



SÃO LUCAS
JI-PARANÁ • RO

AFYA
EDUCACIONAL

VANESSA DUARTE VIEIRA

MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS: Impacto Causado Pelo Covid-19

Ji-Paraná

2021

VANESSA DUARTE VIEIRA

MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS: Impacto Causado Pelo Covid-19

Artigo Científico apresentado à Banca Examinadora do Centro Universitário São Lucas, como requisito de aprovação para obtenção do Título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Prof. Esp. Silvia
MassonTrescher de Souza

Ji-Paraná

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação - CIP

V658m	Vieira, Vanessa Duarte. Microempreendedores individuais: impacto causado pelo Covid 19. Vanessa Duarte Vieira. – Ji-Paraná, 2021. 28 p. ; il. Artigo Científico (Curso de Ciências Contábeis) – Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná, 2021. Orientadora: Profª. Esp. Sílvia Masson Trescher de Souza. 1. Microempreendedor Individual. (MEI). 2. Setor econômico. 3. Covid-19. 4. Crise da pandemia. 5. Economia. I. Souza, Sílvia Masson Trescher de. II. Título. CDU 334.012.65:338.124.4
-------	---

VANESSA DUARTE VIEIRA

Artigo Científico apresentado à Banca Examinadora do Centro Universitário São Lucas, como requisito de aprovação para obtenção do Título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Prof. Esp. Sílvia MassonTrescher de Souza.

Ji-Paraná, 18 de Junho de 2021

Avaliação/Nota: _____

BANCA EXAMINADORA

Prof^a.Esp. Sílvia MassonTrescher de Souza
Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná

Prof^a.Ms^a Márcia Cristina Teixeira
Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná

Prof. Esp. Danstin Nascimento Lima
Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná

MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS: Impacto Causado Pelo Covid-19 ¹

Vanessa Duarte Vieira²

RESUMO: Impactos causados pela pandemia da Covid-19 vão além da saúde e se refletem no cenário econômico. O Microempreendedor Individual (MEI) é uma das categorias atingidas com intensidade pela crise provocada em decorrência da pandemia. O Brasil chegou no pico da doença, forçando os governantes a tomarem medidas e protocolos de segurança rígidos, estabelecendo o distanciamento social para impedir a propagação do vírus. Conseqüentemente, alguns comércios fecharam as portas, outros tiveram que se adaptar as imposições exigidas e se reinventar para sobreviver no mercado. Diante do cenário negativo em suas atividades, para dá continuidade as suas atividades as empresas tiveram que se adequar com a realidade da pandemia, fazendo investimentos em materiais tecnológicos, uso de máscara, álcool em gel, propiciar trabalhos home Office para funcionários do grupo de risco, entre outras, reduzindo a rentabilidade e comprometendo a saúde financeira das instituições. O trabalho é de cunho qualitativo, de caráter exploratório realizado com indivíduos no município de Machadinho do Oeste, onde mais de 1.087 pessoas desenvolvem atividades classificadas como MEI's. Tendo como objetivo conhecer quais as principais medidas adotadas pelos Microempreendedores diante desse cenário de incertezas para manter o faturamento, avaliar os efeitos das linhas de créditos disponibilizadas e as políticas governamentais voltadas para esse ramo de atuação e analisar a variação do preço dos produtos e serviços oferecidos durante o período que perdura esse vírus. Através do estudo foi possível verificar que os microempreendedores ainda enfrentam momentos difíceis, o cenário econômico ainda é incerto, necessitando de políticas públicas mais acessíveis que proporcionem meios e estratégias para manter a empresa no mercado, contribuindo com o planejamento e estratégias diante da crise

Palavras-chave: Microempreendedor Individual (MEI). Covid-19. Setor econômico.

INDIVIDUAL MICROENTREPRENEURS: Impact Caused By Covid-19

ABSTRACT: Impacts caused by the COVID-19 pandemic go beyond health and are reflected in the economic context. The Individual Micro entrepreneur (MEI) is one of the categories most affected by the crisis caused due to the pandemic. Brazil reached the highest level of the disease, forcing the government to take strict security measures and protocols, establishing social distance to prevent the spread of the virus. Consequently, some businesses closed their doors, others had to adapt to the imposed requirements and reinvent themselves to hold in the market. In view of the negative scenario in their activities, in order to continue active, companies had to adapt to the reality of the pandemic, making investments in technological materials, wearing a face mask, alcohol gel, providing home office work for employees from the risk group, between others, reducing profitability and compromising the financial health of institutions. The work is of a quantitative type, of an exploratory category carried out with individuals in the municipality of Machadinho D Oeste, where more than 1,087 citizens develop activities classified as MEI's, with the objective of knowing which are the main measures adopted by Microentrepreneurs in the face of these scenarios of uncertainties to maintain income, evaluating the effects of the lines of credit making available and, government

¹Artigo apresentado à Banca Examinadora do Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná 2021, como requisito de aprovação do TCC II em Ciências Contábeis, sob orientação da professora Esp. Sílvia Masson Trescher de Souza. E-mail: silvia.souza@saolucas.edu.br.

²Vanessa Duarte Vieira, Graduando em Ciências Contábeis, 2021. E-mail: vanessa_duartejipa@hotmail.com

policies aimed at this branch of activity, analyzing the variation in the price of products and services offered, during the period that this virus lasts. Through the study, it was possible to verify that micro-entrepreneurs still face difficult times, the economic scenario is still uncertain, requiring more accessible public policies that provide means and strategies to keep the company in the market, contributing to planning and strategies in the face of the crisis.

Keywords: Individual Micro entrepreneur (MEI). Covid-19. Economic sector.

1. INTRODUÇÃO

Diante do cenário que o mundo passa com a pandemia da Covid-19, doença causada pelo Corona vírus, muitas dúvidas e incertezas transitam pela cabeça das pessoas. A realidade exige cautela em todos os âmbitos e também traz consigo fortes problemáticas sócio econômicas, além de todas as preocupações ligadas a saúde dos indivíduos (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2020).

A ausência de respostas médicas de curto prazo ao Corona vírus exigiu-se distanciamento social pelas autoridades governamentais, em uma tentativa de reduzir a transmissão do vírus pela população. Porém esse distanciamento desencadeou a interrupção das atividades econômicas cruciais (GIONES et AL,2020).

Outro fator que também está afetando principalmente as pequenas empresas são as medidas de segurança, pois elas geram custos aos empreendimentos que antes não eram recomendadas pelas agências de vigilância de saúde.

A pesquisa foi realizada no primeiro semestre de 2021 na cidade de Machadinho D Oeste – RO, tendo como objetivo geral: verificar as ferramentas utilizadas pelos Microempreendedores para superação do impacto causado pela pandemia em seus empreendimentos. E tendo como objetivo específico: observar a relevância das políticas do governo de apoio aos pequenos negócios, detectar quais medidas estão sendo tomadas para diminuir os custos neste período de Pandemia e identificar quais ferramentas utilizadas foram mais eficazes.

A situação atual exigiu mais do que nunca que os empresários de pequeno ao grande porte sejam inovadores, assim é feita a abordagem do tema empreendedorismo, com conceitos e sugestões para empreendedores na crise da pandemia. Destacam-se também algumas linhas de créditos oferecidas pelas instituições em parceria com o governo.

A metodologia aplicada nessa pesquisa foi qualitativa, através de roteiro semi estruturado com perguntas abertas, de cunho exploratório, diretamente com microempreendedores.

Os resultados esperados são: Oferecer uma solução sobre o tema; conhecer os impactos causados pelo Covid-19 nos empreendimentos para possíveis medidas a serem tomadas para possibilitar melhorias aos micros empreendedores mediante a crise da pandemia.

1.1 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)

O Microempreendedor Individual conhecido também por MEI é um profissional autônomo, com CNPJ cadastrado. Tem facilidades com a abertura de conta bancária, no pedido de empréstimos e na emissão de notas fiscais, além de ter obrigações e direitos de uma pessoa jurídica.

O empresário individual é aquele que exerce sozinho a atividade empresarial, sendo a própria pessoa física ou natural, sendo que a sua equiparação com a pessoa jurídica, com a aquisição do CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoas Jurídica, servindo apenas para fins de tributação do Imposto de Renda.

As principais características do MEI são: Empresa individual, o faturamento pode chegar até 5 mil reais mensal, ter apenas um empregado com salário mínimo ou piso da categoria, a atividade da empresa deve se enquadrar no simples nacional, não ter empresa em seu nome nem participar de outra empresa como sócio. O processo de formalização do Microempreendedor é simples, pode ser realizado através do endereço eletrônico do Portal do Empreendedor ou através de escritório Contábil de acordo com o art. 14 da Resolução Nº 48, de 11 de outubro de 2018.

Art. 14. O registro e a legalização do MEI poderão ser efetuados por intermédio de escritórios de serviços contábeis optantes pelo Simples Nacional, individualmente ou por meio de suas entidades representativas de classe, por órgãos e entidades dos entes federados, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, por outras entidades, outros prepostos ou pelo próprio Empreendedor, observados o processo e as normas estabelecidas nesta Resolução e mediante a utilização dos instrumentos disponibilizados no Portal do Empreendedor para essa finalidade. (Resolução Nº 48 de 11/10/2018).

Os escritórios que prestam serviços contábeis e as entidades representativas de classe promovem atendimento gratuito, apresentando as informações sobre a documentação exigida e que requisito deve atender, orientando o Empreendedor sobre a atuação no MEI, os benefícios e as obrigações para obter a inscrição, alvará e licenças para o exercício da sua atividade.

1.2 O IMPACTO DO COVID-19 NOS PEQUENOS NEGÓCIOS

Em fevereiro de 2020, o mundo inteiro entra em pânico devido ao aparecimento de um vírus, responsável pela doença Covid-19. Um mês depois, a Covid-19 foi caracterizada pela OMS como uma pandemia, que se refere à distribuição geográfica de uma doença e não à sua gravidade, neste momento admitiu-se que esta doença está em vários países do mundo (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2020).

No início de maio de 2020, a pesquisa do SEBRAE mostra que os cientistas buscam de forma intensa a vacina para cura da doença, enquanto isso o contágio do vírus se espalha e óbitos se multiplicam, com esses acontecimentos muitas pessoas se encontram assustadas.

Diferentemente do ritmo acelerado em que a doença se alastra entre os continentes, muitos países tentam retomar as atividades, seguindo rígidos protocolos de convivência, com várias dúvidas e comum a certeza de que o novo compasso exigirá novos hábitos (SEBRAE, 2020).

E com essa desaceleração da economia em virtude desse alastramento da pandemia, quem mais sofre são os empresários com pouca capitalização.

1.3 EMPREENDEDORISMOS EM TEMPOS DE CRISE

O Empreendedorismo pode ser conceituado como a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolvendo soluções e investindo recursos na criação de algo positivo. Diante do processo de constantes modificações frente ao cenário provocado pela pandemia, a necessidade de empreender para se manter no mercado tornou-se algo necessário principalmente para as pequenas empresas. O empreendedorismo não está ligado apenas a um novo negócio, pois para Zeni (2003) o empreendedorismo tem mais de uma conotação: pode-se chamar de empreendedores aqueles que aceitam seus próprios desafios e organizam seus negócios, são os que empreendem dentro da sua própria empresa, os chamados de intra-empreendedores.

O empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não apenas isso. Precisa saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores,

convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro. Além de energia e perseverança, uma grande dose de paixão é necessária para construir algo a partir do nada e continuar em frente, apesar dos obstáculos, armadilhas e da solidão. O empreendedor é alguém que acredita que pode colocar a sorte a seu favor, por entender que ela é produto do trabalho duro. (DOLABELA, 1999, p.44)

As empresas precisaram adotar novas estratégias e ferramentas para continuar/evoluir suas atividades, com a finalidade de diminuir os impactos negativos da crise da corona vírus, os comércios passaram por grande processo de readaptação, e por intermédio de medidas adotadas, em todos os setores. Fazendo-se necessário um perfil comportamental com habilidades e cautela. Alguns empreendedores viram na crise uma oportunidade de negócio. Segundo Schumpeter (1928) apud Filion (2000) cita que a essência do empreendedorismo está justamente na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios. Provando que o mundo do trabalho não é imutável, demonstrando a necessidade de ser criativo e flexível nesse campo de atuação. Na visão de Filion, (2000):

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas, que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor. (FILION, 2000, p.19).

O período incerto dentro do setor econômico despertou também novas formas de uso dos recursos, alguns empreendedores perceberam que o seu ramo de atuação era inviável mesmo diante dos protocolos de segurança e decidiram atuar em outra área.

1.4 QUEDASNO FATURAMENTO

O elevado número de infectados pela Covid-19 obrigou os governantes a tomar medidas rígidas para amenizar e controlar a doença, em algumas cidades chegou a aplicar o *lockdown*, que em português significa confinamento. As atividades essenciais funcionam com controle das autoridades. O governo impede acessos de algumas pessoas a um perímetro da cidade ou do estado. As pessoas precisam de declarações de suas empresas que testem que elas desempenham uma atividade essencial (G1,2020).

1.4.1 Estratégias de Sobrevivência

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS) a pandemia, provocou nas empresas de pequeno a grande porte, riscos estratégicos e operacionais. Tendo que lidar com atrasos ou interrupção do fornecimento de matérias-primas; mudanças nas demandas de clientes; aumento de custo; insuficiências logísticas; atrasos em entregas. Os empresários começam a se preocupar com a saúde e segurança de seus funcionários a desenvolverem atividades *home-office* para o grupo de risco e a força de trabalho se torna insuficiente, assim as pequenas empresas começam a lidar com os desafios de sobrevivência.

Diante de um cenário de incertezas a nível mundial, onde o comercio busca meios e alternativos para superar os impactos da pandemia e manter sua responsabilidade social e diante da clientela. DELLOITTE, (2020) baseado em situações de crise anteriores e em Planos de Continuidade de Negócios (BCP) (2017) traz algumas recomendações para que as empresas em tempos difíceis:

- Estabelecer equipes de tomada de decisões
- Avaliar os riscos e esclarecer mecanismos de resposta a emergências, planos e divisão de trabalho.
- Estabelecer um mecanismo positivo de comunicação de informações para funcionários, clientes e fornecedores, e criar documentos de comunicação padronizados.
- Manter o bem-estar físico e mental dos funcionários e analisar a natureza de diferentes negócios e trabalhos para assegurar a adequada retomada desses trabalhos.
- Foco em planos de resposta a riscos da cadeia logística de suprimentos.
- Desenvolver soluções para riscos de conformidade e manutenção de relacionamento com clientes decorrentes da inabilidade de retomar a produção em curto prazo.
- Prática de responsabilidade social e gerenciamento de partes interessadas e incorporação de estratégias de desenvolvimento sustentável às tomadas de decisão.
- Criar um plano de gestão de dados dos profissionais, garantindo segurança e confidencialidade de informações.

- As empresas precisam considerar ajustes em seus orçamentos e planos de implantação, planejamento de fluxo de caixa e mecanismos de notificação prévia para comércio internacional
- Melhoria dos mecanismos de gestão de risco.

É preciso algumas ações para manter os clientes ou adquirir novos, a situação atual exige que o empreendedor adapte os seus serviços com as medidas e protocolos de segurança. Mesmo que seja trabalho através do *home Office*, exige criatividade e inovação. “Inovação é a criação e a implementação de uma nova ideia, que pode estar relacionada a uma inovação tecnológica, de processos ou administrativa.” (COOPER, 2003, p. 733).

Percebe-se que o ramo alimentício, mais especificamente, lanchonetes e restaurantes estão investindo em *delivery* e incentivos de fidelização de clientes: cartão fidelidade, bônus para próxima compra, entre outros. O investimento em ações de marketing tem crescido nesse período, a divulgação dos produtos e serviços se faz necessária para que o cliente tenha conhecimento que a empresa continua na ativa.

Drucker (2003) expõe que não é o tamanho da empresa que é impedimento para empreendimento e inovação, é a própria atividade em funcionamento. Operar qualquer coisa – uma fábrica, uma tecnologia, uma linha de produto, um sistema de distribuição – exige esforço constante e atenção incessante. Se há algo que seguramente existe em qualquer tipo de atividade é a crise diária. O problema se dá quando a empresa passa a alocar os recursos, administrar a crise diária e, conseqüentemente, não inova, correndo o risco de entrar em declínio.

É preciso estar atento as estratégias investidas, o microempreendedor precisa certificar que seus serviços terão continuidade pós pandemia, não podendo esquecer que alguns hábitos mudarão. É essencial que tenha conhecimento da real dificuldade enfrentada, considerando todo processo, desde a aquisição dos materiais até a entrega ao cliente.

1.5 MEDIDAS ADOTADAS

O sentimento de insegurança por parte da sociedade, o medo de perder a vida, de fechar as portas do negócio, fez com que o ser humano repensasse as suas

atitudes. A rotina do cotidiano, a busca desenfreada pelo capitalismo fez com que muitas pessoas criassem barreiras de convivência familiar.

O confinamento levou uma reflexão sobre a vulnerabilidade da vida, fazendo com que o indivíduo valorize mais os familiares, amigos, colegas e até mesmo os funcionários, no bem-estar físico e mental de cada um. Grandes partes dos microempreendedores juntaram forças, buscando desenvolver ações conjuntas, a luta pela competição tornou-se uma luta pela sobrevivência de todos, foram adotadas as práticas da solidariedade, da colaboração e do olhar atento ao mundo, deixando de ver a outra empresa como apenas mais um concorrente, mas sim um aliado para enfrentar um grande perigo invisível (MPPR, 2020).

Os trabalhadores autônomos criaram grupos nas redes sociais onde compartilhavam o produto/serviço, como nos *Stories*, *status*, e entre outras. Não há dúvidas do quanto a tecnologia tornou-se crucial para fomentar a economia nesse momento, ajudando no distanciamento e conseqüentemente para a saúde das pessoas. É importante destacar que o *Pix*, meio instantâneo de pagamentos e transferências bancárias, pode ser feito pelo celular a qualquer hora, neste momento de pandemia tornou-se ainda mais comum no dia a dia dos brasileiros em um curto espaço de tempo.

Uma das principais medidas dos decretos referentes à pandemia, foi o grupo de risco, pessoas com mais de 60 anos ou portadora de alguma comorbidade citada no mesmo, tem o direito de exercer suas atividades home *Office*, atividade em destaque antes era tema de discussão no país, foi imposto e mostrou-se extremamente aceitável e respeitosa (GDF,2020).

1.6 A IMPORTÂNCIA DA CRIATIVIDADE EM TEMPO DE CRISE

A criatividade é a capacidade de criar, produzir ou inventar coisas novas, bem como a capacidade de transformar situações e inovar no modo de agir. Criatividade neste momento pandêmico é crucial a reinvenção tem se tornado primordial para os empreendedores sobreviver em meio a crise.

Segundo Schneider (2012, p. 31) o potencial criativo do empreendedor é exigido ao extremo em toda sua empreitada, seja inovando em termos de produtos e/ou serviços que oferece, seja em suas atitudes, decisões, ações e percepções. Afinal manter a criatividade como parte do ser é uma das habilidades do

empreendedor, pois ele sabe que ser criativo é redundância, visto que, por natureza, é um ser criativo.

Criatividade é criar, produzir aquilo que é simultaneamente inusitado e útil. Envolve a capacidade de perceber possibilidades, tolerar ambigüidades, recombina, pensar independentemente, planejar, julga sem preconceitos, perceber analogias, produzir idéias em quantidade, mudar de abordagem ou ponto de vista, e de ser original. (Me Eduque,2011)

Portanto, a criatividade é fundamental na caminhada empreendedora, tanto no âmbito pessoal como no grupal e no organizacional. Um ambiente fértil em criatividade é um ambiente de transformação, de realização, de inovação e de evolução (A CAMINHADA EMPREENDEDORA , 2012).

1.7 REDES SOCIAIS: PRINCIPAL FERRAMENTA DE MARKETING

O mundo capitalista tem impulsionado o avanço da tecnologia, porém ainda há pessoas que não conseguiram se adaptar a essa era moderna. Encontrando dificuldade com o uso de aparelhos eletrônicos e aplicativos. Voos cancelados, aeroportos fechados, passagens adiadas alteraram a programação de muitas famílias, e na área dos negócios não foi diferente. A busca de solução alternativa se fez necessária, para manter os compromissos e não comprometer a saúde financeira das empresas. A visita presencial ao cliente ou do cliente precisou ser substituída pelo vídeo conferencia, às reuniões foram adaptadas para o *Google meet*. Os Investimentos em aparelhos tecnológicos são inevitáveis nessa situação.

O fomento da economia também foi perceptível nas mídias sociais, mais do que nunca as empresas estão investindo em serviços de marketing, aproveitando o momento, já que durante o isolamento o acesso as essas mídias também aumentaram. Facilitando a aproximação com o público-alvo, promovendo campanhas publicitárias, eventos e outras formas de divulgação do produto, como forma de estreitar os laços com os clientes (BLOOMIN, 2020).

Em março de 2020 a empresa de marketing digital *Obvious.ly* com análise de suas próprias publicações o crescimento de acessos nas mídias sociais, tendo como destaque o *Instagram* e o *tiktok*. Segundo a empresa o aumento de curtidas chegou a 76% em duas semanas. Para o microempreendedor que não tem facilidade para

utilizar esses recursos, em sua maioria optam pelo *facebook* por ser uma mídia mais comum no cotidiano, em contrapartida o ele têm possibilitado influências sociais, através de ações voltadas para médias e pequenas empresas no intuito de contribuir de forma positiva para que venham atravessar a crise com menor prejuízo possível, além disso, disponibilizou o *facebook smallBusiness Grant* Programa, programa de bolsas que tem como objetivo ajudar cerca de 30.000 negócios em diversos países (BLOOMIN, 2020).

Com esta ação, empresas terão auxílio para despesas de aluguel, poderão qualificar sua mão de obra e conectar o seu negócio à internet. A divulgação de produtos e serviços nas redes sociais tem se destacado como uma ferramenta eficaz para o fortalecimento da imagem da empresa nesse período atípico, construindo um espaço virtual.

Alguns detalhes podem fazer a diferença, optar por conteúdos de segmentos educativos, postagem no mesmo dia da semana ou horário, sem exageros. Acompanhar a linguagem da mídia social, pois cada uma delas tem um perfil, assim como o público-alvo (BLOOMIN, 2020).

De acordo com a pesquisa apresentada pela OIT (2020) os Micros Empreendedores Individuais têm alcançado nesse processo a readaptação para se manterem no mercado e com a queda dos faturamentos dos pequenos negócios, o meio digital foi umas das tecnologias mais utilizadas pelas empresas para alavancar suas vendas, a pesquisa mostra que 60% dos empreendedores prestam serviços online, o *Whatsapp* foi à ferramenta principal de vendas das empresas, com (85%), seguido pelo Instagram (49%), e (48%) *Facebook* (ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO, 2020).

1.8 POLÍTICAS E AÇÕES DO GOVERNO PARA O MICROEMPREENDEDOR

O Presidente da república constantemente em seus discursos relacionados à pandemia, frisa a questão econômica do país. No início de 2020, no pico da pandemia ainda não havia políticas públicas de apoio aos empresários, tendo como alternativas negociar valores, prazos e formas de pagamento de forma a amenizar os impactos (SEBRAE, 2020).

A medida provisória 927 vigente até 19 de julho de 2020, dispôs sobre as medidas trabalhistas para enfrentamento do estado de calamidade pública

reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020, e da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente da corona vírus. Oferece aos empresários várias alternativas que flexibilizam as relações de trabalho e oportunizam a manutenção dos empregos e das atividades (UNIAO,2020).

A queda no faturamento, e as perspectivas de piora, que perdura até os tempos atuais, a busca por crédito foi e ainda continua sendo um dos caminhos para aliviar a saúde financeira da empresa. São altos os índices de empresários que aderiram algum tipo de empréstimo, a situação delicada é que mesmo depois de um ano, muitos deles não conseguiram lucros suficiente. E desejam renovar o contrato ou adquirir um novo empréstimo.

O poder público precisou intervir para garantir a manutenção desses negócios no mercado, embora alguns empresários contavam com a redução de impostos e taxas, o governo disponibilizou linhas de créditos através das instituições financeiras oficiais como: Banco do Brasil, CAIXA, Banco da Amazônia e Agência de Fomento do Amapá – AFAP. EI.

De acordo com a Cartilha de linhas de crédito para MPEs e MEI (disponível em www.sebrae.com.br), pode-se destacar:

O Microcrédito Produtivo Orientado do Banco do Brasil (BB) é um crédito oferecido para atender as necessidades financeiras de pessoas físicas e jurídicas empreendedoras de atividades produtivas de pequeno porte. Além das condições favoráveis do crédito disponibilizado, uma das vantagens é que os negócios são acompanhados por meio de relacionamento direto de funcionários do BB, preparados para orientar e acompanhar o desenvolvimento sustentável do empreendimento.

As instituições financiam o Capital de Giro na forma de crédito fixo, destinado ao empreendedor informal, microempreendedor Individual – MEI ou microempresa com renda ou faturamento bruto anual de até R\$ 120 mil. Onde o valor do Financiamento no mínimo é de R\$ 100,00 até R\$ 15.000,00.

BB Giro Rápido: é uma linha de crédito destinada a suprir as necessidades imediatas de caixa das empresas. É pré-aprovado e disponível para utilização de uma só vez ou em parcelas, de acordo com as necessidades da empresa. O BB Giro Rápido financia Capital de Giro e Cheque especial dependendo do porte de Empresa: Microempresa e Empresa de Pequeno Porte Valor do Financiamento: com limite de até R\$ 20 mil na mesma operação. Podendo ser pago em até 24 parcelas mensais e até 59 dias para pagar a primeira prestação.

O BB Crédito Empresa financia a aquisição de equipamentos de informática, máquinas, material de construção e veículos novos, para empresas com faturamento bruto anual de até R\$ 90 milhões. Financia até 100% do valor do bem, sendo que o valor mínimo do financiamento é de R\$ 1 mil, onde o prazo de pagamento depende do item financiado, podendo chegar a até 60 meses. Até três meses de carência.

GIRO CAIXA: Capital de giro das empresas no porte de Micro e Pequenas Empresas, o limite de crédito é definido de acordo com a capacidade de pagamento da empresa. Na modalidade GIRO CAIXA (Recursos PIS-Programa de Integração Social) o valor máximo do empréstimo é de R\$ 20.000,00, e na modalidade.

GIRO CAIXA (Recursos CAIXA) pode chegar até R\$ 250.000,00, se utilizada garantia complementar do FGO (Fundo de Garantia de Operações), Prazo para pagamento de 1 a 36 meses, podendo ter carência de até 6 meses, dependendo da modalidade utilizada.

FNO (Fundo Constitucional de Financiamento do Norte) - Amazônia Giro MPE: Capital de Giro destinado a (matérias-primas, mercadorias, insumos negociando o pagamento à vista com fornecedor) Micro e Pequena Empresa Valor Financiamento: Até R\$300.000,00 (Limite sujeito à análise de crédito) (90% de recursos do FNO e 10% de Cheque Especial). Parcelas mensais compostas pela soma do valor financiado e dos juros contratados, prazo de pagamento até 36 meses, incluindo até 6 meses de carência.

De acordo com o SEBRAE (2020) no início da crise provocada pelo avanço da pandemia Covid-19, as pequenas empresas sofreram com a queda financeira. Por essa razão o governo tomou sérias medidas que propõe apoiar os pequenos negócios.

As medidas mostram que o governo Federal prorrogou o pagamento de tributos relativos ao Simples Nacional, prazo para entrega de declaração anual e auxílio financeiro emergencial para os Micros empreendedores Individuais. Dentre outras medidas também foram disponibilizadas em nível de estados linhas de créditos que objetivem contribuir com as pequenas empresas (SEBRAE, 2020 p. 42).

A finalidade de o governo federal em anunciar medidas de apoio aos pequenos negócios é para evitar demissões. Essas informações são apresentadas por resultados econômicos obtidos nas atividades em determinado período.

As medidas do governo foram para suprir as pequenas empresas em meio à crise da pandemia, e a adequação das atividades nesse momento é de extrema importância. Portanto, para alcançar os melhores resultados as empresas visam

explorar as tecnologias digitais a fim de obter melhores resultados nas suas atividades e consequentemente aumentar suas rendas (SEBRAE, 2020).

De acordo com o SEBRAE (2020), os micros empreendedores têm mais flexibilidade de adaptação ao momento de instabilidade como no atual, mas que tem sentido fortemente a crise da pandemia causado pelo Corona vírus. Os micros empreendedores tiveram crescimento em suas receitas após iniciarem medidas de estratégias digitais, assim apuraram melhores resultados em seus faturamentos.

1.8.1 Disponibilidade De Linhas De Credito Pelo Governo De Rondônia

O governo de Rondônia disponibilizou linhas de créditos no intuito de fomentar o comercio, no primeiro semestre de 2020 disponibilizou linhas de créditos a juros zero durante o decreto de calamidade pública. A parti daí a população passou a ter acesso ao microcrédito com maior facilidade, para atividade produtiva ou empreendedora, contando com um financiamento, com prazo de carência.

O público-alvo do programa são os empreendedores formais e informais, o microempreendedor individual (MEI), microempresa, empresa de pequeno porte, associações e cooperativas do estado de Rondônia (SEDI,2020).

1.8.2 Programa Microcrédito Social

O Programa foi criado para suprir a necessidade da abertura de linha de crédito, para enfrentar a pandemia causada pelo Decreto de Calamidade Pública nº 24.887, de 20 de março de 2020. Sendo disponibilizado mais de R\$12 milhões para a população como acesso ao microcrédito, para atividade produtiva ou empreendedora, com recursos disponibilizados pelo Fundo de Investimento e Desenvolvimento Industrial do Estado de Rondônia (Fider).

O programa apresenta juro zero, com limite de R\$ 30 mil, com pagamento em 36 meses e seis meses de carência, e tem como objetivo combater o superendividamento e injetar recursos na economia estadual. No momento a prioridade será para os empréstimos de até R\$ 3 mil, com aval individual ou solidário (SEDI, 2020).

1.8.3 Geração Emprego

Foi criado o programa de capacitação e aperfeiçoamento profissional, com foco no enfrentamento ao desemprego. O projeto visa o fortalecimento do capital humano, para o preenchimento de vagas junto ao mercado. Têm como público-alvo empresário instalados, novos investidores, jovens, desempregados, baixa renda, população economicamente ativa e inativa, com o objetivo de promover o desenvolvimento do estado, fomentando as políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo, capacitação e aperfeiçoamento profissional.

E, para o período de enfrentamento e combate à Covid-19, foi criada uma plataforma digital que oferta cursos on-line, com Ensino à Distância (EAD).

A previsão de investimento para o projeto é de R\$ 9 milhões (Recurso Fider), onde até o final do programa serão atendidos aproximadamente 44 mil trabalhadores. “Em linhas gerais quem busca o empréstimo vai utilizar o dinheiro como capital de giro”, pontua, ressaltando a facilidade do acesso ao crédito na instituição (SEDI, 2020).

1.9 A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE NO MOMENTO PANDÊMICO

A contabilidade é uma ciência que registra, verifica e analisa os fatos financeiros e econômicos que decorrem da situação patrimonial de uma pessoa física ou jurídica, mostrando ao usuário que tem interesse em avaliar a situação dessa entidade por meio de demonstrações e de relatórios gerenciais (SILVIA, 2008). A sensação de insegurança, medo e ansiedade, tornou-se comum no meio da sociedade, os microempreendedores enfrentam esses sentimentos na hora de tomarem as decisões, a contabilidade é uma saída para auxiliá-los. O setor contábil trabalha com planejamentos, ações e estratégias de acordo com os dados da empresa, detectando falhas, identificando oportunidade e soluções para os problemas enfrentados. A Contabilidade é instrumento que fornece o Máximo de informações úteis para tomadas de decisões, dentro e fora da empresa. A contabilidade é muito antiga e sempre existiu para auxiliar as pessoas a tomarem decisões. Com o passar do tempo, o governo passou a se utilizar-se dela para arrecadar impostos e a tornou obrigatória para a maioria das empresas (MARION, 2009).

A crise advinda da pandemia afetou diretamente o patrimônio das empresas, provocando um desequilíbrio nas finanças e conseqüentemente deixando de cumprir com as obrigações fiscais e tributárias. Diante disso, a contabilidade é de fundamental importância para manter a saúde financeira da empresa, através da análise dos dados contábeis, é possível encontrar uma solução com mais facilidade, com medidas a curto, médio ou longo prazo.

Existem vários ramos na contabilidade, porém o intuito é praticamente o mesmo: zelar pelo equilíbrio econômico da empresa.

Empresários que trabalham suas contas com um contador é que sempre valorizem e olhem para esse ofício como algo importante, significativo dentro da empresa. Assim, a relação se solidifica e os resultados apresentados melhoram, pois todos sabem que números e valores bem calculados salvam os gestores de muitas dores de cabeça do mundo empresarial. (RAMOS, 2013, p.31)

Cabe ressaltar que diante de uma crise a contabilidade, pode orientar o gestor na tomada de decisões de forma decisiva, através do diagnóstico empresarial pode ser definido os pontos fortes e fracos da empresa. Após é importante um planejamento tributário e financeiro, definindo os próximos passos da instituição. O setor de contabilidade também é um forte aliado na escolha da linha de crédito, muitos empreendedores são atraídos pelas propagandas enganosas e atrativas, colocando a empresa em situação de vulnerabilidade.

O cenário atual conta com queda de faturamento, menor carga horária de trabalho, entre outras exigências, fazendo com que funcionários fossem dispensados. A contabilidade é uma ferramenta importante para resolver situações trabalhistas, evitando constrangimentos tanto do patrão, quanto do empregado.

2. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os dados coletados e as informações dos Microempreendedores (MEI), teve a finalidade de conhecer as estratégias locais. Além disso, este estudo teve seu foco voltado para os microempreendedores individuais, os seus resultados não podem ser considerados para todos os tipos de empresas, visto que cada empresa possui suas particularidades.

Foram realizadas entrevistas, a fim de conhecer a realidade dos microempreendedores de Machadinho D'Oeste – RO e acompanhar como eles estão atuando diante da crise provocada pelo Covid-19.

Foi realizada uma pesquisa, através de perguntas diretas, por telefone, e acompanhamento do perfil de alguns deles nas redes sociais.

Alguns dos empreendedores preferiram não se identificar, assim será utilizado apenas as iniciais dos nomes, e algumas informações apresentadas neste trabalho podem ser genéricas, hipotéticas ou limitadas a certo nível de aprofundamento.

É notável que as empresas tiveram queda em seus faturamentos e isso refletiu negativamente na economia, compromissos com fornecedores deixaram de ser cumpridos, atrasos no aluguel e nas contas, principalmente de água e energia.

Os profissionais MEI entrevistados são: motoristas de aplicativos, esteticista, proprietários de mercadinhos e lanchonetes, vendedores ambulantes e agricultores, que fazem parte do grupo de regime de economia.

Segundo a dona de um mercadinho localizado na frente de uma das maiores escolas da cidade, chegou a ficar trinta dias sem vender nada, com a mercadoria parada, sendo necessário cancelar pedidos que já havia realizado ao fornecedor. A comerciante acrescentou ainda que mesmo retornando as atividades, às vendas ainda não chegam à metade do que faturavam em tempos normais, afetando assim a economia da família.

Para A. F. a situação não é diferente, sem conseguir trabalhar, as contas foram se acumulando (conta de aluguel, água, energia e outros compromissos) onde o mesmo precisou vender o automóvel para sair das contas. A.F dono de uma pequena lanchonete relatou que comprou uma moto e investiu em serviços *delivery*, afirmou que a nova estratégia está dando certo.

A vendedora de produtos de maquiagem L. A. afirma que havia passado por uma situação tão difícil, pois com o uso de máscaras, as pessoas, principalmente as mulheres deixaram de se maquiar, provocando uma queda significativa no orçamento, sendo que a mesma precisou fazer corte de gastos, o primeiro corte de despesas foi tirar os filhos da escola particular, com o aumento da mensalidade e o material escolar, diante da crise financeira não teve outra opção, relata a vendedora autônoma.

J.F que trabalha como mototaxi na cidade, relatou que passou por momentos difíceis, e até hoje muitas pessoas não utilizam esse serviço por medo do vírus,

mesmo com a orientação para o cliente utilizar o próprio capacete ele tem insegurança por ter o contato físico com as pessoas.

Para que essas empresas pudessem se manter no mercado e em funcionamento pós Covid-19, algumas medidas foram necessárias para diminuir o impacto financeiro, como: Realização de videoconferência, Atendimento online, *delivery*, utilização de *marketplace* e aplicativos de entrega, diminuição de gastos, e adaptação ou criação de produtos que atendam a necessidade do consumidor. Os microempreendedores individuais precisaram fazer com que seus serviços continuem no mercado, assim as medidas são adotadas para dar continuidade e manter a saúde física e financeira nesse momento de crise, que já se prolonga por mais de um ano.

O investimento em propagandas e *marketing* alcançou um percentual de 70% dos entrevistados, onde as redes mais citadas são grupos de *Whatsapp*, *Facebook* e *Instagram*. As propagandas em carro de som e caretinhas também foram bastante utilizadas pelos mesmos na região.

Boa parte deles usa páginas para divulgar sorteios semanalmente, conforme relata a autônoma L.A, revendedora de produtos de maquiagem *MaryKay*, toda semana a mesma faz sorteios de produtos, anuncia na segunda-feira e realiza o sorteio no sábado, e coloca na página no *Instagram* e pede para as suas clientes marcarem suas amigas, para concorrer aos brindes.

A microempreendedora M.L., vendedora de roupas íntimas, declarou que para aumentar suas vendas tem investido em sorteios relâmpagos através do *Stories* e *Status*, a mesma escolhe um brinde e posta com o seu *Card*. Afirma que as clientes que repostarem e tiverem o maior número de visualizações ganha o brinde. Por ser uma cidade pequena, esse método tem funcionado, aumentando a sua clientela, com a utilização desse método têm alcançado os amigos e colegas de seus clientes.

O pequeno Agricultor S.A. não utilizou as mídias sociais para oferecer os seus produtos, por morar na zona rural, e com a idade avançada tem dificuldade de se adaptar a esse novo sistema.

Com as medidas e protocolos de segurança foi necessário mudar a rotina de muitos deles. Os principais fatores são: a ausência de aulas presenciais, onde os filhos passaram a ficar em casa e necessitar de ajuda nas atividades. C. A. relata que precisa sair mais cedo da sua empresa para ajudar os filhos nas atividades escolares. Para V.P. dono de uma mercearia na região relata que devido ao momento pandêmico

a carga horária de trabalho têm diminuído, segundo ele com o decreto do governo de fechar os comercios com antecedência houve queda nas vendas.

Outro fator relatado pelos empreendedores autônomos da região foi a suspensão da feira do município provocando prejuízos aos agricultores, que de acordo com alguns entrevistados, chegaram a ficar por mais de trinta dias impedidos de vender os produtos, alegam que as escolas estão recebendo as mercadorias apenas uma vez por mês, assim alguns produtos perecíveis acabam sendo inutilizados.

O microempreendedor Individual C.C. da Silva, instrutor Agrícola, relata que teve impacto negativo de 90% em suas atividades, pela expansão do vírus do Covid-19 em 2020, a empresa parou durante seis meses e ao retornar as suas atividades, teve que se adequar com a realidade da pandemia, a quantidade de alunos também foram reduzidos de 15 para 9 alunos e a carga horária de 40 horas para 32 horas, com isso, foi comprometido o lucro financeiro da empresa, atingido cerca de 90% da rentabilidade neste ano de 2021.

O microempreendedor individual A. S. proprietário da Sorveteria Silva, também teve impacto negativo em suas atividades, de acordo com o empresário, seus clientes foram diminuindo por haver o afastamento social, “os clientes não podiam sentar e tomar o sorvete á mesa com sua família” com o decreto do governo de fechamento das empresas, “teve problemas econômicos ao ponto de não conseguir cumprir com os compromissos da empresa, assim tive que fechar as portas”. Não conseguindo permanecer no mercado com essa atividade, o empreendedor abriu um restaurante, onde faz entrega de marmitas para seus clientes, assim se adequando a nova realidade do impacto econômico causado pela pandemia na região.

Sabe-se que durante a pandemia o governo disponibilizou linhas de créditos e o auxílio emergencial no intuito de amenizar a situação econômica do país.

Apesar da necessidade apresentada, apenas metade dos entrevistados adquiriram algum tipo de crédito. Boa parte dos que não fizeram afirmaram não ter conseguido crédito devido à falta de documentação exigida.

O microempreendedor de uma pequena loja de variedades B.F relata que foi ao banco algumas vezes a busca de crédito, com exigência de muitos documentos e processo burocrático acabou desistindo de fazer seu cadastro. O empreendedor. M.B. proprietário de um viveiro da região relatou que não fez investimentos em seu comércio pela crise socioeconômica. Grande parte dos empreendedores acreditam

que as políticas públicas de incentivos para o pequeno empreendedor foram eficientes, mas de acordo com outros empreendedores o governo deveria “suspender os impostos, baixar a taxa de energia, para ajudar as pequenas empresas.

Notou-se que quase todos dos entrevistados receberam o auxílio emergencial do governo, outros não receberam por não passar no processo de análise exigidos para recebimento do mesmo.

A pandemia do Brasil já ultrapassou um ano, porém nem todos os empresários conseguiram superar os prejuízos que a mesma tem provocado. Os micros empreendedores criaram estratégias para manter o cliente e continuar com o faturamento, porém tudo teve aumento, conseqüentemente alguns preços de serviços e produtos sofreram alterações. A empreendedora de uma panificadora M.P e o empreendedor de uma pequena lanchonete V.F alegam que não foi possível continuar com o mesmo valor de seus produtos, tiveram que reajustar o valor de seus produto por algumas vezes durante o ano. segundo eles perderam muitos clientes, infelizmente não tinha outra opção.

3. CONCLUSÃO

A crise financeira instaurada pelo surto do Coronavírus modificou a rotina de trabalho nesse mercado e impulsionou as empresas a buscarem resiliência, estratégia e reinvenção para transformar os conhecimentos e ideias em plano de ação focada na mudança.

O objetivo dessa pesquisa foi evidenciar a importância de estratégias e instrumentos de inovação nas pequenas empresas (MEI) no município de Machadinho D´ Oeste – Ro.

Destaca-se a importância da estratégia de tecnologia digital na gestão das empresas, e também os benefícios trazidos por estas ferramentas para saúde financeira dos pequenos negócios.

Ressaltando as diferentes formas de empreender, desde o pequeno ao grande comerciante, que durante a crise da pandemia precisaram se reinventar para manter as portas abertas. Assim se adequando as exigências estabelecidas com uma visão de superação, que pode exigir medidas rígidas, adesão de crédito em instituições financeiras e reajuste dos preços dos produtos e serviços.

O cenário econômico exige inovação e isso tem feito com que a contabilidade ganhe destaque por possuir uma gama de informações cruciais para a tomada de decisões, ajudando as empresas a superarem os desafios de um novo cenário que o mundo passa com a pandemia da Covid-19.

O estudo aponta informações que acontece na realidade de muitas empresas, os conceitos e os exemplos citados pôde adequar-se não apenas para microempreendedores, mas para todos que atuam na área econômica.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Sergio. Amir Klink: **Gestão de sonhos, riscos e oportunidade**: entrevista de Amir Klinka Sergio ALMEIDA. Salvador: Casa da Qualidade, 2000.

BENNIS, Warren. **Organização para o desenvolvimento**: sua natureza, origens e perspectivas. Reading, MA: Addison-Wesley, 1969.

BLOOMIN. **Midias sociais e sua importância para empresas em meio à pandemia**. Site, 2020 >Disponível em :<https://www.bloomin.com.br/blog/social-media/midias-sociais-e-a-sua-importancia-para-empresas-em-meio-a-pandemia/>> Acesso em 22/06/2021.

BRASIL. Ministério da fazenda. Secretaria da Receita Federal do Brasil. Instrução Normativa SRF nº 162 de 31 de dezembro de 1998. > Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/legislação/ins/ant2001/1998/in16298anel1.htm>> Acesso em: 06 de maio 2021.

CAVALCANTI, Marly; MELLO, Álvaro A. A. Diagnóstico organizacional: uma metodologia para pequenas e médias empresas. São Paulo: Loyola, 1981.

Considering the COVID-19 pandemic. Journal of Business Venturing Insights, Elsevier Ltd, nov. 2020. Disponível em: 10.1016/j.jbvi.2020.e00186. Acesso em: 21/06/2021.

COOPER, Cary L. (Org.). **Dicionário enciclopédico de administração**. São Paulo: Atlas, 2003. 1456p.

DELOITTE. **10 ações para empresas diante de uma pandemia** />Site,2020>Disponível em: <https://www2.deloitte.com/br/pt/pages/about-deloitte/articles/10-acoes-empresas-pandemia.html>> Acesso em 22/06/2021.

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO. **Medida Provisória N° 927**, De 22 De Março De 2020. Site, 2020 >Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/medida-provisoria-n-927-de-22-de-marco-de-2020-249098775/> >Acesso em 22/06/2021.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999. 273p.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. 183p.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor: (enterpriseurship)**. São Paulo: Pioneira, 2003.

ENDEAVOR.**Navegandopelacrise**.Disponívelem:[https://endeavor.org.br/pessoas/sc-aleups-navegando-crise/ ?utm_source=menu-site&utm_medium=referencia&utm_campaign=menu-dropdown](https://endeavor.org.br/pessoas/sc-aleups-navegando-crise/?utm_source=menu-site&utm_medium=referencia&utm_campaign=menu-dropdown). Acesso em 25 de maio de 2021.

FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares**. RAE Light, São Paulo, v.7, n. 3, jul./set. 2000.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: **empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração da USP, São Paulo, v. 34, n. 2, abr./jun. 1999.

G1. **Entenda o que é lockdown**/> Site,2020>Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/05/06/entenda-o-que-e-lockdown.ghtml/>> Acesso em 22/06/2021.

GIONES, F. et al. Revising entrepreneurial action in response to exogenous shocks:

MARION,J. C. **Contabilidade básica**. 10.ed.São Paulo: Atlas,2009.

ME EDUQUE. **Alunos super adotados**. Disponível em: <http://meeduque.blogspot.com/2010/09/alunos-super-dotados.html.>>. Acesso em: 24/06/2021.

Ministério Público do Estado do Paraná Escola Superior do Ministério Público do Estado do Paraná:**Covid 19: uma oportunidade de ressignificação da nossa humanidade**/> Site,2020>Disponível em : https://escolasuperior.mppr.mp.br/arquivos/Image/publicacoes/PandemiadaCovid-19Reflexoes_sobreasociedadeeoplaneta.pdf/> Acesso em 22/06/2021.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (OIT). **Como os pequenos negócios estão sendo afetados pela pandemia de COVID-19 no Brasil**.Site, 2020 >Disponível em:https://www.ilo.org/brasilia/noticias/WCMS_751127/lang--pt/index.htm/>Acesso em 22/06/2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. Organização Pan-americana de Saúde. Folha informativa – **COVID-19 (doença causada pelo novo coronavírus)**. Principais informações.24abr.2020.Disponívelem:https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875. Acessoem: />Acessoem 21/06/2021.

Práticas Profissionais para a Gestão de Continuidade dos Negócios. DRI Internacional, 2017.

RAMOS, Dora. **Empresário e contador: uma via de mão dupla**. Brasília: CACB, 2013.

Resolução Nº48, de 11 de outubro de 2018. Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?visao=compilado&idAtor=113248#2197812> acesso em: 29 de maio 2021.

SCHNEIDER, ELTON IVAN. **A caminhada empreendedora**. a jornada de transformação de sonhos em realidade / Elton Ivan Schneider, Henrique José Castelo Branco, - Curitiba: InterSaberes,2012.

SECRETÁRIA DA ECONOMIA DO DISTRITO FEDERAL. **É Grupo de risco covid-19? vejamos como se encaixam e como comprovar/** Site,2020>Disponível em : <https://www.economia.df.gov.br/saiba-quais-comorbidades-encaixam-se-no-grupo-de-risco-da-covid-19/>> Acesso em 22/06/2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **MEI e Corona vírus**. /SEBRAE/2020 >Disponíveis em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/artigos/mei-e-coronavirus-confiraasinformacoesqueimpactamempreendedor,6bfd1e079a71710VgnVCM1000004c00210aRCRDA>Acesso: em 25/05/2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Cartilha delinhasdecréditoparaMPeMEI**. Site,2020>Disponíveis em:<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/AP/Anexos/Cartilha%20de%20linhas%20de%20credito%20para%20MPes%20e%20MEI.pdf/>> Acesso em 21/06/2021

SILVIA, E. C.Da. **Contabilidade empresarial para gestão de negócios**:guia de orientação fácil e objetivo para apoio e consulta de executivos.São Paulo: Atlas,2008.

SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E INFRAESTRUTURA (SEDI). Site, 2020 >Disponível em: <http://www.rondonia.ro.gov.br/empreendedores-tem-acesso-a-mais-de-r-12-milhoes-a-juro-zero-para-minimizar-os-impactos-financeiros-causados-pelo-coronavirus/>>Acesso em 21/06/2021.

SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E INFRAESTRUTURA (SEDI). <http://www.rondonia.ro.gov.br/novas-medidas-economicas-sao-elaboradas-para-atender-populacao-no-enfrentamento-a-covid-19-em-rondonia/>>Acesso em 21/06/2021.

TARAPANOFF, Kira (Org.) **Inteligência organizacional e competitiva**. Brasília: UnB. 2001.

ZENI, Alexandre. **O desenvolvimento local através do empreendedor**. In: ENGELMANN, Fabiano, Org. Estudos em desenvolvimento regional: o Vale do Sino em perspectiva. Editora Feevale, 2003. 221p.