

ANÁLISE DOS PRINCIPAIS DESAFIOS ENFRENTADOS POR EMPREENDEDORES DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19: UM ESTUDO REALIZADO NA REGIÃO DO BARREIRO EM BELO HORIZONTE-MG

Data de aceite: 02/10/2023

Késia Aparecida Teixeira Silva

Gerais

Doutora e Mestre em Administração,
Professora do Departamento de
Administração
Pontifícia Universidade Católica de Minas
Gerais

Rodrigo Cassimiro de Freitas

Doutor e Mestre em Administração,
Professor do Departamento de
Administração
Pontifícia Universidade Católica de Minas
Gerais

Natália dos Santos Reis

Graduanda do curso de Administração da
Pontifícia Universidade Católica de Minas
Gerais (PUC Minas)
Pontifícia Universidade Católica de Minas
Gerais

Júnio Silva de Araújo

Graduado do curso de Ciências Contábeis
da Pontifícia Universidade Católica de
Minas Gerais (PUC Minas)
Pontifícia Universidade Católica de Minas
Gerais

Jenifer Caroline Pinto Moreira

Graduada do curso de Administração da
Pontifícia Universidade Católica de Minas
Gerais (PUC Minas)
Pontifícia Universidade Católica de Minas

RESUMO: A pandemia do COVID-19 afetou consideravelmente a vida em sociedade desde o seu início no ano de 2020. As empresas, importantes instituições sociais também sofreram consequências em decorrência da pandemia. Dessa forma, o presente trabalho se propôs a analisar os principais desafios vivenciados por empreendedores da região do Barreiro em Belo Horizonte-MG durante a pandemia do COVID-19. Nesse intento, o referencial teórico abordou questões sobre o empreendedorismo e as influências da pandemia do COVID-19 na prática empreendedora. Foi realizada uma pesquisa quantitativa-descritiva junto a empreendedores da região do Barreiro que contou com um questionário fechado distribuído a 197 empresas. Os dados foram analisados utilizando-se o Statistic Package for Social Science (SPSS). Os resultados demonstraram que os problemas enfrentados por esses micro e pequenos empresários ultrapassam questões puramente gerenciais e se manifestam em limitações macro e microeconômicas que comprometeram o oferecimento dos bens e

serviços, dos postos de emprego e da geração de renda da comunidade empresarial e de seus colaboradores.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo. Desafios. Pandemia do COVID-19.

ANALYSIS OF THE MAIN CHALLENGES FACED BY ENTREPRENEURS DURING THE COVID-19 PANDEMIC: A STUDY CARRIED OUT IN THE BARREIRO REGION IN BELO HORIZONTE-MG

ABSTRACT: The COVID-19 pandemic has considerably affected life in society since its beginning in 2020. Companies, important social institutions, have also suffered consequences as a result of the pandemic. Thus, the present work aimed to analyze the main challenges experienced by entrepreneurs in the region of Barreiro in Belo Horizonte-MG during the COVID-19 pandemic. With this in mind, the theoretical framework addressed issues about entrepreneurship and the influences of the COVID-19 pandemic on entrepreneurial practice. A quantitative-descriptive survey was carried out with entrepreneurs in the region of Barreiro, which included a closed questionnaire distributed to 197 companies. Data were analyzed using the Statistic Package for Social Science (SPSS). The results showed that the problems faced by these micro and small entrepreneurs go beyond purely managerial issues and manifest themselves in macro and microeconomic limitations that compromised the provision of goods and services, jobs and income generation for the business community and its employees.

KEYWORDS: Entrepreneurship. Challenges. COVID-19 Pandemic.

INTRODUÇÃO

O mundo todo enfrenta nos últimos anos a pandemia do COVID-19, causada pelo Coronavírus. O Coronavírus foi descoberto no ano de 1964, em Londres, por uma pesquisadora escocesa de nome June Almeida. Na época uma descoberta sem muita relevância, dada a baixa patogenicidade do microrganismo quando em contato com o corpo humano. Em 2002 uma nova espécie da família Coronavírus desenvolveu-se na China e levou o país a uma grave epidemia que ficou conhecida como Síndrome Respiratória Aguda Grave, cuja causa tratava-se da descoberta de um novo tipo de vírus, que após isolado lhe foi atribuído o nome de *Sars-Cov*, sendo este o mesmo vírus que causa a covid-19.

Em 2019 a China novamente isolou uma outra espécie de Coronavírus, o Sars-Cov-2 ou Covid 19, sendo o vírus dotado de alto poder letal devido à falta de resposta do seu hospedeiro aos tratamentos recebidos e de difícil controle, dadas as suas formas de disseminação que ocorrem de forma extremamente rápida retardando o controle da sua propagação. E foi exatamente esse poder de se proliferar com extrema rapidez o que levou o vírus a alcançar praticamente todo o globo terrestre em poucas semanas. Nesse sentido a Organização Mundial da Saúde (OMS) veio a decretar estado pandêmico em março de 2020. Instalava-se assim uma das maiores crises sanitárias mundiais já vivenciadas e que perdura até o momento atual. E a instabilidade financeira que diversas nações já enfrentavam tornou-se em maior potencial, dadas as medidas restritivas necessárias para

a contenção da disseminação do vírus, que em busca de uma resposta a curto prazo as autoridades governamentais e de saúde viram-se obrigadas a decretar, dentre outras medidas, o distanciamento social.

No Brasil tal medida trouxe como consequência a potencialização da crise financeira que já existia e diante disso alavancou-se o número de demissões sem justa causa nas empresas, impactando significativamente em outra realidade, que foi o aumento do desemprego das forças de trabalho, forçando os brasileiros ao empreendedorismo. Conforme citado por Beringuy (2020), o Brasil registrou uma perda de aproximadamente 9% de empregos formais. Nesta mesma linhagem Vialli (2020), em paralelo ao IBGE afirma que, entre março e julho do ano de 2020 houve um crescimento de 20% no número de novos empreendedores quando comparado ao ano anterior.

A pandemia do COVID-19 afetou consideravelmente diversas instâncias da sociedade, dentre elas as empresas, que devido ao isolamento social tiveram que manter-se fechadas por um tempo, sendo impossível a comercialização dos produtos e serviços por meios físicos. Isso causou grande transtorno para a maioria das empresas, principalmente para os micro empreendimentos que tiveram que se adaptar à nova realidade.

O projeto de extensão Observatório Empresarial, realizado pelo curso de Administração da Unidade Barreiro da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais atua como parceiro das empresas atuantes na região em Belo Horizonte, fornecendo auxílio gerencial para que essas empresas melhorem sua gestão e tornem-se mais competitivas no mercado em que atuam. Diante da pandemia do COVID-19, percebeu-se que o projeto teria muito a contribuir com as empresas tendo em vista as dificuldades enfrentadas no novo contexto. Dessa forma, realizou-se uma pesquisa que teve como objetivo principal analisar os principais desafios vivenciados por empreendedores da região do Barreiro em Belo Horizonte-MG durante a pandemia do COVID-19.

No atual contexto pandêmico de COVID-19, ações são entendidas como necessárias para redução do impacto econômico e social no país. Neste sentido, entende-se que refletir sobre os fatores e a importância de medidas que contribuam para a sobrevivência de empreendedores, sobretudo em momentos de crise e maior suscetibilidade à mortalidade, apresenta substancial importância.

A pesquisa mostrou-se relevante por demonstrar a realidade enfrentada pelos empreendedores considerando-se o atual cenário pandêmico que exigiu que as empresas modificassem sua forma de atuar tendo em vista o isolamento social que demandou o fechamento do comércio no início da pandemia. Ademais, as empresas incorporaram novas ferramentas e técnicas gerenciais para lidar com o novo cenário. Assim, o presente estudo se justifica também por demonstrar como a pandemia influenciou a prática desses empreendedores, podendo contribuir com empreendedores que enfrentam as mesmas dificuldades.

Trata-se de um esforço que busca trabalhar a indissociabilidade entre ensino,

pesquisa e extensão no curso de Administração, uma vez que leva a reflexão sobre um conceito de qualidade do trabalho acadêmico que favorece a aproximação entre universidade e sociedade, a auto-reflexão crítica, a emancipação teórica e prática dos estudantes e o significado social do trabalho acadêmico. O estudo possibilitou a aproximação entre as práticas de extensão e de pesquisa aos estudantes, trazendo significativas contribuições que podem demonstrar dificuldades vivenciadas e de que maneira a universidade pode agir nesse sentido.

O artigo encontra-se estruturado em seis capítulos. O primeiro aborda a presente introdução onde são apresentados os pressupostos centrais da pesquisa. Em seguida tem-se o referencial teórico que discute o empreendedorismo e os desafios enfrentados pelos empreendedores durante a pandemia do COVID-19. Logo, tem-se os procedimentos metodológicos que abarcam a operacionalização da pesquisa e alcance dos resultados. A seguir, apresenta-se os resultados e discussões e em seguida as considerações finais. Ao final, tem-se as referências bibliográficas que foram utilizadas no presente estudo.

REFERENCIAL TEÓRICO

Este tópico aborda duas temáticas que embasam esta pesquisa. Inicialmente, discute-se o empreendedorismo como um fenômeno presente na sociedade e suscetível às variáveis micro e macro ambientais. A seguir, discute-se os desafios enfrentados pelo empreendedorismo na pandemia do COVID-19.

Empreendedorismo

O termo “empreendedor” é derivado do francês “*entreprendre*”, que significa “alcançar/empreender”, ou seja, aquela pessoa que se compromete a organizar, gerenciar e assumir os riscos de um negócio. O reconhecimento dos empreendedores nos ensinamentos de Kuratko (2016) remonta à França do século 18, quando começaram a associar as atividades de “risco” na economia como empreendedorismo. E no decorrer da Revolução Industrial tomou força esse papel, uma vez que os empreendedores da época assumiram sérios riscos e com relevantes transformações de recursos.

Kuratko (2016) salienta ainda que esse conceito continuou sendo aprimorado ao longo dos anos, e sendo de grande interesse especialmente dos economistas, e que no decorrer do século 20, o termo “empreendedorismo” tornou-se intimamente relacionado com a livre-iniciativa e capitalismo. Destaca-se ainda que os empreendedores servem como agentes de transformação, pessoas fornecedoras de ideias inovadoras e criativas para empresas, auxiliando no crescimento e rentabilidade.

Por outro lado, Tajra (2019) faz uma importante diferenciação a respeito de empreender e ser empresário, uma vez que afirma se tratar de coisas distintas. E nesse aspecto, salienta que empreendedor é aquela pessoa que tenha atividade focada em

resultados, inovações e realizações dessas atividades propostas, com alto poder de mudança e de se adaptar ao novo, transformando ideias em ações.

O empresário por sua vez é a pessoa que providencia a abertura do seu próprio negócio e a partir dele surge a oportunidade de ganhos monetários e/ou sociais, levando assim, um empreendimento adiante.

Tajra (2019) menciona ainda a criação do intraempreendedorismo que se trata de um movimento empresarial com o foco no desenvolvimento de colaboradores nas organizações, para que possuam postura empreendedora, de tal forma que esses colaboradores possam alavancar novos negócios no contexto em que atuam, haja vista que para o crescimento contínuo da empresa, a mesma precisa dedicar-se em continuar inovando e se atualizando de acordo com as mudanças exigidas pelo mercado, dependendo assim da necessidade de colaboradores com esse perfil empreendedor.

Corroborando, Velho e Giacomelli (2017) salientam que diferentemente do que muitos pensam a educação formal é uma das principais características do empreendedor, uma vez que pesquisas realizadas neste sentido apontam que a maioria dessas pessoas possuem formação e valem dela para construir novas ideias e negócios. Outro aspecto levantado pelos autores é o histórico profissional, sendo certo que as vivências profissionais da pessoa, seja como colaborador ou outras lições vivenciadas servem como base para tomada de decisões na nova fase empreendedora.

A globalização e as crises vivenciadas por todo o mundo tem resultado em um aumento expressivo de novos empreendedores, especialmente no Brasil. Outro aspecto de grande relevância é o aumento no número de desempregados e a ausência de novos investimentos por parte dos grandes empresários, insurgindo assim o interesse dos brasileiros em empreender.

Os desafios do empreendedorismo na pandemia do COVID-19

O ano de 2020 foi marcado pelo início da pandemia do COVID-19. Desde então, o mundo vem sendo desafiado pelo momento histórico da pandemia causada pelo rápido contágio do coronavírus SARS-CoV-2 – COVID-19 – cujos impactos, sem precedentes, vão desde a grave crise econômica global, até a perda em larga escala de vidas humanas (BAUM; HAI, 2020; UNWTO, 2020). Trata-se da maior crise de saúde pública em memória viva (OECD, 2020), a qual resultou na significativa redução e/ou bloqueio total das operações de várias empresas em muitos países (CHINAZZI et al., 2020), situação esta que impôs enormes desafios às empresas em geral (BARTIK et al., 2020) e, em especial, às micro e pequenas empresas – MPE – (DUBE, NHAMO, CHIKODZI, 2020).

Do ponto de vista conceitual, uma crise é um processo indesejado, comumente inesperado e de limitação temporal, cujo desdobramento é, possivelmente, ambíguo (GLAESSER, 2006). Uma crise não se resume a um evento isolado, mas a um processo

que se desenvolve e evolui em fases (MIRANDA, 2017). Quanto mais durar a crise, mais escassos se tornam os recursos financeiros (WENZEL et al., 2020), levando a uma possível falência das empresas (BARTIK et al., 2020), o que requer tomadas de decisão imediatas (GLAESSER, 2006) e estratégias de adaptação (WHITTINGTON, 2002).

No Brasil observa-se que a economia já vinha tentando se recuperar de uma crise de anos passados. Neste sentido, Leković e Marić (2016, p. 39) declaram que, “em períodos de crise, o ambiente empreendedor sofre mudanças significativas na forma de redistribuição econômica”. Perante uma crise econômica atípica e inusitada, a economia fraquejou. Com isso, vieram as medidas governamentais adotadas para tentar minimizar alguns pontos como a inadimplência, a mortalidade das organizações, evitar uma maior desaceleração da economia, o desemprego e entre outras coisas.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (2020) os pequenos negócios têm sido fortemente afetados pela pandemia do COVID-19. O mais afetado foi o faturamento semanal citado por 88% dos pesquisados, com queda de 69% com relação a uma semana normal. Com quase um mês de isolamento social a parte financeira dos pequenos negócios já está comprometida, pois na média, o caixa suporta apenas 23 dias fechado. Alguns segmentos têm se estabilizado em patamares inferiores ao pré-crise e o comércio eletrônico tem crescido com a crise.

Diante da realidade de uma quarentena, as vendas online tornaram-se uma necessidade, bem como os serviços de delivery. Em um contexto no qual nos foi vedado o contato físico, as redes sociais passaram a ser uma maneira primordial de comunicação das empresas com seus stakeholders. A internet se torna refúgio nas incertezas da COVID - 19.

Ainda levará um tempo para se compreender as implicações do COVID-19 para o empreendedorismo. As empresas não devem ficar esperando que as coisas voltem “ao normal”. Conforme menciona Giones (2020) o caminho a seguir requer equilibrar a construção de resiliência, bem como estar pronto para novas oportunidades empresariais.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa se caracteriza como quantitativa-descritiva em que buscou-se identificar e descrever os principais desafios vivenciados por empreendedores da região do Barreiro durante a pandemia do COVID-19.

Os elementos da pesquisa foram selecionados por meio de um censo que considerou a área comercial da regional Barreiro na cidade de Belo Horizonte. O intervalo temporal de levantamento de dados se estendeu de agosto a novembro de 2020. Foram aplicados 197 questionários, os quais foram tabulados e analisados à luz das técnicas estatísticas descritivas. O questionário foi elaborado pelo Google Docs e o link foi encaminhado via email e grupos de Whatsapp das empresas. Após a realização da pesquisa os participantes tiveram acesso aos resultados gerados por meio da análise. Os resultados serviram como

base para o planejamento de ações por parte do Projeto Observatório Empresarial.

Foi utilizado o programa SPSS (Statistical Package for the Social Science) para analisar os dados coletados. Foram testadas, inicialmente, as técnicas de estatística descritiva que colaboram em identificar tendências, variabilidades dos fenômenos e a discrepância nos dados (HAIR et al, 2009).

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O presente tópico apresenta os dados coletados e discute os resultados alcançados pela pesquisa. Inicialmente, tem-se o perfil das empresas que participaram da pesquisa e a seguir aborda-se os principais desafios enfrentados pelas empresas durante a pandemia do COVID-19.

Perfil das empresas participantes

A maioria das empresas que participaram da pesquisa atuam no ramo comercial (168) e apenas 29 atuam como prestadoras de serviço na região.

| | | Frequência | Porcentagem | Porcentagem válida | Porcentagem acumulativa |
|--------|------------------------|------------|-------------|--------------------|-------------------------|
| Válido | Comercial | 168 | 85,3 | 85,3 | 85,3 |
| | Prestadora de Serviços | 29 | 14,7 | 14,7 | 100,0 |
| | Total | 197 | 100,0 | 100,0 | |

Tabela 1: Ramo de atuação

Fonte: Dados da pesquisa.

Quanto ao número de funcionários, observa-se que 80 empresas possuem menos que 3 funcionários. Outras 45 possuem de 3 a 10 funcionários, ou seja, mais de 50% das empresas possuem até 10 funcionários, o que demonstra se tratar de pequenos negócios atuantes na região do Barreiro. Trata-se de um dado importante, tendo em vista a dificuldade desse tipo de empreendedor ter acesso a serviços de consultoria e assessoria na gestão.

| | | Frequência | Porcentagem | Porcentagem válida | Porcentagem acumulativa |
|--------|-------------|------------|-------------|--------------------|-------------------------|
| Válido | 11 a 20 | 26 | 13,2 | 13,2 | 13,2 |
| | 21 a 30 | 18 | 9,1 | 9,1 | 22,3 |
| | 3 a 10 | 45 | 22,8 | 22,8 | 45,2 |
| | Mais de 30 | 28 | 14,2 | 14,2 | 59,4 |
| | Menos que 3 | 80 | 40,6 | 40,6 | 100,0 |
| | Total | 197 | 100,0 | 100,0 | |

Tabela 2: Número de funcionários contratados

Fonte: Dados da pesquisa.

Principais desafios enfrentados pelos empreendedores durante a pandemia

Durante a pandemia do COVID-19 as empresas foram orientadas a fechar suas portas devido à necessidade de isolamento social decorrente do vírus. Dessa forma, as vendas por meio físico ficaram impossibilitadas de acontecer. A saída para as empresas foi trabalhar o e-commerce, vendas pela internet, utilizando canais disponíveis nas redes sociais. Conforme se observa na tabela 3, 94,9% das empresas possuem redes sociais ativas, o que permite que trabalhem o marketing digital e fomentem as vendas pela internet.

| | | Frequência | Porcentagem | Porcentagem válida | Porcentagem acumulativa |
|--------|-------|------------|-------------|--------------------|-------------------------|
| Válido | Não | 10 | 5,1 | 5,1 | 5,1 |
| | Sim | 187 | 94,9 | 94,9 | 100,0 |
| | Total | 197 | 100,0 | 100,0 | |

Tabela 3: Redes sociais ativas

Fonte: Dados da pesquisa.

Os dados mostram que a maioria das empresas, 168 das 197 participantes da pesquisa, permaneceu com as portas fechadas durante mais de 4 semanas devido ao isolamento social imposto pelo COVID-19. Observa-se que trata-se de um longo tempo ao se avaliar as consequências de não faturar durante esse tempo, o que colocou muitas empresas em situações financeiras complicadas.

| | | Frequência | Porcentagem | Porcentagem válida | Porcentagem acumulativa |
|--------|--------------------|------------|-------------|--------------------|-------------------------|
| Válido | 1 Semana | 7 | 3,6 | 3,6 | 3,6 |
| | 2 Semanas | 6 | 3,0 | 3,0 | 6,6 |
| | 3 Semanas | 7 | 3,6 | 3,6 | 10,2 |
| | 4 Semanas | 9 | 4,6 | 4,6 | 14,7 |
| | Acima de 4 semanas | 168 | 85,3 | 85,3 | 100,0 |
| | Total | 197 | 100,0 | 100,0 | |

Tabela 4: Tempo em que a empresa permaneceu com as portas fechadas devido ao isolamento social

Fonte: Dados da pesquisa.

No que se refere às demissões de colaboradores em decorrência da pandemia, é possível observar que 153 empresas, o que corresponde a 77,7%, romperam contrato com colaboradores. Essa foi uma realidade vivenciada por muitas empresas que devido ao fechamento das portas e redução drástica do faturamento não conseguiram manter os colaboradores contratados.

| | | Frequência | Porcentagem | Porcentagem válida | Porcentagem acumulativa |
|--------|---|------------|-------------|--------------------|-------------------------|
| Válido | Não | 44 | 22,3 | 22,3 | 22,3 |
| | Sim. Rompi contrato com colaborador(es) | 153 | 77,7 | 77,7 | 100,0 |
| | Total | 197 | 100,0 | 100,0 | |

Tabela 5: Você reduziu seu quadro de pessoal em decorrência da pandemia?

Fonte: Dados da pesquisa.

Como já relatado, a pandemia do COVID-19 fez com que as empresas inovassem no sentido de buscar novas formas de vendas, tendo destaque as vendas pela internet que cresceram em média 400% nesse período. A pesquisa demonstrou que dentre as formas de vendas que diferem da física, as mais citadas foram: Whatsapp, Telefone, Facebook e Instagram, opção declarada por 31,98% das empresas, e apenas utilizando Instagram e Telefone, opção de 22,84% das empresas. Ressalta-se a forte presença das redes sociais Facebook e Instagram como forma de realizar as vendas durante a pandemia.

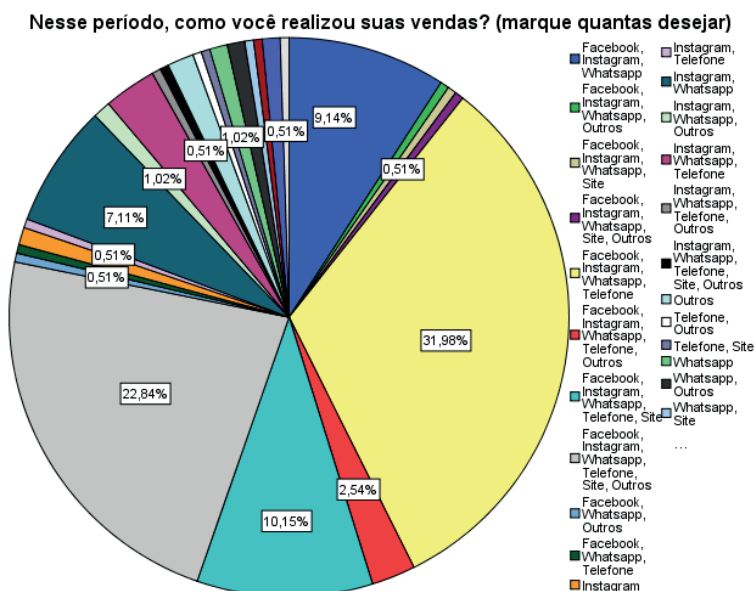


Gráfico 1: Forma com que realizou as vendas

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme demonstrado no gráfico 2 abaixo, a grande maioria das empresas, 89,34%, relataram ter encontrado dificuldade para lidar com esses novos métodos de vendas. Dessa forma, observa-se a necessidade de apoiar as empresas no que se refere à utilização das redes sociais para divulgação e efetuação de compras por parte dos clientes.

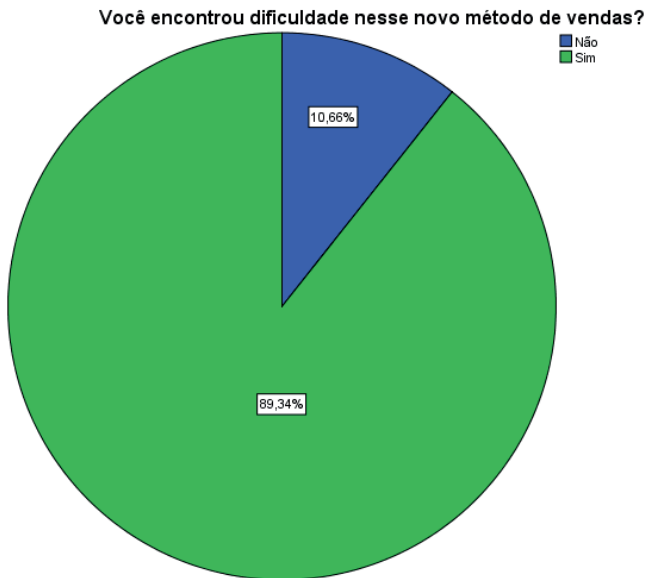


Gráfico 2: Dificuldade em lidar com os novos métodos de vendas.

Fonte: Dados da pesquisa.

No que diz respeito às entregas dos produtos, observa-se que na maioria das vezes, 39,09%, a empresa possui um entregador próprio ou os clientes buscam as mercadorias na loja tomando os devidos cuidados referentes ao isolamento social.

Como você realizou as entregas das mercadorias? (você pode marcar mais de uma alternativa)

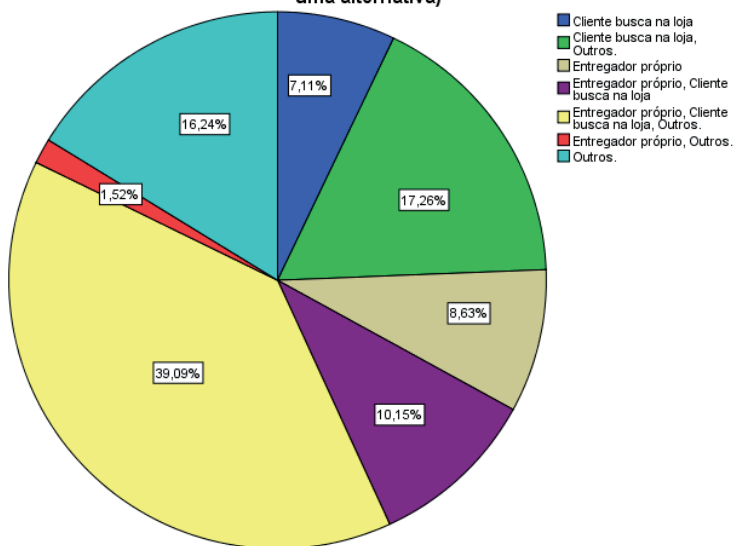


Gráfico 2: Entregas das mercadorias

Fonte: Dados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre as maiores dificuldades encontradas, as empresas mencionaram a negociação com fornecedores e com colaboradores e a falta de produtos em decorrência da baixa produtividade de alguns fornecedores durante o período. Isso demonstra a possibilidade de assessoria nas áreas de negociação tanto com os fornecedores como com os colaboradores.

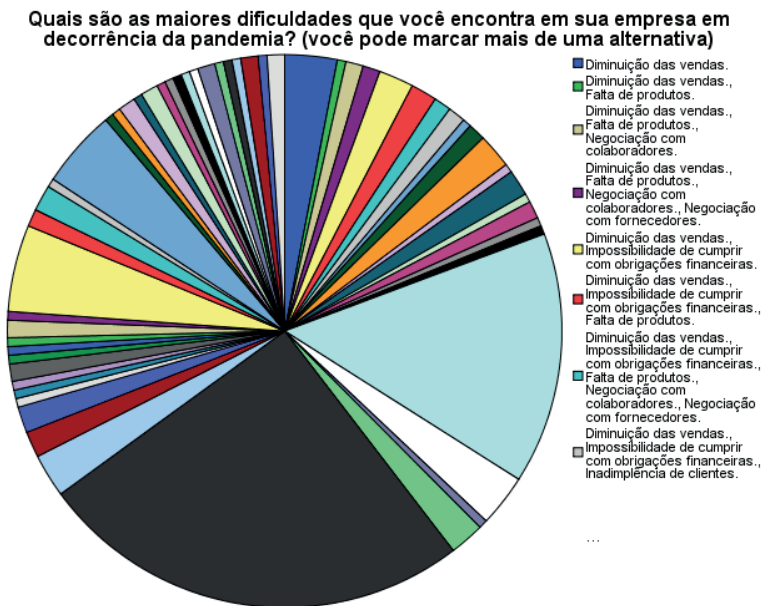
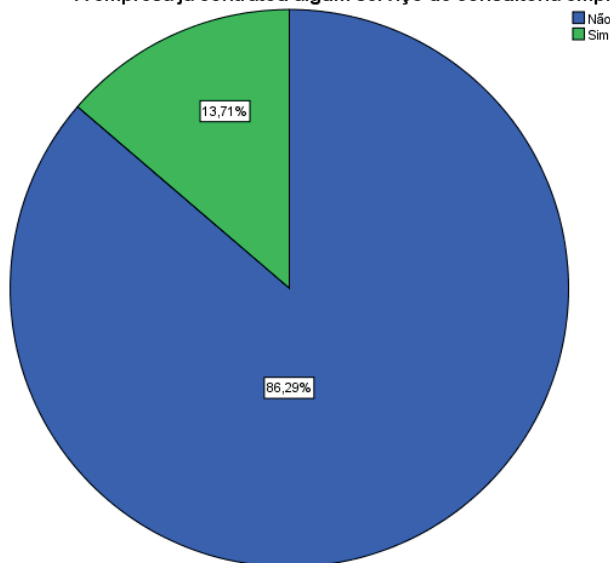


Gráfico 3: Dificuldades encontradas.

Fonte: Dados da pesquisa.

Ao final, questionou-se às empresas sobre a contratação de serviços de consultoria gerencial e 86% delas afirmaram que nunca contrataram esse tipo de serviço, demonstrando oportunidades de atuação do projeto nesse sentido principalmente com foco no atual cenário de pandemia e pós-pandemia em que as empresas demandarão por esse serviço.

A empresa já contratou algum serviço de consultoria empresarial?



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em diagnóstico realizado no decorrer do ano de 2018, suscitaram-se várias dificuldades enfrentadas pelos micros e pequenos empresários na área comercial adensada da regional Barreiro. Os problemas levantados estavam principalmente relacionados ao modelo de condução gerencial dos negócios. Percebeu-se na época que a crise de 2013 tinha deixado reflexos na realidade da comunidade empresarial do Barreiro, que se recuperava gradativamente.

Em 2020 viu-se a pandemia da Sars-COVID-19 paralisar as atividades comerciais não essenciais em amplitude mundial. E a comunidade empresarial de Belo Horizonte, especialmente do Barreiro, precisou suspender suas atividades em um contexto de incerteza e de sucessivas perdas que se arrastam desde março de 2020.

Na pesquisa realizada pelo projeto Observatório Empresarial por meio da sua equipe de extensionistas e professores foi possível perceber que os problemas enfrentados pela comunidade empresarial são mais agudos comparados àqueles levantados em 2018. Conforme dados da pesquisa, os problemas enfrentados por esses micros e pequenos empresários ultrapassam questões puramente gerenciais e se manifestam limitações macro e microeconômicas que comprometerem o oferecimento dos bens e serviços, dos postos de emprego e da geração de renda da comunidade empresarial e de seus colaboradores.

Conforme dados da PBH (2008) e IBGE (2009) a regional Barreiro já foi uma significativa colaboradora na geração de riquezas para cidade Belo Horizonte, ou seja, os tributos estaduais e municipais eram suficientes para manutenção das políticas públicas da

região e cooperava com as regionais hipossuficientes.

No contexto atual, a realidade econômica da região do Barreiro é muito distinta comparada há uma década atrás. Percebe-se que os empresários e empreendedores da região além de enfrentar problemas internos na gestão de seus negócios, atualmente, amargam perdas significativas com as paralizações constantes, intermitentes e incertas de suas atividades econômicas.

A pesquisa realizada em 2020 revelou parcela desses problemas, acredita-se que a situação seja mais aguda considerando que desde a coleta de dados vários empresários e empreendedores não suportaram os impactos das SARS-COVID-19.

Nesse contexto, o projeto Observatório Empresarial em 2021 se esforça em compreender melhor os contornos da crise vivenciada pela população empresarial com ampliação do diagnóstico com a intenção de desenvolver e oferecer serviços de assessoria empresarial.

Durante a coleta de dados, observaram-se dificuldade de acesso aos elementos da pesquisa, especialmente justificado pela suspensão e/ou encerramento das atividades econômicas dos micro e pequenos empresários.

Torna-se premente reforçar que pesquisas sobre os efeitos da crise provocada pela Pandemia do COVID-19 ainda merecem maior atenção e replicabilidade em outras comunidades, dado que os resultados investigados pela equipe do projeto podem ser apropriadas exclusivamente ao grupo de elementos que participaram do levantamento.

REFERENCIAS

BARRETO, Lícia da Silva Gonçalves de Moura *et al.* **Perfil do Empreendedor Feminino: um estudo de caso no Município de Nossa Senhora da Glória e Itabaiana – SE.** Itabaiana: Universidade Tiradentes, 2017.

BARTIK, A., BERTRAND, M., CULLEN, Z.B., GLAESER, E.L., LUCA, M., & STANTON, C. The Impact of COVID-19 on Small Business Outcomes and Expectations. **Harvard Business School Working Paper**, 20-102, April, 2020. <https://doi.org/10.1073/pnas.2006991117>

BAUM, T., & HAI, N.T.T. Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2397-2407, 2020. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0242>

BERINGUY, Adriana. **8,9 milhões perderam o emprego no 2º tri, no pico da pandemia, diz IBGE.** Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/empregos-e-carreiras/noticias/redacao/2020/08/06/pnad-continua-desemprego-ibge.htm#:~:text=8%2C9%20milh%C3%B5es%20perderam%20o,%2F08%2F2020%20%2D%20UOL%20Economia>>. Acesso em junho de 2021.

CHINAZZI, M., DAVIS, J., AJELLI, M., GIOANNINI, C., LITVINOVA, M., MERLER, S., PASTOR EYPIONTTI, A., MU, K., ROSSI, L., SUN, K., VI-BOUD, C., XIONG, X., YU, H., HALLORAN, E., LONGINIJR, J., & VESPIGNANI, A. The effect of travel re-strictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID-19) outbreak. **Science**, 24th. April, 368, 395-400, 2020. <https://doi.org/10.1126/science.aba9757>

DUBE, K., NHAMO, G., & CHIKODZI, D. COVID-19 cripples global restaurant and hospitality industry. *Current Issues in Tourism*. 1-4, 2020. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1773416>

GIONES, F. et al. Revising entrepreneurial action in response to exogenous shocks: considering the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, Elsevier Ltd, nov. 2020. Disponível em: [10.1016/j.jbvi.2020.e00186](https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00186). Acesso em: 20 ago. 2020.

GLAESSER, D. Crisis Management in the Tourism Industry. (2ª ed.) **Butterworth Heinemann, Oxford**, UK, 2006. <https://doi.org/10.4324/9780080464596>

KURATKO, Donald F. **Empreendedorismo: teoria, processo e prática**. 10 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522125715/cfi/1!4/4@0.00:64.3>. Acesso em: 02 jun. 2021.

MIRANDA, A.L. **Vantagem Competitiva em Pequenos Negócios(...)**. Tese. Doutorado em Gestão, ISCTE/IUL, Lisboa, 2017.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT [OECD]. (2020). Coronavirus (COVID-19): SME **Policy Responses**. Recuperado em 20 julho 2020, de https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=119_119680-di6h3qgi4x&title=Covid

SANTOS, Maria Tereza. **O novo coronavírus não é filho único. Conheça os demais membros dessa família e entenda por que eles não provocaram pandemias de outras doenças**. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/medicina/as-diferencas-e-semelhanças-entre-o-sars-cov-2-e-outros-coronavirus/>. Acesso em maio de 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (a). Impactos e tendências da COVID-19 nos pequenos negócios. **Boletim de impactos e tendências da COVID-19 nos pequenos negócios**, 4 ed, 17 abr. 2020. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f8338edb8cda72405222697f782c9a4/\\$File/19437.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f8338edb8cda72405222697f782c9a4/$File/19437.pdf). Acesso em: 23 abr. 2020.

SILVA, Gabriele. **Você sabe o que é Sars-Cov-2? Entenda a diferença entre Sars, coronavírus e Covid-19 e saiba a forma correta de utilizá-los**. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/dicas/voce-sabe-o-que-e-sarscov2>. Acesso em maio de 2021.

TAJRA, Sanmya Feitosa. **Empreendedorismo: conceitos e práticas inovadoras**. 2 ed. São Paulo: Érica, 2019. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536531625/cfi/3!4/4@0.00:11.6>. Acesso em: 02 jun. 2021.

TOZZI, Marcela. LOURENÇO, Ingrid et al. **Você sabe como surgiu o coronavírus Sars-Cov-2? Disponível em: <<https://coronavirus.saude.mg.gov.br/blog/27-como-surgiu-o-coronavirus>>. Acesso em maio de 2021.**

VELHO, Adriana Galli. GIACOMELLI, Giancarlo. **Empreendedorismo**. 3 ed. Porto Alegre: SAGAH, 2017. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595022492/cfi/1!4/4@0.00:67.2>. Acesso em: 02 jun. 2021.

VIALLI, Andrea. **Brasil ganha 600 mil microempreendedores durante a quarentena**. Afetados pela crise, novos empresários procuram oportunidade nas demandas geradas pela pandemia. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2020/08/brasil-ganha-600-mil-microempreendedores-durante-a-quarentena.shtml>. Acesso em junho de 2021.

WENZEL, M., STANSKE, S., & LIEBERMAN, M.B. Strategic responses to crisis. *Strategic Management Journal*, 41, 7-18. <https://doi.org/10.1002/smj.3161>, 2020.

WHITTINGTON, R. **O que é estratégia**. Pioneira Thomson Learning, 2002.