo problemas aos quais passaram pela saúde dos funcionários e clientes, até existência das organizações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se dizer que levando-se em consideração os resultados apresentados neste trabalho, que as estratégias de marketing digital foi uma das ferramentas mais utilizadas pelas empresas durante o período de pandemia.

Tendo em vista que as dificuldades de manter suas empresas abertas por conta de decretos, fossem eles, municipais, estaduais ou federais, as empresas buscaram formas de chegar até seus clientes. O delivery e a criação de mídias sociais, foram soluções para manter essa relação, sendo estas ferramentas para se manter ativas no mercado, num momento em que diversas outras empresas fecharam suas portas.

Mesmo se adaptando ao cenário, os impactos na redução no faturamento atrelado a redução de funcionários, impactaram negativamente na economia local, os

recursos de caixa e todas as estratégias foram para a sobrevivência da empresa, a perda do potencial de investimentos e expansão e redução do poder de compra regional ocasionados pela demissão e redução salarial entregam ainda mais desafios no poder de compra.

Apesar desse cenário, as soluções tomadas para tentar driblar a crise foram a adaptação do modelo de negócio, oferta de seus produtos por meio de plataformas digitais para que os clientes não tenham que sair de casa, e as mudanças nas estratégias de divulgação e vendas impulsionando-os em diversos canais online, foram bem-sucedidas e fizeram com que a empresa conseguisse se manter durante a crise, mesmo com tantas incertezas e tantas outras empresas fechando as suas portas.

No que se refere a problemática deste estudo, foi possível constatar que dentre os principais impactos causados pela pandemia do COvid-19 às empresas pesquisadas, pode-se destacar, por exemplo, se adequar ao marketing de delivery, necessidade de se reinventar, demissão de funcionários, além de queda no faturamento.

Entende-se como limitador da pesquisa o campo amostral, as empresas de grande porte fiscal não responderam ao questionário. Como sugestões de trabalhos futuros, pode ser aplicado a esse grupo e no setor de confecção, considerando a proximidade com os polos de Santa Cruz do Capibaribe-PE e Toritama-PE, inclusive, em matéria recente no portal de transparência do município a Câmara de Vereadores de São José do Egito, tem buscado parcerias para instalação de um polo de confecção na Cidade.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Sonia. COVID-19: a doença dos espaços de fluxos. **GEOgraphia**, vol: 22, n. 48, 2020.

ASCOM/Unifap. **Universidades brasileiras conduzem mais 1.250 pesquisas sobre COVID-19**. Publicado em: 28 de julho de 2020. Disponível em: <http://www.unifap.br/universidades-brasileiras-conduzem-mais-1-250-pesquisas-sobre-covid-19/>. Acesso em: 10 de ago. 2021..

NUTES. **Nutes desenvolve plataforma on-line para cadastramento de paraibanos que tomarão vacina contra a Covid-19**. Núcleo de Tecnologias Estratégicas em Saúde, 2021. Disponível em: < <http://nutes.uepb.edu.br/nutes-desenvolve-plataforma->

on-line-para-cadastramento-de-paraibanos-que-tomarao-vacina-contr-a-covid-19/>. Acesso em: 05, de outubro de 2021.

BARBOSA FILHO, Fernando de Holanda. **A crise econômica de 2014/2017**. Estudos Avançados. 31 (89), 2017.

BRASIL (2020). **Mapa das Empresas**. Disponível em: <<https://www.gov.br/governodigital/ptbr/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas>> Acesso em 09/09/2021.

BRITO, Iana de Araújo Lima e.; ARAUJO, Jamille Carla Oliveira; CALDAS, Alvaro José Ribeiro; LIMA, Jéssica de Moraes. **Os Efeitos da Covid-19 nas Micro e Pequenas Empresas no Brasil: uma análise nas informações de constituições e extinções de 2015 a 2020**. 21ª USP International Conference in Accounting, São Paulo, 28 a 30 de julho de 2021.

CAPES. **Projeto reúne universidades do Nordeste para estudar vírus causador da Covid-19**. Publicado em: 14 de outubro de 2020. Disponível em: <https://primeirahora.com.br/projeto-reune-universidades-do-nordeste-para-estudar-virus-causador-da-covid-19/>. Acesso em: 10 de ago. 2021.

CAVALCANTE, João Roberto et al. COVID-19 no Brasil: evolução da epidemia até a semana epidemiológica 20 de 2020. **Epidemiol. Serv. Saúde**, Brasília, v.29, n.4, 2020.

CDL, Câmara de Dirigentes Lojistas - Palmas-TO. **Aponta Efeito da Epidemia Nas Empresas**. 2020. Disponível em: <<https://www.cdlpalmas.com.br/noticia.aspx?noticia=7180a18c-ba98-4f03-acb0-cdd1446dcad7>>. Acesso em: 29 de set. 2021.

CHATE, R. C. et al. Presentation of pulmonary infection on CT in COVID-19: initial experience in Brazil. **J Bras Pneumol**. v.46, n.2, 2020.

COELHO, Rebecca de Araújo; JÚNIOR, Gerson Mauro Miranda Veloso; CARDOSO, Silas José Guimarães Pantoja; FERRAZ, Rebeca Andrade; ROSA, Armando da Silva; CONCEIÇÃO, Moisés Felipe Silva da; ALMEIDA, Ursula Tatiane de Farias Hounsell. **Braz. J. Hea. Rev**, Curitiba, v.3, n.6, p.16537-16548, nov./dez. 2020.

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-contr-a-coronavirus.shtml. Acesso em: 29 de set. 2021.

FERNANDES, Vitor Henrique. **A importância e os desafios enfrentados pelas micro e pequenas empresas no Brasil**. 2018. 27 f. Monografia (Graduação em Administração) - Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2018.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 8. ed. São Paulo: Atlas 2009.

NOGUEIRA, Mauro Oddo; OLIVEIRA, João Maria de. **Da baleia ao ornitorrinco: contribuições para a compreensão do universo das micro e pequenas empresas brasileiras.** Radar: tecnologia, produção e comércio exterior. Brasília, n.25, p. 7-18, abr. 2013.

OLIVEIRA, Walter Luiz de; et al. **Mortalidade de micro e pequenas empresas: o que fazer pela sustentabilidade do empreendimento?**. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo. Curitiba. v. 1, n. 3, p. 129-150, set-out. 2016.

PAZ, Pedro. **UFPB atinge 16 das 17 metas do MEC contra novo coronavírus.** Publicado em: 07/05/2020. Disponível em: <https://www.ufpb.br/ufpb/contents/noticias/ufpb-atinge-16-das-17-metas-do-mec-contrano-novo-coronavirus>. Acesso em: 10 de ago. 2021.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de, **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**, 2ª Ed., Novo Hamburgo - RS, Associação Pró-Ensino Superior em Novo Hamburgo - ASPEUR Universidade Feevale, 2013. Disponível em: <http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 10 de ago. 2021.

ROSA, M. E.; MATOS, M. J.; FURTADO, R. S.; BRITO, V. M.; AMARAL, L. T.; BERALDO, G. L. et al. Achados da COVID-19 identificados na tomografia computadorizada de tórax: ensaio pictórico. **Einstein** (São Paulo), v.18, 2020.

SEBRAE. **Impactos e tendências da COVID-19 nos pequenos negócios.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/impactos-etendencias-da-covid-19-nos-pequenosnegocios,5e8fbd0c7d711710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 29 de set. 2021.

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: http://www.fateb.br/fateb.cientifica/downloads/1a_edicao/artigos/004_a_gestao_do_capital_de_giro_das_micro_e_pequenas_empresas.pdf. Acesso em: 29 de set. 2021.

APÊNDICES

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

I- DADOS DEMOGRÁFICOS DA PESQUISA

IDADE:

- <18
- De 18 à 20
- De 21 à 30
- De 31 à 40
- Acima de 40

SEXO:

- Masculino
- Feminino
- Outro

ESCOLARIDADE:

- Fundamental incompleto
- Fundamental completo
- Médio incompleto
- Médio completo
- Superior incompleto
- Superior completo
- Outro

RENDA FAMILIAR:

- Até 01 salário mínimo
- De 1 à 2 salários mínimos
- De 3 à 4 salários mínimos
- Acima de 4 salários mínimos

ESTADO CIVIL:

- Solteira
- Casada
- Divorciada
- União estável
- Outro

II – DADOS DA PESQUISA

1º) A empresa já passou por algum momento de crise, como a causada pela pandemia do Covid-19?

- Sim
- Não

Se sim, como foi? _____

2º) No período em que vários estabelecimentos tiveram que fechar, esta empresa fechou?

() Sim

() Não

3º) Houve redução no faturamento?

() Sim

() Não

4º) Houve redução no quadro de funcionários?

() Sim

() Não

5º) Houve redução nos salários dos funcionários?

() Sim

() Não

6º) Quais estratégias foram utilizadas para manter e conquistar novos clientes?

7º) Quais estratégias foram utilizadas para se manter firme no mercado e quais os diferenciais desta empresa, em relação as outras?

8º) Quais as estratégias de marketing utilizadas pela empresa? _____

9º) Em relação as instalações da empresa, os protocolos de combate a proliferação do vírus ainda estão sendo seguidos?

() Sim

() Não

10º) Na sua opinião, a empresa hoje encontra-se adequada para suportar à mais um crise como a que foi vivida nos últimos meses?

() Sim

() Não

11º) Quais os principais impactos causados pela pandemia na empresa? _____
