

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**JULIANA ROSA OLIVEIRA
RAYANE OLIVEIRA COSTA**

**PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA
MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS EM TEMPOS DE CRISE**

**VOLTA REDONDA
2020**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA MICROEMPREENDEDORES
INDIVIDUAIS EM TEMPOS DE CRISE**

Artigo apresentado ao Curso de Administração do UniFOA, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Alunas:

Juliana Rosa Oliveira

Rayane Oliveira Costa

Orientador:

Professor Mestre: Rafael de Paiva Lima

VOLTA REDONDA

2020

RESUMO

O presente estudo teve como propósito demonstrar a importância planejamento estratégico para o Microempreendedor Individual do ramo alimentício da cidade de Volta Redonda para se manter no mercado devido as novas mudanças da Pandemia 2020. A pesquisa caracteriza-se como um estudo exploratório e descritivo, com abordagem quanti-qualitativa realizada no município de Volta Redonda. Verificou-se que diante o isolamento social decretado para evitar a diminuição da transmissibilidade do vírus de Covid 19 que matou milhares de pessoas, muitas empresas tiveram seu faturamento reduzido ocasionando no desligamento e funcionários, aumentando de forma gradual novos microempreendedores no mercado. Estes, por meio da aplicação de questionário por meio do Forms.App, comprovou-se possuem conhecimento da importância do planejamento estratégico e da aplicação do mesmo para se manterem ativos no mercado, foi realizada a pesquisa com 69 empreendedores do ramo alimentício cujo 59 são da cidade de Volta Redonda. Destes, 30 são registrados como Microempreendedores Individuais.

Palavras-chave: Covid-19. Planejamento Estratégico. Microempreendedor Individual

1. INTRODUÇÃO

Ao longo dos meses de 2020, a transmissibilidade do Coronavírus (Covid-19) tornou-se frequente, sendo que um simples contato ou aproximação de menos de dois metros com uma pessoa infectada pode transmitir o vírus de forma comunitária. Com a contaminação silenciosa, a transmissão de uma pessoa para outra pode ocorrer de forma contínua, manifestando seus sintomas de formas e intensidades diferentes.

Em dezembro de 2019, de acordo com a OMS (Organização Mundial da Saúde), os primeiros casos da doença foram identificados na cidade de Wuhan na China, quando houve vários casos de pneumonia sem causa definida. Cientistas chineses isolaram o vírus retirado através de exames laboratoriais de pessoas infectadas e com sintomas gripais e respiratórios graves, e descobriram que mais de 70% de sua ligação genética apresentaram semelhança com a sequência genética ao SARS-COV (Síndrome Respiratória Aguda Grave) que originou a nova denominação de SARS-CoV-2 ou Covid-19.

Segundo a OPAS (Organização Pan Americana de Saúde, 2020) juntamente com a Organização Mundial de Saúde, o primeiro caso confirmado do COVID-19 no Brasil, deu-se em 26 de fevereiro de 2020, em um homem de 61 anos, no estado de São Paulo, com histórico de viagem para Itália. Com este caso confirmado, tornou-se alerta o país para confirmação de mais casos. Suspeitos passaram a ter mais atenção uma vez que nos demais países a disseminação aumentava gradativamente de forma comunitária. Contudo, com a confirmação de mais de 118 mil casos em 114 países e 4.291 mortes pelo vírus, a Organização Mundial de Saúde, em 11 de março de 2020 declarou pandemia mundial do Covid-19.

Os países selaram as suas fronteiras e declaram quarentena para impedir a propagação do vírus, provocando assim interrupções nas atividades cotidianas e econômicas da população, dessa forma impactando negativamente a economia do mundo.

Com a crise emergencial de saúde, empresários e microempresários, precisaram tomar diversas atitudes para manterem-se ativos ou não no mercado, respeitando a lei nº 13.979 de 06 de Fevereiro de 2020 que diz respeito a medidas adotadas para enfrentamento de emergência da saúde pública de importância

internacional decorrente do Covid-19 bem como os decretos municipais para funcionamento de seus estabelecimentos.

Diante das exigências, as atividades comerciais e sociais na cidade de Volta Redonda foram suspensas. Atividades não relacionadas aos serviços básicos permitidos para funcionamento com horário reduzido, acabaram por fechar seus estabelecimentos, acarretando na demissão em massa ou tiveram que traçar novas estratégias para permanecer ativos. Microempreendedores Individuais, principalmente do ramo alimentício, cujas atividades de lanchonetes e similares, fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar tiveram modificações notórias sobre o aspecto econômico. Visando este impacto, um planejamento estratégico para estes empresários, torna-se uma opção para mudar a realidade no mercado conforme cita o autor abaixo:

Pois quando ele trabalha com o Processo de Planejamento Estratégico, ele consegue mudar a sua realidade e o princípio fundamental do Planejamento Estratégico é acreditar que hoje eu (a organização) sou melhor que ontem, mas com certeza, pior do que amanhã. Todos vivem para melhorar, inclusive as organizações, assim deve ser o nosso modo de pensar (PEREIRA, 2011, p.16).

Desta maneira, o objetivo geral deste trabalho é demonstrar a importância do planejamento estratégico para o Microempreendedor Individual do ramo alimentício da cidade de Volta Redonda para se manter no mercado devido as novas mudanças diante do isolamento social da pandemia de Covid-19.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Estratégia

2.1.1. Estratégia - Conceitos

Segundo Carmargos e Dias (2003), aproximadamente há 3.000 anos foi utilizado o termo “estratégia” pelo chinês Sun Tzu, que afirmava que “todos os homens podem ver as táticas pelas quais eu conquisto, mas o que ninguém consegue ver é a estratégia a partir da qual grandes vitórias são obtidas”, inicialmente a estratégia era utilizada em tempos de guerra, representando um meio de vencer o seu inimigo, sendo mais tarde utilizado no campo econômico e político. A estratégia vem evoluindo, não havendo um conceito único e definitivo, dependendo do contexto o qual é empregada a estratégia pode ter um significado de políticas, objetivos, táticas, metas, programas, entre outros, numa tentativa de exprimir os conceitos necessários para defini-la (MINTZBERG & QUINN, 2000).

Segundo Maximiano (2006, p.51) “A estratégia define a direção da empresa e a forma de competir com outras empresas”. Geralmente uma estratégia bem definida colocará a empresa em evidência, criando uma vantagem competitiva em relação às outras empresas inseridas no mesmo mercado.

Já para Porter (1996, p.68) “Estratégia é a criação de uma posição única e valiosa, envolvendo um conjunto diferente de atividades”. Independente da definição de estratégia algumas palavras se destacam, tais como: desempenho; posicionamento; resultados; competitividade. É preciso ressaltar que a implementação da estratégia que envolve uma tomada de decisão que influencia o seu negócio, tais como: produto, serviço, praça, posicionamento, perspectivas, dentre outros. Para que as tomadas de decisões sejam eficazes é necessário que os gestores conheçam onde a empresa está inserida, ou seja, verificar o micro e macroambiente.

De acordo com, Mintzberg (2010, p. 24) os conceitos para explicar o que é estratégia é visualizada de acordo com o conceito dos cinco Ps, o autor defende a necessidade da definição mais completa do termo estratégia, baseado no conceito estratégico como plano, pretexto, padrão, posição e perspectiva. Mintzberg (2003), apresenta essas cinco definições de estratégia:

Estratégia como plano: a estratégia é um conjunto de diretrizes desenvolvidas para resolver determinada ocasião, com o intuito de possibilitar que os objetivos do empreendimento sejam alcançados. As estratégias como plano expõe características principais e são elaboradas antes de qualquer ação para as quais são desenvolvidas de maneira racional e planejada. A estratégia é entendida como sendo um conjunto de ação planejada, através do qual se busca alcançar os objetivos traçados (Mintzberg 2003).

Estratégia como pretexto: é utilizada como uma “manobra” com o objetivo de enfraquecer o concorrente, tendo como finalidade de confundir ou transmitir uma notícia falsa ou não, com o intuito de adquirir uma vantagem sobre os concorrentes. Em resumo essa estratégia surge de uma necessidade da empresa, induzindo seus concorrentes a terem uma perspectiva equivocada dos seus movimentos competitivos (Mintzberg 2003).

Estratégia como padrão: a estratégia pode surgir dos processos cotidianos, sendo um padrão em fluxo de ações eficientes para tornar a sua estratégia. Como padrão, a estratégia consiste no comportamento, um fluxo de ação gera resultados positivos, surgindo normalmente de forma involuntária, representado por uma conduta padrão de uma organização podendo ser observado pelos concorrentes (Mintzberg 2003).

Estratégia como posição: a estratégia como posição é uma forma de indicar a empresa no seu campo de atuação, ganhando uma posição estratégica no mercado competitivo, permitindo definir o local onde irá concentrar os seus recursos, visando manter ou melhorar sua posição. A organização empenha-se em buscar um posicionamento que lhe permita sustentar-se e defender sua posição evitando competidores ou se destacando, definindo como a empresa é vista externamente pelo mercado (Mintzberg 2003).

Estratégia como perspectiva: as estratégias como perspectiva compartilham atos e intuito pelos funcionários da empresa mediante as ideias vindas da cultura organizacional da empresa, a estratégia engloba um conjunto de características da empresa como valores e conduta sendo este um dos fatores mais importantes para a estratégia como perspectiva, visando agregar valor ao seu produto. Sendo uma estratégia que os gestores enxergam as oportunidades para a empresa perante o mercado (Mintzberg 2003).

2.1.2 Planejamento Estratégico e Análise Ambiental

Segundo Kotler (2000, p. 67) “o segredo das empresas bem-sucedidas no mercado se deve ao fato de praticarem frequentemente a arte do planejamento estratégico”. O planejamento é de grande importância para que as organizações consigam prever cenários, procurando garantir o crescimento e a permanência no mercado, de acordo com o autor o planejamento estratégico engloba toda a organização, ou seja, antes de qualquer ação é necessário avaliar, estudando seus procedimentos atuais de forma que evidencie seus pontos fortes e fracos para que consigam chegar aos objetivos traçados.

O planejamento Estratégico refere-se à elaboração das estratégias estabelecidas baseadas nas ideias que visam trazer resultados positivos para a organização, estudando os riscos organizacionais tanto no presente quanto futuramente e para isso, é necessário que se estabeleça estratégias com ferramentas de apoio, visando à melhoria e a permanência no mercado atuante, planejar significa olhar para frente, visualizar o futuro e o que deverá ser feito (CHIAVENATO, 2003, p. 242).

O planejamento bem elaborado maximiza as chances que a organização para se manter ativa, visando a criação de planos e projetos, identificando as necessidades, desempenhando um trabalho em conjunto para alcançar os objetivos traçados, além de assumir o compromisso de perder ou conquistar mercado, as organizações devem estar sempre em atualização, e preparadas para novos desafios, pois, dificilmente uma organização permanecerá ativa no mercado se não houver planejamento (KOTLER, 2000, p. 67).

O planejamento possui enorme relevância para as empresas, sendo a definição da visão e missão da empresa um caminho para o futuro, onde representa a esperança e os sonhos da mesma. Partindo deste princípio, Biagio e Batocchio (2012, p. 34) dizem que:

O planejamento começa com a elaboração da declaração de visão da empresa, que são as intenções e a direção que a empresa pretende seguir. A visão projeta uma ideia de como a empresa será dentro de 10 ou 20 anos. A declaração de visão de uma empresa deve refletir as aspirações e as crenças da organização.

Após a visão, toda empresa precisa declarar a razão de sua existência, o seu propósito e o que ela faz através da missão. De acordo com Biagio e Batocchio (2012, p. 35) “A declaração de missão deve captar o propósito da empresa e traçar um quadro atraente dela. A declaração de missão diz respeito ao relacionamento da empresa com seus clientes, fornecedores e colaboradores. Se o enunciado da visão apresenta uma imagem do que a empresa aspira ser no futuro, o enunciado da missão indica como a empresa fará negócios para realizar a visão”.

Desta forma, traçar e incluir objetivos e metas para descrever a missão e visão da empresa ajudam a formular a estratégia e definir os rumos da empresa.

De acordo com os autores Biagio e Batocchio:

O principal motivo para se definir os objetivos de uma empresa é orientar a direção que deve ser seguida para que a empresa cumpra sua missão e vá ao encontro de sua visão. Os objetivos indicam as intenções gerais da empresa e o caminho básico para que ela chegue ao destino desejado. (2012, p. 86)

“As metas são declarações específicas que possuem uma correspondência direta com determinado objetivo, mostrando os passos que devem ser dados e quando. Não existe meta que não esteja associada a números e datas, pois, assim, é possível determinar se a meta foi ou está sendo atingida.” (2012, p. 87).

Observa-se na colocação dos autores que ao possuir objetivos previamente definidos, faz com que o empreendedor não perca o foco, de maneira que a utilização das metas mostre de forma mensurável os passos a serem dados.

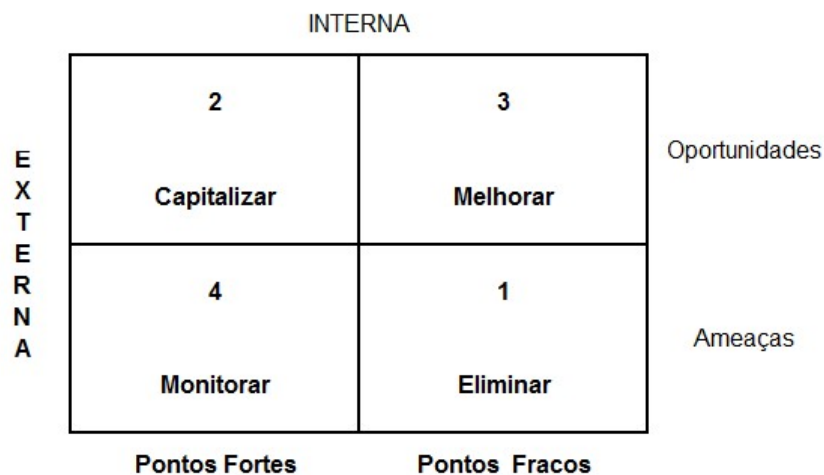
De acordo com Biagio e Batocchio (2012, p. 57) “A empresa deve conhecer as partes dos ambientes que precisam ser monitoradas para que as metas sejam atingidas. Assim, é fundamental para a empresa o acompanhamento das forças macroambientais (demográficas, econômicas, tecnológicas, políticas, legais, socioculturais) e dos fatores microambientais (consumidores, concorrentes, canais de distribuição, fornecedores etc.) e a identificação dos pontos que possam afetar seu desempenho empresarial, o que a deixa apta para identificar tendências e desenvolvimentos importantes. É claro que a cada tendência ou desenvolvimento

identificado estarão associadas novas oportunidades e ameaças, que também deverão ser identificadas.”.

Existe diversas ferramentas dentro de o planejamento capaz realizar a análise ambiental, identificando as oportunidades e as ameaças. Dentre elas é a matriz SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) que de acordo com David apud Biagio e Batocchio (2012, p. 61), “a matriz SWOT é uma importante ferramenta que ajuda os gerentes no desenvolvimento de quatro tipos de estratégias:

- estratégia SO: usa a força interna da empresa para tomar vantagem nas oportunidades externas;
- estratégia WO: visa a melhorar as fraquezas internas tomando vantagens nas oportunidades externas;
- estratégia ST: usa a força da empresa para evitar ou deduzir o impacto das dificuldades externas;
- estratégia WT: táticas defensivas direcionadas para reduzir as fraquezas internas e evitar dificuldades ambientais.

Figura 1: Matriz Swot



Fonte: Biagio e Batocchio (2012)

2.2. Empreendedorismo e as classificações das empresas

O empreendedorismo passou ter mais evidencia na década de 90, foram criadas instituições para o empreendedorismo, como SEBRAE e a Sociedade

Brasileira de Exportação de Software (softex). Segundo os dados do governo federal, apontam o surgimento de cerca de 600 mil empreendimentos por ano.

Segundo pesquisa do Sebrae realizada em 2020, o Brasil deve ultrapassar os números de empreendedores iniciais dos últimos 20 anos (SEBRAE).

O presidente do Sebrae, Carlos Melles explica o aumento do empreendedorismo no Brasil: “Com um dos resultados da pandemia do novo coronavírus, acreditamos que neste ano de 2020, o grupo dos empreendedores iniciais cresça e atinja o novo recorde histórico, com uma proporção de 25% do total da população adulta. Este número, segundo nossa projeção, será puxado pelas mulheres, pelas pessoas negras, em geral, os grupos que mais costumam ser afetados pelo crescimento do desemprego”, em pesquisa GEM realizada em 2019 destaca duas categorias de empreendedores “por necessidade” e “por oportunidade” (GEM 2019)

Segundo Dornelas (2020) empreendedorismo por necessidade, são pessoas com conhecimento subentendido que adquirem ao longo da vida, fruto de sua experiência, práticas e começam a empreender, surgindo à necessidade de obter renda para o seu sustento de sua família e em Dornelas (2018) o empreendedorismo por oportunidade é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela riscos calculados.

De acordo com, Tajra (2014, p. 83) as empresas são classificadas de acordo com o seu faturamento e quantidade de funcionários registrados formalmente pela Consolidação das Leis Trabalhistas. Estas classificações são utilizadas para definição de créditos e para definir os benefícios tributários do governo. Estas podem ser classificadas de acordo com sua modalidade de porte como Empreendedor Individual (EI), Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP) e quantidade de funcionários sendo Micro, Pequena, Média e Grande.

Tabela 1: Classificação das empresas segundo o Porte

Modalidade	Legislação	Faturamento anual
Empreendedor Individual (EI)	Lei nº 123/06, de 14/12/2006	Até R\$ 60.000,00
Microempresa (ME)	Lei nº 123/06 de 14/12/2006	Até R\$ 360.000,00
Empresa de pequeno porte (EPP)	Lei nº 123/06 de 14/12/2006	De 360.000,01 até 3.600.000,00

Fonte: Adaptado de Tajra (2014).

Tabela 2: Classificação das empresas segundo a quantidade de colaboradores

Indústria	Comércio e serviços
Micro: Com até 19 empregados	Micro: Até 9 empregados
Pequena: De 20 a 99 empregados	Pequena: De 10 a 49 empregados
Média: 100 a 499 empregados	Média: De 50 a 99 empregados
Grande: Mais de 500 empregados	Grande: Mais de 100 empregados

Fonte: Adaptado pelos autores, baseado em Tajra (2014).

2.2.1. Microempreendedores Individuais

Conforme Tajra (2014, p. 81) Os microempreendedores individuais são uma opção de natureza jurídica utilizada pelos empreendedores de pequeno porte, cujo trabalhador informal puderam se formalizar, sendo amparados pela Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, criando condições favoráveis para tais profissionais nessa modalidade, o empreendedor é beneficiado pela isenção dos impostos federais, pagando apenas uma taxa mensal, sendo que parte será destinada ao imposto sobre mercadorias e serviços (ICMS) ou imposto sobre serviços (ISS) e, outra parte, à Previdência Social (INSS), o que lhes dá direitos a benefícios como auxílio-maternidade, auxílio-doença, aposentadoria, entre outros.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) o Microempreendedor Individual é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário, podendo se enquadrar em uma ou mais atividades no único CNPJ e ter somente um empregado e possuir receita bruta anual igual ou inferior à R\$ 81.000,00 (SEBRAE).

O Quadro 1 apresenta o quantitativo de microempreendedores individuais da cidade de Volta Redonda.

Quadro 1: Empresas optantes no SIMEI no Município de Volta Redonda

Município	Total Optantes até 30/09/2020
Volta Redonda	17.323

Fonte: Adaptado pelos autores, baseado em Portal empreendedor (2020).

2.2.2 Microempreendedores Individuais do ramo alimentício

Segundo site do Sebrae se caracterizam com fabricação e venda de comida para o público em geral oferecendo os produtos para consumo imediato em locais abertos em pontos permanentes como na própria residência ou estabelecimento comercial, ou então na rua, espaços disponibilizados em pontos específicos ou feiras, usando para isto trailers, carrocinhas e outros. Também vendem alimentos preparados em máquinas de serviços automáticas.

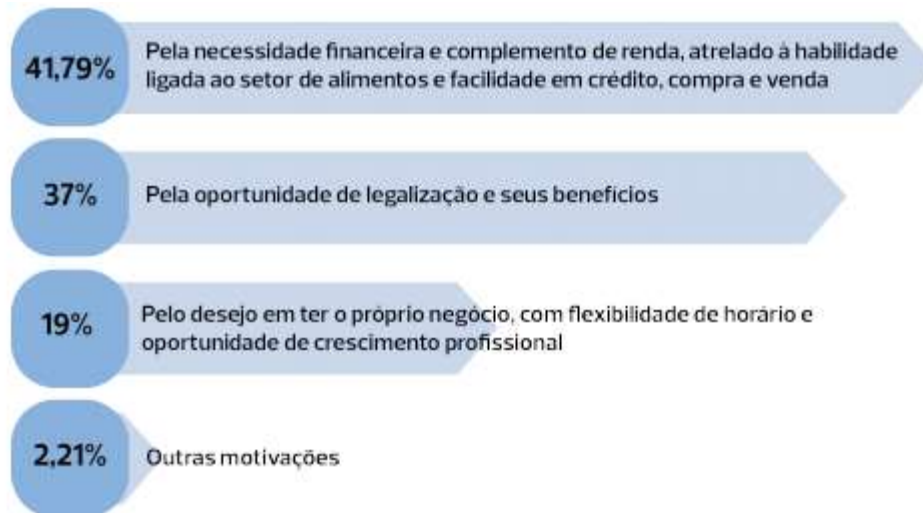
Ocupações que envolvem atividades de manipulação, preparação, fracionamento, armazenamento, distribuição, transporte, exposição à venda e entrega de alimentos preparados ao consumo devem seguir as “Boas Práticas para Serviços de Alimentação”. Com base na Resolução-RDC nº 216/2004 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) são determinadas práticas de higiene que devem ser obedecidas desde a escolha e compra dos produtos a serem utilizados no preparo do alimento, até a venda e entrega para o consumidor. O objetivo é evitar a ocorrência de doenças provocadas pelo consumo de alimentos contaminados (Portal do empreendedor, 2019). A nível Brasil a pesquisa revela que as atividades do ramo alimentício estão entre as vinte mais 23 frequentes, como tabela abaixo:

Tabela 4: Atividades mais comuns entre os MEIs

Posição	Descrição	Sector	Nº de MEI	% do total de MEIs
4º	Lanchonetes e similares	Serviços	150.570	2,8%
6º	Minimercados, mercearias e armazéns	Comércio	123.297	2,3%
7º	Bares e similares	Serviços	119.705	2,2%
8º	Fornecimentos de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	Indústria	114.976	2,2%
12º	Comércio varejista de bebidas	Comércio	94.672	1,8%
19º	Comercio varejista de produtos alimentícios em geral	Comércio	64.225	1,2%

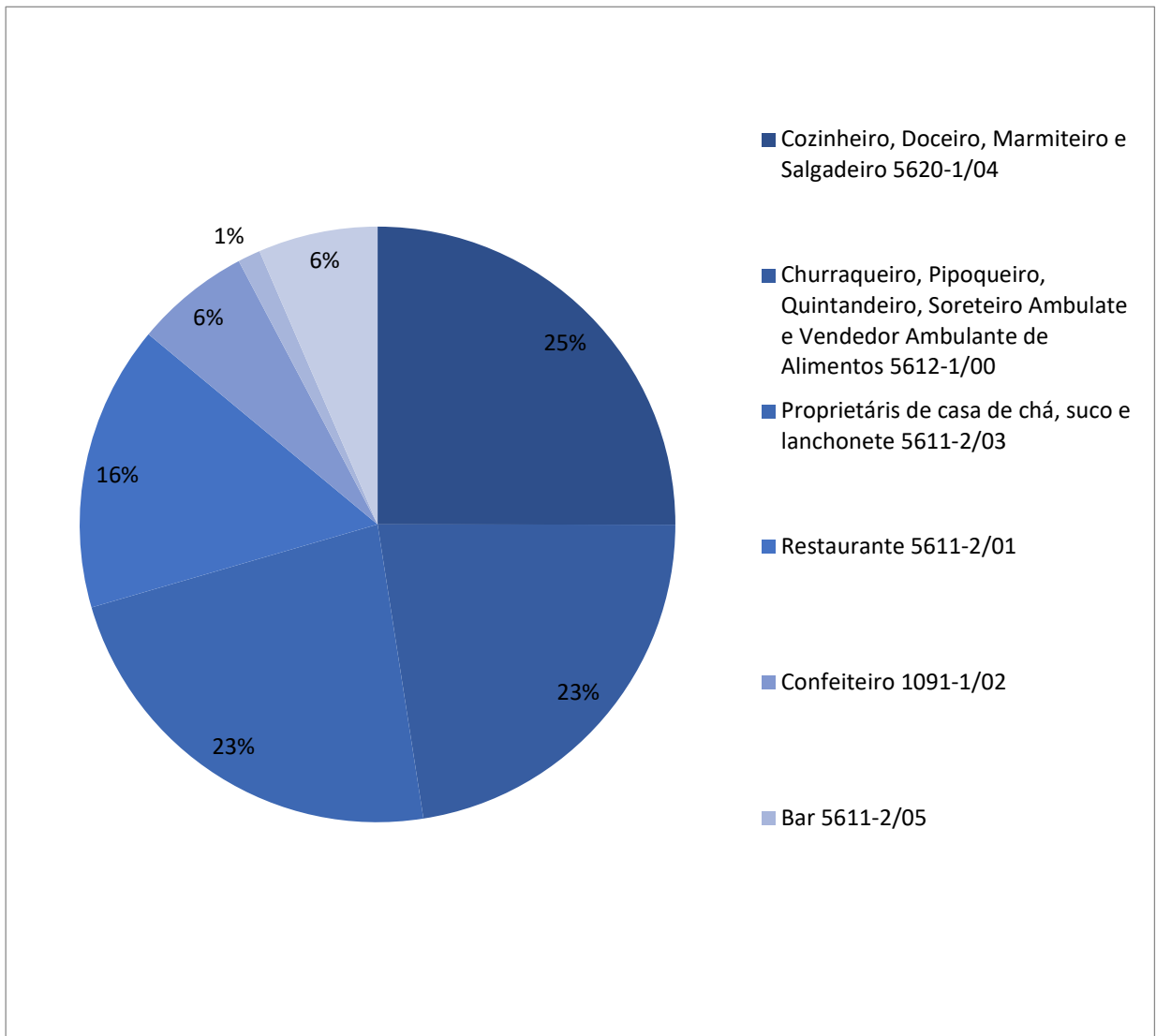
Fonte: Adaptado pelos autores, baseado em SEBRAE (2017).

Segundo a pesquisa do Sebrae as principais razões para se tornar um MEI de alimentos e bebidas são:

Figura 2:Razões que atraem os MEIS de alimentos e bebidas

Fonte: Sebrae (2017)

Figura 3: Microempreendedores Individuais do Ramo Alimentício de Volta Redonda



Fonte: Portal do Empreendedor (2020)

2.3. O cenário da pandemia mundial em 2020

De acordo com a Organização Pan Americana de Saúde (OPAS 2020), em 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial de Saúde (OMS), foi alertada sobre vários casos de pneumonia na cidade de Wuhan, na República popular da China. De acordo com as autoridades chinesas, uma semana após o alerta, estas se tratavam de um novo tipo de coronavírus, denominado em 11 de fevereiro de 2020 por SARS-CoV-2, responsável por causar a doença Covid-19 como síndrome respiratória aguda grave.

Em 30 de Janeiro de 2020, a OMS declarou que o surto do novo coronavírus constituía uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII) – o mais alto nível de alerta da Organização, conforme previsto no Regulamento Sanitário Internacional “um evento extraordinário que pode constituir um risco de saúde pública para outros países devido à disseminação internacional de doenças; e potencialmente requer uma resposta internacional coordenada e imediata”. E em 11 de Março de 2020, a OMS caracterizou a Covid-19 como uma pandemia, devido a distribuição geográfica da doença e não á sua gravidade. Sendo sua designação reconhecida pelo fato de existirem surtos de Covid-19 em vários países e regiões do mundo.

De acordo com a Organização Mundial de Saúde, a prevenção consiste em lavar as mãos com frequência usando água e sabão, ou higienização com álcool em gel 70%. Ao tossir, cobrir a boca e espirrar com um lenço descartável individual. Evitar tocar olhos, nariz e boca com as mãos sujas. Cada indivíduo deve sempre manter uma distância média de 2 metros. Higienizar objetos de uso frequente, evitar o contato físico com as demais pessoas evitando beijos, abraços e apertos de mão, e também, quando precisar sair de casa, utilizar obrigatoriamente máscara e em caso de sintomas da síndrome gripal, deve-se isolar em casa e evitar contato com demais pessoas por 14 dias, com a recomendação de procurar o serviço de saúde caso apresentar dispneia. Caso o diagnóstico for positivo para a COVID-19, o indivíduo deve se ficar em isolamento domiciliar, usar máscara o tempo todo e seguir as demais ações de prevenções.

2.3.1. Covid-19 no Brasil

Conforme Ministério da Saúde a COVID-19 é uma doença causada pelo coronavírus, denominado SARS-CoV-2, que apresenta um espectro clínico variando de infecções assintomáticas a quadros graves. De acordo com a Organização Mundial de Saúde, a maioria (cerca de 80%) dos pacientes com COVID-19 podem ser assintomáticos ou oligossintomáticos (poucos sintomas), e aproximadamente 20% dos casos detectados requer atendimento hospitalar por apresentarem dificuldade respiratória, dos quais aproximadamente 5% podem necessitar de suporte ventilatório. Os sintomas da COVID-19 podem variar de um resfriado, a uma

Síndrome Gripal-SG (presença de um quadro respiratório agudo, caracterizado por, pelo menos dois dos seguintes sintomas: sensação febril ou febre associada à dor de garganta, dor de cabeça, tosse, coriza) até uma pneumonia severa. Sua transmissibilidade acontece de uma pessoa doente para outra ou por contato próximo por meio de toque do aperto de mãos contaminadas, gotículas de saliva, espirro, tosse, catarro, objetos ou superfícies contaminadas, como celulares, mesas, talheres, maçanetas, etc.

Segundo site do Governo o primeiro caso confirmado no Brasil foi no dia 26 de fevereiro no estado de São Paulo, em um homem de 63 anos, com histórico de viagem para Itália, a Organização Mundial da Saúde (OMS) passou a chamar oficialmente a doença causada pelo novo coronavírus de Covid-19, onde Covid se refere ao Corona Vírus Disease (Doença do Coronavírus), e “19” é relacionado ao ano de 2019, as confirmações de morte pelo vírus e o aumento de pessoas infectadas, alertou a OMS para a transmissibilidade do vírus de forma comunitária o ministério da saúde junto com o governo estabeleceram planos de contingencia para lidar com a propagação do vírus em diferentes estados do Brasil. Segundo o Ministério da Saúde, faz-se necessário o isolamento total de todas as atividades não essenciais no período de pandemia.

2.3.2. Legislação e impactos do isolamento social

Em 04 de fevereiro de 2020 o Ministério da Saúde enviou o Projeto de Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, que foi sancionado pelo Presidente da República pelo qual “dispõe sobre as medidas para enfrentamento da emergência da saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus pelo surto de 2019”:

Conforme Art. 2º da Lei 13.979, considera-se:

I - Isolamento: separação de pessoas doentes ou contaminadas, ou de bagagens, meios de transporte, mercadorias ou encomendas postais afetadas, de outros, de maneira a evitar a contaminação ou a propagação do coronavírus; e

II - quarentena: restrição de atividades ou separação de pessoas suspeitas de contaminação das pessoas que não estejam doentes, ou de bagagens, contêineres, animais, meios de transporte ou mercadorias suspeitos de contaminação, de maneira a evitar a possível contaminação ou a propagação do coronavírus.

Possibilitando as autoridades a adotarem no âmbito de suas competências de acordo com o Art. 3º, entre outras, as seguintes medidas:

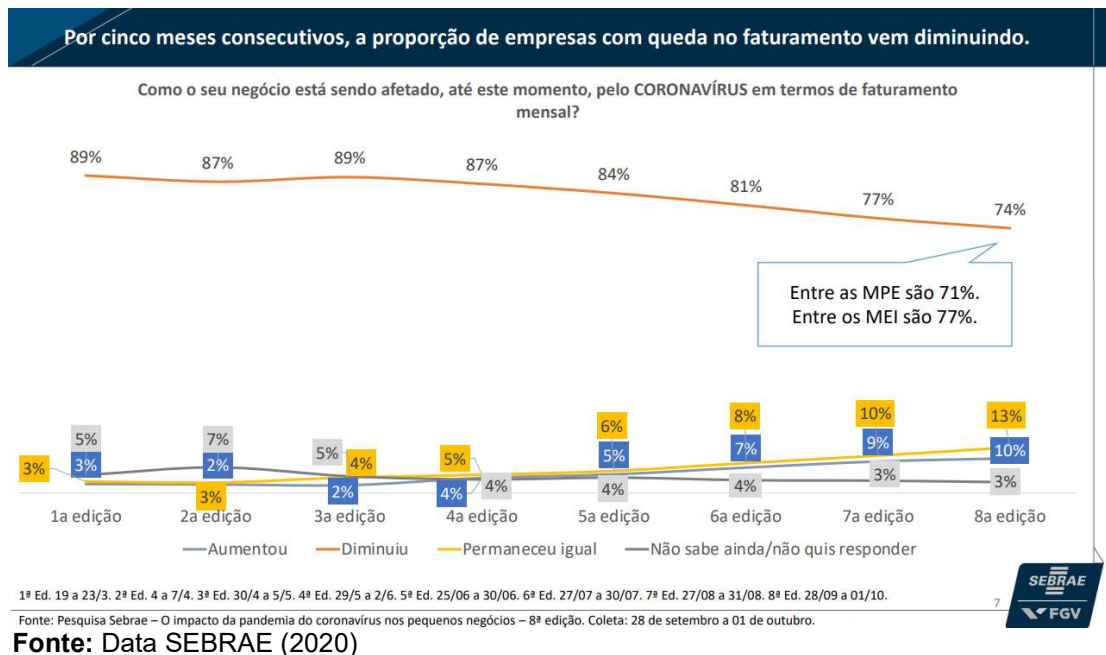
- I - isolamento;
- II - quarentena;
- III - uso obrigatório de máscaras de proteção individual;
- VI - restrição excepcional e temporária, por rodovias, portos ou aeroportos, de:
 - a) entrada e saída do País; e
 - b) locomoção interestadual e intermunicipal;

Desta forma, no uso de suas obrigações e de acordo com o decreto municipal nº 16.084, o Prefeito Municipal de Volta Redonda, respeitando teor do decreto estadual nº 46.980, que atualiza sobre medidas temporárias de prevenção ao contágio e de enfrentamento da propagação decorrente do novo CORONAVÍRUS (COVID-19), decreta em seu Art. 2º a suspensão das atividades abaixo:

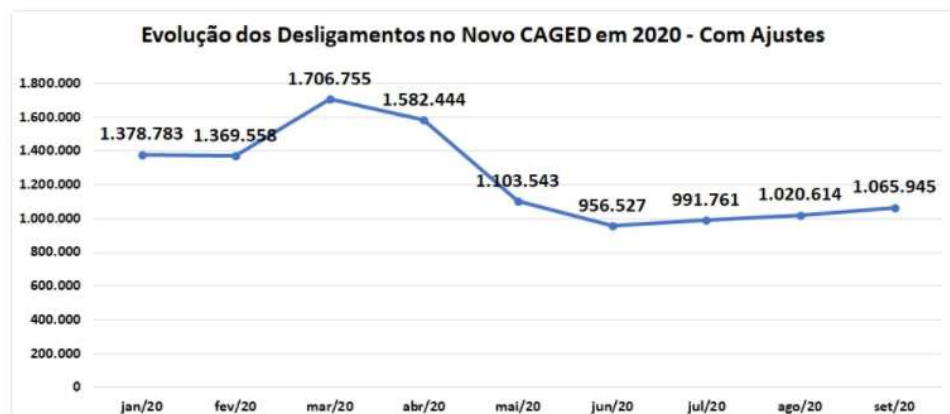
- I - o funcionamento da feira livre e do comércio ambulante;
- II - a realização de missas, cultos, reuniões ou encontros em igrejas, templos ou afins;
- III - o funcionamento de bares, restaurantes e lanchonetes, sendo permitidos os serviços de entrega à domicílio “delivery” ou a entrega aos consumidores de produtos embalados para consumo em outros locais, sendo vedada a permanência dos consumidores no interior dos referidos estabelecimentos.

Com isso, muitas empresas tiveram que manter seus estabelecimentos fechados á fim de amenizar a transmissão do vírus.

Conforme aponta pesquisa realizada pelo SEBRAE em conjunto com a Fundação Getúlio Vargas, houve resultando na diminuição do faturamento mensal em todos os ramos e portes das empresas que acarretaram um aumento de demissões conforme informa o Novo CAGED (Cadastro Geral de Empregos e Desempregados) 2020:

Figura 4: O impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios - Faturamento

De acordo com a pesquisa acima, a proporção de empresas com queda no faturamento vem diminuindo consequentemente, porém havendo um consequente resultado no total dos desligamentos do ano de 2020, mas com redução aos meses de melhoria no faturamento.

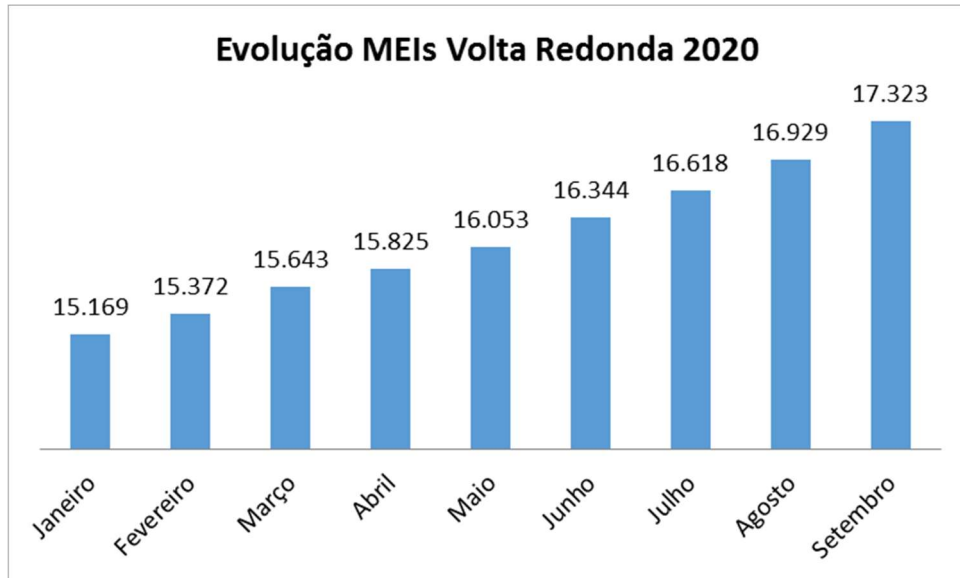
Figura 5: Evolução dos Desligamentos no Novo CAGED em 2020

Fonte: Novo CAGED (2020)

Para Dornelas (2020), a falta de emprego é um dos motivos que impulsionam a prática de empreendedorismo. Em dados lançados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE em 2020, a quantidade de

microempreendedor individual cidade de Volta Redonda aumentou gradativamente em forma de resposta aos elevados índices de desemprego conforme menciona a tabela abaixo:

Figura 6: Evolução MEI 2020



Fonte: Portal do Empreendedor (2020)

3. METODOLOGIA

A metodologia de pesquisa pode ser classificada de diversas formas de acordo com Vergara (2016). Estas possuem várias taxionomias do tipo de pesquisas, porém a mesma as classificou em dois aspectos básicos: quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins de investigação, ela pode ser: exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada e intervencionista. Já quanto aos meios de investigação, ela pode ser; pesquisa de campo, pesquisa de laboratório, documental, bibliográfica, experimental, ex post facto, participante, pesquisa-ação e estudo de caso.

Nessa pesquisa, visando o objetivo deste trabalho, buscou-se utilizar como meios de investigação a pesquisa de campo, com utilização de questionário via forms.app conforme anexo A com microempreendedores individuais do ramo alimentício da cidade de Volta Redonda-RJ e pesquisa bibliográfica, buscando coletar e analisar os conceitos e teorias referentes à estratégia, planejamento estratégico, competitividade, classificação das empresas e pandemia 2020. Quanto aos fins de investigação, utilizou-se a metodologia exploratória e descritiva que de

acordo com Vergara (2016) “é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado expõe características descritivas de determinada população ou determinado fenômeno”, foi realizada a pesquisa com 69 empreendedores do ramo alimentício cujo 59 são da cidade de Volta Redonda. Destes, 30 são registrados como Microempreendedores Individuais.

Portanto, visou-se demonstrar importância do planejamento estratégico para os microempreendedores individuais se manterem ativos diante de crises econômicas.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Na fase de investigação, de acordo com Biagio e Batocchio (2012), definir missão e visão de uma empresa é o caminho para o futuro. Desta forma, questionamos aos microempreendedores individuais do ramo alimentício se eles possuíam metas e objetivos definidos e 74% declaram ter estabelecido metas e objetivos para seu negócio e apenas 3% não sabem seu significado.

Para Chiavenato (2020), o planejamento estratégico é planejar o foco e a direção estratégica de onde a organização pretende ir garantindo a competitividade e a sustentabilidade para o alcance de seus objetivos. Dentre microempreendedores entrevistados 83% disseram possuir um planejamento para manter seu negócio ativo e 50% informaram que sua estratégia é satisfatória, 43% disseram que sua estratégia pode melhorar diante do cenário e 77% dos entrevistados declaram entender que sua empresa é competitiva no mercado.

Conforme pesquisa divulgada pelo Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2020) sobre os impactos do Covid 2019, cerca de 77% dos Microempreendedores individuais do segmento de serviços de alimentação declaram que seu faturamento diminuiu durante a pandemia 2020. Através dos dados obtidos na entrevista, 43% informaram que seus resultados melhoraram e apenas 14% disseram que pioraram, os demais declaram ser indiferente seu faturamento durante a pandemia.

De acordo com Chiavenato (2012), o empreendedor “deve ter visão panorâmica em um mundo dinâmico e complexo”. Desta forma, questionados sobre

a visão de mercado do seu negócio, 83% dos Microempreendedores Individuais declaram ter visão de futuro para seu negócio e do mercado econômico de onde seu segmento se enquadra.

Conforme dados divulgados pelo Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2020), houve aumento de 1.680 Microempreendedores Individuais da cidade de Volta Redonda durante o período de pandemia. De acordo com a tabela abaixo, 64% dos entrevistados declaram que se tornaram microempreendedor do ramo alimentício em menos de um ano.

Tabela 5: Tempo de Registro como Microempreendedor Individual da Cidade de Volta Redonda

Tempo de Registro (MEI)	Frequência	%
Menos de seis meses	12	40
Seis Meses a um ano	7	23,33
1-2 anos	2	6,67
3 ou mais anos	9	30
Total	30	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2020)

Para Dornelas (2020), uma das características de um empreendedor de sucesso é saber explorar o máximo de oportunidades, de forma que suas ideias são geradas daquilo que se consegue manusear e transformar em oportunidade. Dentre os entrevistados, 74% viram como oportunidade de crescimento o cenário da pandemia, onde 67% inovaram para ser um diferencial no mercado e 60% declararam ter se registrado como um microempreendedor individual do ramo alimentício pela oportunidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em tempos de uma pandemia mundial, as decisões tomadas não serão semelhantes às soluções em um período normal. Sem planejamento estratégico, uma empresa pode ser levada a decadência, devido decisões equivocadas, sendo necessário elaborar planos de emergência, se reinventar e buscar soluções em períodos de isolamento social. Ter um planejamento estratégico ameniza os impactos e incertezas do negócio diante do mercado. Desta maneira, considerando o objetivo do estudo, buscamos demonstrar a importância do planejamento estratégico para o Microempreendedor Individual do ramo alimentício da cidade de

Volta Redonda para se manter no mercado devido as novas mudanças diante do isolamento social da pandemia de Covid-19.

Desta forma, foi possível verificar que a maioria dos microempreendedores individuais do ramo alimentício de Volta Redonda declararam possuir conhecimento sobre a importância do planejamento estratégico, onde através da implantação desta ferramenta, pôde contribuir para seu grau de sucesso e visibilidade de suas metas e objetivos diante o cenário atual da Pandemia 2020. Percebe-se também que mesmo com pouco tempo de negócio e com o crescimento gradual na economia, os microempreendedores individuais através da análise de mercado e prática do planejamento estratégico, conseguiram distinguir as oportunidade e ameaças de mercado garantindo assim sua permanência no mesmo.

Por fim, diante das limitações do presente estudo, baseado no tamanho da amostra, bem como do contexto do cenário de pandemia, recomenda-se a ampliação dos estudos para cada tópico aqui abordado devido sua relevância e crescimento dos microempreendedores individuais de acordo com os dados informados nesta pesquisa.

REFERÊNCIAS

AQUINO, Vanessa; MONTEIRO, Natália. **Brasil confirma primeiro caso da doença.** Ministério da Saúde, 2020. Disponível em: <<https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/46435-brasil-confirma-primeiro-caso-de-novo-coronavirus>>. Acesso em: 8 de abr. 2020.

BIAGIO, L. A.; BATOCCHIO, A.; **Plano de Negócios: Estratégia para Micro e Pequenas Empresas.** 2. ed. Barueri, SP, Manole, 2012.

BOSELLI, André; SANTOS, Rafa. **Lei nacional prevê adoção de isolamento e quarentena, mas medidas são polêmicas.** Consultor Jurídico, 2020. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2020-mar-11/lei-nacional-preve-adocao-isolamento-quarentena>>. Acesso em: 8 de abr. 2020.

BRASIL. LEI Nº 13.979, DE 6 DE FEVEREIRO DE 2020. **Diário Oficial da União.** 2020. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-13.979-de-6-de-fevereiro-de-2020-242078735>> Acesso em: 10 de out. 2020.

BRASIL. **Ministério da Saúde declara transmissão comunitária nacional.** Ministério da Saúde, 2020. Disponível em: <<https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/46568-ministerio-da-saude-declara-transmissao-comunitaria-nacional>>. Acesso em: 03 de abr. 2020.

CAMARGOS, M. A.; DIAS, A. T. **Estratégia, Administração Estratégica e Estratégia Corporativa: Uma síntese teórica.** Caderno de Pesquisas em Administração, v. 10, n. 1, 2003.

CHIAVENATO, José. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso.** 4. Ed. São Paulo: Empreende, 2020.

CHIAVANETO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DATA SEBRAE. **O Impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios, 2020.** Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/covid/>> Acesso em 14 de nov. 2020.

DECRETO Nº 16.084. **PREFEITURA MUNICIPAL DE VOLTA REDONDA,** 2020.<https://new.voltaredonda.rj.gov.br/images/2020/COVID-19/Decreto_16084-Covid.pdf>. Acesso em 20 de jun. 2020.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso.** 4. Ed. São Paulo: Empreende, 2020.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.** 7. Ed. São Paulo: Empreende, 2018.

G1 Globo. **Brasil deve atingir marca histórica de empreendedorismo em 2020.** Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2020/06/brasil-deve-atingir-marca-historica-de-empreendedorismo-em-2020.html>> Acesso em 04 de out. 2020.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing.** Ed. São Paulo: Novo Milênio, 2000.
MINTZBERG, Henry; et al. **O processo da estratégia: Conceitos, contextos e casos relacionados.** 4 ed. São Paulo, 2003.

MINTZBERG, Henry. **Managing: desvendando o dia a dia da gestão.** Porto Alegre: Bookman, 2010.

NUTH, Daniela. **Empreendedorismo no Brasil.** Portal Empreendedor, 2019. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/uma-analise-do-empreendedorismo-no-brasil>> Acesso em: 04 de nov. 2020.

OPAS. **Brasil confirma primeiro caso de infecção pelo novo coronavírus, 2020.** Disponível em: <https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=613:brasil-confirma-primeiro-caso-de-infeccao-pelo-novocoronavirus&Itemid=812>. Acesso em: 8 de abr. 2020.

PEREIRA, Maurício Fernandes. **Administração estratégica.** Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC, 2011.

PORTAL EMPREENDEDOR. **Apresenta os relatórios estatísticos que consideram todos os MEIs formalizados no Portal ou optantes do SIMEI, 2020.** Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>>. Acesso em 14 de out. 2020.

SEBRAE. **Pequenos negócios que se adaptam conseguem ampliar faturamento durante a crise, 2020.** Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/pequenos-negocios-que-se-adaptam-conseguem-ampliar-faturamento-durante-a-crise,4476b93b7d0a1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 18 de out. 2020.

SEBRAE, **Perfil do microempreendedor individual de alimentos e bebidas no Brasil, 2017.** Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/artigos-tecnicos-panificacao/mei1.pdf>>. Acesso em 03 de out. 2020.

SEBRAE, **65 Ideias de Negócios nas áreas de Alimentos e Bebidas, 2020.** Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/artigos/65-ideias-de-negocios-nas-areas-de-alimentos-e-bebidas,5518e63a7eaf9510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em 18 de out. 2020.

RESOLUÇÃO N° 216, DE 15 DE SETEMBRO DE 2004. **Ministério da Saúde Agência Nacional de Vigilância Sanitária.** Disponível em: <https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2004/res0216_15_09_2004.html> Acesso em 04 de out. 2020.

TAJRA, Sanmya Feitosa. **Empreendedorismo Conceito e Aplicação.** 2. Ed. São Paulo: Érica, 2014.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 16. Ed. São Paulo: Atlas, 2016.

WELLE, Deutsche. **China tem 1ª morte por misteriosa pneumonia viral.** G1 Globo, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/01/11/china-tem-1a-morte-por-misteriosa-pneumonia-viral.ghtml>>. Acesso em 07 de abr. 2020.

ANEXO A - Roteiro de Entrevista

Você está inscrito como MEI (Microempreendedor individual)?

Sim

Não

Seu empreendimento é da cidade de Volta Redonda?

Sim

Não

Seu empreendimento é do ramo alimentício?

Sim

Não

Há quanto tempo você é um microempreendedor individual?

Menos de seis meses

Seis meses a um ano

1 - 2 anos

3 ou mais anos

Sua empresa possui objetivos e metas?

Sim

Não

Como você avalia o cenário atual para o crescimento do seu empreendimento?

Oportunidade

Dificuldade

Há um planejamento para manter seu negócio ativo?

Sim

Não

Você considera sua empresa competitiva no mercado diante do cenário atual?

Sim

Não

Você precisou inovar diante ao cenário para se manter ativo no mercado?

Sim

Não

Como você avalia a estratégia utilizada por sua empresa?

- Satisfatória
- Eficaz
- Pode melhorar
- Diferencial no mercado

Você possui visão de futuro no qual seu negócio se enquadra?

- Sim
- Não

Como você considera seus resultados durante a pandemia?

- Melhoraram
- Pioraram
- Indiferente

O que lhe motivou a se tornar um Microempreendedor individual?

- Oportunidade
- Necessidade
- Outros