

SOBREVIVÊNCIA DE EMPREENDIMENTOS DE PEQUENO PORTE EM TEMPOS DE CRISE

Ester Cândida Pereira da **SILVA** ¹

Lucas Dominato de **OLIVEIRA** ²

Edna **LISBOA** ³

Kleinia Anjos **VIANNA** ⁴

¹ Estudante de Gastronomia – Faculdade Senac Minas (Belo Horizonte). ² Estudante de Gastronomia – Faculdade Senac Minas (Belo Horizonte), ³ Professora do curso de Gastronomia – Faculdade Senac Minas (Belo Horizonte), ⁴ Professora do curso de Gastronomia – Faculdade Senac Minas (Belo Horizonte)

Palavras-chave: Gastronomia; Empreendimentos de pequeno porte; Crise; Covid-19.

INTRODUÇÃO

Conforme Willemi Silvan da Silva (2020), crises, independentemente de sua natureza, sempre surgiram ao longo da história atingindo desde grandes organizações até empresas de pequeno porte. A Pandemia de COVID-19 abateu-se sobre o mundo como uma das mais severas e duradouras crises sanitárias de todos os tempos e, quando ela chegou, não havia paralelo recente de como a sociedade deveria se portar para superá-la. O presente estudo visou entender, pela perspectiva desta crise atual: (1) o efeito de diferentes medidas de contingenciamento e de análise para tomadas de decisões, (2) como levantar possíveis ações para a melhoria de empreendimentos gastronômicos e (3) como estes empreendimentos se comportaram em um período de crise.

Foi possível identificar as ferramentas de melhor resultado, ou seja, as de maior potencial para ajudar gestores que passem por situação semelhante na tomada de decisões. A relevância do tema é percebida quando refletimos sobre o quanto isto pode fazer de diferença na sobrevivência ou não dos empreendimentos. Este trabalho partiu da hipótese de que as empresas que dedicassem maiores esforços em planejamento estratégico e investissem em novas estratégias no momento de crise, apresentariam menores baixas financeiras e, também, alcançariam melhores resultados. O apurado a partir da metodologia adotada dá suporte à hipótese.

METODOLOGIA

Quanto aos fins, esta pesquisa apresenta-se como exploratória e descritiva. Quanto aos meios, ela é bibliográfica e de campo. Como método, adotou-se a pesquisa direta. Esta foi aplicada aos gestores das empresas e viabilizada por meio da plataforma digital *Google Forms*[®]. Foram colhidas cinco amostras de empreendimentos gastronômicos de diferentes perfis, como restaurantes e lanchonetes. A pesquisa abordou questões como adoção de *software* de gerenciamento e modo de entrega *delivery*, contratação de financiamento ou empréstimo, dentre outras.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Observou-se variedade de ações no intuito de garantir a sobrevivência do negócio. Destacamos: uma das empresas objeto deste estudo fez adequação no cardápio, valorizando os itens de maior procura e trazendo inovações para reforçar o interesse da clientela; outra, ampliou o horário de atendimento garantindo abrangência nos horários de maior movimentação; outra mais, buscou investir em *marketing* a partir de plataformas digitais, além de firmar parcerias. Outro ponto de destaque foi o uso da internet, usada

tanto para venda, quanto para divulgação dos produtos, o que mostra sua importância em um contexto de quarentena. Ela também potencializa as referidas ações de *marketing* e criação de parcerias dando e mantendo visibilidade ao estabelecimento, o que é fundamental. No aspecto estratégico-financeiro, as ações abordadas apresentaram-se de vital importância para redução dos impactos da crise. Basicamente, os resultados se comportaram em duas faixas: 60% dos estabelecimentos tiveram queda inferior a 10% e os outros 40% tiveram retração superior a 30%. Nota-se claramente que os estabelecimentos que implementaram número maior de ações associadas (como implantação de *delivery* e uso de *software* de gerenciamento, por exemplo) sofreram menor impacto, o que reforça a correlação estratégia x resultados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir desta pesquisa, constatou-se a importância de os empreendimentos se adaptarem às tendências de mercado e às necessidades do consumidor. Isto contribui de forma decisiva para se evitar dificuldades de sobrevivência, como queda no faturamento e perda de clientes, o que pode, no limite, fechar as portas da empresa. Se o cenário muda, é preciso estar preparado e mudar também.

REFERÊNCIAS

SILVA, Willemi Silvan da. **Gestão estratégica em microempresa e empresa de pequeno porte para sobrevivência na pandemia Covid-19: um estudo de multicasos no RN.** 2020. UFRN, Natal, RN, 2020.