

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
BACHARELADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

DORGIVAL DOS SANTOS JÚNIOR
EMMANUEL JUAN DE OLIVEIRA

**MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL: UM ESTUDO DE CASO SOBRE
AÇÕES E ESTRATÉGIAS UTILIZADAS DURANTE A PANDEMIA COM O
INTUITO DE PRESERVAR A SAÚDE FINANCEIRA DO NEGÓCIO.**

MACEIÓ
2021

**DORGIVAL DOS SANTOS JÚNIOR
EMMANUEL JUAN DE OLIVEIRA**

**MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL: UM ESTUDO DE CASO SOBRE
AÇÕES E ESTRATÉGIAS UTILIZADAS DURANTE A PANDEMIA COM O
INTUITO DE PRESERVAR A SAÚDE FINANCEIRA DO NEGÓCIO.**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como pré-requisito para
conclusão do curso de graduação
em Ciências Contábeis da
Universidade Federal de Alagoas –
UFAL.

Orientadora: Msc. Márcia Maria Silva
de Lima

MACEIÓ - ALAGOAS

2021

Catlogação na fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central

Bibliotecário: Cláudio César Temóteo Galvino – CRB4/1459

S237m Santos Junior, Dorgival dos.
Microempreendedor individual: um estudo de caso sobre ações e estratégias utilizadas durante a pandemia com o intuito de preservar a saúde financeira do negócio / Dorgival dos Santos Junior; Emmanuel Juan de Oliveira. – 2021.
41 f.: il.

Orientador: Márcia Maria Silva de Lima.
Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Maceió, 2021.

Bibliografia: f. 40-41.

1. Microempreendedor individual. 2. Pandemia. 3. Receitas. I. Oliveira, Emmanuel Juan de. II. Título.

CDU: 65.017.32

Folha De Aprovação

DORGIVAL DOS SANTOS JÚNIOR

EMMANUEL JUAN DE OLIVEIRA

MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AÇÕES E ESTRATÉGIAS UTILIZADAS DURANTE A PANDEMIA COM O INTUITO DE PRESERVAR A SAÚDE FINANCEIRA DO NEGÓCIO.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Alagoas, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, sob a orientação do(a) professor (a): Marcia Maria Silva de Lima.

Aprovado em:

Banca Examinadora

MARCIA MARIA SILVA DE
LIMA:82838569449

Assinado de forma digital por MARCIA MARIA SILVA DE
LIMA:82838569449
Dados: 2021.10.19 12:27:34 -03'00'

PROFº MESTRE: MARCIA MARIA SILVA DE LIMA (ORIENTADORA) **NOTA: 9,0**

Faculdade de Economia Administração e Contabilidade
Universidade Federal de Alagoas

PROFº ESPEC.: DANIEL SALGUEIRO SILVA (1º AVALIADOR) **NOTA: 8,0**

Faculdade de Economia Administração e Contabilidade
Universidade Federal de Alagoas

PROFº MESTRE: MARCIA ADRIANA M. OMENA (2º AVALIADOR) **NOTA: 9,0**

Faculdade de Economia Administração e Contabilidade
Universidade Federal de Alagoas

Dedico este trabalho primeiramente a Deus que me tem dado forças para seguir em frente em minha jornada. A minha família que de forma direta me proporcionou condições para que eu pudesse chegar até aqui. Dedico a nossa orientadora pela paciência e excelentes contribuições durante o processo, as quais foram fundamentais para a conclusão da pesquisa. E ao meu colega de pesquisa pela parceria.

(Dorgival dos Santos Júnior)

Dedico este trabalho a Deus que tem me ajudado até aqui. A minha família que de forma direta me auxilia e me mantém firme em todos os momentos. A nossa orientadora pela contribuição e paciência durante toda a produção desta pesquisa. Ao meu colega de trabalho pela parceria.

(Emmanuel Juan de Oliveira)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradecemos a Deus por nossas vidas e pela força que nos foi dada para que pudéssemos chegar até aqui firmes e com entusiasmo para concluirmos esta pesquisa.

Agradecemos aos nossos familiares pela paciência, apoio, carinho, confiança e atenção durante esses anos de muitas lutas e vitórias.

A nossa eterna gratidão a mestra Márcia Maria Silva de Lima, orientadora nesta pesquisa, por cada sugestão e correção, como também pela paciência e dedicação na produção deste trabalho.

Agradecemos a Universidade Federal de Alagoas pelos inúmeros recursos disponibilizados aos seus alunos que são fundamentais para o desenvolvimento de trabalhos como esse. A coordenação e a todo corpo de técnicos que fazem parte da mesma.

Por fim, a todos que contribuíram direta e indiretamente para a realização deste trabalho. O Nosso Muito Muito Obrigado.

RESUMO

O Microempreendedor Individual representa os brasileiros que, de forma autônoma, exercem suas atividades econômicas, de forma simplificada, com rendimentos até R\$ 81.000,00. No ano de 2020 instalou-se uma pandemia com proporções gigantescas a ponto de remodelar as formas como vivemos, e com o avanço em todo o mundo, principalmente no Brasil, um dos grupos mais afetados pela resseção econômica que se instalou em nosso País foram os Microempreendedores Individuais, que tiveram uma queda em suas receitas e conseqüentemente foram obrigados a repensar suas estratégias para conseguir manter seu negócio e conseguir tirar dele um sustento adequado. Desta forma o presente estudo de caso teve o objetivo de entender ações de um microempreendedor diante de uma crise econômica devastadora que invadiu todos os setores da economia, através de uma pesquisa descritiva foi realizado uma coleta de dados para entender o cenário e quais medidas foram tomadas para sobreviver diante da crise gerada pela Pandemia da COVID-19. Os resultados encontrados foram positivos, demonstram que apesar da crise, há formas para um microempreendedor contornar os problemas, e conseguir extrair ensinamentos importantes para seguir em frente. Com o Advento da Pandemia, o delivery, muitas vezes pouco utilizado, veio para ficar, e se tornar uma ferramenta poderosa para gerar receitas para muitos microempreendedores.

Palavras Chaves: Microempreendedor Individual, Pandemia, Receitas

ABSTRACT

The Individual Microentrepreneur, emerged after the creation of Law No. 128 of 2008, was implemented to favor those workers who work on their own and exercise one of the more than 400 types of services, commerce and industry. A time ago, with the creation of the law, there was a search for a way to legalize and formalize Brazilians who were already autonomously exercising an economic activity. In the year 2020 a pandemic of gigantic proportions set in, to the point of reshaping the ways we live, and with the advance all over the world, especially in Brazil, one of the groups most affected by the economic resection that took place in our country were the Individual micro-entrepreneurs, who had a drop in their income and consequently were forced to rethink their strategies to be able to maintain their business and get an adequate livelihood from it. Thus, this case study aimed to understand the actions of a micro-entrepreneur in the face of a devastating economic crisis that invaded all sectors of the economy, through a descriptive research data collection was carried out to understand the scenario and what measures were taken to survive in the face of the crisis generated by the COVID-19 Pandemic. The results found were positive, showing that despite the crisis, there are ways for a micro-entrepreneur to overcome the problems, and be able to extract important lessons to move forward. With the Advent of the Pandemic, delivery, often little used, is here to stay and become a powerful tool to generate income for many micro-entrepreneurs.

Keywords: Individual Microentrepreneur, Pandemic, Revenue

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Número de Microempreendedores Individuais no Brasil -----21

TABELA 2 - Comparativo de Receitas do Negócio em estudo, nos períodos de
Jan/2019-Mar/2020 e Abril/2020 a Mar/2021 -----32

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Receitas e Despesas do período anterior ao início da pandemia de covid-19	30
Figura 2 - Receitas e Despesas do período após o início da pandemia de covid-19	31
Figura 3 - movimento de abertura e fechamento de empresas no segundo quadrimestre de 2020	33
Figura 4 - Variação do lucro no período anterior e posterior a pandemia	33
Figura 5 - Variação das receitas no período anterior e posterior a pandemia de covid-19	34
Figura 6 - Variação das despesas do período anterior e posterior a pandemia de covid-19	34
Figura 7 - Empresas que usufruem dos benefícios do mundo digital no Brasil ---	35.
Figura 8 - satisfação das empresas no Nordeste com a entrada no mundo digital de vendas.	36

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

MEI – Microempreendedor Individual

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

CAGED – Cadastro Geral de Empregados e Desempregados

CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

CLT – Consolidação das Leis do Trabalho

DAS – Documento de Arrecadação do Simples Nacional

RNE – Registro Nacional de Estrangeiros

SIMEI – Sistema de Recolhimento em Valores Fixos Mensais dos Tributos do Simples Nacional.

PGMEI – Programa Gerador do Documento de Arrecadação do Simples Nacional

ICMS – Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual, Intermunicipal e de Comunicação.

ISS – Imposto sobre Serviços

INSS – Instituto Nacional do Seguro Social

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
1.1 Problema da Pesquisa	16
1.2 Objetivos	16
1.2.1 Objetivo Geral.....	16
1.2.2. Objetivos Específicos.....	16
1.3 Justificativa.....	17
2 REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1 Microempreendedor Individual (MEI)	18
2.1.1 Contexto Geral.....	20
2.1.2 Impostos Aplicados ao Microempreendedor Individual.....	22
2.1.3 Quem pode ser Microempreendedor Individual	23
2.2 Definição da Receita Bruta.....	24
2.3 Obrigações Legais	24
2.4 Formas de Desenquadramento do MEI.....	24
2.4.1 Por Iniciativa do Contribuinte.....	25
3 METODOLOGIA	27
3.1 Tipos de Pesquisa.....	27
3.1.1 Quanto à Natureza.....	27
3.1.2 Quanto à Temporalidade	27
3.1.3 Quanto aos Objetivos	27
3.2 Tipos de Pesquisa conforme os procedimentos de coleta	27
3.2.1 Bibliográfica	28
3.2.2 Documental.....	28
3.2.3 Experimental.....	28

3.2.4 De Levantamento.....	28
3.2.5 Estudo de Corte	28
3.2.6 Estudo de Caso	29
3.2.7 Pesquisa de Ação	29
3.3 Metodologia Aplicada	29
3.4 Ferramenta para coleta de dados	29
3.5 Etapas da Pesquisa	30
3.5.1 Coleta das Informações	30
3.5.2 Análise e Interpretação das Informações.....	30
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	31
4.1 Apresentação e Análise dos dados obtidos	31
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	39
REFERÊNCIAS.....	41

1. INTRODUÇÃO

A Pandemia do coronavírus trouxe efeitos devastadores para a economia global, com impactos significativos no comércio, indústria e serviços. Desta forma o mundo se viu praticamente inerte e concentrando formas de combate ao inimigo invisível.

No Brasil o PIB obteve um tombo histórico de mais de 4% segundo o Banco Central, como também a taxa de desemprego segundo o CAGED foi de mais de 14%, retirando muitos brasileiros da CLT e levando-os a informalidade. Com esse cenário devastador, de instabilidade econômica, poucas ofertas de emprego, recessão, cresceu a necessidade do brasileiro de buscar uma alternativa para o insucesso, e a partir daí que muitos microempreendedores individuais surgiram em 2020. Dados do SEBRAE dão conta de que mais de 620 mil negócios foram abertos, sendo que 85% (535.126) foi de Microempreendedores individuais, reforçando a tese de que apesar do cenário de incerteza e instabilidade, o empreendedorismo foi uma válvula de escape para muitos brasileiros que se viram sem seus postos de trabalho.

O MeI como é denominado existe a partir da criação da Lei nº 118 de 2008, e à época formalizou milhares de brasileiros que tinham uma atividade econômica informal, com isso os mesmos tiveram acesso as benesses da legalidade, que é a opção de um acesso ao crédito para investir em suas empresas, possibilidade de crescimento e visibilidade em um mercado cada vez mais competitivo. A Lei além de legalizar proporcionou benefícios que esses brasileiros provavelmente não teriam acesso quando atuavam de forma autônoma, entre os benefícios tem a aposentadoria, auxílio doença, auxílio maternidade, emissão de notas fiscais e redução do número de impostos. Dados do IBGE revelam que o número de MEIs ultrapassou a marca de 8 milhões de registros, em março de 2018. Apesar da crise econômica do País, o número de MEIs cresceu mais de 120%, o que evidencia que apesar do momento delicado do País, o empreendedorismo no Brasil ganha cada vez mais força neste setor. Boa parte deste crescimento segundo especialistas é por conta do desemprego que vem crescendo por conta da pandemia, e isto

vem forçando as pessoas a buscarem alguma alternativa para ter um sustento para as suas famílias. O MEI oferece essa facilidade para esses brasileiros que se veem fora do mercado de trabalho e precisam se reinventar para conseguir manter as contas em dia.

A criação do MEI além de oferecer uma modalidade mais fácil de empreender de forma legal no Brasil, consegue também oferecer uma alternativa para aqueles que saíram do mercado de trabalho por conta do difícil momento econômico que a pandemia ocasionou em muitas empresas, apesar das medidas do governo federal, estadual e municipal para tentar minimizar os impactos, dados do IBGE revelam que o desemprego atingiu a mais de 14 milhões de brasileiros, e boa parte desses optaram por empreender e o MEI oferece essa oportunidade de uma forma acessível. Para abrir o MEI o cidadão não precisa sair de casa, basta acessar ao portal do Microempreendedor e já estará com um CNPJ pronto para começar a trabalhar.

Com uma modalidade de tributação simplificada, o MEI oferece ao cidadão uma oportunidade para tentar formalizar a sua atividade econômica, seja no âmbito dos serviços, comércio ou industrial. Desde sua criação o MEI revelou-se como uma alternativa mais viável para os brasileiros formalizarem as suas atividades e se tornarem empreendedores legais.

A crise gerada pela pandemia do coronavírus revelou muitos brasileiros que estavam na informalidade, e também aqueles que saíram de seus empregos formais e foram obrigados a se reinventar para buscar uma nova alternativa de sustento. O momento delicado que o Brasil e o mundo vivem, exige cautela e acima de tudo muita paciência e criatividade dos empresários como um todo. É por isso que este trabalho vislumbra entender como um empreendedor individual sobrevive apesar das incertezas geradas pela pandemia.

Com o objetivo de analisar e responder as dúvidas geradas pelo momento, este estudo tem como objetivo principal entender como um microempreendedor individual do ramo de alimentação conseguiu sobreviver no período de pandemia, quais foram suas estratégias para vencer a incerteza econômica e continuar gerando receitas. Tornar um negócio rentável em meio à crise é um

dos principais desafios de todo o microempreendedor. E é muito importante conhecer de perto a realidade desses profissionais que fazem com que o país respire e anseie por dias melhores em sua economia que tanto foi afetada pela crise que estamos atravessando.

1.1 Problema da Pesquisa

Este tópico tem o objetivo de nortear o estudo e identificar em qual linha seguirá a pesquisa.

Com base no apresentado anteriormente, como um Microempreendedor pode atravessar uma crise econômica provocada pela pandemia e manter seu negócio rentável?

1.2 Objetivos

Neste tópico serão apresentados os objetivos, geral e específico, da pesquisa.

1.2.1 Objetivo Geral

O Objetivo geral é verificar as ferramentas e ações adotadas por um microempreendedor para atravessar a crise gerada pela pandemia da Covid-19.

1.2.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos temos:

- 1- Definir e contextualizar o que é microempreendedor individual
- 2- Entender formas de tributação e campo de atuação
- 3- Estudar quais estratégias foram utilizadas pelo microempreendedor estudado durante a pandemia
- 4- Demonstrar o resultado das ações que foram aplicadas
- 5- Entender as perspectivas futuras do negócio e se há um planejamento estratégico vislumbrando os próximos anos

- 6- Entender qual o impacto que as mídias sociais tiveram no auge da pandemia, e qual foi a estratégia utilizada para agregar valor à marca por meio desta ferramenta.

1.3 Justificativa

Este estudo se justifica pela importância de entender como os microempreendedores sobrevivem em crises como essa que vivenciamos, nem sempre os auxílios governamentais conseguem alcançar a todos e com o desemprego em alta o brasileiro se viu de mãos atadas, e encontrou no empreendedorismo uma forma de ganhar o seu sustento.

A cada ano segundo o SEBRAE muitos novos microempreendedores surgem e por isso é importante entender esse cenário que cada vez mais cresce e ganha mais personagens. Crises surgem e são cíclicas, e aprender formas de lidar com incertezas como essa é fundamental para o desenvolvimento do país como um todo.

O microempreendedor como força move o país, pois uma tendência que se confirma a cada ano, é que as pessoas estão saindo da CLT para tentar empreender e gerar riqueza de outra forma.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo versaremos sobre Microempreendedor individual, sobre sua definição e contextualização, formas de tributação, obrigações legais e formas de desenquadramento.

2.1 Microempreendedor Individual (MEI)

Microempreendedor Individual é um empreendedor que tem um pequeno negócio e conduz sua empresa sozinho.

O MEI é toda pessoa que trabalha por conta própria que ao se formaliza em empreendedor individual configura-se em empresário e perante o art.966 da Lei nº 10.406, de 10 de Janeiro de 2002 do Código Civil. (EHMKEX,2016, p.3)

O código civil em seu artigo 966 como explicitado acima considerava como empresário aquele que exerce de forma profissional atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou serviços. Não se enquadrava como microempreendedor segundo o código civil as atividades intelectuais, de natureza científica, literária ou artística, mesmo que estas tivessem auxílio de auxiliares ou colaboradores conforme explícita o parágrafo único do artigo 966.

Apesar do código civil abordar de forma explícita sobre a atividade de microempreendedor, a figura do MEI criou forma a partir da Lei Complementar nº 128 de 12 de dezembro de 2008 que veio criando condições especiais e regras específicas para este tipo de empresário. Aqueles brasileiros que antes tinham uma atividade e a exerciam de forma informal, agora tem a opção de formalizar a sua atividade e usufruir dos benefícios de ser um Microempreendedor Individual.

Com a promulgação da Lei Complementar 128 de 2008, essa modalidade de empresa passou a ser utilizada e seu acesso por ser fácil começou a se popularizar entre os brasileiros. Hoje quem tem o desejo de obter o MEI terá acesso ao Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), além do certificado de Microempreendedor Individual (MEI) e uma inscrição municipal. O que ajuda os microempresários inúmeros benefícios como por

exemplo participar de licitações, facilidades na ampliação de prazos de pagamentos junto a financeiras e facilidade na aquisição de produtos e ou insumos diretamente com fornecedores.

A legislação atual do MEI estabelece alguns requisitos legais para se tornar microempreendedor individual. O primeiro deles é o de exercer alguma das atividades previstas em lei que são aquelas ligadas ao comércio, à indústria e a prestação de serviços que tem previsão legal. Segundo ter faturamento menor ou igual a R\$ 81.000,00/Ano. Terceiro, o solicitante não pode ter participação como sócio, administrador ou titular de outra empresa. E por último o MEI só pode contratar no máximo um empregado.

O processo de abertura pode ser feito de forma online e muito rápida. Unidos de CPF, RG, Comprovante de Residência, título de eleitor (Caso não declare imposto de renda) e a última declaração de Imposto de Renda. Feito o registro mensalmente o solicitante precisará pagar o DAS (Documento de Arrecadação do SIMPLES Nacional) cujos valores são definidos através da tributação e previdência privada em guia única.

A legislação só não permite o acesso a essa modalidade de empresas para algumas situações que são elas:

- a) Pensionista e Servidor Público Federal em atividade, servidores públicos estaduais e municipais devem observar os critérios da legislação, que podem variar conforme estado ou município;
- b) Estrangeiro com visto provisório (Só é permitido para aqueles que apresentarem o RNE – Registro Nacional de Estrangeiros, pois este é o visto permanente);
- c) Pessoa que seja titular, sócio ou administrador de outra empresa.

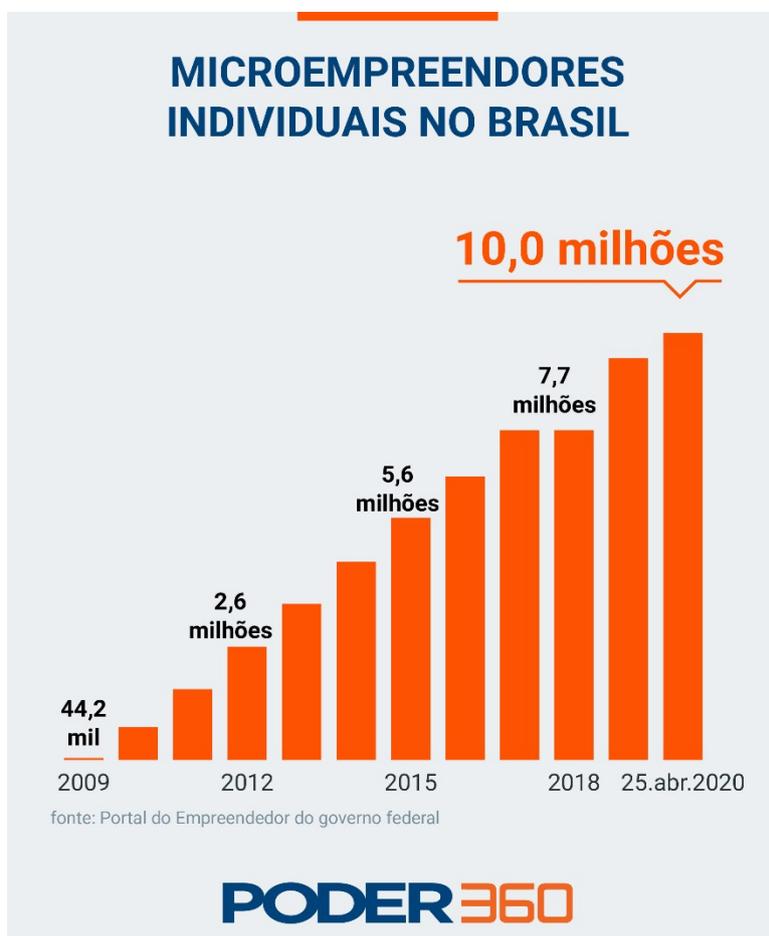
O MEI oferece várias vantagens para aqueles que optam em por essa modalidade de empresa, entre os benefícios são eles: CNPJ, onde com isso facilita a abertura de contas em banco, permite a emissão de notas fiscais, aposentadoria, auxílio maternidade, auxílio doença e entre outros.

2.1.1 Contexto Geral

Hoje o número de MEIs no Brasil passou por uma incrível evolução apesar da pandemia, dados do SEBRAE dão conta de que no Brasil em 2020 mais de 2.600.000 milhões de empresas do tipo MEI foram abertas e atualmente o Brasil conta com mais de 11 milhões de MEIs com registro ativo.

Abaixo podemos observar um gráfico que mostra a evolução ao longo dos anos do número de MEIs registrados no País, e conforme podemos observar este número cresce a cada ano

Tabela 1: Número de Microempreendedores Individuais no Brasil



Quando afunilamos o cenário de crescimento, observamos que em Alagoas segundo dados do SEBRAE o ano de 2020 terminou com 109.589 empresas optantes pelo MEI no estado. Em Coruripe especificamente o ano de 2020 fechou com 1678 MEIs. E os números mostram que este tipo de empresa vem crescendo, principalmente com o avanço da pandemia em 2020, vários

brasileiros forçados pelo desemprego que foi originado pelo ambiente econômico caótico, migraram para o microempreendedorismo buscando uma alternativa para sobreviver.

No Brasil existem segundo dados da Agencia Brasil mais de 19 milhões de empresas ativas, sendo que dessas mais de 11 milhões são de MEIs o que representa mais de 50% do total. Olhando sobre esta ótica nota-se a importância do microempreendedor para a economia brasileira, pois a cada dia que se passa vem crescendo em números e se consolidando como uma alternativa para muitas pessoas que querem ter o seu próprio negócio.

O período da pandemia trouxe consequências desastrosas para a nossa economia, segundo o IBGE no Brasil 716.000 empresas fecharam as portas desde o início da pandemia. Em Alagoas foram mais de 3000 empresas que fecharam as portas segundo o site Gazeta de Alagoas, com isso o desemprego aumentou, e o setor produtivo do país foi um dos que mais sofreram perdas.

Por outro lado, a pandemia fez com que muitas empresas fossem abertas, gerando uma expectativa não só na população, como naqueles que tiveram que se reinventar visto o desemprego que bateu à porta. Como citado anteriormente em dezembro de 2020 o Brasil terminou o ano com mais de 19 milhões de empresas abertas, porém deste número, 21% foram de empresas abertas durante a pandemia, o que representa mais de 4 milhões de negócios. Desse total mais de 60% foram de Microempresas, ou seja, o MEI vem crescendo com muita propriedade, e mesmo durante a pandemia que trouxe incertezas sociais, políticas e econômicas para toda a sociedade, muitos buscou uma forma de formalizar uma atividade para assim conseguir o seu sustento e agregar valor à sua marca.

As redes sociais mais do que nunca se mostraram uma ferramenta importante em épocas de isolamento e restrições. Enquanto os salões foram fechados por conta da pandemia da Covid-19, o delivery precisou ser reajustado para atender a demanda da população que cada vez mais ficava em casa por conta das medidas de isolamento.

Segundo dados do Sebrae (2020) em um estudo feito no período de 20 a 24 de novembro, com uma amostra de 6.138 respondentes de todos os 26 Estados e DF, em que 57% eram MEI, no Estado de Alagoas cerca 73% utilizavam o Instagram para vendas, 42% utilizavam o Facebook e 89% das empresas utilizavam o WhatsApp como canais de venda.

De acordo com a FGV (2020) as vendas por redes sociais, aplicativos ou internet antes da crise representava 47% dos pequenos negócios, entretanto no último levantamento feito pelo Sebrae esse percentual subiu para 59%.

2.1.2 Impostos Aplicados Ao Microempreendedor Individual

Conforme estabelece a Lei complementar 139/2011, o MEI ira optar pelo recolhimento de seu imposto com valores fixos mensais abrangidos pelo Simples Nacional (SIMEI), independentemente da Receita Bruta auferida em determinado período. Seu pagamento é feito mediante o DAS – Documento de Arrecadação do Simples Nacional que deve ser emitido através do Portal do Empreendedor ou Programa Gerador PGMEI, e deve ser pago no dia 20 de cada mês.

O MEI deve pagar os seguintes valores:

- 5% de INSS o que corresponde a R\$ 55,00 em 2021;
- R\$ 1,00 referente ao Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) se a sua atividade estiver relacionada ao comércio ou indústria;
- R\$ 5,00 de Imposto sobre Serviços (ISS), se for do ramo de serviços.

Para os casos de empresas que atue nos ramos de comércio e serviços, também deve ser feito o recolhimento dos dois impostos mencionados anteriormente, tanto o ICMS como o ISS.

O recolhimento como mencionado anteriormente, é feito pelo próprio contribuinte mediante geração de DAS no portal do microempreendedor, caso ocorra algum atraso no pagamento da DAS por parte do microempreendedor, a multa será de 0,33% por dia de atraso, limitado a 20%.

Referente a contribuição do INSS, em observação a legislação a alíquota permanece a mesma, sendo ela de 5% do salário mínimo vigente, o que varia é que o salário mínimo em havendo alteração, ou seja, toda vez que tivermos reajuste do salário mínimo haverá um aumento automático no valor da DAS, pois a parte de INSS irá aumentar conseqüentemente.

2.1.3 Quem pode ser Microempreendedor Individual

Para se tornar um Microempreendedor individual é necessário obedecer a priori a três critérios que são eles:

- Possuir renda bruta de até R\$ 81.000,00/ano, ou seja, R\$ 6750,00 reais de renda bruta mensal.
- Possuir somente um empregado registrado
- Não ter participação em nenhuma outra empresa, seja como sócio, seja como titular

Além do mais, precisa executar alguma atividade descrita no conjunto de ocupações disponível no Portal do MEI do governo federal.

Não são todas as atividades que podem se tornar Microempreendedores Individuais. O MEI abarca qualquer categoria de atividade ligada ao comércio e atividades industriais, podendo ser pequenas confecções, fábrica de calçados, salgados etc.

Quando vamos para o campo dos serviços, aqueles denominados de natureza comum, que são executados sem a necessidade de formação específica, ou seja, sem uma regulamentação legal, podem se formalizar como MEI. Podemos citar como exemplos: salões de beleza, lava-jatos, organização de festas etc.

Porém para aqueles serviços que dependem de uma regulamentação específica para serem prestados não podem se formalizar como MEI. Por exemplo: médicos, advogados, arquitetos, engenheiros e dentistas. A única exceção que se faz são os serviços contábeis.

2.2 Definição de Receita Bruta

De acordo com o art. 3º § 1º da LC nº 123/2006 Receita Bruta é o produto da venda de bens e serviços nas operações de conta própria, o preço dos serviços prestados e o resultado nas operações em conta alheia, não inclusos as vendas canceladas e os descontos condicionais concedidos.

O limite da Receita Bruta para o Microempreendedor Individual está diretamente relacionado ao seu faturamento bruto anual. Limites esses que são regidos pelo artigo 3º da Lei Complementar nº 123/2006. Sendo o faturamento anual de no máximo R\$ 81.000,00, ou R\$ 6.750,00 proporcional ao mês de sua abertura.

2.3 Obrigações Legais

A Lei complementar nº 123, de 2006, art.26 §§ 1º e 6º, inciso II), define algumas obrigações do Microempreendedor Individual, entre as quais:

- I- Fará comprovação da receita bruta mediante apresentação do relatório Mensal de Receitas Brutas, que deverá ser preenchido até o dia 20 (vinte) do mês subsequente àquele em que houver sido auferida a receita bruta.
- II- O MEI fica dispensado da escrituração dos livros fiscais e contábeis, da Declaração Eletrônica de Serviços e da Emissão da Nota Fiscal Eletrônica (NF-e), ressalvada a possibilidade de emissão facultativa disponibilizada pelo ente federado. (Lei complementar nº 123, de 2006, art 2º, inciso I e §6º; art.26, §2º)

2.4 Formas de Desenquadramento do MEI

O Desenquadramento do SIMEI será por ofício ou mediante comunicação do contribuinte junto aos órgãos competentes conforme (Lei complementar nº 123, de 2006, art.18-A, § 6º)

2.4.1 Por Iniciativa do Contribuinte

O Contribuinte pode por iniciativa própria pedir o desenquadramento mediante a comunicação, em aplicativo disponibilizado no Portal do Simples Nacional nas seguintes situações:

I – exceder, no ano-calendário, o limite de receita bruta, devendo a comunicação ser efetuada até o último dia útil do mês subsequente àquele em que tenha ocorrido o excesso, produzindo efeitos:

- a) A partir de 1º de Janeiro do ano-calendário subsequente ao da ocorrência do excesso, na hipótese de não ter ultrapassado o referido limite em mais de 20%;
- b) Retroativamente a 1º de janeiro do ano-calendário da ocorrência do excesso, na hipótese de ter ultrapassado o referido limite em mais de 20%

II – Deixar de atender qualquer das condições previstas na definição de Microempreendedor Individual, devendo a comunicação ser efetuada até o último dia útil do mês subsequente àquele em que ocorrida a situação de vedação, produzindo efeitos a partir do mês subsequente ao da ocorrência da situação impeditiva; (Lei Complementar nº 123, de 2006, art.18-A, §7º, inciso II).

III – Obrigatoriamente, quando incorrer em alguma das situações previstas para exclusão do Simples Nacional, ficando o Desenquadramento sujeito às regras desse Regime, conforme relacionado no artigo 73 da Resolução CGSN 94/2011. (Lei Complementar nº 123, de 2006, art.18-A, §1º).

IV – Quando houver alguma alteração para natureza jurídica distinta de empresário individual a que se refere o art.966 da Lei nº 10.406/2002.

V – Incluir atividade não constante do Anexo XIII da resolução CGSN 94/2011.

VI – Abrir Filial (Lei Complementar nº 123, de 2006, art.18-A, §4º, inciso II)

O Contribuinte desenquadrado do SIMEI passará a recolher os tributos devidos pela regra geral do Simples Nacional a partir da data de início dos

efeitos do Desenquadramento (Lei Complementar nº 123, de 2006, art.18-A, § 9º)

3. METODOLOGIA

Este capítulo tem a função de demonstrar a metodologia utilizada para confecção deste trabalho. Sendo definido a partir da situação problema descrita anteriormente.

3.1 Tipos de Pesquisa

A Pesquisa corresponde a um conjunto de ações que seguem a parâmetros previamente definidos através de um método ou ferramenta.

3.1.1 Quanto à Natureza

Apollinário (2004) apresenta dois tipos de pesquisa quanto à natureza: de um lado existe a qualitativa; de outro, a quantitativa. Ambas são fundamentais na escrita de uma metodologia em um projeto de pesquisa pois norteia que sentido seguirá determinada pesquisa.

Por um lado, a qualitativa segundo Apollinário (2004, p.151) “Lida com fenômenos: prevê a análise hermenêutica dos dados coletados”. Sendo que neste tipo de pesquisa a análise do pesquisador é de fundamental importância. Por outro lado, a quantitativa lida diretamente com fatos sem precisar da análise do pesquisador. Nesse sentido é importante o conhecimento quanto aos métodos aplicados para que a construção dos dados tenha a eficiência desejada.

3.1.2 Quanto à Temporalidade

Na definição de Apollinário (2004, p.151) é um tipo de estudo que “avalia a mesma variável, num mesmo grupo de sujeitos, com duas ou mais mensurações dessas variáveis ao longo de um período de tempo.”

3.1.3 Quanto aos Objetivos

Para este tipo de pesquisa há três tipos: descritivas, explicativas e exploratórias. Neste tipo de pesquisa o objetivo inicial traçado será fundamental para o objeto final a ser pesquisado e explorado.

3.2 Tipos de pesquisa conforme os procedimentos de coleta

Neste tópico abordaremos os tipos de pesquisa de acordo com os procedimentos adotados no momento da coleta.

3.2.1 Bibliográfica

É o tipo de pesquisa que utiliza fontes bibliográficas, tais como: revistas, artigos científicos, textos extraídos da internet etc. Vergara (2006, p.48) afirma que esse tipo “fornece instrumental analítico para qualquer outro tipo de pesquisa, mas também pode esgotar-se em si mesma”.

3.2.2 Documental

Este tipo de pesquisa se baseia em documentos públicos, presentes em bibliotecas, arquivos etc. Para Gil (2002, p.46) os documentos mais comuns são “cartas pessoais, diários, fotografias, gravações, memorandos, regulamentos, ofícios, boletins, etc.”.

3.2.3 Experimental

Esta pesquisa, segundo Gonsalves (2003, p.66)

É aquela que se refere a um fenômeno que é reproduzido de forma controlada, submetendo os fatos à experimentação (verificação), buscando, a partir daí, evidenciar as relações entre os fatos e as teorias.

3.2.4 De levantamento

É o Tipo de pesquisa que visa conhecer e investigar algo de determinada população. Nessa modalidade é definido um problema e a partir dele criam-se meios para gerar informações (Como um questionário) e a partir daí são feitas as análises até chegar a uma conclusão.

3.2.5 Estudo de Corte

Segundo Gil (2002,p.50) é um tipo de amostra “ a ser acompanhada por certo período de tempo, para se observar e analisar o que acontece com elas”.

3.2.6 Estudo de Caso

É o tipo de pesquisa que se volta para determinado caso em específico com o objetivo de conhecer as suas particularidades.

Segundo Yin (2001, p.32): “o estudo de caso é uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.”.

Goode e Hatt (1979,p.421-422) definem o estudo de caso como um método de olhar para a realidade social. “Não é uma técnica específica, é um meio de organizar dados sociais preservando o caráter unitário do objeto social estudado.”.

3.2.7 `Pesquisa -Ação

Vergara (2006, p.49) define-a como “um tipo particular de pesquisa participante e de pesquisa aplicada que supõe intervenção participativa na realidade social.”.

3.3 Metodologia Aplicada

O tipo de pesquisa aplicado a este trabalho foi o Estudo de Caso, para tentarmos entender as práticas adotadas por um microempreendedor no período da pandemia e quais foram os impactos que suas decisões geraram, como também entender o cenário a partir da situação problema proposta anteriormente.

3.4 Ferramentas para coleta de dados

Para realizar a coleta das informações necessárias foi utilizado o método de pesquisa descritiva através de um questionário, onde-se levantou de forma quantitativa e qualitativamente dados que serviram para resolução da situação problema disposta inicialmente.

3.5 Etapas da Pesquisa

3.5.1 Coleta das Informações

Foi feita uma entrevista com um microempreendedor dono de uma Hamburgueria, através de um questionário previamente confeccionado coletamos as informações necessárias para a produção do estudo.

3.5.2 Análise e Interpretação das Informações

As informações prestadas pelo microempreendedor foram analisadas e dispostas em um estudo de caso, para entender o cenário e buscar respostas para o problema em questão.

4 ANÁLISE DOS DADOS, RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo apresenta a análise dos dados e os resultados obtidos da empresa objeto deste estudo. Para obtenção dos dados relevantes a este trabalho, foi utilizado o método de pesquisa descritiva através de um questionário aberto que foi enviado e respondido pelo proprietário do empreendimento em questão.

A pesquisa foi realizada com base nos dados levantados em uma microempresa do ramo comercial situada no município de Coruripe – AL, onde exerce a atividade de lanchonete tanto para consumo local quanto para delivery, para avaliar os impactos econômicos causados pelo início do período de pandemia no Brasil e no Estado de Alagoas.

4.1 Apresentação e Análise dos Dados Obtidos

Este tópico expõe os resultados obtidos através do questionário elaborado, elencando todas as ações que foram tomadas pelo empresário para manter o seu negócio, desde redução de pessoal até o uso de redes sociais para potencializar as suas vendas, e quais serão suas futuras ações para manutenção do estabelecimento e crescimento de vendas.

Deste modo, avaliando as receitas e despesas mês a mês no período de janeiro de 2019 a março de 2020, encontra-se uma situação de harmonia conforme o quadro obtido que está exposto na Figura 1.

Figura 1 - Receitas e Despesas do período anterior ao início da pandemia de covid-19

PERÍODO	RECEITAS		DESPESAS	
janeiro/2019	R\$	3.000,00	R\$	2.400,00
fevereiro/2019	R\$	3.500,00	R\$	2.800,00
março/2019	R\$	2.500,00	R\$	2.000,00

abril/2019	R\$ 18.000,00	R\$ 15.500,00
maio/2019	R\$ 12.000,00	R\$ 9.600,00
junho/2019	R\$ 9.000,00	R\$ 7.200,00
julho/2019	R\$ 7.000,00	R\$ 5.950,00
agosto/2019	R\$ 9.000,00	R\$ 7.650,00
setembro/2019	R\$ 7.000,00	R\$ 5.950,00
outubro/2019	R\$ 11.000,00	R\$ 9.350,00
novembro/2019	R\$ 12.000,00	R\$ 10.200,00
dezembro/2019	R\$ 17.000,00	R\$ 14.450,00
janeiro/2020	R\$ 19.000,00	R\$ 16.150,00
fevereiro/2020	R\$ 18.000,00	R\$ 15.840,00
março/2020	R\$ 21.000,00	R\$ 18.480,00
TOTAL	R\$ 169.000,00	R\$ 143.520,00

As receitas obtidas pelo empreendedor no período anterior a pandemia demonstram que o negócio se mantinha estável, onde suas receitas eram sempre superiores às despesas empenhadas. Todavia o cenário que se desenhou após o início da pandemia foi outro, quando o mesmo apresentou as receitas do período de abril/2020 a março/2021, evidenciado na Figura 2, não se modificando tanto em relação ao período da Figura 1.

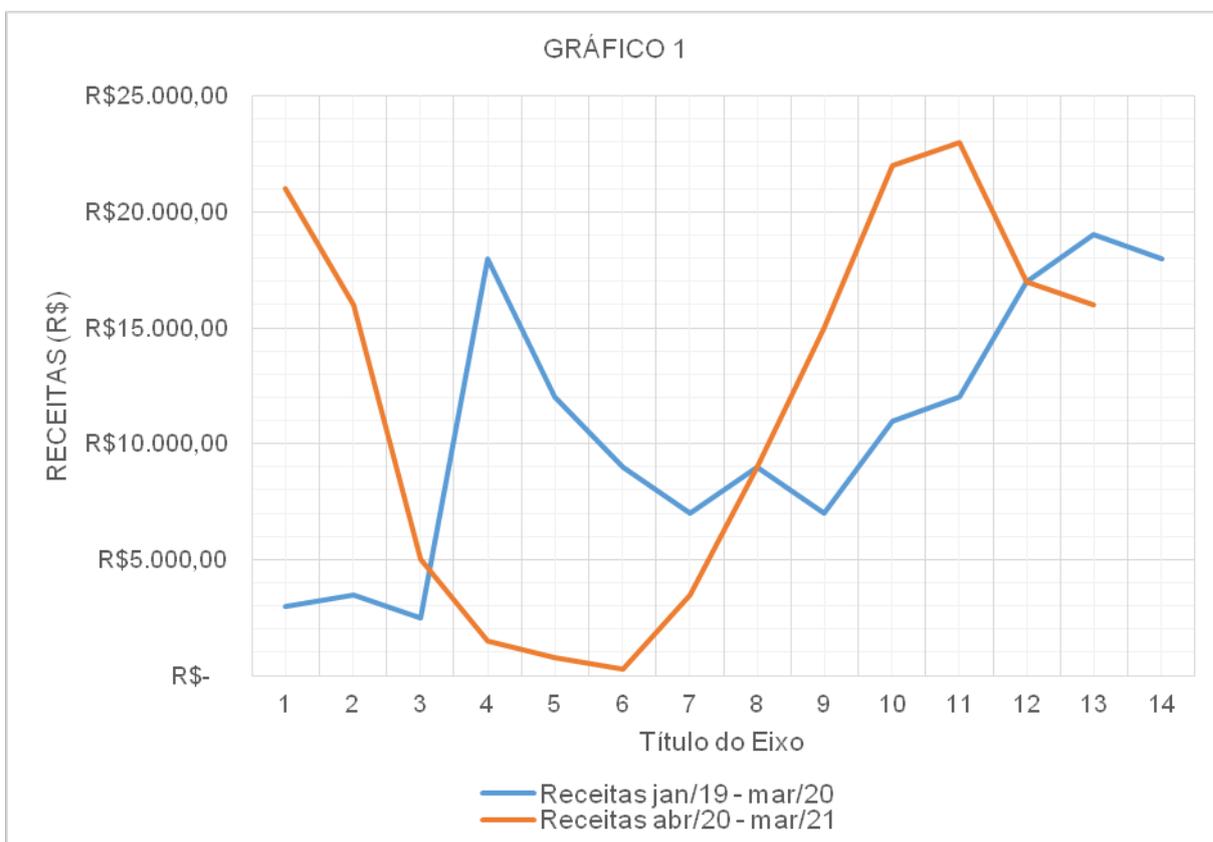
Figura 2 - Receitas e Despesas do período após o início da pandemia de covid-19

PERÍODO	RECEITAS	DEPESAS
abril/2020	R\$ 16.000,00	R\$ 15.650,00
maio/2020	R\$ 5.000,00	R\$ 9.520,00
junho/2020	R\$ 1.500,00	R\$ 8.020,00
julho/2020	R\$ 800,00	R\$ 8.720,00
agosto/2020	R\$ 300,00	R\$ 6.650,00
setembro/2020	R\$ 3.500,00	R\$ 7.250,00
outubro/2020	R\$ 9.000,00	R\$ 7.500,00
novembro/2020	R\$ 15.000,00	R\$ 11.250,00
dezembro/2020	R\$ 22.000,00	R\$ 16.500,00
janeiro/2021	R\$ 23.000,00	R\$ 17.100,00
fevereiro/2021	R\$ 17.000,00	R\$ 13.300,00

março/2021	R\$ 16.000,00	R\$ 10.900,00
TOTAL	R\$ 129.100,00	R\$ 132.360,00

Fonte: Própria (2021)

Contudo, em alguns períodos as receitas após o início da pandemia de Covid-19 foram superiores ao intervalo anterior, conforme se constata no Gráfico 1. Todavia no intervalo entre os meses de junho a agosto houve quedas brutais nas receitas auferidas, relativas ao período mais crítico desde o início da pandemia.



Fonte: Própria (2021)

Até então, o microempreendedor não utilizava o serviço de delivery, obtendo então uma forte queda em suas receitas. Segundo dados do Mapa de Empresas do Governo Federal, somente no período de maio a agosto/2020, 331.559 foram fechadas em todo o país, conforme Figura 3, destas 10.780

foram Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares. Neste mesmo período, 2.625 empresas fecharam as portas no Estado de Alagoas.

Figura 3 - movimento de abertura e fechamento de empresas no segundo quadrimestre de 2020



Fonte: Mapa de Empresas - Boletim do 2ª quadrimestre de 2020

Sobre os lucros obtidos no período anterior e posterior a pandemia, o empresário obteve uma queda nos lucros de 16,67%, conforme Figura 4.

Figura 4 - Variação do lucro no período anterior e posterior a pandemia

LUCROS			
PERÍODO		(\$)	VARIAÇÃO (%)
março/2019 a março/2020	R\$	3.000,00	-16,67%
março/2020 a março/2021	R\$	2.500,00	

Fonte: Própria (2021)

Houve uma grande variação também nos resultados obtidos, as receitas tiveram um decréscimo de 20,55% entre os períodos estudados, conforme

Figura 5, sendo evidenciado o maior pico no segundo quadrimestre de 2020, estágio de maior criticidade da pandemia de Covid-19.

Figura 5 - Variação das receitas no período anterior e posterior a pandemia de covid-19

RECEITAS		
PERÍODO	(\$)	VARIÇÃO (%)
março/2019 a março/2020	R\$ 162.500,00	-20,55%
março/2020 a março/2021	R\$ 129.100,00	

Fonte: Própria (2021)

Entretanto, as despesas também sofreram um decréscimo em relação ao período anterior ao Covid-19, conforme Figura 6, fruto de uma realocação de investimentos, onde o microempresário reduziu suas despesas com folha salarial, ocorrendo 8 afastamentos de colaboradores.

Figura 6 - Variação das despesas do período anterior e posterior a pandemia de covid-19

DESPESAS		
PERÍODO	(\$)	VARIÇÃO (%)
março/2019 a março/2020	R\$ 138.320,00	-4,31%
março/2020 a março/2021	R\$ 132.360,00	

Fonte: Própria (2021)

Segundo dados do IBGE (2021) somente no 1º trimestre do ano de 2021 o número de desempregados no país atinge a marca de 14,8 milhões, sendo a Região Nordeste a que possui o maior percentual de desempregados que é de 18,6%.

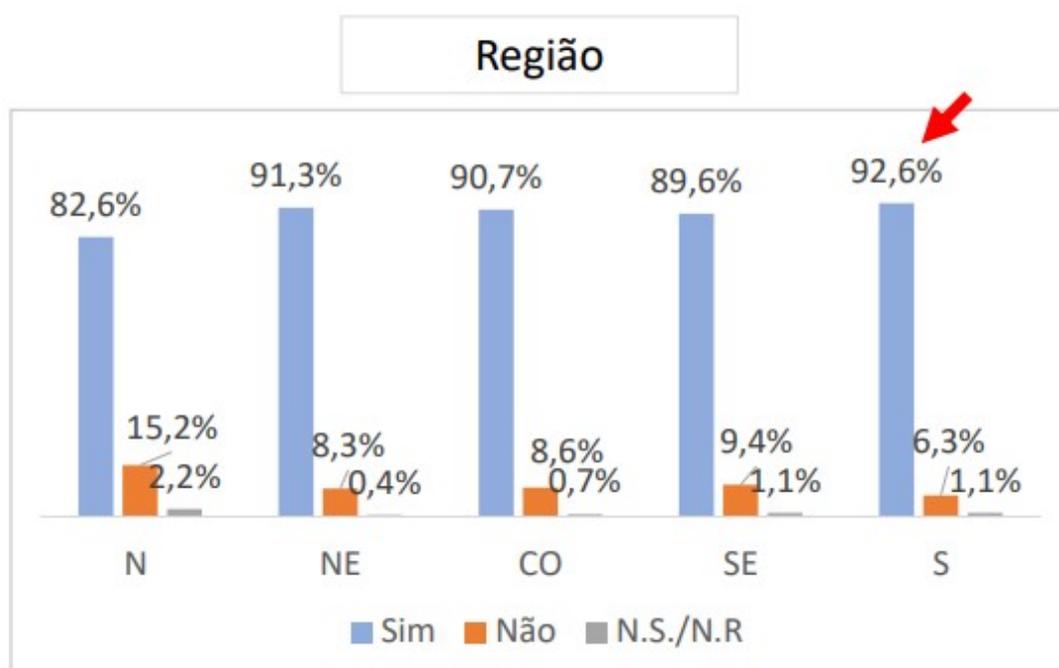
Os resultados obtidos foram frutos de toda uma preparação para enfrentar este período tão duro. Quando perguntado sobre as estratégias

utilizadas para o enfrentamento o empresário respondeu que houve investimento em equipamentos, cursos, treinamento, estudo de caso, marketing empresarial e pessoal.

Questionado sobre o papel das redes sociais no período pandêmico, a resposta foi que tiveram um papel bastante relevante para a empresa, mas que nem 20% do potencial das redes foi alcançado.

Segundo pesquisa feita pelo Sebrae (2021) cerca de 91,3% das empresas na Região Nordeste já tem acesso aos benefícios do mundo digital, conforme Figura 7.

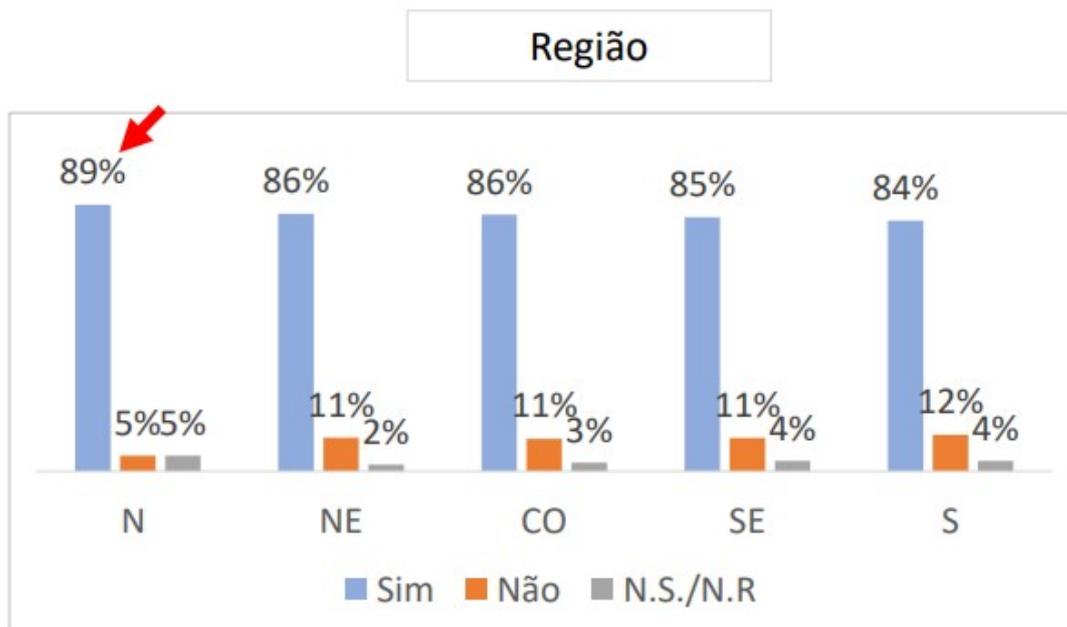
Figura 7 - Empresas que usufruem dos benefícios do mundo digital no Brasil.



Fonte: Pesquisa Sebrae – Defesa da concorrência e acesso a mercados digitais (2021)

Para 86% dos entrevistados na Região Nordeste, entrar para o mundo digital melhorou a situação da empresa, conforme Figura 8.

Figura 8 - satisfação das empresas no Nordeste com a entrada no mundo digital de vendas.



Fonte: pesquisa Sebrae – Defesa da concorrência e acesso a mercados digitais (2021)

As redes sociais tiveram um forte impacto para o aumento das receitas da microempresa, todavia outras estratégias foram utilizadas pelo empreendedor, tais como:

- a) Redução de custos com mercadorias, através de pesquisa de mercado e preços de insumos, para manter o preço do produto competitivo;
- b) Uso do delivery como plataforma mais ativa para incrementar ainda mais receitas da hamburgueria;
- c) Lançamentos de promoções;
- d) Fidelização dos clientes através do lançamento do cartão fidelidade;
- e) Ampliação das formas de pagamento e adesão a plataforma digital quero Delivery para facilitar ainda mais o acesso do consumidor ao produto;
- f) Capacitação dos colaboradores;
- g) Adesão ao marketing de relacionamento, utilizando promoções, campanhas e outras formas de ampliar o relacionamento com o cliente.

Diversas microempresas aderiram aos serviços de consultoria para gerir melhor seus empreendimentos durante o período pandêmico, todavia o papel da consultoria para lanchonete não teve papel relevante no que diz respeito a gerência da empresa, pois conforme alegado pelo empresário responsável pelo empreendimento, sim seu comércio teve consultoria do Sebrae em março de 2021, todavia não foi voltada para a gestão da empresa durante a pandemia.

As estratégias que serão adotadas para gestão do empreendimento no segundo semestre de 2021 serão voltadas a expansão da empresa através da criação de necessidade do seu produto, que será obtido mediante melhoria e maior qualidade no produto final e maior demanda dos serviços prestados pela empresa.

A percepção é de que comparado ao período anterior a pandemia de covid-19 é de que o empreendimento se manteve bastante estável durante o período objeto de estudo, período que se inicia com o marco do início pandêmico, e que a empresa tem ótimas perspectivas de crescimento a longo prazo, fruto de um intenso trabalho realizado em conjunto por todos que fazem parte da empresa, da capacitação para enfrentar um dos momentos mais turbulentos e difíceis da história.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Pandemia da Covid-19 trouxe novas perspectivas para o ambiente econômico mundial. Conforme estudamos para os microempreendedores individuais foi um grande desafio sobreviver as sequelas tão severas deixadas pela pandemia nesses últimos 2 anos. Com isso os MEIS tiveram que se adaptar ao “novo normal” e passar a aderir ferramentas inovadoras para conseguir gerar receitas apesar da crise.

Consultorias recebidas pelo empresário mostram o interesse do mesmo em buscar novos rumos pra o seu negócio, mesmo que durante a pandemia, ocorressem com pouca frequência. Através de consultorias o empresário conseguiu traçar um conjunto de estratégias para seguir em frente e retomar os rumos do seu negócio durante a pandemia.

De Início, destacamos que o microempreendedor buscou readequar seus custos, visando um preço competitivo e uma margem de lucro adequada para o momento em que estava atravessando o negócio. Esta medida é de fundamental importância, principalmente na pandemia, época em que o poder de compra das pessoas diminuiu drasticamente com o aumento do desemprego e crescimento da inflação. Através desta decisão o empresário conseguiu manter seu empreendimento vivo em um mercado cada vez mais competitivo.

Outra estratégia utilizada pelo microempreendedor foi o lançamento de promoções, e isto foi possível graças a readequação dos custos que o mesmo implementou. Com base em pesquisas de mercados junto a fornecedores, o mesmo conseguiu diminuir custos, ocasionando assim uma oferta de preços mais vantajosa ao consumidor, sem prejuízos quanto a margem de lucro e os resultados finais do negócio.

Com base na estratégia anterior, foi possível criar um marketing de relacionamento entre empresa e clientes, deixando os laços mais firmes e a relação muito mais coesa. Desta forma o empresário implementou o programa fidelidade onde os consumidores seriam premiados pela constância na compra de produtos do empreendimento. Campanhas em datas comemorativas, como por exemplo dia dos Pais, Natal etc. Esse conjunto de medidas ampliou a

carteira de clientes do negócio e possibilitou uma excelente perspectiva pós pandemia para o empreendimento conforme nos relatou o empresário.

Capacitação dos colaboradores foi uma outra estratégia adotada pelo microempreendedor, o mesmo entendeu que no ambiente competitivo empresarial é preciso investir em atendimento, vendas e boas maneiras de conduta por parte dos funcionários, foi uma maneira que o empresário viu de padronizar a forma de atendimento e diminuir cada vez mais qualquer tipo de reclamação que pudesse existir quanto a este tema.

E por último uma estratégia adotada pelo empresário, foi o fortalecimento do delivery, ferramenta esta que por causa da pandemia passou de opcional para quase que obrigatória, principalmente para a manutenção da saúde financeira do empreendimento. Alinhado a esta estratégia, as plataformas digitais foram aprimoradas para receber esses clientes que iriam buscar por este tipo de atendimento, o empresário investiu em marketing, contratando uma empresa especializada em vídeos publicitários para promover seus produtos e atrair clientes. Adesão a plataformas de entregas, tais como o aplicativo “Quero Delivery”, possibilitando assim um aumento de opções no canal de atendimento ao cliente.

Se antes da pandemia alguns microempreendedores usavam de desculpas para não usar a ferramenta do delivery em seus negócios, com o advento da pandemia, isolamento social e medidas restritivas, o ambiente digital veio para ficar e se tornar um tentáculo importante para a manutenção da saúde financeira do negócio em ambientes de crise, tais quais esse que estamos atravessando. Desta forma as plataformas digitais conforme estudado ajudou o microempreendedor a entender os rumos que precisaria tomar, e planejar um futuro melhor a longo prazo com esta gigante ferramenta que para muitos estava adormecida, e que agora, sua utilização é fundamental para aqueles que querem competir por clientes no atual mercado.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

APOLLINÁRIO, F. **Dicionário de metodologia científica: um guia para a Produção do Conhecimento científico**. São Paulo: Atlas, 2004.

ALVARENGA, Darlan. **Como a pandemia “bagunçou” a economia brasileira em 2020**. Disponível em: <https://g1.globo.com/>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Brasil tem recorde na abertura de Novos MEIs e ultrapassa 11 milhões, diz SEBRAE. Disponível em: <https://g1.globo.com/>. Acesso em: 02 de junho de 2021.

CARTOCCI, Luciana. **O Impacto da pandemia na digitalização de pequenos empreendedores**. Disponível em: <https://inforchannel.com.br/>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Desemprego. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php>. Acesso em: 26 de agosto de 2021.

Governador decreta medidas preventivas e de enfrentamento ao coronavírus em Alagoas. Disponível em: <http://www.sefaz.al.gov.br/>. Acesso em: 20 de julho de 2021.

Linha do tempo: Primeiro caso de covid-19 no mundo completa um ano. Disponível em: <https://www.cdlflorianopolis.org.br/>. Acesso em: 20 de julho de 2021

Mais de 620 mil negócios foram abertos em 2020 e para SEBRAE empreendedorismo é válvula de escape. Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/>. Acesso em: 16 de maio de 2021

Mapa das Empresas. Disponível em: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/mapa-de-empresas>. Acesso em: 28 de agosto de 2021.

O Impacto da pandemia de Coronavírus nos Pequenos Negócios – 4ª Edição do Sebrae. Disponível em: <https://fgvprojetos.fgv.br/artigos/o-impacto-da-pandemia-de-coronavirus-nos-pequenos-negocios-4a-edicao-do-sebrae-junho-2020>. Acesso em: 26 de agosto de 2021

O Impacto da pandemia de Coronavírus nos Pequenos negócios – 9ª Edição. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/01/Impacto-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-9%C2%AAedicao_UF-v2.pdf. Acesso em: 27 de agosto de 2021.

OLIVEIRA, Joana. **716.000 empresas fecharam as portas desde o início da pandemia no Brasil, segundo o IBGE.** Disponível em: <https://brasil.elpais.com/>. Acesso em: 25 de maio de 2021.

OMS declara emergência de saúde pública de importância internacional por surto de novo coronavírus. Disponível em: <https://www.paho.org/>. Acesso em: 19 de julho de 2021.

PEDUZZI, Pedro. **Brasil tem 19,7 milhões de empresas ativas, diz Mapa de Empresas.** Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/>. Acesso em: 01 de junho de 2021.

SILVEIRA, Daniel. **Desemprego diante da pandemia bate recorde no Brasil em setembro, aponta IBGE.** Disponível em: <https://g1.globo.com/>. Acesso em: 17 de maio de 2021.

Você sabe o que é um microempreendedor Individual – MEI? Disponível em: <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/>. Acesso em 10 de maio de 2021.
