

Área temática: EMPSI- Empreendedorismo, startups e inovação

AS MICROEMPRESAS E A COVID-19: impactos da crise nos salões de beleza da cidade de São Luís – MA

Micro enterprises and COVID-19: impacts of the crisis on beauty salons in the city of São Luís-MA

Resumo

Poucas vezes, na história, um único evento impactou tanto as atividades econômicas como a pandemia da COVID-19 em 2020 - 2021, em que o cenário que se formou é altamente preocupante. Desse modo, como forma de conter a pandemia e evitar o colapso do sistema de saúde, o Governo em geral decretou a adoção de medidas como o fechamento de todas as atividades comerciais não essenciais, inclusive a área de estética. Nesse sentido, esse estudo partiu do seguinte questionamento: Como as microempresas, no segmento da beleza e da estética em São Luís, podem reagir ao impacto da Covid-19? Para isso, adotou-se como objetivo geral: Analisar como as microempresas, no segmento da beleza e da estética em São Luís – MA, reagiram aos impactos causados pela Covid-19. Ao visar a maior familiaridade com a temática, foi realizada uma revisão bibliográfica, bem como um estudo de caso que abrangeu a coleta e a análise de informações através da aplicação de questionários com empreendedores da área da beleza. Como resultados parciais, desse estudo pôde-se concluir que as empresas, ao buscarem alternativas criativas e diversas para o enfrentamento da crise, obtiveram um bom desempenho e conseguiram se manter no mercado.

Palavras - chave: Microempresas. Pandemia da Covid-19. Estética.

Abstract

Few times in history has a single event impacted both economic activities and the COVID-19 pandemic in 2020, in which the scenario that has emerged is highly worrying. Thus, as a way to contain the pandemic and prevent the collapse of the health system, the State Government decreed the adoption of measures of social distance, with the closure of all non-essential commercial activities and, thus, schools, shopping centers, sports academies, bars and restaurants, beauty salons and many other commercial activities were forced to close their activities, which caused the crisis in these sectors. This article, therefore, addresses the economic impacts of the pandemic of the new coronavirus in the field of beauty and aesthetics, in which it explains the challenges faced by microentrepreneurs and professionals who provide beauty services in the city of São Luís do Maranhão and the actions / reactions taken in order to minimize the damage caused by the crisis in their business. For this, the general objective was adopted: To analyze how micro-companies, in the beauty and aesthetics segment in São Luís - MA, will react to the impacts caused by Covid-19. In order to become more familiar with the theme, a bibliographic review was carried out, as well as a case study that covered the collection and analysis of information through the application of questionnaires. As a result, it was possible to conclude that the companies, when searching for creative and diverse alternatives to face the crisis, obtained a good performance and managed to remain in the Market

.Keywords: Micro companies. Covid-19 Pandemic. Crisis

1 INTRODUÇÃO

O crescimento contínuo dos casos de infecção e a disseminação global do novo coronavírus fizeram com que a OMS (Organização Mundial da Saúde) declarasse situação de pandemia (OPAS, 2020). Os impactos, causados pela pandemia do novo coronavírus, afetam diretamente a economia, pois limita a circulação das pessoas, e isso traz, como consequência, um declínio no consumo e, portanto, a falta de movimentação no mercado em geral. Nesse cenário, Os Governos do Brasil inclusive o do Estado do Maranhão decretou situação de calamidade pública, em que foram adotadas medidas restritivas para controlar a difusão da enfermidade, dentre elas: o fechamento do comércio e a prestação de serviços; assim sendo, permaneceram em funcionamento apenas os serviços indispensáveis.

Desde os primeiros casos que ocorreram na cidade de Wuhan, região central da China, no mês de dezembro de 2019, tem-se falado e aprendido muito sobre a Covid-19. Segundo a (OMS, 2020) a Covid-19 pode trazer consequências psicológicas e agravar problemas mentais diante das incertezas. O novo vírus está a provocar estresse em grande parte dos indivíduos, abalados pelo risco de contaminação, pela obrigação do isolamento social, pelo medo do desemprego, dentre outros motivos.

Diante da situação causada pelo novo coronavírus, para o combate à pandemia, o governador do estado do Maranhão determinou muitas medidas, após a confirmação do primeiro caso. Para evitar o máximo de aglomerações de pessoas, pôs todas as cidades em quarentena; suspendeu as aulas das redes de ensino estadual, municipal e privada; interrompeu a circulação de ônibus interestaduais e como medida preventiva ao vírus, os estabelecimentos comerciais foram obrigados a fechar as portas; contudo, os mais afetados são os mais vulneráveis, ou seja, os trabalhadores informais e as microempresas que tentam minimizar os prejuízos e os impactos econômicos, ao aderir a novos métodos, tais como: férias coletivas; implantação dos serviços de delivery; desvio de funções; redução da carga horária; mudança de regime de trabalho para *home office*. No entanto, as entidades aguardam do governo alternativas que visam resguardar os empregos e garantir o pagamento dos salários, tendo em vista o cumprimento das normas, decorrentes desse fechamento.

O interesse e a análise pelo assunto são suficientes para gerar conhecimento e provocar transformações dentro dos aprendizados acadêmicos sobre os impactos desastrosos provocados pela pandemia da Covid-19. O conteúdo abordado faz-se apropriado por ser capaz de exibir informações inovadoras ao pesquisador, ao trazer privilégios e colaborar, de forma clara e direta, para a sua vida acadêmica e pessoal, tornando-se capaz de refletir e tomar importantes decisões, como: abrir mão dos planos, calendários e prazos para garantir o direito à vida. Por fim, pretende-se, com este estudo, nortear as ações da sociedade em geral, especialmente das pessoas envolvidas com o ramo da beleza, a fim de ajudá-las a encontrar possíveis alternativas para o enfrentamento da crise.

Considerando-se a relevância do tema abordado por este estudo, o presente artigo tem como problema de pesquisa: Como as microempresas, no segmento da beleza e da estética em São Luís, podem reagir ao impacto da Covid-19? Tal questionamento necessitou uma revisão bibliográfica e coleta de dados através de questionários capazes de permitirem que a temática investigada atinja o objetivo geral da pesquisa que é: Analisar como as microempresas, no segmento da beleza e da estética em São Luís - MA, reagirão aos impactos causados pela Covid-19.

2 Cenário dos Pequenos Negócios no Brasil no Setor de Beleza e Estética

O surgimento dos primeiros pequenos negócios veio com o aparecimento da produção capitalista, por volta do século XII, na qual era dominante a relação dos profissionais autônomos que trabalhavam por conta própria, eram proprietários das oficinas, equipamentos e insumos. Os profissionais dedicavam o tempo livre na execução das atividades; foi a partir dessas práticas que houve a evolução e o domínio das indústrias. Segundo Dolabela (2008, p. 312), o empreendedorismo não é um tema novo ou modismo, existe desde a primeira ação humana inovadora com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza.

O Microempreendedor Individual (MEI) equivale a uma grande parcela existente no país, essa classe empresarial é composta por diversificados ramos de empresas, e o segmento de mercado salão de beleza é uma delas. Independente dos registros citados acima, a disputa é grande nesse setor e demonstra inúmeras dificuldades no que diz respeito à informalidade excessiva. Em 2009, foi decretada a Lei Complementar nº 128/2008 que substituiu a Lei Complementar nº 123/2006 e originou a figura do MEI; este decreto criou diversas situações para que o trabalhador informal conseguisse se transformar em um microempreendedor reconhecido e desfrutar das mesmas vantagens que empreendedores legalizados dispõem (LOPES, *et al.*, 2014, p. 749- 646).

Mediante a Agência Sebrae de Notícias (2009, p. 1), empreendedores individuais do segmento de beleza e estética encabeçam a lista dos negócios com o maior índice de formalizados. Salões de beleza e afins representam 7,5% das formalizações, no período de julho de 2009 a fevereiro de 2011, de acordo com informações do Portal do Empreendedor. Desde a criação do Empreendedor Individual, em julho de 2009, mais de 40,6 mil paulistas se inscreveram nesse segmento.

Um estudo realizado em 2017 pelo Sebrae São Paulo revelou que 24,4 % das micro e pequenas empresas decretam falência com menos de dois anos de existência e esse percentual pode chegar a 50% nos estabelecimentos com menos de quatro anos. Isso ocorre devido a problemas relacionados à falta de gestão profissional, ou seja, ausência de conhecimento para gerir o empreendimento, sobretudo entre aplicação de despesas fixas e definição dos valores exigidos pelos serviços e produtos (SEBRAE, 2017, s.p.). Diante disso, foi criada a Lei 13.352 de 27 de outubro de 2016, chamada de “Lei do Salão Parceiro”, que proporciona uma maior segurança jurídica. A Lei 13.352 surgiu com o objetivo de regulamentar a relação de parceria entre os profissionais que desempenham as atividades no segmento da estética e os donos de salão de beleza, barbearias, esmalterias ou clínicas de estética e formalizá-la.

Os negócios de beleza e estética, como salões de beleza, centros de estética, barbearias, dentre outros, começam a adotar novos padrões e melhorias, tendo em vista a grande competitividade, ou seja, esta ação consiste na saída para competir no cenário de adversidade em detrimento da retração econômica e na provável abertura do mercado para grupos internacionais. A adoção de novos padrões engloba: melhorias no atendimento, aplicação de práticas sanitárias adequadas, uso racional de matérias primas e insumos, além de conhecimento técnico dos processos e de gestão do negócio (ABIHPEC, 2017, p. 6). Nesse sentido, a pandemia gerou impactos para esses pequenos negócios, na próxima subseção serão trabalhados como isto se deu nesse setor.

2.1 Impactos da Pandemia Covid-19 nos Pequenos Negócios

O mundo inteiro está a sofrer com a crise causada pela pandemia do novo coronavírus, em especial, os pequenos negócios têm sido fortemente afetados, muitos empresários têm enfrentado problemas para conseguir lidar com os seus contratos, no dia a dia, já que o cenário é de incertezas e não tem previsão de data para findar. Em São Luís do Maranhão não é diferente, o mercado da beleza também foi abalado após a publicação do Decreto nº 35.677, de 21 de março de 2020, do Estado do Maranhão, que determina que a população evite aglomerações e exige o funcionamento apenas de serviços essenciais para evitar a disseminação da doença; isso fez esvaziar estabelecimentos do setor da beleza e estética de São Luís e causou um aumento da crise nesse segmento (GOVERNO DO ESTADO DO MARANHÃO, 2020a, s.p).

Os efeitos da crise foram imediatos e, mesmo ao buscar alternativas para que os negócios permaneçam a funcionar e a faturar, durante a pandemia covid-19, muitos proprietários estão a aderir ao Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda, instituído pelo Governo Federal. O Auxílio Emergencial, no valor de R\$ 600,00, é um direito financeiro garantido a todos os brasileiros que se limitam dentro da norma, isto é, os trabalhadores informais, os microempreendedores individuais (MEI), os autônomos e os desempregados; o benefício será pago por três meses e tem por principal objetivo oferecer proteção e reduzir os impactos sociais e econômicos no combate à crise causada pela pandemia do Coronavírus - COVID 19. (GOVERNO DO ESTADO DO MARANHÃO, 2020b).

Os profissionais da beleza encontram-se inclusos nas categorias fortemente afetadas pela crise do coronavírus e ao analisar esse público é que o Governo do Estado lançou o programa Voucher da Beleza que planeja “tirar muita gente do aperto”, ou seja, esses profissionais que tiveram o seu faturamento mensal afetado. As inscrições foram realizadas, por meio de edital de credenciamento 003/2020. O programa beneficiou trabalhadores e empregados do mercado da beleza, tais como: cabeleireiros, manicure e pedicure, barbeiros, esteticistas; nesse ambiente, o profissional credenciado recebeu, de forma igualitária, o valor proporcional ao voucher entre R\$ 15 e R\$ 30,00. A prestação de serviços ocorreu no mês de outubro e foram contemplados 4 mil servidores públicos nas ações alusivas ao seu dia (GOVERNO DO ESTADO DO MARANHÃO, 2020b).

Com as portas fechadas em meio a esse cenário, muitos empresários têm buscado soluções para evitar a falência durante o período de distanciamento social. Diante disso, a analista do Sebrae Nacional, Andrezza Torres, vem dando apoio ao trazer informações e ao esclarecer dúvidas através de lives (transmissões ao vivo) de como esses pequenos estabelecimentos podem driblar a crise e reduzir as perdas durante esse período. Ela apresenta sugestões, como: oferecer serviços de atendimento personalizado ou delivery (ao seguir as medidas das autoridades de saúde); focar na relação dos clientes que dispõem (ao abusar das redes sociais); aprimorar a base de dados dos clientes. Nesse cenário, por meio de promoções (vendas on-line), o cliente poderá usufruir dos serviços assim que o estabelecimento reabrir (AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS, 2020).

Dado o exposto, no intuito de que se assegure um meio ambiente de trabalho em condições seguras e de boa qualidade, necessita-se o isolamento dos direitos básicos do trabalhador; nesse contexto, a Constituição Federal de 1988 determina que a ordem econômica deve atentar para o princípio de defesa do meio ambiente,

ao fazer com que os empregados tenham cautela no que se refere aos procedimentos adotados para se resguardar a saúde dos trabalhadores (VG NOTÍCIAS, 2020, p. 3).

Nesse cenário de preocupação, e ao buscar agir na prevenção, o Governo Federal, em 06/02/2020, editou a Lei nº 13.979 com o fito de criar políticas específicas de enfrentamento da doença. Com isso, ao se tratar de saúde pública e meio ambiente, sem dúvida, o tema coronavírus alcança o espaço do trabalho e, portanto, importa a este, pois vincula-se ao dever do empregador de preservar o direito do empregado de trabalhar em um ambiente saudável e seguro. A legislação trabalhista, tanto a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) quanto a Portaria nº 3.214/1978, do Ministério do Trabalho (atualmente, Secretaria), estabelece diversas normas acerca da prevenção de acidentes e doenças, sejam laborais, sejam comuns. A nova Lei nº 13.979 nada refere quanto a medidas de proteção no trabalho contra o coronavírus, mas apenas considera como falta justificada a ausência do empregado para fins de apuração, atendimento e tratamento da doença (VG NOTÍCIAS, 2020).

Nessa perspectiva, é fundamental que os funcionários estejam em consonância com as novas medidas e que assinem um termo de aditivo ao contrato de trabalho com regras estabelecidas para isso. Recomenda-se, assim, a adoção de uma política personalizada, entre empregador e empregado, e, para isso, é essencial que se estipulem as regras, as entregas cabíveis ao profissional, assim como alinhar as ferramentas que serão usadas para estabelecer a comunicação entre o funcionário e a empresa. Uma questão de intensa importância para as empresas, nesse panorama, é ter conhecimento das possibilidades que a legislação do trabalho propicia no intuito de que se reduzam os possíveis impactos advindos do surto de coronavírus (FINDES, 2020, p. 6).

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Para se alcançar os resultados e as respostas em relação à problemática exibida no presente trabalho, foi realizado um levantamento bibliográfico, pois é nessa fase do andamento de uma pesquisa que o explorador se adapta com o assunto, com as obras publicadas e com os autores que registram o problema em foco (FERENHOF; FERNANDES, 2016).

O estudo foi realizado através da abordagem qualitativa, pois Segundo Denzin e Lincoln (2006, p. 15-41) o estudo qualitativo se aproxima por meio da entrevista e da análise objetiva.

A análise, a coleta e a interpretação sobre os dados, descritos neste estudo, requerem uma amostragem do universo explorado. Marconi e Lakatos (2018, p.29) explicam que o universo é definido por pelo menos uma característica em comum e a amostra é o dever de definir uma parte; logo o universo corresponde aos microempreendedores da Cidade de São Luís - MA, e a amostra equivale aos profissionais da beleza, onde de forma aleatória foram selecionadas 10 microempresas do ramo da estética: Salão de beleza. Para isso utilizou-se um questionário contendo 10 perguntas (6 abertas e 4 fechadas) juntamente com uma escala Likert com avaliação de 1 a 5.

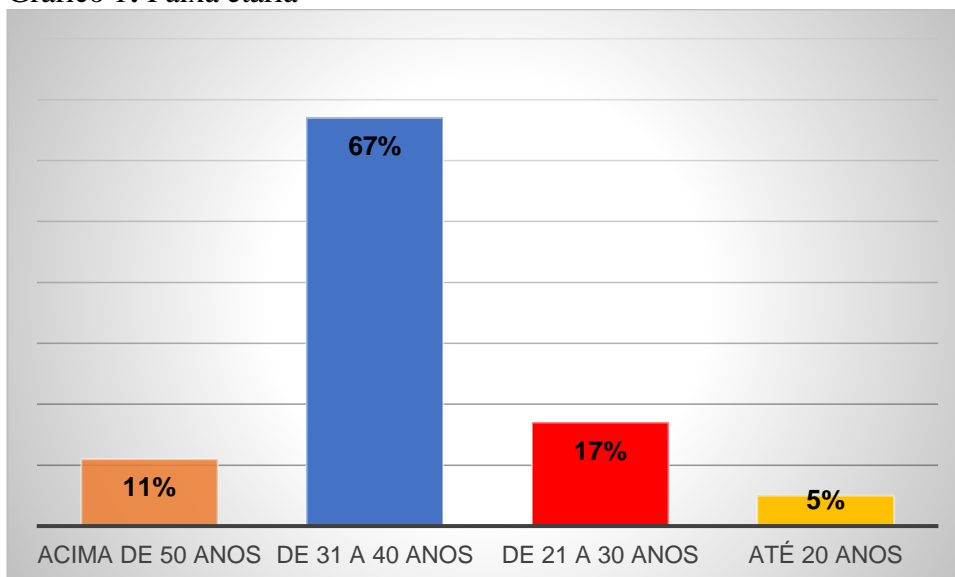
Por fim, os dados foram coletados nas seguintes localidades: Avenida Litorânea, Cohatrac, Cidade Operária, Vila Bacanga, São Francisco e 1 atua na própria residência nos meses de agosto e setembro de 2020, sendo analisados posteriormente para a utilização nesse estudo.

4 ANÁLISE E DISCURSSÃO DA PESQUISA

A pesquisa foi efetivada na cidade de São Luís, Maranhão e contou com 12 pesquisados (3 homens e 9 mulheres) . O Segmento da estética abrange uma classe variada de profissionais, manicures, cabeleiros, pedicures, barbeiros, esteticistas, operando nos salões de beleza. Nesse cenário, é perceptível, pelas informações supracitadas, que a grande maioria dos respondentes é do sexo feminino, o que corresponde a 94% das respostas e os 6% equivalem ao sexo masculino. Isso pode acontecer em virtude que, geralmente, no ramo da beleza e da estética, a predominância do perfil dos profissionais é do sexo feminino, o que não se constitui em regra geral e também porque no atual cenário socioeconômico, a mulher tem ganhado um maior destaque no mercado de trabalho, como empresárias e empreendedoras. Contudo, a frequência média de atuação dos homens em salões de beleza está a aumentar.

No gráfico 1, observa-se que a idade média dos inquiridos encontra-se na faixa etária de 31 a 40 anos, e isso equivale a 67%. Embora, nessa carreira, não se tenha limite de idade para trabalhar, e por ser uma profissão longeva, na pesquisa efetivada, obteve-se esse resultado, ao demonstrar que a grande maioria é de faixa etária jovem.

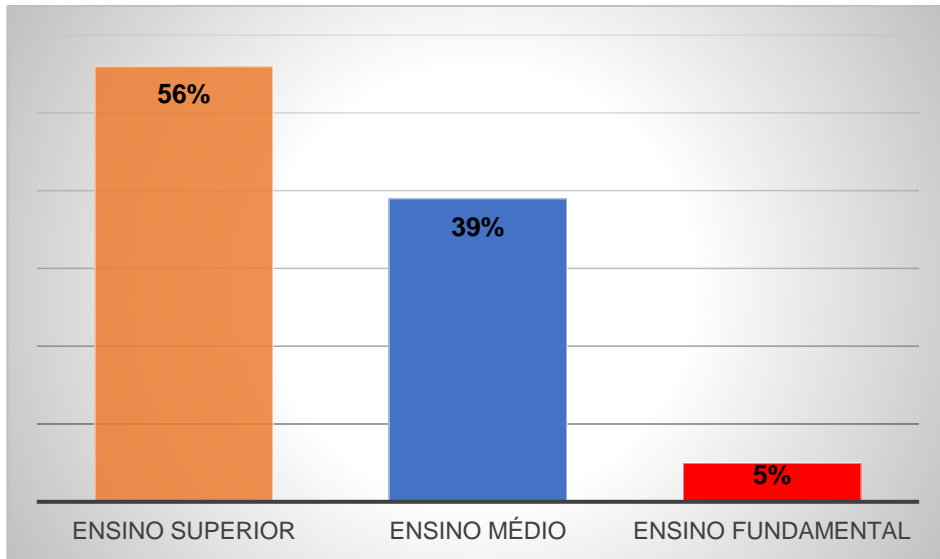
Gráfico 1: Faixa etária



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Conforme as devolutivas dos respondentes, constatou-se que 56% possuem ensino superior, embora no Brasil não seja pré-requisito a educação formal para atuação nessa área. Esse resultado representa, certamente, a reconstrução deste segmento exigido por novos empreendimentos que determinam que os profissionais estejam bem mais completos e melhor capacitados (Gráfico 2).

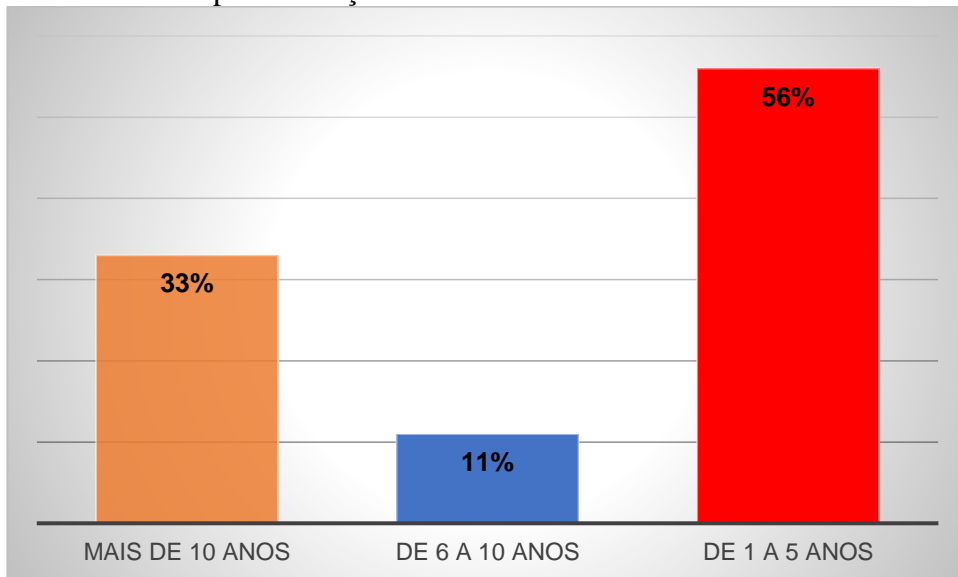
Gráfico 2: Escolaridade



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Já no que se refere ao questionamento relativo ao tempo de atuação na área, identificou-se que a maioria dos profissionais atua na área da beleza e da estética entre 1 e 5 anos, o que equivale a 56%, isso ratifica que a grande maioria está no ramo há pouco tempo (Gráfico 3).

Gráfico 3: Tempo de atuação



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

A partir de agora, as respostas adquiridas foram de forma subjetiva e serão dispostas através da identificação dos respondentes, mediante o uso de iniciais maiúsculas. Foram pesquisados 12 salões, porém, no decorrer desta pesquisa, se fará menção a apenas 50% dos entrevistados, assim como segue.

A pergunta a seguir se refere a “Como seu estabelecimento se reinventou durante e após a quarentena”? Assim têm-se:

QUADRO 1: Como seu estabelecimento se reinventou durante e após a quarentena?

A	<i>“Não precisei fazer mudanças, houve uma procura pelo serviço até mais que nos tempos normais”.</i>
B	<i>“Deus nos deu várias estratégias, vendas de produtos cosméticos, vendas de combos antecipados, atendimento em domicílio”.</i>
C	<i>“Ficou parado nos primeiros meses, depois trabalhou com horário marcado”.</i>
D	<i>“Os atendimentos passaram a ser solicitados via telefone e nos direcionamos até a casa da pessoa”.</i>
E	<i>“Durante a quarentena, no período do pico da pandemia, o atendimento parou, porém, após amenizada a situação, voltou a funcionar com atendimento com um número limitado de pessoas”.</i>
F	<i>“O funcionamento ocorreu em dias alternados e mediante agendamento com no limite 2 pessoas por vez”.</i>

FONTE: Elaborada pelos autores (2020).

O que foi averiguável, pelas respostas adquiridas, foi que, no primeiro momento da pandemia, os salões pesquisados não foram muito afetados pela pandemia, tendo em vista que souberam reinventar-se para continuar o atendimento, conforme as medidas preventivas e protetivas.

Traz-se à tona, neste momento, o questionamento referente a “Que tipos de estratégias para fidelizar o cliente foram mantidas durante a quarentena”? As respostas seguem abaixo:

QUADRO 2: Que tipos de estratégias para fidelizar o cliente foram mantidas durante a quarentena?

A	<i>“O bom atendimento que sempre tive”.</i>
B	<i>“Cartão fidelidade, combos de serviços”.</i>
C	<i>“Pacotes promocionais”.</i>
D	<i>“Usamos as redes sociais para passar informações para os clientes, com o intuito de mantê-los com vínculo à empresa”.</i>
E	<i>“Combos promocionais de serviços e atendimento individual com hora marcada previamente”.</i>
F	<i>“Ofertamos combos promocionais e intensificamos as divulgações nas redes sociais, WhatsApp, Instagram e Facebook”.</i>

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Ao se averiguar as respostas supracitadas, nota-se que, mesmo no contexto da pandemia, os administradores dos salões souberam planejar o negócio, utilizando-se de várias estratégias; nesse cenário, buscaram recursos, técnicas e capacitações para ampliar o empreendimento também para o meio digital, ao observar as novas formas de consumo.

Já a pergunta a seguir refere-se a: “Diante do protocolo, quais medidas de prevenção foram implementadas para ter um ambiente seguro durante o atendimento”? Adquiriram-se as seguintes respostas:

Quadro 3: Diante do protocolo, quais medidas de prevenção foram implementadas para ter um ambiente seguro durante o atendimento?

A	<i>“Uso de máscara, álcool em gel, retirar os sapatos e colocar propé antes de entrar na sala de procedimento”.</i>
B	<i>“Máscara, álcool em gel, ventilação mais ampla, agendamento de horário para haver menos cliente dentro do estabelecimento”.</i>
C	<i>“Uso de máscara, álcool em gel, limpeza do ambiente”.</i>
D	<i>Tivemos que mudar a rotina, mesmo porque já utilizávamos antes da pandemia os EPIs, como máscaras, toucas, luvas, álcool em gel, antisséptico para a limpeza do ambiente. E era feita a troca de descartáveis após cada cliente”.</i>
E	<i>“Uso frequente de EPIs”.</i>
F	<i>“Atendimento individual com hora marcada, disponibilidade de álcool em gel, pia com sabão, obrigatoriedade do uso de máscaras”.</i>

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Assim, os entrevistados focaram na produção de um protocolo de atendimento para garantir a segurança tanto do colaborador quanto do cliente.

Agora a pergunta se reporta a: “Sabe-se que novas medidas foram aplicadas para que os clientes e funcionários se sintam seguros. Porém o que sentem os profissionais da estética com a retomada das atividades”? Nesse cenário, eles responderam:

Quadro 4: Sabe-se que novas medidas foram aplicadas para que os clientes e funcionários se sintam seguros. Porém o que sentem os profissionais da estética com a retomada das atividades?

A	<i>“Um pouco mais inseguros, mas não podemos parar”.</i>
B	<i>“Embora a necessidade de trabalhar, ainda assim, nos sentimos inseguros”.</i>
C	<i>“Uma grande queda no fluxo de clientes”.</i>
D	<i>“Foi necessária uma mudança de rotina, mas nada que não pudéssemos prestar um excelente serviço, pois cuidamos de pessoas e nos sentimos muito bem quando elas se sentem seguras e satisfeitas. Então, foi satisfatório para nós”.</i>
E	<i>“Trabalho mais seguro”.</i>
F	<i>“Satisfação ao voltar a atender e acompanhada de um pouco mais de medo, pois ainda não existe uma vacina para a doença”.</i>

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Nota-se que, mesmo com as ações desenvolvidas, levando-se em consideração o segmento dos protocolos de prevenção, e ainda tendo em vista a necessidade financeira, os entrevistados ainda se sentem inseguros com relação ao atendimento.

Por fim, tem-se o seguinte questionamento: “Mesmo diante de dificuldades,

como o mercado pretende caminhar para reinvenção dos atendimentos e serviços”? Seguem as respostas:

Quadro 5: Mesmo diante de dificuldades, como o mercado pretende caminhar para reinvenção dos atendimentos e serviços?

A	<i>“No meu caso, não precisei mudar nada ainda. A procura, inclusive, aumentou nesse período. Estamos fazendo da forma que fazíamos antes”.</i>
B	<i>“Sim, sim, não podemos parar”.</i>
C	<i>“Inovar, utilizar técnicas para a conquista de novos clientes”.</i>
D	<i>“Sempre com a proposta de algo inovador, buscando agradar ao público-alvo com qualidade de serviço, fazendo-se as devidas adaptações, até que tudo volte ao normal”.</i>
E	<i>“Acomodando melhor os clientes”.</i>
F	<i>“A análise do cenário tem sido nosso maior aliado. Após a ajuda do auxílio emergencial, senti uma melhora na procura dos clientes. Porém, com as incertezas de como vai ser essa pandemia e como a economia vai ficar, se vai ter auxílio ou não, a gente continua se adequando. Na minha empresa, tenho buscado realizar parcerias com outras pessoas do ramo, o que ajuda na oferta de combos especiais”.</i>

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

As respostas acima caminham para um entendimento de que ainda se vive em um momento de imprevisibilidade diante do contexto da pandemia. Porém, o momento pede mais consciência, cautela e o principal “adaptação” às novas medidas de proteção contra o coronavírus. Nos salões de beleza pesquisados, não é diferente, à medida que se tomam as precauções sanitárias cabíveis, mediante atendimentos diferenciados e inovadores. Tem-se, portanto, que os centros de beleza e estética consistem em serviços pautados em uma abordagem pessoal e, de forma inevitável, exigem contato próximo com os clientes, e é por isso que os cuidados necessitam ser redobrados em um período como o que se vive atualmente, com a pandemia do coronavírus (Covid-19) (SENAC, 2020, p. 1).

Desse modo, face às respostas adquiridas, e mediante o crescente desenvolvimento das organizações, perante um mercado em constante processo de mutação, e ainda ao levar-se em consideração que o segmento de salões de beleza, dentro do universo dos pequenos negócios, consiste em uma das áreas mais sensíveis à crise provocada pela pandemia do novo coronavírus, observou-se a relevância do posicionamento dos inquiridos, em que eles arriscam de forma inovadora, planejam, persistem e executam, atendendo às necessidades de sua clientela, ao criar demandas jamais pensadas. Assim, estes empreendedores que se aventuram, que pensam reflexivamente, que destinam grande parte do seu tempo às ideias inovadoras, têm grandes chances de consubstanciarem tais ideias em produtos, serviços, mentalidades e processos; nesse cenário, resultam em benefícios sociais e econômicos para os clientes e para a empresa.

Este levantamento traz resultados importantes sobre os impactos da pandemia para os salões de beleza, tendo em vista que os entrevistados apostaram em mudanças que garantiram aos clientes a ida aos salões com segurança, o que é um aspecto essencial para que a agenda dos espaços funcione de forma mais efetiva. Medidas de segurança como o uso de máscaras, disponibilização de álcool em gel e limpeza do ambiente entre um atendimento e outro foram unanimidade na pesquisa,

além do distanciamento social e agendamento por hora marcada, o que ratifica que os entrevistados estão a tomar as devidas precauções para um ambiente seguro.

5 CONCLUSÃO

Conforme dados levantados e analisados, na pesquisa, a amostragem das microempresas do ramo da beleza e estética, que participaram do estudo, apresentaram diversas estratégias para enfrentar os desafios decorrentes da crise econômica ocasionada pela pandemia da Covid-19. Os gestores desses negócios buscaram alternativas referentes à adoção de protocolos de segurança, na execução do trabalho, como o uso de máscaras, luvas, disponibilização de álcool em gel e pia com água e sabão; atendimento em domicílio; oferta de pacotes promocionais de serviços; atendimento com hora agendada; redução do número de clientes nos espaços para favorecer o distanciamento social; uso das redes sociais para divulgação dos serviços, venda de produtos e agendamento com clientes; implantação de serviço delivery etc. Verificou-se que todas as estratégias foram tomadas a fim de garantir a continuidade da prestação de serviços e a segurança dos clientes.

Outro aspecto que merece destaque refere-se ao uso das redes sociais, especialmente, o Instagram, o Facebook e o Whatsapp para divulgação e venda dos produtos e serviços ofertados e também para manter contato com os clientes para estabelecimento de vínculos com as empresas. Dessa forma, diante dos parâmetros descritos, constatou-se que as empresas, ao buscar alternativas criativas e diversas para o enfrentamento da crise, obtiveram um bom desempenho e conseguiram se manter no mercado.

Nesse contexto, o objetivo geral pretendido foi alcançado, bem como o questionamento levantado no problema de pesquisa, uma vez que acharam-se as respostas referentes às ações e às reações dos entrevistados no que tange às estratégias utilizadas durante a pandemia para que não houvesse tantos prejuízos. Outro ponto de destaque foi que esta análise mostrou a preocupação com uma possível maior visibilidade das ações dos inquiridos com vistas ao bem-estar e à segurança dos clientes, o que foi verificável a partir da concordância com o distanciamento social, além de outras medidas preventivas e protetivas.

Dado o exposto, ratifica-se que a pandemia do coronavírus afetou, sobremaneira, as relações trabalhistas já que a obrigatoriedade do distanciamento social permitiu que empregadores e empregados mudassem a sua rotina e a metodologia de trabalho. Desse modo, independente da metodologia de trabalho adotada, tem-se que esclarecer que é necessariamente obrigado o zelo pela segurança, saúde e higiene de seus trabalhadores, ao propiciar as condições necessárias para tanto, bem como ao zelar para o cumprimento dos dispositivos legais atinentes à medicina e à segurança do trabalho.

Nessa perspectiva, se o empregador adotar os cuidados gerais recomendados pelo Ministério da Saúde e pelas normas trabalhistas, pouco será a possibilidade de contágio no ambiente de trabalho, seja na empresa, seja em casa ou até mesmo nas ruas, através dos deliverys. Assim, sugere-se pesquisas similares que sejam levadas em consideração a ampliação da literatura referente a este assunto e ainda como forma de proporcionar aos leitores uma maior sensibilização no que se refere às medidas de segurança no mundo dos negócios, face ao novo Coronavírus, o que condiz em uma relevância para o âmbito acadêmico e incremento das pesquisas relacionadas a esse contexto. Para desdobramentos futuros recomendasse uma nova

pesquisa para verificação com uma abrangência de público maior assim como em outros seguimentos.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Cartilha orienta forma mais segura para retomada dos negócios de beleza após a quarentena.** Goiás, 2020. Disponível em: <http://www.go.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/GO/cartilha-orienta-forma-mais-segura-para-retomada-dos-negocios-de-beleza-apos-a-quarentena,8607a3173a302710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 12 nov. 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS (ABIHPEC). **Serviços de Beleza e Estética:** painel setorial de informações estratégicas. 2017. Disponível em: <http://abihpec.org.br/2017/02/mercado-brasileiro-de-hppc-quarta-posicao-mundial-com-sensacao-de-terceira/> Acesso em: 12 nov. 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS. Panorama do setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. 2010. Disponível em: <http://www.abihpec.org.br/conteudo/Panorama_do_setor_20092010_Portugues_12_04_10.pdf>. Acesso em: 5 out. 2011.

AUDRETSCH, D. B., & FELDMAN, M. R&D spillovers and the geography of innovation and production. **American Economic Review**, v. 86, n. 3, 1996.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial. Direito de Empresa.** 25ª edição, São Paulo: Saraiva, 2013.

DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. Introdução: a disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In: DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. (Orgs.). **O planejamento da pesquisa qualitativa:** teorias e abordagens. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 15-41.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa:** uma ideia, uma paixão e um plano de negócios : como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 14. ed. São Paulo: Cultura, 2006. 312p.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios.** 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DWECK, Ruth Helena; DI SABBATO, Alberto. A beleza e o mercado de trabalho uma perspectiva de gênero. **Revista Gênero**, Niterói, v. 6, n. 2; v. 7, n. 1, p. 95-128, mês. 2006. Disponível em: [file:///C:/Users/Roberto-PC/Downloads/31103-106373-1-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Roberto-PC/Downloads/31103-106373-1-PB%20(2).pdf). Acesso em: 12 out. 2020.

FARENHOF, H. A.; FERNANDES, R. F. Desmistificando a revisão de literatura como base para redação científica: Método SSF. **Revista ACB**, v. 21, n. 3, p. 550–563, 2016.

GOVERNO DO ESTADO DO MARANHÃO. **Atenção, profissionais da beleza: conheçam o Programa Voucher da Beleza**. 2020b. Disponível em: <http://mapa.ma.gov.br/atencao-profissionais-da-beleza-conhecem-o-programa-voucher-da-beleza/>. Acesso em: 12 nov. 2020.

GOVERNO DO ESTADO DO MARANHÃO. **Decreto nº 35.677 de 21 de Março de 2020**. 2020a. Disponível em: <http://stc.ma.gov.br/legisla-documento/?id=5799>. Acesso em: 12 nov. 2020.

LEONE, R. J. G. Pequenas e médias empresas: contribuições para discussão sobre por que e como medir o seu tamanho. **Revista do Mestrado em Administração da Universidade Potiguar – RaUnP**. v. 4, n.1, 2012.

LOPES, L. C. *et al.* Adoção de Práticas de Controles Financeiros e não Financeiros por Microempreendedores Individuais. **Gestão e Sociedade**, v. 8, n. 21, 2014.

MARTINS, J. G. F. **Proposta de Método para Classificação do Porte das Empresas**. 2014. 78 p. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração), Universidade Potiguar, Natal. 2014.

OPAS - Organização Pan-Americana da Saúde. Folha informativa sobre COVID-19. 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19>. Acesso em: 16 abr. 2020.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **O que é ser um MEI**. [S.], 2020. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>> Acesso: em 11 de fevereiro de 2014.

Lei Geral da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **Revista Sebrae: Lei Geral**. 3 Anos da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa.

PORTUGAL, N. D. S. *et al.* Microempreendedores Individuais: Um Estudo sobre suas Ações e Percepções Frente às Exigências do Desenvolvimento Sustentável. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, v. 6, n. 1, p. 107-122, 2017

SALES, A. H. L.; SOUZA NETO, S. P. **Empreendedorismo nas Micro e Pequenas Empresas do Brasil**. Anais do XXIII ENANPAD- Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 2004. Curitiba/PR, de 25 a 29 de Setembro de 2004.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM (SENAC). **Salões de beleza, estética e barbearias: como atuar em tempo de coronavírus**. Mato Grosso do Sul, 2020. Disponível em; <https://www.ms.senac.br/2020/04/saloes-de-beleza-estetica-e-barbearias-como-atuar-em-tempos-de-coronavirus/>. Acesso em: 16 nov. 2020.

SOUZA, Kelly Ribeiro de; MOREIRA, Héber Lavor. Micro e Pequenas Empresas: Pequenas no tamanho, grandes na importância. **Administração Financeira e**

Orçamentária. 2015. Disponível em: <http://peritocontador.com.br/wp-content/uploads/2015/04/Kelly-Ribeiro-de-Souza-Micro-e-Pequeenas-Empresas-Pequeenas-no-Tamanho-e-Grandes-na-Import%C3%A2ncia.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2020.

TERENCE, A. C. F. **Processo de criação de estratégias em pequenas empresas:** elaboração de um mapa estratégico para pequenas empresas de base tecnológica do polo de São Carlos/SP. 2008, 136 p. Tese (Doutorado) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos. 2008.

VENOSA, Sílvio de Salvo; RODRIGUES, Cláudia. **Direito Civil. Direito Empresarial.** São Paulo: Atlas, 2010, v. 8.