

O PERÍODO PANDÊMICO E SUA INFLUÊNCIA NO MERCADO BRASILEIRO

Sayara Costa de Jesus¹
Vinicius Freitas da Silva²
Sandra Helena da Silva Santis³

RESUMO: A pandemia teve um impacto profundo nas empresas devido a medidas de isolamento e fechamento de atividades. O objetivo é pesquisar a influência do período pandêmico, a fim de retratar o impacto no mercado. Identificando as tomadas de decisões em gestões de crise. A pesquisa também examina como as empresas enfrentaram esses desafios, visando evitar o fechamento. Os resultados mostram que a pandemia mudou o padrão de demanda, aumentou a instabilidade de preços e afetou os prazos de entrega. Muitas empresas tiveram que se adaptar e inovar.

Palavras-chave: Pandemia. Empreendedorismo. COVID-19.

ABSTRACT: The pandemic had a profound impact on companies due to isolation measures and business closures. The objective is to research the influence of the pandemic period, in order to portray the impact on the market. Identifying decision-making in crisis management. The research also examines how companies faced these challenges in order to avoid closure. The results show that the pandemic changed the demand pattern, increased price instability and affected delivery times. Many companies have had to adapt and innovate. 6712

Keywords: Pandemic. Entrepreneurship. COVID-19.

1. INTRODUÇÃO

Em razão da pandemia muitas empresas tiveram os seus negócios afetados. No Brasil, devido a algumas leis que obrigavam o isolamento social e o fechamento de algumas atividades empresariais, como exemplo a lei 13.979/20: “O documento prevê medidas de isolamento para a separação de pessoas sintomáticas ou assintomáticas, em investigação clínica laboratorial”. Por conta disso muitas produções se encontraram fragilizadas, assim a produção e venda caíram, como é dito em “A partir da redução de circulação de pessoas de uma forma geral, é esperado uma redução no nível de receitas das empresas.” (Ewerthon Alex, 2020). Observando esse fato, a

¹ Tecnólogo em Gestão da Produção Industrial, Faculdade de Tecnologia de Ferraz de Vasconcelos.

² Tecnólogo em Gestão da Produção Industrial, Faculdade de Tecnologia de Ferraz de Vasconcelos.

³ Professora, Mestrado em Ciências-Materiais e Processos, Faculdade de Tecnologia Ferraz de Vasconcelos.

pesquisa aborda a influência que a pandemia teve no mercado brasileiro. De acordo com o site do governo, “O Brasil registrou 3.838.063 novas empresas abertas e o fechamento de 1.695.763 empreendimentos em 2022. “(www.gov.br, 2022).

Observa-se que apesar disso o número de empresas abertas aumentou comparado a anos anteriores, “Na abertura de empresas, houve retração de 4,8% sobre 2021, mas aumento de 14,1% em comparação com 2020.” (www.gov.br, 2022). Esse aumento se tornou capaz devido a necessidade de empreender que o brasileiro teve durante a pandemia. Muitos empreendedores viram na internet uma oportunidade de inovarem e continuarem com os negócios abertos.

O objetivo da pesquisa consiste em observar o período pandêmico, o impacto perante o mercado e sua ligação com o crescimento e fechamento dessas empresas. Essa pesquisa pode ser útil por se tratar de um assunto global.

O texto enfatiza a importância da metodologia na pesquisa e descreve uma abordagem qualitativa exploratória por meio de um formulário online direcionado a gestores de empresas brasileiras. O questionário foi realizado em julho de 2023, obtendo 18 respostas de diferentes setores.

Em relação aos resultados e discussões, são apresentados três gráficos que analisam o comportamento das empresas durante o período, apresentando a relação entre demanda, prazo de entrega e oscilação dos preços, antes, durante e após a pandemia. Destacando a necessidade de adaptação das empresas diante das mudanças provocadas pela pandemia.

Conclui-se que a pandemia teve um impacto significativo na dinâmica da procura, dos preços e da entrega, destacando a necessidade de estratégias flexíveis e resilientes para o ambiente pós-pandemia.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A COVID-19 impactou todos os aspectos dos negócios e teve um impacto inevitável nas organizações. O impacto perturbou a gestão de inventários, a produção, as vendas de produtos, aumentou a incerteza, aumentou os custos e provocou perturbações diretas nas cadeias de abastecimento. Uma vez que a disponibilidade de insumos e matérias-primas também foi afetada.

Muitas organizações tiveram que se adaptar para se destacar nessa situação, buscando estratégias e ferramentas para se tornarem flexíveis e ágeis durante essas mudanças, uma citação que fala sobre isso:

A partir do segundo trimestre de 2014, o produto interno bruto (PIB) brasileiro passou por onze trimestres consecutivos de crescimento negativo, atingindo seu menor valor no quarto trimestre de 2015, uma queda de 5,5%, e apenas no começo de 2017 passou novamente a apresentar alguma expansão. Em fevereiro de 2020, os primeiros casos do novo coronavírus foram detectados no Brasil e, em março, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o quadro de pandemia. ” (Corseuil et al, 2022, p.23).

A pandemia provocou uma divisão significativa na economia global e exigiu adaptação imediata das empresas. Diante de desafios como a volatilidade dos mercados e interrupções na cadeia de suprimentos, as organizações buscaram estratégias para se manterem competitivas, evidenciando a necessidade de resiliência empresarial em tempos de crise.

Isso está diretamente ligado a alguns impactos ligados ao vírus, em comparação aos anos anteriores, o ano de 2020 registrou uma queda significativa como é dito em:

As reduções da participação dos investimentos e do consumo intermediário na demanda total podem sinalizar uma perda da capacidade produtiva brasileira, que se ampliou com a chegada da pandemia de Covid-19. No primeiro semestre de 2020, pela primeira vez, a representatividade conjunta desses dois agregados foi menor que 50%, conforme apresentado no gráfico. (TRECE, 2020).

6714

Esse impacto foi profundo na economia, resultando em quedas significativas nos indicadores econômicos, como o PIB, inclusive exacerbando os problemas fiscais no Brasil. Diante desses desafios, as organizações tiveram que buscar resiliência e estratégias ágeis para se adaptar e se manterem competitivas, destacando a importância da adaptação empresarial em tempos de crise.

Embora o isolamento social tenha se iniciado no país em meados de março, afetando, portanto, diretamente apenas quinze dias do primeiro trimestre do ano, esse curto período de tempo já foi suficiente para que o PIB desse trimestre se reduzisse em 1,5%, de acordo com as Contas Nacionais Trimestrais (CNT) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (TRECE, 2020).

A chegada da pandemia ao Brasil não apenas desencadeou uma profunda crise econômica, mas também acelerou um processo de modificação na composição dos agregados macroeconômicos do país. Esta alteração na estrutura da demanda pode indicar desafios adicionais à capacidade produtiva do Brasil, que se ampliaram com os impactos da COVID-19. Como é visto no gráfico abaixo (Gráfico 1).

Gráfico 1: Participação conjunta do consumo intermediário e dos investimentos na demanda total da economia brasileira.



Fonte: TRECE, Juliana. PANDEMIA DE COVID-19 NO BRASIL: PRIMEIROS IMPACTOS SOBRE AGREGADOS MACROECONÔMICOS E COMÉRCIO EXTERIOR, 2020.

A economia brasileira já enfrentava os desafios devido a redução dos agregados produtivos na estrutura econômica. Em 2020, estas fragilidades aprofundaram-se, sugerindo que os efeitos negativos da pandemia podem persistir, acelerando as mudanças na estrutura econômica do país e expondo as suas fragilidades.

A relação dos preços neste período pode ter sido influenciada devido à queda e fechamento da economia nacional, fazendo com que as pessoas comprassem menos, afetando a estabilidade dos preços e da demanda por eles. "O aumento do endividamento das famílias, as dificuldades no mercado de trabalho, a pressão nos preços dos produtos e a incerteza não favorecem o cenário para o consumo." (Bittencourt; Tobler; Junior, 2021).

Uma análise da economia brasileira nesse período mostrou que essas atividades foram aprofundadas por uma redução na participação dos agregados produtivos. Além disso, a relação entre preços e procura teve um impacto significativo, refletindo a incerteza econômica e o adiamento das compras pelos consumidores.

Nesse sentido compreender o papel do empreendedorismo brasileiro durante a pandemia e seu impacto na produção vendas de produtos e gestão de estoques torna-se uma questão importante porque permite analisar como os empresários brasileiros têm enfrentado os desafios impostos pela crise sanitária e econômica e como tentaram se adaptar às novas exigências do mercado.

Outro assunto importante que demonstrou um impacto significativo foram as relações de prazos de entregas que tiveram um efeito direto na confiabilidade e segurança do consumidor ou do cliente.

2.1 PRAZOS DE ENTREGA

Algumas empresas não puderam calcular de forma exata o tempo de entrega das mercadorias e por isso eram repassados tempos médios para seus clientes.

Outras empresas não puderam calcular com exatidão suas entregas devido a oscilação dos clientes, como é dito por (Osório, Kaique e Col, p9, 2021) “Ao se comparar alguns desafios enfrentados pela transportadora antes e durante a pandemia, observa-se uma tenuidade em relação ao cancelamento de entregas por parte dos clientes e atrasos em entregas pela falta de funcionários atestados por causa da pandemia. ”

6716

Ainda assim, o período pandêmico aumentou a demanda por compras via internet e e-commerce, foi onde as transportadoras precisaram se adequar ao aumento e atender todas as entregas de forma satisfatória, como citado em “Isso demonstra que as exigências dos consumidores estão sendo atendidas e/ou reforça o fato que as transportadoras melhoraram suas operações para atender sua crescente demanda de entregas durante a pandemia. ” (Osório, Kaique Col, p9, 2021).

Demonstrando como não só as empresas que possuem logística integrada ou não tiveram que se adaptar, como também empresas de transporte precisam se organizar melhor para atender a população nesse período.

As oscilações dos preços possuem a mesma importância em relação a confiabilidade e segurança do consumidor, estudar sobre essa oscilação é relevante para se ter uma ideia do impacto nesse setor.

2.2 PREÇOS DOS PRODUTOS

Os preços também foram impactados pela Covid-19 e puderam gerar prejuízos a algumas empresas, como explicado por (Andrej, Slivnik e col. p75, 2021) “Os executivos também relataram rupturas nas cadeias de valor nacionais e internacionais, tais como cancelamentos de contratos, dificuldades de transporte e fábricas fechadas no Brasil e no exterior, com aumento de preços de insumos e matérias-primas.”

Mas não só nas fabricas, mas também é possível relacionar o mercado, o tempo e os preços juntos, como também citado por (Andrej, Slivnik e col. p75, 2021) “ Os problemas logísticos dificultaram ou impossibilitaram a entrega de bens e serviços de fornecedores e clientes, restringindo as operações e aumentando os custos, tais como frete e insumos” Pode se concluir que o impacto atingiu empresas e distribuidoras igualmente.

“No que se tange ao empreendedorismo no contexto atual, é inevitável mencionar que as circunstâncias atuais em meio à pandemia de COVID-19 trouxeram diversas mudanças e desafios para esse mundo empreendedor” (Fagundes, Amanda e col, 2021).

A pandemia da COVID-19 trouxe mudanças significativas na gestão de estoques e no comércio internacional, especialmente em países como o Brasil, que têm uma forte dependência de importações e exportações para a manutenção de sua economia. 6717

3. MATERIAIS E MÉTODO

Materiais e métodos é a forma de se obter informação com o objetivo de gerar explicações sobre o seu assunto. Kauark; Manhães e Medeiros (2010, p.53) afirmam “A metodologia é a explicação minuciosa, detalhada, rigorosa e exata de toda ação desenvolvida no método (caminho) do trabalho de pesquisa.”

Seguindo este conceito a pesquisa irá adotar uma base bibliográfica, que de acordo com Fonseca (2002, p.32) “A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites.” Com uma abordagem qualitativa para levantamento de dados já publicados.

Para atingir os objetivos propostos foi realizado uma pesquisa exploratória com abordagem qualitativa a fim de levantar dados sobre o tema em relação ao público-alvo, que são empresas brasileiras, utilizando como ferramenta um formulário via internet que foi direcionado

diretamente para os gestores/donos das empresas e que responderam de forma direta sem apresentar nenhum dado sensível da sua empresa.

O questionário esteve disponível no período de julho/2023, obteve 18 respostas de organizações de diferentes ramos. Onde 33,4% eram do ramo têxtil vestuário, 27,9% alimentício e bebidas, 22,2 % ramo estética e beleza, 10,9% indústrias no geral e 5,6% meios de pagamento, não foi questionado o número de colaboradores ou porte/tamanho/localização específica da empresa. Dessas organizações 66,7% não exportam e nem importam, 16,7% importam mercadorias ou matérias primas, 5,6% exportam e 11,1% exportam e importam.

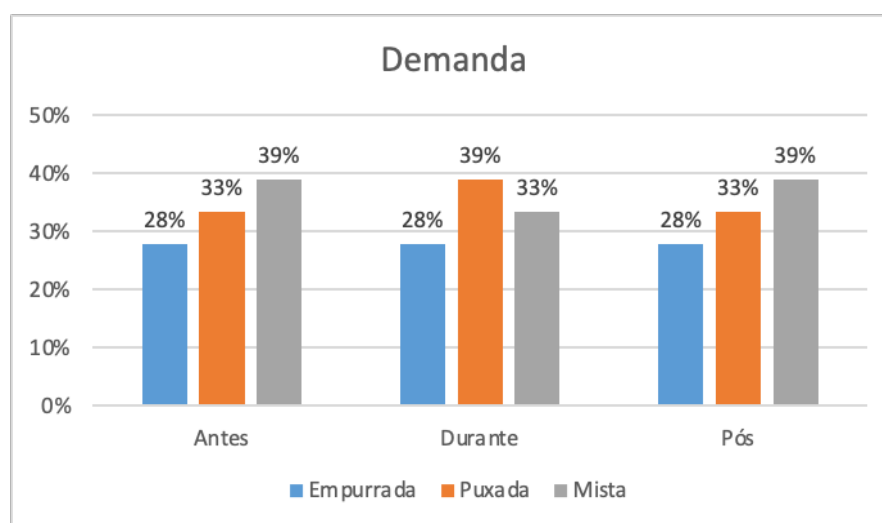
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste item apresenta-se como resultado os gráficos que demonstram a forma que as empresas se portaram no período pandêmico (Gráfico 2) explora a dinâmica da demanda em diferentes momentos: antes, durante e após esse período. Antes, a maioria das pessoas (38,9%) estava envolvida em ambas as modalidades de demanda, ou seja, tanto empurrada quanto puxada.

Enquanto isso, 33,3% operavam exclusivamente com demanda puxada, e 27,8% dedicavam-se exclusivamente à demanda empurrada. No entanto, durante, houve uma mudança perceptível na situação, com 38,9% ainda lidando com ambas as formas de demanda, 33,3% agora concentrados exclusivamente na demanda puxada e 27,8% adaptando-se à demanda empurrada.

6718

Gráfico 2: Relação da demanda antes, durante e pós pandemia.

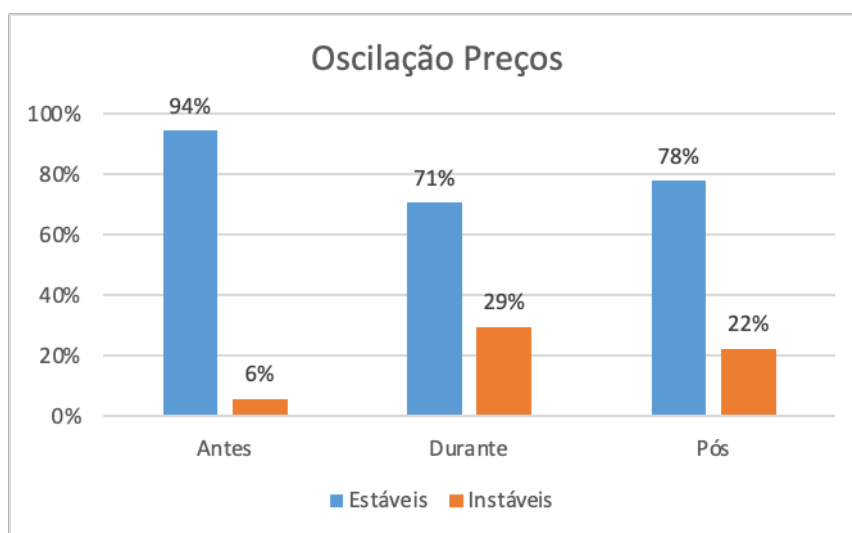


Fonte: Autor, 2023.

A relação da demanda é fundamental para empresas em diversas áreas. Compreender a geração e atendimento da demanda é crucial para otimizar e se adaptar às mudanças de mercado e aprimorar a satisfação do cliente. Cada organização tentou se adaptar da melhor forma.

Já em relação ao gráfico que explica a oscilação dos preços (Gráfico 3), nesta análise, examinamos a percepção da estabilidade de preços em um período que abrange antes, durante e após a pandemia. A estabilidade de preços desempenha um papel fundamental na economia e no cotidiano das pessoas, afetando as decisões de compra e a confiança dos consumidores.

Gráfico 3: Relação da oscilação dos preços antes, durante e pós pandemia.

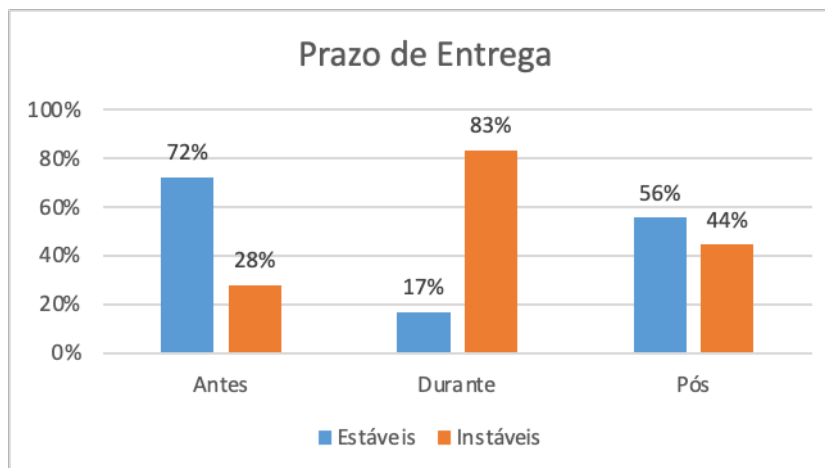


Fonte: Autor, 2023.

Antes da COVID-19, a grande maioria (94,4%) afirmou que os preços eram estáveis e não sofriam oscilações. Durante a situação mudou, com 70,6% relatando oscilações constantes nos preços e apenas 29,4% indicando estabilidade. Após, a maioria (77,8%) afirmou que os preços permaneceram instáveis, enquanto 22,2% disseram que os preços se estabilizaram sem oscilações constantes.

O último gráfico apresentado, sobre a relação dos prazos de entrega (Gráfico 4), neste estudo, investigamos a marcante transformação nas experiências relacionadas aos prazos de entrega, abrangendo os períodos citados. Os prazos de entrega desempenham um papel fundamental tanto na eficácia das operações comerciais quanto na satisfação dos clientes, tornando-se um indicador essencial da estabilidade do ambiente de negócios.

Gráfico 4: Relação do prazo de entrega antes, durante e pós pandemia.



Fonte 1: Autor, 2023.

Antes da pandemia, a maioria dos respondentes (72,2%) descreveu seus prazos de entrega como estáveis, com apenas uma minoria (27,8%) enfrentando oscilações nos prazos. No entanto, à medida que foi impactando profundamente as operações comerciais em todo o mundo, a situação se inverteu significativamente.

6720

Durante esse período, uma impressionante quantidade de 83,3% das empresas relatou lidar com prazos de entrega instáveis, enquanto apenas 16,7% conseguiram manter a estabilidade em suas operações.

O gráfico anterior revela não apenas essa drástica mudança nas experiências durante a pandemia, mas também a persistência das flutuações nos prazos. Após o evento, 55,6% dos participantes indicaram que seus prazos de entrega voltaram a se estabilizar. No entanto, uma parcela considerável (44,4%) ainda continua a enfrentar oscilações e instabilidade em seus prazos de entrega.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após analisar nossa pesquisa, fica evidente que o padrão de demanda predominante antes da pandemia era uma combinação de demanda empurrada e puxada, o que mantinha um certo equilíbrio.

No entanto, durante, houve um aumento da demanda puxada, uma vez que as empresas optaram por manter estoques maiores, aguardando uma recuperação da demanda, que se

encontrava baixa nesse período. Após, a demanda começou a se equilibrar novamente, registrando um aumento gradual.

No que diz respeito aos preços durante o período pandêmico, nossa pesquisa revelou que a maioria dos preços se mantinha estável antes da COVID-19, de acordo com o padrão de compra das empresas. Entretanto, durante essa relação mudou drasticamente e muitos empresários enfrentaram preços instáveis, sujeitos a constantes oscilações. Mesmo após o período, os preços continuaram a apresentar instabilidade, o que agravou o cenário, já que os impactos dos valores ocorreram após o término da pandemia.

Devido ao aumento dos preços e às mudanças constantes no padrão de demanda, os prazos de entrega foram afetados. Anteriormente, esses prazos eram estáveis, com pequenas oscilações, porém, durante a pandemia, tornaram-se totalmente instáveis. Tornou-se desafiador determinar o tempo necessário para a entrega, sem ter uma previsão precisa da demanda ou disponibilidade de matéria-prima.

Conclui-se que a pandemia teve um impacto significativo na dinâmica da demanda, nos preços e nos prazos de entrega das empresas. Esses resultados destacam a necessidade de as 6721 empresas adotarem estratégias flexíveis e resilientes para enfrentar as mudanças no ambiente empresarial no pós-pandemia.

REFERÊNCIAS

Andrej, Slivnik. Impactos da Covid-19 no setor industrial. Cadernos Temáticos, Rio de Janeiro, ADBE, 2021.

BITTENCOURT, Seda Viviane; TOBLER, Rodolpho; JUNIOR, Campelo Aluísio. **O 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#:~:text=Al%C3%A9m%20das%20dificuldades%20de%20demanda,33%2C2%25\)%2C%20principalmente%20nos](https://blogdoibre.fgv.br/posts/impacto-da-pandemia-em-empresas-e-consumidores-parte-2#:~:text=Al%C3%A9m%20das%20dificuldades%20de%20demanda,33%2C2%25)%2C%20principalmente%20nos). Acesso em: 15/05/2023.

EWERTON, ALEX. **Efeitos da pandemia de covid-19 sobre a sustentabilidade econômica-financeira de empresas brasileiras.** Revista Gestão Organizacional UNOCHAPECÓ/UEDESC,. Disponível: <http://dx.doi.org/10.22277/rgo.v14i1.v14>. Acesso em: 04/03/2023.

Fagundes, Amanda e col. **O Impacto da Pandemia do Covid-19 no Empreendedorismo: um estudo acerca da percepção dos Empreendedores do Município de Resende - RJ.** Revista Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Resende - RJ, 2021.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

Osório Kaique. **A INFLUÊNCIA DA PANDEMIA DA COVID-19 NO SISTEMA DE DISTRIBUIÇÃO DE MERCADORIAS DO E-COMMERCE: UM ESTUDO DE CASOS MÚLTIPLOS**. Congresso de Pesquisa e Ensino em Transporte da ANPET, Itajubá, 35 ed, 2021.

TRECE, Juliana. **Pandemia de covid-19 no Brasil: Primeiros impactos sobre agregados macroeconômicos e comércio exterior**. Boletim de Economia e Política internacional