

**Carolina de Moura Gonzaga
Jairo Cristiano Rodrigues da Conceição
Joice Carlos Patrício Santos
Maria Eduarda da Silva Nunes
Marisa Machado dos Santos**

**OS IMPACTOS CAUSADOS PELA PANDEMIA DO CORONAVÍRUS -
COVID 19 NO RAMO EMPRESARIAL**

**Etec João Gomes de Araújo
Técnico em Administração
Pindamonhangaba
2023**

**Carolina de Moura Gonzaga
Jairo Cristiano Rodrigues da Conceição
Joice Carlos Patrício Santos
Maria Eduarda da Silva Nunes
Marisa Machado dos Santos**

**OS IMPACTOS CAUSADOS PELA PANDEMIA DO CORONAVÍRUS -
COVID 19 NO RAMO EMPRESARIAL**

Trabalho de Conclusão de Curso Técnico em Administração apresentado à ETEC – Escola Técnica do Estado de São Paulo – Centro Paula Souza, como parte dos requisitos para colação de grau.
Orientador: Prof. Me. Luiz Fernando Fiorio

**ETEC João Gomes de Araújo
Técnico em Administração
Pindamonhangaba
2023**

Carolina de Moura Gonzaga

Jairo Cristiano Rodrigues da Conceição

Joice Carlos Patrício Santos

Maria Eduarda da Silva Nunes

Marisa Machado dos Santos

Os impactos causados pela pandemia do coronavírus - COVID 19 no ramo empresarial

Etec – Escola Técnica do Estado de São Paulo

Centro Paula Souza – Pindamonhangaba – SP

Data: _____

Resultado: _____

Banca Examinadora

Prof. _____

Assinatura _____

Prof. _____

Assinatura _____

Prof. _____

Assinatura _____

Dedicatória

Este trabalho é todo dedicado aos nossos pais, pois é graças aos seus esforços que hoje podemos concluir este curso.

Dedicamos este trabalho a Deus; sem ele nós não teríamos capacidade para desenvolver este trabalho.

Foi pensando nas pessoas que executamos este projeto, por isso dedicamos este trabalho a todos aqueles a quem esta pesquisa possa ajudar de alguma forma.

A conclusão deste projeto resume-se em dedicação, que vimos ao longo dos anos em cada um dos professores deste curso, a quem dedicamos este trabalho.

Dedicamos este trabalho a todos os que nos ajudaram ao longo desta caminhada.

Dedicamos este projeto aos nossos colegas de equipe, que assim como nós encerram uma difícil etapa da vida acadêmica.

Ao professor Luiz Fernando Fiorio que nos auxiliou no crescimento das ideias e amadurecimento durante todo o processo de desenvolvimento deste projeto.

Em memória das vidas perdidas durante a pandemia.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus, por ele ter nos dado saúde e sabedoria para que nunca perdêssemos o foco nos objetivos já traçados.

Aos nossos pais, por toda dedicação e esforço que priorizam pela nossa educação e nosso futuro.

Aos nossos familiares, que constituem a base sólida da nossa vida e a quem devemos enorme gratidão e carinho por todas as palavras de incentivo e torcida na nossa jornada.

Aos nossos amigos, que tornaram nossa vida mais leve e sorridente.

Aos nossos professores, por terem dividido conosco os seus conhecimentos, possibilitando então a realização desse trabalho.

Ao professor Luiz Fernando Fiorio por ter sido nosso orientador e ter desempenhado tal função com dedicação e amizade.

*“Ser competente é acertar um alvo que ninguém acertou,
ser administrador é acertar um alvo que ninguém viu.”*
- Erlandson F. A. Andrade -

RESUMO

Questões ligadas à pandemia do COVID-19 têm sido temas de grande debate não só no Brasil como no mundo. Este projeto tem como objetivo apresentar os impactos da pandemia do COVID-19 no ramo empresarial no Brasil, como as empresas enfrentaram os efeitos da restrição social em todo país, como essas empresas fizeram para se adaptar e se desenvolver ao longo da pandemia com isso levantando quais foram os impactos causados em toda estrutura organizacional, podemos fazer a seguinte divisão: nível comportamental, nível estrutural e nível financeiro. A metodologia utilizada no projeto foi à pesquisa bibliográfica, qualitativa e quantitativa assim através de pesquisa em artigos, site e análise de gráficos chegou-se aos resultados obtidos. Conclui-se que apesar de inúmeras perdas, percebeu-se que houve uma evolução no ramo empresarial a nível global é notável em como a tecnologia evoluiu. Como as empresas tiveram que se adaptar de forma rápida para amenizar os impactos das restrições impostas como forma garantir a segurança e insumos para todos. Observou-se que as empresas optaram e investiram na internet como forma de se manter no mercado, usando ferramentas como *e-commerce*, *delirery* e trabalhos *home-office*, pensando mais na logística de adquirir e na entrega de serviços e produtos, percebeu-se também o quanto as empresas focaram na saúde física e mental não só de seus colaboradores, mas da sociedade como um todo e o quanto as empresas ajudaram em uma fase tão difícil de ser enfrentada.

PALAVRAS-CHAVE: Covid; Pandemia; Impactos; Ramo empresarial.

ABSTRACT

Issues related to the COVID-19 pandemic have been topics of great debate not only in Brazil but worldwide. This project aims to present the impacts of the COVID-19 pandemic on the business sector in Brazil. It explores how companies have faced the effects of social restrictions across the country and how they have adapted and developed throughout the pandemic. The study investigates the impacts on the organizational structure at three levels: behavioral, structural, and financial. The methodology used in this project was a bibliographic, qualitative, and quantitative research approach. Through the analysis of articles, websites, and graphs, the obtained results were reached. It is concluded that despite numerous losses, there has been an evolution in the global business sector, particularly in terms of technological advancements. Companies had to quickly adapt to mitigate the impacts of imposed restrictions to ensure safety and resources for all. It was observed that companies chose to invest in the internet as a means to remain in the market, utilizing tools such as e-commerce, delivery services, and remote work. There was a focus on logistics for acquiring and delivering services and products. Additionally, companies demonstrated a strong emphasis on the physical and mental health of not only their employees but also society as a whole, providing support during this challenging phase.

KEYWORDS: Covid; Pandemic; Impacts; Business sector.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Os efeitos da pandemia nas empresas.....	43
Gráfico 2 – Redução de funcionários	44
Gráfico 3 – Medidas adotadas pelas empresas	47
Gráfico 4 – Estimulo do governo.....	48

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Produção	45
Figura 2 - Fabricação.....	45
Figura 3 - Fornecedores.....	46
Figura 4 - Pagamentos	46

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Os impactos causados pela pandemia	60
Tabela 2 – Medidas adotadas pelas empresas durante a pandemia	63

LISTA DE ABREVIATURAS

APP- Aplicativo

CAGED - Cadastro Geral de Empregados e Desempregados

CATI - Computer Assisted Telephone Interview

COVID - Corona Virus Disease

ESPII - Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional

EPI - Equipamentos de Proteção Individual

FGV - Fundação Getulio Vargas

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MP - Medida Provisória

OMS - Organização Mundial da Saúde

PIB - Produto Interno Bruto

PPEmp – Pulso Pesquisa de Empresas

Pronampe - Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

TI - Tecnologia da Informação

TNT - Tecido Não Tecido

TSE - Tribunal Superior Eleitoral

TUC - Trabalhadores do Reino Unido

UTI - Unidades de Terapia Intensiva

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
1.1 Objetivos	15
1.1.1 Objetivo Geral.....	15
1.1.2 Objetivo Específico.....	15
1.2 Justificativa	15
2 METODOLOGIA.....	16
3. REVISÃO DA LITERATURA	18
3.1 Momentos históricos	18
3.1.1 Primeiras notícias:	19
3.1.2 Informações sobre o Covid-19.....	20
3.1.3 Como chegou à Covid 19 no Brasil?	21
3.1.4 Taxa de mortalidade no Brasil	21
3.1.5 Instruções da OMS até chegar ao <i>lockdown</i>	22
3.2 Impactos causados pela pandemia.....	23
3.2.1 Impactos comportamentais.....	25
3.2.2 Impactos Estruturais nas organizações	27
3.2.3 Impactos econômicos e financeiros	28
3.3 Exemplo das mudanças nas empresas	30
3.4 Desligamentos dos funcionários	40
3.4.1 Estimulo do governo	41
3.6 <i>E-Commerce</i>	48
3.6.1 O comportamento dos clientes durante a pandemia.....	49
3.7 Adaptações em tempos de crise	51
3.8 Como a covid 19 afetou o mundo de hoje.....	53
3.8.1 Como a covid 19 afetou as empresas brasileiras	54
3.9 A nova realidade das empresas pós pandemia	55
3.10 Mudanças e tendências positivas com a COVID19	56
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	59
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	70

1. INTRODUÇÃO

O ramo empresarial vive sempre em constante mudança para atender a demanda do mercado, seja na produção, tradição e inovação atendendo outras empresas e o consumidor final. Isso porque afeta diretamente o ciclo de compra e vendas, afetando o processo produtivo e a lucratividade da empresa.

No ano de 2020 com a explosão de casos do Coronavírus – Covid 19 no Brasil e no mundo, gerando diversas incertezas, as medidas e iniciativas tomadas pelos órgãos de saúde e governamentais foram o distanciamento, restrição de funcionamento do comércio, fábricas e indústrias e da circulação de pessoas. Portanto, mesmo com os avanços da ciência, em particular da medicina, não foi possível compreender e combater os efeitos nocivos da Covid-19. A ciência não estava preparada para isso, tampouco as pessoas e muito menos a economia. (MARCELINO, REZENDE, MIYAJI, 2020).

Isso deixou apenas os serviços essenciais em funcionamento, como farmácia e postos de saúde, outros setores tiveram que se adaptar, para não falir. Muitas empresas começaram a mudar sua estrutura organizacional de trabalho, como exemplo, em relação a logística e trabalho *home-office*.

Em contrapartida as atividades foram completamente paralisadas, nos setores de eventos e turismo e outras trabalhavam com muitas restrições, como por exemplo: restaurantes, lanchonetes e lojas. Adaptando-se a um novo normal, algumas empresas não viram outra saída a não ser fechar as portas, despedir trabalhadores e alterar horários ou desistir de sonhos e esperanças, porque era difícil sobreviver num mercado incerto e instável. O restante procurava maneiras de se manter e sobreviver no mercado, reinventando-se.

Permanecer no mercado se tornou cada vez mais difícil; novas formas de trabalho se tornaram comum, entender todo o sistema que envolve as organizações em meio a tantas incertezas é um grande desafio na área de negócios e inovação. Com isso formulou-se o seguinte problema de pesquisa: **Quais foram os impactos causados pela pandemia do Coronavírus – COVID 19 nas empresas?**

1.1 Objetivos

Este projeto tem como objetivo apresentar os impactos da pandemia do COVID-19 no ramo empresarial no Brasil, como as empresas enfrentaram os efeitos da restrição social em todo país, com isso levantando quais foram os impactos causados em toda estrutura organizacional.

1.1.1 Objetivo Geral

Este projeto tem como objetivo apresentar os impactos da pandemia do COVID-19 no ramo empresarial no Brasil, como as empresas enfrentaram os efeitos da restrição social em todo país, com isso levantando quais foram os impactos causados em toda estrutura organizacional. Este projeto irá apresentar os impactos comportamentais, estruturais, financeiros e econômicos de forma a apontar as mudanças que aconteceram no ramo empresarial.

1.1.2 Objetivo Específico

Para atingir o objetivo geral desta pesquisa, é necessário que alguns objetivos específicos sejam atingidos antes.

São eles:

- Analisar quais foram os impactos causados.
- Levantar e analisar dados do ramo empresarial Brasileiro.
- Apresentar quais foram às mudanças na estrutura organizacional.

1.2 Justificativa

O tema é relevante, porque aborda diretamente as incertezas e desdobramentos que a pandemia do coronavírus impôs ao Brasil e como as organizações não estavam preparadas para enfrentar o isolamento social e várias restrições no mercado.

A escolha desta pesquisa partiu de um interesse em estudar e entender como as empresas se adaptaram em tempos de pandemia e como novas perspectivas apareceram, como abordagens de *marketing* digital, novas formas de trabalho como *home office*, trabalho remoto, venda *online*, além do fortalecimento de serviços *delivery*.

2 METODOLOGIA

A natureza do trabalho é de caráter exploratório, na qual, Segundo Gil (2002), “esse tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explicitado a construir hipóteses, incluindo levantamento bibliográfico e entrevista”. Sendo pesquisa básica com informações qualitativas e quantitativas a partir de pesquisa bibliográfica.

Enquanto ao tipo de abordagem será qualitativa, pois, fornece os dados básicos para o desenvolvimento e a compreensão das relações que, Segundo Denzin e Lincoln (2006), “a pesquisa qualitativa envolve uma abordagem interpretativa do mundo, o que significa que seus pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem”. Seguindo essa linha de raciocínio, Vieira e Zouain (2005) afirmam que “a pesquisa qualitativa atribui importância fundamental aos depoimentos dos atores sociais envolvidos, aos discursos e aos significados transmitidos por eles. Nesse sentido, esse tipo de pesquisa preza pela descrição detalhada dos fenômenos e dos elementos que o envolvem”.

Richardson (1999, p. 102) destaca que "o objetivo fundamental da pesquisa qualitativa não reside na produção de opiniões representativas e objetivamente mensuráveis de um grupo; está no aprofundamento da compreensão de um fenômeno social por meio de entrevistas em profundidade e análises qualitativas da consciência articulada dos atores envolvidos no fenômeno".

A metodologia quantitativa é uma abordagem de pesquisa que busca coletar e analisar dados de forma numérica e estatística. Essa metodologia é amplamente utilizada em diversas áreas do conhecimento, como ciências sociais, saúde, negócios, entre outras.

Conforme afirma Marconi e Lakatos (2005), "a pesquisa quantitativa busca analisar e explicar os fenômenos estudados com base em dados quantitativos obtidos por meio de técnicas padronizadas de coleta de informações, visando a verificação empírica de hipóteses" (p. 190).

Para realizar pesquisas quantitativas, é necessário determinar uma amostra representativa da população a ser estudada e aplicar questionários ou usar outras formas de coleta de dados numéricos, como medições, testes, experimentos, etc. A

partir dos dados coletados, análises estatísticas podem ser realizadas para identificar padrões, relações entre variáveis e testar hipóteses. Uma das vantagens dos métodos quantitativos é que os resultados podem ser generalizados para a população de estudo. Além disso, esse método é considerado mais objetivo e menos suscetível a interpretações subjetivas pelos pesquisadores. No entanto, é preciso enfatizar que os métodos quantitativos não são adequados para todos os tipos de pesquisa e podem não ser suficientes para explicar fenômenos complexos e multifacetados. Essa abordagem é amplamente utilizada em várias áreas do conhecimento, para identificar objetivamente padrões e relacionamentos entre variáveis, com o potencial de generalizar os resultados para estudar populações.

A pesquisa bibliográfica, para Macedo (1994, p. 13), “Trata-se do primeiro passo em qualquer tipo de pesquisa científica, com o fim de revisar a literatura existente e não redundar o tema de estudo ou experimentação”.

A pesquisa bibliográfica que se encontra no meio acadêmico tem como finalidade de aprimorar e atualizar algum conhecimento, através de uma investigação científica de obras já publicadas. Segundo, Gil (2002, p. 44), “[...] é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Para, Lakatos e Marconi (2003, p. 183): “[...] a pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras”.

De acordo com Boccato (2006), a pesquisa bibliográfica busca o levantamento e análise crítica dos documentos publicados sobre o tema a ser pesquisado com intuito de atualizar, desenvolver o conhecimento e contribuir com a realização da pesquisa.

3. REVISÃO DA LITERATURA

3.1 Momentos históricos

Antes da pandemia do COVID-19, as empresas no Brasil estavam lidando com desafios econômicos significativos. Desde 2014, o país enfrentou uma recessão econômica prolongada, com altas taxas de desemprego e baixo crescimento. Além disso, as empresas estavam lidando com a crescente competição global e a necessidade de inovação para se manterem no mercado.

No entanto, apesar desses desafios, havia alguns sinais de otimismo no cenário empresarial brasileiro. Em 2019, o país teve um crescimento modesto do PIB e um aumento no investimento estrangeiro. Além disso, o governo estava trabalhando em reformas econômicas destinadas a melhorar o ambiente de negócios, como a reforma tributária e a reforma da previdência.

As empresas também estavam se concentrando na digitalização e na automação de processos para aumentar a eficiência e reduzir custos. O setor de tecnologia estava crescendo rapidamente, com muitas startups brasileiras emergentes no mercado.

Sendo assim as empresas brasileiras estavam enfrentando desafios econômicos, mas havia sinais de otimismo e inovação.

A pandemia mudou drasticamente esse cenário, trazendo novos desafios e incertezas para as empresas em todo o país, somando-se a momentos históricos importantes, anterior a pandemia de COVID-19.

Podemos citar a operação Lava-Jato que é uma operação de combate à corrupção, aconteceu em 2014 teve um impacto significativo nas empresas brasileiras, especialmente nas que estavam envolvidas em casos de corrupção. Algumas empresas importantes foram investigadas, como a Petrobras e a Odebrecht.

Ouve também uma crise econômica em 2014 que afetou profundamente as empresas brasileiras, especialmente aquelas que dependiam do mercado interno. Muitas empresas tiveram que reduzir custos e demitir funcionários para sobreviver.

Outro acontecimento foi à lei da Terceirização em 2017, o governo brasileiro aprovou uma lei que permitia que as empresas terceirizassem todas as atividades, inclusive as atividades-fim. Isso gerou debates sobre a precarização do trabalho e o enfraquecimento dos direitos trabalhistas.

Já em 2019 com a reforma trabalhista, o governo brasileiro aprovou uma reforma que alterou significativamente a legislação trabalhista do país. A reforma gerou debates sobre a flexibilização dos direitos trabalhistas e a precarização do trabalho.

As eleições presidenciais de 2018 foram muito polarizadas e tiveram um impacto significativo nas empresas brasileiras. A incerteza política e econômica gerada pelo processo eleitoral afetou os investimentos e o crescimento das empresas.

As empresas brasileiras enfrentavam desafios significativos, incluindo a alta carga tributária, a infraestrutura inadequada e a falta de mão de obra qualificada. No entanto, muitas empresas estavam investindo em tecnologia e inovação para melhorar sua eficiência e competitividade.

3.1.1 Primeiras notícias:

Em 30 de janeiro de 2020, a OMS declarou que o surto do novo coronavírus constituía uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII) – o mais alto nível de alerta da Organização, conforme previsto no Regulamento Sanitário Internacional. Essa decisão buscou aprimorar a coordenação, a cooperação e a solidariedade global para interromper a propagação do vírus. Essa decisão aprimora a coordenação, a cooperação e a solidariedade global para interromper a propagação do vírus (OPAS, 2019).

As primeiras notícias sobre o COVID-19 no Brasil começaram a surgir no final de fevereiro de 2020, quando o Ministério da Saúde confirmou o primeiro caso da doença no país. O paciente era um homem de 61 anos que havia retornado de uma viagem à Itália, país que já estava enfrentando uma grande epidemia na época.

A partir daí o número de casos de COVID-19 no Brasil começou a aumentar rapidamente, com as primeiras mortes sendo registradas em março de 2020.

Segundo Sanar, informações disponibilizadas pelas secretarias estaduais de saúde durante a manhã indicam 4.683 casos de covid-19 em todo o país. Chega a 167 o número de pessoas mortas pelo coronavírus.

As autoridades de saúde passaram a tomar medidas para tentar conter a disseminação do vírus, como o fechamento de escolas e estabelecimentos comerciais, e a recomendação para que as pessoas ficassem em casa e evitassem aglomerações.

No entanto, a pandemia continuou a se espalhar pelo país, levando a um aumento na demanda por leitos hospitalares e equipamentos de proteção individual para os profissionais de saúde. O Brasil acabou se tornando um dos países mais afetados pela pandemia, com milhões de casos e centenas de milhares de mortes registradas desde o início da crise sanitária até a presente data, no ano 2023.

3.1.2 Informações sobre o Covid-19

A COVID-19 é uma doença respiratória aguda causada pelo coronavírus SARS-CoV-2. O vírus foi identificado pela primeira vez na cidade de Wuhan, na China, em dezembro de 2019. Desde então, a doença se espalhou rapidamente pelo mundo, sendo declarada uma pandemia pela Organização Mundial da Saúde em março de 2020.

Os sintomas da COVID-19 podem variar de leves a graves, e inclui febre, tosse seca, fadiga, dor de cabeça, perda de olfato ou paladar, dificuldade para respirar e dores musculares. A doença pode ser transmitida de pessoa para pessoa através de gotículas respiratórias ou contato com superfícies contaminadas.

De acordo com o Ministério da Saúde, 2020:

“O vírus pode se propagar de pessoa para pessoa por meio de gotículas do nariz ou da boca que se espalham quando alguém doente tosse ou espirra. A maioria dessas gotículas cai em superfícies e objetos próximos, como mesas ou telefones. As pessoas também podem se contaminar ao respirarem gotículas provenientes da tosse ou espirro de uma pessoa doente. A transmissão ocorre, principalmente, de pessoa para pessoa e

seu período de incubação, que é o tempo para que os primeiros sintomas apareçam, pode ser de 2 a 14 dias”.

3.1.3 Como chegou à Covid 19 no Brasil?

O vírus se espalhou rapidamente pelo mundo através das viagens internacionais, e o Brasil registrou o primeiro caso confirmado da doença em 26 de fevereiro de 2020, o primeiro caso no Brasil foi um homem de 61 anos que havia viajado para a Itália e retornou ao país com sintomas da doença.

Em 29 de fevereiro foi notificado o segundo caso de corona vírus, paciente é homem de 32 anos, residente em São Paulo, que foi atendido no Hospital Israelita Albert Einstein na véspera, depois de chegar da região da Lombardia, na Itália, paciente usou máscara durante o voo.

3.1.4 Taxa de mortalidade no Brasil

Março de 2020 foi o mês em que a pandemia de COVID-19 começou a se intensificar no Brasil, no início do mês, o Ministério da Saúde começou a monitorar 15 países além da China: Alemanha, Austrália, Emirados Árabes, Filipinas, França, Irã, Itália, Malásia, Japão, Singapura, Coreia do Sul, Coreia do Norte, Tailândia, Vietnã e Camboja para tentar conter a disseminação do vírus e distribuiu 30 mil kits para diagnosticar a covid 19.

Ao longo do mês, o número de casos e óbitos aumentou rapidamente, levando a um aumento da preocupação das autoridades de saúde e da população em geral. As primeiras medidas de distanciamento social foram adotadas em algumas cidades e estados, como o fechamento de escolas e a suspensão de eventos públicos.

No fim de maio de 2020 foi um momento crítico na pandemia de COVID-19 no Brasil. O país ainda estava no início da primeira onda da doença, mas já havia registrado um número significativo de casos e mortes, registrando mais de 500 mil casos confirmados e mais de 29.314 óbitos mortes pela doença. O número diário de mortes estava em torno de mil por dia, o que representava uma situação bastante grave.

O sistema de saúde brasileiro estava sob pressão, com muitos hospitais e unidades de terapia intensiva (UTIs) operando com capacidade máxima ou acima dela. Alguns estados, como São Paulo e Rio de Janeiro, estavam enfrentando problemas com a falta de leitos e equipamentos médicos.

Além disso, a pandemia estava afetando a economia do país de maneira significativa. Muitas empresas estavam fechando suas portas e muitos trabalhadores estavam perdendo seus empregos. O governo brasileiro havia implementado medidas de ajuda financeira, mas muitas pessoas estavam enfrentando dificuldades financeiras. Em apenas alguns meses o país estava em terceiro lugar do mundo que mais perdeu pacientes para a doença (34.021) está atrás apenas de Reino Unido (39.904) e Estados Unidos (110.144).

3.1.5 Instruções da OMS até chegar ao *lockdown*

Algumas medidas foram implantadas para a propagação do vírus no ambiente de trabalho por meio da Organização Mundial da Saúde (OMS), como, analisar se os ambientes estão limpos e higienizados, tiver uma constante limpeza do local, boa lavagem das mãos, distribuição de equipamentos para a proteção dos funcionários, vacinação contra a COVID-19, evitar contato com aglomerações, ter cuidados antes da partida ao trabalho, no meio do percurso e ao retornar da viagem.

O Ministério da saúde recomendou que todos devem usar máscaras de proteção. Modelos de pano, feitos em casa mesmo, funcionam como barreiras de contaminação do novo coronavírus. O item, individual e intransferível, pode ser feito em tecido de algodão, tricoline ou TNT, por exemplo, e precisam cobrir totalmente o nariz e a boca. Além de bem ajustadas ao rosto, é necessário também que tenham pelo menos duas camadas de pano.

Os empregadores devem fornecer informações e treinamento a todos os funcionários sobre as precauções de prevenção da COVID-19, incluindo a higiene das mãos e a etiqueta respiratória. Os empregadores devem encorajar os trabalhadores a ficarem em casa se estiverem doentes e garantir que as políticas e práticas de licença remunerada sejam flexíveis e apoiem os trabalhadores que precisam ficar em casa. (OMS, 2020).

Com isso, se mostra a importância de adotar essas medidas para proteger os colaboradores e evitar que se propague a COVID-19 no ambiente de trabalho.

Também, é importante os colaboradores ficarem cientes das medidas de prevenção para possivelmente controlar a doença e manter um ambiente de trabalho seguro.

O *lockdown* foi uma medida restritiva de circulação de pessoas, teve um grande impacto no emocional dos trabalhadores, por terem uma dificuldade na adaptação da nova realidade de trabalho remoto, com restrições de relacionamento social e preocupações com a saúde. Com isso, foi preciso às empresas adotar medidas para a proteção da saúde mental dos colaboradores, como oferecer suporte psicológico, flexibilização de horários e políticas de férias.

Segundo um estudo do Sindicato dos Trabalhadores do Reino Unido (TUC), mais de um terço dos trabalhadores britânicos relatou que sua saúde mental piorou durante a pandemia, com fatores como a falta de contato social e incerteza financeira contribuindo para o estresse e a ansiedade.

É relevante que as organizações considerem os impactos na saúde mental dos trabalhadores ao tomar decisões sobre o *lockdown* e outras medidas de controle da pandemia. A restrição de contato social, o isolamento, o medo da doença e a incerteza financeira são fatores que podem contribuir para o aumento do estresse, da ansiedade e da depressão dos funcionários.

Dessa forma, percebe-se que o *lockdown* teve um impacto significativo na saúde mental dos trabalhadores no mundo inteiro. A pandemia mostrou que a saúde física e mental dos colaboradores está interligada, e as empresas devem abordar ambas para garantir um ambiente de trabalho saudável e produtivo.

3.2 Impactos causados pela pandemia.

A pandemia de COVID-19 teve um impacto significativo nas empresas brasileiras, especialmente aquelas que dependem do comércio físico e das interações pessoais. Diante da crise sanitária, medidas foram tomadas para desacelerar a evolução da doença, em especial o isolamento horizontal e o fechamento de atividades consideradas não essenciais. Tais medidas de isolamento e restrições contribuíram para reduzir os números emergentes, entretanto, trouxeram impactos e consequências às atividades empresárias. (ZAHRA, 2022)

O governo brasileiro programou medidas para ajudar as empresas durante a pandemia, incluindo programas de empréstimo e de subsídio salarial. No entanto, a

economia brasileira ainda está se recuperando da pandemia e enfrenta muitos desafios a curto e longo prazo.

Segundo o portal R7 CONTABEIS, 2021; “Especialistas ressaltam que, em períodos de crise, negócios menores costumam ser os mais prejudicados. Na comparação com grandes companhias, empresas com menos funcionários tendem a apresentar uma reserva financeira limitada para resistir a choques como o da Covid-19 e o acesso a crédito também fica mais difícil”, vimos isso no decorrer da pandemia com muitas empresas fechando suas portas temporariamente ou permanentemente, especialmente às pequenas e médias empresas que não tinham reservas financeiras para suportar a crise.

As empresas também sofreram com a redução na procura por seus produtos e serviços, especialmente aquelas que dependiam de consumidores individuais, principalmente aqueles tipos de comércio que estavam acostumados com os clientes passando na porta do estabelecimento, já que muitas pessoas perderam seus empregos ou reduziram sua renda durante a pandemia, perdendo assim o poder de compra.

Subsequente outro impacto foi à queda nas receitas das empresas, como resultado de todos esses fatores, muitas empresas enfrentaram uma queda significativa nos seus rendimentos, o que levou a demissões e até mesmo à falência.

A interrupção na cadeia de suprimentos gerou certo medo nas pessoas e nas empresas não foi diferente, a pandemia interrompeu a cadeia de suprimentos em todo o mundo, o que afetou as empresas que dependem de insumos e produtos importados, ocorreu logo após a quarentena, os supermercados que foram permitidos a continuarem com as portas abertas, enfrentavam as dificuldades de restringir a mercadoria por pessoa e seguir os protocolos orientados pela OMS.

Aumentos do custo para se adaptar à nova realidade, muitas empresas precisaram investir em equipamentos de proteção, tecnologia e outras medidas de segurança para proteger seus funcionários e clientes, o que aumentou seus custos como exemplo dessa situação foi o aumento em investimentos na tecnologia.

Segundo LEITE, vice-presidente da LATAM, 2022:

As soluções de colaboração, como a SharePoint e o *Teams*, ajudaram as empresas a enfrentar a tempestade do COVID e mudaram a maneira como muitos de nós trabalhamos. Ninguém quer que os custos impeçam as empresas de continuar a usar essas ferramentas de colaboração, por isso faz sentido mantê-las acessíveis e práticas, trazendo arquivamento de terceiros para mover dados não utilizados para armazenamento a frio, mantendo-os pesquisáveis e acessíveis ao o negócio.

A mudança foi necessária para alguns modelos de negócios sendo preciso se adaptar rapidamente à nova realidade, mudando para modelos de negócios mais digitais e de entrega, enquanto outras precisaram diversificar seus produtos e serviços para se manterem relevantes no mercado.

Segundo o mesmo levantamento (ÚNICO, 2021, p. 3), com a pandemia de Covid-19, “a transformação digital se intensificou mundo afora em diversos âmbitos, inclusive nas empresas. [...] por isso, o ‘futuro do trabalho foi antecipado em muitas empresas por meio de várias inovações”.

A pandemia de COVID-19 teve um impacto significativo na economia global e brasileira, afetando empresas de todos os tamanhos e setores, porém fica claro que empresas de médio e pequeno porte sofreram mais, exigindo que elas se adaptassem rapidamente às novas circunstâncias para sobreviverem, como o investimento em tecnologia.

3.2.1 Impactos comportamentais

A pandemia não apenas afetou os negócios e a economia, mas também teve um grande impacto comportamental nas empresas. Logo após o *lockdown* ser decretado nas primeiras semanas já era perceptivos impactos principalmente na forma de comunicação.

Toda organização é composta por pessoas e, para que as suas funções sejam executadas, acompanhadas e avaliadas, é necessário que os indivíduos comuniquem entre si. Independentemente de serem bons ou ruins, os relacionamentos estabelecidos são consequência dos

frequentes processos comunicacionais que ocorrem na rotina da organização. Assim, é construída a realidade organizacional, que sofre alterações a cada mudança de contexto (Pacheco, 2022).

Com a necessidade de distanciamento social, muitas empresas tiveram que mudar para o trabalho remoto, o que afetou a dinâmica de trabalho e a comunicação entre colegas de equipe. Além disso, os trabalhadores precisaram se adaptar a novas ferramentas de comunicação e colaboração, como videoconferência e *softwares* de gerenciamento de projetos.

Sendo necessária a adoção de novas tecnologias para garantir a continuidade dos negócios, muitas empresas precisaram adotar novas tecnologias e ferramentas digitais para permitir a comunicação e colaboração remota, como *softwares* de videoconferência e armazenamento em nuvem.

Segundo FGV a pandemia acelerou a adoção de tecnologias que já estavam disponíveis, mas não eram amplamente utilizadas e de acordo com o levantamento feito, essa antecipação do processo de Transformação Digital foi o equivalente ao esperado para o período de um a quatro anos (FGV, 2022).

Outro Impacto foi o foco na segurança, a pandemia fez com que as empresas priorizassem a segurança dos funcionários e clientes. Novas políticas e procedimentos foram implementados para garantir a limpeza e desinfecção das instalações, bem como a adoção de medidas de distanciamento social.

Assim teve maior ênfase na saúde mental dos colaboradores, também destacou a importância de cuidar da mente. As empresas começaram a oferecer mais suporte emocional e a promover ações para melhorar o bem-estar dos funcionários, como sessões de meditação, exercícios de respiração e atividades de relaxamento.

Ao avaliar o cenário durante a pandemia, onde trabalhadores tem privilegio de trabalhar em casa para diminuir o risco de contágio neste momento de pandemia e outros que estão submetidos a se expor no trabalho por necessidade é possível identificar a existência de impactos psicológicos no *home office* e no trabalho presencial, podendo aumentar o esgotamento físico e mental do trabalhador. Alguns profissionais não têm sua jornada de

trabalho flexível, nem horário reduzido, ao contrário, recebem mais exigências e horas extras insignificantes. Dessa forma, o trabalho que era para ser motivador e flexível torna-se exaustivo gerando preocupação, estresse e outras doenças psicopatológicas organizacionais (MIRANDA, 2020).

Outro Impacto foi à flexibilidade que também forçou as empresas a se tornarem mais flexíveis em relação aos horários de trabalho e acomodar as necessidades dos funcionários. Isso incluiu permitir que os funcionários ajustassem seus horários de trabalho para acomodar responsabilidades familiares e oferecer opções de trabalho remoto.

A pandemia causou uma grande mudança comportamental nas empresas, incluindo a adoção de novas tecnologias, maior ênfase na segurança e saúde mental dos funcionários e uma maior flexibilidade no trabalho.

3.2.2 Impactos Estruturais nas organizações

Os impactos estruturais foram significativos nas empresas em todo o mundo. Pois muitas se viram com as portas fechadas, sem colaborador na empresa tiveram que se reinventar e se adaptar a essa nova realidade.

Houve uma redução de colaboradores muitas empresas precisaram reduzir sua equipe para reduzir os custos e se adaptar à queda na demanda. Algumas empresas tiveram que dispensar temporariamente ou permanentemente funcionários, enquanto outras adotaram medidas como redução de horas e cortes salariais.

Precisou acontecer uma reestruturação de departamentos, a pandemia fez com que muitas empresas reestruturassem seus departamentos para se adaptarem à nova realidade, criando novas equipes para gerenciar questões como segurança e conformidade com as medidas de saúde pública.

As mudanças de ambiente levaram as empresas a repensarem suas prioridades e estratégias de negócios, com algumas empresas focando em áreas como tecnologia digital, serviços remotos e e-commerce para se adaptarem ao aumento da demanda por esses serviços durante a pandemia.

De acordo com Veloso, "existem evidências de que a pandemia acelerou o processo de automação que, assim como o aumento de trabalho remoto e da concentração, afeta negativamente os trabalhadores menos qualificados."

As empresas precisaram reorganizar seus espaços físicos para garantir a segurança dos funcionários e clientes, incluindo medidas como o distanciamento social, o uso de barreiras de proteção e a desinfecção regular do espaço de trabalho.

Segundo DIEESE (2017):

As novas tecnologias de informação e comunicação facilitam o trabalho remoto, mas o interesse do empregador nesse tipo de contrato é a facilidade de dispor da mão de obra sem os limites da jornada e os custos fixos com a infraestrutura necessária para o posto de trabalho, essa modalidade é ainda mais atraente para os empregadores porque responsabiliza o trabalhador por possíveis ocorrências de acidentes ou doenças de trabalho.

A pandemia afetou a cadeia de suprimentos global, o que forçou muitas empresas a revisar suas relações com fornecedores e buscarem novas fontes de insumos e materiais. Houve um maior investimento em tecnologia, é notável que a pandemia levou muitas empresas a aumentarem seus investimentos em tecnologia para se adaptarem às mudanças nas necessidades dos consumidores e às novas formas de trabalho remoto.

Os impactos significativos na estrutura das empresas foram necessários, apesar de serem forçadas a fazer ajustes em suas operações e estratégias de negócios para se adaptarem à nova realidade.

3.2.3 Impactos econômicos e financeiros

Além dos impactos estruturais e comportamentais, a pandemia teve impactos significativos na economia global e, conseqüentemente, nas finanças das empresas em todo o Brasil, muitas empresas não estavam preparadas para lidar com a crise, assim tiveram que enfrentar dificuldades como a demanda baixa, escassez de matéria prima, inovação e a falta dos seus clientes, sofrendo muitas incertezas no mercado, sem conseguirem se adaptar chegando até mesmo à falência.

A pandemia impactou diretamente na queda da demanda por muitos produtos e serviços, o que resultou em uma redução no rendimento das empresas, desta forma muitas empresas tiveram que fechar temporariamente ou reduzir suas operações, o que resultou na sua capacidade de gerar lucros.

A medida do distanciamento social e as diretrizes impostas pelo ministério da saúde eram impostas os custos operacionais das empresas aumentavam.

As preocupações com a pandemia levaram a um aumento na volatilidade do mercado financeiro, o que impactou no valor de mercado das empresas em todo o mundo, as empresas viram suas ações perderem valor rapidamente, o que afetou na capacidade de atrair investimentos.

Segundo R7 CONTÁBEIS, 2021:

“Especialistas ressaltam que, em períodos de crise, negócios menores costumam ser os mais prejudicados. Na comparação com grandes companhias, empresas com menos funcionários tendem a apresentar uma reserva financeira limitada para resistir a choques como o da Covid-19, e o acesso a crédito também fica mais difícil”.

Como a queda nas receitas e o aumento dos custos operacionais afetaram o fluxo de caixa das empresas, resultou em problemas de liquidez para muitas delas, assim tiveram que buscar empréstimos para sobreviver à crise. Como resultado muitas empresas tiveram que dispensar funcionários para reduzir custos, impactando nas empresas e na economia em geral.

A pandemia forçou muitas empresas a repensarem suas estratégias de negócios para se adaptarem à nova realidade. Algumas empresas mudaram seu ramo de atuação para novos setores, como a produção de equipamentos de proteção individual, enquanto outras investiram em novas tecnologias para atender às novas demandas dos clientes.

Segundo um artigo do EXMERARE, “no caso da pandemia, a chave para superar as dificuldades utilizada pelas empresas citadas foi o uso da tecnologia e da internet de forma eficaz, porém cada empresa precisa criar suas próprias estratégias para superar os obstáculos”.

3.3 Exemplo das mudanças nas empresas

Conforme os dados mostrados anteriormente, seguem exemplos das mudanças positivas e negativas de três empresas brasileiras, sendo Magazine Luiza, AmBev e Natura. Empresas de grande porte e departamentos diferentes que sofreram durante a pandemia e como elas se adaptaram.

Ao analisar empresas de grande porte com recursos e investimentos podemos perceber o déficit que as empresas de pequeno porte e microempresas ficaram desprotegidas durante a pandemia.

3.3.1 Magazine Luiza ou Magalu

“A história do Magazine Luiza começou em 1957, quando Luiza Trajano Donato e Pelegrino José Donato adquiriram uma pequena loja de presentes em Franca interior de São Paulo. Para escolher o nome da loja, que deu origem à rede varejista brasileira Magazine Luiza S. A, foi criado um concurso em uma rádio local, em que os clientes poderiam dar sugestões” (CANALTECH).

Diante da incerteza econômica causada pela pandemia, a empresa identificou uma estratégia para continuar crescendo em circunstâncias desafiadoras: continuar investindo em *e-commerce* e *omnichannel*.

Omnichannel é uma tendência do varejo baseada na concentração de todos os canais utilizados por uma empresa. É a possibilidade de os consumidores não conseguirem ver a diferença entre os mundos *online* e *offline*.

O Magazine Luiza, diferente da maioria das empresas varejistas, conseguiu aumentar as vendas durante a pandemia. Logo no início de maio, mesmo com as lojas físicas fechadas, as vendas aumentaram 46% em relação ao ano anterior.

Segundo ALMEIDA, 2020:

“Para Luiza Helena, os consumidores, além de preocupados com protocolos sanitários, estão mais exigentes quanto à postura adotada pelas empresas no enfrentamento da pandemia. “Eles querem saber quais ações foram tomadas e se as empresas demitiram ou não”, disse.

Nesse quesito, o Magazine Luiza foi um dos idealizadores e signatários do movimento “Não Demita”, para a manutenção de empregos no período da pandemia.

A empresa também criou o “Parceiro Magalu”, uma plataforma digital de vendas que está ajudando micros e pequenos varejistas e profissionais autônomos a manter seus negócios. “A iniciativa conta com mais de 30 mil pessoas vendendo todos os dias e ganhando suas comissões”, afirmou Luiza Helena. ”

Pontos positivos:

- As vendas online crescer significativamente à medida que a empresa investiu em tecnologia para aprimorar sua plataforma de e-commerce, “o e-commerce continuou a crescer em ritmo acelerado, mais do que dobrando de tamanho comparado ao ano anterior, com 120% de crescimento sobre um aumento de 93% no mesmo período de 2019 (Relatório anual da Magazine Luiza, 2020).
- Abertura de novas lojas com foco em serviços digitais, como recebimento de itens comprados online. “As lojas físicas foram transformadas em *darkstores*, nas quais os itens comprados no SuperAppMagalu eram estocados antes de percorrer a última milha até as casas dos clientes (Relatório anual da Magazine Luiza, 2020).
- Aquisições de outras empresas de tecnologia, como a startup AiQFome, para expandir as operações de *delivery* e *e-commerce*, “em apenas seis meses de julho a dezembro foram adquiridas dez empresas ou dez peças que se encaixavam perfeitamente no quebra-cabeças criado por nós (Relatório anual da Magazine Luiza, 2020).
- Investir em soluções logísticas para melhorar a eficiência da entrega. Para garantir que seus clientes tivessem acesso a itens de primeira necessidade, com ênfase nos produtos de mercado não perecíveis e produtos de higiene e limpeza, entregues com isenção do frete, assim no quarto trimestre de 2020, 45% de todas as entregas foram feitas em até 24 horas.

Ponto negativo:

- Incremento dos custos de transporte e logística devido as restrições de movimento e protocolos de segurança sanitária.

Segundo relatório anual da Magazine Luiza, 2020:

“Em 2020, a fim de tornar as entregas mais eficientes, o Magalu investiu 140 milhões de reais na operação logística — 76 milhões de reais apenas no último trimestre do ano, um número três vezes maior do que o investido no último trimestre do ano anterior. As áreas de logística e distribuição ficaram em segundo lugar no ranking de investimentos da companhia, atrás apenas de tecnologia. Em março, quando todas as lojas físicas do Magalu foram fechadas temporariamente, a logística da empresa foi colocada à prova. “

- Problemas de gerenciamento de estoque devido a interrupções e restrições na cadeia de suprimentos global.

Além de enfrentar interrupções e atrasos na entrega devido a medidas de distanciamento social e outras restrições, a empresa também teve que lidar com o aumento na demanda por seus produtos, para resolver esse problema a Magalu incluiu o uso de inteligência artificial para prever a demanda de produtos e aperfeiçoar o estoque.

Buscou diversificar sua base de fornecedores para reduzir a dependência de um único fornecedor e garantir o fornecimento contínuo de produtos e ajustou sua estratégia de logística em resposta às restrições da cadeia de suprimentos. Isso inclui o uso de rotas alternativas e negociações com transportadoras para garantir a entrega do produto.

- Preocupações com a segurança dos trabalhadores nos centros de distribuição e seus armazéns durante a pandemia.

Segundo relatório anual da Magalu, 2020:

“Para os profissionais que permaneceram em seus postos de trabalho em cargos nos centros de distribuição e logística, o Magalu utilizou protocolos rígidos de proteção, com higienização hospitalar de ambientes e equipamentos, medição da temperatura corporal e uso obrigatório de máscaras. Montadores e carreteiros receberam equipamentos de proteção individual (EPI), como suprimentos de álcool em gel e máscaras, e a empresa criou um “vale-Uber”, para que o deslocamento dos funcionários não fosse feito em transporte de massa”.

Sendo assim, podemos concluir que apesar de enfrentar desafios a pandemia ajudou a empresa evoluir vários anos em meses, fica claro que a Magazine Luiza priorizou a saúde, a segurança de todas as pessoas que se relacionavam com a empresa e garantiu continuidade das operações e a manutenção dos empregos, gerando mais empregos e virando referência no ramo.

3.3.2. Ambev

Tudo começou na década de 1880, onde as cervejarias da Brahma e da Antarctica foram criadas e seus produtos dominaram o mercado nas décadas seguintes. Em 1999 a Ambev foi criada no Brasil devido à fusão das duas empresas dando origem à Ambev que conhecemos hoje. “A união de forças e objetivos em comum, já que se tratava de duas grandes cervejarias brasileiras, resultou em uma única empresa, que tinha a inovação como lema principal. Os empreendedores de sucesso Jorge Paulo Lemann, Marcel Herrmann Telles e Carlos Alberto Sicupira foram os fundadores da Ambev, que tinha sua sede na cidade de São Paulo.” (IBND, 2021)

Os anos que antecederam a pandemia foram difíceis para a Ambev, pois ela vinha enfrentando uma crise devido ao pior resultado operacional em pelo menos dez

anos da empresa. Durante a pandemia, além de trazer inovações e conquista para empresa a Ambev focou em ajudar a todos.

De acordo com o copresidente e conselheiro MARCHI, 2021:

“A covid-19 deve seguir trazendo desafios e volatilidade no curto prazo, mas nós trabalhamos para entregar crescimento e valor para nossos acionistas e *stakeholders*. No Brasil atendemos cerca de 1 milhão de pontos de venda e 480 mil nos países da América do Sul. Nossas operações internacionais cresceram 6,8% em volume. Financeiramente, apesar do cenário ainda de incerteza, nosso volume cresceu 7,1% em 2021 e a receita líquida aumentou 17,7%, liderada por marcas como Brahma Duplo Malte, Original, Chopp Brahma, Beck’s, Corona e Stella Artois. Com um portfólio mais forte e com foco na expansão de plataformas tecnológicas para atender às necessidades de nossos clientes e consumidores, investimos para trazer cada vez mais novos sabores e conveniências aos nossos públicos, inovação, saúde e bem-estar com bebidas que vão além de cerveja”.

A Ambev focou em causas sociais durante a pandemia e se comprometeu a ajudar o máximo de pessoas possível como a fabricação de álcool em gel, foram 3,3 milhões de unidades de álcool em gel produzidos, as máscaras também foram produzidas, foram 3 milhões de máscaras para profissionais de saúde e foram 100 leitos a mais para ajudar no combate à Covid-19. Foi uma cervejaria transformada em usina de oxigênio hospitalar e até as caixas térmicas foram aproveitadas para transportar vacinas e além de ajudar ambulantes com um auxílio, fez distribuição de alimentos e doações de água.

Pontos positivos:

- Adaptação rápida às mudanças no comportamento do consumidor, investindo em vendas *online* e delivery para compensar o fechamento de bares e restaurantes em todo o país.

De acordo com o relatório anual de 2021 da Ambev, com a procura de mais opções de bebidas que encaixem no estilo de vida e ocasiões de consumo. A Ambev pensando nisso está sempre buscando inovação para atender aos desejos desses consumidores, oferecendo os melhores produtos. Uma prática recorrente a esse pensamento é a escuta ativa, isso significa que a Ambev manter um contato próximo com seu público, sendo é possível extrair *insights* importantes que ajudam a compreender o como melhorar e criar novos produtos.

Outro fator que vale destacar foi a busca de novos modelos de negócios digitais e de novos produtos e serviços, para somar forças se aproximado cada vez mais do ecossistema de *startups*. Um ecossistema onde engloba empreendedores, clientes, consumidores e parceiros de negócios, como possíveis fornecedores.

- Apresentar novas marcas e produtos que se adaptam à nova realidade, como o Zé Delivery, um app de entrega de bebidas. De acordo com o site Mercado & Consumo, 2022; “no segundo trimestre de 2020, o app registrou 5,5 milhões de pedidos, número 3,6 vezes maior do que o total de pedidos do ano anterior. No último trimestre do ano passado, esse número já estava em 15 milhões de pedidos. Além de garantir um canal de venda para as bebidas durante a quarentena, o Zé Delivery trouxe inteligência de mercado para a companhia, com informações sobre o consumidor e suas preferências.”
- Foco em sustentabilidade e responsabilidade social, incluindo a produção de desinfetantes para as mãos para serem doados a hospitais e instituições de caridade. De acordo com o site da AMBEV “usamos o etanol de nossas cervejarias retirado da nossa Brahma zero para produzir 3,3 milhões de unidades de álcool gel em embalagens de 237 ml. Em março de 2020, as primeiras 500 mil unidades foram priorizadas para hospitais públicos nas áreas mais afetadas das cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, conforme orientação das secretarias de saúde. Em seguida, distribuimos outras 700 mil unidades para atender todas as Unidades Federativas do país. Posteriormente, 2,1 milhões de frascos foram doados ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para garantir a segurança das eleições 2020.
- Investir em tecnologia e inovação, incluindo parcerias com startups para melhorar a eficiência da cadeia de suprimentos e aprimorar a experiência do consumidor.

Segundo relatório anual de 2021 da Ambev:

“Estamos avançando em mais projetos, com o apoio de parceiros e com o impulsionamento do empreendedorismo. Dentre essas parcerias, destacam-se: O lançamento, no final de 2018, de um projeto que recolhe vidro descartável em pontos de venda onde há consumo da bebida, como bares e restaurantes, junto à startup Green Mining. Além de bares e restaurantes, o projeto foi expandido também para supermercados, com pontos de entrega voluntários de vidro, em uma parceria junto ao Pão de Açúcar. São mais de 50 pontos de coleta. Fechamos também parceria com a cooperativa YouGreen para a instalação de um novo Ponto Verde, em São Paulo, incentivando a cultura da reciclagem e a conversão desses materiais em geração de renda. O projeto, desenvolvido pela cooperativa, pretende facilitar o acesso das pessoas que encontram na reciclagem sua fonte de remuneração, a partir da compra direta, sem intermediários”.

Pontos negativos:

- Impacto significativo no desempenho financeiro da empresa com queda nas vendas devido à pandemia.
- Desafios de gerenciamento da cadeia de suprimentos, incluindo escassez de matéria-prima e interrupções nos processos de fabricação e distribuição.
- Preocupação com a saúde e segurança dos colaboradores em suas fábricas e centros de distribuição com relatos de casos de COVID-19 em diversas localidades da empresa.
- Pressão dos acionistas para retomada das operações e recuperação dos resultados financeiros, mesmo durante a pandemia.

A Ambev já passou por um período de transformação, a empresa repensou no propósito de sua companhia e se comprometeu com todas as causas sociais, ambientais, econômicas e de governança, que também estão atreladas às metas *ESG* (ambiental, social e governança, na sigla em inglês), um passo importante para integrar a estratégia de negócios. Em meio a insegurança a Ambev não permitiu se deixar abalar, mas sim buscou formas se reinventar, fazendo diversas mudanças,

tanto na visão da empresa quanto o alto escalão precisou se adaptar a nova realidade da empresa.

3.3.3. Natura

Natura é uma empresa genuinamente brasileira que fabrica e distribui produtos cosméticos para todo o mercado através de revendedoras de porta a porta. Sendo idealizada no ano de 1969 pelo empresário Antônio Luiz Seabra, tudo começou com uma pequena loja e fábrica em Oscar Freire em São Paulo e foi até 1974. Depois disso, surgiu a ideia de oferecer os produtos por catálogo, pois o empresário acreditava que a venda direta poderia atingir um maior número de pessoas e foi assim que ele fechou a loja e se dedicou na formação da equipe de consultoras. O objetivo da empresa era construir um negócio que melhorava a relação da pessoa com ela mesma através do bem-estar que a cosmética poderia proporcionar (CARVALHO, 2022).

Desde então a Natura vem se reinventando no mercado, não só em suas formulas, mas criando produtos sustentáveis e focando em trazer uma nova experiência para o consumidor, pois afinal a Natura é conhecida pelo seu compromisso com o meio ambiente e causas sociais e durante a pandemia não foi diferente a Natura ajudou com doações de álcool em gel e líquido e também sabonetes para hospitalares e instituições carentes, além disso, focou também na integridade mental e física não só de seus colaboradores como também da sociedade. Criando plataformas para ajudar como TINA que atende acolhe e orienta mulheres vítimas de violência doméstica, outra ferramenta foi o portal de bem-estar, que busca cuidar das pessoas, seu acesso é gratuito e é realizado via app Consultoria Natura. Dentre os conteúdos disponíveis estão informações confiáveis sobre a prevenção do COVID, orientações sobre saúde física e mental e dicas de organização da rotina pessoal.

Segundo Relatório anual Natura de 2020:

“Estabilidade de emprego por 60 dias para todos os colaboradores. Afastamento dos profissionais das áreas operacionais incluídos no grupo de risco (licença ou férias remuneradas). Redirecionamento de profissionais do varejo para atuar em outras áreas da Natura durante os períodos de fechamento de lojas nos municípios. Soluções e experiências de

cuidado para colaboradores a partir de perspectiva transversal (saúde física e emocional). Movimento #IsoladasSimSozinhasNão, de combate à violência de gênero (Avon, Natura, The Body Shop e Aesop). Canal Tina, de apoio a consultoras e líderes vítimas de violência de gênero no Brasil. Para consultoras e líderes: telemedicina e atendimento psicológico. As líderes contaram ainda com auxílio-internação e farmácia e as consultoras com auxílio funeral. Divulgação de conteúdos sobre bem-estar aos públicos de relacionamento”.

Pontos positivos:

- Aumento das vendas online e crescimento do canal de vendas diretas, pois a empresa investiu em tecnologia e treinamento para adequar suas consultoras à nova realidade.

“Flexibilização nos critérios da Venda por Relações, como prazos de pagamento, redução do valor do pedido mínimo e isenção do kit início para novas consultoras. Aceleração de ferramentas digitais para impulsionar a atividade de consultoria. Garantia de produção de itens do portfólio demandados por consumidores, assegurando os volumes de negócio das consultoras. Remuneração mínima para líderes assegurada durante quatro ciclos de vendas. Treinamentos on-line para consultoras, com conteúdo para potencializar os negócios. Suporte financeiro aos franqueados Aqui Tem Natura e The BodyShop. Manutenção dos contratos de fornecimento de insumos e antecipação de 30% do valor do contrato para as cooperativas agroextrativistas. Suporte financeiro para ecossistema de *startups*” (Relatório anual Natura de 2020).

- Foco em responsabilidade social e sustentabilidade, incluindo a produção de desinfetantes para as mãos para doação e o lançamento de produtos com embalagens mais sustentáveis.
- Expansão internacional com a aquisição da marca americana de cosmética Avon e entrada em novos mercados, como na China e Malásia.

De acordo com o MISSIAGGIA, 2020:

“A abertura da loja em Kuala Lumpur, por exemplo, sofreu apenas uma alteração desde então: a mudança de sua data de abertura, que aconteceu um mês mais tarde por conta das restrições impostas ao comércio em meio à pandemia [...] Instalada no segundo maior shopping da capital da Malásia, a loja de 88 metros quadrados estreou seguindo à risca os protocolos sanitários. Do lado de fora, cada visitante é obrigado a realizar um teste de temperatura corporal, vestir máscara e passar pelo dispenser automático de álcool em gel. Ali dentro, a lotação máxima é de 15 pessoas, somando colaboradores e clientes. No centro da loja, uma pia para lavar as mãos com sabonetes líquidos à disposição. Outra mudança é o acesso às prateleiras. Com os produtos expostos, é preciso chamar uma vendedora para sentir cada produto. Não é permitido que nenhum cliente entre em contato com a embalagem das amostras. Toda aquela aglomeração de convidados e fotógrafos típica de um lançamento também foi deixada de lado”.

- Agilidade na implantação de protocolos de saúde e segurança para proteção dos colaboradores de suas fábricas e centros de distribuição.

Segundo Relatório anual Natura de 2020:

“Em primeiro lugar, buscamos proteger nossas pessoas – promovemos o trabalho remoto para os públicos administrativos e reforçamos as medidas de higiene e segurança nas fábricas e centros de distribuição, além de garantir licença remunerada para os colaboradores dessas equipes que fazem parte do grupo de risco [...] Nosso pessoal de loja adotou horários flexíveis ou foi redirecionado para outras funções e projetos [...] Adoção do trabalho remoto para colaboradores das áreas administrativas, distribuição de kits ergonômicos e implementação de rígidos protocolos de saúde e segurança nas unidades operacionais: - Controle de temperatura, instalação de dispensers de álcool em gel, reforço na sanitização dos espaços, adaptação dos restaurantes, aumento da frota de transporte de colaboradores, e limite de 50% de ocupação em cada veículo, e acompanhamento dos casos suspeitos e confirmados. Novo

protocolo de entrega de produtos, garantindo a proteção de consultoras, prestadores de serviço e consumidores. Suspensão de todos os eventos presenciais para consultoras e líderes. Divulgação de conteúdos de prevenção aos públicos de relacionamento”.

Pontos negativos:

- Impacto significativo na demanda por produtos de beleza devido à pandemia, com queda de vendas em alguns canais, como lojas físicas.
- Desafios na gestão da cadeia de suprimentos e logística com interrupção de negócios em alguns mercados e falta de matéria-prima para a produção de alguns produtos. Segundo Relatório anual Natura de 2020, “para que as consultoras possam atender seus clientes de maneira ainda mais rápida, a Natura lançou em 2020 no Brasil o Parceiro da Consultora, por meio do qual ela compra produtos para pronta entrega, sem formação de pedido mínimo, e os retira nas lojas participantes Aqui Tem Natura. Outros projetos para dar mais flexibilidade às entregas também estão em andamento em alianças com diferentes parceiros, como a possibilidade de a consultora escolher se o produto será despachado diretamente da Natura para o cliente final. ”
- Preocupações com a saúde e segurança de consultores e funcionários em seus escritórios e locais de vendas.
- Pressão de acionistas e investidores para recomposição de resultados financeiros, mesmo em meio à pandemia.

3.4 Desligamentos dos funcionários

A pandemia de COVID-19 teve um grande impacto na economia brasileira, levando muitas empresas a reduzirem sua equipe e dispensarem funcionários para reduzir custos. Sendo assim pode-se ver alguns dados sobre o desligamento de funcionários nas empresas brasileiras durante a pandemia.

Segundo dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) do Ministério da Economia, entre janeiro e dezembro de 2020, foram registrados 10.298.362 admissões e 20.179.933 demissões no Brasil, o que resultou em um saldo negativo de 9.881.571 empregos formais perdidos.

Os setores que mais registraram perda de empregos foram os de serviços com redução de 567.694 vagas, comércio com redução de 392.441 vagas e indústria geral com redução de -225.372.

Segundo SEBRAE, as micro e pequenas empresas foram as mais afetadas pela crise, registrando uma queda de 18,7% no número de empregados entre março e maio de 2020, de acordo com uma pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

Em um levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), foi constatado que cerca de 13,5 milhões de brasileiros estavam desempregados no final de 2020, o que representa uma taxa de desemprego de 13,9%.

Algumas empresas adotaram medidas como redução de salários e jornada de trabalho em vez de dispensar funcionários, mas muitas tiveram que optar pela demissão devido à queda na demanda e problemas de fluxo de caixa.

A pandemia do COVID-19 levou a um grande número de demissões nas empresas brasileiras, principalmente nos setores de serviços, comércio e indústria geral, afetando especialmente a micro e pequenas empresas. A taxa de desemprego no país aumentou significativamente devido à crise, causando impactos econômicos e sociais significativos vistos após pandemia. Em 2023 pode-se ainda sentir as perdas causadas pelo vírus.

3.4.1 Estimulo do governo

Segundo fontes de notícias, o governo federal criou uma linha de crédito de R\$ 34 bilhões para garantir o pagamento dos salários em empresas com receita anual entre R\$ 360 mil e R\$ 10 milhões durante a pandemia do coronavírus. Para ter acesso ao Programa Emergencial de Suporte a Empregos, o empresário fica impedido de demitir funcionários por pelo menos 60 dias. O plano está previsto em uma medida provisória (MP 944/2020) editada na sexta-feira (3) pelo presidente Jair Bolsonaro.

Durante a pandemia, o governo brasileiro tomou diversas medidas para estimular as empresas do país. Uma das principais ações foi a implementação de programas de crédito, como o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Pronampe), que ofereceu empréstimos com juros

baixos e carência para pagamento outra medida importante foi a liberação de recursos para financiamento da folha de pagamento, que permitiu às empresas manterem seus funcionários durante a crise. Além disso, houve a suspensão temporária de tributos, como o Simples Nacional, e a flexibilização de algumas leis trabalhistas para facilitar a negociação entre empresas e funcionários.

O governo também investiu em incentivos fiscais para setores específicos, como o turismo e a aviação, e criou linhas de crédito específicas para pequenos produtores rurais. Ademais, o Banco Central reduziu a taxa de juros para estimular a economia e o Ministério da Economia lançou um programa de privatizações para atrair investimentos. Essas ações foram essenciais para manter a atividade econômica durante a pandemia e ajudar as empresas a superarem as dificuldades financeiras causadas pela crise.

3.5 Dados estatísticos

De acordo com IBGE, a pesquisa pulso empresa para analisar os impactos da covid nas empresas tem como objetivo estimar os impactos na economia brasileira tendo como unidade de investigação as empresas não financeiras representativas das atividades de Indústria, Construção, Comércio e Serviços. A pesquisa foi iniciada em 15 de julho, por meio de entrevista telefônica assistida por computador (*Computer Assisted Telephone Interview - CATI*) em todo o Território Nacional, empresas com capacidade entre 49 e/ou 500 ou mais colaboradores foram usadas como base nessa pesquisa, sendo realizada por quinzenas no período de 15/07/2020 a 01/10/2020.

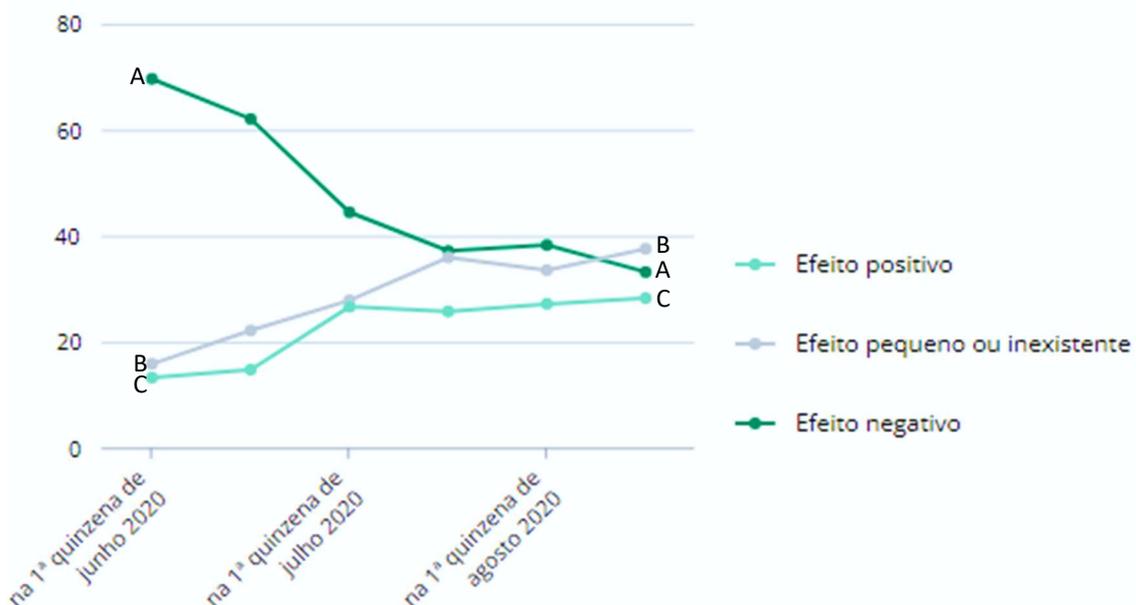
Segundo IBGE, 2020:

“Para a investigação da incidência e do grau de intensidade dos impactos da pandemia na performance empresarial, o questionário, estruturado em dois blocos, aborda a situação operacional da empresa e o seu ambiente de negócio. No que diz respeito ao ambiente de negócio, são investigadas questões sobre o comportamento da demanda sobre produtos e serviços; a capacidade de oferta/produção de produtos e serviços; o acesso a insumos ou matérias-primas; a capacidade da empresa de realizar pagamentos de rotina; o número de pessoas ocupadas; e as principais medidas de reação adotadas pelas empresas e a existência de apoio governamental às iniciativas empresariais. O conjunto dessas informações amplia a

capacidade de entendimento sobre a forma como as empresas não financeiras estão exercendo suas atividades em meio aos efeitos do isolamento social. Cabe ressaltar que a PPEmp é uma pesquisa com instrumento dinâmico de coleta das informações; portanto, o questionário está sujeito a alterações ao longo do período de sua aplicação”.

Para alcançar o resultado da pesquisa foram entrevistadas 10.927 empresas de Indústria, comércio e serviços, abrangido as áreas de construção, comércio varejista e atacado, serviços prestados às famílias, transportes e serviços de informação e comunicação. Com a finalização da pesquisa é possível visualizar que a cada três empresas no país foi prejudicada com a pandemia. De acordo com NITAHARA (2020) “nesse primeiro levantamento, foram entrevistadas cerca de 2 mil empresas em todas as regiões do país, sendo 14% no Norte, 18% no Nordeste, 22% no Sudeste, 25% no Sul e 20% do Centro-Oeste. Quanto ao tamanho, 52% são pequenas, com até 49 empregados; 33% têm de 50 a 499 trabalhadores e 15% são empresas grandes, com mais de 500 pessoas empregadas”.

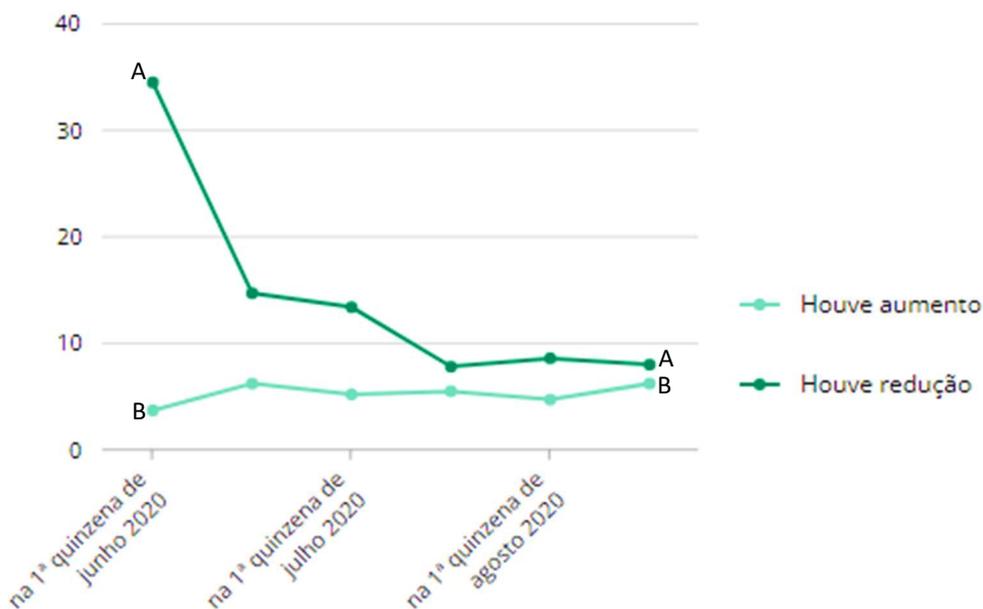
Gráfico 1 - Os efeitos da pandemia nas empresas



Fonte: IBGE (2020).

No gráfico 1 observou-se o percentual das empresas entrevistadas com relação a evolução da pesquisa por quinzena, chegando ao seguinte resultado, na linha A vimos 62,4% das empresas em funcionamento reportaram que a pandemia teve um efeito negativo, na linha B são 37,9% das empresas em funcionamento reportaram que a pandemia teve um efeito pequeno ou inexistente e no ponto C são 15,1% das empresas em funcionamento reportaram que a pandemia teve um efeito positivo. Esses resultados foram evolutivos no período entre a 1ª quinzena de junho de 2020 a 2ª quinzena de agosto de 2020.

Gráfico 2 – Redução de funcionários



Fonte: (IBGE, 2020)

No gráfico 2 analisamos as empresas que reduziram o número de funcionários durante a pandemia, no ponto A foram 14,8% das empresas em funcionamento que reduziram o quadro de funcionários contra o ponto B 5,3% das empresas que aumentaram o número de seus colaboradores durante o período analisado.

Figura 1 - Produção



Fonte: IBGE (2020).

Na figura 1 podemos concluir que 32,9% das empresas indicaram a diminuição das vendas ou serviços comercializados e 32,2% indicaram o aumento das vendas e serviços comercializados, esses resultados são referentes a 2º quinzena de agosto de 2020 em relação ao ano anterior.

Figura 2 - Fabricação



Fonte: (IBGE, 2020)

Na figura 2 o percentual de empresas que tiveram dificuldade e facilidade para fabricar produtos ou atender clientes, sendo 31,4% relataram dificuldades e 13,9% indicaram a facilidade, esses resultados são referentes a 2º quinzena de agosto de 2020 em relação ao ano anterior.

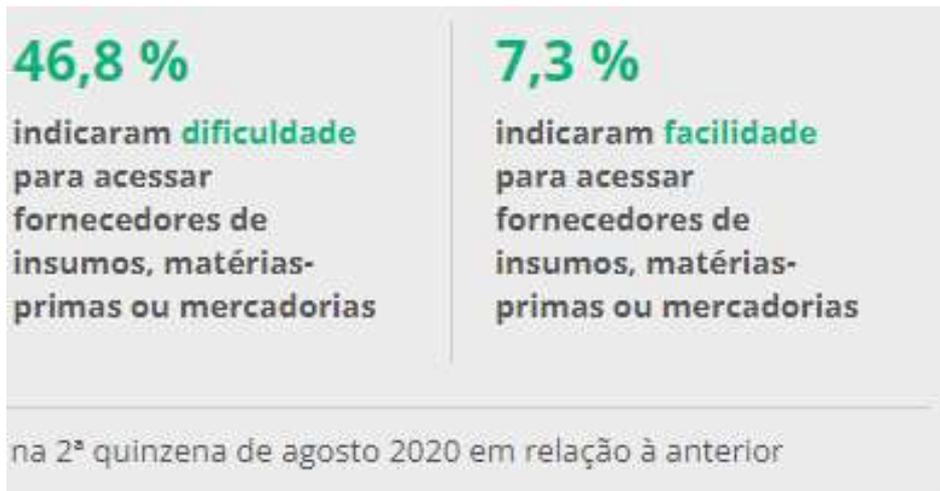
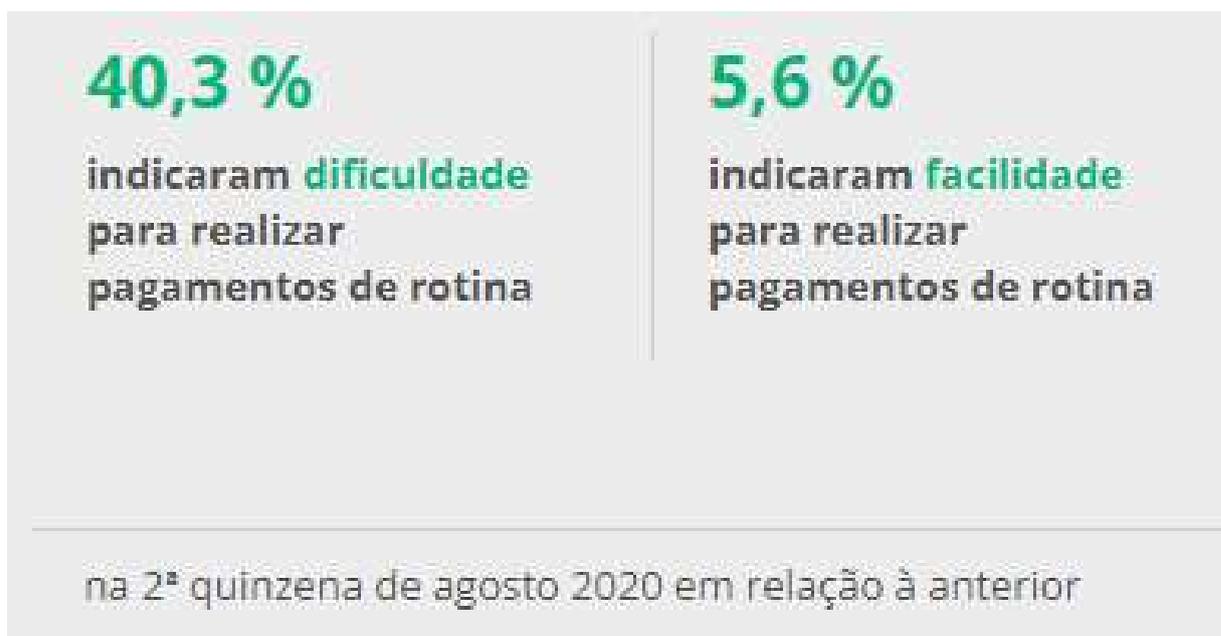


Figura 3 - Fornecedores

Fonte: (IBGE, 2020)

Na figura 3 analisamos a relação das empresas que tiveram dificuldades e facilidade para acessar fornecedores de insumos, matérias-primas ou mercadorias, sendo 46,8% que relataram dificuldades contra apenas 7,3% de facilidade, esses resultados são referentes a 2º quinzena de agosto de 2020 em relação ao ano anterior.

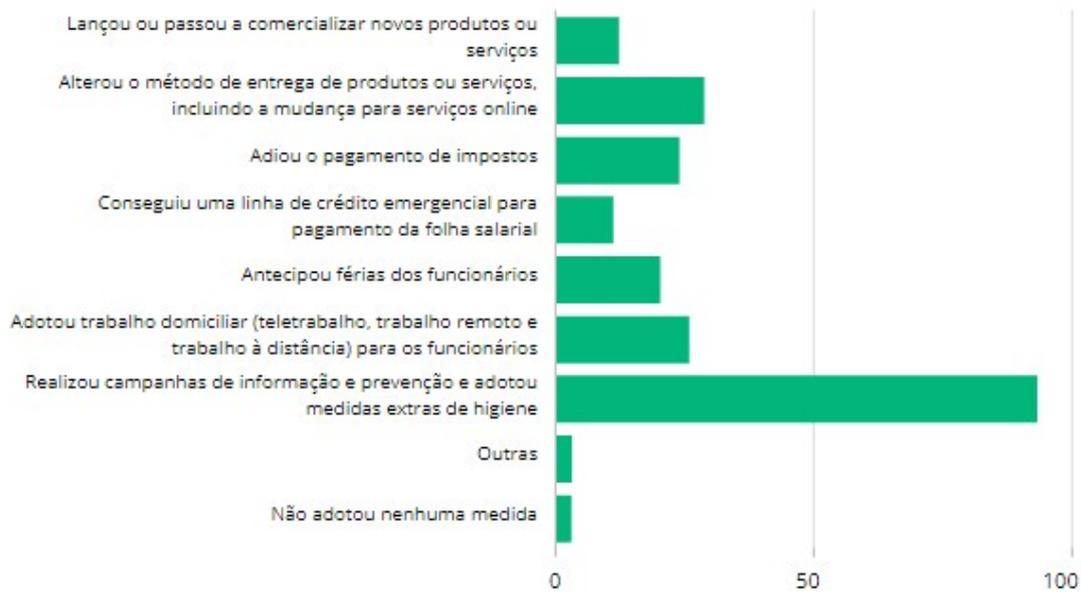
Figura 4 - Pagamentos



Fonte: IBGE, (2020)

Na figura 4 mostra as empresas que indicaram dificuldades e facilidades para realizar pagamentos de rotina, o percentual de 40,3% indica as dificuldades e 5,6% as facilidades, esses resultados são da 2ª quinzena de agosto de 2020 em relação ao ano anterior.

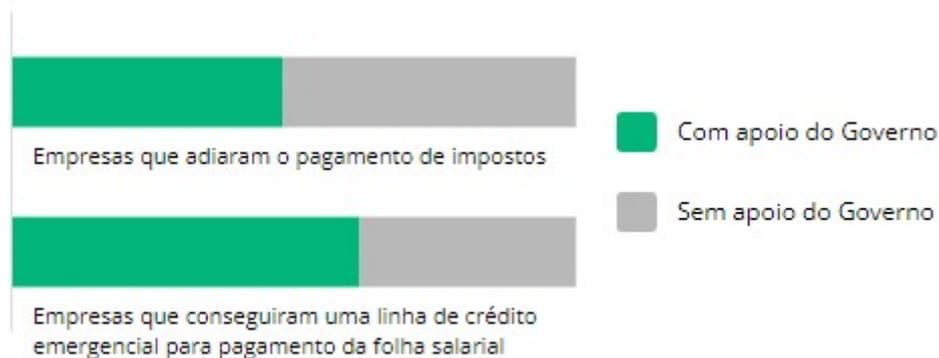
Gráfico 3 – Medidas adotadas pelas empresas



Fonte: IBGE (2020).

No gráfico 3 mostra quais foram às medidas adotadas pelas empresas durante a pandemia com relação aos funcionários, sendo que 12,1% das empresas entrevistadas lançaram ou passaram a comercializar um novo tipo de produtos e serviços; 28,6% alteram o método de entrega de seus produtos ou serviços, isso inclui a mudança para serviços online; 20,1% anteciparam as férias de seus funcionários; 25,7% adotaram o trabalho *home-office* (inclui tele trabalho, trabalho remoto e trabalho a distância); 93,1% das empresas realizaram campanhas de informação e prevenção e adotaram medida extras de higiene; 3% responderam outras medidas e 2,9% não adotaram nenhuma medida.

Gráfico 4 – Estimulo do governo



Fonte: IBGE (2020).

No gráfico 4 pode-se ver com detalhes o percentual de empresas que adotaram pelo menos uma medida de apoio do governo, sendo com relação á conseguir uma linha de crédito emergencial para pagamento da folha salarial, com o percentual de 61,6% precisaram do apoio do governo e 38,4% das empresas não precisaram do apoio do governo e as empresas que adiaram o pagamento dos impostos, com o percentual 47,9% precisaram da ajuda do governo e 52,1% não precisaram.

3.6 E-Commerce

O e-commerce ou comércio eletrônico, é a compra e venda de produtos e serviços pela internet. Durante a pandemia da COVID-19, o e-commerce se tornou ainda mais importante para muitas pessoas. Com o aumento das restrições de viagem e o fechamento de muitas lojas físicas, as pessoas tiveram que recorrer ao comércio eletrônico para comprar bens essenciais, como alimentos e produtos de higiene.

Além disso, muitas empresas foram forçadas a adotar o e-commerce como uma forma de manter seus negócios em funcionamento durante a pandemia. As empresas que já tinham presença online conseguiram se adaptar rapidamente às mudanças, enquanto as que não tinham tiveram que correr para criar uma loja virtual.

Os hábitos de trabalho da população brasileira mudaram radicalmente com a chegada do coronavírus. O vírus colocou em pausa a economia brasileira e mundial,

mas inovações foram criadas e houve um crescimento amplo do trabalho remoto e da transformação digital em negócios dos mais diversos portes e segmentos.

Segundo Vasconcelos (2020), “o Brasil se encontra economicamente afetado pela pandemia do coronavírus desde o início de 2020”. Em março de 2020 quando oficialmente foi decretada a quarentena, a situação se agravou. As perdas diretas impostas ao comércio pela crise provocada pelo novo coronavírus chegaram a um volume de R\$ 124,7 bilhões de reais. O referido valor representa um corte de 56% no faturamento do varejo em período anterior à pandemia, no ano.

Uma das mudanças mais nítidas está no e-commerce. Isso porque o distanciamento e o isolamento social trouxeram novos hábitos de vida para a população. O comportamento do consumidor agora é outro, muitos consumidores tiveram que recorrer para a internet para adquirir produtos ou serviços dos quais jamais imaginariam. Daí surge uma questão: O e-commerce é a nova tendência? Como entender o mercado de modo a manter o lucro do negócio?

Segundo Lemos (2020), o relacionamento com o cliente foi outra porta que se abriu às organizações, é neste momento de dificuldade que o cliente quer se deparar com uma empresa que saiba apoiá-lo em todos os momentos, que ofereça produtos e serviços que sejam vantajosos, e por isso é muito importante abrir canais de comunicação direta com eles e criar uma experiência que vai além das compras.

Com o comércio fechado, as vendas pela internet cresceram exponencialmente e se tornaram a opção mais ágil e segura de consumo no país e no mundo. As medidas de isolamento aceleraram a inovação de novas tecnologias, e com isso, o serviço de e-commerce alavancou o aumento das vendas e potencializou as ações das empresas num cenário caótico e de incertezas nunca vista no país e no mundo. Em consonância com o e-commerce, os serviços de motoboys foram de suma importância para alavancar e agilizar as entregas para o consumidor. Durante esse cenário, seus serviços foram indispensáveis para as empresas aumentarem o faturamento, mantendo a capacidade competitiva.

3.6.1 O comportamento dos clientes durante a pandemia

A crise sanitária transformou drasticamente o cotidiano das pessoas, especialmente o que diz respeito ao consumo das famílias. O distanciamento e isolamento social trouxeram novos hábitos de consumo, em decorrência do auto

índice de contaminação, este que trouxe incertezas em relação ao nosso futuro, e fez com que as famílias repensassem toda sua forma de satisfazer as suas necessidades básicas.

As empresas tiveram que se adaptar as novas tendências, e conseqüentemente traçar novas metas, estratégias para comercializar produtos/serviços garantindo o faturamento, manutenção durante e pós-pandemia. Dessa forma, assegurando o consumo das famílias, além de atender as necessidades do consumidor, as empresas também precisariam buscar melhorias que se adequassem ao novo cenário.

Com o isolamento das famílias em casa, identificou-se o crescimento do e-commerce, e novas estratégias colaborativas foram traçadas, as pequenas e grandes redes varejistas virtuais alavancaram e auxiliaram as vendas de ambos nesse período de incertezas e dificuldades enfrentadas pela sociedade brasileira.

De acordo com especialistas, muitas das mudanças provocadas pelo distanciamento foram provisórias, mas que algumas dessas mudanças já fazem parte da vida cotidiana empresarial. Podemos citar o *home office* como uma das principais alternativas adotadas pelas empresas durante a quarentena, segundo pesquisas tudo indica que o home office seria uma modalidade inovadora e promissora. De acordo com uma pesquisa da consultoria KPMG do Brasil, cerca de 85% das empresas devem manter o modelo de trabalho remoto nos próximos anos, mesmo que em apenas alguns dias da semana. Mesmo depois da normalização da situação, boa parte das empresas continuaram com suas atividades remotas, pois, além de aumentar a produtividade das empresas, ajuda a diminuir seus custos operacionais.

Como observado por Cristina Seciuk (2021), " A pandemia colocou em pausa a economia, mas acelerou a ampla adoção do trabalho remoto e da transformação digital em negócios dos mais diversos portes e segmentos".

Com as restrições de confinamento, muitos consumidores passaram a utilizar aplicativos para compras/serviços com mais frequência, segundo uma pesquisa feita pela consultoria Ebit/Nielsen, em parceria com o Bexs Banco, mostra que o e-commerce do Brasil cresceu, em 2020, 41% e ganhou novos 13 milhões de consumidores. O avanço foi possibilitado pelo fechamento das lojas físicas e medidas de restritivas.

Segundo Vieira, 2021:

Entre os entrevistados, 93,5% disseram gostar da experiência, 84% justificaram que fazem uso da alternativa para economizar tempo, 63,9% responderam que preferem pedir comida como forma de evitar o contágio pelo coronavírus e 68,6% manifestaram preocupação com a segurança dos pagamentos online. A elevada intenção de manter os hábitos de uso de delivery, mesmo com a reabertura de bares e restaurantes, comprova como a experiência de compra foi positiva para o consumidor.

Com os impactos causados na educação houve uma grande procura e estímulo para as pessoas fazerem cursos online, especialmente os de curta duração. De acordo com CensoEAD.BR (apud Associação Comercial de São Paulo), divulgado pela Associação Brasileira de Educação a Distância (Abed), “as matrículas em cursos de ensino a distância durante a pandemia aumentaram cerca de 50%”.

O mercado também passou a exigir profissionais mais qualificados e os cursos e treinamentos ofereceram mais facilidade e praticidade, além disso, eles continuam sendo uma ótima opção pós pandemia.

De acordo com Sarkar (2008), “as empresas têm duas tarefas fundamentais para se manterem firmes no mercado, onde a primeira é executar atividades para sobreviverem aos momentos desafiadores apresentados na atualidade e a segunda é adaptá-las aos desafios futuros. Para isso, é preciso que as empresas busquem ter inovações com intuito de obterem resultados satisfatórios”.

É nítido e notório que a estratégia do e-commerce traz vantagens competitivas para as organizações, como se tem mostrado até o momento. Estudos apontam uma forte tendência na manutenção dessa nova forma de empreender.

3.7 Adaptações em tempos de crise

Tendo em vista a complexidade do momento atual, devido à pandemia provocada pelo vírus da Covid-19, o setor do trabalho no país todo se viu diante da necessidade de encontrarem novas formas de pensar e de apresentar soluções para acompanhar as mudanças exigidas (BELMONTE et al, 2020).

As empresas e os empregados fizeram um esforço nunca visto, para, em conjunto, se adaptarem rapidamente à nova realidade e, com isso, manter as atividades e serviços operando dentro de um mínimo de normalidade possível (FONTENELLE e PÓVOA, 2021).

Como as empresas têm sido forçadas a se reinventar na pandemia para manter suas portas abertas e seu sucesso, tiveram que adotar novas estratégias e *mindset*, “mentalidade” ou “configuração mental” é a forma como uma pessoa pensa e encara situações e desafios, conceito que descreve como a mentalidade do tal sujeito influencia nas escolhas pessoais e profissionais de sua vida.

Alguns estão se concentrando em mudanças no modelo de negócios para reduzir os custos operacionais e aumentar a eficiência.

Segundo Cloud (2021) diante das mudanças provocadas pela Covid-19, as empresas se viram pressionadas a acelerar iniciativas que, de outra forma, seriam implementadas de forma progressiva. Como por exemplo, muitas empresas estão migrando para modelos digitais, aumentando o uso de tecnologia para se conectar com clientes e fornecedores e fornecer serviços.

As empresas e os empregados fizeram um esforço nunca visto, para, em conjunto, se adaptarem rapidamente à nova realidade e, com isso, manter as atividades e serviços operando dentro de um mínimo de normalidade possível (FONTENELLE e PÓVOA, 2021).

As empresas estão experimentando novas formas de marketing, como anúncios em mídia social e marketing de conteúdo, para aumentar o alcance de seus produtos e serviços. Muitas empresas também estão investindo em novos produtos e serviços para se adaptar às necessidades dos clientes.

Como algumas empresas de alimentos estão aumentando a oferta de serviços de entrega em casa para atender à demanda crescente de clientes que estão isolados em casa. Outros estavam inovando criando novas linhas de produtos, como roupa de trabalho, máscaras e equipamentos de proteção para atender às necessidades dos clientes relacionadas à pandemia.

De acordo com Pilleggi (2014), quem é empreendedor nato é um indivíduo inquieto e que está constantemente estudando e buscando caminhos novos para seus negócios, ou seja, não se acomoda, evitando cair na zona de conforto.

Além disso, muitas empresas estão se concentrando em melhorar sua experiência do cliente. De acordo com Belloni (2003), o impacto do avanço

tecnológico, tem sido muito forte, embora percebido de modos diversos e estudado a partir de diferentes abordagens. Fato que pode ser observado na pandemia.

As empresas estão usando tecnologia para melhorar seus sistemas de pagamento, usando recursos e softwares para ajudar os clientes a obter respostas mais rapidamente e tornar a experiência do cliente mais conveniente. Estão também oferecendo opções de pagamento flexível, como pagamentos parcelados e descontos, para ajudar os clientes a economizar dinheiro.

3.8 Como a covid 19 afetou o mundo de hoje

Ainda no primeiro trimestre de 2020 o mundo se deparou com uma grave situação de pandemia, que trouxe mudanças de hábitos, obrigando a população ao confinamento e paralisando as atividades econômicas (OCDE, 2020).

Segundo Fernando Veloso, a pandemia da Covid-19 teve um impacto profundo no mercado de trabalho, afetando principalmente os trabalhadores com menor proteção social e baixa escolaridade, teve também um impacto significativo em todo o mundo, afetando quase todos os aspectos da vida diária. Desde a saúde pública até a economia, a pandemia tem mudado a forma como as pessoas vivem e trabalham.

Um dos principais efeitos da Covid-19 tem sido a sobrecarga do sistema de saúde em muitos países. A falta de recursos, como equipamentos de proteção individual e ventiladores, tem sido um problema em muitas áreas. Além disso, muitas pessoas evitaram ir ao hospital por medo de contrair o vírus, o que resultou em problemas de saúde não relacionados à Covid-19 sendo negligenciados.

Outro impacto significativo da pandemia tem sido na economia global. Muitos negócios foram obrigados a fechar temporariamente ou permanentemente, resultando em um grande número de demissões e perda de renda para muitos trabalhadores em todo o mundo. A pandemia também afetou a cadeia de suprimentos global, resultando em escassez de alguns produtos.

As restrições de viagem e a imposição de medidas de distanciamento social também tiveram um impacto significativo na vida das pessoas. Muitos eventos foram cancelados ou adiados, incluindo grandes conferências e eventos esportivos. As viagens internacionais foram severamente limitadas, o que impactou negativamente a

indústria do turismo. A pandemia também teve um impacto emocional significativo nas pessoas em todo o mundo.

Pois, pandemia nos forçou a aprender que a busca por líderes humanizados deixou de ser um diferencial para se tornar requisito básico quando o assunto é gestão de pessoas. (ESTEVEES, 2020). O isolamento social e a ansiedade em relação à saúde têm sido um grande desafio para muitas pessoas. A pandemia também destacou as desigualdades sociais existentes, com grupos marginalizados sendo particularmente afetados.

No entanto, a pandemia também levou a algumas mudanças positivas em todo o mundo. Muitas empresas e organizações adotaram o trabalho remoto, o que pode ter benefícios em longo prazo para a flexibilidade do trabalho. A pandemia também destacou a importância da ciência e da cooperação global para combater crises de saúde pública. Para Paredes (2020) a pandemia é um momento de parar e analisar a vida e o mundo de modo geral. É uma oportunidade única e quem sair dessa com o mesmo coração não viverá bem a experiência.

A pandemia da Covid-19 teve afetando a saúde pública, a economia, a vida social e emocional das pessoas. No entanto, também houve algumas mudanças positivas, e a pandemia destaca a importância da cooperação global e da flexibilidade em tempos de crise. Segundo Maio (2021) os aprendizados obtidos com a pandemia podem ser pensados a partir da ideia de que toda crise é uma oportunidade de evoluir e crescer, tanto em nível individual, quanto coletivo.

3.8.1 Como a covid 19 afetou as empresas brasileiras

Essa crise sanitária e humanitária provocada pela Covid-19 foi considerada responsável pela queda econômica e financeira mundial, propiciando um contingente impacto socioeconômico negativo (Castro, 2020).

A pandemia da COVID-19 impactou negativamente as empresas brasileiras de diversas maneiras. A crise sanitária levou ao fechamento temporário de estabelecimentos comerciais e à diminuição do fluxo de consumidores. Isso resultou em queda nas vendas e, conseqüentemente, em dificuldades financeiras para muitas empresas. Além disso, a paralisação de atividades em diversos setores da economia

gerou um aumento no desemprego e redução na renda da população, o que também afetou o consumo. Para tentar contornar a crise, muitas empresas precisaram adotar medidas como redução de jornada e salários, demissões e solicitação de empréstimos. Ainda assim, muitas empresas tiveram que encerrar suas atividades permanentemente. Segundo (Rocha et al., 2020) estes efeitos econômicos causados terão efeitos duradouros, perdurando por vários anos até que venha atingir um estado de estabilidade.

3.9 A nova realidade das empresas pós pandemia

Empreender em tempos tão desafiadores como os que estamos vivendo no mundo atual significam superar todos os desafios impostos por essa realidade, aproveitar oportunidades oferecidas pelo mercado, colocar novas idéias em prática e fazer a diferença com seus produtos e serviços para o público consumidor (COSTA, 2021).

A pandemia da COVID-19 impulsionou mudanças significativas nas empresas brasileiras. Com a necessidade de adaptar-se rapidamente, muitas empresas adotaram o trabalho remoto e soluções digitais para manter a continuidade dos negócios. Além disso, a pandemia evidenciou a importância da inovação e resiliência nos negócios.

Além da necessidade de inovar em produtos serviços, projetos e soluções, as empresas devem se adequar aos novos hábitos dos consumidores que também se viram obrigados a tomar essas mudanças por causa da pandemia. É fundamental que os empresários estejam atentos a essa mudança para buscar oportunidades (PARTHENON, 2020).

As empresas passaram a investir em tecnologia e transformação digital para garantir a eficiência e a produtividade. Alguns setores, como o de saúde e o de logística, tiveram um aumento significativo de demanda e precisaram se adaptar rapidamente para atender às necessidades da população.

Porém, a pandemia também trouxe desafios significativos para as empresas, como a queda nas vendas e a necessidade de readequação dos processos internos. Muitas empresas precisaram adotar medidas de redução de custos e de pessoal para manterem-se competitivas no mercado.

Para o futuro, as empresas precisarão continuar a investir em inovação e transformação digital para se manterem competitivas e adaptadas às mudanças do mercado. A flexibilidade e a resiliência também se tornou características essenciais para as empresas que desejam ter sucesso na nova realidade pós-pandemia.

3.10 Mudanças e tendências positivas com a COVID19

A pandemia da Covid-19 antecipou diversas tendências em áreas como tecnologia, saúde e trabalho. De acordo com Bertão (2021), “a pandemia da Covid-19, acelerou tendências e oportunidade. A pandemia mudou o mercado e as empresas”. Uma das principais tendências foi a aceleração da transformação digital, com a adoção em massa do trabalho remoto e do ensino à distância. Além disso, a pandemia também evidenciou a importância da telemedicina e do uso de tecnologias de comunicação para manter as pessoas conectadas e informadas. A valorização da saúde mental, com um maior foco no bem-estar e na qualidade de vida dos indivíduos. Ela pandemia também impulsionou a adoção de práticas sustentáveis e a valorização do comércio local.

Embora a pandemia tenha sido uma crise mundial com muitos pontos negativos, também houve algumas tendências positivas que emergiram com a pandemia. Uma das tendências positivas que emergiram durante a pandemia no âmbito econômico, foi a antecipação da aceleração digital dos processos e serviços, também se contou com a adoção do trabalho remoto. De acordo com o relatório *The Future of Jobs Report 2020* do Fórum Econômico Mundial, “a pandemia acelerou significativamente a adoção do trabalho remoto em todo o mundo”. Isso pode trazer benefícios para as empresas, como redução de custos e maior flexibilidade para os funcionários. Como observado pelo Portal FGV “a pandemia esvaziou os escritórios e levou muitos trabalhadores, das mais variadas especialidades e qualificações, a migrarem rapidamente para o trabalho remoto. Com isso, o ritmo e a rotina mudaram drasticamente a vida de milhões de funcionários”.

Outra tendência positiva que emergiu durante a pandemia foi a aceleração da digitalização. As empresas foram forçadas a adotar rapidamente soluções digitais para manter as operações em funcionamento durante a pandemia. Isso pode trazer benefícios a longo prazo, como maior eficiência e redução de custos. De acordo com levantamento de especialistas da Google, “a pandemia remodelou o mundo dos

negócios e impulsionou a transformação digital”. A pandemia também trouxe uma maior conscientização sobre a saúde e o bem-estar. As empresas agora estão mais focadas em garantir a saúde e a segurança de seus funcionários e clientes. Isso pode incluir medidas como a instalação de equipamentos de proteção pessoal e a implementação de políticas de distanciamento social.

Por fim, a pandemia antecipou uma maior preocupação com a higiene e a limpeza, especialmente em espaços públicos e estabelecimentos comerciais. A importância da cooperação internacional e da solidariedade também foi destacada, com a necessidade de enfrentar desafios globais de forma conjunta e colaborativa.

Algumas oportunidades surgiram, enquanto outras desapareceram. Aqui estão algumas das principais oportunidades que surgiram na esteira da pandemia:

- Aumento da demanda por tecnologia e serviços digitais.
- Crescimento do comércio eletrônico e das compras online.
- Aumento da necessidade de soluções de colaboração e comunicação remota.
- Crescimento do setor de saúde e de produtos de higiene pessoal.
- Maior demanda por serviços de entrega e logística.
- Aumento do uso de robótica e automação em diversos setores.
- Aumento e oportunidades para empresas de entretenimento e streaming.
- Aumento da demanda por alimentos orgânicos e saudáveis.
- Maior necessidade de serviços de consultoria e aconselhamento financeiro.
- Aumento da demanda por serviços de limpeza e desinfecção.
- Crescimento do setor de educação online.
- Oportunidades para empresas que oferecem soluções de segurança cibernética.
- Aumento da demanda por soluções de armazenamento em nuvem.
- Maior necessidade de serviços de telemedicina e de saúde mental.
- Oportunidades para empresas que oferecem soluções de gerenciamento de dados.
- Crescimento da demanda por serviços de entrega de refeições e alimentos.
- Aumento da demanda por produtos ecológicos e sustentáveis.
- Oportunidades para empresas que oferecem soluções de gerenciamento de projetos remotos.
- Crescimento do setor de jogos online.

- Maior necessidade de soluções de ensino a distância e treinamento remoto.
- Oportunidades para empresas que oferecem soluções de gerenciamento de estoque e cadeia de suprimentos.
- Aumento da demanda por serviços de consultoria em marketing digital.
- Oportunidades para empresas que oferecem soluções de gerenciamento de recursos humanos remotos.
- Aumento da demanda por soluções de videoconferência e colaboração online.
- Maior necessidade de serviços de suporte técnico e TI remotos.
- Oportunidades para empresas que oferecem soluções de gerenciamento de projetos em equipe remota.

Segundo Marques (2019), “a vida é cheia de desafios e é necessário aprender a aceitá-los de coração aberto, para que consiga desfrutar de todos os benefícios que eles podem lhe oferecer”.

Spindola (2014) complementa que “o e-commerce procura facilitar a rotina das pessoas, trazendo benefícios para os consumidores e também para os fornecedores, além disso, empresas têm se adaptado para oferecer novos produtos e serviços que atendam às necessidades específicas dos clientes neste momento”.

Com a pandemia da COVID-19, novas oportunidades surgiram no mercado e nas empresas, como o aumento da demanda por serviços de entrega e comércio eletrônico, a necessidade de soluções de trabalho remoto e a busca por tecnologias que promovam a saúde e segurança no ambiente de trabalho. A adoção do trabalho remoto e a aceleração da digitalização podem trazer benefícios para as empresas e os funcionários. Além disso, a pandemia trouxe uma maior conscientização sobre a importância da saúde e do bem-estar.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo trata dos resultados e discussões referentes a análise dos dados pesquisados e alcançados sobre os impactos causados pela pandemia do COVID 19 no ramo empresarial no Brasil. Com a chegada do vírus no Brasil e no Mundo, trouxe diversos problemas para toda a sociedade, como altos índices de mortalidade, fome, desemprego, empresas fechando, entre outros, todos os indivíduos, empresas e governos tiveram que mudar seus hábitos diante de um cenário de incertezas e escassez.

Foram tomadas diversas medidas para conter a disseminação do vírus e reduzir os impactos, esta pesquisa, buscou entender esses impactos de forma a apontar os principais fatores relevantes que fizeram com que as empresas fossem alteradas. Conforme proposto no objetivo do trabalho, foi realizado um levantamento e análise de quais foram esses impactos e quais as mudanças ocorridas devido a esses fatores e como as empresas enfrentaram os efeitos em todo o país. Infelizmente muitas empresas não possuíam um porte financeiro para enfrentar este período.

Pode-se observar que o Brasil já vinha abalado aos eventos acontecidos anterior a pandemia e como o contágio da doença aumentou de maneira rápida no país, nota-se muitas mudanças, sendo divididas em três tópicos que são os impactos comportamentais, impactos estruturais nas organizações e impactos econômicos e financeiros de modo a analisar e abordar cada tema.

Na tabela 1 pode-se observar quais foram os fatores em cada tópico. Nota-se que nos impactos comportamentais como a comunicação é essencial para o desenvolvimento de uma empresa, pois é a forma como ela se relaciona com sua rede de contatos, seja colaborador, parceiros, clientes e fornecedores, ou seja, como ela vai se comunicar de maneira com a sociedade. Outro fator foi o distanciamento social e a segurança de seus colaboradores, conforme o contágio foi aumentando as medidas de restrições de modo a conter a doença, foram se tornando mais rigorosas e as empresas precisaram se adaptar a essas regras para se manterem em funcionamento, apesar de várias empresas precisarem parar a linha de produção e só as empresas dos ramos de produtos essenciais que funcionaram. E a saúde mental e a flexibilidade foram pautas importantes na maioria das empresas, durante a pandemia as empresas cuidaram mais de seus colaboradores tanto em questões como adaptações no espaço físico, como o uso de máscara e distribuição de álcool

em gel em *dispenser*, bem como as empresas tiveram que ser mais flexíveis com relação a tempo trabalho e reduzir os funcionários.

Tabela 1 – Os impactos causados pela pandemia

Impactos causados pela pandemia	
Impactos comportamentais	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicação • Distanciamento Social • Segurança • Saúde mental • Flexibilidade
Impactos estruturais nas organizações	<ul style="list-style-type: none"> • Redução de colaboradores • Reestruturação de departamento • Repensarem suas prioridades e estratégias de negócio • Cadeia de suprimento
Impactos econômicos e financeiros	<ul style="list-style-type: none"> • Queda de demanda • Fluxo de caixa • Volatilidade do mercado financeiro • Ramo de atuação

Fonte: Autor

Nos impactos estruturais e organizacionais, nota-se que fatores como redução de trabalho e reestruturação de departamentos foram adaptações comuns, visto que as restrições e o *lockdown* afetaram a forma física das empresas. As empresas tiveram que pensar no que fazer com seus colaboradores, seja colocando seus trabalhadores de maneira remota ou em férias coletivas isso tudo para evitar a demissão em massa. Os departamentos foram reestruturados para se adaptar, através de instalações do equipamento de segurança e até mesmo aproveitar um espaço vazio para ser utilizado como forma de depósito. Outro fator observado durante a pesquisa foi à maneira que as empresas repensaram suas prioridades e estratégias de negócio, mudando temporariamente o ramo de atuação. Exemplo disso foi a Ambev que utilizou sua produção de bebidas para fabricação de álcool em gel. A cadeia de suprimentos foi outro fator de muita incerteza durante a pandemia, que conforme a pandemia

avançava as pessoas ficavam com mais medo e foram acumulando estoque de materiais essenciais, conseqüentemente outra medida como restrições foram imposto de forma de as pessoas pegassem só os que fossem precisar, regras como “é permitido 4 unidade por CPF” era comum em supermercados e nas empresas não foi diferente.

Observou-se outros fatores nos impactos econômicos e financeiros, como a queda na demanda por produtos e serviços que não eram considerados essenciais, as pessoas priorização aos alimentos e matérias que combatesse a doença, conseqüentemente a essa atitude resultou em queda nas receitas e o aumento dos custos operacionais que afetaram o fluxo de caixa das empresas, resultando em problemas de liquidez para muitas delas. Paralelo com esse fator a volatilidade no mercado financeiro. As ações durante a pandemia ficaram muito instáveis e com muita oscilação. Observou-se que muitas empresas trocaram o ramo de atuação temporariamente para se manterem abertas, pois durante o isolamento social só as empresas que tinham produtos essenciais ficaram abertas, como exemplo do ramo de alimentos e/ou farmácias, para não fechar as portas muitas empresas preferiram ampliar seu segmento para outro nicho de mercado.

Como forma de deixar mais claro os impactos, analisou-se três empresas de modo a observar se a adaptaram durante esse momento de incertezas.

A Magazine Luiza que investiu em *e-commerce* e *omnichannel*, priorizando a saúde e segurança dos consumidores e funcionários. A empresa aumentou suas vendas *online*, transformou as lojas físicas em *darkstores* e adquiriu outras empresas de tecnologia. Além disso, investiu em soluções logísticas para melhorar a eficiência da entrega, enfrentando desafios como aumento dos custos de transporte e logística, problemas de gerenciamento de estoque e preocupações com a segurança dos trabalhadores nos centros de distribuição.

Já a Ambev focou em ajudar a sociedade durante a pandemia. A empresa produziu álcool em gel, máscaras e até se transformou em usina de oxigênio hospitalar. Além disso, realizaram doações de alimentos, auxílio a ambulantes e distribuição de água. A Ambev também se adaptou rapidamente às mudanças no comportamento do consumidor, investindo em vendas online e delivery, e apresentou novas marcas e produtos, como o Zé Delivery. A empresa também teve foco em sustentabilidade e responsabilidade social, incluindo parcerias com startups.

Por outro lado, a Natura buscou se reinventar no mercado, não apenas aprimorando suas fórmulas, mas também criando produtos sustentáveis e proporcionando uma nova experiência aos consumidores. A empresa é conhecida por seu compromisso com o meio ambiente e causas sociais, e durante a pandemia não foi diferente. A Natura realizou doações de álcool em gel, sabonetes e outros itens para hospitais e instituições carentes. Além disso, a empresa se concentrou na integridade física e mental de seus colaboradores e da sociedade em geral, oferecendo plataformas como o TINA, que oferece apoio a mulheres vítimas de violência doméstica, e o portal de bem-estar, que fornece informações confiáveis sobre prevenção de COVID, saúde física e mental e dicas de organização pessoal.

No entanto, a Natura enfrentou alguns desafios durante a pandemia, como a queda nas vendas devido à redução na demanda por produtos de beleza, especialmente em lojas físicas. A gestão da cadeia de suprimentos e logística também foi afetada, com interrupção de negócios em alguns mercados e escassez de matéria-prima para a produção de certos produtos. A empresa programou medidas para lidar com esses desafios, como o lançamento do "Parceiro da Consultora", que permite que as revendedoras comprem produtos para pronta entrega em lojas parceiras.

As empresas vistas enfrentaram desafios, como queda nas vendas, impacto financeiro, problemas na cadeia de suprimentos e preocupações com a segurança da sociedade e seus colaboradores. No entanto, elas conseguiram se adaptar e encontrar soluções para continuar operando e ajudando a sociedade durante a pandemia.

A pandemia teve um impacto significativo nos desligamentos de funcionários e na economia brasileira, especialmente nos setores de serviços, comércio e indústria.

As micro e pequenas empresas foram as mais afetadas, apesar do governo adotar medidas de estímulo para ajuda-las a enfrentarem a crise.

Os dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) mostrou que houve um saldo negativo de 9.881.571 empregos formais perdidos no Brasil entre janeiro e dezembro de 2020, visto que os setores mais afetados foram os de serviços, comércio e indústria geral.

As micro e pequenas empresas foram as mais prejudicadas, com uma queda de 18,7% no número de empregados entre março e maio de 2020, a taxa de desemprego no país atingiu 13,9% no final de 2020, o que representa cerca de 13,5 milhões de brasileiros desempregados.

O governo implementou medidas de estímulo, como linhas de crédito e programas de apoio às empresas, como o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Pronampe) e a liberação de recursos para financiamento da folha de pagamento. Também houve a suspensão temporária de tributos e a flexibilização de leis trabalhistas.

Tabela 2 – Medidas adotadas pelas empresas durante a pandemia

Medidas adotadas pelas empresas durante a pandemia
Lançamento de novos produtos/serviços
Mudança para <i>e-commerce</i>
Férias
<i>Home office</i>
Campanhas de informação e prevenção
Higienização

Fonte: Autor

Este projeto assim chegou a seis medidas que as empresas adotaram na sua organização com base na pesquisa realizada pela IBGE, na tabela 2 foram listadas essas medidas, conforme segue: o lançamento de novos produtos/serviços, mudança para entrega online, antecipação de férias, adoção do trabalho *home-office*, campanhas de informação e prevenção e medidas extras de higiene. Foram medidas implementadas por várias em empresas no país independente do porte.

A pandemia global do coronavírus provocou transformações significativas na forma como as pessoas se relacionam, trabalham e consomem. O comportamento dos clientes sofreu adaptações, impulsionado pelas restrições e medidas de distanciamento social, resultando em mudanças nas preferências e demandas.

Com a necessidade de isolamento social, as preferências de consumo dos clientes mudaram. Houve um aumento na demanda por produtos de higiene, alimentos e serviços de entrega, enquanto setores como turismo e entretenimento sofreram uma queda drástica. Essas mudanças influenciaram as escolhas dos

clientes, levando-os a optar por compras online e marcas que oferecem soluções seguras e confiáveis.

O comércio eletrônico experimentou um crescimento acentuado durante a pandemia. Os clientes passaram a realizar compras online com mais frequência, evitando aglomerações em estabelecimentos físicos. Isso exigiu das empresas um investimento em plataformas digitais, logística eficiente e estratégias de marketing digital. A conveniência, a variedade de produtos e a possibilidade de comparar preços contribuíram para a consolidação dessa tendência.

A preocupação com a segurança tornou-se uma prioridade para os clientes. Eles valorizam empresas que demonstram compromisso com protocolos sanitários, higiene rigorosa e medidas de proteção adequadas. A disponibilização de álcool em gel, uso de máscaras e organização de espaços para garantir o distanciamento social se tornaram requisitos fundamentais para conquistar a confiança dos consumidores.

Diante do distanciamento físico, as experiências virtuais ganharam destaque. Os clientes passaram a participar de eventos online, palestras, cursos e visitas virtuais a museus e exposições. Essa busca por experiências digitais enriquecedoras revelou uma nova forma de interação e consumo, impulsionando as empresas a investir em tecnologia e oferecer opções de entretenimento e aprendizado remotamente.

A pandemia gerou mudanças significativas no comportamento dos clientes. Sua adaptação ao cenário atual levou-os a buscar soluções virtuais, priorizando a segurança e a conveniência. O crescimento do comércio eletrônico e o investimento em medidas de proteção e higiene tornaram-se fatores-chave para atrair e fidelizar clientes nesse novo contexto. À medida que a situação evolui, é fundamental que as empresas continuem acompanhando e se adaptando às demandas em constante transformação dos clientes.

A pandemia global da COVID-19 trouxe desafios sem precedentes, exigindo adaptações rápidas em todos os setores da sociedade. Governos, empresas e comunidades tiveram que se ajustar para lidar com a crise e suas consequências. Neste texto, discutiremos algumas das principais adaptações realizadas durante esse período desafiador.

Na área da saúde, hospitais e profissionais de saúde enfrentaram um aumento repentino de pacientes infectados. Para lidar com essa demanda, foram necessárias adaptações imediatas, como a expansão de unidades de terapia intensiva, a criação de centros de testagem em massa e a implementação de rigorosas medidas de

segurança. Além disso, a telemedicina ganhou destaque, permitindo que as pessoas recebessem atendimento médico sem sair de casa.

No setor empresarial, empresas de todos os tamanhos tiveram que se adaptar para manter suas operações. O trabalho remoto tornou-se a norma, impulsionando a implementação de ferramentas de colaboração online e a criação de ambientes de trabalho virtuais. As empresas também precisaram repensar suas estratégias de negócios, identificando oportunidades em setores emergentes e acelerando a digitalização de processos. O comércio eletrônico expandiu-se rapidamente, transformando a maneira como compramos e consumimos produtos e serviços.

No campo da educação, escolas e universidades foram fechadas, exigindo a adaptação para o ensino a distância. Professores e alunos tiveram que se ajustar às aulas online, utilizando videoconferências e materiais digitais. As instituições educacionais tiveram que repensar as avaliações e desenvolver estratégias para garantir a inclusão e a equidade no ensino remoto.

A vida cotidiana das pessoas também passou por adaptações significativas. O distanciamento social tornou-se essencial, com restrições a encontros sociais e eventos públicos. O uso de máscaras e a higienização das mãos tornaram-se práticas comuns. O isolamento social levou ao aumento do uso de tecnologias de comunicação e entretenimento, evidenciando a importância dessas ferramentas. Além disso, a conscientização sobre a saúde mental e a necessidade de cuidar do bem-estar emocional também se intensificou.

A pandemia da COVID-19 obrigou governos, empresas e comunidades a se adaptarem rapidamente. A saúde, o trabalho, a educação e a vida cotidiana passaram por mudanças significativas. Embora tenha sido um período desafiador, essas adaptações mostraram a resiliência e a capacidade de inovação da sociedade. Ao enfrentar a crise, aprendemos a nos ajustar e a buscar soluções criativas para superar os desafios impostos pela COVID-19.

A pandemia do COVID-19 teve um impacto significativo nas empresas em todo o mundo, levando a uma série de mudanças na realidade corporativa. Uma das principais transformações foi a adoção generalizada do trabalho remoto. As empresas perceberam que suas equipes podem ser produtivas mesmo em casa, levando a arranjos flexíveis e investimentos em tecnologia para viabilizar essa nova forma de trabalho.

Além disso, houve uma aceleração da digitalização em várias áreas. A presença online se tornou essencial e muitas empresas investiram em comércio eletrônico, marketing digital e outras soluções digitais. Os processos internos também foram digitalizados, com ênfase em colaboração online, gestão de documentos e automação de tarefas.

A pandemia também destacou a vulnerabilidade das cadeias de suprimentos globais, levando as empresas a repensar suas estratégias. A diversificação de fornecedores e a produção local/regional ganharam importância, visando reduzir a dependência de fontes internacionais.

A resiliência e a sustentabilidade se tornaram focos fundamentais. As empresas estão buscando ser mais ágeis e preparadas para futuras crises, além de adotarem práticas sustentáveis, como a redução de emissões de carbono e a responsabilidade social corporativa.

A saúde e segurança dos funcionários também se tornaram prioridade máxima. Medidas rigorosas foram implementadas, incluindo distanciamento físico, equipamentos de proteção individual e protocolos de limpeza. Além disso, políticas de licença médica e suporte à saúde mental e bem-estar foram reavaliadas.

A transformação digital continua sendo um objetivo constante. As empresas estão se adaptando e inovando continuamente para se manterem relevantes em um ambiente em constante mudança. Tecnologias como inteligência artificial, análise de dados e automação são adotadas para impulsionar a eficiência operacional e a inovação.

Essas mudanças são apenas algumas das que as empresas enfrentam após a pandemia. É importante ressaltar que a situação continua evoluindo, exigindo das empresas a capacidade de se adaptarem às novas realidades que surgirem.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pandemia do coronavírus trouxe uma série de impactos significativos para o ramo empresarial em todo o mundo. Esses impactos foram sentidos em diferentes setores e tiveram repercussões tanto em curto prazo quanto em longo prazo.

No curto prazo, muitas empresas foram forçadas a interromper ou reduzir suas operações devido a medidas de restrição impostas pelos governos para conter a propagação do vírus. O fechamento de estabelecimentos comerciais, a limitação de capacidade em lojas físicas e as restrições de viagens impactaram diretamente as receitas e o fluxo de caixa das empresas. Muitas organizações enfrentaram desafios financeiros e precisaram adotar medidas como demissões, redução de salários e corte de custos para sobreviverem à crise.

Por outro lado, a pandemia também acelerou a adoção de tecnologias digitais e impulsionou a transformação digital nas empresas. O trabalho remoto e o comércio eletrônico tornaram-se essenciais para muitas organizações, permitindo-lhes continuar operando mesmo durante o período de isolamento social. Empresas que já haviam investido em infraestrutura tecnológica e estratégias de comércio eletrônico tiveram uma vantagem competitiva significativa.

Além disso, a pandemia destacou a importância da resiliência e da adaptação para as empresas. Aquelas que foram capazes de se reinventar, identificar novas oportunidades de negócio e ajustar seus modelos operacionais tiveram mais chances de superar os desafios impostos pela crise. Empresas que conseguiram pivotar seus negócios para atender às demandas emergentes, como a produção de equipamentos médicos ou a fabricação de produtos de higiene, conseguiram se manter ativas e até mesmo crescer em meio à pandemia.

No entanto, é importante ressaltar que nem todas as empresas tiveram a mesma capacidade de se adaptar ou se recuperar dos impactos da pandemia. Pequenas empresas e setores mais afetados, como turismo, eventos e entretenimento, foram particularmente prejudicados. Muitas enfrentaram dificuldades financeiras e até mesmo faliram devido à queda drástica na demanda.

A pandemia do coronavírus trouxe um conjunto complexo de impactos para o ramo empresarial. Embora tenha sido um período desafiador, também abriu espaço para inovação e mudanças que podem moldar o futuro do mundo dos negócios. As

empresas que conseguiram se adaptar, abraçar a transformação digital e aprender com os desafios enfrentados estarão mais bem preparadas para enfrentar crises futuras e prosperar em um ambiente empresarial em constante evolução.

Este trabalho não pretendeu esgotar o tema, mas observar de forma geral os desdobramentos da Pandemia da COVID19 em relação as empresas e seus envolvidos.

Diversos temas podem ainda ser explorados no âmbito desta temática como:

- Estratégias de resiliência empresarial durante a pandemia: Um estudo de casos de empresas que conseguiram se adaptar e superar os desafios impostos pela crise.
- Transformação digital e seu impacto nas operações empresariais durante a pandemia: Uma análise das mudanças tecnológicas adotadas pelas empresas e seu papel na continuidade dos negócios.
- O efeito da pandemia nas pequenas empresas: Um estudo sobre os desafios enfrentados pelas pequenas empresas em setores afetados, como turismo, eventos e entretenimento, e possíveis estratégias de recuperação.
- Oportunidades emergentes durante a pandemia: Um estudo sobre as empresas que conseguiram identificar novas oportunidades de negócio e inovação em meio à crise.
- Impactos financeiros da pandemia nas empresas: Uma análise das medidas adotadas pelas empresas para lidar com os desafios financeiros, como demissões, redução de salários e corte de custos, e seu impacto a curto e longo prazo.
- Adaptação dos modelos de negócio durante a pandemia: Um estudo sobre as estratégias de pivotamento adotadas por empresas para atender às demandas emergentes e manter sua atividade econômica.

- A importância da gestão da cadeia de suprimentos durante a pandemia: Uma análise dos desafios enfrentados pelas empresas na cadeia de suprimentos e estratégias para mitigar riscos e garantir a continuidade das operações.
- A influência das medidas de restrição governamental nas operações empresariais: Um estudo sobre o impacto das restrições, como o fechamento de estabelecimentos comerciais e a limitação de capacidade, nas receitas e no fluxo de caixa das empresas.
- Resiliência e adaptação como fatores-chave para a sobrevivência empresarial durante a pandemia: Uma análise das características e práticas das empresas que conseguiram se manter ativas e até mesmo crescer em meio à crise.
- Perspectivas futuras para o ramo empresarial pós-pandemia: Uma reflexão sobre as lições aprendidas durante a crise e as possíveis transformações e tendências que podem moldar o futuro do mundo dos negócios.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, André. **Entenda como o Magazine Luiza consegue crescer em meio à pandemia.** Jun de 2020. Disponível em: <<https://dcomercio.com.br/publicacao/s/entenda-como-o-magazine-luiza-consegue-crescer-em-meio-a-pandemia>>. Acesso em: 21 abr. 2023f

AMBEV. **RELATO ANUAL E ESG | Apresentação Destaques do ano Premiações e reconhecimentos Carta do Conselho de Administração Carta do Diretor-presidente Executivo.** Disponível em: <<https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/c8182463-4b7e-408c-9d0f-42797662435e/735be995-4658-0bbb-0c66-3be9f0987be0?origin=1>>. Acesso em: 21 abr. 2023.

AMBEV | **Juntos a Distância.** Disponível em: <<https://www.ambev.com.br/sustentabilidade/juntos-distancia>>. Acesso em: 21 abr. 2023

AMBEV, **Relatório de Sustentabilidade;** 2019. Disponível em: <<https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/c8182463-4b7e-408c-9d0f-42797662435e/42fbc4ec-f961-fb02-e75b-c9c5bb3212f6?origin=1>>. Acesso em: 02 abr. 202..

ANDRADE, G. **4 Empresas que se reinventaram durante a pandemia.** Disponível em: <<https://www.exmerare.com/conteudo/artigos/4-empresas-que-se-reinventaram-durante-a-pandemia>>. Acesso em: 6 dez. 2022

ARAÚJO, B. **Ações de comercialização através das redes sociais na pandemia da Covid19: um estudo em empresas no ramo de vestuário de Extremoz/RN.** Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/44541/1/A%c3%a7%c3%b5esDeComercializa%c3%a7%c3%a3o%20Araujo%202021.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2023

ARNDT. **Os impactos da pandemia nos contratos empresariais.** Curitiba, 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/13376/1/VITOR%20TC%20.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2022.

ARAÚJO, Breno; **Ações de comercialização através das redes sociais na pandemia da covid19: um estudo em empresas no ramo de vestuário de extremo;** Universidade Federal Do Rio Grande Do Norte, 2021 Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/44541/1/A%c3%a7%c3%b5esDeComercializa%c3%a7%c3%a3o%20Araujo%202021.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2023.

AUGUSTO, **Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober(2007-2011).** Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 51, n. 4, p. 745–764, dez. 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-20032013000400007>. Acesso em: 15 mar. 2023.

BITTENCOURT , V.; TOBLER,R.; JUNIOR, A.**Impacto da pandemia em empresas e consumidores – Parte 2.** Disponível em: <https://blogdoibre.fgv.br/posts/impacto-da-pandemia-em-empresas-e-consumidores-parte-2>. Acesso em: 25 abr. 2023.

BITTENCOURT , V. **Impactos da pandemia de Covid-19 novo coronavírus nas empresas e consumidores.** Disponível em: <https://blogdoibre.fgv.br/posts/impactos-da-pandemia-de-covid-19-novo-coronavirus-nas-empresas-e-consumidores>. Acesso em: 25 abr. 2023.

CANALTECH. **Magazine Luiza.** Disponível em: <https://canaltech.com.br/empresa/magazine-luiza/>. Acesso em: 19 abr. 2023.

Com aposta em inovação, Ambev recupera o fôlego na pandemia. Mercado & Consumo. Fev. de 2022. Disponível em: <https://mercadoeconsumo.com.br/03/02/2022/economia/com-aposta-em-inovacao-ambev-recupera-o-folego-na-pandemia/?cn-reloaded=1>. Acesso em: 21 fev. 2023.

CRUZ, R. M. **COVID-19: Emergência e Impactos na Saúde e no Trabalho**. Revista Psicologia Organizações e Trabalho, v. 20, n. 2, p. 1–2, 2020. Acesso em: 28 abr. 2023.

CARVALHO, F. **História da Natura - Como surgiu? Produtos e Sustentabilidade**. Disponível em: <<https://www.revendedor.com.br/historia-da-natura-como-surgiu/>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

DA SILVA, COSTA, LAURENTINO, GLEICY, G. K. et al. **ESTRATÉGIAS DE COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL COMO IMPACTO NA GESTÃO DE PESSOAS EM TEMPOS DE CRISE**. Sociedade em Debate, v. 3, n. 1, 2022. Acesso em: 18 mar. 2023.

COSTA, M. **Com pandemia, vendas pela internet crescem 27% e atingem R\$ 161 bi em 2021**. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2022/02/02/internas_economia,1342064/com-pandemia-vendas-pela-internet-crescem-27-e-atingem-r-161-bi-em-2021.shtml>. Acesso em: 18 abr. 2023.

DE PAULA, W. **O impacto do coronavirus (covid-19) na aviação geral: operações de escolas no campo de marte**. Palhoça, 2020. Disponível em: <<https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/15891/1/Monografia%20%28AD2%20-%20VF%29.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2023

DE OLIVEIRA, O. **A PANDEMIA ANTECIPOU TENDÊNCIAS DO MARKETING DIGITAL**. Disponível em: <<https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/2075/1/ORLANDO%20%20A%20PANDEMIA%20ANTECIPOU%20TENDENCIAS%20NO%20MAKETING%20DIGITAL%20-%20finalizado%20REVISADO%20banca.pdf>>. Acesso em: 6 apr. 2023.

DIAS, N. **Análise da evolução clínica dos pacientes atendidos pelo telemonitoramento em um Centro de Saúde Escola do interior paulista, segundo**

os protocolos do Ministério da Saúde durante a pandemia da covid-19; Botucatu, 2021. Disponível em: https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/215660/dias_nc_tcc_bot.pdf?sequence=5. Acesso em: 25 mar. 2023.

DIEESE. A Reforma Trabalhista e os impactos para as relações de trabalho no Brasil. São Paulo, maio 2017. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/notatecnica/2017/notaTec178reformaTrabalhista.pdf>. Acesso em: 08 abr. 2023.

DINO. Crescimento do e-commerce será de R\$ 185,7 bilhões em 2023. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/crescimento-do-e-commerce-sera-de-r-1857-bilhoes-em-2023,cc1b6cc5e4a59e2a65877ffb26e7ae7cwpdrckqx.html>. Acesso em: 6 fev. 2023

Desemprego | IBGE.

Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php>. Acesso em: 28 abr. 2023.

Empresa alerta para aumento dos custos corporativos com armazenamento de dados pós-Covid. TI INSIDE Online, 2 Set. 2022. Disponível em: <https://tiinside.com.br/02/09/2022/empresa-alerta-para-aumento-dos-custos-corporativos-com-armazenamento-de-dados-pos-covid/> Acesso em: 16 apr. 2023

Folha informativa sobre COVID-19. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19>. Acesso em: 21 abr. 2023.

Future Consumer Index: Novos hábitos de consumo formados na pandemia tendem a se fortalecer a longo prazo. Disponível em: https://www.ey.com/pt_br/consumer-products-retail/novos-habitos-de-consumo-formados-na-pandemia. Acesso em: 20 abr. 2023.

GATHANY, C. **Guia da OMS: Como se proteger do covid-19 no local de trabalho?** Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2020/02/1705631>>. Acesso em: 6 mar. 2023.

Governo libera R\$ 34 bilhões para empresas pagarem salários na pandemia. Senado notícias,2020.Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/04/06/governo-libera-r-34-bilhoes-para-empresas-pagarem-salarios-na-pandemia>>. Acesso em: 10 abr. 2023

HUBACK, R. **Conheça a história da Ambev, a maior cervejaria do Brasil.** Disponível em: <<https://www.ibnd.com.br/blog/conheca-a-historia-da-ambev-a-maior-cervejaria-do-brasil.html>>. Acesso em: 22 abr. 2023.

Histórico da pandemia de COVID-19 - OPAS/OMS | Organização Pan-Americana da Saúde. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19#:~:text=Em%2031%20de%20dezembro%20de>>. Acesso 12 Fev 2023

IBGE | **PULSO Empresa.** Disponível em: <<https://covid19.ibge.gov.br/pulso-empresa/>>. Acesso em: 21 abr. 2023.

Impactos sociais, econômicos, culturais e políticos da pandemia. FioCruz, 2020. Disponível em: <<https://portal.fiocruz.br/impactos-sociais-economicos-culturais-e-politicos-da-pandemia>>. Acesso em: 16 mar. 2023.

LEMOS, R. **Coronavírus reforça oportunidades ao mercado brasileiro.** Revista Varejo Brasil, 2020. Disponível em: <<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2020/05/13/pandemia-ja-provocou-perdas-de-r-124-bilhoes-ao-varejo-segundo-a-cnc.ghtml>>. Acesso em: 28 fev. 2023.

Linha do tempo do Coronavírus no Brasil. Sanar Medicina. Disponível em: <https://www.sanarmed.com/linha-do-tempo-do-coronavirus-no-brasil#Coronavirus_no_Brasil>. Acesso em: 14 Mar. 2023

MAGAZINE LUIZA. **Nossa História.** Disponível em: <<https://ri.magazineluiza.com.br/ShowCanal/Nossahistoria?=maMhsoEQNCOOr/Wxrb98OXA==>>. Acesso em: 21 abr. 2023

MARCELINO, J.; REZENDE, A.; MIYAJI, M. **Impactos iniciais da Covid-19 nas micro e pequenas empresas do estado do Paraná – Brasil.** Boletim De Conjuntura (BOCA) ano II, vol. 2, n. 5, Boa Vista, 2020.

Disponível em: <<https://revista.ufrb.br/boca/article/view/Marcelinoeta>>. Acesso em: 14 nov 2022.

MARCONI, M.; LAKATOS, E. **Fundamentos de metodologia científica.** São Paulo: 2005.

Disponível em: <https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india/view>. Acesso em: 28 abr. 2023.

MATTEI, L.; HEINEN, V. L. **Impactos da crise da Covid-19 no mercado de trabalho brasileiro.** Brazilian Journal of Political Economy, v. 40, n. 4, p. 647–668, 2020. Acesso em: 28 abr. 2023.

MINISTERIO DA SAÚDE. **Novo Coronavírus (Covid-19): informações básicas.** 2020. Disponível em: <<https://bvsmis.saude.gov.br/novo-coronavirus-covid-19-informacoes-basicas/>> Acesso em: 15 mar.2023.

MIRANDA, T. **IMPACTOS PSICOLÓGICOS ORGANIZACIONAIS EM TEMPO DE PANDEMIA: análise dos principais impactos psicológicos no trabalho em home office dos discentes de um centro universitário em São Luís.** São Luís, 2020.

Disponível em: <<http://repositorio.undb.edu.br/bitstream/areas/153/1/THAMIRIS%20BRITO%20MIRANDA.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2023.

MISSIAGGIA, Mariana. **O avanço global da Natureza em meio à pandemia;** Diário do Comércio – O Jornal Digital do Empreendedor; 2020. Disponível em:

<<https://dcomercio.com.br/publicacao/s/o-avanco-global-da-natura-em-meio-a-pandemia>>Acesso em: 23abr. 2023.

MORAIS, Gabriela; **Empreendedorismo em tempos de pandemia: a necessidade de se reinventar**, Centro universitário Atenas, 2021. Disponível em:

<http://www.atenas.edu.br/uniatenas/assets/files/spic/monography/EMPREENDEDO_RISMO_EM_TEMPOS_DE_PANDEMIA_A_NECCESSIDADE_DE_SE_REIVENTAR.pdf>. Acesso em: 14 Mar. 2023

NADER, D. **Cerca de 600 mil empresas fecharam as portas durante a pandemia.**

Disponível em: <<https://www.contabeis.com.br/noticias/48730/cerca-de-600-mil-empresas-fecharam-as-portas-durante-a-pandemia/>>. Acesso em: 6 apr. 2023.

Nardy, L.; **PANDEMIA DA COVID-19 NO BRASIL: impactos no trabalho das mulheres**, Natal, RN; 2021. Disponível em:

<https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/38574/1/PandemiaDaCovid_Nardy_2021.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2023.

NATURA. **Relatório Integrado Natura&Co: América Latina**; 2021. Disponível em:

<https://static.rede.natura.net/html/site_cf/br/07_2022/relatorio_anual/Relatorio_Integrado_Natura_Co_America_Latina_2021_VF_28.7.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2023.

NATURA. **Relatório Anual Natura: O que a gente pode fazer pelo mundo; 2020.**

Disponível em:

<https://static.rede.natura.net/html/sitecf/br/11_2021/relatorio_anual/Relatorio_Anual_Natura_GRI_2020.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2023.

NITAHARA, A. **Estudo mostra que pandemia intensificou uso das tecnologias digitais.** 2021. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-11/estudo-mostra-que-pandemia-intensificou-uso-das-tecnologias-digitais>>.

Acesso em: 17apr. 2023.

NITAHARA, A. IBGE pesquisa impacto da pandemia nas empresas. 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-07/ibge-pesquisa-impacto-da-pandemia-nas-empresas>>. Acesso em: 20 abr. 2023.

OPAS; **Uso de máscara no contexto da COVID-19 - Orientação provisória 1º de dezembro de 2020**. Disponível em:

<https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53101/OPASWBAPHECOVID-1920162_por.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 6 apr. 2023.

OPAS | **Histórico da pandemia de COVID-19**. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>>. Acesso em: 21 abr. 2023.

OPAS. **Preparando o local de trabalho para a COVID-19**. 2020. Disponível em: <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52015/OPASBRACOVID1920043_por.pdf?sequence=5>. Acesso em: 21 abr. 2023.

PACHECO, D. P. **O impacto da COVID-19 na comunicação interna: O engajamento de colaboradores de micro e pequenas empresas do Estado de Minas Gerais**. Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, 5 maio 2022. Disponível em: <<https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/24296>>. Acesso em: 28 abr. 2023.

Pandemia acelerou processo de transformação digital das empresas no Brasil, revela pesquisa. FGV, 2022. Disponível em: <<https://portal.fgv.br/noticias/pandemia-acelerou-processo-transformacao-digital-empresas-brasil-revela-pesquisa>>. Acesso em: 28 mar. 2023.

Pandemia de coronavírus antecipa tendências de consumo - 20/06/2020 - Mpme - Folha. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2020/06/pandemia-de-coronavirus-antecipa-tendencias-de-consumo.shtml>>. Acesso em: 6 mar. 2023.

PASSO NETO, J. C. DOS; MATTAR, J. **Impactos da pandemia da Covid-19 na comunicação interna das empresas: revisão de literatura.** *Research, Society and Development*, v. 11, n. 13, 2022. Acesso em: 28 abr. 2023.

PAULO, A.-A. C. DE S. **Consumidores: quais comportamentos permanecerão no pós-pandemia? | ACSP - Associação Comercial de São Paulo.** Disponível em: <<https://acsp.com.br/publicacao/s/consumidores-quais-comportamentos-permanecerao-no-pos-pandemia>>. Acesso em: 28 abr. 2023.

PELIÇÃO, T. **O uso das tecnologias digitais da informação e comunicação em atividades físicas remotas durante a pandemia de covid-19: uma revisão sistemática.** Bauru, 2022. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/217244/peli%C3%A7%C3%A3o_t_tcc_bauru.pdf?sequence=4>. Acesso em: 21 nov. 2023.

Pesquisa revela aumento de pedidos de comida por app durante pandemia. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-12/pesquisa-revela-aumento-de-pedidos-de-comida-por-app-durante-pandemia>>. Acesso em: 28 mar. 2023.

PULSO Empresa | IBGE. Disponível em: <<https://covid19.ibge.gov.br/pulso-empresa/>>. Acesso em: 06 de Abril de 2023

PUREZA, Benedita Machado. **Desafios, oportunidades e aprendizados trazidos pela pandemia no âmbito familiar, trabalho, pessoal e relação com próximo: relatos de moradores da cidade de Macapá.** *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*. Ano. 07, Ed. 02, Vol. 06, pp. 54-72. Fevereiro de 2022. Disponível em: <<https://www.nucleodoconhecimento.com.br/educacao/oportunidades-e-aprendizados>>. Acesso em: 28 abr. 2023.

ROSA, A. **O processo de ARH e de recrutamento e seleção no contexto da pandemia covid-19: uma análise à luz de relatórios de pesquisa sobre os impactos na ARH de Empresas no Brasil.** Florianópolis, 2022 Disponível em:

<<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/233561/TCC%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 6 apr. 2023.

SANTOS, E.; **Diagnóstico Clínico E Laboratorial Do Covid-19 No Brasil: Aspectos Clínicos, Sorológicos E Moleculares**. Brasília, 2020. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/15047/1/TCC%20EDSON%20COVID.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2023.

SILVA, A.; SARAMAGO, G.; ALVES, L. **A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos**. Disponível em: <[https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336/1441#:~:text=S egundo%20Macedo%20\(1994%2C%20p.>](https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336/1441#:~:text=S egundo%20Macedo%20(1994%2C%20p.>)>. Acesso em: 25 mar. 2023.

SOUSA, M.; NETO, F.; VASCONCELOS, F.; AZEREDO, F. **O Impacto do Covid-19 no Ciclo de Vida das Empresas do Setor de Consumo Cíclico Listadas na B3**. Disponível em: <<https://congressosp.fipecafi.org/anais/21UspInternational/ArtigosDownload/3512.pdf>>. Acesso em: 6 dez. 2023.

SEBRAE. **Boletim impacto do novo coronavírus nos negócios**. Nov. de 2020. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SC/Not%C3%ADcias/Bol etim%20Impacto%20Coronavirus%20-%20Novembro%202020%20-%20%20Final.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2023.

SECIUK, C. **Guia definitivo do mercado de trabalho no pós-pandemia**. Disponível em: <https://multimidia.gazetadopovo.com.br/media/info/2021/202106/trabalho-pos-corona/01-E-book_mercado_de_trabalho.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2023.

Um ano em um mês: relembre 12 fatos que aconteceram em janeiro de 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/globonews/noticia/2020/01/31/um-ano-em-um-mes-relembre-12-fatos-que-aconteceram-em-janeiro-de-2020.ghtml>>. Acesso em: 12 Fev. 2023.

VELOSO, F. **O impacto da pandemia no mercado de trabalho**. FVG IBRE
Disponível em: <<https://blogdoibre.fgv.br/posts/o-impacto-da-pandemia-no-mercado-de-trabalho>>. Acesso em: 21 mar. 2023.

VASCONCELOS, G. **Pandemia já provocou perdas de R\$ 124,7 bilhões ao varejo**;
Revista CNC, 2020. Disponível em:
<<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2020/05/13/pandemia-ja-provocou-perdas-de-r-124-bilhoes-ao-varejo-segundo-a-cnc.ghtml>>. Acesso em: 15 abr. 2023.

WESTPHAL, **O PROCESSO DE ARH E DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO NO CONTEXTO DA PANDEMIA COVID-19: uma análise à luz de relatórios de pesquisa sobre os impactos na ARH de Empresas no Brasil**, Florianópolis, 2022.
Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/233561/TCC%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 25 mar. 2023.

ZAHRA, Nasser. **Os impactos da pandemia na atividade empresarial Curitiba - Centro universitário Curitiba**, Curitiba, 2022. Disponível em:
<<https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/25346/1/TCC2%20Aluno%20Nasser%20Zahra%20Orientadora%20Vivian%20Amaro.pdf>>. Acesso em: 14 mar. 2023.