**Dificuldades enfrentadas por empreendedores durante a pandemia da COVID-19**

MARIA DE FÁTIMA SILVA OLIVEIRA (IFPB, Campus João Pessoa), LIVIA RODRIGUES VITORIA DOS SANTOS (IFPB, Campus João Pessoa), ELIENIR FIDELIS GOMES (IFPB, Campus João Pessoa)

**E-mails:** profa.fatima\_uag@.ifpb.edu.br, livia.rodrigues@academico.ifpb.edu.br, eienir.fidelis@academico.ifpb.edu.br.

**Área de conhecimento: (Tabela CNPq)**:. 6.02.01.00-2 Administração de empresas

**Palavras-Chave**: Empreendedorismo; Crise; Micro e pequenas empresas; Pandemia.

1. **Introdução**

A pandemia do novo coronavírus(SARS-Cov-2) tem afetado não apenas a saúde das pessoas, causando altos índices de mortalidade, mas também a economia global, gerando um cenário de recessão e crise. A doença Covid -19 causada pelo vírus pode levar a sindrome respiratória grave, e tem rápida propagação, o que levou a Organização Mundial de Saúde (OMS) a decretar o estado de propagação da doença como Pandemia(OPAS-ORGANIZAÇÃO PANAMERICANA DE SAÚDE, 2021). Como forma de evitar a propagação da doença, governos nacionais, regionais e locais decretaram politicas de isolamento social que acabou forçando milhares de negócios a interromperem suas atividades. Neste cenário, desde a perspectiva econômica, encontram-se entre os principais atingidos os micro e pequenos empreendedores formais (e informais). No Brasil estes empreendedores, respondem por cerca de 30% do Produto Interno Bruto (PIB), e por mais da metade de todos os empregos formais, sendo responsáveis por empregar 66% da mão de obra nacional no comércio, 48% nos serviços e 43% na indústria.

Esses pequenos negócios foram muito afetados pelas medidas preventivas a propagação do vírus do Covid-19, como o isolamento social, e o fechamento de estabelecimentos que não são considerados essenciais. Portanto tornou-se imprescindível levantar as principais dificuldades que esses negócios vêm enfrentando devido às medidas de restrição impostas pelas políticas públicas de combate a pandemia, identificando as áreas do negócio que estão sendo diretamente afetadas, para então propor algumas soluções para o enfrentamento destas dificuldades. O estudo responde ao seguinte questionamento: Quais as dificuldades enfrentadas pelos micro e pequenos empreendedores atendidos pela Secretaria de Desenvolvimento Social (SEDES) da prefeitura de João Pessoa-PB durante a pandemia da Covid-19?

Ao diagnosticar as dificuldades deste grupo de 28 micro e pequenos empreendedores locais, a pesquisa contribui não apenas para gerar informações que poderão suprir órgãos de governo locais e regionais sobre a situação desses empreendedores na crise provocada pela pandemia da COVID-19, mas servindo como parâmetro para comparação entre o que está ocorrendo com os empreendedores na pandemia em outras partes do Brasil e do mundo. Os resultados contribuirão para a compreensão dos impactos que a pandemia tem gerado nessa população de empreendedores proporcionando aos pesquisadores e gestores públicos abordar soluções criativas para o enfrentamento desses impactos.

1. **Materiais e Métodos**

O estudo é de natureza aplicada, uma vez que levanta as dificuldades de empresas reais buscando propor soluções práticas. A pesquisa aplicada tem como principal intuito fornecer conhecimentos para auxiliar na aplicação prática de impasses que ocorrem na atualidade. Quanto aos objetivos, se caracteriza como exploratório e descritivo, haja vista que levanta informações ainda não conhecidas anteriormente e descreve a ocorrência dos efeitos provocados pela crise. Os procedimentos técnicos incluem pesquisa bibliográfica e de campo. A primeira, baseando-se em materiais resultantes de estudos anteriores que já foram publicados (GIL, 2017). Já a pesquisa de campo, foi realizada a uma população de 28 empreendedores atendidos pela Secretária de Desenvolvimentos Social (SEDES) da prefeitura Municipal de João Pessoa, capital do estado da Paraíba, Brasil. Para o levantamento de dados foi realizada uma pesquisa de campo com uso de um questionário aplicado através do *Google forms*, fazendo uso de tecnologias de informação à distância. O instrumento, utilizou escalas nominais e intervalar do tipo *Likert* para medir as variaveis do perfil sociodemográfico da amostra, e sobre as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores durante a pandemia. A abordagem para o levantamento, tratamento e análise dos dados é quanti-qualitativa. A análise quantitativa foi realizada com uso de estatística descritiva com o apoio do software Excel, já a análise qualitativa foi realizada através do método de análise de conteúdo.

1. **Resultados e Discussão**

Do total de 28 empreendedores, 15 pessoas responderam, ou seja, 53% portanto uma amostra representativa da população objeto desse estudo. Destes empreeendedores, 86,7% são do sexo feminino, enquanto 13,3% são do sexo masculino. A maioria (47,7%) delas estava na faixa de 30 à 41 anos, em segundo lugar (20%), com idades entre 42 a 53 anos,sendo que 13,3% com idade entre 18 à 29 anos e 54 a 65 anos, e no último lugar, com 1%, acima dos 66 anos. No que tange à formação escolar dos participantes da pesquisa, 33,3% possuem Ensino Médio Completo, 20% deles, apresentam o Ensino Médio Incompleto, e apenas 13,3% são Pós-Graduados e com Ensino Fundamental Completo. Por último, com percentual equivalente a 6,7% da população, possuem formação de Ensino Fundamental Incompleto e Superior Completo e Incompleto. 47 % estavam solteiras, e 40% casadas.

Quanto aos negócios, a maioria é do ramo comércio (40%), seguido por artesenato (33%) e (26%) serviços, com situação júridica informal (60%) e (33%) do tipo Micro Empreendedor Individual. A maioria são novos negócios (33% com menos de um ano e 27% de 1 a 3 anos). Os novos negócios segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* – Brasil (GRECO *et. al*. , 2019) são aqueles que já remuneraram seus donos por mais de tres meses e inferior a 3 anos e meio. E o faturamento mensal da grande maioria (77%) é menos de R$ 2.000,00. Ou seja aquele negócio considerado de subsistência, ou que gera pouco valor para o proprio empreendedor e para a sociedade (AHMAD;SEYMOUR, 2008). Um dado importante é que 87% desses negócios usam tecnologias digitais. Segundo estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), intitulado como “Demografia das Empresas e Estatísticas de Empreendedorismo”, cerca da metade dos empreendimentos encerram suas atividades antes de completar os quatro anos de funcionamento (LAZARINI, 2019), e em momento de pandemia essa estatística pode piorar. Logo, é necessário aos empreendedores o desenvolvimento de uma gestão inovadora e adaptável ao momento (DRUCKER, 2014).

A maioria dos empreendedores (57%) pesquisados afirmou que neste cenário de pandemia provocada pelo Covid-19 o faturamento de seus negócios diminuiu, mas 28% informou que permeceu estável e 14% indicou que aumentou. Este resultado indica que caso os empreendedores não adaptem suas estatégias a essa realidade pode ocorrer o que foi constatado pelo estudo recente realizado pelo SEBRAE, o qual constatou que pelo menos 600 mil micro e pequenas empresas fecharam as portas e 9 milhões de funcionários foram demitidos em razão dos efeitos econômicos causados pela pandemia. Como a pandemia já está se estendendo por um período superior ao que se esperava, se não forem tomadas medidas específicas nessa situação, esses micro e pequenos negócios podem tender a sofrer mais impacto e, consequentemente, vir ao encerramento de suas atividades (CNN BRASIL,2020).

Quanto às principais áreas do negócio que estão passando por dificuldades, a mais citada foi área de vendas (53,8%), seguida pela área de marketing (38,5%). A promoção e divulgação foi citada por 30,8% dos respondentes — e 23,1%, dos empreendedores informaram dificuldades, na área de finanças e materiais/insumos para a produção dos produtos. A amostra também afirmou ter problemas na distribuição dos produtos (15,4%), e em menor porcentagem (7,7%), dificuldades na área de recursos humanos, recursos tecnológicos e gestão.

A respeito da situação dos negócios dos empreendedores que participaram da pesquisa, 40% informaram que as vendas diminuíram (fortemente 20%, 20% diminuindo), 26,7% que permaneceram estáveis e outros 33,3% até informaram que aumentaram (26,7% aumento; 6,67% aumento forte). O Faturamento aumentou, e permaneceu estável para 26,7% , tendo diminuído para outros 20%. A clientela diminuiu para 33,33%, mas aumentou para 26,7% e permaneceu estável para 13,33%. A Tabela 1 mostra a situação das áreas do negócio dos empreendedores durante a pandemia.

Tabela 1: Situação das Áreas do negócio durante a pandemia

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Diminuição forte | Diminuição | Estável | Aumento | Aumento forte |
| Venda | 20% | 20% | 26,67% | 26.67% | 6,67% |
| Faturamento | 13,33% | 6,67% | 26,67% | 26,67% | — |
| Clientela | 13,33% | 20% | 13,33% | 26,67% |  — |
|  Qualidade dos produtos/serviços | — | — | 26,67% | 40% | 6,67% |
| Custo | — | 6,67% | 20% | — | 40% |
| Concorrencia  | — | — | 33,33% | 20% | 13,33% |
| Dívidas | — | — | 33,33% | 13,33% | 13,33% |
| Funcionários | 40% | — | 6,67% | — | — |

Fonte: Os autores

Ao analisar a Tabela, percebemos que a Qualidade dos produtos/serviços se manteve estável (26,7%); também foi constatado que aumentou para 46,7% durante a pandemia pela Covid-19. Os custos aumentaram fortemente para 40%; enquanto a concorrência apresentou aumentos de 26,66% (“Aumento” e “Aumento forte”).

1. **Considerações Finais**

Os objetivos propostos neste estudo foram alcançados, uma vez que identificou-se as dificuldades que os micro e pequenos empreendedores estão enfrentando nessa pandemia. Estes empreendedores que se encontram em estágio inicial em seus negócios, foram inesperadamente surpreendidos por uma pandemia, que acabou provocando impacto nas suas vendas, e no seu *marketing* e promoção, refletindo na redução de vendas para grande parte destes. Entretanto para uma terça parte deles isso foi diferente já que conseguiram até aumentar as suas vendas. O fato de parte deles utilizarem tecnologias digitais pode ter contribuido para esse resultado. O que leva a sugerir necessidade de novas pesquisas para identificar adequadamente a causa desse resultado. Outro resultado importante foi o fato de que quando questionados se o faturamente diminuiu, aumentou ou permaneceu estável a grande maioria informou que diminuiu. Entretanto, em outra parte da pesquisa, quando questionados através de uma escala *Likert* que media se a intensidade do faturamento estava aumentando ou diminuindo apenas 20% deles informaram que esse estava diminuindo, o que pode ter ocorrido por que nessa escala 30% deles não responderam, e a porcentagem dos que informaram está estável foi similar nas diferentes escalas de medida. Quanto ao fato de alguns informar o aumento do faturamento, isso sugere que os produtos mais vendido na pandemia podem ter sido aqueles de maior valor ou ainda um estratégia diferenciada de marketing que levou a esse resultado o que também indica a necessidade de uma nova pesquisa para identificar o que levou a essas diferenças. Como essa pesquisa é exploratória, com objetivo de a principio levantar o que estava ocorrendo é necessário investigar futuramente o motivo de alguns desses empreendedores terem diminuido o faturamento enquanto que outros observaram um aumento.

Outro fator a ser considerado, é que maioria dos negócios estavam em estágio inicial, sugerindo uma possível relação entre este resultado e aumento do desemprego causado pela pandemia, já que muitos iniciaram os seus negócios por necessidade. Os resultados também indicam que os empreendedores passaram a investir mais na qualidade de seus produtos/serviços, talvez para enfrentar a concorrência que aumentou ou conquistar os clientes que foram reduzidos. Logo, isto pode ter refletido no aumento do custo de produção, e as dívidas, já que houve uma diminuição no faturamento para alguns.

Os resultados desse estudo indicam a necessidade de continuar investigando sobre os impactos da pandemia no ambiente dos micro e pequenos negócios para um maior detalhamento desses impactos identificando práticas que podem auxiliar a esses empreendedores a enfrentar esses desafios. Sugere-se estudos voltados a prática de inovação nas áreas de *marketing* e vendas, assim como nos processos de produção de serviços desses negócios.

**Referências**

AHMAD, N.; SEYMOUR, R. Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Framewors for Data Collection. **OECD Statistics Working Papers**, 2008. In: ALMEIDA, A. Desenvolvimento de um Ecossistema de Empreendedorismo: O Papel da Universidade. Disponivel em:< <https://repositorio.usp.br/directbitstream/65d57a90-67b3-48d3-a74e-8cc1aec510a2/AndreRuasMartinsdeAlmeida%20TCCPRO15.pdf>> Acesso em 04 Agosto.2021

CNN BRASIL. **Mais de 600 mil pequenas empresas fecharam as portas com coronavírus**. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/04/09/mais-de-600-mil-pequenas-empresas-fecharam-as-portas-com-coronavirus> . Acesso em: 26 Junho. 2020.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**. São Paulo: Cengage Learning, 2014

GRECO, S. M. S. S, at al. **Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil**, 2019. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf> Acesso em: 03 Janeiro 2021

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

 LAZARINI, J. IBGE: **21% das empresas quebram após o primeiro ano de atividade**. Disponível em: <https://www.suno.com.br/noticias/ibge-empresas-quebram-apos-um-ano/>. Acesso em: 07 Fevereiro. 2021.