



***IMPACTO DA PANDEMIA DA COVID-19 EM EMPRESAS DE PEQUENO PORTE DO
RAMO DE VESTUÁRIO DA CIDADE DE UBERLÂNDIA-MG***

***IMPACT DE LA PANDÉMIE DU COVID-19 SUR LES PETITES ENTREPRISES DU
SECTEUR DE L'HABILLEMENT DE LA VILLE d'UBERLÂNDIA-MG***

Área temática: Empreendedorismo

*OLIVEIRA, Márcia Freire de
RAMOS, Yasmin Rodrigues
BANDEIRA, Lucilene
Universidade Federal de Uberlândia*

Resumo

O objetivo deste estudo foi identificar os impactos causados pela pandemia do coronavírus às pequenas empresas no ramo de vestuário do setor varejista da cidade de Uberlândia-MG. As pequenas empresas tem sido a fonte de renda para muitos empreendedores brasileiros, e que vêm ganhando destaque nas últimas décadas por serem modelos de negócios que solucionam diversas necessidades e movimentam o comércio brasileiro. Os empreendedores enfrentam diversos desafios para lidar com o mercado e durante a pandemia da COVID-19 não foi diferente. Tendo em vista que o período da pandemia gerou diversas transformações sociais e econômicas, mudando as formas de relacionamento e comércio. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, cujos dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas, aplicadas com sete empreendedoras do ramo de vestuário. Dentre os resultados obtidos, vale ressaltar que a pandemia impactou de forma negativa, as finanças destas empresas e que as empreendedoras precisaram lidar com diferentes problemas, como a dificuldade de negociação com fornecedores, a gestão de pessoas e a mudança na logística de trabalho, sendo a saída para retomar as vendas foi a utilização de redes sociais e do *e-commerce*.

Palavras chaves: COVID-19. Pequenas Empresas. Empreendedorismo.

Résumé

L'objectif de cet étude était d'identifier les impacts causés par la pandémie de coronavirus sur les petites entreprises du secteur d'habillement de la ville d'Uberlândia-MG. Les petites entreprises sont la source de revenus de nombreux entrepreneurs brésiliens, et elles ont gagné une importance au cours des dernières décennies en tant que modèles commerciaux qui répondent aux différents besoins et qui font avancer le marché brésilien. Les entrepreneurs sont



confrontés à de nombreux défis pour faire face au marché et pendant la pandémie de COVID-19, ce n'était pas différent. Considérant que la période pandémique a provoqué plusieurs transformations sociales et économiques, modifiant les formes de relation et de commerce. Il s'agit d'une recherche qualitative, dont les données ont été recueillies au moyen d'entretiens semi-directifs, appliquée auprès de sept entrepreneurs du secteur d'habillement. Parmi les résultats obtenus, il convient de mentionner que la pandémie a provoqué un impact négatif sur les finances de ces entreprises et que les entrepreneurs ont dû faire face aux différents problèmes, tels que la difficulté à négocier avec les fournisseurs, à gérer les personnes et à changer la logistique du travail. La solution pour reprendre les ventes a été basée sur l'utilisation des réseaux sociaux et du commerce électronique.

Mots clés : Covid-19. Petites entreprises. Entrepreneuriat.

1. INTRODUÇÃO

A pandemia do coronavírus (SARS-CoV-2), causador da doença Covid-19, provocou grandes transformações no mundo inteiro no intuito de enfrentar um vírus de alta propagação que gerou altos índices de internações e de mortes. A pandemia teve início em março de 2020 e impactou as atividades das organizações, uma vez que as restrições recomendadas pelas organizações de saúde e impostas por estados e/ou municípios alteraram as práticas adotadas para funcionamento das empresas, chegando, em alguns períodos, a impedir o atendimento presencial nas organizações, o que afetou a rentabilidade das organizações. Segundo a pesquisa do IBGE (2020) 33,5 % das empresas reportaram que a pandemia teve um efeito negativo, 46,8 % indicaram dificuldade para acessar fornecedores de insumos, matérias-primas ou mercadorias e 32,9 % indicaram diminuição sobre as vendas ou serviços comercializados.

O perfil do empreendedor do comércio de vestuário é composto em sua maioria por mulheres, resultando em 69% contra 31% dos homens, com uma concentração maior nas idades de 30 a 59 anos. Em sua maioria são pessoas que já tinham determinado conhecimento da área de vestuário e decidiu arriscar abrindo seu próprio negócio com pequenos investimentos, e com o nível demanda foi sentindo o mercado, assim possibilitando ou não aumentar seus recursos investidos, portanto esses empreendedores aprenderam a gerir seu negócio no dia a dia. (SEBRAE, 2016).



O ramo de vestuário é considerado como uma atividade não essencial, portanto passou um grande período fechado ou atendendo de forma remota. Em 2020 havia 1 milhão de negócios do ramo da moda registrado no segmento varejista, e o setor teve uma queda de faturamento de 74% (SEBRAE, 2020c).

Esses dados são relevantes, considerando que esse setor, e suas respectivas empresas precisam reagir nesse ambiente de incertezas bruscas. Isso leva ao seguinte questionamento: como as pequenas empresas do setor de vestuário foram impactadas? Diante desse cenário, o presente estudo tem como objetivo identificar quais foram os impactos causados pela pandemia do Covid-19 às pequenas empresas no ramo de vestuário do setor varejista da cidade de Uberlândia-MG.

Além desta introdução o presente artigo é composto pelas seguintes partes: referencial teórico, onde é abordado a gestão de micro e pequenas empresas, a pandemia da Covid-19 e seus impactos no setor do vestuário; metodologia; apresentação e discussão dos resultados, subdividida em dificuldades/benefícios gerados pela pandemia, mudanças realizadas e situação atual e perspectivas e por fim, são feitas as considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Gestão de Micro e Pequenas Empresas

No Brasil as micro e pequenas empresas (MPE) refletem a base da economia e o perfil de empreendimento existente no país, pois 98% dos negócios são considerados MPE e respondem a 27% de tudo que é produzido. Além disso, os pequenos empreendimentos são responsáveis por 52% dos empregos e 40% de massa salarial do país, portanto esses negócios estão no cotidiano de todos os brasileiros, como padarias, barbearias, lanchonetes, lojas de vestuário dentre outros ramos de negócio. (SEBRAE, 2020b).

De acordo com Araújo, Moraes e Pandolfi (2018) as pequenas empresas utilizam na sua gestão um sistema de compensação, o qual, permite que essas empresas prolonguem o seu tempo de vida, equilibrando as variáveis negativas e as variáveis positivas. O empreendedor é o maior influenciador da capacidade de sobrevivência das organizações, portanto ressalta-se a importância da sua capacidade de gestão nesse processo. Assim, quanto maior for o nível de competência desse empreendedor, maior poderá ser o desenvolvimento da empresa no mercado.



Os empreendedores dos pequenos negócios enfrentam diversos desafios, como a dificuldade para conquistar clientes, a carga tributária, falta de conhecimento sobre gestão financeira, dificuldades com o uso de redes sociais e pagamentos de impostos (SANTANDER NEGÓCIOS E EMPRESAS, 2021). Um dos fatores que ajudam esses empreendedores a lidar com tais desafios é o apoio governamental. Um exemplo desse apoio é a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa criada pela Lei Complementar nº 123/2006 que serve para regulamentar e realizar um tratamento diferenciado para esse setor conseguindo assim desenvolver uma melhor competitividade (SEBRAE, 2020b).

Silva e Scheffer (2015) que relatam que as práticas de gestão das empresas são pensadas e baseadas nas vivências dos próprios proprietários das empresas, desenvolvendo uma gestão caracterizada pelo paternalismo, grande envolvimento entre o funcionário e o empresário, gestão individualizada e com a criação de laços afetivos. Outro aspecto relevante do referido estudo, também é apontado no estudo de Menezes e Olave (2016), trata-se da dificuldade do empreendedor para obter informações formais que possam auxiliar no seu gerenciamento, porém, ele busca utilizar práticas que ajudam na disseminação e registro de conhecimento como bate-papos com clientes, fornecedores e concorrentes, reuniões com os empresários, participação em feiras de negócio, utilizando a interação para obter troca de conhecimento.

Embora os pequenos negócios precisem lidar com essas dificuldades, abrir uma empresa desse porte tem suas vantagens. As empresas enfrentam menor burocracia diante as mudanças do mercado, portanto as atividades são mais rápidas e eficientes (SER PALESTRANTE, 2020). Além dos aspectos apontados, as micro e pequenas empresas possuem facilidade de acesso ao mercado, facilidade para obter crédito e o estímulo à inovação e exportação (SEBRAE, 2021).

Destaca-se ainda a necessidade de adaptação dos pequenos negócios em momentos de crise (SEBRAE, 2020a), o que foi o caso do período da pandemia de Covid-19. Dessa forma, o arcabouço de suporte períodos críticos, cenários hostis e que são desfavoráveis às organizações é algo que precisa ser considerado como preponderante para as pequenas empresas (SEHNEM et al, 2021).

2.2 A pandemia da Covid-19 e os impactos no setor varejista de vestuário



É importante destacar que os pequenos negócios foram extremamente impactados pela pandemia da COVID-19, que gerou uma série de desafios e adversidades, sem precedentes. As restrições impostas pelas autoridades sanitárias e de saúde, como fechamento do comércio, somados aos efeitos da pandemia, como desemprego, redução de renda prejudicou as pequenas empresas (MARCELINO; REZENDE; MIYAJI, 2020; SEBRAE, 2021).

Nesse cenário, foi criado inicialmente algumas medidas governamentais como a suspensão por três meses do prazo para empresas pagarem o FGTS, a destinação de R\$ 5 bilhões de crédito para as micro e pequenas empresas, a destinação de investimentos para financiamentos indiretos para empresas, a ampliação do crédito para micro, pequenas e médias empresas, linha de crédito e financiamento com juros reduzidos para pequenas e médias empresas, e o aumento na carência para pagamentos. (GOV. BR, 2022). Essas medidas proporcionaram as organizações maior flexibilidade em relação ao pagamento de tributos e a possibilidade de suspender o contrato dos funcionários sem que prejudicasse ambos os lados. (SCHREIBER; MORAES; STASIAK, 2021).

O ramo de vestuário é considerado como uma atividade não essencial, portanto passou um grande período fechado ou atendendo de forma remota. Existe atualmente 1 milhão de negócios do ramo da moda registrado no segmento varejista, e o setor teve uma queda de faturamento de 74%. O setor da moda foi atingindo desde 2020 quando o vírus concentrava somente na China e nos arredores, isso porque a China é o país com a cadeia produtiva e grande consumidor mundial do ramo representando cerca de 40% de faturamento de luxo do mundo, portanto causando impacto na cadeia global e não participando de apresentações importantes da moda em diversos países. (SEBRAE, 2020c).

A pesquisa realizada por Salomé et al. (2021), em empresas do comércio varejista de Cláudio-MG, sendo estas em sua maioria do ramo do vestuário, apontou que os negócios durante a pandemia sofreram principalmente com a queda no faturamento, a mudança na forma de administrar a empresa para a forma remota, também sofreu aumento dos gastos, principalmente com pessoal, energia elétrica, água e os impostos. Os impactos em relação ao pessoal acontecerem devido à redução do quadro de funcionários, a redução da jornada de trabalho, a suspensão do contrato de trabalho e maiores despesas com afastamento devido funcionários testarem positivo para COVID-19 e precisarem se ausentar de suas atividades.



Já a pesquisa pelo SEBRAE (2020c) mostrou que 46% dos empresários de moda possuem gastos elevados com despesas de aluguel e na compra de mercadorias e que 58% relataram que devido à pandemia tiveram que buscar créditos para manter o negócio sem precisar demitir seus funcionários. Os pequenos negócios precisaram se reinventar durante a crise e com isso alguns conseguiram com o apoio de uma boa gestão financeira ter um aumento no faturamento. Para Salomé, et al. (2021) esse aumento de faturamento ocorreu devido as empresas aumentarem seus canais de atendimento e assim alcançaram maior visibilidade nas redes sociais.

Os empreendedores do varejo da moda buscaram diversos meios para lidar com as dificuldades geradas pela pandemia de Covid-19, e um deles foi à adesão aos marketplaces (plataformas de vendas online) para conseguir manter as vendas, sendo uma boa estratégia principalmente para quem ainda não tinha um e-commerce estruturado (SEBRAE, 2020c). Outro meio foi à busca por uma maior flexibilidade na da tomada de decisão, com foco na compreensão das necessidades dos clientes e também o fato de os empreendedores aderirem mais a tecnologia para atender de forma online os clientes. (NASCIMENTO; PRADO; CUNHA, 2021).

3. METODOLOGIA

O presente estudo é classificado como exploratório tendo como abordagem a pesquisa qualitativa interpretativa básica, que de acordo com Merriam (2009) tem como propósito geral mostrar como as pessoas dão sentido às suas experiências e analisa-las de várias maneiras com o objetivo de compreender o significado da experiência revelada na história. Os dados podem ser obtidos por entrevistas, observações ou análise documental sendo esse estudo encontrado em diversas disciplinas e em campos de prática aplicada.

O instrumento de coleta de dados foi um roteiro de entrevista semiestruturado, com o objetivo de identificar os impactos e às medidas adotadas pelos empreendedores no enfrentamento da pandemia do COVID-19 para manutenção do negócio. Foram realizadas 7 entrevistas com empresárias de pequenos negócios do setor de vestuário, localizados na cidade de Uberlândia, em fevereiro de 2022. As entrevistas foram realizadas de forma presencial e



também de forma online por meio de ligações de vídeo pela plataforma Whatsapp, sendo gravadas e transcritas na íntegra.

As entrevistadas tinham idade entre 23 e 53 anos, sendo que 6 delas possuem ensino superior completo e um ensino médio completo. Todas elas tinham experiência na área do varejo de vestuário, que variou de um a 10 anos, antes da abrirem suas lojas. Todas as empresas foram abertas na década de 2010, sendo a mais antiga em 2012 e a mais recente em 2018.

Embora todas as entrevistas tenham sido realizadas com o público feminino, o presente estudo não tinha por objetivo pesquisar apenas mulheres. Foram realizadas diversas tentativas de entrevista com empresários na cidade de Uberlândia, mas os mesmos não puderam ceder entrevistas. Dessa forma a pesquisa não tem a intenção de discutir questões ligadas especificamente ao empreendedorismo feminino Vale ressaltar como já mencionado na introdução, que os empreendedores de comercio de vestuário são compostos em sua maioria por mulheres.

Para o tratamento dos dados, foi realizada a análise de conteúdo. Conforme demonstrado na teoria de análise de conteúdo de Bardin (2016) foram seguidas as três etapas para compreender o assunto, sendo respectivamente: a) etapa de pré-análise, onde foi realizada a leitura de todo o material coletado das entrevistas; b) etapa da exploração do material, nessa etapa todo o material foi organizado e agrupado por dados que possuem semelhanças semânticas; c) etapa do tratamento de dados, onde foi feita a interpretação juntamente com referências acadêmicas e literárias.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os impactos da Covid-19 na Gestão das Empresas pesquisadas foram identificados e serão apresentados conforme 3 categorias de análise, estabelecidas a partir do referencial teórico, sendo elas: Dificuldades ou Benefícios Gerados pela Pandemia, Mudanças Realizadas na empresa e Situação Atual e Perspectivas Futuras.

As categorias de análise e as perguntas do roteiro semiestruturado ligadas à cada categoria estão listadas no quadro a seguir:

Quadro1: Categorias e perguntas do roteiro



DIFICULDADES/BENEFÍCIOS GERADOS PELA PANDEMIA	<ol style="list-style-type: none"> 1) Quais dificuldades a empresa enfrentou devido à Covid-19? De que forma essas dificuldades impactaram a organização? 2) A pandemia trouxe para empresa algum benefício? Qual/quais?
MUDANÇAS REALIZADAS	<ol style="list-style-type: none"> 1) Quais as mudanças/medidas que a empresa precisou realizar devido à pandemia COVID-19? 2) Houve dificuldade para implementação dessas mudanças? 3) De que forma essas mudanças afetaram a organização? 4) A pandemia causou algum impacto financeiro na empresa? 5) Vocês procuraram algum tipo de ajuda financeira/apoio governamental para o negócio durante a pandemia?
SITUAÇÃO ATUAL E PERSPECTIVAS FUTURAS	<ol style="list-style-type: none"> 1) Algumas mudanças realizadas devido à Covid-19 permanecem até momento? Quais? Por que elas foram mantidas? 2) A empresa já retomou ao mesmo nível de vendas e faturamento que tinha no período anterior ao da Pandemia? 3) De forma geral como enxerga esse período da pandemia para o negócio? 4) Quais são suas perspectivas futuras em relação à empresa, no pós-pandemia?

Fonte: Elaboração própria

4.1 Dificuldades/Benefícios Gerados pela Pandemia

Nas entrevistas realizadas foi possível identificar que ocorreram diversas dificuldades dos empreendedores em relação à pandemia, foi mencionado como dificuldade o pouco tempo para se preparar para a nova situação, dificuldade em lidar com o estoque alto e poucas vendas, problemas para negociar com os fornecedores em relação a prazos e recebimento de produtos e também a dificuldade que os empreendedores enfrentaram para adquirir mercadoria pela falta de tecido no mercado.

Todos os empreendedores passaram por dificuldades financeiras e precisaram de alguma forma resgatar o cliente novamente e com isso focaram em vendas online, começaram a aderir as medidas preventivas ao Covid-19 e utilizaram de programas governamentais para afastamento de funcionário, mas alguns também relataram que precisaram demitir funcionários. Uma matéria publicada no Varejo S. A. (2021) afirma que a entrega em residência é a opção para que o varejo de moda consiga driblar a pandemia, utilizando do *fashion delivery*, que é por



meio do qual o lojista de moda faz seus produtos chegarem até o seu consumidor. Nesse sentido, ressaltamos a fala das entrevistadas 1, 2, 4 e 7:

A principal assim dificuldade que eu enfrentei aqui foi com contas que já estavam feitas e de repente cortou a receita. A gente fechou de um dia para o outro a gente não teve o tempo de se preparar, já tinha, já estava com todos os meus compromissos assumidos, porque a pequena empresa, como se diz, a gente não tem caixa para manter, trabalhamos hoje para pagar amanhã, então assim essa foi minha principal dificuldade mesmo, assim gerir tudo isso, as contas, compromissos que eu já tinha firmado sem entrar receita. A minha ação foi entrar em contato com o fornecedor e pedir prazo, alguns deram e outros não, eu entrei em contato com a proprietária, a imobiliária para poder reduzir o valor do aluguel, consegui reduzir. No quesito funcionário essa proposta do governo, foi assim, de supra importância ajudou muito, aquela medida do afastamento, assim afastei a funcionária que estava, então eu não tinha o compromisso com a funcionária, eu fiquei desse compromisso mais tranquila (E1).

Nós tivemos muito impacto na questão de tecido que não tinha matéria-prima então eu tive mercadorias minhas que era para chegar em 30 dias chegou com 70 dias, porque não tinha, final de ano a gente precisou de roupa de festa e não tinha fornecedor porque as pessoas não fabricaram nada, porque não teve festa foi tudo proibido ter festas, então não teve nenhum tipo de roupa mais social nem nada só mais roupa popular. Então essa questão de fornecedor a gente teve muito e nós tivesse comprado durante um ano sem poder viajar para fazer compra só comprando mercadoria online, com muitas dificuldades você compra uma mercadoria x e chega outra (E2).

O primeiro mês foi muito difícil, o faturamento caiu mais da metade né, o mais difícil realmente foi pra mim porque assim era início de coleção, estão quando eu fechei a loja eu estava com a loja muito estocada, com muita mercadoria que tinha acabado de chegar e pra mim a maior dificuldade foi tentar negociar com a fábrica não mandar pedido porque como eu trabalho com multimarcas meus pedidos são programados três, quatro meses antes, então quando fechou tudo eu já tinha muito pedido programado então a maior dificuldade foi virar pra fábrica e falar olha não manda. E a gente passou ai por um período que, no final de 2020, em outubro pra frente começou a faltar um pouquinho de mercadoria porque não tinham matéria prima *tava* em falta, a gente teve alguns períodos que demorava chegar mercadoria, chegava, mas demorava um pouco mais (E4).

A, a questão financeira né, porque as contas não paravam né, tinha o aluguel tem as contas fixas de casa, que como a gente é uma empresa familiar então assim acaba que a loja paga a casa também, então a gente sentiu bastante impacto financeiro (E7).

Dentre os benefícios apenas uma das entrevistadas relatou que a pandemia não trouxe nenhum benefício, as demais relataram que sair da zona de conforto foi importante, saber



investir melhor e com cautela no negócio e lidar com as crises. Uma matéria publicada pela rede Marista (2022) afirma que a pandemia acelerou a necessidade de sair da zona de conforto, levando as empresas a mudar planos, reorganizar agendas, e a perceberem que é preciso estar aberto para o aprendizado, tomando decisões com audácia, responsabilidade, agilidade e flexibilidade. Já o estudo de Grego e Pacheco (2021) apontou que a necessidade de adaptação das micro e pequenas empresas para o novo cenário decorrente da pandemia da Covid-19 tornou-se imprescindível para que as atividades desempenhadas não fossem totalmente interrompidas.

Foi mencionado também pelas entrevistadas que a mudança para o digital foi impulsionadora de vendas, as entrevistadas que possuíam lojas fitness e pijamas mencionaram que as vendas tiveram aumento. Vale ressaltar ainda, em termos dos benefícios gerados pela pandemia a fala das entrevistadas 3, 4 e 7:

O benefício que eu vejo em relação a isso é...o benefício que eu vejo é a gente e focar mais na parte digital, na implementação do e-commerce, tentar ampliar as vendas do negócio online, então assim é um nicho a mais (E3).

Olha, é até estranho falar mais assim as vendas praticamente dobraram na pandemia eu acho que essa questão de cuidar mais da saúde física e mental, eu acho que, quando foi lá *pro* instagram a gente aproximou muito assim dos clientes, a gente teve muitos clientes que torciam pela gente sabe, que virou amiga mesmo, então eu pude trazer mais pra perto mesmo os clientes (E4).

Assim, trouxe o benefício da gente às vezes se precaver mais né, a gente não sabe o que que pode acontecer, então assim comprar menor, gastar menos e investir menos né, com menos risco e isso aí foi muito bom eu achei que por que antes a gente não precisa né, tivemos que ter uma cautela para comprar, para contratar (E7).

4.2 Mudanças Realizadas

Dentre as mudanças realizadas as principais foram o afastamento dos funcionários por meio do programa criado pelo governo, demissão ou redução de salário, controlar e reduzir novas compras com fornecedores, utilizar mais as redes sociais para vender de forma online e com entregas, manter contato com os clientes via redes sociais, investir em medidas preventivas no estabelecimento. A entrevistada 4 relatou que seu espaço físico era pequeno e precisou ampliar para que conseguisse atender o público de forma distanciada, já a entrevistada 7 precisou diminuir seu espaço, pois suas vendas presenciais tiveram redução. As principais



dificuldades foram adaptar a vender de forma online, gestão emocional a dificuldade financeira e como isso impactou também na vida pessoal.

As mudanças afetaram as organizações principalmente na parte financeira, gastos para atendimento as medidas preventivas, mudança logística de trabalho para vender mais de forma online. As entrevistas 1, 2 e 7 ressaltaram sobre as mudanças mencionadas no período de pandemia:

Eu já cortei as compras, fui trabalhar com o estoque que eu já tinha e fui em rede social, fui *pro* online, trabalhando mais no online porque o presencial ainda estava muito fraco, e ai fui vendendo fazendo promoções e foi onde fui tocando. As compras foram bem poucas, a gente enfrentou muita dificuldade até com comprar por conta do fornecedor, de são Paulo, porque São Paulo ficou mais tempo fechado ainda, então era muito difícil comprar, fazer as compras, passamos muita, muita dificuldade, falta de material sabe e assim, mas como também tinha reduzido as vendas eu reduzi as compras (E1).

Na questão da logística mesmo de adequar a todas essas mudanças né, na questão de distanciamento né e tentar ser esse jogo de cintura pra atender bem o cliente (E2).

Muitas vendedoras não se encaixaram nas vendas online, por isso eu tive que demitir eu precisava naquele momento daquelas que desenvolvia, infelizmente não consegui ficar com todas (E7).

Todas as entrevistadas relataram que passaram por dificuldades financeiras, porém optaram por não pegar empréstimos em bancos. A principal medida para conter inicialmente foi o afastamento do funcionário, ou adiantamento de férias como forma de reduzir gastos e utilizar de programas de ajuda do governo, porém essas ajudas governamentais não foram suficientes para ajudar às empresas. De acordo com Vitória e Meireles (2021) a maioria das empresas tiveram operações ou serviços interrompidos ou até mesmo suas atividades encerradas por completo porque não conseguiram arcar com as demandas financeiras do dia-a-dia, ocorrendo demissões de funcionários e gerando um cenário de caos para economia, mesmo com as tentativas de socorro do governo federal e das instituições bancárias, programas que em sua aplicabilidade não foram eficazes.

Sim muito, as vendas, na verdade foram mais 70% de redução, 70% de diminuição das vendas, não recuperou, mesmo inovando, comprando novas mercadorias, correndo atrás desse cliente as vendas não recuperaram até hoje. Antes da pandemia a loja andava sozinha, pagava as contas, sobrava



dinheiro, sempre comprava mercadoria todo mês, depois da pandemia até o momento não reagiu. O que o governo fez por exemplo ele fez para nós que você poderia jogar para frente os seus impostos, mas assim não teve muita relevância, se você não *tava* vendendo, você não tinha dinheiro para pagar o imposto aqui e nem dois meses e nem depois, porque *tava* fechado uai, teve benefício, mas ele não supre né, então o que tinha que ser feito era demitir mesmo funcionário e ficar nada ou se não fechar as portas (E2).

Nós adiantamos férias também *pra* ajudar porque isso só se dependesse dos programas de ajuda do governo era complicado, então no primeiro momento que era o mais difícil a gente adiantou férias, tinha uma média ali que dava para ela ficar tranquila na casa dela, fizemos assim de tudo *pra* remanejar. Nos aderimos a redução de horário, da carga horária, entramos naquele programa. A loja está acostumada a vender um tanto, assim, um tanto expressivo, aí o que acontece no primeiro momento a gente teve que deixar um monte de marca que a gente *tava* trabalhando e adequar no momento que *tava* pedindo, começamos até vender assim, no início era pijama, roupa de ficar em casa, roupas mais baratas, porque a gente trabalhava com uma roupa de festa mais cara, aí nós mudamos tudo nisso, nos adequamos mesmo, que que tá no momento agora, que que tá pedindo, aí é conjunto, é pijama, então era isso que a gente vendia, então teve um impacto financeiro sim (E5).

4.3 Situação Atual e Perspectivas Futuras

Quando perguntado sobre as medidas que as entrevistadas ainda mantêm em suas organizações todas mencionaram as medidas preventivas contra a COVID-19 e as vendas online de forma intensificada. Em relação ao nível de vendas, as entrevistadas 2 e 7 relataram que ainda não atingiram o nível anterior ao da pandemia, as entrevistas 4 e 5 relataram que as vendas aumentaram em relação ao período anterior à pandemia e as demais entrevistadas estão no mesmo nível de vendas.

As empreendedoras enxergaram o período de pandemia de formas diversas sendo como um momento para sair da zona de conforto em que estavam e conseguir inovar no mercado, seguir melhores do antes com mais cautela, proximidade e capacidade de se reinventar. Também foi mencionado que foi um grande aprendizado de forma desafiadora, momento de rever suas relações e ser mais tolerante. Segue fala da entrevistada 1:

Assim de forma geral é ruim *pra* o lado da questão da saúde, mas assim a pandemia aqui *pra* mim em termos de empresa foi boa, a gente, com o tempo vai ficando acomodado, vai largando do jeito que está, está bom então a pandemia fez a gente de uma sacudida, tentar melhorar, tentar fichar de pé e buscar melhorar mais ainda na questão profissional, sair da área de conforto, igual por exemplo o online, *tava* fora da nossa, não era uma prioridade e hoje é primordial, então desacomodamos (E1).



Sobre as perspectivas futuras foi mencionado que enxergam melhoras para as vendas, principalmente no momento de reabertura total do comércio e a volta de todas as atividades presenciais. A entrevistada 1 mencionou que está pensando em expandir para outras regiões, já as entrevistadas 3 e 4 estão buscando implementar um e-commerce para estruturar de forma mais adequada as vendas online. A entrevistada 5 mencionou que estão trabalhando na ampliação da loja. Apenas a entrevistada 2 relatou que está sendo um momento para avaliar o mercado e ver se realmente irá permanecer com a loja. Segue falas das entrevistadas 1, 3 e 5:

Eu assim, eu acho que vai ser muito melhor né, as pessoas vão ter mais confiança de sair, que vão estar em um ambiente tranquilo, vão poder voltar a comprar, porque não voltar à rotina quem estava trabalhando em casa no home Office vai estar voltando *pra* empresa, isso aumenta as vendas, movimentam mais o mercado. Então minhas expectativas são muito boas inclusive de expansão, que eu *tô* começando a querer pensar, penso mesmo aqui na cidade de Uberlândia (E1).

Tudo vai melhorar, e já estamos aí no caminho e a empresa em si, criar ai e implementar como eu falei o e-commerce, o site e aproveitar dessa lição e fazer o melhor negócio (E3).

A gente *tá* até com o projeto de ampliar mais, porque nosso espaço masculino está precisando dele até pra melhorar, essa parte, essa parte que não é da venda, que é o escritório, é o recebimento de mercadoria, a gente não tem espaço físico pra isso é meio que arranjando, então que que a gente imaginou, de tanto ir na loja, descendo masculino para o lado do feminino, crescendo loja para pela lateral onde tem um estacionamento para melhorar até a outra parte que aquela que ninguém vê né, mas que ela precisa de tá ali muito bem estruturada né, até pra trabalhar melhor, então as expectativas são as melhoras, tanto da minha parte quanto das donas que a gente vai crescer muito ainda (E5).

5. CONCLUSÃO

O presente artigo buscou identificar quais foram os impactos causados pela pandemia da Covid-19 às pequenas empresas no ramo de vestuário do setor varejista da cidade de Uberlândia-MG. Por meio de uma pesquisa qualitativa interpretativa básica, de cunho exploratório, foi possível evidenciar os principais apontamentos realizados por empreendedoras do segmento durante entrevistas, e o objetivo do trabalho foi alcançado.

Com o início da pandemia as empreendedoras precisaram fechar seus negócios de forma presencial devido às restrições de circulação de pessoas no comércio, e isso impactou



diretamente na diminuição das vendas, deixando as mercadorias paradas no estoque. As primeiras medidas foram tentar negociar com os fornecedores sobre pagamentos e recebimento de novos produtos, avaliar sobre a necessidade ou não da manutenção dos funcionários, e buscar diferentes maneiras de dar continuidade nas vendas.

Para conseguir manter as vendas todas as empreendedoras fortaleceram suas redes sociais e passaram a realizar entregas, alterando a logística de funcionamento das lojas. As redes sociais passaram a ser o meio mais utilizado para divulgações e vendas. As empreendedoras também enxergaram o período de pandemia como um momento para sair da zona de conforto.

No geral, pode-se considerar que este estudo cumpriu com a sua finalidade, gerando contribuições teóricas e práticas. A exploração do tema com ênfase no período de pandemia contribui com a literatura existente, ampliando informações sobre o impacto da pandemia em pequenas empresas, especificamente do setor de vestuário, agregando informações que possam servir de estudo para pesquisadores e empreendedores que buscam compreender a realidade dos períodos de crise. Como contribuição gerencial, recomenda-se que as pequenas empresas sempre busquem formas de melhorar e inovar, estando sempre atentas às novas tecnologias e mudança no comportamento do mercado, para assim poderem lidar com menos dificuldades ou serem impactadas de uma forma menos severa em períodos de crise. É importante destacar ainda que o governo, embora tenha adotado algumas medidas de apoio aos micro e pequenos negócios para tentar atenuar as dificuldades destes durante a pandemia, precisará pensar em incentivos que ajudem na recuperação dessas empresas ao longo do tempo, uma vez que a retomada da economia poderá não ocorrer em curto prazo.

Cabe ressaltar a importância da realização de estudos futuros que considerem um número maior de entrevistados e também com o público masculino. O estudo identificou que as vendas de forma online foi o meio com o qual os empreendedores encontraram saída para as vendas no momento de pandemia. Uma das limitações do estudo foi em relação ao número pequeno de entrevistadas, o que inviabiliza generalizações acerca dos resultados. Porém com as constatações obtidas foi permitido analisar elementos importantes acerca dos impactos da pandemia do COVID-19 nas pequenas empresas de vestuário pesquisadas.

REFERÊNCIAS



ARAÚJO, F. E.; MORAIS, F. R.; PANDOLFI, E.S. A Fábula Dos Mortos-Vivos: Determinantes da Mortalidade Empresarial Presentes em Micro e Pequenas Empresas Ativas. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 250–271, 2019. DOI: 10.14211/regepe.v8i2.763.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3 ed. São Paulo: Almedina Brasil, 2016.

GREGO, B. N.; PACHECO, B. C. S. O impacto do COVID-19 junto às micro e pequenas empresas: um estudo de casos. **Brazilian Journal of Development**, [S. L.], v. 8, n. 1, p. 6066–6081, 2022. DOI: 10.34117/bjdv8n1-411

GOV BR. GOVERNO FEDERAL. Coronavírus: Ações do Governo Federal na luta contra a pandemia. Disponível em: <<https://www.gov.br/cgu/pt-br/coronavirus/governo-federal>>. Acesso em: 06 de jan. de 2022

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Pulso Empresa: Impacto da COVID-19 nas empresas**. 2020. Indicadores conjunturais COVID-19. Produtos 16 adicionais para apoiar os esforços no combate à COVID-19. Disponível em: <<https://covid19.ibge.gov.br/pulso-empresa/>>. Acesso em: 06 de mar. de 2021.

MARCELINO, J. A.; REZENDE, A. A. de.; MIYAJI, M. Impactos Iniciais da Covid-19 nas Micro e Pequenas Empresas do Estado do Paraná – Brasil. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, Boa Vista, v. 2, n. 5, p. 101–112, mai 2020. DOI: 10.5281/zenodo.3779308 .

MENEZES, C. R. C. ; OLAVE, M. E. L. Práticas de Gestão do Conhecimento em Micro e Pequenas Empresas de Sergipe. **Gestão & Regionalidade**, [S.L.], v. 32, n. 94, p. 4-19, jan/abr. 2016. DOI: 10.13037/gr.vol32n94.2698.

MERRIAM, S. B. *Qualitative research: A guide to design and implementation*. San Francisco, CA: Jossey-Bass. 2009

NASCIMENTO, A. C.; PRADO, N.B.; CUNHA, C.F. COVID-19 e modelos de gestão nas micro e pequenas empresas: qual a melhor saída? **Revista Expectativa**, [S. L.], v. 20, n. 1, p. 50–72, 2021. DOI: 10.48075/revex.v20i1.26442.

SALOMÉ, F. F. . S. et al. O impacto da pandemia do COVID-19 na Gestão Financeira das Micro e Pequenas Empresas do Setor Varejista de Cláudio-MG. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 10, n. 6, p. e36910615303, jun. 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i6.15303.

SANTANDER NEGÓCIOS E EMPRESAS. **Pequenos negócios: principais dificuldades e como superá-las**, 2021. Disponível em: <<https://santandernegocioseempresas.com.br/conhecimento/empreendedorismo/pequenos-negocios>> Acesso em: 06 de jan. de 2022.



SEBRAE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS **Pesquisa Setor/Segmento Comércio de Vestuário. 2016.** Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/Como%CC%81rcio%20de%20Vestua%CC%81rio.pdf>>. Acesso em: 19 de dez. de 2021.

_____. **Com adaptações, pequenos negócios conseguem ampliar faturamento durante a crise.** 2020a. Disponível em: <<https://sebraeseunegocio.com.br/artigo/com-adaptacoes-pequenos-negocios-conseguem-ampliar-faturamento-durante-a-crise/>>. Acesso em: 19 de dez. de 2021.

_____. **Dia Nacional da MPE comemora as conquistas dos pequenos negócios.** 2020b. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/dia-nacional-da-mpe-comemora-as-conquistas-dos-pequenos-negocios,5be0e973c33f0710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 19 de dez. de 2021.

_____. **Os impactos da pandemia no varejo de moda: Quero ser mais competitivo no meu setor,** 2020c.. Disponível em: <<https://sebraeseunegocio.com.br/artigo/os-impactos-da-pandemia-no-varejo-de-moda/>>. Acesso em: 19 de dez. de 2021.

_____. **Observatório MPE: Abertura de MPE em 2020, 2021.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/boletim-observatorio-mpedetalhe59,a7de8d63b1152710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 19 de dez. de 2021.

REDE MARISTA. Como a Pandemia Acelerou a Necessidade de Sair da Zona de Conforto, 2020. Disponível em:< <https://redemarista.org.br/noticias/como-a-pandemia-acelerou-a-necessidade-de-sair-da-zona-de-conforto>>. Acesso em: 31 de jul. De 2022.

SEHNEM, S. et al. Capacidade de adaptação das empresas em cenário de crise. **RGO - Revista Gestão Organizacional**, Chapecó, v. 14, n. 1, p. 33-53, jan./abr. 2021 DOI: <http://dx.doi.org/10.22277/rgo.v14i1>

SER PALESTRANTE. **11 Vantagens Que As Pequenas Empresas Têm Em Relação Às Gigantes,** 2020. Disponível em: <<https://serpalestrante.com.br/vantagens-pequenas-empresas/>>. Acesso em: 06 de jan. de 2022.

SCHREIBER, D.; MORAES, M. A.; STASIAK, L. O impacto da Crise Pelo Covid-19 nas Micro e Pequenas Empresas. **Revista Vianna Sapiens**, [S. l.], v. 12, n. 1, p. 30, fev. 2021. DOI: 10.31994/rvs.v12i1.707.



SILVA, L. F. A.; SCHEFFER, A. B. B. A GESTÃO DE PESSOAS NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: COMPARANDO EXPERIÊNCIAS. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 4, n. 3, p. 87–115, 2015. DOI: 10.14211/regepe.v4i3.189.

VAREJO S.A. **Fashion Delivery é Opção para o Varejo da Moda Driblar a Pandemia**, 2021. Disponível em: < <https://cndl.org.br/varejosa/fashion-delivery-e-opcao-para-o-varejo-da-moda-driblar-a-pandemia/>>. Acesso em: 31 de jul. De 2022.

VITÓRIA, M. F. C.; MEIRELES, E. O Microempreendedor em Tempos de Pandemia: Uma Análise do Impacto Econômico em Cenário de Crise. **Brazilian Applied Science Review (BASR)**, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 313-327, fev 2021. DOI: 10.34115/basrv5n1-020.