

**IMPACTO DA PANDEMIA NAS RECEITAS DO COMÉRCIO VAREJISTA DE
SANTA MARIA DE JETIBÁ****Impacto f the pandemic on retail revenues in Santa Maria de Jetibá**

Joildo Mendvral¹, Marcus Vinícius da Silva Herzog², Paulo César Colombo³, Thiago Corrêa de Martin Postinghel⁴, Aramis Ponath Monteiro⁵, Cleidir José Furlani⁶, Helenilze Espindula Rossi Coser Zanoni⁷, Sandra Margon⁸ Viviane Zanetti Becalli Gogge⁹

¹Graduando em Ciências Contábeis, Farese, Instituto de Ensino Superior da Região Serrana,
e-mail: joildomendvral@soufarese.com.br

²Graduando em Ciências Contábeis, Farese, Instituto de Ensino Superior da Região Serrana,
e-mail: marcusvinicius@soufarese.com.br

³Graduando em Ciências Contábeis, Farese, Instituto de Ensino Superior da Região Serrana,
e-mail: paulocesar@soufarese.com.br

⁴Graduando em Ciências Contábeis, Farese, Instituto de Ensino Superior da Região Serrana,
e-mail: thiagocorrea@soufarese.com.br

⁵Docente, Farese, Instituto de Ensino Superior da Região Serrana,
e-mail: aramismonteiro@professorfarese.com.br

⁶Docente, Farese, Instituto de Ensino Superior da Região Serrana,
e-mail: cleidurfurlani@professorfarese.com.br

⁷Docente, Farese, Instituto de Ensino Superior da Região Serrana,
e-mail: helenilzerossi@professorfarese.com.br

⁸Docente, Farese, Instituto de Ensino Superior da Região Serrana,
e-mail: sandramargon@professorfarese.com.br

⁹Docente, Farese, Instituto de Ensino Superior da Região Serrana,
e-mail: vivianezanetti@professorfarese.com.br

INTRODUÇÃO

A pandemia do Sars-Cov-2 (Covid-19 ou também conhecido como Coronavírus), desencadeou economicamente uma série de efeitos sobre os setores produtivos. A propagação de tal vírus, segundo o Portal PEBMED (2020), passou a ser considerado um surto pandêmico, pela Organização Mundial de Saúde (OMS), a partir de março de 2020.

Desde então, a disseminação de um novo vírus, considerado pelas Organizações de Saúde, como altamente infeccioso, causou transtornos nos atendimentos de sistemas de saúde, a morte de milhares de pessoas, além dos impactos sociais, políticos e econômicos advindos da principal forma de prevenção encontrada: a quarentena e o isolamento social. Como consequência, os setores econômicos tornaram-se os mais prejudicados, especialmente o comércio varejista. Assim, compreender quais foram as mudanças no comércio e nos hábitos do consumidor, mostrou-se fundamental.

Desde abril de 2020 com os comércios fechados, o impacto causado pela redução das vendas para varejo foi imenso, afetando então os empreendedores, que precisavam das vendas para manter a saúde financeira do negócio. O público, que antes observava os estabelecimentos comerciais, as vitrines e os produtos, permaneciam isolados em suas casas, trabalhando de forma remota, o que contribuiu significativamente para a queda do comércio varejista no Brasil. (ACQIO, 2021).

O isolamento fez com que as empresas reduzissem, e em determinados casos, até mesmo suspendessem sua produção ou comercialização. Como reflexo, pessoas passaram a consumir menos alguns produtos, tais como vestuário, o que levou ao fechamento de diversos

empreendimentos. Seguindo a Pesquisa Pulso Empresa: Impacto da Covid-19 nas Empresas (2020), 716.000 empresas fecharam as portas na pandemia, o que impactou diretamente a vida de trabalhadores, consumidores e empresas; e conseqüentemente, na economia. Conforme dados da Revista Veja (2020), o setor de serviços foi o mais atingido, principalmente os vinculados ao entretenimento, além de bares, hotéis, restaurantes e academias.

Contudo, muitas empresas aproveitaram as novas necessidades advindas da pandemia, para se reinventarem. Diversificadas ações foram implantadas para que houvesse êxito em seus negócios, como por exemplo, o e-commerce (comércio digital) que foi um dos que se mais destacou. Merece destaque, empresas do varejo, como as relevantes Magazine Luiza, Mercado Livre, Lojas Americanas e Casas Bahia. Outras empresas como o *Ifood*, que já faziam sucesso, passaram a se destacar ainda mais. Vale ressaltar também, as pequenas empresas locais, como supermercados, padarias, lojas, lanchonetes, farmácias, e outros aplicativos menores de entrega de comidas, como o *AiQueFome* e o *Plus Delivery*, que expandiram o atendimento por *delivery* e retirada em *drive thru*, ou retirada na porta.

Diante da situação de pandemia, as empresas precisaram se reestruturar, sendo a nova tendência, o modelo digital, e foi assim que muitas empresas permaneceram ativas durante este período pandêmico. As expectativas eram que o comércio digital (*e-commerce*), levaria em média 10 (dez) anos para ser incorporado e se tornar realidade para muitas empresas, porém, em apenas 60 (sessenta) dias essa foi a realidade de muitos varejistas. Essa foi uma das oportunidades que veio com a crise (OLIVEIRA, 2020).

No município de Santa Maria de Jetibá, com bases econômicas no varejo de pequenas lojas, utilizou-se das *lives* nas redes sociais para divulgação e venda de produtos.

Diante do exposto, esta pesquisa justifica-se e apresenta relevância pela necessidade de análise do mercado local durante a pandemia do Covid-19, e como este cenário afetou as empresas no âmbito financeiro devido às grandes transformações que o país vivenciou.

O objetivo é apresentar, através de dados qualitativos, como a pandemia afetou o comércio varejista no município de Santa Maria de Jetibá.

O presente trabalho, abordou estudos realizados no município de Santa Maria de Jetibá, região Central Serrana do Estado do Espírito Santo, região Sudeste, Brasil, no ano de 2022. De acordo com o Censo Demográfico do IBGE (2021), o município possuía uma população total de 41.588 pessoas. Localizado na região das montanhas, fazendo divisa com Domingos Martins (sul), Santa Leopoldina (leste), Afonso Cláudio (oeste), Itarana e Santa Teresa (norte) (PROATER, 2020). Considerou o contexto da pandemia do Sars-Cov-2 (Covid-19), seus reflexos no comércio varejista do município.

MATERIAL E MÉTODOS

A metodologia utilizada foi a revisão de literatura, sendo o referencial teórico delineado a partir da contextualização da situação em relação ao impacto do coronavírus nas empresas, em seu âmbito financeiro. Tem enfoque qualitativo, considerando seu contexto social e a interpretação dos fenômenos no período pandêmico. Nesta perspectiva, o processo é o foco principal (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006). Com o intuito de adquirir informações sobre o objeto de estudo foi aplicado um questionário, via *google forms*, com perguntas fechadas, (MATIAS-PEREIRA, 2018) aos comerciantes do município de Santa Maria de Jetibá, para que se pudesse compreender como ocorreu o impacto da pandemia no comércio varejista do município. Os autores recorreram, em suas fontes, ao estudo de artigos já publicados na área referente a temática em questão.

No primeiro momento foi necessário a contextualização da situação pandêmica, seguida do levantamento e apresentação dos reflexos no comércio varejista de Santa Maria de Jetibá. A partir dos objetivos explicitados, os procedimentos adotados para a realização desta pesquisa consistiram em apresentar os resultados por meio da aplicação de questionário realizado com comerciantes de Santa Maria de Jetibá. Assim, é classificada como descritiva, tendo os dados coletados com a utilização da ferramenta *Google Forms* e trouxeram à tona os impactos da Covid-19, na percepção dos participantes. Segundo Mota (2019),

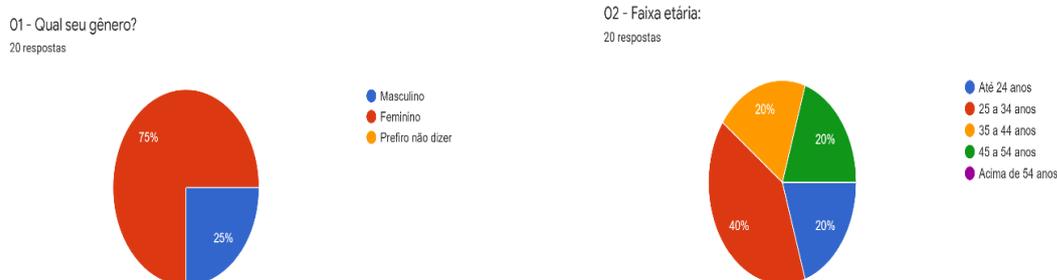
A grande vantagem da utilização do Google Forms para a pesquisa, seja ela acadêmica ou de opinião é a praticidade no processo de coleta das informações. O autor pode enviar para os respondentes via e-mail, ou através de um link, assim todos poderão responder de qualquer lugar.

Podemos considerar que a realização de uma pesquisa, através de formulários é uma alternativa amplamente utilizada, uma vez que possibilita a criação de formulários eletrônicos, seja por *Google Forms* ou outra ferramenta, sendo um facilitador no que diz respeito à distribuição da pesquisa e, posteriormente, à organização e análise dos dados então coletados (OLIVEIRA; JACISNKI, 2017).

RESULTADOS E DISCUSSÃO.

Foi realizada uma pesquisa, tendo como objetivo verificar as impressões dos empresários e comerciantes de Santa Maria de Jetibá quanto aos impactos da Covid-19. Esta foi elaborada utilizando o formulário do *Google Forms* e contou com quatorze questões, sendo todas de múltipla escolha. A primeira pergunta focou avaliar o sexo dos participantes.

Gráfico 1 - Quanto ao sexo e a faixa etária dos participantes

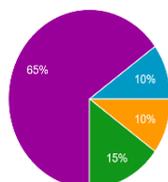


Fonte: Dados da Pesquisa

Percebeu-se que dos 20 participantes da pesquisa por meio da aplicação de questionário, 15 informaram ser do sexo feminino e 05 do sexo masculino. Dos 20 participantes, 08 informaram ter entre 25 a 34 anos, 04 informaram ter até 24 anos, 04 possuem entre 35 a 44 anos e 04 participantes possuem entre 45 a 54 anos. Nenhum dos participantes possuem acima de 54 anos. A próxima pergunta avaliou o grau de escolaridade dos participantes.

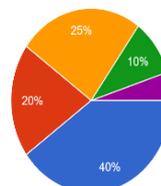
Gráfico 2 - Quanto ao grau de escolaridade e ocupação na empresa

03 - Grau de Escolaridade:
20 respostas



- Ensino Fundamental
- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo
- Pós Graduação

04 - Qual a sua ocupação na empresa?
20 respostas



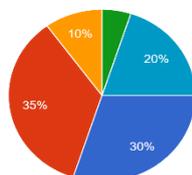
- Proprietário
- Administrador
- Sócio
- Funcionário
- Auxiliar de Contabilidade

Fonte: Dados da pesquisa

Dos 20 participantes, 13 informaram possuir ensino superior completo, 03 ensino superior incompleto, 02 possuem somente ensino médio e 02 participantes possuem pós graduação. Nenhum deles possui somente fundamental ou médio incompleto. E dos 20 participantes, 08 informaram ser proprietários, 05 informaram sócio, 04 administradores, 02 funcionários e 01 auxiliar de contabilidade. A próxima pergunta avaliou o ramo de atividade do seu empreendimento.

Gráfico 3: Quanto ao ramo de atividade do empreendimento

05 - Qual o ramo de atividade do seu empreendimento?
20 respostas



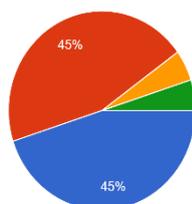
- Comércio Varejista
- Serviços
- Agronegócios
- Saúde/Cosméticos
- Hospedagem
- Bares/Restaurantes

Fonte: Dados da pesquisa

Dos 20 participantes, 7 informaram ser do ramo dos serviços, 06 comércio varejista, 04 bares e restaurantes, 02 informaram agronegócio e 01 saúde e cosméticos. A próxima pergunta avaliou o enquadramento do empreendimento.

Gráfico 4: Quanto ao enquadramento do empreendimento

06 - Assinale abaixo o enquadramento do seu empreendimento:
20 respostas



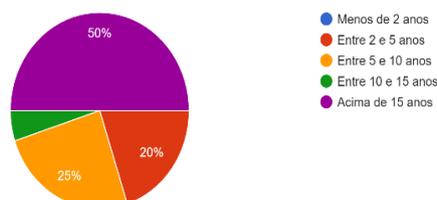
- Pequena Empresa (10 a 49 empregados) Receita Superior a R\$ 360.000,00 e inferior a R\$ 4,8 milhões.
- Microempresa (até 9 empregados) Receita Bruta inferior a R\$ 360.000,00
- Acima de 36mi
- Média empresa: faturamento bruto anual maior que R\$ 4,8 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões.

Fonte: Dados da pesquisa

Dos 20 participantes, 09 informaram ser microempresa, 09 pequena empresa, 01 média empresa, e 01 empresa com faturamento acima de R\$ 36 milhões. A próxima pergunta avaliou o tempo de atuação no mercado.

Gráfico 5: Quanto ao tempo de atuação no mercado

07 - Tempo de atuação no mercado:
20 respostas



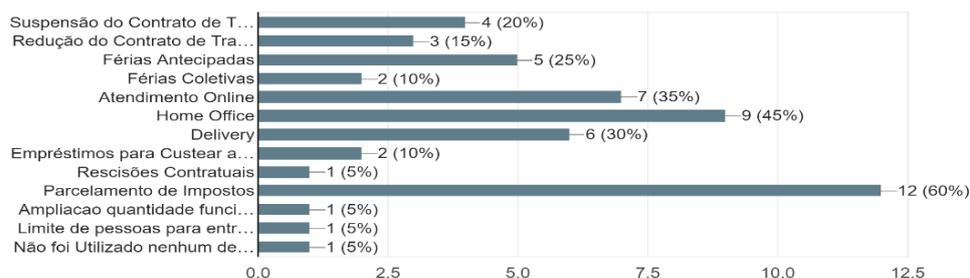
Fonte: Dados da pesquisa

Dos 20 participantes, 10 informaram que a empresa atua a mais de 15 anos no mercado, 05 entre 05 e 10 anos, 04 entre 02 e 05 anos, e 01 entre 10 e 15 anos. A próxima pergunta avaliou se crise financeira instaurada pelo COVID-19, afetou diretamente o negócio, onde dos 20 participantes, 18 informaram que sim e 02 informaram que não foram afetados.

Quando questionados sobre terem convivido em meio a esse novo cenário econômico, se a empresa optou por alguma medida ofertada pelo governo ou implantou alguma mudança, dos 20 participantes, 17 informaram que sim e 03 informaram que não. Aos que responderam que a empresa optou por alguma medida ofertada pelo governo, 60% dos participantes indicaram o parcelamento de impostos, conforme gráfico 08.

Gráfico 6: Quanto às medidas implantadas

10 - Caso tenha respondido sim no item acima, quais medidas foram implantadas? (Permitida mais de uma alternativa)
20 respostas



Fonte: Dados da pesquisa

Quando questionados sobre qual foi o efeito da pandemia sobre o nível de acesso aos fornecedores de insumos, matérias-primas ou mercadorias para revenda, por parte da empresa, 30% informou que não houve alteração significativa, e 30% não soube informar. Foram questionados também, sobre o impacto nas receitas das empresas, onde dos 20, 09 informaram impacto negativo, 07 impacto nulo e 01 impacto positivo. Aos que responderam impacto negativo, quanto a margem estimada de perda com os impactos da pandemia, 60% informaram perdas entre 20% a 40%. Aos que responderam que tiveram impacto positivo, 50% obtiveram lucro abaixo de 20%.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pandemia da COVID-19 impactou diretamente os negócios no município de Santa Maria de Jetibá. Considerando os questionários aplicados, conclui-se que a maior parte dos participantes reportou impacto negativo. Em contrapartida, apenas um informou impacto positivo, tal fato pode ter sido decorrente de um nicho de mercado, ligado principalmente ao comércio digital, vislumbrado e alcançado pelo participante em questão.

Um fator relevante observado foi a ação do governo, no apoio aos comerciantes, com o parcelamento dos impostos durante a pandemia. Menciona-se ainda, que futuros trabalhos podem abranger um quantitativo maior de participantes, para que os resultados demonstrem de forma ainda mais clara, os impactos da pandemia no comércio local do município.

REFERÊNCIAS

ACQIO. **Impactos da pandemia no comércio varejista.** Disponível em:

<https://acqio.com.br/blog/coronavirus-varejo-brasileiro/>. Acesso em: 23 abr. 2022.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Indicadores de empresas. Disponível em: <https://covid19.ibge.gov.br/pulso-empresa/>. Acesso em: 19 out. 2022.

MATIAS-PEREIRA, J. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica.** 4ª ed. São Paulo: Altas, 2018.

MOTA, Janine da Silva. Utilização do Google Forms na Pesquisa Acadêmica. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/1106>. Acesso em: 17 mai. 2022.

OLIVEIRA, Noemi. **A evolução do varejo no digital em apenas 60 dias.** Disponível em: <http://www.revistavarejobrasil.com.br/a-evolucao-do-varejo-no-digital-em-apenas-60-dias>. Acesso em: 22 abr. 2022.

OLIVEIRA, George Wilber de Bessa; JACINSKI, Lucas. **Desenvolvimento de questionário para coleta e análise de dados de uma pesquisa, em substituição ao modelo Google Forms.** Disponível em:

http://repositorio.utfrpr.edu.br:8080/jspui/bitstream/1/16803/1/PG_COADS_2017_2_06.pdf. Acesso em: 17 mai. 2022.

PORTAL PEBMED. **Coronavírus: tudo o que você precisa saber sobre a nova pandemia.** Disponível em: <https://pebmed.com.br/coronavirus-tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-a-nova-pandemia/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

PROGRAMA DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA E EXTENSÃO RURAL (PROATER). **Santa Maria de Jetibá.** Disponível em:

https://incaper.es.gov.br/media/incaper/proater/municipios/Santa_Maria.pdf. Acesso em: 23 abr. 2022.

QUINTINO, Larissa. **Serviços, setor mais afetado pela Covid, tem queda de 7,8% em 2020.** Disponível em: <https://veja.abril.com.br/economia/servicos-setor-mais-afetado-pela-covid-tem-queda-de-78-em-2020/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

SAMPIERI, R. H., COLLADO, C. F., LUCIO, P. B. **Metodologia de Pesquisa**. 3 ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.