

Os desafios das empresas de pequeno porte no segmento de varejo pós pandemia no Brasil

The challenges of small companies in the retail segment post pandemic in Brazil

Daniel Sousa Brito¹ , Emmanuel Teixeira Pinheiro² 

1. Acadêmico do bacharelado em Administração –
UNIVS.
E-mail: danielsousadb8@gmail.com

2. Professor Doutorando do curso de Administração
– UNIVS.
E-mail: emmanuelpinheiro@univs.edu.br

Comunicação Breve

Nos últimos anos, o varejo no Brasil teve um desempenho histórico positivo, mas enfrentou desafios significativos, como a falta de poder de barganha das pequenas empresas em comparação às grandes. A pandemia de COVID-19 causou um impacto severo no setor, levando a uma queda nas vendas e na produção, enquanto os custos fixos permaneceram, ou mesmo ampliaram. Isso levou muitos empresários a enfrentar sérias dificuldades, chegando, inclusive, a encerrar suas atividades comerciais. O varejo brasileiro é caracterizado pela concorrência regional, gestão familiar e falta de profissionalização, embora tenham ocorrido algumas mudanças, como a automatização e o foco no conhecimento do consumidor. É fato que a COVID-19 provou diversos problemas às organizações, de pequeno, médio e grande porte, em todas as regiões do Brasil. Nesse sentido, esta pesquisa identifica os desafios enfrentados por empresas de pequeno porte, no segmento de varejo, em um bairro da cidade de Icó, estado do Ceará. Para tanto, caracteriza as empresas de pequeno porte do referido bairro; descreve as percepções dos empresários do mercado de varejo antes e depois da pandemia de COVID-19; e elenca as estratégias adotadas pelas empresas para enfrentamento do cenário pandêmico. A pesquisa é de natureza básica, pois é uma modalidade de pesquisa científica que busca o avanço do conhecimento teórico sem se preocupar com a aplicação prática imediata. O método científico empregado é o dedutivo que consiste em partir de teorias e leis universais para chegar a conclusões específicas sobre a ocorrência de fenômenos particulares. É um estudo de tipo levantamento, em que serão aplicados questionários junto aos empreendedores varejistas do referido bairro, com perguntas objetivas. Os dados são analisados empregando-se métodos estatísticos. Espera-se que sejam evidenciadas as estratégias de enfrentamento ao cenário pandêmico adotadas pelos empresários do mercado de varejo, incluindo medidas de adaptação, inovação, diversificação de produtos ou serviços, adoção de novas tecnologias, reestruturação de processos internos, entre outras iniciativas implementadas para lidar com os impactos da pandemia.

Palavras-chave: Varejo. Pandemia. Empresários. Estratégias.