

**INFORMAÇÕES E AÇÕES PARA O ENFRENTAMENTO DOS IMPACTOS DA
COVID-19 NOS EMPREENDIMENTOS DE PEQUENO PORTE:
UM OLHAR POR MEIO DAS REDES SOCIAIS**

**JOÃO VITOR MARTINS¹, DÉBORA REGINA SCHNEIDER LOCATELLI²,
EDUARDO PAVAN KORF³**

1 INTRODUÇÃO

Desde 2020, o mundo enfrenta a pandemia da Covid-19, que é uma infecção respiratória aguda que tem um alto índice de transmissão e distribuição global, descoberta em dezembro de 2019 na cidade de Wuhan, província de Hubei, na China (BRASIL, 2021). Com isso, muitas empresas, empreendedores e prestadores de serviços foram afetados por essa situação e tiveram que adequar seus negócios com o presente momento. Muitos acabaram realizando seus trabalhos remotamente, através do *home office*, sendo uma das formas mais cabíveis para conseguir enfrentar a pandemia.

Porém, não foram todos que conseguiram seguir com seus negócios. De acordo com uma pesquisa feita pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM) feita em 2020, cerca de 10 milhões de empreendedores finalizaram seus negócios após terem sido afetados pela crise da pandemia. O presidente do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (2021), Carlos Melles, relata que o empreendedorismo no Brasil sofreu seu maior impacto, derrubando principalmente os mais antigos e, “[...] por causa do desemprego, entrou muita gente nova e inexperiente que tenta sobreviver por meio de um pequeno negócio. O mundo inteiro sentiu esse impacto, mas, no Brasil, os efeitos sobre o empreendedorismo foram mais fortes ainda.”

Em Erechim, mesmo com a crise da pandemia, o número de empreendedores cresceu gradativamente em 2021, principalmente em relação aos microempreendedores individuais (MEIs), tendo um aumento de 90,59% (JORNAL CIDADES, 2021). Porém, eles não poderiam estar sozinhos nesse momento, instituições governamentais e entidades deveriam ajudar esses empreendedores, com isso, este projeto observou por meio das redes sociais e

¹ Estudante do curso Técnico em Informática integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal do Rio Grande do Sul - Campus Erechim, contato: joaovitor.martins393@gmail.com

² Doutora – Universidade Federal da Fronteira Sul – Campus Erechim

³ Doutor – Universidade Federal da Fronteira Sul – Campus Erechim

sites das mesmas, formas e medidas que foram criadas, e, que poderiam ajudar os empreendedores de Erechim e região a enfrentarem esse período de pandemia e continuar alavancando seus negócios.

2 OBJETIVOS

O objetivo geral do estudo foi analisar as informações e as ações realizadas pelos órgãos públicos e entidades do município de Erechim-RS sobre os impactos da COVID-19 nos empreendimentos de pequeno porte sob o olhar das redes sociais. Para alcance deste foram propostos os objetivos específicos: descrever o que é postado; identificar quais são as redes sociais utilizadas por estes agentes; apresentar as dificuldades encontradas; detectar as oportunidades disponibilizadas aos empreendimentos; verificar a resposta do público às postagens.

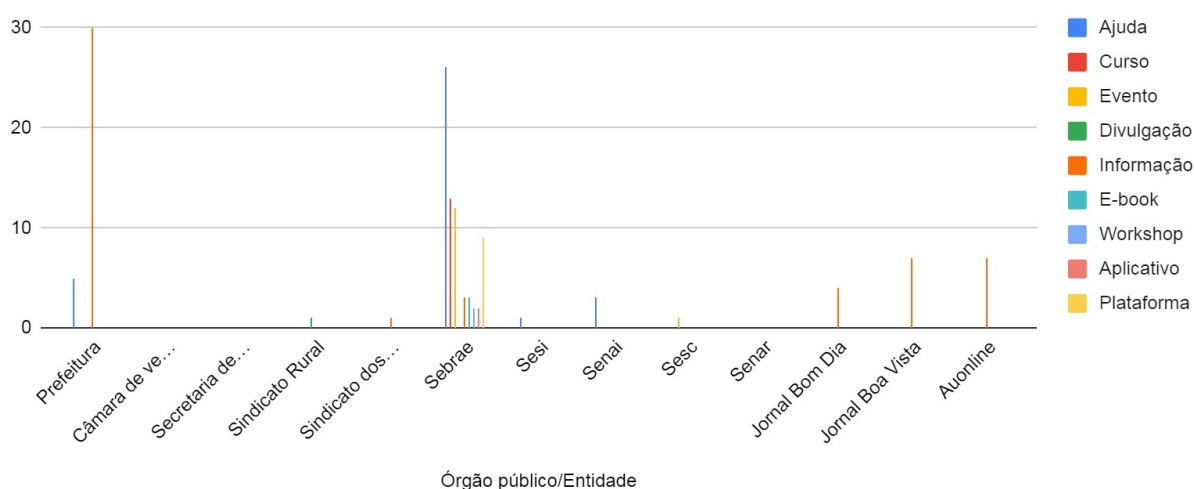
3 METODOLOGIA

Para o alcance dos objetivos, foi explorado por meios digitais, as ações e medidas feitas para que os empreendedores e microempreendedores pudessem continuar com seus negócios durante o período de pandemia. Para isso, foram pesquisadas publicações da Prefeitura Municipal de Erechim, Câmara de Vereadores de Erechim, Secretaria da Saúde, Sindicato Rural, Sindicato dos Metalúrgicos, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Serviço Social da Indústria (SESI), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), Serviço Social do Comércio (SESC), Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), Jornal Bom Dia, Jornal Boa vista e Auonline fizeram em suas redes sociais, como Facebook, Instagram e site. Podendo ser através de *feed*, *story*, artigo ou matéria, mas, que teve o intuito de informar, ajudar, ou com algum assunto que envolvesse o enfrentamento da pandemia para os empreendedores. Todas as publicações foram salvas em documento de texto e então armazenadas em pastas no Google Drive, para que então fossem analisadas para responder aos objetivos do estudo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Atendendo ao primeiro objetivo, durante as pesquisas, pode-se separar os tipos de publicações que eram feitas em nove tópicos, sendo eles: ajuda, curso, evento, divulgação, informação, *e-book*, *workshop*, aplicativos e plataformas. O resultado deste levantamento é apresentado na Figura 1.

Figura 1. Órgãos públicos e entidades x Tipos de publicações



Fonte: Dados da pesquisa, 2021

As publicações de ajuda envolviam formas de solução para os negócios dos empreendedores. As de cursos traziam oportunidades de curso aos empreendedores, oferecidas ou não pela entidade. Os e-books eram sugestões de livros digitais gratuitos para os empreendedores. As publicações de evento traziam o aviso de eventos que a entidade ou órgão público realizaria, bem como os *workshops* traziam informações sobre o *workshops* que a entidade ou órgão público realizaria. As publicações de aplicativos eram sugestões de algum aplicativo para os empreendedores usarem. As de divulgação são publicações que divulgavam algum evento ou ação de outra entidade ou órgão público. As publicações de plataformas eram referentes a alguma plataforma que a entidade ou órgão público tinha. As de informação traziam assuntos de alguma ação ou algo relacionado à gestão para os empreendedores.

Quanto às redes sociais utilizadas, verificou-se que de acordo com todas as publicações exploradas durante o projeto, 73 delas foram feitas através do Instagram, tendo um total de 59,8% entre todas as redes sociais usadas, a segunda mais usada foi os sites dessas

entidades e órgãos públicos, tendo 35 publicações analisadas que foram feitas por meio desta, ocupando um total de 18,7% entre todas as redes sociais usadas. Por último tem-se o Facebook, que foi a rede social que menos teve publicações analisadas, com um total de 14 publicações, tendo um total de 11,5% entre todas as redes sociais usadas.

No tocante às dificuldades encontradas pelos órgãos públicos e entidades, observa-se que algumas entidades e órgãos públicos não utilizavam muito suas redes sociais, podendo ser pelo fato de não pensar ela como um meio de comunicação com seu público, ou por não estarem diretamente ligadas aos empreendedores, como a Secretaria de Saúde, Câmara de Vereadores de Erechim e SENAR que não fizeram nenhuma publicação referente a ajudar os empreendedores em meio a pandemia durante o período da pesquisa. Algumas entidades como Sindicato Rural e Sindicato dos Metalúrgicos pouco usavam as redes sociais, mas fizeram ao menos uma publicação com o tema.

Algumas entidades utilizavam frequentemente suas redes sociais com assuntos de interesse do projeto, como: SEBRAE, Prefeitura Municipal de Erechim (a partir de 2021), Jornal Bom Dia, Jornal Boa Vista e Auonline, mas também tinham momentos que passavam uma ou duas semanas sem nenhuma publicação. As entidades como SESI, SESC e SENAI usavam frequentemente suas redes sociais, mas não para assuntos relacionados ao projeto, embora já tenham feito pelo menos uma publicação sobre.

Durante o período de pesquisa, foram detectadas algumas publicações que disponibilizavam aos empreendedores oportunidades de cursos de diversas áreas, mas todas por meio digital, como via Whatsapp por exemplo.

Pode-se notar que as publicações feitas pelas entidades e órgãos públicos sempre continham curtidas, e, que sempre eram respondidas pelas mesmas quando tinham alguma dúvida nos comentários, também havia comentários de elogios as publicações e de satisfação com a entidade ou órgão público.

5 CONCLUSÃO

Analisou-se que o SEBRAE foi a instituição que mais utilizou suas redes sociais para fazer publicações de auxílio para os empreendedores e microempreendedores durante o período estudado. Usas publicações foram diversificadas e destacando-se as de ajuda a este público.

Acabou-se verificando que a maior parte dos órgãos públicos e entidades estudados ainda se utilizam pouco das redes sociais, mesmo neste período de crescente uso e de menos contato pessoal com as pessoas.

Sugere-se que sejam realizados outros estudos envolvendo as redes sociais e o seu uso pelos órgãos públicos e entidades com maior abrangência envolvendo o estado todo do Rio Grande do Sul, podendo ser escolhidos uma ou algumas atividades em específico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Ministério da Saúde. **O que é a Covid-19?** 08 abr. 2021 Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/o-que-e-o-coronavirus>. Acesso em: 15 ago. 2021.

JORNAL CIDADES. **Erechim registra alta de 65% na abertura de empresas.** Empreendedorismo. 16 jul. 2021. Disponível em: https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/jornal_cidades/2021/07/801741-erechim-registra-alta-de-65-na-abertura-de-empresas.html. Acesso em: 15 ago. 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Taxa de empreendedorismo no Brasil cai mais de 18% durante a pandemia.** 08 jun. 2021. Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/taxa-de-empendedorismo-no-brasil-cai-20-durante-a-pandemia,5b9809025dbe9710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 15 ago. 2021.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Redes sociais; COVID-19; Órgãos públicos; Entidades

Nº de Registro no sistema Prisma: PES 2020-0496

Financiamento: CNPq – EM.