

Artigo de atualização

Os impactos financeiros da Covid-19 nos negócios

Juliana Reis Bernardes¹, Bárbara Letícia de Sousa Silva², Thais Cristina Ferreira Lima³

¹Mestra em Administração e Desenvolvimento empresarial. Docente – Faculdade de Floriano - FAESF e Universidade Federal do Piauí – UFPI. Contato: julianareisbs@gmail.com

²Especialista em Auditoria e Controladoria e em Contabilidade Fisco Tributária. Docente - Faculdade de Floriano – FAESF.

³Discente – Administração - Centro Universitário Santo Agostinho - UNIFSA

RESUMO

O presente artigo discute os impactos financeiros da Covid-19 nos negócios. Para tal, foi realizado um estudo exploratório e descritivo fundamentado em uma revisão bibliográfica e análise documental. Os resultados indicam que as empresas já estão sofrendo bruscamente as consequências da pandemia por Covid-19, em especial os pequenos negócios. Estes já registram queda de 88% no faturamento. Os segmentos que mais tem sofrido os impactos da pandemia são Educação, Turismo, Economia Criativa, Moda e Beleza. O comércio eletrônico tem sido uma válvula de escape para as empresas continuarem na ativa e tem sido bem aceito pelos consumidores. Contudo, observa-se que muitos pequenos empreendimentos não estão preparados para essa modalidade de comércio.

Palavras-chave: coronavírus, impactos financeiros, negócios, economia.

ABSTRACT

This article discusses the financial impacts of Covid-19 on business. To this end, an exploratory and descriptive study was carried out based on a bibliographic review and document analysis. The results indicate that companies are already suffering sharply from the consequences of the Covid-19 pandemic, especially small businesses. These have already registered an 88% drop in sales. The segments that have suffered the most from the pandemic are Education, Tourism, Creative Economy, Fashion and Beauty. E-commerce has been an escape valve for companies to remain active and has been well accepted by consumers. However, it is observed that many small enterprises are not prepared for this type of trade.

Keywords: coronavirus, financial impacts, business, economy.

INTRODUÇÃO

O coronavírus 2019 (COVID-19) é uma doença infecciosa, que surgiu na China, em dezembro de 2019, causada pelo novo coronavírus (SARS-CoV-2) da Família Coronaviridae, e se espalhou para outros países, incluindo o Brasil (SATOMI et al, 2020). A COVID-19 é considerada um dos maiores desafios sanitários mundiais do século (BARRETO et al., 2020).

Fatores como insuficiente conhecimento científico, alta velocidade de disseminação e, no contexto brasileiro, desigualdade social e demográfica, fazem com que aja uma incerteza na escolha de estratégias de enfrentamento da pandemia (BARRETO et al., 2020). Seguindo recomendações da Organização Mundial de Saúde (OMS), governadores e prefeitos optaram por tomar medidas de

isolamento social. Essas medidas afetaram, diretamente, o mundo dos negócios, fazendo com que as empresas que possuem atividades não essenciais tivessem suas portas fechadas.

Ademais, observa-se através de dados apresentados por países que já afrouxaram o isolamento social que o consumo de bens e serviços não volta de imediato, justamente pelo receio de contágio por parte dos consumidores.

Nessa perspectiva, esse estudo tem como objetivo evidenciar os impactos da Covid-19 nos negócios. Para tal, foram realizados levantamentos em bases científicas e uma pesquisa documental em sites como Sebrae, jornais de grande circulação e revistas de negócios.

Esse estudo se torna importante, tendo em vista a escassez de estudos na área, por se tratar de um fenômeno recente e ainda pouco investigado.

O IMPACTO FINANCEIRO DA COVID-19

A pandemia causada pelo vírus SARS-CoV-2 vem causando impactos não só na área biomédica e epidemiológica, mas, também, impactos sociais, econômicos, culturais, políticos e históricos inestimáveis (FIOCRUZ, 2020), impactando pessoas de todas as áreas. Milhões de pessoas perderam seus empregos, governos tiveram que aumentar, consideravelmente, os gastos com saúde e ajudar financeiramente as empresas e as pessoas (BUSS e TOBAR, 2020).

Antes mesmo da crise mundial recente, a divulgação do crescimento do PIB real de 2019 decepcionou: um crescimento de 1,1% ao ano, contra a previsão do Focus de 2,5% no início de 2019. Este resultado evidenciou que estamos desde 2017 com uma economia estagnada (crescimento da renda per capita entre 0,3% a 0,4% ao ano), um fenômeno sem precedentes nas últimas décadas (OREIRO, DE PAULA, 2020)

A pesquisadora Camila da Silva Serra Comineti, da Fundação Universidade Federal do Mato Grosso do Sul revela que os pequenos negócios tendem a sofrer ainda mais as consequências da crise causada pela pandemia, tendo em vista que esses negócios, muitas vezes, são iniciados sem um planejamento de atividades e a tomada de decisão é tomada baseada em experiências anteriores ou intuitivamente (AMIN, 2020).

Ainda segundo a pesquisadora, “quando os pequenos negócios são afetados, a economia é afetada como um todo (...). A sobrevivência dos pequenos negócios já era algo preocupante. A crise atual contribuiu para aumentar a taxa de mortalidade neste setor” (AMIN, 2020).

Um levantamento feito pelo Sebrae em abril de 2020 também indicou que os pequenos negócios vêm sendo afetados nesse período de isolamento, registrando queda de 88% do faturamento

Segundo o Sebrae (2020), “um pequeno negócio tem caixa para aguentar apenas 23 dias fechado” e, quando se trata do segmento de beleza, esse número é ainda menor, 17 dias.

Diante disto, as organizações precisam se preparar para um período de recessão pós Covid-19 e de condições de negócios adversas. Para a maior parte das organizações, a receita perdida nesse período pode representar uma perda permanente e exercer pressões em sua liquidez e nas fontes de capital de giro.

Tabela 1 – Impactos do Coronavírus nos pequenos negócios

Segmento	Impacto observado no Brasil, levando em consideração uma semana normal
Comércio varejista	Apresentou queda de 27%. Quando se trata do pequeno negócio registra queda de 69%. Contudo, o comércio eletrônico cresceu 3,6%
Moda	Queda de 77%. Já o comércio eletrônico aumentou 15%
Alimentos e bebidas	Queda de 66%.
Construção civil	Queda de 62%.
Beleza	Queda de 76%. As vendas online de perfumaria e cosméticos cresceram 3,7% nos últimos dias.
Logística e transporte	Queda de 70%.
Oficinas e peças automotivas	Queda de 69%, número bem maior quando se compara com grandes empresas do segmento que registraram queda de 28%.
Saúde	Queda de 64%. Contudo, o segmento de farmácias registrou queda menor de 15%.
Educação	Queda de 87%.
Turismo	Queda de 87%.
Artesanato	Queda de 70%.
Indústria de base tecnológica	Queda de 62%.
Pet shops e serviços veterinários	Queda de 51%.
Economia criativa	Queda de 80%.

Fonte: Adaptado de Sebrae (2020). Pesquisa "O impacto do Coronavírus nos Pequenos negócios" realizada pelo Sebrae com mais de 6 mil empresários e em pesquisas de mercado.

Estratégias utilizadas por empreendedores para manter seus negócios ativos

A pandemia causada pela Covid-19 fez com que muitos empreendedores tivessem que repensar a forma como conduzir seus negócios para mantê-los ativos, fazendo com que muitos aderissem ao comércio eletrônico. Segundo o Sebrae (2020), o comércio eletrônico tem crescido com a crise também nos pequenos negócios.

Ademais, observa-se que os consumidores estão cada vez mais propensos realizarem suas compras de forma on-line. Um levantamento realizado no mês de março pela NZN Intelligence indicou que 71% dos brasileiros estão dispostos a aumentar o volume de compras online (CONTENT, 2020).

Contudo, observa-se que empreendedores de pequenos negócios estão encontrando muitas dificuldades para operacionalizar seus negócios através desse tipo de comércio, visto que essa não era uma realidade para muitas empresas (CABRAL, 2020).

Diante dessa situação, empresas grandes estão usando sua *expertise* com vendas online para auxiliar os pequenos negócios. A Magazine Luiza é um exemplo de empresa que tem tido tal atitude. Com o projeto Parceiro Magalu, microempreendedores individuais e empresas, com faturamento até 5 milhões de reais por ano, podem cadastrar seus estoques no site e aplicativos da

empresa e, com isso, passaram a estar conectados a mais de 20 milhões de clientes da companhia, pagando uma taxa de 3,99%, por venda, até 31 de julho de 2020 (CABRAL, 2020).

A Coca-Cola Brasil e o Instituto Coca-Cola Brasil também desenvolveram formas de auxiliar os pequenos negócios nesse momento de grande dificuldade. Essas empresas criaram o fundo “Estamos nessa juntos” “com o objetivo de combater os efeitos da crise do coronavírus na atividade de catadores de material reciclável. Os recursos do fundo serão direcionados às organizações não governamentais e instituições ligadas a empregabilidade, acesso à água e reciclagem, que já trabalharam com a Coca-Cola Brasil” (CABRAL, 2020).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo evidenciar os impactos da Covid-19 nos negócios. Observou-se, através de análise documental que as empresas têm sido fortemente impactadas, principalmente as micro e pequenas empresas.

Verificou-se também que o comércio eletrônico tem sido cada vez mais uma ferramenta utilizada pelas empresas para se manterem ativas, visto que as suas lojas físicas estão fechadas, cumprindo as determinações de isolamento social dos estados e municípios.

Contudo, é importante destacar que muitos empreendimentos, principalmente os de pequeno porte ainda não estão familiarizados com essa nova modalidade de comércio. Ademais, não possuem estrutura necessária para competir com as grandes empresas.

Vivemos uma crise epidemiológica que afeta todos os setores da economia em menor ou maior escala. É importante que as empresas sejam proativas ao avaliar suas capacidades de suportar rompimentos tanto operacionais quanto financeiras e que a tomada de decisão seja realizada para minimizar os problemas reais ou potenciais.

Como sugestão de futuros estudos, estes podem ser conduzidos no sentido de analisar de que forma os efeitos da pandemia está afetando as empresas.

É importante destacar que, no final de abril de 2020, algumas cidades afrouxaram medidas de isolamento e alguns varejistas brasileiros reabriram suas lojas. Contudo, o que se observa é um caminho íngreme para a normalidade, tendo em vista o fortalecimento do comércio eletrônico (REUTERS, 2020). Teríamos, nesse cenário, um caminho sem volta, tendo o em vista um novo comportamento do consumidor? Cabe a estudos posteriores responderem a esse questionamento e identificarem o impacto dessa possível mudança na vida financeira das empresas.

REFERÊNCIAS

- AMIN, V. **Pesquisadores estudam impactos da crise atual nos pequenos negócios**. Disponível em <https://www.ufms.br/pesquisadores-estudam-impactos-da-crise-provocada-pela-covid-19-em-pequenos-negocios/>. Acesso em 02 de maio de 2020.
- BARRETO, Mauricio Lima et al . O que é urgente e necessário para subsidiar as políticas de enfrentamento da pandemia de COVID-19 no Brasil?. **Rev. bras. epidemiol.**, Rio de Janeiro , v. 23, 2020.
- BUSS, Paulo Marchiori; TOBAR, Sebastián. A COVID-19 e as oportunidades de cooperação internacional em saúde. **Rev. Saúde Pública** , Rio de Janeiro, v. 36, n. 4, 2020.

CABRAL, K. **Empresas ajudam pequenos negócios em meio a pandemia do coronavírus.** Disponível em <https://cebds.org/empresas-ajudam-pequenos-negocios-em-meio-a-pandemia-do-coronavirus>. Acesso em 04 de maio de 2020.

CONTENT, A. B. **Oportunidade na crise:** loja digital é saída para ninguém parar. Disponível em <https://exame.abril.com.br/negocios/oportunidade-na-crise-loja-digital-e-saida-para-ninguem-parar>. Acesso em 04 de maio de 2020.

FIOCRUZ. **Impactos sociais, econômicos, culturais e políticos da pandemia.** Disponível em <https://portal.fiocruz.br/impactos-sociais-economicos-culturais-e-politicos-da-pandemia>. Acesso em 04 de maio de 2020.

OREIRO, J.; DE PAULA, L. F. **O Liquidacionismo de Guedes Aprofunda a Crise:** Urge a suspensão do Teto de Gastos, criando espaço legal para uma política de expansão dos gastos públicos. Valor Econômico, [S. l.], Coluna Opinião, p. 1-7, 2 abr. 2020. Disponível em: <https://valor.globo.com/opiniaao/coluna/o-liquidacionismo-de-guedes-aprofunda-a-crise.ghml>. Acesso em: 05 Maio. 2020.

SATOMI, Erika et al . Fair allocation of scarce medical resources during COVID-19 pandemic: ethical considerations. **Einstein** (São Paulo), São Paulo , v. 18, 2020.