



Universidade de Brasília (UnB)

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas  
Públicas (FACE)

Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais (CCA)

Douglas Alves Santiago

**OS IMPACTOS ECONÔMICOS DO SURTO DE CORONAVÍRUS (COVID-19)  
NA ECONOMIA BRASILEIRA**

Brasília - DF

2022

**Douglas Alves Santiago**

**OS IMPACTOS ECONÔMICOS DO SURTO DE CORONAVÍRUS (COVID-19)  
NA ECONOMIA BRASILEIRA**

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo) apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

**Orientador Prof. Dr. Alex Laquis Resende**

Brasília - DF

2022

Professora Doutora Márcia Abrahão Moura  
**Reitora da Universidade de Brasília**

Professor Doutor Enrique Huelva Unternbäumen  
**Vice-reitor da Universidade de Brasília**

Professor Doutor Diêgo Madureira de Oliveira,  
**Decano de Ensino de Graduação**

Professor Doutor José Márcio Carvalho  
**Diretor da Faculdade Economia, Administração e Contabilidade**

Professor Doutor Sérgio Ricardo Miranda Nazaré  
**Chefe do Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais**

Professora Doutora Fernanda Fernandes Rodrigues  
**Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis - Diurno**

Professor Doutor Wagner Rodrigues dos Santos  
**Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis – Noturno**

**Douglas Alves Santiago**

**OS IMPACTOS ECONÔMICOS DO SURTO DE CORONAVÍRUS (COVID-19)  
NA ECONOMIA BRASILEIRA**

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo) apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Aprovado em 28 de setembro de 2022

---

Prof. Dr. Alex Laquis Resende

Orientador

Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais

---

Prof. M.e Elivânio Geraldo de Andrade,

Examinador

Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais

Brasília - DF

2022

## **OS IMPACTOS ECONÔMICOS DO SURTO DE CORONAVÍRUS (COVID-19) NA ECONOMIA BRASILEIRA**

### **RESUMO**

O objetivo deste trabalho é apresentar um breve estudo sobre uma das principais mudanças ocorridas na economia brasileira, desde o início da crise ocasionada pela pandemia de Covid-19 até o presente momento, no ano de 2022. destacando as peculiaridades da pandemia; além de alguns momentos mais chocantes que acontecer na economia brasileira desde o início dessa epidemia que ocorreu na cidade-estado de Wuhan; e algumas mudanças que essa doença altamente contagiosa tem causado nos indicadores econômicos de desemprego, inflação e produto interno bruto (PIB). Trata-se de um estudo bibliográfico com análise qualitativo-quantitativa, descritiva e exploratória. Muitas mudanças ocorrerem na economia brasileira, tanto em termos do PIB, do índice nacional amplo de preços ao consumidor (IPCA) quanto da taxa de desemprego, especialmente em setores como serviços, eventos, mercado digital, turismo e aéreo, transporte e indústria. Por fim, concluiu-se que as mudanças ocasionadas pela pandemia permanecerão durante um período e que as oportunidades para melhora da economia se darão com as novas oportunidades que estão surgindo em virtude do contexto econômico atual.

**Palavras-chave:** Economia. Covid-19. Pandemia.

## 1. INTRODUÇÃO

A pandemia de Covid-19 criou incerteza global sobre a economia, levantou inquietações e gerou impacto na vida de empreendedores e investidores (FGV IBRE, 2021). O impacto da Pandemia em diversos setores da economia do país não foi apenas negativo, mas também teve efeito positivo em algumas áreas de atuação da economia Brasileira. (PAIVA; PAIVA, 2021)

O novo coronavírus deixou milhares de pessoas mortas e deixou sua marca na história da humanidade ao afetar severamente a economia de vários países. Em nenhuma das crises sanitárias do século o Estado exigiu uma injeção tão grande de recursos financeiros para reduzir os problemas econômicos. Mas, mesmo assim, várias empresas sucumbiram e outras acabaram se adaptando e sobrevivendo a esse cenário de pandemia sem precedentes. (PAIVA; PAIVA, 2021)

Para tanto, a realização da pesquisa proposta visa destacar uma das principais mudanças ocorridas na economia brasileira, desde o início da crise causada pela pandemia de Covid-19 até o momento atual, em 2022. Para isso, foram avaliados os setores de serviços, turismo e transporte aéreo, mercado digital e atividades artísticas, criativos ou de entretenimento.

Foi produzida uma fundamentação teórica, destacando as particularidades da pandemia; os momentos mais significantes ocorridos na economia brasileira desde o início dessa epidemia que ocorreu na cidade de Wuhan; e as alterações que esta doença altamente contagiosa tem causado nos indicadores econômicos de desemprego, inflação e produto Interno Bruto (PIB).

Os resultados obtidos com esta pesquisa podem ser destinados a beneficiar desde um pequeno empreendedor que inicia uma startup até um investidor de grandes empresas listadas na bolsa de valores.

## 2. REVISÃO DE LITERATURA

A economia brasileira não cresceu satisfatoriamente em 2020, e os indicadores no país apontavam que o ano de 2020 seria melhor que 2019 desde a adoção da reforma previdenciária e a perspectiva reforma da administrativa, além dos reflexos do debate sobre a reforma tributária nesse período. No entanto, as reformas visavam a redução da dívida pública. O que acabou mudando com o surto de COVID-19 no país (GULLO, 2020).

Uma pandemia surgiu em 31 de dezembro de 2019 e iniciou a descoberta sobre a Covid-19 com o primeiro caso confirmado na China. A doença se disseminou rapidamente para diferentes partes do mundo. No Brasil, o primeiro caso foi constatado em 25 de fevereiro de 2020. (WU et al., 2020).

Já em 11 de março do mesmo ano, a organização Mundial da saúde (OMS), qualificou o cenário como uma pandemia global, pedindo aos países que adotem soluções de mitigação para controlar essa situação (OAPS, 2020). Por causa das soluções utilizadas consequentemente a crise econômica no Brasil. (NICOLA et al., 2020)

Portanto, com o cenário da mudança econômica, as incertezas, crises, bem como as mudanças sociais, tecnológicas e políticas muitas organizações foram obrigadas a se adaptarem rapidamente. Diante dessa condição, um dos maiores problemas para as empresas foi a gestão do espaço, já que não havia consenso sobre as diferentes dimensões das incertezas diante desse vírus. (SHARMA et al., 2020)

Assim, diante dessa adaptação das empresas durante a pandemia, coube às empresas desenvolver estratégias para enfrentar as crises econômicas ocorridas em diferentes setores da economia brasileira. (WECKER et al., 2021)

O ano de 2020 iniciou com uma grande incerteza. Todos tinham metas, ideias e projetos para implementar, que estavam sendo nutridos pelas crises políticas, econômicas e sociais afetadas pela pandemia, que não só o Brasil, mas também muitos países do mundo vivenciaram. A maioria das organizações empresariais tiveram que deixar de lado seus planos para 2020 e se adaptar à crise da pandemia com estratégias de emergência. Em 2019 o setor de serviços representou 74% do PIB do país isso mostra a importância da economia. (SILVA, 2021)

De acordo com Gomes (2022, p.1), o setor de serviços se comportou da seguinte forma na pandemia:

[...] em quatro momentos: março a maio de 2020 foi de queda acentuada, acumulando perda de 17%; de junho a novembro de 2020 foi de rápida recuperação, com o setor acumulando ganho de 15,6%; já de dezembro de 2020 a agosto de 2021 houve uma desaceleração, mas ainda com crescimento acumulado de 9,7%; e de setembro de 2021 a fevereiro de 2022 o setor mostrou acomodação, variando 0,1% no período.

Conforme diz Abdala (2022, p. 1), de acordo com fundamentação em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, a quantidade de serviços no país teve um decréscimo de 0,1% no período de dezembro do ano de 2021 em relação ao mês de janeiro do ano de 2022. “A queda veio depois de dois meses em alta, que acumularam ganho de 4,7% para o setor”.

Oo setor de serviços, mesmo com o resultado do mês de janeiro de 2022, apresenta taxa de 7% maior que o mês de fevereiro do ano de 2020. O crescimento do setor obteve 9,5% de alta em relação a janeiro do ano de 2021 e de 12,2% no acumulado de um ano. (*ibid.*, 2022)

Ocorre que, no mês de dezembro de 2021 para janeiro de 2022, três atividades apresentaram redução no volume de serviços: serviços prestados às famílias (-1,4%), comunicação e informação (-4,7%) e outros serviços (-1,1%). De outro lado, dois serviços apresentaram aumento no mês: serviços administrativos, profissionais e complementares (0,6%) e setor de transportes (1,4%). (ABDALA, 2022)

Outros serviços, como o de transporte, aumentaram em 2,0% em fevereiro de 2022, totalizando 14,2% de aumento. Com a alta, os serviços administrativos, profissionais e complementares aumentaram 1,4%, com acúmulo de expansão de 6,8%. Os serviços administrativos e profissionais estão a 3,3% acima do patamar de fevereiro do ano de 2020 (GOMES, 2022).

Em junho, os indicadores de alta frequência mostraram recuperação mais rápida do setor de serviços e desaceleração na produção e na venda de bens. Com o aumento da mobilidade e a superação da pandemia, os serviços prestados às famílias, que foram os mais afetados pela pandemia, já estão se recuperando e devem ser o destaque da atividade neste semestre. Incorporando essas informações, nosso cenário de crescimento do PIB para este ano foi mantido em 5,2%, com



uma composição que reflete a grande heterogeneidade dessa retomada econômica (FGV IBRE, 2021, p. 5).

Em 2022, em um ambiente pós-pandemia em que o Brasil se encontra, a com a atenção está voltada ao desenvolvimento da vacina para impulsionamento econômico há economistas que avaliam amplamente que a vacinação será uma das chaves para a recuperação da economia, após um 2020 que trouxe uma das piores crises globais em décadas. A perspectiva de uma vacina próxima à época foi um dos principais impulsores das bolsas de valores pelo mundo nos últimos meses de 2020, refletindo as expectativas positivas trazidas pela possibilidade de imunização da população (ROUBICEK, 2021, p. 1).

As viagens aéreas permitem que as pessoas se desloquem rapidamente para diferentes partes do mundo. Em uma pandemia, essa situação contribui consideravelmente para a velocidade de propagação do vírus, tendo a capacidade de estimular epidemias em poucas semanas. (NIKOLAOU; DIMITRIOU, 2020)

Como resultado, o mercado de companhias aéreas mostra que seus voos estão caindo de forma irregular e mais lenta. Por exemplo, em janeiro de 2020, o número de passageiros internacionais operados no Brasil diminuiu 8,67% em relação ao mesmo mês de 2019, mas esse número aumentou para 98,15% em abril (ANAC, 2020). Nos voos domésticos, as compras de passagens em março baixaram 34,84% em relação ao mesmo período de 2019. A queda em abril foi de 94,57%. (SUAU-SANCHEZ et al., 2020)

À medida que o turismo é afetado, conforme explica Sheller (2020), as atividades relacionadas ao transporte aéreo se tornam impraticáveis, além dos serviços cancelados, causou uma redução na renda das empresas do setor de turismo e, conseqüentemente, por demissão de funcionários.

Esta situação, que era estimada para durar algumas semanas, já dura mais de dois anos, e o setor aéreo foi um dos setores mais afetados no início da pandemia. (ICAO, 2021)

As duas companhias aéreas de capital aberto na B3, Azul e Gol, tiveram uma receita conjunta de R\$3,93 bilhões no primeiro trimestre deste ano, 43% a menos se comparado ao mesmo período de 2020. A Latam não possui capital aberto na B3,

porém encontra-se hoje em recuperação judicial nos Estados Unidos (KRAMER, 2021 apud MOREIRA; COSTA; KALAOUM, 2022, p. 182).

Mesmo que as empresas aéreas, desde a paralização drástica, tenham intercalado situações de retração e de retomada, “[...] o resultado do ano de 2020 foi de queda de 42% no número de voos ao redor do globo, em comparação ao ano anterior, o que representou, em números absolutos, 17,5 milhões de voos a menos no último ano” (FLIGHTRADAR24, 2021 apud TEIXEIRA, 2022, p. 11).

Alem da queda dos voos, em 2021 houve queda de aproximadamente 34% em número de passageiros transportados em relação à 2019” (ANAC, 2022 apud TEIXEIRA, 2022, p. 14).

Mesmoque em 2021 os países tenham iniciado o processo de imunização de suas populações (OPAS, 2021 apud TEIXEIRA, 2022, p. 12)”, busca-se projetar “[...] a expectativa da retomada do crescimento será apenas para meados de 2024, nos níveis pré-pandemia” (IATA, 2020 apud TEIXEIRA, 2022, p. 12).

No processo de vacinação, vários países, como o Brasil, estão prontos para receber passageiros e assim tentar mitigar a diminuição da receita da área de turismo.

Estima-se que, na maioria dos países a retoma do turismo seja feita internamente, com o auxílio de campanhas promocionais em território nacional, visando dinamizar a economia local, com destaque para as aglomerações familiares e viagens de negócios essenciais. (HALL; SCOTT; GÖSSLING, 2020)

Diversas medidas políticas como proibições de coleta, incentivos à isolamento social e até restrições a países inteiros levaram à cessação de várias atividades econômicas (NIEWIADOMSKI, 2020). Nesse sentido, a demanda por plataformas de conferências online aumentou em média 519% somente em março de 2020, quando o mundo parou, segundo a Decode, empresa de análise do BTG Pactual (2020).

Um estudo realizado pelo serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2020), constatou que entre as várias medidas adotadas para mitigar o impacto negativo da Covid-19, o uso de serviços de vendas e

entregas online encheu as possibilidades como as mais importantes. As estratégias mais utilizadas nesse período ressaltam a crescente participação digital das micro e pequenas empresas.

Em uma pesquisa realizada pela BBC News (2020) informa que a Netflix teve 16 milhões de usuários entre janeiro e abril. Além disso, outra organização empresarial que se adaptou à pandemia é a Disney+, que teve que encerrar as atividades de seus parques temporariamente, o que custou pelo menos US\$ 1,4 bilhão, todavia, sua plataforma online, Disney+, teve um ganho de 55 milhões de novos clientes.

Além disso, os aplicativos de comunicação também obtiveram um bom desenvolvimento durante a pandemia. Por exemplo, o líder de vídeo chamadas Zoom teve quase 131 milhões de downloads em abril. Enquanto o aplicativo *PayPal*, apresentou uma queda acentuada nos lucros, mas quanto às suas ações, houve um aumento isso porque muitas pessoas estão migrando para plataformas de pagamento online, mas não estavam tão dispostas a gastar na situação de pandemia.

Dessa forma, saber como lidar em situações inesperadas como a da pandemia é uma das maiores dificuldades de um gestor dentro de uma empresa e também uma das maiores qualidades deste profissional.

E segundo Fogliatto e Ribeiro (2020), os pequenos negócios estão passando por um amplo processo de readaptação através da adoção das redes sociais para realização de vendas de bens e serviços durante a pandemia da Covid-19.

No que concerne a adaptação de empresas ao “novo normal”, é importante destacar que 7% das micro e pequenas empresas participantes da pesquisa elaborada pelo SEBRAE em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), registraram aumento de vendas mesmo diante deste cenário desafiador imposto pela pandemia da Covid-19.

Segundo o SEBRAE (2020), quanto às estratégias adotadas para a expansão das vendas, constatou-se que 34% passou a realizar vendas online, 23% passou a vender produtos e serviços essenciais, 20% passou a fazer

delivery, 19% vendiam produtos e serviços favorecidos pela pandemia, 11% passou a vender diretamente para o cliente final, 10% mudou o modelo de negócio, 10% mudou a linha de produtos e serviços e 22% adotou outras medidas.

Nesse sentido, nota-se que a introdução digital tem sido importante para este segmento durante esta pandemia, visto que, atualmente, quase 2/3 das pequenas empresas vendem online, seja através de redes sociais, sites, mercados ou aplicativos, e cerca de 15% somente começou a vender online após a pandemia. (SEBRAE, 2020)

A ação de inserção de serviços de vendas online são exemplos de inovação de produto, pois tratam-se de mudanças nos serviços ofertados por estas organizações. (BESSANT; TIDD, 2019)

Gráfico 1 – Índice de desemprego



Fonte: Fonte: IBGE (2021)

O gráfico 1 refere-se aqueles com idade para ingressar no mercado de trabalho e que naquele período não se encontravam empregados, porém tinham disponibilidade para buscar trabalho. Neste processo calculou-se por meio da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD).

Ao analisar o referido gráfico, pode-se observar que, o terceiro trimestre de 2018 até o terceiro trimestre de 2019, os índices de desemprego se

mantiveram na média dos 12,0%. Já no quarto trimestre, período que já se observada o surgimento da pandemia em alguns países, obtiveram uma baixa no índice, alcançando uma taxa de 11,0%. E logo em seguida, o índice cresceu exponencialmente dos 11,0% e chegando a uma taxa de 14,6% no terceiro trimestre de 2020.

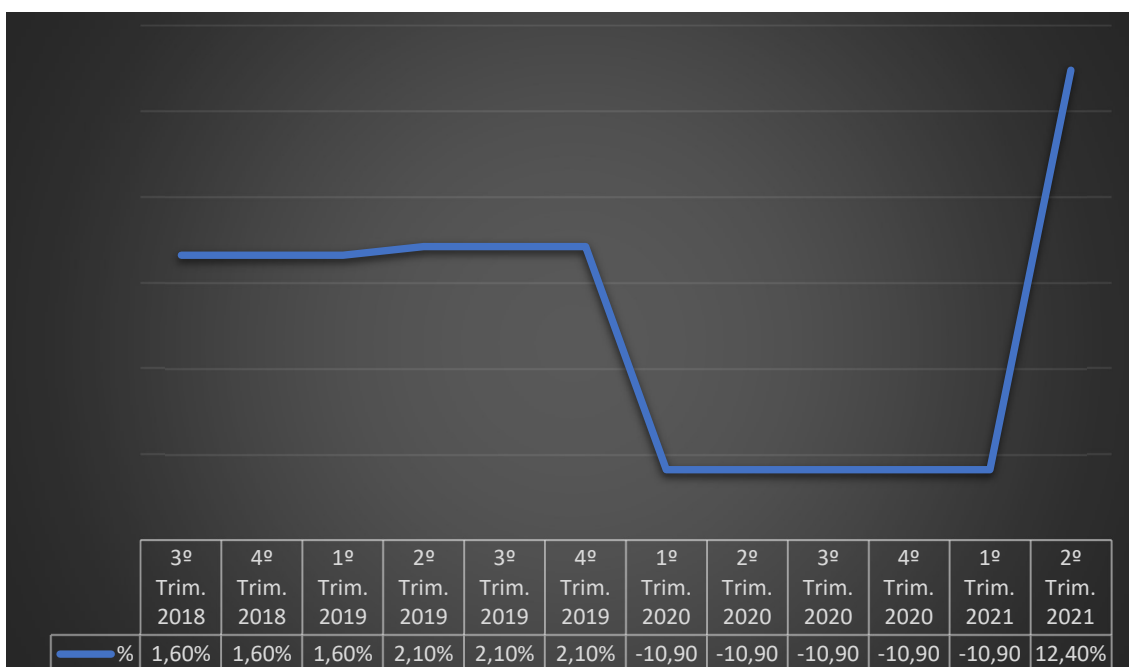
De acordo com o IBGE, de outubro de 2019 a julho de 2020 houve um acréscimo de 3,6% no índice de pessoas desempregadas no país. E somente a partir do quarto trimestre de 2020 até junho de 2021, esse mesmo índice se manteve variando entre 13,9% e 14,7%.

Em 2022, segundo o IBGE, esse índice se encontra em 11,1%. Ocorre que, muitos trabalhadores passaram a realizar suas atividades em home-office, como maneira de se isolar socialmente.

Deste modo, aumentaram de forma significativa as entregas por delivery, as taxas de insucesso de empresas aumentaram expressivamente e os modelos de negócios tiveram que passar por uma revisão em razão do novo coronavírus. (ABUBAKAR, 2020)

A economia, a partir do terceiro trimestre de 2021, pareceu desafogar-se, pois, os resultados do auxílio emergencial, que passou a ser promovido no mês de abril de 2022, atingiu cerca 68 milhões de indivíduos. E tal apoio do governo auxiliou e movimentou de forma significativa a economia, em um período que a incerteza fez com que os indivíduos não estivessem dispostos a gastar. (BARBOSA, 2021)

Gráfico 2 – Índice Nacional de Preços ao Consumidor amplo (IPCA)



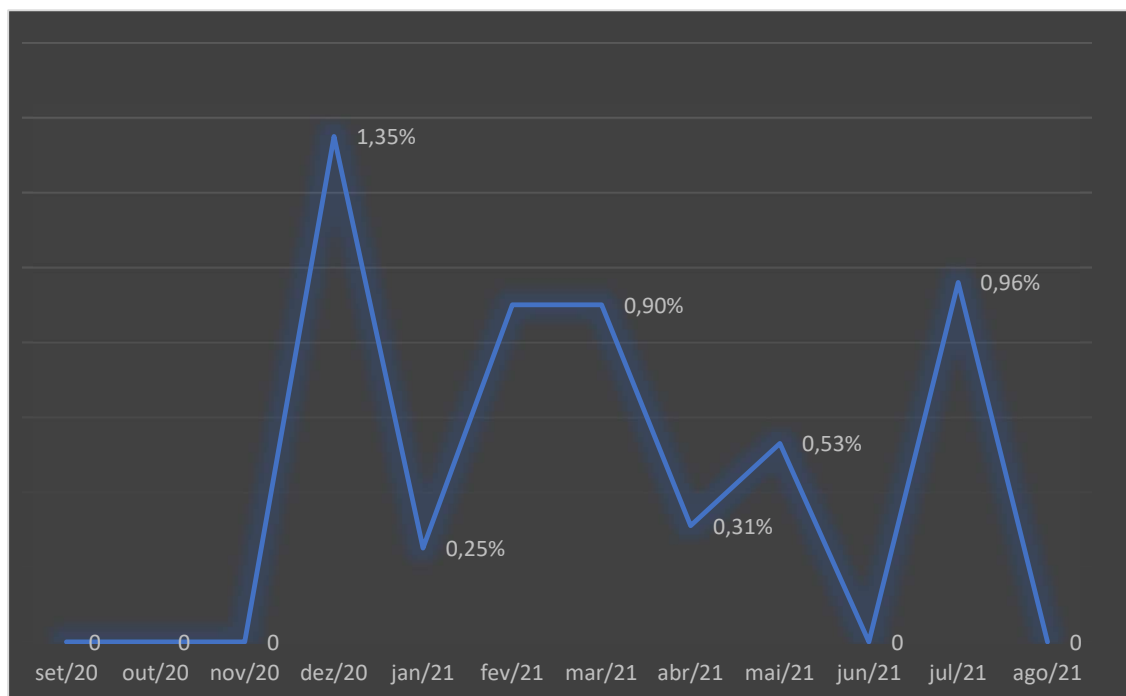
Fonte: IBGE (2021)

O IBGE apresenta dois dos indicadores de valor mais relevantes: o Índice Nacional de preços ao consumidor (INPC), que analisa a variação apenas das famílias que ganham de 1 a 5 salários mínimos; e o Índice Nacional de preços ao comprador Amplo (IPCA), que descreve a variação do custo médio de vida das famílias com renda mensal entre 1 e 40 salários mínimos.

Analisando o gráfico acima, é possível destacar alguns dos pontos mais importantes. Em dezembro de 2020, a inflação subiu acentuadamente para 1,35%. Um pouco depois em janeiro de 2021, caiu para 0,25%. Fevereiro de 2021 e março de 2021 permaneceram estáveis em média de 0,90%. Em abril de 2021 voltou a tombar, atingindo 0,31%. De maio de 2021 a julho de 2021 será instável entre 0,53% e 0,96%. Atualmente, segundo o IBGE, esse número está em 1,06%.

Sendo assim, “[...] o número grande de pessoas em quarentena por causa do vírus tem um lado bom e um lado ruim para o segmento. [...] o lado bom é que as pessoas ficam impossibilitadas de sair e buscam alternativas online para comprar”. Por outro lado, há uma queda na economia, fazendo com que o consumidor fique mais cauteloso ao consumir (SANTOS, 2020, p. 105).

Gráfico 3 – PIB



Fonte: IBGE (2021)

Um dos principais indicadores que ajudam a entender a situação econômica do país é o PIB. “A definição de PIB segundo o BGE é a soma de todos os bens e serviços finais produzidos por um país estado ou cidade, geralmente em um ano. Cada país calcula o PIB em sua própria moeda.” (XAVIER, 2019, p. 37)

Cada país calcula o PIB em sua moeda. PIB e suas flutuações Testado no Sistema de Contabilidade Trimestral (SCNT), ele monitora as mudanças no PIB ao longo do tempo comparando o desempenho trimestral.

Analisando o gráfico 3, percebe-se que do terceiro trimestre de 2018 para o quarto trimestre de 2019, o índice do PIB se manteve estável, com pequena diferença entre 1,6% e 2,1%. No primeiro trimestre de 2020 o PIB começou a cair para -10,9% no segundo trimestre de 2020. Um pouco depois no terceiro trimestre de 2020, o índice começou a subir suavemente. Subiu acentuadamente apenas no segundo trimestre de 2021, onde atingiu 12,4%. Atualmente, segundo o IBGS, esse número é de 1,6%.

A queda do PIB no segundo trimestre de 2020 deveu-se ao volume de serviços. produção industrial em queda e comércio varejista em queda. Em relação à produção agrícola, como é o caso da cana-de-açúcar, milho e soja,

foram equilibradas, mesmo com a redução propagada pelo valor da mercadoria. (SILVA; SILVA, 2020)

### **3. METODOLOGIA**

Para desenvolver este estudo, utilizou-se a pesquisa aplicada e a pesquisa bibliográfica, pois trata-se de uma análise da literatura disponível sobre determinado tema, utilizando periódicos, livros, artigos eletrônicos e impressos, revistas, etc., para reconhecer autores que abordou o seguinte tema. (TRENTINI; PAIM, 1999)

Quanto à abordagem do problema foram realizados estudos qualitativos e quantitativos devido a esse tipo de estudo a “[...] interpreta as informações quantitativas por meio de símbolos numéricos e os dados qualitativos mediante a observação, a interação participativa e a interpretação do discurso dos sujeitos (semântica)” (KNECHTEL, 2014, p. 106).

Tendo em vista os objetivos, esta pesquisa tem caráter exploratório e descritivo. Pois têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema” (GIL, 1991, p. 45). À luz de Malhotra (2001, p. 106), “[...] é um tipo de pesquisa que tem como principal objetivo o fornecimento de critérios sobre a situação problema enfrentada pelo pesquisador e sua compreensão”. Já as pesquisas descritivas têm “[...] como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno” (GIL, 1991, p. 46).

Os bancos de dados utilizados foram SciELO e Google Acadêmico, onde buscou-se palavras chaves como: impacto do Covid-19 na economia; atividades econômicas impactadas com o Covid-19; e a economia do Brasil no pós-Covid19.

O critério de inclusão foi a busca de artigos científicos e periódicos, monografias, livros e periódicos em geral. Por outro lado, foram excluídos os documentos que não correspondiam ao tema proposto. Os setores econômicos afetados e examinados pela Covid-19 foram identificados como uma das principais esferas da economia brasileira que estão diretamente relacionadas às relações restritivas impostas em razão da pandemia, pois é um dos setores mais



afetados, como o de serviços, turismo e aeronáutica, em setores relacionados com o mercado digital criativos ou de entretenimento.

Assim, o presente estudo visa destacar as principais mudanças na economia brasileira devido à crise ocasionada pela pandemia de Covid-19 até março de 2022 por meio de uma revisão bibliográfica com abordagem qualitativa. capacidades exploratórias e descritivas.

#### **4. RESULTADOS**

Com isso em mente, as principais mudanças na economia brasileira desde o início da pandemia foram destacadas nos tópicos acima, relatando as mudanças que essa doença infecciosa causou nos indicadores econômicos do país de desemprego, inflação e PIB.

Como se pode ver, com base nos setores discutidos na pesquisa o setor de serviços foi o mais atingido pela pandemia. Setores como a informação e a comunicação e serviços sofreram durante a pandemia. Por outro lado, duas atividades aumentar, nomeadamente transportes e serviços profissionais, administrativos e complementares.

O setor da indústria e transportes aéreos também tem sido um dos mais afetados, isto porque o Covid-19 é muito contagioso, podendo ser “embarcado” de um país para outro por passageiros contaminados, forçando as companhias aéreas a adaptarem-se. e também cancelar muitos voos. Isso acabou ocasionando uma queda no faturamento das empresas do setor de turismo e, conseqüentemente, demissões. No entanto, com a vacinação em andamento, as companhias aéreas amadureceram e a situação está voltando ao normal no país.

No setor de turismo, também se mostrou um dos mais afetados pela pandemia, com grandes perdas econômicas. Entre as soluções encontradas estão: renegociações de contratos e redução do orçamento.

Além disso, o desemprego variou ao longo da pandemia, onde caiu no início do surto e aumentou a partir do terceiro trimestre de 2020. Isso se deve ao fato de que muitos assalariados que fazem seus trabalhos em casa, assim como muitas empresas, estão optando por tornar seu quadro efetivo em home office

Um grande aliado foi o auxílio emergencial, promovido em abril de 2021, que ajudou a movimentar economicamente o país. Para o IPCA de dezembro de 2020, a inflação aumentou significativamente. Mas logo depois, em janeiro de 2021, declinou, estabilizou e oscilou durante a pandemia, mas agora, segundo o IBGE, esse número está acima de 1,06%.

Quanto ao PIB, teve uma queda no início da pandemia, porém subiu a partir da metade do ano de 2020, disparando somente na metade de 2021. Esta redução deve-se à gama de serviços oferecidos em produção industrial onde houve queda no comércio varejista. Como visto, um dos setores economicamente que mais foi impactado foi a área de serviços, que representa mais da metade do PIB do país, o que contribuiu largamente para esses impactos econômicos.

Outro caso que chegamos envolveu o mercado digital, onde a demanda por plataformas de webconferência aumentou exponencialmente com a pandemia. Fazendo empresas utilizar medidas para mitigar os efeitos negativos da Covid-19, sendo as vendas online e a disponibilização de serviços de entrega as estratégias mais utilizadas durante este período. Então fica claro o quão importante tem sido o insumo digital para esse segmento nesse período de pandemia.

As pessoas começaram a usar diferentes conteúdos em redes sociais e plataformas como WhatsApp, TikTok, Instagram, Youtube. Então, em uma pandemia, a vida na internet se tornou comum. Essa mobilização, que começou como uma aula de arte, estava bastante avançada. Segundo Leskin (2020), de março a abril de 2020 houve um aumento de 70% nas Lives do Instagram.

“Essa modalidade está inserida na cultura da convergência e consiste em um complexo sistema de fluxos de produção e distribuição de conteúdo, marcado, sobretudo, pela natureza multiplataforma e pela interação com o público” (LONGHI; MARTINS, 2017, p. 4).

Em pesquisa da consultoria Kantar, com registros de mais de 25.000 indivíduos em 30 empresas no íterim dos dias 14 e 24 do mês de março, apontou que o WhatsApp, Facebook e Instagram tiveram um aumento de

aproximadamente 40% na época da quarentena no mundo todo (AGRELA, 2020).

Também merece destaque discorrer sobre a rede social que fez sucesso ao longo da pandemia, o TikTok, alcançando 7 milhões de usuários no último levantamento efetivado pela Global WebIndex, colocando o Brasil como o segundo que possui mais tempo nas mídias sociais (A TARDE, 2020).

Ou seja, as denominadas lives torna próxima cada vez mais a pessoa de seus seguidores (COUTO; SILVA, 2017). Ao terem um direto contato virtualmente com os artistas, em eventos que são como shows, “[...] as pessoas são estimuladas a relaxarem, interagirem com seus amigos e desconhecidos (por meio das suas mídias sociais ou através de comentários ou chat do link da transmissão no Youtube) e aproveitarem o momento de diversão” (SOUSA JÚNIOR et al., 2020, p. 79).

Formas alternativas de ganhar dinheiro e manter os negócios vivos é um dos principais fatores que tornaram a vida tão importante neste período epidêmico e uma das formas de frear os números negativos da economia brasileira. Tudo isso destaca o mercado digital, no qual a pesquisa do META – que verificou mais de 600 mil tópicos de conversa no Instagram e Facebook, além de 36 mil sujeitos que utilizam essas plataformas – pesquisou as tendências do futuro das organizações empresariais. no setor de compras. Segundo o estudo, 69% das pequenas e médias empresas (PMEs) do mundo disseram que ferramentas digitais como a vida tiveram um grande impacto positivo em suas iniciativas durante a pandemia. (Estadão Conteúdo, 2022)

## **5. CONCLUSÃO**

As mudanças relacionadas à situação da pandemia permanecerão e isso garante que as soluções sejam achadas por meio das oportunidades que surgem nos contextos aqui apresentados.

Espera-se que este trabalho ajude pessoas e empresas a encontrar inovações e estratégias sempre preparadas para casos como a pandemia de Covid-19. Além disso, por se tratar de uma pesquisa inicial que se limita a um determinado período, é interessante ressaltar que pesquisas futuras poderão

reaproveitar esses dados para verificar o que aconteceu no período pós-atual. Consequentemente, mais estudos são necessários para melhor discutir este tema.

## REFERÊNCIAS

ABDALA, Vitor. **Setor de serviços recua 0,1% em janeiro, diz IBGE**. Diário de Pernambuco, Agencia Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/economia/2022/03/setor-de-servicos-recua0-1-em-janeiro-diz-ibge.html>.

AGÊNCIA BRASÍLIA. **Cenário Econômico no Brasil e no Mundo Pós-Covid-19**. 2021. Disponível em: <https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2021/06/23/cenario-economico-nobrasil-e-no-mundo-pos-covid-19>.

AGRELA, Lucas. Como válvula de escape na quarentena, redes sociais crescem no mundo. **Exame.com**, 2020. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/como-valvula-de-escapena-quarentena-redes-sociais-crescem-no-mundo/>.

**ANAC - Agência Nacional de Aviação Civil**. (2020a). Disponível em: <https://horus.labtrans.ufsc.br/gerencial/#Movimentacao/Desempenho>.

A TARDE. **TikTok é a nova diversão preferida dos brasileiros**. 2020. Disponível em: <https://atarde.uol.com.br/entretenimento/noticias/2126120-tiktok-e-a-nova-diversao-preferidadosbrasileiros#:~:text=O%20Brasil%2C%20que%20possui%20a,de%207%20milh%C3%B5es%20de%20usu%C3%A1rios>.

BARBOSA, Marina. Volta do auxílio emergencial surtirá efeito modesto na economia. **Correio Braziliense - economia**, 2021. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/economia/2021/02/4907875-volta-do-auxilioemergencial-surtira-efeito-modesto-na-economia.html>.

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

British Broadcasting Corporation - BBC. **Coronavírus: os negócios globais que conseguiram crescer durante a pandemia**. 2020 Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52671200>.

BTG Pactual Digital. **Especial Coronavírus**. 2020. Disponível em: <https://lp.btgpactualdigital.com/especial-coronavirus>.

COUTO, Edvaldo Souza. SILVA, Raphaelle Nascimento. Aprendizagens personalizadas na era das conectividades: ler e escrever em telas. In: **Educação no ciberespaço: novas configurações, convergências e conexões**. PORTO, Cristiane; MOREIRA, J. António. (Org.). Aracaju: EDUNIT, 2017.

DUISENBERG, Edna dos Santos. **Cultura e criatividade no Brasil em tempos de COVID19: Solidariedade e vidas**. [s.d.]. Disponível em:

<https://xdocs.com.br/doc/cultura-ecriatividade-no-brasil-em-tempos-de-covid-19-280l4pwxyp8w>.

Estadão Conteúdo. **Lives viram novo normal no marketing digital de empresas**; veja 4 dicas. Marketing, 2022. Disponível em: <https://www.moneytimes.com.br/lives-viram-novonormal-no-marketing-digital-de-empresas-veja-4-dicas-2/>.

FAZENDA ECONOMIA. **Impactos Econômicos da COVID-19**. Secretaria Especial da Política Econômica, Nota Informativa – maio/2020.

FGV IBRE. **Boletim Macro: Piora da Pandemia e os Seus Impactos na Economia**. 2021. Disponível em: <https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2021/06/23/cenario-economico-nobrasil-e-no-mundo-pos-covid-19>.

FGV IBRE. **Desafio para a retomada da economia. Boletim Macro**. n. 122, 2021. Disponível em: <https://portalibre.fgv.br/sites/default/files/2021-08/2021-08-boletimmacro.pdf>.

FOGLIATTO, F.; RIBEIRO, J. **Confiabilidade e manutenção industrial**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo. Atlas. 1991.

GLOBO. **Pesquisa mostra que pandemia do coronavírus afetou 98% do setor de eventos**. 30 de abril de 2020. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Diversaoe-turismo/noticia/2020/04/pesquisa-mostra-que-pandemia-do-coronavirus-afetou-98-dosetor-de-eventos.html>.

GOMES, Irene. **Setor de serviços varia -0,2% em fevereiro, segunda taxa negativa seguida**. Agência IBGE Notícias, Estatísticas Econômicas, 2022. Disponível em: <https://censoagro2017.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/33466setor-de-servicos-varia-0-2-em-fevereiro-segunda-taxa-negativa-seguida>.

Governo do Brasil. **Lei Aldir Blanc de apoio a cultura é regulamentada pelo Governo Federal**. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/cultura-artes-historia-esportes/2020/08/lei-aldir-blanc-de-apoio-a-cultura-e-regulamentada-pelo-governo-federal>.

GULLO, Maria Carolina R. **A Economia na Pandemia Covid-19: Algumas Considerações**. Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade, v. 12 (n. 3 – Especial Covid 19).

HALL, C. M.; SCOTT, D.; GOSSLING S. Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for, **Tourism Geographies**, v. 22, n. 3, p. 577-598, 2020.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Portal do Governo Brasileiro**. 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/pt/inicio.html>.

International Civil Aviation Organization - ICAO. **Coronavírus: impacto na economia**. 2021.

Disponível em:

[https://www.icao.int/sustainability/Documents/COVID19/ICAO\\_Coronavirus\\_Econ\\_Impact.pdf](https://www.icao.int/sustainability/Documents/COVID19/ICAO_Coronavirus_Econ_Impact.pdf).

KNECHTEL, Maria do Rosário. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Curitiba: Intersaberes, 2014.

LESKIN, P. Instagram Live usage jumped 70% last month. A psychologist says it's because 'people are not designed to be isolated.' **Business Insider**, Nova Iorque, 16 abr., 2020. Disponível em:

<https://www.businessinsider.com/instagram-live-70-percent-increasesocialdistancing-psychologist-explains-2020-4>.

LONGHI, Raquel; MARTINS, Elaide. **Narrativas digitais web jornalísticas: transmídia, intermídia e convergência**. In: TRÄSEL, M.; LONGHI, R.; BOTELHO-FRANCISCO, R.; LIMA JR, W.T. *Pensar em Rede –pesquisa aplicada em jornalismo e tecnologias digitais*. Macapá: UNIFAP, 2017.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Medidas Econômicas Voltadas Para a Redução dos Impactos da Covid-19 (Coronavírus)**. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/boletins/covid19/timeline>.

MOREIRA, Leticia Araújo; COSTA, Maria Angélica Maciel; KALAOUM, Fausi. **O Impacto da Pandemia no Turismo: um Estudo de Caso sobre a CVC na Cidade do Rio de Janeiro**. *Ateliê Do Turismo - Campo Grande/MS*, v. 6, n. 1, 178 - 202, 2022.

NICOLA, M. *et al.* The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID19). **A review. Intern. J. Surg.** v. 78, 2020.

NIEWIADOMSKI, P. COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism? **Tourism Geographies**, 2020.

NIKOLAOU, P.; DIMITRIOU, L. Identification of critical airports for controlling global infectious disease outbreaks: Stress-tests focusing in Europe. **J. Air Transp. Manag.** v. 85, 2020. 101819.

<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2020.101819>.

OPAS - Organização Pan-Americana da Saúde. **Folha informativa COVID-19 - Escritório da OPAS e da OMS no Brasil**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19>.

PAIVA, Claudio Cesar de; PAIVA, Suzana Cristina Fernandes de. No Brasil, impacto econômico da pandemia será forte e duradouro. **Jornal da UNESP**, 2021. Disponível em: <https://jornal.unesp.br/2021/07/02/no-brasil-impacto-economico-da-pandemia-sera-forte-eduradouro/>.

ROUBICEK, Marcelo. Por que a vacinação é importante para a retomada da economia. **Jornal Nexo**, 2021. Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2021/01/06/Porque-a-vacinação-é-importante-para-a-retomada-da-economia>.

SANTOS, Walter Rodrigo das Neves; DIB, Alfredo. Inovação do E-commerce Brasileiro na Pandemia. **Econômica – Niterói**, v. 22, n. 1, 2020.

SOUSA JÚNIOR, J. H.; RAASCH, M.; SOARES, J. C.; RIBEIRO, L. V. H. A. S. “Da desinformação ao caos: uma análise das fake news frente à pandemia do coronavírus (COVID-19) no Brasil”. **Cadernos de Prospecção**, v. 13, n. 2, 2020.

SEBRAE. **Coronavírus: O impacto das vendas online**. 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/coronavirus-o-impacto-nasvendasonline,ed84f8e520f71710VgnVCM1000004c00210aRCRD>.

SHARMA, H. B. *et al.* Challenges, opportunities, and innovations for effective solid waste management during and post COVID-19 pandemic. **Resour. Conserv. Recycl**, 2020. doi: 10.1016/j.resconrec.2020.105052.

SHELLER, M. Reconstructing tourism in the Caribbean: connecting pandemic recovery, climate resilience and sustainable tourism through mobility justice. **Journal of Sustainable Tourism**. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1791141>.

SILVA, Fabio da; VASCONCELOS, César Ricardo Maia de; NODARI, Cristine Hermann *et al.* Os Impactos da Pandemia do COVID-19 no Setor de Serviços Brasileiro. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 13, 2021, e516101321522, (CC BY 4.0) | ISSN 25253409 | DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v10i13.21522>.

SILVA, Mygre Lopes da; SILVA, Rodrigo Abbade da. **Economia Brasileira Pré, Durante e Pós-Pandemia do Covid-19: Impactos e Reflexões**. Observatório Socioeconômico da COVID-19, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, 2020.

SILVA, Rosa Jussara Bonfim. **Reflexões Acerca do Trabalho Home Office Ocasionado Pela Pandemia do Covid-19**. Humanidades & Tecnologia (FINOM) - ISSN: 1809-1628. vol. 25- jul/set. 2020.

SILVESTRIM, Eneida Guerra *et al.* Análise das estratégias empresariais no contexto de pós pandemia de COVID-19. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 15, e419101523048, 2021 (CC BY 4.0) | ISSN 2525-3409 | DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v10i15.23048>.



SUAU-SANCHEZ, *et al.* An early assessment of the impact of COVID19 on air transport: just another crisis or the end of aviation as we know it? **Journal of Transport Geography**. 2020. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2020.102749>.

TEIXEIRA, Carlos Guilherme Alves. **O Impacto da Pandemia da Covid-19 nas Viagens Corporativas: Um Estudo com Fornecedores de um Atacadista**. 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/34260/1/ImpactoPandemiaCovid-19.pdf>.

TRENTINI, M.; PAIM, Lygia. **Pesquisa em enfermagem**. Uma modalidade convergenteassistencial. Florianópolis: Editora da UFSC. 1999.

WECKER, Ana Cláudia; FROEHLICH, Cristiane; GONÇALVES, Manuela Albornoz. Capacidades Dinâmicas e Estratégias Para Enfrentamento da Crise Diante da Pandemia Da Covid-19. **RGO - Revista Gestão Organizacional**, Chapecó, v. 14, n. 1, p. 10-32, jan./abr. 2021.

WU, Jian *et al.* 2020. Clinical Characteristics of Imported Cases of COVID-19 in Jiangsu Province: A Multicenter Descriptive Study. **Clinical Infectious Diseases: An Official Publication of the Infectious Diseases Society of America**, February. <https://doi.org/10.1093/cid/ciaa199>.

XAVIER, Guilherme Hostalacio Rodrigues. **PAC e o Investimento Induzido na Economia Brasileira: uma análise dos investimentos do PAC e sua relação com o investimento induzido**, UNI - FACEF Centro Universitário Municipal de Franca, 2019.

YANES, Adriana Figueiredo. **Cerimonial, Protocolo e Etiqueta Em Eventos - Série Eixos**. 1º edição. Ed. Érica. Paraná, 2014.