

# **Gestão financeira em pequenos negócios do ramo alimentício no período da COVID-19 na cidade de Conchal - SP**

**AIRTON ADELAR BAUERMANN**

**airton.bauermann@unasp.edu.br**

**UNASP-EC**

**LARISSA CANATO BARTARIN**

**larissa\_canato@hotmail.com**

**UNASP-EC**

**LUIS FERNANDO DA ROCHA**

**luis.rocha@unasp.edu.br**

**UNASP-EC**

**Resumo:** Com as complicações da pandemia da COVID-19, sobrevieram decretos de quarentena e afastamento social em escala mundial. Devido à paralisação por conta da pandemia, diversas empresas cessaram suas atividades e muitos perderam seus empregos, tendo em vista a redução de custos nas empresas para minimizar seus prejuízos. Devido à falta de trabalho e a necessidade de obter fonte de renda, pequenos negócios inseridos nas redes sociais tiveram um grande crescimento, especialmente na área de alimentos, nesse período. Neste contexto, parte dos novos empreendedores têm pouco conhecimento sobre o negócio ou sobre o controle financeiro. Diante disso, o objetivo da pesquisa é saber qual a percepção dos empreendedores do ramo alimentício focados em redes sociais quanto à relação entre controle financeiro e desempenho nos negócios, no período da pandemia da Covid-19. O trabalho foi realizado com base no caráter descritivo e qualitativo. Para tanto, foi realizada uma pesquisa com questões abertas partindo de amplos interesses e se afinando no decorrer da pesquisa. Para atingir o objetivo proposto, foi realizada a pesquisa com a população alvo, constituída por uma amostra de 10 respondentes. Como resultado, percebeu-se a importância do controle das finanças para a saúde dos empreendimentos e como as redes sociais vêm se tornando aliadas dos comércios durante a pandemia e isolamento social. Ficou evidente que, independentemente da dimensão do comércio, o controle financeiro é essencial, mesmo que utilizado da forma mais rudimentar para gerenciar seu negócio. Além disso, se percebeu a importância do controle financeiro diante de uma pandemia, o que avoluma ainda mais o cuidado que se deve ter sobre o negócio, focando na continuidade e prosperidade do

empreendimento.

**Palavras Chave: COVID-19 - Controle Financeiro - Redes Sociais - Ramo Alimentício - Empreendedores**

## 1. INTRODUÇÃO

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), em 30 de janeiro de 2020 foi declarado que o surto da doença causada pelo novo coronavírus – COVID19 (Sars-CoV-2), constituiu uma emergência de saúde pública de importância internacional, o mais alto nível de alerta da Organização, conforme previsto no Regulamento Sanitário Internacional. Em 11 de março de 2020, a COVID-19 foi caracterizada pela OMS como uma pandemia.

Medidas de prevenção e proteção foram tomadas, governos de diversos países adotaram medidas mediante a pandemia para evitar a propagação e tentar frear a disseminação. Entre as medidas tomadas por grande parte dos governos para diminuir a velocidade da contaminação foi o isolamento social. Segundo a OMS (2020), a China decretou quarentena na cidade de Wuhan, no dia 23 de janeiro de 2020, local de início da contaminação. No dia 23 de março o governo brasileiro decretou que todas as atividades produtivas não essenciais no país fossem suspensas para evitar que a pandemia se espalhasse e, além disso, ficaram restritas as viagens para outros municípios. O descumprimento das regras poderia levar a aplicação de multas. Em 11 de abril foram criadas regras quanto à circulação de pessoas em todo país, com a sugestão de que as pessoas ficassem em casa, quando possível.

Diante de um caos com consequências globais, empresas de diversos ramos tiveram que cessar suas atividades, sujeitando as empresas a reduzirem seu corpo de empregados, visando minimizar prejuízos durante a duração do surto. Esta situação fez com que a taxa de desemprego aumentasse rapidamente. Segundo o IBGE (2020), a taxa de desemprego chegou a 14,4% da população economicamente ativa no Brasil, em agosto de 2020, aumentando em cerca de 1,3 milhões de pessoas sem trabalho, sendo a maior taxa registrada no país.

Com o aumento do desemprego, houve a necessidade de desenvolver formas de conseguir renda extra ou uma nova fonte de renda. Com isso, a quantidade de pequenos negócios operados, principalmente, através das redes sociais, foi crescendo. A pandemia e o isolamento social aceleraram este tipo de negócios, principalmente no ramo alimentício, seja através de mercadorias ou produtos, encontrando nas redes sociais um dos principais canais de negociação entre vendedor e consumidor final.

Sabe-se que o controle financeiro é fundamental para qualquer empresa, de grande ou pequeno porte, possibilitando acompanhar as movimentações dos recursos financeiros (fluxo de caixa). A importância se vê, principalmente, diante da necessidade de tomar decisões. Com os registros atualizados e fidedignos, a possibilidade de acertos nas escolhas é evidente. Segundo Trombetta (2014), mostrar a importância do controle financeiro é fundamental para o auxílio na tomada de decisão, controle, planejamento, orçamento e, principalmente, a sobrevivência da empresa. Um controle financeiro bem estruturado é fundamental para se obter sucesso e gerir a empresa.

Segundo Dornelas (2008), o empreendedorismo é o conjunto do envolvimento de pessoas e processos, capaz de transformar ideias em oportunidades de negócios. O empreendedor deve ser otimista e apaixonado pelo que faz, ser independente e construir o próprio destino, planejando a melhoria dos seus produtos, explorando ao máximo as oportunidades, promovendo a diferença e trazendo valores para a sociedade. O empreendedorismo remete à gestão de novos negócios, seja ele de pequeno, médio ou grande porte.

Diante da necessidade de se conseguir outras fontes de renda, o controle financeiro destes novos negócios é fundamental para a sua implementação e continuidade. Neste sentido,

a questão que há de ser respondida com essa pesquisa é: **Qual a percepção dos empreendedores do ramo alimentício focados em redes sociais quanto à relação entre gerenciamento financeiro e desempenho nos negócios, no período da pandemia da COVID-19?**

O objetivo desta pesquisa, portanto, é investigar qual a percepção dos empreendedores do ramo alimentício focados em redes sociais na relação gerenciamento financeiro e desempenho nos negócios, no período da pandemia do COVID-19, limitando-se à cidade de Conchal – SP.

A cidade escolhida para a pesquisa está situada no interior de São Paulo, a 80 km de Campinas. Com seu território de 182,793 km<sup>2</sup>, é considerada uma pequena cidade, com uma população estimada de 28 mil habitantes, segundo o IBGE (2019). O município é subdividido em 41 bairros e um distrito e foi fundado em 9 de abril de 1949, constituído, principalmente, por famílias descendentes de imigrantes europeus, em sua maioria italianos, alemães e portugueses.

Diante de um caos extremo em escala mundial, muitos empreendedores deram início no seu negócio sem ter experiência no ramo, ou então, pouco conhecimento para controlar financeiramente o seu negócio. Esta pesquisa se torna relevante pelas circunstâncias em que se vive, algo notadamente ímpar, exigindo dos empreendedores novas atitudes, aproveitamento de oportunidades e um controle financeiro eficiente nos seus negócios, com mais cuidado necessário para que o negócio prospere e traga benefícios ao empreendedor.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 PANDEMIAS RECENTES**

Entre as pandemias dos últimos 100 anos, a gripe espanhola foi uma das maiores e mais mortais já registradas, tendo ocorrido entre 1918 e 1920. Estima-se que cerca de 30% da população mundial contraiu o vírus, e as estimativas de mortes giram entre 17 e 100 milhões de pessoas. Essa pandemia ocorreu na época da Primeira Guerra Mundial e sua origem continua sem um consenso, mas as principais hipóteses são de que tenha se iniciado na China, na França ou nos Estados Unidos.

A gripe aviária, também conhecida como H2N2, prevaleceu entre 1956 e 1958, causada por outra mutação do vírus da gripe, e sua transmissão ocorreu por meio das aves. Por ter se originado na China, também foi chamada de gripe asiática, segundo a Agência IBGE Notícias (2020), e cerca de dois milhões de pessoas morreram.

Em Hong Kong, entre 1968 e 1969, a gripe de Hong Kong, doença causada por uma mutação do vírus da gripe, teve seu surgimento. Também conhecida por H3N2, seus sintomas eram semelhantes aos de uma gripe comum. A escala de infecção chegou a 1 milhão de pessoas em todo o mundo, mas com baixa taxa de mortalidade.

Mais recentemente, em 1981, surgiu uma pandemia que ainda se mantém ativa - o HIV (vírus da imunodeficiência adquirida) e cerca de 37,9 milhões de pessoas convivem com o vírus atualmente, de acordo com o Unaid (programa da ONU para o combate do HIV/AIDS), em 2018. Esse vírus não tratado adequadamente pode chegar a seu estágio mais avançado. Estima-se que cerca de 32 milhões de pessoas morreram em decorrência das infecções causadas pela AIDS.

A H1N1, ou gripe A, ocorreu entre 2009 e 2010 e teve seu início no México, transmitida por porcos, sendo conhecida como a gripe suína. A doença tinha os mesmos sintomas de uma

gripe comum, mas que poderia evoluir para uma pneumonia e agravar condições crônicas pré-existentes. A taxa de mortalidade foi de 0,02%. Em agosto de 2010 a OMS decretou o fim desta pandemia, após uma queda considerável do número de infectados.

Por fim, e no contexto atual, o novo coronavírus foi considerado pela OMS como pandemia no início de 2020. Essa classificação é usada para descrever o crescimento inesperado de uma doença em âmbito global. A doença do coronavírus (COVID-19) é uma doença infecciosa causada por um coronavírus recém-descoberto. Segundo a Agência Brasil (2021), no dia 13 de março, mais de 125 mil casos foram confirmados em 118 países e territórios espalhados. Os principais sintomas são febre, tosse seca, cansaço, dores e desconfortos, dor de cabeça, perda de paladar e olfato, diarreia e dores de garganta. Segundo o IBGE (2020), na semana de 20 a 26 de setembro de 2020, cerca de 3,3% da população estava afastada do trabalho devido ao distanciamento social, cerca de 2,7 milhões de pessoas. A população desocupada chegou à marca de 14,0 milhões de pessoas, em maio de 2020, e cerca de 6,4 milhões de estudantes não tiveram atividades escolares na primeira semana de maio. Cerca de 84,7 milhões de pessoas ficaram em casa e só saíram por necessidade básica na semana de 20 a 26 de setembro de 2020, o equivalente a 40,0% da população. Praticamente todos os setores da economia tiveram queda de produtividade e prejuízos infindáveis.

## 2.2 CRISES ECONÔMICAS X OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

Segundo McMullen (2007, pp. 273-283),

Crises econômicas são declínios de atividade econômica, ou seja, a demanda por consumo diminui, fazendo com que ocorra a diminuição da taxa de lucro das empresas. Com as empresas lucrando menos, a solução é diminuir o número de funcionários, fazendo com que isso aumente a taxa de desemprego. Com o aumento do desemprego, a renda diminui, fazendo com que isso diminua o consumo das famílias, fazendo a demanda cair. Esse ciclo tende a se reproduzir, e para que esse ciclo se feche é necessário adotar políticas econômicas para estimular a economia.

A agência IBGE de Notícias (2020) afirma que após a chegada da pandemia, a taxa de desocupados chegou a 14,4% em maio daquele ano, comparado à semana anterior que estava com 13,7%. Como consequência das altas taxas de desemprego, a necessidade e a oportunidade, aliadas à vontade de abrir o próprio negócio, empreender, tirar uma ideia do papel e fazer disso uma fonte de renda, foi tomando conta de boa parte da população.

Para Dornelas (2008, p. 1),

Uma das consequências imediatas foi o aumento do índice de desemprego [...], sem alternativas, os ex-funcionários dessas empresas começaram a criar novos negócios, às vezes mesmo sem experiência no ramo, utilizando o pouco que ainda lhes restava de economias pessoais, fundo de garantia etc.

Segundo Companys e McMullen (2007), a oportunidade é quando a ação empreendedora atinge seu objetivo de gerar valor econômico através da criação de novos bens e serviços. Oportunidade empreendedora pode ser descrita como uma oportunidade de engajar em uma ação empreendedora, movida principalmente pela criação de valor econômico.

## 2.3 O MERCADO NO RAMO ALIMENTÍCIO

Segundo a ABIA (Associação Brasileira da Indústria de Alimentos) (2020), o setor alimentício é um dos que mais tem chances de crescer, pois além de ser um mercado promissor, o surgimento de pequenas empresas do ramo está evidente no país. Setores que estão

relacionados a esse ramo como lojas de doces e bebidas e outros empreendimentos atingiram boas taxas de crescimento.

O momento atual mostra um contexto favorável para quem quer investir nesse ramo. Foi estimado que as exportações no setor alimentício tiveram um crescimento de 3,4% em 2020. O setor alimentício sofre menos com os efeitos da crise, sendo ele um dos maiores consumos dos brasileiros, isso mostra o potencial de crescimento desse ramo. De acordo com o IBGE (2020), o brasileiro gasta, em média, 31,1% do seu orçamento com o consumo de alimentos fora de casa. Diante disso, é possível afirmar que, mesmo em tempos de crise, o ramo alimentício tende à expansão.

A ABIA (2020) informa que 80% do que é produzido na indústria de alimentos é voltado ao abastecimento do mercado interno. O desempenho desse setor, mesmo no período da pandemia, demonstra não ser tão afetado, seguindo com sua produção em alta. Entre os fatores que contribuíram para o crescimento do mercado no ramo alimentício, foi o consequente aumento do consumo das famílias em seus domicílios.

## 2.4 EMPREENDEDORISMO NO NEGÓCIO

Segundo Quintella (2017), o empreendedorismo envolve investimento financeiro, talento e muita dedicação para que o trabalho tenha sucesso. Fazer o que gosta pode ajudar muito nessa caminhada. O empreendedorismo e a inovação também promovem a distribuição de renda, além da capacidade de gerar empregos, estimulando a expansão das pequenas empresas, remetendo à gestão de novos negócios.

Neste sentido, Quintella (2017) cita que o empreendedorismo pode ser definido como a ação de criação para construção de algo novo ou não. O empreendedor precisa ter visão do futuro, pesquisar o mercado, planejar o empreendimento, reunir os recursos necessários para construir seu negócio. Tudo isso envolve investimento, dedicação, talento, e é preciso se arriscar nesse novo ramo e ter coragem para fazer acontecer.

Quintella (2017, p. 22) esclarece que

Um empreendedor de sucesso também sabe reconhecer as suas falhas e os seus erros, muitas vezes problemas decorrem de falta de conhecimento ou de características pessoais, como ansiedade e falta de experiência. Independente da razão, você deve ter autocrítica suficiente para refletir sobre os próprios erros e empreender esforços no sentido de melhorar como profissional.

Para Ferreira (2017, p. 17), “o empreendedor é um indivíduo que tem uma ideia, é influenciado pelo contexto ambiental no qual está inserido e gera bens e serviços, que são objeto de julgamento pelo mercado”. O empreendedor utiliza o ambiente à sua volta a seu favor, para a criação de ideias, sobretudo saber analisar o mercado e identificar nichos que podem trazer êxito para seu empreendimento, promovendo o sucesso.

Segundo o SEBRAE (2020), o empreendedorismo nunca esteve tão alto durante uma crise. Em 2020, o Brasil atingiu o maior grau de empreendimento nos últimos 20 anos. Além disso, o Brasil apresenta a quarta maior taxa de empreendedorismo, com negócios de até três anos e meio de existência. Esses empreendimentos apresentam as motivações para começar um novo negócio por necessidade ou por oportunidade. Uma das razões iniciais para empreender é a escassez de emprego, considerado o fator de maior motivação. (SEBRAE, 2020). Com a pandemia, estima-se que essa motivação aumentou, apesar das dificuldades no mercado de trabalho.

## 2.5 GESTÃO DE NEGÓCIOS

Segundo Walter, Ciro, Maria, Silvia, & Walther (2015), o ambiente de negócio ficou mais competitivo, o número de empreendedores e a preocupação de investir estão cada vez maiores. Isso deve se refletir em uma boa gestão, compreendendo o planejamento, os processos, as pessoas e os projetos. Um bom gestor de negócios deve ter a visão futura dos seus negócios, tanto para tempos turbulentos (períodos de recessão econômica) quanto em seus picos, que são os períodos em que o negócio prospera, mantendo-se preparado para ambas as situações.

Segundo Oliveira (2015), para dar início ao seu negócio é preciso gerar demanda, produzir, entregar e então avaliar. A demanda deve ser tanto o cliente à procura do produto ou serviço, quanto o vendedor à procura de seus potenciais clientes. A produção vem da demanda; a partir daí, tem o início do planejamento do pedido, abertura da ordem de fabricação, aquisição da matéria prima necessária, das ferramentas e tudo que for necessário para que a operação seja executada. A entrega é o ponto final, quando o produto chega até o cliente, depois de todos os processos anteriores. A avaliação é o momento em que o trabalho realizado passa por inspeção, para saber se o produto atende às expectativas do cliente.

Gerenciar um negócio requer dedicação, pois o empreendimento está diretamente ligado aos clientes. O empreendedor também precisa se atentar em desenvolver maneiras de se aproximar dos seus clientes, fidelizando os existentes e aumentando sua abrangência em números e espaço geográfico, ajudando na expansão do seu negócio.

## 2.6 GESTÃO DE NEGÓCIOS EM REDES SOCIAIS

De acordo com Cintra (2010), a internet vem se mostrando como um meio de comunicação fácil e ágil na sua utilização, imprescindível para a venda de produtos, divulgação de marcas, capacitação e aumento dos contatos no âmbito social. O ambiente virtual pode ampliar os horizontes e possibilita que o cliente tenha mais facilidade para entrar em contato com o detentor do produto.

Para Robert, Michael, & Dean (2014, p. 19),

Como o empreendedor é uma função social integrada a um contexto social, é importante que o empreendedor estabeleça conexões e, ocasionalmente, redes com esses recursos de apoio logo no início do processo de formação do novo empreendimento [...], uma rede informal para apoio moral e profissional ainda beneficia muito o empreendedor.

Com a ajuda das redes sociais nos negócios, as pessoas podem comprar e vender diretamente de suas casas, trazendo versatilidade, eficiência, economia e agilidade. Segundo Cintra (2010), as redes digitais estão se mostrando eficazes em muitos negócios, como as plataformas de atendimento, juntamente com a loja virtual. As mídias sociais podem gerar maior atratividade para as empresas, tornando o contato mais humanizado com o público, e fidelizando seus clientes.

Segundo Barcelos (2010, p 32), “as redes sociais digitais são uma ferramenta fundamental para a rápida propagação da mensagem a partir da interação dos usuários”. Dessa forma as redes sociais podem alcançar uma demanda em potencial, atingindo um maior público através delas, com um maior alcance, chegando com facilidade onde o público está. Vieira (2019) destaca que os conteúdos passados pelas redes sociais possuem uma maior facilidade de direcionamento de dados, e isso oferece praticidade para atingir o público desejado.

## 2.7 CONTROLE FINANCEIRO

Segundo Trombetta (2014), mostrar a importância do controle financeiro é fundamental para o auxílio na tomada de decisão, controle, planejamento, orçamento e principalmente a sobrevivência da empresa. Um controle financeiro bem estruturado é fundamental para obter sucesso e gerir a empresa. Sem dúvida, o que todo o empresário almeja é lucro, e para que isso ocorra, deve-se ter atenção máxima nos registros de compras e vendas. Ressalta Trombetta (2014) que o controle contribui para o acompanhamento das entradas e saídas da empresa, saber os valores e contribuições, ter plena consciência dos lucros ou prejuízos em cada período. Às vezes pode-se pensar que há lucro, quando, na verdade, apenas está pagando o produto sem rentabilidade. Segundo Michael (2012), as informações são usadas todos os dias para ajudar os gestores a tomar decisões importantes. Portanto, ter a prática de analisar essas informações é importante, e estas podem ser usadas para tomadas de decisões diárias, beneficiando os empreendedores.

Segundo Marques (2008), o controle financeiro é uma ferramenta para avaliar as possibilidades de sucesso dos negócios presentes e futuros da empresa. Corroborando com esta ideia, Monteiro (2004) sinaliza que o controle financeiro é o elemento principal na tomada de decisão, auxiliando na elaboração do planejamento e controle da organização da empresa.

O controle financeiro não se trata de algo novo ou contemporâneo, mas há registros de que é um procedimento bastante antigo, conforme destaca Jeisimary (019, p. 4):

A partir do momento em que o homem viu que havia necessidade de registrar e controlar seus bens, ele então passou a contar, ou melhor, a contabilizar o que tinha e o que recebia ficando de fácil entendimento, sendo isso observado desde o primeiro sistema de troca de produtos até a criação da moeda.

O controle financeiro é uma ferramenta importante para a empresa, seja ela grande ou pequena, possibilitando acompanhar as movimentações e recursos financeiros de uma empresa sendo futuras ou atuais. Além de muito importante, é necessário manter-se sempre atualizado para tomadas de decisões. Nesta mesma linha, Leme Júnior, Rigo e Cherobim (2010) afirmam que o controle financeiro é a arte e a ciência de administrar recursos financeiros para maximizar a riqueza da empresa. Por fim, Marizete, Ana, Daniela, Rosemeire & Sheila (2017) dizem que é através do controle financeiro que as empresas se mantêm, o que o torna tão fundamental e necessário.

### **3. METODOLOGIA DA PESQUISA**

O objetivo desta pesquisa é mostrar a percepção dos empreendedores do ramo alimentício focados em redes sociais quanto à relação entre controle financeiro e desempenho nos negócios, no período da pandemia da COVID-19. Para atingi-lo, foi necessário realizar uma entrevista com a população alvo, denominada de amostra, a qual se constitui de 10 pessoas.

A metodologia utilizada que melhor caracteriza este trabalho possui caráter qualitativo, pois busca compreender a visão dos respondentes, que segundo os autores John & David (2021), a pesquisa qualitativa é uma abordagem voltada para a exploração e entendimento do significado que indivíduos ou grupo atribuem a um problema social ou humano. Também se caracteriza como descritiva, pois segundo Barros e Lehfeld (2000), tem como proposta descobrir as características de um determinado fenômeno, como a frequência com que ocorrem, suas conexões e relações, além de suas causas. O estudo parte de questões de amplo interesse e culminam com questões específicas, as quais descrevem a visão dos respondentes. Para obter essas informações, o instrumento de coleta de dados foi aplicado no período de 29 de março



de 2021 a 6 de abril de 2021, visando evidenciar a percepção que esses empreendedores têm sobre o controle financeiro do seu negócio durante o período da pandemia.

O público-alvo da pesquisa são empreendedores de negócios virtuais do ramo alimentício, que utilizam-se das redes sociais para a concretização de suas vendas, especialmente no período da COVID-19. A coleta de dados foi realizada através de um questionário, composto por questões abertas que exploram a visão que esses empreendedores têm sobre o desempenho e gerenciamento financeiro do seu negócio, durante o período da pandemia. A pesquisa foi focada em perguntas que pudessem evidenciar a percepção do conhecimento e aplicação do controle financeiro em cada negócio. Os nomes e identidades dos respondentes foram preservados, atribuindo a cada um, individualmente, as letras de “A” a “J”, procedimento necessário para destacar as respostas.

Este instrumento de coleta de dados foi disponibilizado através do envio do *link* do documento disponível na plataforma do Google docs. Tendo em vista a pandemia, o Instagram e o Whatsapp foram os meios utilizados para que os documentos com as perguntas chegassem aos possíveis respondentes. Dos 18 empreendedores constituídos como amostra inicial, 10 responderam a todas as questões, ou seja, houve um aproveitamento de 55,56% da amostra para a análise que se segue.

#### **4. ANÁLISE DOS DADOS**

A análise das respostas obtidas através do instrumento de coleta de dados está a seguir, sempre contrastadas com teorias pertinentes. Foi evidenciada a importância do tema proposto pelas circunstâncias em que se vive, algo notadamente ímpar, exigindo dos empreendedores novas atitudes, aproveitamento de oportunidades e uma gestão eficiente dos seus negócios.

Assim, foi proposto um questionamento aos respondentes sobre qual a razão para abertura do comércio e se a pandemia teve influência sobre a abertura. De acordo com o respondente **A**, “o principal motivo para empreender foi o desemprego, a pandemia teve total influência, pois fiquei desempregada”. A respondente **B** “precisava de uma renda extra, por conta de ter fechado meu trabalho, causado pela pandemia, portanto teve total influência”. O respondente **D** afirma que a abertura do seu negócio foi influenciado pela pandemia, “como uma forma de tentar uma renda extra”. O respondente **C**, apesar de iniciar por conta de uma renda extra, não foi influenciado a abrir por conta da pandemia, assim como os respondentes **E, F, G, H, I e J** que iniciaram seus negócios sem nenhuma influência da pandemia, apenas para ter seu próprio negócio ou uma forma de renda extra.

Apesar de alguns dos respondentes afirmarem não terem sido influenciados pela pandemia, todos iniciaram seus negócios com a intenção de promover renda, como cita o autor Quintella (2017), quando afirma que o empreendedorismo e a inovação também promovem a distribuição de renda, além da capacidade de gerar empregos, estimulando a expansão das pequenas empresas, remetendo à gestão de novos negócios

Outro questionamento foi a respeito de se o período da pandemia influenciou no comércio, seja de forma negativa ou positiva. Segundo a respondente **A**, a influência foi “positiva de certo modo, pois precisei me reinventar abrindo meu negócio”. Já os respondente **B e F** dizem que foi de forma negativa, pois para **B** “as pessoas não estão mais comprando tanto como antes” e para **F** “a demanda caiu um pouco, não vendo nada que é considerado item de necessidade, então por conta das pessoas estarem sem dinheiro e economizando mais, eu acabei sendo afetada”. Para **C e E** não houve qualquer influência na pandemia. O respondente **D** diz que foi “positiva, me ajudou a conhecer e estudar um novo ramo”. O respondente **G** diz ter sido de forma negativa, “pois não trabalhava com *delivery* e mesmo com *delivery* as vendas

caíram muito”, mesma impressão de **H**: “negativa, vendia em escolas e por elas estarem de portas fechadas as vendas despencaram”. O respondente **I** diz ter sido positiva, pois “o comércio é exclusivamente *delivery*, devido às pessoas ficarem mais dentro de suas casas e consequentemente mais apegadas às redes sociais, surgiu uma grande oportunidade de explorar formas de anunciar no Instagram e Facebook”. Por fim, o respondente **J** diz que “a pandemia veio a fechar minhas mesas que eu tinha no local, mas o meu *delivery* veio aumentando cada dia mais. Hoje eu tenho dois entregadores”.

A pandemia afetou a todos de alguma forma. Como observado, alguns de forma positiva, devido ao fato da economia ter sido afetada, que por consequência, refletiu nos negócios de alguns respondentes. Isso se deu pelo fato de não haver uma demanda sobre determinado produto, como explica Oliveira (2015). Conforme a demanda surge, é preciso produzir, entregar e então avaliar. A demanda pode ser tanto do cliente à procura do produto ou serviço, quanto do vendedor à procura do cliente para oferecer seu produto. Percebeu-se que alguns respondentes não tiveram uma demanda suficiente para aumentar a renda neste período, enquanto outros tiveram aumentada, tanto a demanda quanto a renda.

Também foi levantado um questionamento para identificar se os respondentes acreditam que a contabilização os auxilia no desempenho do seu comércio. Esse questionamento foi levantado para observar se os respondentes dão a devida importância ao controle financeiro do negócio. Apenas o respondente **H** não soube se posicionar sobre esta questão. Os demais acreditam que a contabilização auxilia no desempenho do seu negócio. O respondente **A** afirmou “totalmente, pois sem ela não saberia administrar a rentabilidade do meu negócio”. Já o respondente **B** diz que “uma boa contabilização financeira auxilia e previne gastos desnecessários, aumentando os lucros”. O respondente **C** acredita “que é necessário manter a parte financeira em ordem e estar sempre por dentro dos valores do que está comprando e do que está vendendo, ainda mais nos dias de hoje que está tudo subindo os preços”. **D** afirma: “com certeza, saber o valor, o lucro obtido, os gastos e investimentos”. O respondente **E** acredita que a contabilização auxilia no desempenho do negócio, porém não se expressou além da concordância. **F** diz que “sim, um contador é sempre muito bem-vindo”, enquanto o respondente **G** acredita “que com um melhor conhecimento na área da contabilidade melhoraria mais meu negócio”. A mesma visão tem **I**, quando diz que a contabilidade “auxilia, pois assim consigo visualizar melhor como anda meu negócio”, e **J**, reafirmando o que outros já disseram: “sim, é uma forma correta de administrar meu dinheiro”.

De acordo com os respondentes, fazer a contabilização do seu negócio é importante, sendo necessário para manter a ordem nos negócios, confirmando o que Jeisimary (2019) já dizia, pois a partir do momento em que o homem viu necessidade em registrar e controlar seus bens, passou a contabilizar o que tinha e o que recebia, facilitando o entendimento das contas. Estas afirmações também encontram guarida com a fala de Michael (2012), ao afirmar que a contabilidade ajuda a informar os usuários sobre os recursos econômicos e as reivindicações feitas às empresas.

Também foi levantado um questionamento se os respondentes acreditam que o comércio poderia ser afetado sem um instrumento de controle financeiro. Os respondentes **A**, **B**, **C**, **D**, **E**, **F**, **G** e **I** acreditam que podem ser afetados sem um instrumento de controle financeiro. Segundo o respondente **C**, “sem controlar as finanças as chances de estar tendo um prejuízo e acabar falindo são enormes”. Por outro lado, **H** e **J** afirmam que não seriam afetados sem este controle, por conta da pequena movimentação financeira.

Apesar dos respondentes **H** e **J** afirmarem não acreditar ser afetados, Brizolla (2008) cita que este controle é mais importante nas complexas economias modernas, posto que os

recursos são escassos, e o gestor tem de escolher, entre as alternativas possíveis, as melhores, sendo que para identificá-las são necessários os dados contábeis. Portanto, esses controles tornam-se ainda mais importantes em momentos complexos, como o da pandemia, sendo ainda mais relevantes os controles financeiros.

Outro questionamento foi se os respondentes têm a prática de analisar as informações financeiras do seu comércio. Segundo os respondentes **A, B, C, D, E, F, G** e **I**, todos têm a prática de analisar as informações financeiras do seu comércio. Na fala de **C**, “acredito ser importante essas análises”. Em contrapartida, **H** e **J** não têm esta prática, mas **J** vê que seria importante, pois declara: “não tenho, mas deveria começar”.

Segundo Michael (2012), as informações são usadas todos os dias para ajudar os gestores a tomar decisões importantes. Neste sentido, ter a prática de analisar essas informações é importante, e podem ser usadas estas análises para tomadas de decisões diárias, gerando benefícios para os empreendedores.

Também se levantou o questionamento aos respondentes se com a pandemia eles passaram a utilizar as redes sociais no seu comércio ou já faziam uso delas antes. Esse questionamento foi definido para comparar o quanto as redes sociais podem ter ajudado no faturamento durante a pandemia. Segundo as respostas da amostra, todos usam as redes sociais como seu maior canal de vendas, principalmente no período da pandemia, complementando que as redes sociais são muito importantes para o negócio. Isto se percebe na fala de **A**: “meu maior meio de vender são as redes sociais”, e alguns respondentes também disseram que passaram a usar as redes sociais mais que anteriormente, como afirma **G**: “comecei a usar mais do que antes”.

Tais respostas revelaram a importância das redes sociais para o comércio na pandemia, como cita Cintra (2010), afirmando que a internet vem se mostrando como um meio de comunicação fácil e ágil na sua utilização, imprescindível para a venda de produtos, divulgações de marcas, capacitação e aumento dos contatos no âmbito social.

Outro questionamento levantado foi se os respondentes acreditam que através das redes sociais o faturamento foi maior, comparado ao sistema comum. Os respondentes **A, B, C, D, E, H, I** e **J** acreditam que as redes sociais contribuem para que o faturamento seja maior, evidenciado na resposta de **J**: “as redes sociais trazem muitos clientes, aumentando o faturamento”. Já os respondentes **F** e **G** dizem não ser tão grande este faturamento, mas ajuda a incrementar as vendas, consoante o que **G** diz: “ajuda, mas não é a principal forma”.

Apesar dos respondentes **F** e **G** afirmarem que seu faturamento não é tão alto através das redes sociais, ainda vem sendo um meio eficiente para atingir clientes nessa pandemia, como afirmam os demais respondentes. Estas respostas têm total relação com o que Vieira (2019) destaca, afirmando que os conteúdos passados pelas redes sociais possuem uma maior facilidade de direcionamento de dados, oferecendo praticidade para atingir o público desejado. Com isso o alcance de clientes pode ser grande, contribuindo para que a empresa fature mais através das redes, atraindo mais clientes a conhecerem o seu negócio. Portanto, no contexto em que se encontram os comércios nessa pandemia, o uso das redes sociais se mostrou um meio favorável e lucrativo, complementar aos métodos tradicionais.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho teve como finalidade apresentar a visão de empreendedores do ramo alimentício da cidade de Conchal – SP quanto ao controle financeiro do seu negócio pelas redes

sociais, especialmente no contexto da pandemia da COVID-19. Com base na fundamentação teórica e nos conceitos abordados, foi realizada uma entrevista com empreendedores do ramo alimentício com o intuito de mostrar na prática como eles desempenham e controlam financeiramente o seu negócio diante da pandemia.

Por meio da pesquisa realizada foi possível constatar que o controle financeiro está presente em todo tipo de comércio, ajudando a promover a boa saúde das finanças, apesar de nem todos os respondentes afirmarem que se beneficiaram neste período de pandemia. Esta pesquisa se torna relevante pelas circunstâncias em que se vive, um momento inédito neste século, exigindo dos empreendedores novas atitudes, aproveitamento de oportunidades e um controle financeiro mais eficiente dos seus negócios.

Após a análise dos dados, foi possível observar que até pequenos negócios precisam estar amparados em um controle financeiro, mesmo que seja de uma forma simplificada. Não é exigido um conhecimento primoroso sobre controle financeiro ou uma formação na área para fazer uso dele. Conforme demonstrado pela maioria dos respondentes, é através da vontade ou necessidade de empreender que acabam se utilizando do controle financeiro para gerenciar as finanças do seu negócio. Apesar de serem de forma simples, são extremamente importantes para a saúde e continuidade do seu negócio. Portanto, fica evidente a importância do controle financeiro, principalmente diante de uma pandemia, ressaltando ainda mais o cuidado necessário para que o negócio prospere e traga benefícios ao empreendedor.

Cabe destacar que esta pesquisa procurou compreender apenas a visão de empreendedores de Conchal – SP, cidade considerada de pequenas dimensões e população. Portanto, recomenda-se para trabalhos futuros pesquisas que abranjam outras regiões ou cidades com maior importância econômica. Como limitações enfrentadas durante a pesquisa, pode-se destacar a dificuldade em fazer entrevistas, pelas restrições impostas pelo poder executivo, sendo alterada a forma de coleta de dados através de questionários, disponibilizados em plataforma virtual. De qualquer forma, o objetivo da pesquisa foi alcançado, contribuindo com a ciência na área administrativa/contábil.

## REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA BRASIL.** Covid-19: há um ano, OMS declarava pandemia. (2021). Recuperado de: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-03/covid-19-ha-um-ano-oms-declarava-pandemia>>.
- ABIA.** (2020). ABIA e indústrias de alimentos discutem mudanças no comportamento do consumidor pós-COVID-19. Recuperado de: <https://www.abia.org.br/noticias/abia-e-industrias-de-alimentos-discutem-mudancas-no-comportamento-do-consumidor-pos-covid-19>
- Adriano M. V.** (2008). Planejamento e controle financeiro nas micro e pequenas empresas, visando à continuidade e à sustentabilidade. Dissertação. Santos: Universidade Católica de Santos. recuperado de: <https://tede.unisantos.br/handle/tede/460>
- Agência IBGE de Notícias** (2020). PNAD COVID19: 3,3% da população ocupada estavam afastados do trabalho devido ao distanciamento social na quarta semana de setembro. Recuperado de: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/29180-pnad-covid19-3-3-da-populacao-ocupada-estavam-afastados-do-trabalho-devido-ao-distanciamento-social-na-quarta-semana-de-setembro>
- Barcelos, M. A. R.** (2010). Avaliação da eficiência de comunicação em redes sociais digitais: Uma análise exploratória do cenário de empresas brasileiras. Dissertação de Mestrado, FGV-EAESP. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/8294>
- Barros, A. J. S, & Leheld, N. A. S.** (2000). Fundamentos de Metodologia: Um guia para iniciação científica. 2. ed. São Paulo: Makron Books.

- Brizolla, M. M. B.** (2008). Contabilidade gerencial. Unijuí: Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Recuperado de: <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/192/Contabilidade%20gerencial.pdf>
- Cintra, F. C.** (2010). Marketing Digital: a era da tecnologia on-line. Investigação, v. 10. Recuperado de: <http://publicacoes.unifran.br/index.php/investigacao/article/view/147>
- Companys, Y. & McMullen, J. S.** (2007). Strategic Entrepreneurs at Work: The Nature, Discovery, and Exploitation of Entrepreneurial Opportunities. pp.273-283. Small Business Economics.
- Dornelas, J. C. A.** (2008). Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier. Recuperado de: <https://books.google.com.br/books?id=oKlayz7rBVIC&lpg=PP1&hl=pt-BR&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Ferreira, E. L.** (2012). O fenômeno do empreendedorismo. São Paulo: Saraiva. Recuperado de: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=ZStrDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=empreendedorismo&ots=dKYROjJzsG&sig=M8LpODfv0C5OAtVHx3CwL2HaSfI#v=onepage&q=empreendedorismo&f=false>
- IBGE.** (2019). Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estimativas da população residente. Recuperado de: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/conchal.html>
- IBGE.** (2020). Desemprego chega a 14,4% no trimestre encerrado em agosto. Recuperado de: <https://www.ibge.gov.br/busca.html?searchword=desemprego&searchphrase=all&start=40>
- Jeisimary, R. S. O.** (2019). O papel da contabilidade através do planejamento financeiro no auxílio da gestão empresarial em uma microempresa do ramo de utilidades na cidade de São Desidério – BA. Recuperado de: [https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigo\\_cientifico\\_o\\_papel\\_da\\_contabilidade\\_atraves\\_do\\_planejamento\\_financeiro\\_no\\_auxilio\\_da\\_gestao\\_empresarial\\_em\\_uma\\_microempresa\\_do\\_rama\\_de\\_utilidades\\_na\\_cidade\\_de\\_sao\\_desiderio\\_ba.pdf](https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigo_cientifico_o_papel_da_contabilidade_atraves_do_planejamento_financeiro_no_auxilio_da_gestao_empresarial_em_uma_microempresa_do_rama_de_utilidades_na_cidade_de_sao_desiderio_ba.pdf)
- John W. & David C.** (2021). Projeto de pesquisa, métodos qualitativos, quantitativos e misto. 5. ed. Porto Alegre: Penso. Recuperado de: [https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=URcIEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=livros+sobre+o+metodo+qualitativo&ots=9f2KnRF\\_zF&sig=hWMzx2tO7dGw8qZqjU9hCZ2B2s0#v=onepage&q=livros%20sobre%20o%20metodo%20qualitativo&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=URcIEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=livros+sobre+o+metodo+qualitativo&ots=9f2KnRF_zF&sig=hWMzx2tO7dGw8qZqjU9hCZ2B2s0#v=onepage&q=livros%20sobre%20o%20metodo%20qualitativo&f=false)
- Leme, J. A. B., Rodrigo, C. M., e Cherobim, A. P.** (2010). Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas. 3. ed., p. 4). Rio de Janeiro: Elsevier.
- Marques, W. L.** (1994). Contabilidade comercial: contabilidade geral II. 1ª ed. Recuperado de: [https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=Qut7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=livros+sobre+contabilidade+no+comercial&ots=xTK0628C3d&sig=jbk-ZTvkdtTH6Emiic\\_ws0m4MXw#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=Qut7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=livros+sobre+contabilidade+no+comercial&ots=xTK0628C3d&sig=jbk-ZTvkdtTH6Emiic_ws0m4MXw#v=onepage&q&f=false)
- Michael P. G.** (2012). Contabilidade e finanças. (p. 17)São Paulo: Saraiva. Recuperado de: <https://bityli.com/UrZ41>
- Monteiro, M. D. F.** (2004). Planejamento e controle financeiro em concessionárias de automóveis. São Paulo: Dissertação (Mestrado FEA/USP).
- Oliveira, J. R. S.** (2015). O papel da contabilidade através do planejamento financeiro no auxílio da gestão empresarial em uma microempresa do ramo de utilidades na cidade de São Desidério – BA ( p. 4). Recuperado de: [https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigo\\_cientifico\\_o\\_papel\\_da\\_contabilidade\\_atraves\\_d\\_o\\_planejamento\\_financeiro\\_no\\_auxilio\\_da\\_gestao\\_empresarial\\_em\\_uma\\_microempresa\\_do\\_rama\\_de\\_utilidades\\_na\\_cidade\\_de\\_sao\\_desiderio\\_ba.pdf](https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigo_cientifico_o_papel_da_contabilidade_atraves_d_o_planejamento_financeiro_no_auxilio_da_gestao_empresarial_em_uma_microempresa_do_rama_de_utilidades_na_cidade_de_sao_desiderio_ba.pdf)

- Oliveira, A. C.** (2015). Gestão de negócios (pp. 26-27). Florianópolis-SC: Clube de autores. Recuperado de: <https://books.google.com.br/books?id=GWz0DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gest%C3%A3o+de+neg%C3%B3cios&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKewjvpp-SkO7sAhWdI7kGHU3ADWwQ6AEwAHoECAYQA#v=onepage&q=gest%C3%A3o%20de%20neg%C3%B3cios&f=false>
- Organização Mundial da Saúde** (2020). Folha informativa COVID-19: Escritório da OPAS e da OMS no Brasil. Recuperado de: <https://www.paho.org/pt/covid19>
- Quintella, M.** (2017). Empreendedorismo e gestão de negócios. Rio de Janeiro: Synergia Editora. Recuperado de: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=Eve0DgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=gest%C3%A3o+de+neg%C3%B3cios+empreendedorismo&ots=LVNnfISDuy&sig=tabu5PYMw1AsmMoNf5buzxMMmGo#v=onepage&q=gest%C3%A3o%20de%20neg%C3%B3cios%20empreendedorismo&f=false>
- Robert, D. H., Michael, P. P., & Dean A. S.** (2014). Empreendedorismo (9ª ed.). São Paulo: Techbooks. Recuperado de: [https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=r-q\\_AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=empreendedorismo&ots=MxseXLe7yE&sig=kuk\\_Q-kTS4oGH1gf5ySLszerLio#v=onepage&q=empreendedorismo&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=r-q_AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=empreendedorismo&ots=MxseXLe7yE&sig=kuk_Q-kTS4oGH1gf5ySLszerLio#v=onepage&q=empreendedorismo&f=false)
- SEBRAE, A. S. N.** (2020). Brasil deve atingir marca histórica de empreendedorismo. Recuperado de: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/brasil-deve-atingir-marca-historica-de-empreendedorismo-em-2020,d9c76d10f3e92710V04c00210aRCRD#:~:text=Em%202020%2C%20o%20Brasil%20deve,3%2C5%20anos%20de%20atividadegnVCM10000>
- Trombetta, A.** (2014) A importância do controle financeiro nas empresas. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco. Recuperado de: <http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/3353>
- Vieira, W. S.** (2019). As percepções dos gestores das empresas virtuais do ramo alimentício Ifood e DeliveryMuch de Rondonópolis. Trabalho de conclusão de curso. Rondonópolis-MT. Recuperado de: <http://bdm.ufmt.br/handle/1/1477>
- Walter, G., Ciro, M. C., Maria, A. S. M., Silvia, P., Walther, K.** (2015). Gestão de negócios e sustentabilidade: textos selecionados. Rio de Janeiro: Brasport. Recuperado de: <https://bityli.com/PrJLz>