SIMPÓSIO DE TECNOLOGIA AMBIENTAL, BIOCOMBUSTÍVEIS E MARKETING
Fatec Jaboticabal Nilo De Stéfani
EDIÇÃO 2020 – RESUMO EXPANDIDO – TRABALHO CIENTÍFICO

CRISE NA PANDEMIA: como o empreendedor pode escapar da crise

PANDEMIC CRISIS: how entrepreneurs can escape the crisis

Renan Carmello Caldas[I]
Tiago Rodrigues da Silva Souza[II]
Adriano Cesar Buzoli[III]

RESUMO

Este estudo objetiva apresentar as dificuldades encontradas na pandemia do Sars-Cov-2 por empreendedores e quais medidas podem ser tomadas, apresentando alguns dados obtidos em pesquisas feitas de abril a julho de 2020 no Brasil, mostrando que esta crise pode gerar situações tanto positivas quanto negativas no mercado de negócios brasileiro. Tem como referências pesquisas realizadas pelo SEBRAE utilizando como amostra 6080 pequenos empreendedores dos 26 estados brasileiros e Distrito Federal. Além disso, são mostradas as ideias apresentadas por autores relacionados ao tema "empreendedorismo e crise". O intuito é ressaltar ações realizadas com o uso de ferramentas digitais e quais medidas colaboraram para a sobrevivência ou até mesmo crescimento de alguns setores.

Palavras-chave: Crise. Digital. Empreendedorismo. Pandemia. Planejamento. Sars-Cov-2.

ABSTRACT

This study aims to show the difficulties encountered in the midst of the Sars-Cov-2 pandemic by entrepreneurs and what measures can be taken, presenting data obtained in surveys at the beginning of the crisis in April, until July 2020, showing that a crisis can generate both positive and negative situations in the Brazilian market. It is based on research conducted by SEBRAE using as a sample 6080 small entrepreneurs from all 26 Brazilian states and the Federal District, and ideas presented by authors related to the theme "entrepreneurship and crisis". The aim is to highlight actions taken with the use of digital tools, which measures contributed to the survival or even growth of some sectors.

Keywords: Crisis. Digital. Entrepreneurs. Pandemic. Planning. Sars-Cov-2.

Área do resumo: Marketing
Data de submissão: 12/10/2020.
Data de aprovação: 29/10/2020.

[I] Aluno do Curso de Gestão de Negócios e Inovação da Faculdade de Tecnologia de Ribeirão Preto (Fatec-RP) – São Paulo – Brasil. E-mail: renanc.caldas@gmail.com
[II] Aluno do Curso de Gestão de Negócios e Inovação da Faculdade de Tecnologia de Ribeirão Preto (Fatec-RP) – São Paulo – Brasil. E-mail: tiago0118@gmail.com
[III] Professor Especialista da Faculdade de Tecnologia de Ribeirão Preto (Fatec-RP) – São Paulo – Brasil. E-mail: consultoradriano@gmail.com

SIMPÓSIO DE TECNOLOGIA AMBIENTAL, BIOCOMBUSTÍVEIS E MARKETING | Fatec Jaboticabal Nilo De Stéfani

EDIÇÃO 2020 – RESUMO EXPANDIDO – TRABALHO CIENTÍFICO

1 INTRODUÇÃO

A princípio, em 01 de dezembro de 2019 na cidade de Wuhan, China, houve o primeiro caso humano confirmado de contaminação de um novo coronavírus o Sars-CoV-2 devido ao consumo de carne contaminada. Para conter a sua disseminação foi decretado o *Lockdown*, que se baseia no fechamento de todo o comércio não essencial para que não haja aglomerações e isolamento domiciliar de toda a população. Infelizmente o vírus se espalhou para o mundo todo (GRUBER, 2020), chegando ao Brasil no final de fevereiro de 2020 e, sem o devido isolamento, milhões de pessoas foram contaminadas e milhares morreram. Além do fechamento do comércio por mais tempo que em outros países, resultou também em uma gigantesca crise econômica. Várias empresas tiveram que fechar suas portas, a única forma de conseguirem trabalhar é através de *delivery*, *drive-thru* e *e-commerce*. Atualmente, não há uma vacina ou medicação eficaz e, até sua descoberta, o comércio trabalhará assim. Dado esta situação, pequenos e micro empresários devem se reinventar ver, analisar e refletir sobre essa situação e aprender como superá-la.

Buscamos compreender o impacto da pandemia de Sars-Cov-2 nas micro e pequenas empresas brasileiras, analisar a situação de desenvolvimento das atividades econômicas diante da crise sanitária que assola o Brasil e o mundo, no período de abril a julho de 2020; e sugerir atitudes a serem tomadas por elas no intuito de sobreviverem e/ou crescerem durante esse período. Tivemos como base pesquisas realizadas pelo SEBRAE, mostrando os impactos da crise.

2 EMPREENDEDORISMO E CRISE

Uma pesquisa foi desenvolvida pelo SEBRAE de abril a julho de 2020, utilizando como amostra 6080 pequenos empreendedores dos 26 estados brasileiros e Distrito Federal, aproximadamente 146 deles, tiveram aumento do seu faturamento mensal. Isso significa que cerca de 2.4% se reinventarem, se destacaram frente aos demais com o intuito de não estagnarem, só esperando o prejuízo ou possível falência do seu negócio. Segundo Dornelas (2008), “O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, e antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”, conclui-se que mesmo em um cenário de crise, o empreendedor deve pensar no futuro da organização.

O isolamento social determinado pela Organização Mundial de Saúde (OMS), trouxe ao empreendedor, que trabalha diretamente com o cliente um período de portas fechadas. Para poder reabrir a sua empresa, adotará várias medidas sanitárias como o uso de luvas, máscaras, gel desinfetante, limpeza constante do ambiente etc. Para alguns isso se tornou uma dor de cabeça, porém para outros, as medidas sanitárias foram a chave para novas ideias.

Certos negócios têm o privilégio de poderem se fortalecer ou surgir em decorrência da própria crise, no momento os setores de consumo essenciais como alimentação e farmacêutico estão tendo alta em suas vendas, segundo dados no site E-Commerce Brasil. Pois as pessoas em isolamento estavam em busca de entretenimento em seus domicílios, já que não poderiam sair dos mesmos. Assim, umas das opções de lazer foram as compras via *e-commerce*, os setores que mais cresceram em relação ao mesmo período de março a abril de 2019 foram,

SIMPÓSIO DE TECNOLOGIA AMBIENTAL, BIOCOMBUSTÍVEIS E MARKETING
Fatec Jaboticabal Nilo De Stéfani
EDIÇÃO 2020 – RESUMO EXPANDIDO – TRABALHO CIENTÍFICO

brinquedos (+643,05%), as crianças têm muita energia para gastar e seus pais muitas vezes estão trabalhando via *working from home* e não conseguem dar tanta atenção aos pequenos. Os supermercados (+448,09%), que atuam diretamente no abastecimento das residências. Artigos esportivos (+187,90%), como aparelhos para exercícios físicos devido ao fechamento de academias e outros locais de prática esportiva. Farmácias (+74,70%), a maioria das pessoas tem medo de ficarem doentes e algumas fazem estoque de remédios que teoricamente teriam a eficácia contra o vírus, mesmo sem comprovação cientifica. Jogos online (+58,46%), para computadores, *smartphones* ou *consoles,* específicos para jovens e adultos. Serviços de entregas (+55,66%), um setor que já vinha com um amplo crescimento, a comodidade de pedir comida pronta, a entrega das mercadorias compradas no *e-commerce*, compras *online* nos supermercados ou farmácias, tudo isso impulsiona o crescimento dessa atividade.

2.1 Como o empreendedor pode sair da crise

Primeiramente, crise não é algo novo, pois várias empresas, em algum momento, já tiveram que enfrentá-la, então, é preciso pesquisar para saber como elas saíram dessa situação, analisar os *cases* de sucesso e adaptá-los para sua realidade. Não desistir é fundamental, porque ao enfrentá-las é que surgem as grandes ideias. A inovação precisa ser almejada, mas para isso não é preciso inventar, basta melhorar o que existe como aprimorar processos e produtos, reduzir custos e, consequentemente, aumentar a receita da empresa. Organizar reuniões com os colaboradores é uma ação importante, apesar de ser simples e, às vezes esquecida, dar voz a eles inspira confiança para sugerirem mudanças no local de trabalho, nos processos e colaborar para a implantação de melhorias. Ouvir o público também é fundamental para compreender as dificuldades, os anseios da clientela e melhorar o atendimento resultando positivamente no aumento de clientes. Acreditar e amar o que se faz são sentimentos transmitidos ao público e importantes para manter o ambiente saudável e motivador, tanto para investimento como para a ampliação do empreendimento. Por último, após a pandemia será importante dar continuidade a esse processo, pois o comodismo é uma armadilha que faz a empresa parar de crescer e ser ultrapassada pela concorrência, que investirá para alcançá-lo com novos produtos e tecnologias (DOMINGOS. 2009).

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

O presente estudo buscou avaliar, analisar e discutir alguns resultados obtidos através de pesquisas feitas pelo SEBRAE (2020) uma entidade privada, conhecida no país e apoia às micro e pequenas empresas. O órgão aplicou uma pesquisa quantitativa em todo o território nacional com empresários de diversos setores, tendo como objetivo, medir o nível do problema gerado em decorrência da pandemia e como afetou a qualidade dos serviços oferecidos pelas empresas. Nesse sentido, tornou-se necessário investigar quais os fatores que, para os empreendedores, evidenciam as dificuldades que passam. Toda a pesquisa foi *online*, no site do SEBRAE (Pesquisa Sebrae – O impacto da pandemia do coronavirus nos pequenos negócios. 2020. 6ª ed.), feita através de formulário *online*, devido a limitação de visita a empresas e bibliotecas públicas fechadas em decorrência das novas regras de isolamento. De acordo com Demo (2002, p.7), “a ciência prefere o tratamento quantitativo porque ele é mais

apto aos aperfeiçoamentos formais: a quantidade pode ser testada, verificada, experimentada, mensurada [...]" já que o resumo visa mostrar como o empreendedor pode se aperfeiçoar.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A crise gerada pela pandemia acelerou o avanço do trabalho digital como pode ser observador a seguir: Foi feito a pergunta aos 7% dos empresários que tiveram aumentos nas vendas "Como você expandiu suas vendas?". Na figura 1 podemos observar que a maior expansão do número de vendas foi online (34%) na tomada de decisão dos empreendedores (SEBRAE, 2020). O aumento das compras *online* foi devido a que muitos colaboradores foram realocados do seu ambiente tradicional de trabalho para o *working from home*.

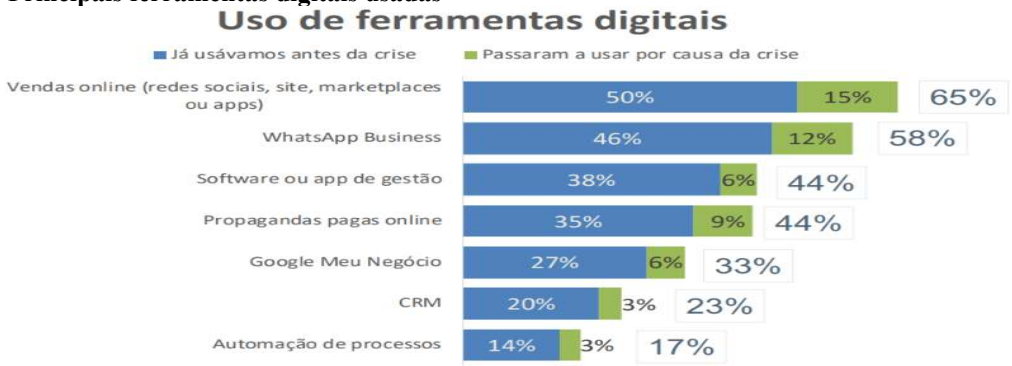
Figura 1 - Gráfico representativo da porcentagem de tomada de decisão (escolha feita pelas empresas) para aumento nas vendas de seus produtos ou serviços no mês de julho de 2020



Fonte: : (SEBRAE, 2020a)

Também foi feita a pergunta, "Uso das ferramentas digitais" – "Já usávamos antes da crise" e, "Passaram a usar por causa da crise". Conforme mostra a Figura 2, houve o aumento do uso de ferramentas digitais, ou seja, 50% já usavam venda online e, 15% passaram a usar por causa da clausura. Os empreendedores as enxergaram como uma opção de mudança ou aprimoramento, pode ter relação com a transformação que passamos do físico para o digital de setores como o comercio e varejo, refletindo na escolha do cliente, pré e pós pandemia.

Figura 2 - Principais ferramentas digitais usadas



Fonte: (SEBRAE, 2020b)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve o intuito de ressaltar como a pandemia do Sars-Cov-2 afetou o sistema mercadológico e econômico do Brasil, sugere mudanças e oportunidades que os

empreendedores podem usar para conseguir superar a crise, tendo em vista o uso de ferramentas digitais que geram resultados expressivos.

Foi constatado que o uso de ferramentas online, ajudam os empreendedores a tomar decisões mais assertivas e como se diferenciar em relação a crise que afeta todas as empresas. A necessidade de buscar informações e aprimorar o uso do digital, diferencia o empreendedor e não o deixa estático em relação a pandemia, fazendo-o agir e tomar decisões para o melhor da sua empresa. Com dados obtidos nesta pesquisa do SEBRAE (2020) em relação a pandemia, por quatro meses, acredita-se que seja importante a continuidade do estudo para se perceber quais os setores que ainda conseguirão crescer e se manter no mercado, quais métodos eles mais investiram de forma que seja possível no futuro, elaborar um plano de ação em tempos de crise epidemiológica. Portanto, para que novos empreendedores possam aplicar esses modelos em seus próprios estabelecimentos e obter a desejada estabilidade econômica.

O isolamento social prejudicou uma pesquisa de campo, porém com o uso da internet, que se apresenta novamente uma ferramenta excelente, conseguimos apresentar dados de pesquisas e elaborar ideias sobre o tema apresentado.

REFERÊNCIAS

DEMO, P. **Avaliação qualitativa**. 7.ed. Campinas: Autores Associados, 2002.

DOMINGOS, Carlos. **Oportunidades disfarçadas**. Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elservier, 2008.

GRUBER, Arthur. **Covid-19**: o que se sabe sobre a origem da doença. Jornal da USP, 2020. Disponível em: https://jornal.usp.br/artigos/covid2-o-que-se-sabe-sobre-a-origem-da-doenca/. Acesso em: 07 de set. 2020.

LEVANTAMENTO APONTA SEGMENTOS DO E-COMMERCE QUE CRESCEM NA PANDEMIA. **E-Commerce Brasil**, 2020. Disponível em: https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/levantamento-aponta-segmentos-e-commerce-crescem-coronavirus/. Acesso em: 07 de set. 2020.

SEBRAE. **O impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios**. 2020a. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Impacto-do-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-2%C2%AAedicao_geral-v4-1.pdf. Acesso em: 11 de set. 2020.

_____. **O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios.** 6. ed. 2020b. Disponível em: https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/66f7bd74636e1af739448dab1fb686e6/$File/19730.pdf. Acesso em: 10 de out. 2020.