

**CENTRO DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA  
ETEC CIDADE TIRADENTES  
Curso Técnico de Nível Médio em Administração**

**ANA JULIA DE OLIVEIRA BRAGA  
BEATRIZ PACHECO BEZERRA DA SILVA  
FELIPE DUARTE BASILIO  
GABRIELLY FRANCISCO LIMA**

**A SOBREVIVÊNCIA DAS MICROEMPRESAS EM TEMPOS DE CRISE  
DURANTE A PANDEMIA DO CORONAVÍRUS**

**São Paulo  
2021**

**ANA JULIA DE OLIVEIRA BRAGA  
BEATRIZ PACHECO BEZERRA DA SILVA  
FELIPE DUARTE BASILIO  
GABRIELLY FRANCISCO LIMA**

**A SOBREVIVÊNCIA DAS MICROEMPRESAS EM TEMPOS DE CRISE  
DURANTE A PANDEMIA DO CORONAVÍRUS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Cidade Tiradentes, orientado pela Prof.<sup>a</sup> Priscila Lima Pio, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

**São Paulo  
2021**

**ANA JULIA DE OLIVEIRA BRAGA  
BEATRIZ PACHECO BEZERRA DA SILVA  
FELIPE DUARTE BASILIO  
GABRIELLY FRANCISCO LIMA**

**A SOBREVIVÊNCIA DAS MICROEMPRESAS EM TEMPOS DE CRISE  
DURANTE A PANDEMIA DO CORONAVÍRUS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como exigência parcial para a obtenção do certificado de Técnico em Administração, da Escola Técnica de Cidade Tiradentes.

APROVADA EM: \_\_/\_\_/\_\_\_\_

---

Prof.<sup>a</sup> Priscila Lima Pio  
(ETEC Cidade Tiradentes - Orientadora)

---

Prof.<sup>a</sup> David Ricardo Zampieri  
(ETEC Cidade Tiradentes - Examinador  
Interno Titular)

---

Prof.<sup>a</sup>  
(ETEC Cidade Tiradentes - Especialista)

Dedicamos à Deus, pela oportunidade que nos deu de concluir este trabalho. Á todos que diretamente ou indiretamente nos ajudaram a chegar a esse resultado e alcançar nosso objetivo.

E por fim, a todo o corpo docente do curso Técnico em Administração da Etec Cidade Tiradentes, por cada ensinamento, que significou uma parte fundamental desta caminhada.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente agradecemos a Deus por nos dar força e dedicação para realizar este trabalho.

À Professora Priscila pelas orientações para que ficasse de acordo com os parâmetros exigido pela Instituição e alcançássemos a formação deste.

Aos artigos e outros meios de informações que nos auxiliaram na coleta de dados, logo, agradecemos também aos novos meios de comunicação que facilitaram o acesso a essas informações, mesmo em meio a uma pandemia e ao distanciamento social.

Também aos demais contribuintes e mestres por todos os conhecimentos e informações aplicáveis oferecidos durante o período de curso, nos levando e incentivando para a conclusão de uma das etapas de nossa jornada.

E por fim, todos que estão presente neste trabalho, por todo o empenho e tempo destinado a essa atividade acadêmica proposta pelo instituto Etec Cidade Tiradentes.

“Reconhecer o problema, mas saber que ele é passageiro. Existe uma crise. Ela tem consequências que vão se arrastar por muitos anos, mas quem fizer algo agora pode transformar esse momento de dificuldade em um momento de aprendizado.”

LEANDRO KARNAL

## RESUMO

É de conhecimento geral que importantes acontecimentos recentes tenham afetado a economia não só do Brasil, mas do mundo, visto que a Covid-19, de forma generalizada, tenha prejudicado todas as áreas do país. Entretanto, o que chama atenção é que muitas microempresas tenham fechado suas portas por não se sustentarem perante a situação, pois as leis e tributações são uns dos problemas que dificultam os pequenos empresários que queiram movimentar o capital do território brasileiro. Sabemos que microempresa se refere à classificação das entidades cujo faturamento anual não ultrapassa 360.000 reais, podendo, dependendo da atividade, empregar de 9 a 19 funcionários, podendo optar entre o Simples Nacional, o lucro real ou o lucro imputado. Esses tópicos levantados são evidentes quando os comerciantes desejam empreender, visto que exista uma burocracia que dificulta no momento de realizar todos os processos de forma legal para iniciar a carreira. Como em consequência disso, grandes empresas renomadas no mundo têm por missão expandir suas filiações pelo mundo e visar o lucro a longo prazo, porém com exceção do Brasil, por se sentir inseguro perante esse e outros problema que o país tem no poder jurídico, assim dando a entender que não somente nas pequenas empresas existem essa dificuldade, mas também em grandes corporações que movimentam milhões de reais no mercado. Assim, nossa pesquisa foi realizada com cerca de 15 microempresas de diversos ramos de mercados. Ela foi elaborada por meio da plataforma digital Google Forms e as pessoas que contribuíram para a pesquisa acessaram por meio do link. Com os resultados da pesquisa, podemos considerar que a maioria dos entrevistados não tinham um planejamento estratégico para futuras crises e que a pandemia impactou fortemente seus negócios. Em relação a mudanças aplicadas durante a crise, a maioria dos microempresários não acharam necessário uma adaptação de recursos, portanto seguiram com a mesma forma de trabalho, mas uma boa parte fez a utilização do marketing digital e do e-commerce como estratégia, além da implantação de planejamento estratégico para possíveis crises futuras.

**Palavras Chaves:** Microempresas, crise econômica, Brasil, pandemia.

## **ABSTRACT**

It is common knowledge that recent important events have affected the economy not only of Brazil, but of the world, since Covid-19, in a generalized way, has damaged all areas of the country. However, what draws attention is that many micro-companies have closed their doors for not being able to sustain the situation, because the laws and taxation are some of the problems that hinder small entrepreneurs who want to move the capital in the Brazilian territory. We know that micro-companies refer to the classification of entities whose annual turnover does not exceed 360,000 reais, and depending on the activity, may employ from 9 to 19 employees, and may choose between the Simples Nacional, the real profit, or the imputed profit. These topics raised are evident when merchants wish to start a business, since there is a bureaucracy that makes it difficult to carry out all the processes in a legal way to start a career. As a result, large renowned companies in the world have the mission to expand their affiliations around the world and aim for long-term profit, but except for Brazil, for feeling insecure before this and other problems that the country has in the legal power, thus giving to understand that not only in small businesses there is this difficulty, but also in large corporations that move millions of dollars in the market. Thus, our research was conducted with about 15 micro-companies from various market segments. It was conducted through the digital platform Google Forms and the people who contributed to the survey accessed it through the link. With the survey results, we can consider that most respondents did not have a strategic plan for future crises and that the pandemic strongly impacted their business. In relation to the changes applied during the crisis, most microentrepreneurs did not find it necessary to adapt resources, so they continued with the same way of working, but a good part used digital marketing and e-commerce as a strategy, in addition to the implementation of strategic planning for possible future crises.

**Key Words:** Microenterprises, economic crisis, Brazil, pandemic.



## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
1.1	Problemática.....	13
1.2	Objetivo Geral.....	13
1.3	Objetivos Específicos .....	13
1.4	Justificativa.....	14
1.5	Hipóteses .....	15
1.6	Metodologia .....	16
<b>2</b>	<b>MICROEMPRESAS</b> .....	<b>17</b>
2.1	Como funcionam as Microempresas?.....	18
2.2	Qual a Importância das ME's para a Economia? .....	19
2.2.1	Mais flexibilidade e grande abrangência.....	19
2.2.2	Mais resistência às mudanças críticas.....	20
2.2.3	Mais créditos e aumento nas exportações brasileiras.....	20
2.3	Principais causas para a Mortalidade das Microempresas. ....	21
<b>3</b>	<b>PANDEMIA DO COVID – 19</b> .....	<b>22</b>
3.1	O que é o Covid-19 e suas variantes? .....	22
3.2	Principais Variantes .....	23
3.3	Como está funcionando o Isolamento Social? .....	24
<b>4</b>	<b>CRISE ECONÔMICA</b> .....	<b>26</b>
4.1	Causas.....	27
4.2	Consequências .....	27
4.3	Como a Pandemia ocasiona uma Crise Econômica? .....	29
4.3.1	PIB em Queda .....	29
4.3.2	Aumento da Taxa de Desemprego.....	30
4.3.3	Aumento da Desigualdade .....	31

4.4	Microempresas diante da Situação.....	32
4.5	Gerenciamento das Empresas durante a Crise .....	32
4.6	Medidas do Governo perante o Impacto Causado .....	33
5	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.....	35
5.1	Logística.....	36
5.1.1	Logística Estratégica .....	36
5.2	E-commerce .....	37
5.2.1	Como aplicar o e-commerce? .....	38
5.2.2	Como pode ser aplicado durante a pandemia? .....	39
5.3	Marketing Estratégico .....	39
5.3.1	Marketing Digital.....	40
5.3.2	Como pode ser aplicado durante a pandemia? .....	42
5.4	Diferença entre E-commerce e Marketing Digital. ....	43
5.5	Planejamento Estratégico Contábil .....	43
5.6	Contabilidade.....	45
5.6.1	O que é Balanço Patrimonial?.....	45
5.6.2	Ponto de Equilíbrio contábil, financeiro e econômico. ....	46
5.6.2.1	Contábil.....	46
5.6.2.2	Financeiro.....	47
5.6.2.3	Econômico.....	47
	ANÁLISE DE RESULTADOS .....	49
	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	54
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	56

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Representação Covid-19 .....	23
<b>Figura 2</b> - Variação trimestral do PIB brasileiro.....	30
<b>Figura 3</b> - Taxa de desemprego.....	31
<b>Figura 4</b> - Representação SWOT.....	36
<b>Figura 5</b> - Representação e-commerce.....	38
<b>Figura 6</b> - Representação 5 A'S de Kotler.....	42
<b>Figura 7</b> - Ponto de Equilíbrio Contábil .....	47
<b>Figura 8</b> - Ponto de Equilíbrio Financeiro.....	47
<b>Figura 9</b> - Ponto de Equilíbrio Econômico.....	48

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> – Impacto da pandemia.....	49
<b>Gráfico 2</b> - Gestão durante a Crise .....	50
<b>Gráfico 3</b> - Planejamento Estratégico anterior. ....	50
<b>Gráfico 4</b> - Adaptação de Recursos.....	51
<b>Gráfico 5</b> - Planejamento Estratégico posterior .....	51

# 1 INTRODUÇÃO

Nosso trabalho aborda o cenário atual do Brasil, onde microempresários estão sendo muito afetados com a pandemia e em muitos casos sendo levados a falência de suas microempresas, e isso reflete na sociedade onde aumenta o número de desempregados. Então vamos analisar profundamente motivos e soluções para microempresas que fecharam as portas ou aquelas que conseguiram se manter em meio à crise.

Além disso, o momento atual faz com que uma certa coleta de dados seja realizada, tornando uma prova para que isso vire uma influência para ter alterações em pautas discutidas no país. Visto que, o Brasil não investe em educação financeira e escolar, na qual irá tornar o assunto “empreendedorismo” escasso pelo motivo da dificuldade em encontrar as informações corretas e Profissionais exemplares para guiar a população que queira seguir o ramo.

## 1.1 Problemática

Por que existe o “estigma” de que corporações que estão iniciando, seja alvo de falência em curto prazo?

## 1.2 Objetivo Geral

Analisar os fatores responsáveis pela falência das microempresas brasileiras perante uma crise econômica.

## 1.3 Objetivos Específicos

Entender até que ponto o Covid-19 e suas variantes foram responsáveis pelo fechamento das microempresas em 2020.

Verificar os fatores que têm maior impacto sobre a falência das microempresas diante desta pandemia.

Analisar as ferramentas utilizadas para as decisões de gestão das empresas durante esta estagnação.

Descobrir os métodos que determinadas empresas utilizaram para se manter neste cenário de crise.

Relacionar os fatores que poderiam levar essas microempresas a se sobressaírem inatingíveis diante dessa adversidade.

Identificar ramos empresariais com maiores e menores probabilidades de fechamento diante de crises como essa.

Propor sugestões e ferramentas que possam minimizar os impactos da crise, como o planejamento estratégico, e-commerce e/ou marketing digital

## **1.4 Justificativa**

É notório que a pandemia do novo Coronavírus afetou diversas áreas profissionais, principalmente as microempresas. Dessa forma, é um tema de bastante importância, pois as microempresas geram bastante empregos no Brasil e com uma crise isso gerou diversos problemas no desemprego. Uma das existências da justificativa é tentar entender o porquê essas pequenas empresas não conseguiram manter seus negócios diante de uma crise e essa pesquisa trará mais compreensão sobre esse assunto. Além disso, para o meio acadêmico é uma maneira de entenderem planos de risco e conhecerem mais o porquê de uma microempresa tender a fechar com mais facilidade; fazendo com que os alunos aprendam a não cometer certos erros e a como lidar em tempos de crise, levando em conta que no Brasil não há investimento em finanças dentro da educação escolar, isso levará a uma escassez de temas relacionados ao "empreendedorismo".

“De acordo com pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), 89% dos pequenos negócios já enfrentam queda no faturamento devido às medidas de isolamento no país. Foram entrevistados 9.105 empreendedores, sendo que 36% deles afirmam precisar fechar a empresa permanentemente em um mês, caso as restrições permaneçam por mais tempo.”

Como já dito anteriormente, nosso trabalho aborda o cenário atual do Brasil, onde microempresários estão sendo muito afetados com a pandemia e em muitos casos acabam na falência de suas microempresas. Para isso, decidimos pela busca de mais artefatos, para que a longo prazo possamos sentir o impacto necessário para

solucionar também, não somente o problema dessas microempresas, mas também de toda a sociedade, principalmente aqueles que queiram seguir e investir na área de microempresas.

“Segundo Renan Pieri, professor de economia da Fundação Getúlio Vargas (FGV), ‘mesmo com o fim da quarentena, as pessoas não voltarão a circular imediatamente de forma que viabilize os negócios informais. Por isso, é necessário se preparar em longo prazo. A dica é investir no universo on-line. A digitalização da economia já vinha permitindo que pessoas sem vínculo empregatício conseguissem algum tipo de renda’, afirma.”

O fato de relatarmos um acontecimento atual auxilia na coleta de dados, tornando mais fácil o acesso a informações, fatos, relatos e experiências, visto que o momento atual faz com que uma certa coleta de dados seja realizada, tornando uma prova para que isso vire uma influência para ter alterações em planos e pautas discutidas no país. Em relação aos custos para a pesquisa, não haverá custos, pois todos os documentos e meios que utilizaremos para a conclusão da pesquisa poderá ser encontrada por meios tecnológicos e gratuitos, da mesma forma, o tempo que utilizaremos para a conclusão da pesquisa será mediano e não irá implicar no tempo de finalização, considerando novamente a facilidade de acesso a informações.

## **1.5 Hipóteses**

Com a pandemia diversas empresas fecharam suas portas e isto acarretou endividamento dos microempresários, contribuindo para o aumento de desemprego no país, assim, pode-se considerar que o Covid-19 e a pandemia ocasionada por este vírus, foram responsáveis pelo fechamento de Microempresas durante o ano de 2020, presumindo que uma das melhores estratégias para uma microempresa não falir perante a uma crise como esta é a realização de uma gestão financeira e de um planejamento estratégico adequado a seus processos produtivos, como a inserção do e-commerce ou do marketing digital.

## 1.6 Metodologia

Para dar início a esse estudo para conclusão de curso, foram utilizadas as pesquisas exploratórias, descritivas e explicativas, a fim de criar uma aproximação dos pesquisadores com o tema, suas características, fatos e fenômenos, através de observações e teorias sobre o que ocasionou e impulsionou esse acontecimento. Diante disso, a pesquisa consiste nos seguintes métodos: pesquisa de campo, pesquisa telematizada, bibliográfica e por fim, um estudo de caso.

Para estruturarmos a base desse estudo e ter o primeiro contato com o impacto que o Covid ocasionou aos microempresários, buscamos informações, relatos, dados e possíveis explicações sobre o caso através das pesquisas telematizadas e bibliográficas, ou seja, através de artigos, websites na internet e jornais. Dessa forma, conseguimos nos aprofundar e criar teorias sobre o porquê de os microempresários terem sido afetados por uma situação que deveria ser do cunho da saúde e não econômico.

Com isso, a pesquisa de campo tornou-se responsável por entrar em contato com 15 microempresários brasileiros, com ênfase na Zona Leste de São Paulo, e através de seus relatos e opiniões, obter o material necessário para o estudo de caso, onde iremos aprofundar nossas pesquisas e identificar o momento em que as microempresas começaram a ser afetadas, como e por que foram afetadas, além de buscar compreender qual o nível de impacto que sofreram durante os anos em que a pandemia esteve mais agravada.

Por fim, planeja-se aplicar um fim intervencionista, sabendo as causas para essas microempresas serem impactadas e a partir disso, buscar meios e possíveis métodos para privar essas empresas de passarem pela mesma situação em uma futura crise, ou seja, ajudá-las a desenvolver técnicas de combate ao impacto financeiro e o preparo para a solução de problemas equivalentes a esse.



## 2 MICROEMPRESAS

Uma microempresa – conhecida também como ME – é um conceito que vem ganhando muita repercussão no contexto da economia nacional, sendo uma empresa pequena com renda anual e número de empregados limitados em uma determinada faixa de classificação.

De acordo com a legislação, empresas que se encaixem nessa classificação são tratadas de forma diferenciada e recebem certas vantagens financeiras e fiscais; podem pertencer ao sistema tributário do Simples Nacional, um sistema tributário criado pelo governo federal em 1996, além disso, se enquadram na Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, essa legislação foi instituída em 2006 para a regulamentação das atividades, proteção e favorecimento das Micro e pequenas empresas, a modo de usufruir de importantes vantagens como a isenção de impostos.

Segundo a Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, para classificar-se como ME, é necessário que a receita bruta da empresa não ultrapasse a quantia de R\$360 mil anualmente, ou seja, em média R\$30 mil por mês; também é estabelecido o contrato de no máximo 19 funcionários, dependendo de sua área de atuação, para o cumprimento de todas as atividades da empresa. Além disso, existem outras características que definem uma microempresa, como:

- Opção de escolha do regime tributário entre Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real;
- Opção de escolha entre quatro categorias de natureza jurídica: Sociedade Simples, EIRELI, Sociedade Empresária e Empresário Individual);
- Atividade cujo CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) não se enquadra como MEI;
- Emissão de notas fiscais para todas as vendas, seja para pessoa física ou jurídica.

## 2.1 Como funcionam as Microempresas?

Uma microempresa pode ser individual, quando tem um proprietário, ou sociedade, em que há dois ou mais sócios. A partir dessas opções de estrutura, há quatro categorias que uma microempresa pode se encaixar. São elas:

**Sociedade Simples:** trata de profissionais empreendedores que prestam serviços de natureza pessoal, como advogado, médico ou dentista, por exemplo. Esta categoria exige que a empresa tenha um sócio.

**Sociedade Empresária:** é a união de dois ou mais sócios conscientes pelas responsabilidades e bônus da empresa com base no valor de suas ações. Desta forma, o patrimônio pessoal dos sócios é preservado e eles não respondem pelas dívidas da corporação.

**Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI):** o empreendedor não precisa de sócio, mas o capital social da microempresa deve ser de pelo menos 100 salários-mínimos. Nesta categoria, o patrimônio da microempresa e pessoal são separados.

**Empresário Individual:** tem estrutura similar ao EIRELI, em que não há obrigatoriedade de sócio e, neste caso, não precisa de um capital social elevado, mas os bens pessoais e do negócio não são separados. Ou seja, os bens privados entram como garantia nas dívidas da microempresa.

**Regimes Tributários:** apesar do Simples Nacional ser o regime tributário mais comum entre microempresas, também é possível optar pelo Lucro Presumido ou Lucro Real. Importante dizer que a alíquota de cada regime varia de acordo com o faturamento e a atividade da empresa. Dentre os regimes, temos:

- **Simples Nacional:** um regime tributário simplificado para micro e pequenas empresas que faturam até R\$ 4,8 milhões por ano. As alíquotas são menores e o recolhimento dos tributos é feito em uma única guia, paga todos os meses.
- **Lucro Presumido:** apesar de ser mais complexo que o Simples, também é um regime simplificado, a base de cálculo dos tributos é prefixada pela Receita Federal, e tem margens de lucro específicas de acordo com a atividade da empresa.

- **Lucro Real:** é um regime de tributação mais complexo. Nele, o cálculo do Imposto de Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ) e da Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL) é feito com base no lucro real da empresa, com ajustes previstos em lei.

## 2.2 Qual a Importância das ME's para a Economia?

Os principais atrativos para a essa prática são a menor burocracia em relação a pequenas empresas e o baixo custo de investimento e impostos, sendo as únicas obrigações, o pagamento de uma taxa mensal (que varia de R\$ 45 a R\$ 50, ajustadas anualmente) e a entrega anual de uma declaração de rendimentos. Segundo o Blog Egestor, com uma legislação facilitadora, muitos profissionais foram atraídos; tanto os informais em busca de formalização, quanto aspirantes a grandes negócios próprios, aproveitando as vantagens que o setor proporciona.

Porém, em relação a sua importância na economia, muita gente acha que são apenas as empresas grandes ou multinacionais que fazem a economia ir para frente, mas muitos dados demonstram claramente a contradição de afirmações como essa. Nos últimos anos, o número de profissionais autônomos no Brasil cresceu exponencialmente, e de acordo com a pesquisa do SEBRAE, 99% de todas as empresas existentes no Brasil equivalem a microempresas e pequenas empresas. Mais do que isso, a categoria é responsável pela geração de 52% dos empregos formais registrados no país. Além disso, podemos destacar outros fatores importantes para a economia, como:

### 2.2.1 Mais flexibilidade e grande abrangência

A capilaridade dos pequenos negócios e a necessidade de gerar mais dinâmica à economia faz com que eles estejam presentes desde os pequenos municípios até os diversos bairros das grandes metrópoles, o que permite uma enorme abrangência para o segmento, de acordo com o blog Egestor.

Justamente por isso, é capaz de absorver a mão de obra mais facilmente. Inclusive daqueles profissionais e trabalhadores que o mercado embaraça a recolocação. Como as pessoas que têm mais de 40 ou 50 anos, ou aqueles que ainda

são inexperientes e têm dificuldade para conseguir o primeiro emprego, como os que têm formação parcialmente completa ou os recém-formados em áreas mais técnicas e graduações.

Essa enorme capacidade de empregar e sua desconcentração geográfica fazem com que as micro e pequenas empresas cheguem a 99% dos 6 milhões de estabelecimentos formais existentes no país.

### **2.2.2 Mais resistência às mudanças críticas**

Como as micro e pequenas empresas lidam com menor quantidade de trabalhadores e detêm certas facilidades de crédito e no campo tributário, elas conseguem resistir melhor às crises econômicas eventuais. Esses negócios são montados para refletir um crescimento de longo prazo. E, seus donos ou gestores costumam ser muito mais obstinados a conservar o empreendimento.

### **2.2.3 Mais créditos e aumento nas exportações brasileiras**

Além dos fatores acima, os pequenos negócios ajudam a movimentar o setor de créditos e empréstimos bancários, aproveitando os serviços financeiros do Sebrae, que é um serviço social autônomo sem fins lucrativos, mas também utilizando os serviços da rede bancária privada.

Outro setor comercial que se expande com a ação desses negócios é a exportação, cujas vendas ultimamente têm subido a taxas superiores a 20% ao ano para a área. Nesse caso, os principais produtos são os manufaturados e industriais de menor custo, especialmente para os mercados dos EUA e Canadá.

Os pequenos negócios, como é fácil constatar, têm papel de destaque quando se fala sobre crescimento econômico, já que respondem por boa parte da geração de empregos no país e contribuem para um grande percentual do PIB brasileiro. Além de sustentar a economia nos momentos de crise, agregam valor aos produtos e serviços em que as suas atividades estão envolvidas.

### **2.3 Principais causas para a Mortalidade das Microempresas.**

Em uma pesquisa – Sobrevivência das Empresas no Brasil – feita pelo Sebrae, em 2013, foi analisado uma taxa de mortalidade de 24,6% das microempresas, ou seja, 3 em cada 12 dessas empresas fecham suas portas antes de completar 2 anos de abertura. Já a pesquisa Demografia das Empresas, divulgada pelo IBGE no mesmo ano, apresenta um cenário onde 48,2% destas empresas fecham suas portas antes de completarem 3 anos.

Diante dessas estatísticas foram apontadas as principais causas para o fechamento dessas empresas, sendo eles: a falta de planejamento, em primeiro lugar; sendo seguida pela deficiência na gestão, as poucas políticas de apoio, má relação econômica e os fatores pessoais dos empreendedores. Na visão dos empresários 65% dos motivos que levaram ao encerramento das atividades estão relacionados a problemas de gestão empresarial, como a falta de clientes e capital para investimento; problemas de planejamento e falta de lucro.

Porém, segundo Peruffo e Godoy (2019), a área que apresentou o maior índice de descuido foi o planejamento estratégico de marketing, onde mostra que o fim dessas empresas se deve em grande parte à negligência nas práticas de marketing. O foco da empresa é orientado para o cliente, desta forma, o marketing conta com as principais ferramentas para perceber as necessidades, desejos e interesses do público-alvo, para tanto, ações devem ser tomadas para satisfazer essas necessidades.

### **3 PANDEMIA DO COVID – 19**

Segundo a OMS (Organização Mundial da Saúde), pandemia pode ser classificado como uma propagação global de um novo vírus. Esse termo é utilizado com mais frequência para correlatar uma gripe e habitualmente indica que uma epidemia se espalhou para dois ou mais continentes com transmissão fundamentada de pessoa para pessoa.

A enormidade da doença, não entra na definição da OMS de uma pandemia, apenas a propagação, embora a organização consiga levar em respeito o ônus geral da doença para a sociedade antes de reiterar uma pandemia.

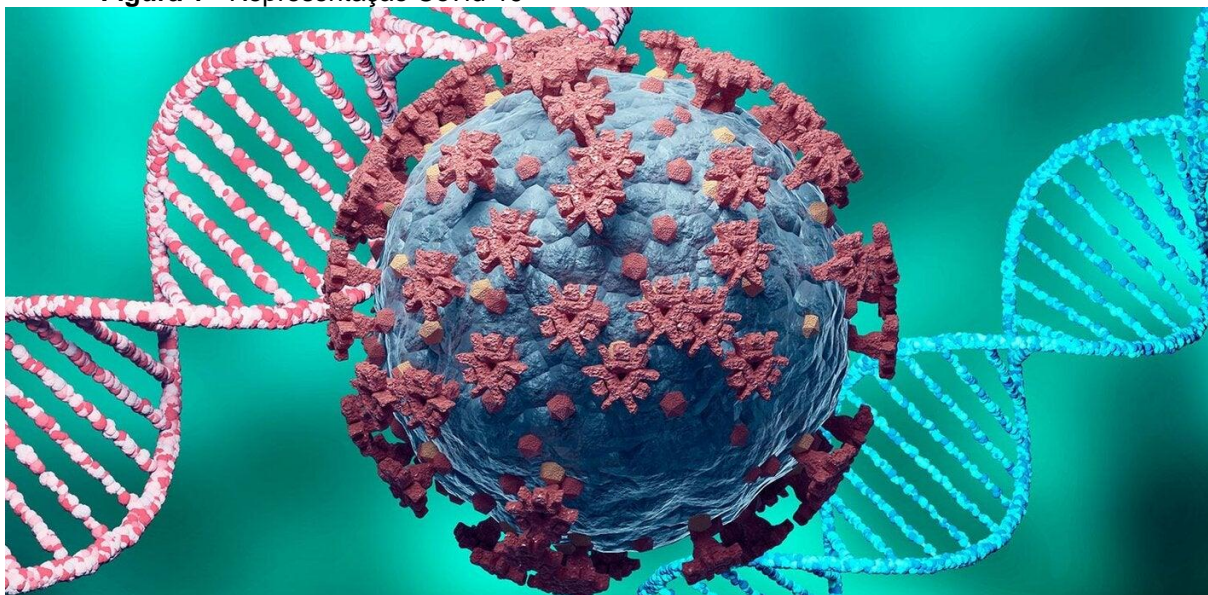
#### **3.1 O que é o Covid-19 e suas variantes?**

Em dezembro de 2019, vários casos de pneumonia foram detectados em Wuhan, na China. Estudos mostraram que a doença é causada por um tipo desconhecido de vírus, agora chamado Covid-19. Covid-19 faz parte da família dos coronavírus, este micróbio tem forma de coroa e é conhecido por causar doenças respiratórias e, em alguns casos, doenças gastrointestinais.

Em primeiro lugar, é importante entender o que é uma variante e como ela surgiu. Como uma parte natural da evolução, os vírus estão constantemente mudando por meio de mutações, e espera-se que as mutações ocorram com o tempo. Quando um vírus infecta nossas células, ele se replica e, às vezes, essas cópias sofrem pequenas alterações, levando a mutações. Para determinar se uma pessoa está infectada com o vírus original ou com o vírus mutado, ele deve ser testado em um laboratório profissional e nem o paciente nem o médico podem diagnosticar.

Na verdade, existem milhares de variantes desse vírus. A maioria deles é comum. De acordo com o banco de dados científico online GISAID, em 8 de março de 2021, pelo menos 5.935 variantes do coronavírus foram descobertas. A maioria não é considerada "variantes relacionadas". A razão pela qual existem tantas variantes em todo o mundo é porque ocorreram muitos casos. Enquanto se replica, o vírus às vezes aprende uma nova técnica, como penetração mais fácil nas células humanas (o que aumenta seu poder infeccioso) ou mais agressividade ao corpo.

**Figura 1** - Representação Covid-19



Fonte: Opas, 2021.

### 3.2 Principais Variantes

Variantes P1 e P2 (Brasil): a chamada variante brasileira, a variante P1 também é chamada de variante Manaus. Ela foi encontrada em Tóquio, no Japão, pela primeira vez entre quatro viajantes do Brasil que passavam pelo rio Amazonas. A variante P2 descoberta originalmente no Rio de Janeiro tem uma mutação menos preocupante, mas também se espalhou amplamente no Brasil.

Variante N9 (Brasil): em março, a Fiocruz descobriu outra variante brasileira e a confirmou em vários estados brasileiros. N.9 carrega a mutação E484k. Esta mutação está associada a uma reinfecção mais fácil. É a mesma mutação que ocorre na variante P1.

Variante B.1.1.7 (Reino Unido): foi diagnosticada pela primeira vez no Reino Unido em setembro de 2020 e apareceu em 120 países / regiões, incluindo o Brasil. De acordo com um estudo publicado em março pela revista científica BMJ, essa cepa é até 64% letal. Outro estudo publicado na revista "Science" mostrou que a propagação das variantes B.1.1.7 pode chegar a 90%.

Variante B.1.351 (África do Sul): também são chamadas de variantes sul-africanas e têm múltiplas mutações na proteína S. Isso faz com que ela tenha uma maior carga viral e possivelmente maior transmissão.

Variantes B.1.427 e B.1.429 (Califórnia): podem ser as cepas COVID-19 mais dissemináveis e mortais até o momento. Descobertas pela primeira vez em Los Angeles em julho de 2020 e depois no sul da Califórnia em outubro de 2020, essas variantes, também conhecidas como CAL.20C, têm cinco mutações simultâneas.

Variante B.1.617 (Índia): foi descoberta pela primeira vez na Índia em dezembro de 2020. É notável por sua dupla mutação na proteína spike (E484Q e L452R) do coronavírus. O coronavírus entra nas células humanas por meio da proteína spike. Essa dupla mutação pode tornar essa variante mais transmissível porque ela replica a proteína de superfície do vírus. Essas mutações também podem ter maior capacidade de neutralizar anticorpos.

Variante B.1.1.38 (Suíça): a variante suíça derivada da linhagem B.1.1.33 foi inicialmente designada como linhagem PANGO N.10 e continha 14 mutações de linhagem.

### **3.3 Como está funcionando o Isolamento Social?**

No Brasil, diante dos resultados da pandemia de COVID-19, o Governo Federal editou regulamento sobre medidas de atendimento às emergências de saúde pública de importância nacional por infecção por COVID-19 por meio do Decreto nº 340, de 30 de março de 2020. Recomendações, no âmbito da comunidade de tratamento. O documento também citou medidas de isolamento, revelando a necessidade de manter o afastamento de indivíduos suspeitos de estarem infectados com o vírus e sintomáticos, como forma de diminuir a progressão e disseminação do vírus, conseguindo assim o controle e redução da morbimortalidade.

Nessa perspectiva, o principal objetivo do isolamento social é limitar o contato entre as pessoas e tentar diminuir a chance de contaminação por vírus, reduzindo a procura por serviços de saúde e o número de óbitos. (Aquino et al., 2020).

Também nesta situação, durante o processo de isolamento social, vários países, incluindo o Brasil, promulgaram medidas e decidiram encerrar universidades, escolas, edifícios de escritórios, centros comerciais e empresas em geral. “Essas medidas tiveram um impacto profundo na economia global” (Wilder-Smith & Freedman, 2020).



O grande aumento no número de novos casos tem levado os governos locais a aumentar ainda mais as restrições, como um bom exemplo, restrições em comunidades, cidades, estados e até bloqueios de fronteira e entrada de estrangeiros no país. Diante disso, destacamos que nesta situação complexa é muito importante manter e respeitar os direitos humanos. (Wilder-Smith & Freedman, 2020).

O isolamento igualitário espontâneo e involuntário trará sérios danos aos indivíduos e à sociedade. Pessoas acostumadas à interação social sentirão as consequências de uma interrupção repentina da interação social. A suspensão de serviços e o fechamento de espaços residenciais, bem como a obrigação de permanecer em casa, podem desencadear ansiedade e depressão. Em casos mais graves, isso pode levar a crises e, no pior dos casos, à morte de quem sofre dessas doenças psicológicas. Aqueles que sofreram de instabilidade mental e psicológica podem experimentar a sua deterioração e até ter pensamentos suicidas, além dos danos diretos à saúde, há danos econômicos e sociais.

O isolamento social, apesar de necessário em determinadas situações, como pandemias e epidemias, tende a causar crises no abastecimento de alimentos, medicamentos e outros insumos necessários à manutenção da vida, além de desencadear sérias crises econômicas, aumentando a desigualdade social, a fome e o desemprego.

## 4 CRISE ECONÔMICA

Uma crise econômica é caracterizada por um período de redução do nível de produção de um país, que está relacionado à redução do consumo, queda das taxas de lucro e aumento do desemprego. Esse fator é medido pelo PIB (Produto Interno Bruto) de um país, esse indicador é utilizado para mostrar a soma dos produtos e serviços finais produzidos pelas empresas.

O sistema capitalista funciona de maneira cíclica, isto é, apresenta fases de crescimento e de retração. Isso significa que de tempos em tempos, esses sistemas de produção passam por crises. Porém, diferentemente de quedas pontuais em setores específicos, a crise econômica tende a impactar todos os setores (ou pelo menos a maioria absoluta deles) e se enquadrar no que conhecemos como risco sistêmico do mercado. Justamente por isso se torna mais difícil se proteger contra ela, tanto para consumidores quanto para empresas, pois a crise tem impacto direto sobre todas as relações comerciais estabelecidas.

Devido ao movimento cíclico dos níveis de produção, a economia pode ser analisada dentro de uma dinâmica de ciclos econômicos. Estes ciclos apresentam quatro fases principais:

- **Expansão:** os níveis de produção estão crescendo, assim como a demanda, a renda das famílias e a taxa de lucro das empresas;
- **Boom:** a atividade econômica atinge seu ponto máximo. Nesse momento podem acontecer problemas de superprodução e alta inflação;
- **Recessão:** a atividade econômica começa a diminuir, diminui a demanda e começa a crescer a taxa de desemprego;
- **Depressão:** aprofundamento da crise econômica, redução das taxas de juros, altas taxas de desemprego e ocorrência de falências.

Assim, podemos classificar as crises econômicas de maneira simplificada em fases de recessões e depressões. Uma recessão é uma retração da economia e costuma ser caracterizada pela queda do Produto Interno Bruto (PIB) por dois trimestres consecutivos.

Uma depressão, por sua vez, é uma queda abrupta do PIB de um país ou então um prolongamento excessivo de uma recessão. Isto é, são crises duradouras, com profundos impactos na economia de um país.

Nas depressões os indicadores econômicos sofrem grande redução, as taxas de desemprego são muito altas e é comum que grandes empresas ou instituições financeiras decretem falência. Quando acontece uma crise, o Estado precisa adotar políticas econômicas com o intuito de conter a redução da produção e estimular a recuperação da economia.

## 4.1 Causas

As causas de uma crise econômica podem ser diversas e difíceis de identificar. Um período de recessão pode ser causado tanto por uma série de fatores a longo prazo, quanto por alguns poucos acontecimentos em um período curto.

Por exemplo, a inflação alta por causa do aumento desenfreado do consumo pode acabar gerando uma crise. Nesse caso, muitos governos aumentam as taxas de juros, visando desacelerar o consumo.

A taxa de juros alta, no entanto, poderá causar mais impactos do que a inflação. Em outros casos, pode evitar que a crise se inicie.

A pandemia do coronavírus é um excelente exemplo de causa de uma recessão:

- Menos demanda acarreta menos produção;
- Menos produção implica em menos venda de produtos e serviços oferecidos por empresas;
- Sem vender, as empresas começam a demitir;
- O aumento do desemprego diminui a renda familiar;
- A diminuição de renda desestimula ainda mais o consumo.

## 4.2 Consequências

Uma crise econômica pode ter diversas causas de origens, no entanto, suas consequências costumam a ser uniformes, elas são muito bem conhecidas, não só

entre pesquisadores, como também pela população geral. Os efeitos de uma crise se espalham por toda a cadeia econômica. Isso significa que atingem praticamente todas as parcelas da população. As principais consequências de um período de crise econômica são:

**Queda no Consumo:** diversos são os fatores que podem levar à redução da capacidade de consumir, mas seja por cautela, seja por uma diferença generalizada entre o que se ganha e os preços até dos itens mais básicos, a queda no consumo é um ponto comum a todas as crises;

**Queda na Produção:** com menor faturamento e conseqüente diminuição na disponibilidade de crédito por parte dos bancos, as empresas diminuem o ritmo de produção;

**Aumento do Desemprego:** cortando gastos, essas mesmas empresas começam a demitir boa parte de seus funcionários (sem falar naquelas companhias que declaram falência). Se antes a capacidade para consumir dessas pessoas e de suas famílias já era escassa, agora é ainda menor;

**Crescimento da Pobreza:** diante desse contexto em que a renda é diminuída ou simplesmente cortada, é comum que a maioria dos países ao enfrentar uma crise econômica vejam os seus índices de cidadãos vivendo na linha da pobreza, ou mesmo abaixo da linha da pobreza, dispararem;

**Queda nos Investimentos:** se as empresas mal conseguem manter as suas operações atuais, que dirá investir em expansões. Aqui, nem falamos do investimento particular, visto as dificuldades generalizadas já de se garantir o consumo dos itens de primeira necessidade.

Além das principais consequências, podemos observar também:

- Redução da arrecadação do governo;
- Crescimento do endividamento estatal;
- Depreciação da moeda oficial;
- Falência de empresas;
- Aumento das taxas de juros;
- Inflação.

### **4.3 Como a Pandemia ocasiona uma Crise Econômica?**

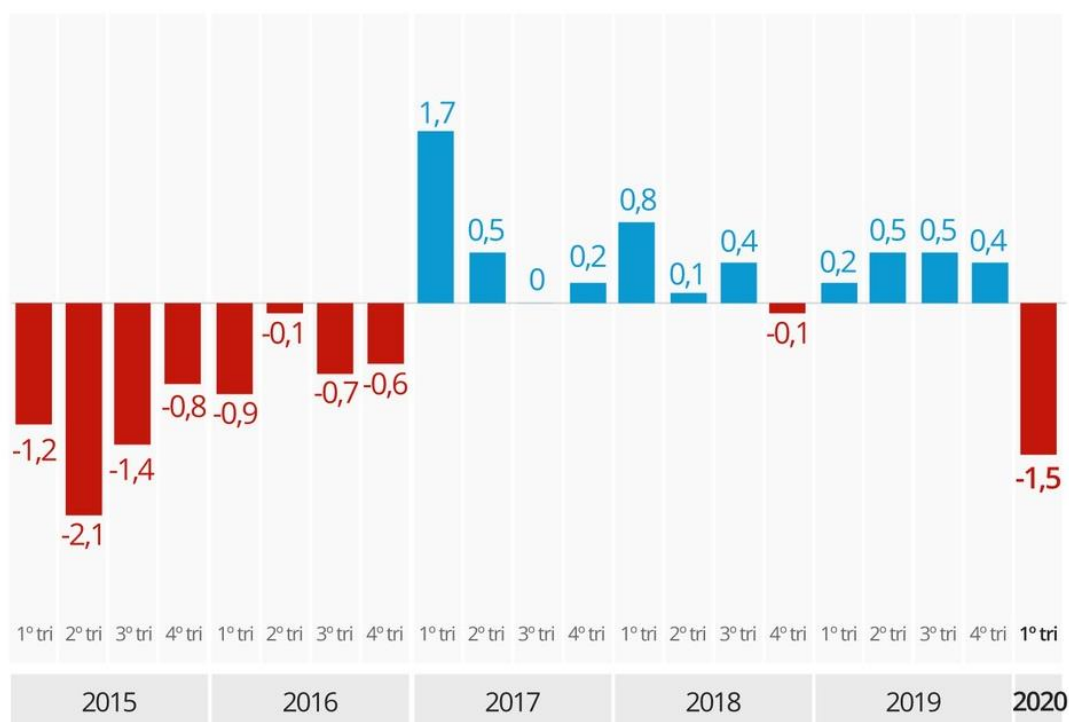
De acordo com dados divulgados pelo Ministério da Saúde do Brasil, o Brasil tornou-se o novo epicentro da nova pandemia de coronavírus, com mais de 500.000 pessoas diagnosticadas com COVID-19. Segundo a matéria - Como a pandemia do coronavírus impactou a economia brasileira - feito pelo Time Conexão em 2020, a economia brasileira está se recuperando lentamente, pois a pandemia transformou todo otimismo em previsões pessimistas, ampliando a desigualdade e criando um ambiente extremamente inseguro.

Algumas das principais ocorrências ocasionadas pela pandemia, criando uma crise econômica, podem ser observadas a seguir.

#### **4.3.1 PIB em Queda**

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Produto Interno Bruto (PIB) nacional encolheu 1,5% no primeiro trimestre de 2020, refletindo o impacto da nova pandemia do coronavírus na economia brasileira. Esse número representa o menor resultado desde o segundo trimestre de 2015, quando o indicador caiu -2,1%.

Dados do IBGE apontaram ainda que a desaceleração econômica se deveu à queda de 1,6% na indústria de serviços - setor responsável por 74% do PIB brasileiro - retração industrial de -1,4%, e agropecuária, crescimento de 0,6%. Por outro lado, o consumo das famílias, que representa 65% do PIB, caiu 2%, enquanto o consumo do governo aumentou 0,2%. O PIB é a soma de todos os bens e serviços produzidos por um país em um determinado período. É um importante indicador de crescimento econômico, encolhendo ou mantendo a estabilidade.

**Figura 2 - Variação trimestral do PIB brasileiro**

Fonte: IBGE, 2020.

O relatório de foco semanal do Banco Central (BC) coleta as expectativas dos economistas para os principais indicadores do Brasil em 2020. Embora o Brasil tenha causado mais de 60.000 mortes devido ao COVID-19, alguns estados já iniciaram planos para tornar a quarentena mais flexível para permitir a restauração de negócios e outros serviços não essenciais.

#### 4.3.2 Aumento da Taxa de Desemprego

De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do IBGE, o contingente de desocupados atingiu 12,8 milhões (12,6%) no trimestre encerrado em abril, aumento de 898 mil em relação ao trimestre anterior. A pesquisa apontou que 5 milhões de desempregados no Brasil quebraram o recorde - desistiram de procurar emprego. Em março, quando a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a pandemia e o Brasil registrou o primeiro caso de morte do COVID-19, governos de vários países adotaram medidas de distanciamento social para tentar conter a disseminação do novo coronavírus.

Como resultado, negócios e serviços não essenciais precisam ser interrompidos ou a demanda é drasticamente reduzida. Segundo dados do novo Cadastro Geral de Emprego e Desempregados (Caged), essa ação teve um impacto devastador no mercado de trabalho brasileiro, que foi encerrado entre março e abril devido à nova pandemia do coronavírus.

### 4.3.3 Aumento da Desigualdade

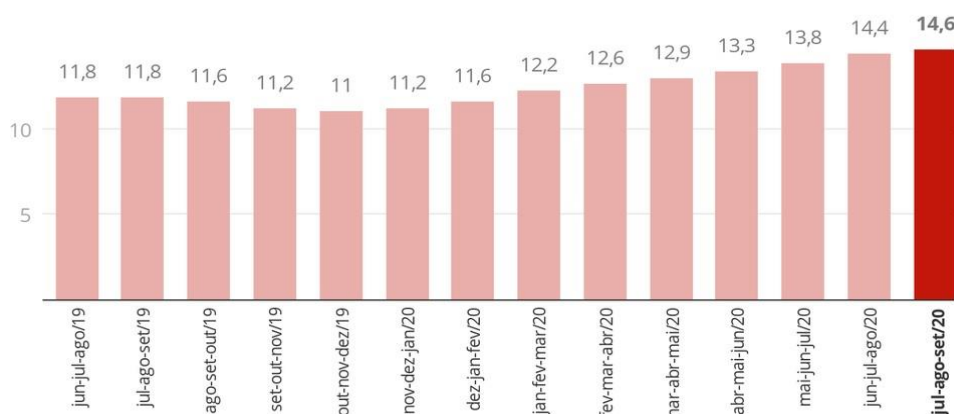
Embora não existam dados oficiais sobre a pandemia, o abismo da desigualdade impede que muitas famílias de baixa renda cumpram o distanciamento social preconizado pela Organização Mundial da Saúde. De acordo com o sistema de monitoramento inteligente do governo, a taxa de quarentena no Estado de São Paulo no dia 1º de junho era de 47% - a situação ideal era de 70% na época. Em termos de capital, o índice é de 49%.

“Quem consegue se proteger nesse momento são as pessoas que tem uma qualificação maior, com emprego formal, possibilidade de fazer trabalho remoto e que entraram nessa pandemia numa posição mais privilegiada”, afirma Inhasz. As pessoas que não possuem esse tipo de informação e costumam morar na periferia precisam sair de casa e usar o transporte público para trabalhar, geralmente em serviços básicos como supermercados e farmácias. No entanto, outros trabalhadores procuram formas informais de alimentar suas famílias.

**Figura 3 - Taxa de desemprego**

#### **Evolução da taxa de desemprego**

Índice no trimestre, em %



Fonte: IBGE, 2020.

#### **4.4 Microempresas diante da Situação**

A pandemia do coronavírus alterou o funcionamento de 5,3 milhões de pequenos negócios no Brasil, o que equivale a 31% do total. Outros 10,1 milhões de pessoas, ou 58,9%, suspenderam temporariamente as atividades. Isso se reflete na segunda edição da pesquisa “O Impacto da Pandemia do Coronavírus nas Pequenas Empresas”, realizada pelo Sebrae. Por meio dessa pesquisa, podemos observar como o comportamento dos pequenos empreendedores tem evoluído neste momento. Das empresas que continuam operando, 41,9% passaram a ser entregues apenas por meio do serviço online. Outros 41,2% reduziram a jornada de trabalho, enquanto 21,6% trabalham remotamente.

A pesquisa também mostrou que, mesmo antes da crise da Covid-19, a maioria das empresas (73,4%) era financeiramente pobre. Quase metade dos empresários (49%) respondeu que sua situação financeira era razoável, enquanto 24,4% responderam que sua situação financeira era ruim. Embora os custos com pessoal apareçam nas principais despesas da maioria das empresas (57,1%), apenas 18,1% das empresas tiveram que despedir pessoal para manter a saúde financeira do negócio. Em média, eles demitiram três funcionários após o início da crise.

#### **4.5 Gerenciamento das Empresas durante a Crise**

Durante a recessão atípica desencadeada pela pandemia covid-19, muito se tem falado sobre as dificuldades que as empresas brasileiras enfrentarão durante uma queda significativa do nível de atividade, especialmente em setores que são ou ainda são afetados pelo isolamento social ou medidas de bloqueio. O que é mais preocupante é a capacidade de sobrevivência das pequenas empresas. Entre as medidas tomadas por governos de todo o mundo para reduzir o impacto da pandemia, há preocupações semelhantes quanto à proteção das pequenas empresas, que sempre desempenham um papel relevante na geração de empregos e são fundamentais para o fornecimento contínuo de bens ou serviços. No Brasil, a situação não é exceção.

O impacto destrutivo de uma insolvência ou falência nas pequenas empresas pode ser ilustrado pelos seguintes fatos: antes da pandemia, as pequenas empresas respondiam por aproximadamente 54% do emprego formal do país e 27% do PIB do



país. Dados de 10 países da América Latina e dos Estados Unidos obtidos em abril da Covid-19 International Small Business Research. Mostraram que a percepção das pequenas empresas no início da pandemia era muito negativa. Entre os 1.653 lojistas que receberam a consulta, mais da metade afirmou que já ajustou seus funcionários, e mais reajustes podem ser feitos nos próximos meses. O estudo também mostrou que as expectativas do Brasil para o futuro são mais negativas, com a proporção de pequenas empresas prevendo “nunca se recuperando” maior do que a média da América Latina.

#### **4.6 Medidas do Governo perante o Impacto Causado**

No contexto da atual pandemia, crises e recursos globais estão sendo usados para a saúde e a sobrevivência das empresas e retenção de empregos, estabelecendo as bases para a recuperação econômica subsequente.

Conforme analisado por especialistas, o governo federal não possui uma organização adequada e um plano de ação claro para minimizar o impacto da pandemia nas atividades econômicas. As medidas tomadas até então também podem ser consideradas prejudiciais porque não buscam proteger os empregos e os salários dos trabalhadores, mas seu papel é estimular o desemprego e reduzir os salários. As intenções do governo nesse sentido têm sido muito claras, pelo menos a partir do dia 22 de março deste ano, quando o governo editou as Medidas Provisórias nº 927, onde passou a permitir quatro meses de contrato de trabalho suspensos e nenhum salário pago. No dia seguinte, a MP foi parcialmente cancelada, pois Ministro da Economia admitiu ter “assinado a MP sem lê-la.”

Seguindo as mesmas pretensões, tal medida foi reeditada no dia 1º de abril de 2020, como MP nº 936, agora nomeada como Programa Emergencial de Manutenção de Emprego e Renda; a principal alteração das novas MPs (medidas provisórias) é permitir a redução da porcentagem de dias úteis, podendo em princípio ser de 25%, 50% ou 70%, com correspondentes descontos salariais, exceto para a suspensão do contrato de trabalho. A MP 936 também alterou diversas normas da legislação trabalhista até então vigente, sempre visando “manter o emprego” como meta oficial. Se permitido, os desastres públicos prevalecerão sobre os documentos legais atuais: trabalho remoto; férias em grupo com apenas 48 horas de antecedência; expectativa

de feriados e férias pessoais; sistema de compensação especial (banco de horas); e suspensão dos requisitos administrativos para a saúde e segurança do trabalhador.

Nesse sentido, segundo Daniel Mendes (Journal Akedia, 2021), a cessação de atividades, a falta de auxílios estatais e a crise econômica já ocorrida em escala global tenderão a agravar ainda mais os problemas do mercado de trabalho nacional, não apenas pelas condições em que os trabalhadores informais se encontram, mas também porque essas ocupações deixarão de ser um substituto para os despedidos dos empregos formais. Em suma, pode-se dizer que as medidas tomadas até agora parecem mais propensas a desestabilizar o mercado de trabalho nacional por tempo indeterminado comparado às medidas em que se garantam um nível de emprego adequado e um patamar de renda suficiente para atender às necessidades básicas da população.

## 5 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Planejamento estratégico é definido como o processo gerencial de desenvolver e manter uma adequação razoável entre os objetivos e recursos da empresa e as mudanças e oportunidades de mercado.

O planejamento estratégico é um planejamento realizado pela empresa que visa quais caminhos a empresa irá seguir e quais medidas serão tomadas de acordo com as metas e objetivos da empresa e quais recursos ela tem para contribuir com o seu crescimento. (Kotler, 1992, p.63)

A elaboração pode ser complicada, pois alguns fatores interferem diretamente no planejamento estratégico como:

- **Missão:** é a razão pela qual a empresa existe;
- **Visão:** são as metas e objetivos da empresa, sendo assim, o planejamento estratégico será feito analisando fatores de viabilidade e quais serão as melhores estratégias para alcançar o objetivo no melhor tempo possível e da melhor forma;
- **Valores:** são os princípios que guiam a cultura da empresa. Influenciam muito na tomada de decisão para que não desrespeite ou passe por cima dos valores que a empresa prega;
- **Ambiente interno:** de acordo com a equipe, estrutura, saúde financeira da empresa etc.;
- **Ambiente externo:** com a concorrência, tendência do mercado e o comportamento dos consumidores.

Para a sua elaboração existem teorias que auxiliam em sua construção como por exemplo a análise de SWOT que fala sobre as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da empresa. Sempre visando melhorar aspectos que são considerados fracos e manter aspectos que já são o forte da empresa.

Figura 4 - Representação SWOT



Fonte: Autores, 2021.

## 5.1 Logística

A logística são meios utilizados para distribuir produtos, podendo ser desde o ponto de origem, transportando matéria prima até o ponto de consumo, entregando para o cliente final. Seus modais de transporte de carga são rodoviários, aquaviário, ferroviário, aéreo e dutoviário.

Contendo um objetivo de atender os requisitos do cliente de uma forma fácil e econômica, para isso deve se ter uma organização logística para que possa ser efetuado o processo logístico da melhor forma.

Na logística são levados em consideração uma série de critérios para que futuros acontecimentos estejam sob controle da empresa, não correndo risco de acidentes e situações mal indesejadas. E assim envolvendo conhecimento de outras áreas como economia, marketing, contabilidade, tecnologia, estatística etc.

### 5.1.1 Logística Estratégica

É o setor voltado para otimização e inteligência para potencializar resultados da empresa, buscando agilidade nas operações e qualidade para que os produtos

cheguem sem a menor falha ou deformidade em suas embalagens e assim atendendo as necessidades de mercado.

Com isso é preciso ter um olhar estratégico para quesitos logísticos para que ocorra perfeitamente o processo logístico da empresa, como por exemplo:

- **Planejamento de compra:** para que não ultrapasse e nem falte utensílios, assim contendo conseqüentemente um controle de estoque;
- **Armazenagem:** é de extrema importância armazenar e garantir a integridade dos produtos;
- **Controle no transporte de embalagens:** durante o percurso, deve ter cuidado com as embalagens para que não sofram deformações;
- **Processamento de pedidos:** garantir que as entregas cheguem no prazo determinado pela empresa.

Com isso, deve se ter segurança nas operações para que não corra riscos de roubo das cargas e uma melhor infraestrutura para que possa ocorrer os processos de uma forma mais facilitada.

Com a logística estratégica pode se correr uma redução de custos com a observação dos processos e uma criação de valor com o cliente, sempre entregando produtos no prazo estipulado.

## 5.2 E-commerce

Tendo sua iniciação nos Estados Unidos na década de 70. Sua função principal era a troca de Arquivos por meio do Eletronic Data Interchange (EDI) e Eletronic Funds Transfer (EFT) que é a transferência eletrônica de fundos que eram muito utilizados por agências bancárias.

O e-commerce é abreviação do termo em inglês eletronic commerce que significa “comércio eletrônico”. Se trata de transações comerciais realizadas totalmente online, desde o pedido do cliente por meio de plataformas digitais até o pagamento do pedido feito por Internet Banking e a única parte que envolve o mundo físico é a da logística, mas nem sempre. Pois quando se trata de produtos digitais como e-books e filmes, não precisa do contato físico.

Segundo Bill Gates: “Daqui a algum tempo só existirão dois tipos de empresas: as que estão na Internet e as que não estão em lugar algum”. Podemos observar isto durante a pandemia do novo Corona Vírus, onde muitas empresas adotaram ou reforçaram o gerenciamento das suas plataformas digitais para realizar vendas online.

**Figura 5** - Representação e-commerce



**Fonte:** Wikimedia Commons, 2019.

### 5.2.1 Como aplicar o e-commerce?

Investir em uma loja virtual é uma boa opção para quem deseja iniciar um negócio ou mesmo fazer com que a empresa cresça. Segundo levantamento realizado pela loja Integrada, o investimento inicial para abrir um e-commerce é de cerca de R\$ 1 mil. (SEBRAE, 2020).

Investir em lojas virtuais são umas das formas mais acessíveis de conquistar seu próprio empreendimento, sendo mais barato e acompanhando as tendências do mercado atual. O que pode contribuir para o bolso do empreendedor e com um bom atendimento e organização ter uma boa fidelização de clientes.

Para isso algumas questões devem ser analisadas e bem elaboradas. Tais como:

- Conhecer o mercado digital, o conhecimento é de extrema importância para o bom andamento, tornando processos mais fáceis e ter a responsabilidade e o cuidado com o mercado digital;
- Organização das ferramentas digitais pois é o perfil que você mostra para o seu cliente e onde a primeira impressão é importante, portanto, deve ser atrativo para chamar a atenção do cliente;

- Investir nos processos logísticos e no estoque, pois além de facilitar todo o processo de compra até chegada do produto ao cliente, ele ajuda a fidelizar potenciais clientes. Conter estoque com sabedoria é muito importante e deve ir de acordo com a demanda para não haver prejuízos para o empreendedor;

### **5.2.2 Como pode ser aplicado durante a pandemia?**

Em março de 2020, o covid-19 impactou o mundo todo, principalmente em questões sociais e econômicas. Com o isolamento social, diversas empresas que tinham suas lojas físicas sofreram bruscamente, já que sua principal fonte de renda estaria comprometida.

A pandemia do coronavírus que se espalha por todo o mundo gerou medidas de isolamento social, a fim de evitar a proliferação da Covid-19. A baixa circulação de pessoas afeta os micros e pequenos negócios, que estão sofrendo com a queda no consumo. (SEBRAE, 2020)

“O e-commerce ganha força e passa a ser a melhor opção de venda, pois a consumidor recebe seu produto em casa, com o menor contato físico possível”. (SEBRAE, 2020). Muitas empresas já tinham aderido ou já estavam encaminhando para o e-commerce que cresceu drasticamente durante a pandemia. A adaptação com compra e venda online foi necessária tanto para o vendedor, tanto para o consumidor, pois muitos consumidores tinham receio de comprar ou vender online por conta das fraudes.

E grandes ferramentas como as redes sociais e Internet Banking foram fundamentais para o contato com o consumidor e fazer com que fosse implementado o e-commerce. Com isso algumas estratégias foram utilizadas para a atrair potenciais clientes como entregas mais rápidas, descontos, garantir a higienização do produto antes do cliente recebê-lo, etc. E até mesmo o investimento no marketing digital e os processos logísticos que são fatores que interferem no crescimento do e-commerce.

## **5.3 Marketing Estratégico**

Quando pensamos em marketing levamos em consideração aspectos desde a pesquisa elaborada, a discussão e a concepção do negócio até o relacionamento com

o público, a venda e a fidelização do cliente. Sendo assim englobando toda a jornada de uma marca.

O marketing estratégico é utilizado visando criar um plano de médio a longo prazo visando melhorar a rentabilidade, a produtividade e conquistar novos clientes. Com isso, ele irá orientar todo o desenvolvimento do planejamento de marketing as decisões tomadas serão comprometedoras de toda as suas ações durante um longo intervalo de tempo, mesmo podendo ocorrer mudanças durante o processo.

### **5.3.1 Marketing Digital**

Antes de citar o que é o “Marketing Digital” termo remodelado ao Marketing comum, precisamos falar o que é o Marketing? Marketing é a ciência e arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um público-alvo com geração de lucro, segundo Philip Kotler. O objetivo do Marketing é identificar desejos e gerar valor para criar relacionamentos com sua audiência. Aplicar estratégias de marketing para promoção de marcas, serviços e produtos no meio digital.

Conhecendo o tradicional marketing, o “marketing digital” é um comportamento de comunicação que as empresas podem utilizar por meio da Internet, telefones celulares e outros métodos digitais para promover e comercializar seus produtos ou serviços, conquistar novos clientes e aprimorar sua rede de relacionamento.

Após a introdução da tecnologia no cotidiano, passou-se o questionamento de como promover produtos e cheguem a essas novas plataformas que fariam parte do dia a dia de uma população de mais de 7,8 Bilhões de pessoas em todo o mundo, assim criou-se essa ferramenta que é utilizada por instituições e empresários.

Além disso, esse recurso te possibilita a inúmeros benefícios, como:

- Entender melhor seu público;
- Conquistar mais clientes;
- Receber feedbacks;
- Melhorar o relacionamento com os clientes;
- Fidelizar os consumidores;
- Educar o mercado;



- Aumentar o conhecimento de marca da empresa;
- Gerar leads;
- Gerar oportunidades de venda;
- Reforçar os diferenciais competitivos;
- Aumentar a rentabilidade da empresa.

Para exemplificar uma estratégia que seja eficiente para estar aplicando em seu negócio, trabalharemos com os seguintes tópicos: estudo de pessoas e análise de concorrência.

Contudo, para que essa estratégia gere um resultado positivo, é importante que você leve em consideração quatro etapas:

- Seja estratégico na criação de seu conteúdo. Ou seja, crie pautas com informação relevante;
- Tenha um cronograma para as postagens;
- Otimize o texto para o Google usando as práticas de SEO;
- Vá além do texto: diversifique o tipo de comunicação criando infográficos, podcasts, vídeos entre outros;
- Busque Informações que não será apenas conhecimento, mas sim uma prática que seja eficiente e de resultado.

O Marketing Digital se torna peça essencial para situações ocasionais, como as encontradas no mundo de hoje que a covid-19 proporcionou, dessa forma com a internet sendo mais acessível a partir das décadas de 2000, a fim de solucionar o problema de ter somente renda através do trabalho presencial, o marketing é uma ferramenta para potencializar as promoções de produtos que as corporações tem de a oferecer, logo irá ter um alcance a um nicho de clientes interessados e poderão fazer a aquisição caso se interesse pelo produto.

Dessa forma, as empresas terão seus lucros sem precisar sair de casa mantendo em zelo sua saúde, promover seus produtos de uma forma que alcance mais pessoas sem precisar de um investimento tão caro. Além disso, as entidades saciarão as necessidades e problemas que o cliente está à procura de ter uma solução.

### 5.3.2 Como pode ser aplicado durante a pandemia?

Durante a pandemia foi primordial a adaptação de muitas empresas que funcionavam presencialmente em suas lojas físicas, sendo assim, adotando medidas e estratégias para se manter no mercado. O marketing digital contribuiu para os gestores em suas tomadas de decisão, já que as redes sociais e a internet foram protagonistas do cenário de crise.

Para Kotler, na realidade do consumir conectado são levadas em consideração alguns aspectos na decisão de compra com as informações disponíveis na internet sobre empresas e produtos. Sendo assim, se é necessário tomar cuidado com as plataformas, o perfil da empresa nas redes sociais deve passar credibilidade para que o potencial cliente seja atraído pela sua empresa.

Por meio do marketing digital pode se usar diversas estratégias para atrair os leads, uma delas são os 5 A's de Kotler:

- 1) **Atenção:** após fazer o processo de exposição de sua empresa o objetivo é chamar a atenção dos consumidores;
- 2) **Atração:** atrair o cliente, fazer com que ele vá atrás de seu produto ou serviço;
- 3) **Aconselhamento:** após atrair o lead, a próxima fase é fazer recomendações e aconselhamentos;
- 4) **Ação:** após ser apresentado o produto ou serviços o consumidor tem a opção de compra;
- 5) **Advocacia:** com tudo oferecido, o cliente irá fazer uma busca sobre a quem está oferecendo, se caso for convencido ele automaticamente irá fazer uma advocacia do produto ou serviço.

**Figura 6** - Representação 5 A'S de Kotler

#### 5 A'S DE KOTLER

Atenção	Saber
Atração	Gostar
Aconselhamento	Convencer
Ação	Adquirir
Advocacia	Recomendar

**Fonte:** Autores, 2021.

## 5.4 Diferença entre E-commerce e Marketing Digital.

O **marketing digital** foca em estratégias nos canais digitais, utilizando blogs, sites, mídias sociais, e-mail, SEO e diversas estratégias que focam solucionar dores e encontrar potenciais clientes, sempre almejando a venda ou conversão. Ou seja, é um conjunto de estratégias e ferramentas utilizadas para ajudar a promover marcas e vender produtos e serviços em um ambiente digital. Nesse caso, os anúncios da empresa são projetados para dispositivos eletrônicos, como computadores, telefones celulares e tablets.

Por outro lado, temos o **e-commerce**, uma tradicional loja online onde as marcas vendem seus produtos e são responsáveis por todo o processo logístico, desde a compra até a entrega. Ou seja, neste modelo, a loja virtual e o consumidor final são negociados diretamente. Outra característica do e-commerce é que as marcas vendem apenas produtos em seu próprio estoque e produtos em catálogos de produtos aos consumidores.

Por fim, vemos a distinção entre os conceitos: o principal objetivo do marketing digital é aumentar a exposição da marca aos consumidores, aumentando assim as vendas; enquanto o e-commerce tem como objetivo a finalização desses pedidos pelo meio digital.

## 5.5 Planejamento Estratégico Contábil

O planejamento estratégico, utiliza processos metodológicos para contextualizar e definir o estabelecimento de metas, o empreendimento de ações, a mobilização de recursos e a tomada de decisões, objetivando a consecução do sucesso, para ser efetivo precisa ser relacionado com a contabilidade, pois grande parte da estrutura se baseia-se na estrutura financeira e métricas que sejam atingidas.

Para isso, metodologias como “SMART” que se consiste em:

S – Específico;

M – Mensurável;

A – Atingível;

R – Relevante;

T – Temporal;

Basicamente cada letra será um componente para estar aplicando esse método, sendo específico aonde quer chegar, onde a empresa se encontra e busca caminhos alternativos para conseguir resultados diferentes; mensurável e atingível, se a corporação tem uma meta realista e se é possível ser atingida utilizando-se até mesmo de princípios contábeis, ou seja, mesmo em um cenário pessimista ela consiga corresponder com as expectativas e obtenha o resultado esperado; Relevante, os indicadores e as análises serão suas ferramentas para descrever o progresso e manter controle para que possa se aperfeiçoar e explorar mais recursos que contribuam para o êxito da meta; por fim temporal, para que a rotina diária com seus compromissos não atrapalhe as atividades que estão planejadas a longo prazo e se cumpra as metas e objetivos projetados.

Além disso, a contribuição do trabalho em equipe seja essencial para esse cenário, pois com o envolvimento de todas as áreas da empresa, principalmente a contábil seja propriedades para dizer se tudo o que foi projetado seja visível a longo prazo, logo o financeiro se estruturar para dar feedback sobre o que já foi dito e consertar habituais ocorridos ou falhas que precisam ser ajustadas. Dessa forma, dedicar tempo para o desenvolvimento de um plano estratégico abrangente e abra caminho para uma execução bem-sucedida. Através deste meio, surja um plano estratégico eficaz, que garantirá se está no caminho certo para atingir ou mesmo superar seus objetivos. Os fatores a serem considerados incluem a maturidade da organização, a experiência da equipe de gestão e o período esperado de desenvolvimento e implementação. Lembre-se de que o planejamento estratégico tem o poder de mudar sua organização.

Outro ponto que se leva em destaque é que, o alinhamento entre a contabilidade e o planejamento estratégico também é fundamental para melhorar a gestão e impulsionar os negócios. Nesse caso, também temos a gestão contábil, que tem como função classificar, organizar, explicar e analisar operações, documentos e relatórios e aplicar os princípios contábeis - atividade que mede a realidade econômica da empresa. Ao observar essas etapas, podemos entender com mais clareza como o planejamento contábil e o planejamento estratégico devem ser articulados para produzir mais resultados para as entidades. Ou seja, o planejamento contábil permite a organização de processos e a mensuração de resultados, o planejamento

estratégico proporciona ao gestor uma tomada de decisão clara e tranquila, pois lhe conduz a uma visão de longo prazo do negócio mais estável. Sabemos que tornar-se empreendedor não é fácil. Existem muitas regras a serem seguidas e ainda muito trabalho a ser feito, principalmente na contabilidade corporativa. Por meio da verificação rigorosa de todas essas informações, os gestores podem realizar um controle contábil claro e organizado, o que só trará benefícios para a empresa.

## **5.6 Contabilidade**

A Contabilidade é a ciência que estuda, interpreta e registra os fenômenos que afetam o patrimônio de uma entidade. Ela alcança sua finalidade através do registro e análise de todos os fatos relacionados com a formação, a movimentação e as variações do patrimônio administrativo, vinculado à entidade, com o fim de assegurar seu controle e fornecer a seus administradores as informações necessárias à ação administrativa, bem como a seus proprietários e demais pessoas relacionadas, as informações sobre o estado patrimonial e o resultado das atividades desenvolvidas pela entidade para alcançar os seus fins.

### **5.6.1 O que é Balanço Patrimonial?**

Balanço Patrimonial é um relatório contábil que descreve toda a situação financeira de uma empresa. Também chamado de Balanço Contábil, saber o que é Balanço Patrimonial é a melhor forma de fazer um levantamento completo de todos os bens e direitos de um negócio, identificando também suas fontes de recursos e investimentos.

Trata-se de um relatório financeiro que tem por objetivo apresentar a situação contábil e econômica de uma empresa em determinado período. Tido como o demonstrativo financeiro mais importante de um negócio, saber o que é Balanço Patrimonial é fundamental para manter a saúde financeira da sua empresa em dia. Isso porque, esse documento lista todos os bens, recursos, direitos e investimentos pertencentes ao seu negócio.

Com a visão ampla e clara desses valores, fica bem mais fácil identificar se a empresa está gerando lucros ou não, se é um bom momento para investir, se é mais

prudente reter gastos etc. Considerando isso, o Balanço Patrimonial é uma ferramenta contábil que serve para:

- Analisar o comportamento financeiro de um negócio;
- Compreender o trajeto dos recursos financeiros da empresa;
- Ser utilizado como base para a elaboração do planejamento estratégico;
- Ajudar na composição do planejamento tributário, identificando tributos pagos e meios de reduzi-los;
- Tomar decisões financeiras mais assertivas;
- Apresentar dados financeiros e contábeis a possíveis investidores.

### **5.6.2 Ponto de Equilíbrio contábil, financeiro e econômico.**

Toda empresa deve avaliar sua situação por diferentes visões, entre elas, contábil, financeira e econômica. A contábil é a estabelecida em lei, a financeira é baseada no fluxo de caixa da empresa e a econômica é a que utiliza o regime de competência. Logo abaixo, entenda um pouco mais sobre cada uma delas:

#### **5.6.2.1 Contábil**

Esse cálculo é o mais comum e o mais utilizado para análises por parte dos gestores de empresas. Ele representa de uma forma simples do quociente resultado da divisão dos valores dos custos e despesas fixas pela margem de contribuição unitária. Por ser um cálculo em que não são demonstrados lucros, nem prejuízos contábeis, alguns especialistas consideram como uma forma ultrapassada de planejamento. Mas, é um método que pode trazer uma visão em situações de urgência, quando é necessária uma tomada de decisão mais rápida.

Anteriormente como dito, mesmo que o método seja considerado ultrapassado, para uma rápida decisão em um cenário como a pandemia da covid-19 seria fundamental, pois será essencial para saber os gastos e enxugar para se planejar novamente dando uma estabilidade para uma corporação que se encontra em apuros.

Na imagem abaixo podemos ver como é feito o cálculo para encontrar o ponto de ruptura contábil:

**Figura 7 - Ponto de Equilíbrio Contábil**

$$\text{Ponto de Equilíbrio Contábil} = \frac{\text{Gastos Fixos}}{\text{MC unit}}$$

Fonte: Larissa Medeiros.

### 5.6.2.2 Financeiro

Para esse cálculo, a depreciação dos ativos e despesas não desembolsáveis são excluídos dos custos fixos, ou seja, aqueles valores que diminuem o lucro, mas não representam uma saída de caixa, como amortização e exaustão de ativos. São considerados gastos que representam um desembolso de dinheiro no caixa da empresa.

Os custos de depreciação podem ser representados por aqueles ativos cuja cotação inicial era determinado valor, e depois de alguns anos, seu preço é diminuído, por exemplo:

No início da empresa, determinado produto custava R\$500 e após algum tempo, esse mesmo produto atingiu o valor de R\$300. Para que você faça o cálculo do ponto de equilíbrio financeiro, utilize a fórmula:

**Figura 8 - Ponto de Equilíbrio Financeiro**

$$\text{Ponto de Equilíbrio Financeiro} = \frac{\text{Gastos Fixos - Gastos não desembolsáveis}}{\text{MC unit}}$$

Fonte: Larissa Medeiros.

### 5.6.2.3 Econômico

Em outras palavras, nesse modelo, há o acréscimo de um valor de oportunidade, ou seja, um valor que pode ser investido e o empresário terá conhecimento de quanto poderá lucrar sobre essa quantia. Dessa forma, o valor do ponto de equilíbrio econômico será aquele em que o empreendedor cobre os custos fixos da empresa mais esse valor.

Para realizar esse cálculo, é preciso somar os custos e despesas fixas com um custo de oportunidade de lucro, dividi-los pela margem de contribuição unitária. A vantagem de realizar o cálculo do ponto de equilíbrio adicionando um custo de oportunidade, é que o gestor poderá ter noção do quanto ele precisará vender para que seus gastos sejam supridos e qual será sua margem de lucro.

Faça o cálculo do ponto de equilíbrio econômico seguindo a fórmula:

**Figura 9** - Ponto de Equilíbrio Econômico

$$\text{Ponto de Equilíbrio Econômico} = \frac{\text{Custos e despesas fixos} + \text{Custo de oportunidade}}{\text{MC unit}}$$

**Fonte:** Larissa Medeiros.

Esses modos de calcular o ponto de equilíbrio não são excludentes entre si e podem ser utilizados simultaneamente para que a empresa tenha diferentes visões a respeito da sua situação. Para auxiliar nesse trabalho, a utilização de um software pode ser fundamental. Esse tipo de sistema minimiza a quantidade de erros, facilita o cálculo dos indicadores e dá maior credibilidade às informações.



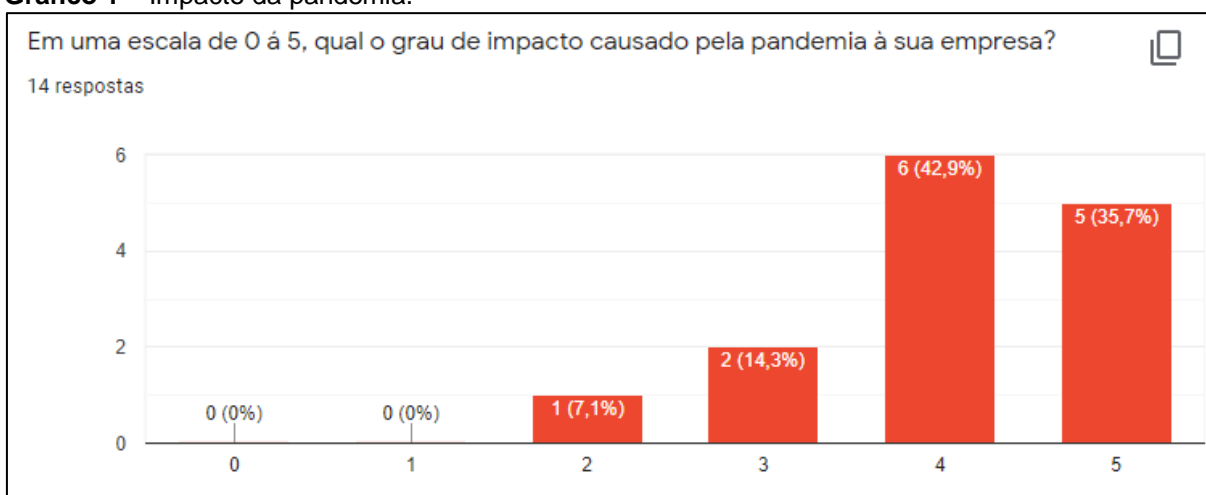
## ANÁLISE DE RESULTADOS

Nossa pesquisa conteve o intuito de analisar microempreendedores no cenário de pandemia da covid – 19. Saber que existiram dificuldades durante a crise e quais suas estratégias de como ser menos atingido pela crise econômica em 2020/21. A pesquisa foi proposta por meio da plataforma google forms, onde os entrevistados tiveram que acessar link para realizar a pesquisa composta por perguntas fechadas, perguntas de múltipla escolha, dicotômica, matriz (likert) e pergunta tipo NPS. Tivemos 15 pessoas jurídicas entrevistadas que trabalham em segmentos diferentes no mercado, sendo elas microempreendedores da Zona Leste de São Paulo.

Nosso objeto de estudo são microempresários de qualquer segmentação de mercado, localizado na região de São Paulo - Zona Leste. Com intuito de entender os fatores responsáveis pela falência das microempresas brasileiras perante uma crise econômica e identificar o funcionamento da gestão estratégica das corporações que sobreviveram diante deste cenário.

Os gráficos abaixo foram criados a partir de perguntas fechadas e abertas da pesquisa e o levantamento de dados responsável por abranger todas as respostas obtidas.

**Gráfico 1** – Impacto da pandemia.

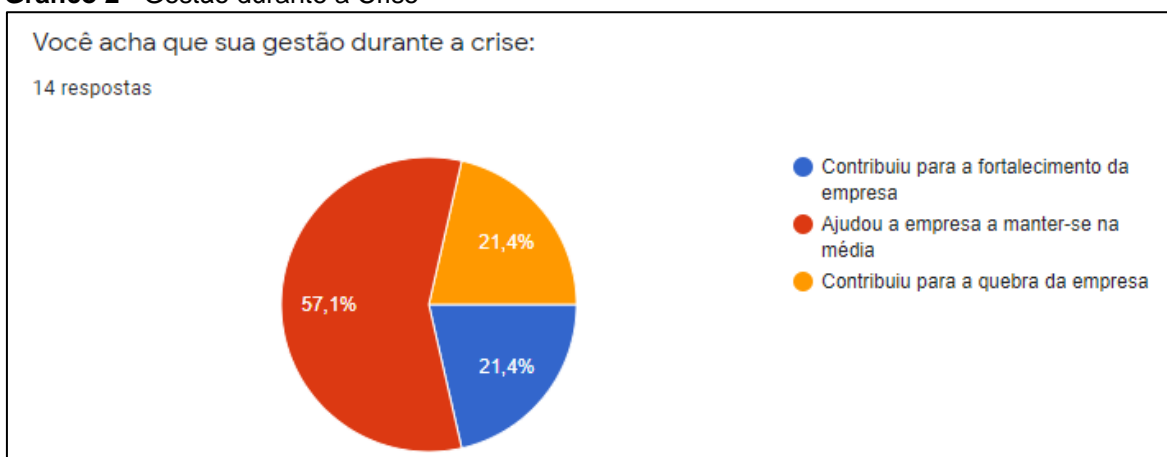


**Fonte:** Autores, 2021.

No gráfico acima, vemos que a maioria dos entrevistados, sendo 42,9% (avaliação de grau 4) e 35,7% (avaliação de grau 5), avaliaram um impacto alto da

crise sob seus negócios e seu funcionamento; influenciando, dessa forma, os ganhos, gastos e desenvolvimento da empresa.

**Gráfico 2 - Gestão durante a Crise**



**Fonte:** Autores, 2021.

Com o gráfico acima, foi avaliado qual o impacto que esta crise exerceu sobre as empresas, sendo possível um impacto positivo: melhorando o desempenho da empresa; ou negativo: mantendo na média ou levando a empresa a uma quebra mediante o mercado. Nesta avaliação vemos que 21,4% avaliaram um impacto positivo, e 78,5% avaliaram um impacto negativo, sendo 57,1% mantendo-se na média nesse período de quase 2 anos, e 21,4% perdendo desempenho e atividade, sendo levada a uma quebra.

**Gráfico 3 - Planejamento Estratégico anterior.**



**Fonte:** Autores, 2021.

Segundo o gráfico acima, podemos avaliar que 85,7% dos microempresários entrevistados não possuíam um sistema adequado de planejamento para crises. Logo, podemos dizer que essa falta de preparo e antecipação para possíveis acontecimentos foi responsável pelo impacto avaliado por estes mesmos entrevistados no gráfico anterior.

**Gráfico 4 - Adaptação de Recursos**



**Fonte:** Autores, 2021.

Neste gráfico, analisamos a necessidade da implantação de novos métodos de funcionamento para as Microempresas, com isso, avaliamos também quais foram os meios mais utilizados para que a empresa pudesse manter suas atividades e se manter no mercado de trabalho, mesmo durante a crise. Com isso vemos que os melhores métodos foram: Marketing Digital, Publicidade, Propagandas e E-commerce.

**Gráfico 5 - Planejamento Estratégico posterior**



**Fonte:** Autores, 2021.

Neste gráfico, avaliando a gestão das empresas após a crise, podemos analisar que os acontecimentos e impactos causados pelo COVID-19, trouxeram lições para os microempresários e os incentivaram a buscar um Planejamento Estratégico para novas crises como a atual. Logo, vemos que dos 85% que não possuíam um planejamento posterior a crise, 78,5% buscaram mudar essa realidade.

Com o intuito de verificar quais gestões foram efetivas nas corporações na solução de problemas devido à crise econômica, nosso questionamento aos entrevistados foi: Em relação a pergunta anterior, explique qual plano de gestão desenvolveram. Se não, por quê?

Respondido a pergunta, nota-se que grande parte dos envolvidos não imaginava futuros cenários caóticos e não continha nenhum tipo de reserva como citado pelos mesmos, caso ocorresse uma crise. Entretanto, eles nos surpreenderam ao relatar que coisas simples como monitoramento de gastos, deveria fazer parte do cotidiano dos envolvidos e evitaria o estágio onde grande parte se encontram.

Além disso, cita-se também soluções como exploração de mídias sociais e novos nichos, esses caminhos são possíveis resoluções para aqueles que são leigos ou que já tem um certo conhecimento, mas se aperfeiçoam para que o engajamento chegue para mais clientes.

Dessa forma, pode-se dizer que Planejamento Financeiro e Tecnologia são os itens essenciais para contornar os problemas causados pela crise, logo mantendo esses meios ativos e descobrir outros seguimentos que esteja atrelado ao ramo dos seus negócios, tenha a definição da finalidade que muitos buscam, a sobrevivência e lucro da sua microempresa.

Após identificar a opinião do público com a ideia, foi abordado a seguinte situação: Em poucas palavras, que medidas foram adotadas para dar continuidade no seu negócio?

Os entrevistados descreveram que grande parte deles aderiram a ideia de redução de gastos, carga horária, corte de funcionários e compras. Em seguida, sondaram ideias de produtos que não fazia parte dos seus negócios, publicidade e propaganda nas redes sociais e assim, a readaptação de acordo com a demanda do mercado, isto é, entidades como por exemplo transporte escolar, ofereciam serviços

de transporte de membros da saúde para demais localidades onde precisava sua locomoção.

Fundamentado nas pesquisas realizadas pelo grupo, notamos que abrangendo uma vasta área de empreendimentos houve um fato curioso, na qual que chegamos em um consenso e concordamos que é de extrema utilidade o uso do E-commerce, Marketing Digital e outros meios que envolvam a internet. E ilustrou que qualquer ramo pode ser afetado, mas cabe a nós proporcionar a sancionar esses imprevistos que venham a recorrer, ou seja, a pandemia apenas potencializou para que, as corporações que ainda não colocaram em pratica os planos futuros fossem adiantados e foram os responsáveis por manter os grandes (MEI)s ativos no mercado.

Dessa forma deu ênfase em planos futuros para estas empresas, pois irão se preparar para eventuais acontecimentos e investirão em qualificação para os negócios, caso contenha funcionários para suprir as necessidades da empresa, sejam capazes de exercer essas e outras demandas que foram designados a cada um.

Com isso, foi analisado que a tecnologia se tornou parte chave de uma possível solução não somente para ocasiões relacionados, mas até mesmo em manter a estruturação da empresa; com o auxílio destas como softwares poderão otimizar tempo e gerir os negócios e ampliar o desenvolvimento dos empregados que empenham sua função dentro dos seus cargos, assim no período de longo prazo estará consolidada no mercado e firme nas proximidades de perigo que o mundo vem a proporcionar.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em dezembro de 2019, iniciou a disseminação de um novo vírus chamado Covid – 19 (novo coronavírus); se alastrando no mundo todo e matando mais de 600 mil mortes apenas no Brasil. Com todo esse caos medidas tiveram que ser tomadas, como o isolamento social que foi decretado pelo governo federal que editou um regulamento de emergência. Decorrente deste cenário, o isolamento trouxe consequências psicológicas, físicas e financeiras para as pessoas; ocasionando uma crise econômica e como consequência desencadeando a queda do consumo gerando uma interferência nos meios de produção, atingindo o sistema de vendas, sem lucratividade e realizando cortes como a demissão de funcionários e assim aumentando os índices de desemprego no país, contribuindo para os índices negativos que só assustavam cada vez mais.

O gerenciamento das microempresas em meio à crise, foi um fator de extrema importância, pois pode tanto ter contribuído para sua estabilidade, para se manter ou para a instabilidade das microempresas, com tudo, as empresas que já tinham elaborado um planejamento estratégico para crises repentinas, as colocaram em prática, já as que não tiveram elaborado tiveram que ter ações de acordo com suas intuições e conhecimento do mercado; as estratégias tiveram que ser tomadas para tentar ser menos atingido pela crise, pois como já citado ela afetou um cenário geral desde psicologicamente até financeiramente. Assim, a implantação da inovação é um dos meios para os empresários buscarem a sobrevivência no mercado e um dos meios para reduzir o impacto da crise econômica provocada pela epidemia, embora cada empresa tenha sentimentos diferentes sobre as consequências da crise, cada empresa se esforça para se adaptar e se destacar da concorrência.

Alguns conceitos foram impulsionados pelos sistemas restritivos de interações sociais como a aplicação do e-commerce para vender seus produtos pelas plataformas digitais contendo tanto o pedido do produto ou serviço ou até o pagamento realizado pelo comprador por meio dos sistemas bancários digitais e o marketing digital para ter uma comunicação e um meio de atração e captação de novos leads, buscando entender melhor o público e conquistar os clientes, mas para ser realizada essa inserção na tecnologia é necessário conhecer o mercado digital, investir em processos logísticos para a entrega dos produtos contendo a higienização necessária.

Com a realização da análise de resultados podemos captar erros que os empresários cometeram ou cometem e acabam ajudando com o declínio de sua empresa. Entrevistamos 15 pessoas jurídicas da zona leste do estado de São Paulo e de segmentos diferentes no mercado, dessa forma, podemos observar que todas as estratégias tomadas durante a crise eram com o intuito de ser menos afetado por ela, já que não era possível fugir dos impactos, na realização da pesquisa a maioria dos entrevistados disseram que altamente impactados com a crise e uma minoria ficou no meio termo. Fizemos questionamentos em relação as gestões em meio à crise e mais da metade responderam que sua gestão ajudou a empresa a se manter na média e que não tinham um planejamento estratégico, logo tiveram que agir rapidamente e buscando não errar, pois não tinham um preparo e nem um caminho certo a seguir. Mas que após a crise desenvolveram algum plano de gestão para futuras crises; dessa forma, podemos considerar que a crise trouxe grandes aprendizados para os empresários.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACQIO, Blog. **Crise Econômica: O que é, sinais e causas.** Disponível em: <https://acqio.com.br/blog/crise-economica/>. Acesso em: 30 ago. 2021.

BEATRIZ, Ana. **Logística estratégica: aprenda como revolucionar o setor de operações.** Disponível em: <<https://cargox.com.br/blog/logistica-estrategica-como-revolucionar-o-setor-de-operacoes>>. Acesso em: 10 dez. 2021.

BENETTI, Rodolfo. **Marketing Digital em 2021: o que é e como funciona?** Disponível em: <<https://www.organicadigital.com/blog/afinal-como-funciona-o-marketing-digital/>>. Acesso em: 8 set. 2021.

BLOG DO IBRE. **Empresas de pequeno porte sofrem muito mais durante a pandemia.** Disponível em: <<https://blogdoibre.fgv.br/posts/empresas-de-pequeno-porte-sofrem-muito-mais-durante-pandemia>>. Acesso em: 23 ago. 2021.

BLOG E-GESTOR. **MICROEMPRESA (ME): O que é, quais os limites e as vantagens.** Disponível em: <https://blog.egestor.com.br/microempresa/>. Acesso em: 24 ago. 2021

CARVALHO, Talita. **Crise Econômica: o que é e o que acontece durante uma crise.** Disponível em: <https://www.significados.com.br/crise-economica/>. Acesso em: 30 ago. 2021.

COLDIBELI, Larissa. **Dinheiro chega tarde demais.** Uol, 6 ago. 2020. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/reportagens-especiais/micro-e-pequenas-empresas-fecham-falta-de-credito-pandemia-/>. Acesso em: 6 jun. 2020.

CONEXÃO, Time. **Como a pandemia do coronavírus impactou a economia brasileira.** Disponível em: <https://conexao.segurosunimed.com.br/como-a-pandemia-do-coronavirus-impactou-a-economia-brasileira/>. Acesso em: 24 ago. 2021.

CONTABILIZEI. **Balanco Patrimonial: O que é? Saiba como fazer e exemplos.** Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/balanco-patrimonial/>>. Acesso em: 17 set. 2021.

EGESTORERP. **Entenda a importância das micro e pequenas empresas para o Brasil.** Disponível em: <<https://blog.egestor.com.br/entenda-a-importancia-das-micro-e-pequenas-empresas-para-o-brasil/>>. Acesso em: 30 ago. 2021.

EQUIPE ARQUIVEI. **5 etapas para um planejamento estratégico contábil de sucesso.** Disponível em: <<https://arquivei.com.br/blog/planejamento-estrategico-contabil-de-sucesso/>>. Acesso em: 10 dez. 2021.

FERNANDES, Daniela Pereira. **Planejamento contábil: como alinhar a contabilidade e o plano estratégico.** Disponível em: <<https://www.treasy.com.br/blog/planejamento-contabil/>>. Acesso em: 10 dez. 2021.



GLOBO G1. **Como a pandemia “bagunçou” a economia brasileira em 2020.**

Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/12/12/como-a-pandemia-bagunçou-a-economia-brasileira-em-2020.ghtml>. Acesso em: 24 ago. 2021.

GOL, Revista. **5 lições que vamos tirar da pandemia.** Youtube, 7 jun. 2020.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Av0tzonwCIQ>. Acesso em: 6 jun. 2021.

HOUSE, Digital. **Marketing Digital: Conceitos e Estratégias.** Disponível em:

<<https://www.digitalhouse.com/br/blog/marketing-digital-conceitos-e-estrategias>>. Acesso em: 10 set. 2021.

KINAST, P. **Quais são as principais variantes da COVID-19 e o que se sabe**

**sobre elas?** Disponível em: <<https://www.oficinadanet.com.br/coronavirus/36364-quais-sao-as-principais-variantes-da-covid-19>>. Acesso em: 25 ago. 2021.

LEITÃO, Matheus. **O sofrimento dos microempresários na pandemia.** Disponível

em: <<https://veja.abril.com.br/blog/matheus-leitao/o-sofrimento-dos-microempresarios-na-pandemia/>>. Acesso em: 24 ago. 2021.

LOUZADA, P. **O que é logística? Como funciona? Quais os tipos? – FM2S.**

Disponível em: <<https://www.fm2s.com.br/o-que-e-logistica-como-funciona-quais-os-tipos/#:~:text=Log%C3%ADstica%20%C3%A9%20o%20processo%20de,de%20maneira%20oportuna%20e%20econ%C3%B4mica.>>. Acesso em: 10 dez. 2021.

MAIS RETORNO. **Crise Econômica: O que é e como funciona?** Disponível em:

<https://maisretorno.com/porta/termos/c/crise-economica>. Acesso em: 30 ago. 2021.

MEDEIROS, Larissa. **Ponto de equilíbrio financeiro, contábil e econômico: o**

**que são?** Disponível em: <<https://blog.vhsys.com.br/ponto-de-equilibrio-financeiro-economico-e-contabil/>>. Acesso em: 24 set. 2021.

MENDES, Daniel da Silva. **O impacto econômico nas microempresas brasileiras durante a crise da covid-19: medidas adotadas por parte do governo federal no mercado de trabalho.** Journal Akedia - 1. sem 2021. Disponível em:

[https://web.archive.org/web/20210217093916id\\_/https://76921f1a-b657-417a-9951-ffc51bcd6596.filesusr.com/ugd/314365\\_d60960f3e7b44273acc06a48fcb70324.pdf](https://web.archive.org/web/20210217093916id_/https://76921f1a-b657-417a-9951-ffc51bcd6596.filesusr.com/ugd/314365_d60960f3e7b44273acc06a48fcb70324.pdf). Acesso em: 20 ago. 2021.

MULTIVERSO. **Logística: o que é e por que você deve se importar?** Disponível

em: <<https://www.twtransportes.com.br/blog/logistica/>>. Acesso em: 10 dez. 2021.

NACIONAL, Sebrae. **Planejamento estratégico aplicado aos pequenos negócios – Sebrae.** Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/planejamento-estrategico-aplicado-aos-pequenos-negocios,d2cb26ad18353410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 9 nov. 2021.

NUBANK, Fala. **Microempresa: o que é? Como funciona? Como abrir uma?** Disponível em: <<https://blog.nubank.com.br/microempresa/>>. Acesso em: 30 ago. 2021.

PERUFO, L. D.; GODOY, L. P. **Mortalidade de microempresas: um estudo de campo.** Revista PRETEXTO, v. 20, n. 1, p. 11–27, 20 jan. 2019. Disponível em: <[revista.fumec.br/index.php/pretexto/articulate/view/2250](http://revista.fumec.br/index.php/pretexto/articulate/view/2250)> Acesso em: 28 ago. 2021.

PEÇANHA, Vitor. **Tudo Sobre Marketing: O Que É, Objetivos e Estratégias [2021].** Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-marketing/>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

PIRES, Lucio. **O que é Marketing Digital para Kotler?** Disponível em: <<https://respostas.sebrae.com.br/o-que-e-marketing-digital-para-kotler/>>. Acesso em: 26 set. 2021.

PORFÍRIO, F. **Isolamento social: o que é, para que serve, tipos.** Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/sociologia/isolamento-social.htm>>. Acesso em: 23 ago. 2021.

PROJECTUS, Blog. **Marketing digital para e-commerce: entenda a diferença dessa estratégia.** Disponível em: <<https://www.projectus.com/blog/marketing-digital-para-e-commerce/#:~:text=Sendo%20tamb%C3%A9m%20diferente%20do%20marketing%20digital%20focado%20somente,ele%20na%20mesma%20hora%20e%20de%20diversas%20formas.>>. Acesso em: 30 ago. 2021.

RAMOS, Isabela Santos. **Da adaptação para a sobrevivência: uma análise da percepção da inovação no contexto da pandemia em MPES.** Universidade federal de Juiz de Fora – Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/12607/1/isabelasantosramos.pdf>. Acesso em: 6 jun. 2020.

REDATOR ROCK CONTENT. **Marketing Estratégico: o que é e como aplicar na empresa.** Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-estrategico/>>. Acesso em: 10 dez. 2021.

REDEDOR, São Luiz. **Covid-19: O que é, sintomas, tratamentos e causas.** Disponível em: <<https://www.rededorsaoluiz.com.br/doencas/covid-19>>. Acesso em: 25 ago. 2021.

RODRIGUES, Paulo. **O Planejamento Estratégico dentro do Conceito de Administração Estratégica.** [s.l.: s.n.]. Disponível em: <[http://www.paulorodrigues.pro.br/arquivos/aula\\_01\\_adm\\_ii\\_orientada.pdf](http://www.paulorodrigues.pro.br/arquivos/aula_01_adm_ii_orientada.pdf)>. Acesso em: 25 jul. 2021.

RSD, Journal. **View of The COVID-19 pandemic, social isolation, consequences on mental health and coping strategies.** Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/4548/4043>. Acesso em: 23 ago. 2021.

SEBRAE. **O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios.**

Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-impacto-da-pandemia-de-coronavirus-nos-pequenos-negocios>.> Acesso em: 23 ago. 2021.

TORRES, Vitor. **Microempresas: Como funciona, definição e características.**

Blog Contabilizei, 22 de jul. 2021. Disponível em:

<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/o-que-e-microempresa-e-qual-a-diferenca-com-outros-tipos/>. Acesso em: 24 ago. 2021.

USP; FEA. **O que é Contabilidade.** Disponível em:

<<https://www.fea.usp.br/contabilidade-e-atuaria/graduacao/o-que-e-contabilidade>>.

Acesso em: 10 set. 2021.

VORTUNA. **Crise Econômica: o que é e quais as consequências?** Blog.Vortuna,

23 jul. 2021. Disponível em: [https://blog.vortuna.com.br/gerenciamento-de-](https://blog.vortuna.com.br/gerenciamento-de-risco/entenda-tudo-sobre-crise-economica/)

[risco/entenda-tudo-sobre-crise-economica/](https://blog.vortuna.com.br/gerenciamento-de-risco/entenda-tudo-sobre-crise-economica/). Acesso em: 25 ago. 2021.

WIKIMEDIA, Contribuidores dos projetos. **Marketing digital.** Disponível em:

<[https://pt.wikipedia.org/wiki/Marketing\\_digital](https://pt.wikipedia.org/wiki/Marketing_digital)>. Acesso em: 25 ago. 2021.