

## BREVE DISCUSSÃO SOBRE AS PRINCIPAIS MUDANÇAS NA ECONOMIA DO BRASIL NO PERÍODO DE PANDEMIA DA COVID-19

*Bruno Felipe Bianchin<sup>1</sup>  
Antonielle Pagnussat<sup>2</sup>*

### RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar um breve estudo sobre uma das principais mudanças que ocorreram na economia brasileira, desde o início da crise causada pela pandemia do Covid-19 até o presente momento, no ano de 2022. Para isso, foi realizada uma fundamentação teórica, salientando particularidades da pandemia; além de determinados momentos mais impactantes que ocorreram na economia brasileira desde o início desse surto que se deu na cidade de Wuhan; e determinadas alterações que essa doença altamente infecciosa causou nos indicadores econômicos de desemprego, inflação e no Produto Interno Bruto (PIB). Trata-se de um estudo bibliográfico, com análise quali-quantitativa, de caráter descritivo e exploratório. Conclui-se que muitas foram as transformações que ocorreram na economia brasileira, tanto no PIB, como no Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) e no índice de desemprego, principalmente em setores como o de serviços, eventos, mercado digital e do turismo e indústria de transportes aéreos. Espera-se que os resultados obtidos com esta pesquisa possam ser destinados a beneficiar desde um pequeno empresário que está iniciando um *startup* até um investidor de grandes empresas de capital aberto. Nesse sentido, compreendemos que esta pesquisa abrirá espaços para a reflexão em diversas perspectivas, com intuito de ajudar pessoas e empresas a buscarem inovações e estratégias para que estejam sempre preparadas para casos como o da pandemia do Covid-19.

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

### ABSTRACT

The present work aims to present a brief study on one of the main changes that occurred in the Brazilian economy, from the beginning of the crisis caused by the Covid-19 pandemic until the present moment, in the year 2022. theoretical, highlighting particularities of the pandemic; in addition to certain more impactful moments that have occurred in the Brazilian economy since the beginning of this outbreak that took place in the city of Wuhan; and certain changes that this highly infectious disease caused in economic indicators of unemployment, inflation and Gross Domestic Product (GDP). This is a bibliographic study, with a qualitative-quantitative analysis, of a descriptive and exploratory nature. It is concluded that many changes have taken place in the Brazilian economy, both in terms of GDP, the Broad National

<sup>1</sup> Acadêmico do VIII Termo do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade AJES. E-mail: bruno.bianchin.acad@ajes.edu.br

<sup>2</sup> Diretora Acadêmica e Coordenadora dos Cursos de Ciências Contábeis e Administração da AJES - Faculdade do Vale do Juruena. Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade do Estado de Mato Grosso. Pós-Graduada em Finanças, Auditoria e Controladoria pela AJES, Mestra em Ciências Contábeis pela Fucape School. E-mail: antonielle@ajes.edu.br

Consumer Price Index (IPCA) and the unemployment rate, especially in sectors such as services, events, the digital market and the tourism and air transport industry. It is hoped that the results obtained with this research can be intended to benefit from a small entrepreneur who is starting a startup to an investor of large publicly traded companies. In this sense, we understand that this research will open spaces for reflection from different perspectives, with the aim of helping people and companies to seek innovations and strategies so that they are always prepared for cases such as the Covid-19 pandemic.

**Keywords:** Economy. Covid-19. Pandemic.

## 1 INTRODUÇÃO

A pandemia do Covid-19 instaurou uma incerteza mundial ao que se refere à economia, causando grandes preocupações e impactos na vida de empresários e investidores (FGV IBRE, 2021). Os impactos da pandemia nos diversos setores econômicos do país não foram somente negativos, também houve impactos positivos em algumas áreas de atuação na economia brasileira (PAIVA; PAIVA, 2021).

O novo coronavírus tem deixado milhares de pessoas sem vida e tem deixado marcas na historicidade humana, impactando severamente a economia dos países. Em nenhuma das crises sanitárias desse século exigiu tanto do Estado que fosse injetado recursos financeiros em grande escala, com a finalidade de diminuir os agravos econômicos. Porém mesmo assim, diversas foram as empresas que se sucumbiram e outras que acabaram por se adaptar e sobreviver a esse cenário pandêmico sem precedentes (PAIVA; PAIVA, 2021).

Neste intuito, a realização da pesquisa proposta busca evidenciar uma das principais mudanças que ocorreram na economia brasileira, desde o início da crise causada pela pandemia do Covid-19 até o presente momento, no ano de 2022. Para isso, foi pesquisado os setores de serviços, turismo e a indústria de transportes aéreos, mercado digital e atividades artísticas, criativas ou de espetáculos.

Foi realizada uma fundamentação teórica, salientando particularidades da pandemia; os momentos mais impactantes que ocorreram na economia brasileira desde o início desse surto que se deu na cidade de Wuhan; e as alterações que essa doença altamente infecciosa causou nos indicadores econômicos de desemprego, inflação e no Produto Interno Bruto (PIB).

Espera-se que os resultados obtidos com esta pesquisa possam ser destinados para beneficiar desde um pequeno empresário que está iniciando um *startup* até um investidor de grandes empresas de capital aberto. Desse modo, cabe uma pergunta norteadora, qual seja: qual foi o setor mais impactado com a crise pandêmica provocada pelo Covid-19 no Brasil?

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1 O Início Da Pandemia Do Covid-19

A economia brasileira não chegou no ano de 2020 com satisfatório aumento, e no país tinha bons apontadores de que 2020 seria um ano melhor economicamente do que no ano de 2019, posto que se aprovou a reforma da previdência, além de ainda estar em verificação uma

reforma administrativa no período, e onde concomitantemente aconteciam debates quanto a uma reforma tributária. Essas reformas procuravam tornar mínima a dívida pública, contanto, tal quadro acabou mudando com o começo da pandemia Covid-19 no país (GULLO, 2020).

Uma pandemia que originara em 31 de dezembro do ano de 2019, dando-se início às descobertas a respeito do Covid-19, tendo os primeiros casos confirmados na China. Rapidamente, essa enfermidade se propagou por vários locais no mundo. Em território brasileiro, diagnosticou-se o primeiro caso em 25 de fevereiro do ano de 2020 (WU *et al.*, 2020).

A partir de 11 de março do mesmo ano, o diretor-geral Tedros Adhanom Ghebreyesus da Organização Mundial da Saúde (OMS), observou o cenário como pandêmico, pedindo aos países que adotassem soluções mitigadoras para o controle dessa situação (OPAS, 2020). Em razão das soluções adotadas, uma crise na economia brasileira se deu (NICOLA *et al.*, 2020).

Mudanças econômicas, incertezas, crises, transformações sociais, tecnológicas e políticas acabaram fazendo com que muitos empreendimentos fossem obrigados a se adaptarem celeremente. Perante essa condição, uma das maiores problemáticas das empresas foi em terem que lidar com o espaço externo, haja vista não haver um consentimento a respeito das diversas dimensões quanto às incertezas diante desse vírus (SHARMA *et al.*, 2020).

Dessa forma, diante dessa adaptação das empresas em tempos de pandemia, coube a elas desenvolver estratégias para enfrentar a crise econômica que se instaurou, que se deu em diversos setores da economia brasileira (WECKER *et al.*, 2021).

## 2.2 Mudanças Econômicas No País

A pandemia Covid-19 tem sido um grande desafio a se enfrentar, e seu impacto a longo prazo na economia brasileira ainda não foi revelado. Infelizmente, algumas empresas entraram em colapso devido às pressões inesperadas que sofreram, já outras conseguiram se manter diante estratégias (SILVESTRIM *et al.*, 2021). Diante disso, o objetivo dessa seção é relatar algumas das principais mudanças ocorridas na economia brasileira em decorrer da crise causada pela pandemia do Covid-19.

### 2.2.1 SETOR DE SERVIÇOS

Em 2020 o ano começou com incerteza. Todos tinham objetivos, ideias e projetos a desempenhar que acabaram sendo impactados com a pandemia, fomentado pelas crises políticas, econômicas e sociais que passavam não só o Brasil, mas muitos países pelo mundo. A maior parte das organizações empresariais tiveram que deixar de lado seus planejamentos de 2020 em prol da adaptação da crise pandêmica com estratégias emergenciais. Existem evidências que o setor de serviços teve a responsabilidade de injetar 74% do PIB no país no ano de 2019. Portanto, mostra o quão é importante para a economia (SILVA, 2021).

O setor de serviços se comportou da seguinte forma na pandemia, dividindo-se

[...] 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 (GOMES, 2022, p. 1).

Segundo 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”.

O setor de serviços – mesmo com o resultado do mês de janeiro de 2022 – ainda se apresenta com a taxa de 7% a mais que o mês de fevereiro do ano de 2020, isto é, pré-pandemia de coronavírus. Os serviços tiveram 9,5% de alta em relação a janeiro do ano de 2021 e de 12,2% no acumulado de um ano (*ibid.*, 2022).

Porém, no período de dezembro para o mês de 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%). Em contrapartida, dois serviços obtiveram aumento no mês: serviços administrativos, profissionais e complementares (0,6%) e setor de transportes (1,4%) (ABDALA, 2022).

Apresentaram destaque os serviços de transporte, que aumentaram em 2,0% no mês de fevereiro de 2022, totalizando 14,2% de melhora. Com a alta, os serviços administrativos, profissionais e complementares aumentaram 1,4%, sendo efeito de mais um bom resultado sucessivo, com acúmulo de expansão de 6,8%. Para mais, os serviços administrativos e profissionais estão a 3,3% acima do que foi em 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).

Atualmente, em um ambiente pós-pandemia que o Brasil se encontra, a atenção volta-se à vacinação para impulsionar a economia.

Economistas 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, inclusive, 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).

## 2.2.2 TURISMO E A INDÚSTRIA DE TRANSPORTES AÉREOS

As viagens aéreas permitem que as pessoas viagem para diversos locais no globo rapidamente. Na pandemia, essa situação colabora de forma drástica para a velocidade de disseminação do vírus, tendo a capacidade de dar estímulos a surtos em pouquíssimas semanas (NIKOLAOU; DIMITRIOU, 2020).

Por conseguinte, os mercados aéreos apresentaram uma diminuição mais heterogênea e lenta em relação a seus voos (SUAU-SANCHEZ *et al.*, 2020). No mês de janeiro do ano de 2020, por exemplo, os voos internacionais efetivados em território brasileiro tiveram redução de 8,67% na quantidade de passageiros em comparação ao mesmo mês do ano de 2019, e no

mês de abril, o número foi para 98,15% (ANAC, 2020a). Em relação aos voos domésticos, no mês de março as compras de passagens caíram para 34,84% em relação ao mesmo período, no ano de 2019; e no mês de abril, a redução foi de 94,57% (*ibid.*, 2020a).

Com o turismo sendo afetado, como explica Sheller (2020), sendo impossível as atividades ligadas aos deslocamentos aéreos, além dos serviços cancelados, acabaram fazendo com que houvesse uma redução nas receitas de empreendimentos nas áreas do turismo e, logo, na demissão de funcionários.

Essa situação, estimada para durar apenas algumas semanas, já perdura a mais de dois anos, sendo a indústria de transportes aéreos 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, virem intercalando situações de retração e de retomada, “[...] o resultado do ano de 2020 foi de queda de 42% no número de voos, 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).

Já o ano de 2021 “[...] também se mostrou desafiador às empresas de turismo aéreo no Brasil, ainda com uma queda de aproximadamente 34% em número de passageiros transportados em relação à 2019” (ANAC, 2022 *apud* TEIXEIRA, 2022, p. 14).

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

Com a vacinação em andamento, diversos países, como é o caso do Brasil, estão preparados para receber os passageiros – e assim tentarem mitigar o decréscimo nas receitas da área turística.

Estima-se que na maioria dos países, a retomada do turismo ocorrerá internamente, valendo-se de campanhas promocionais no território nacional, visando a estimular a economia local, com destaque para o reencontro de entes queridos e viagens essenciais de negócios (HALL; SCOTT; GÖSSLING, 2020).

### 2.2.3 MERCADO DIGITAL

Nesse setor, medidas domésticas como a proibição de eventos de massa, incentivos ao isolamento social e até mesmo restrições impostas a países inteiros, geraram a suspensão de diversas atividades econômicas (NIEWIADOMSKI, 2020). Nesse sentido, a procura pelas plataformas de web conferências cresceu, em média, 519% apenas em março de 2020, quando o mundo parou, de acordo com a Decode, empresa de data analytics do BTG Pactual (2020).

Pesquisas feitas pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2020), constataram que dentre as diversas medidas realizadas para mitigar os efeitos negativos da Covid-19 nos pequenos negócios, as vendas online e a disponibilização

de serviços de *delivery* foram as estratégias mais utilizadas durante este período, corroborando com o aumento da inserção digital entre as micro e pequenas empresas.

A BBC News (2020) expõe que a Netflix teve ganho de 16 milhões de usuários entre o mês de janeiro e abril. Além disso, outra organização empresarial que se adaptou à pandemia é a Disney, que precisou fazer o fechamento dos seus parques, e isso acabou custando ao menos US\$ 1,4 bilhão, porém, sua plataforma na Internet, Disney+, teve ganho de 55 milhões de clientes.

Para mais, os aplicativos de comunicação também se mostraram com um bom desenvolvimento no contexto pandêmico, como a empresa Zoom, que é líder em videoconferência, a qual obteve cerca de 131 milhões de *downloads* no mês de abril. Quanto ao PayPal, apresentou-se com grande diminuição de lucros, porém referente às suas ações teve um acréscimo; isso acontece em razão de muitos indivíduos migrarem para plataformas on-line de pagamento, porém que não estavam tão dispostas a terem um gasto na situação pandêmica (BBC News, 2020).

Dessa forma, saber como lidar em situações inesperadas como o da pandemia é uma das maiores dificuldades de um gestor dentro de uma empresa e também uma das maiores qualidades deste profissional. 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 o quanto a inserção digital foi importante para este segmento durante este período pandêmico, haja vista que, atualmente, quase 2/3 dos pequenos negócios vendem online, seja por redes sociais, sites, *marketplaces* ou aplicativos, sendo que 15% só passaram a vender por conta da pandemia (SEBRAE, 2020). Além disso, a ação de introdução 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).

#### 2.2.4 ATIVIDADES ARTÍSTICAS, CRIATIVAS OU DE ESPETÁCULOS

Outra área que merece destaque nos impactos da pandemia são as atividades de cunho artístico. Em estudo realizado pelo SEBRAE (2020), revelou que pelo menos 98% do setor de eventos foi afetado pela pandemia de Covid-19. Segundo a Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, o prejuízo econômico dos eventos culturais chegou à R\$ 34 bilhões sobre o PIB do Estado, um dos mais importantes estados (SEBRAE, 2020).

Entre as soluções encontradas para sobreviver neste momento estão renegociações de contratos e fornecedores, economia de custos de insumos e matérias-primas e economia de custos de negócios de energia e água. De acordo com o levantamento (GLOBO, 2020), 54%

das empresas realizaram alguma ação em relação aos trabalhadores terceirizados, onde os principais foram redução de prazos e pagamentos e cancelamento ou suspensão de contratos.

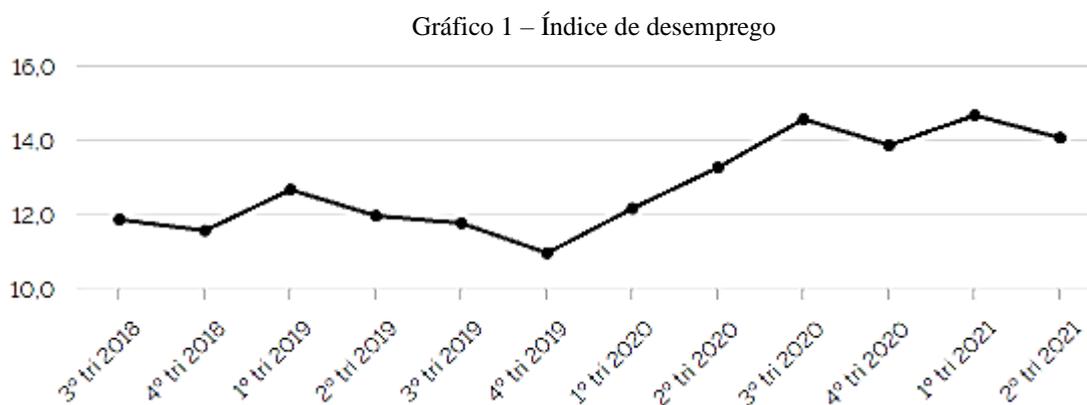
Uma das medidas adotadas para minimizar os prejuízos econômicos causados nesse setor foi a iniciativa de atender ao público através de *lives* nas redes sociais, onde se ganhou notoriedade, pois trouxeram entretenimento para as pessoas em casa, já que shows e eventos foram cancelados. Essa atitude, além de mitigar parte dos impactos, continuou sendo utilizada mesmo após começar a liberar os eventos. Para Adriana Yanes (2014), os eventos híbridos que surgiram com o avanço da tecnologia, são considerados uma forte tendência e poderão se tornar cada vez mais populares.

De uma maneira geral, a pandemia do Covid-19 impôs que os artistas se adaptassem, perdendo o contato com público presencial e ganhando uma nova aliada, a tecnologia, ocasionando rapidamente surgimento das *Lives Solidárias*, que são shows virtuais feitos nas redes sociais pelos artistas e músicos, que se encontram em suas respectivas casas ou espaços culturais. No Brasil, mais de 120 shows on-line arrecadaram R\$17,6 milhões em doações para combater o Covid-19 em comunidades pobres. A mobilização de artistas trouxe inovação e é uma maneira concreta de envolver celebridades e indivíduos em causas sociais (DUISENBERG, [s.d.]).

Ainda como medida mitigadora, o Congresso Nacional aprovou a Lei de Emergência Cultural (Lei Aldir Blanc), permitindo o uso de recursos no valor de R\$ 3 bilhões do Fundo Cultural Federal, para ações emergenciais de apoio ao setor cultural e criativo. Foi destinada renda emergencial mensal por três meses para os profissionais da cultura a fim de parcialmente compensar a perda de ganhos, assim como subsídio mensal para manutenção de espaços artísticos e culturais, que tiveram suas atividades interrompidas devido às medidas de isolamento social. A lei também dispõe sobre editais e aquisição de bens e serviços do setor cultural e atividades de economia criativa e de economia solidária (Governo do Brasil, 2020).

## 2.3 Alterações Nos Indicadores Econômicos

### 2.3.1 ÍNDICE DE DESEMPREGO



Fonte: IBGE (2021).

O desemprego se alude aos indivíduos com idade para trabalhar que não estão trabalhando, porém que têm disponibilidade e buscam trabalhar. Este processo calcula-se através da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua).

Ao analisar o Gráfico 1, observa-se que do terceiro trimestre de 2018 até o terceiro trimestre de 2019, o índice de desemprego se manteve na média dos 12,0%. No quarto trimestre, período onde já se teve início da pandemia em alguns países, teve uma baixa no índice, chegando a uma taxa de 11,0%. Logo em seguida, o índice elevou de maneira significativa, saindo dos 11,0% e chegando a uma taxa de 14,6% no terceiro trimestre de 2020.

Segundo o IBGE, de outubro de 2019 a julho de 2020 teve um acréscimo de 3,6% no número de pessoas desempregadas no país. A partir do quarto trimestre de 2020 até junho de 2021, esse índice se manteve variando entre 13,9% e 14,7%. Atualmente, segundo o IBGE, esse índice se encontra em 11,1%.

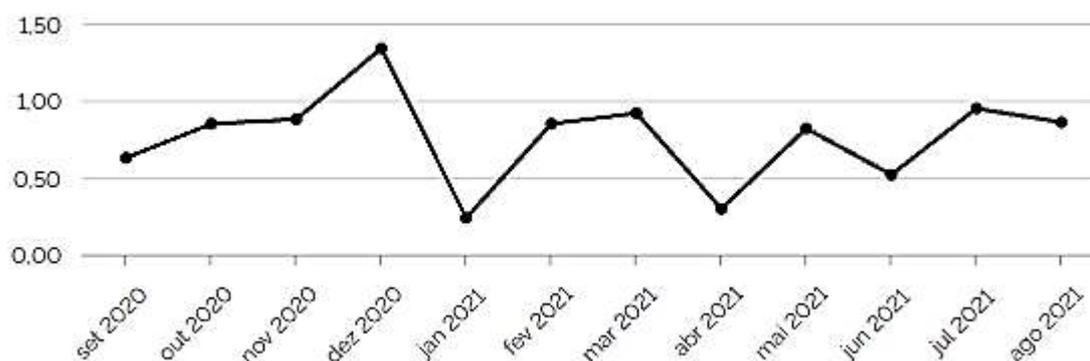
Muitos trabalhadores passaram a fazer suas atividades em home-office, como maneira de se isolar socialmente. Dessa forma, as demandas por entregas domésticas cresceram exponencialmente, as taxas de insucesso de empresas aumentaram expressivamente e os modelos de negócios tiveram que passar por uma revisão em razão do novo coronavírus (ABUBAKAR, 2020).

Com a grande quantidade de casos, foi recomendado – para evitar o contágio – que muitas organizações liberassem seus trabalhadores para fazer o trabalho em casa. Dessa maneira, parte da população conseguiu salvar seus empregos, ou até mesmo aderir a um novo meio de renda (LIZOTE *et al.*, 2021).

A economia, a partir do terceiro trimestre de 2021, passou a dar sinais de melhora, tendo os resultados do auxílio emergencial, que passou a ser promovido no mês de abril de 2022, que atingiu 68 milhões de indivíduos. Tal apoio do governo auxiliou a movimentar economicamente o país numa época na qual se sentia os efeitos do isolamento social, com indivíduos perdendo emprego e outros pouco dispostos a gastar com uma situação de incertezas (BARBOSA, 2021).

### 2.3.2 IPCA - ÍNDICE NACIONAL DE PREÇOS AO CONSUMIDOR AMPLO

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



Fonte: IBGE (2021).

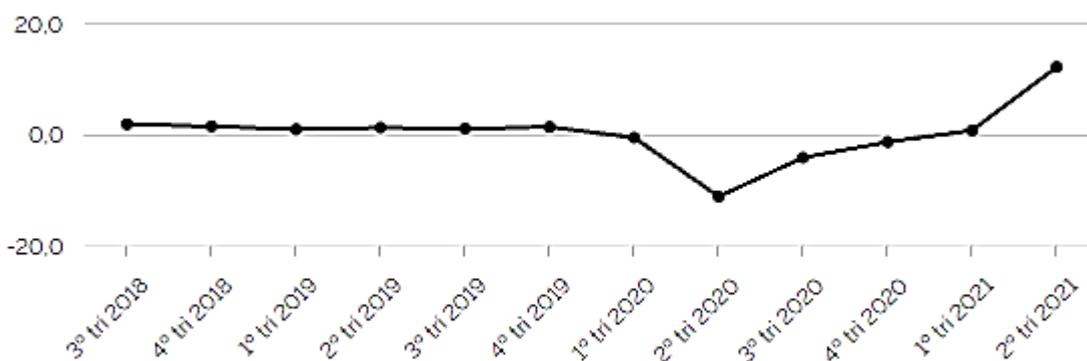
O IBGE apresenta dois dos mais relevantes apontadores de valores: o Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC), o qual analisa a variação somente de famílias que têm de 1 a 5 salários mínimos de renda; e o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), que descreve a variação do custo de vida médio de famílias com renda por mês de 1 e 40 salários mínimos.

Ao realizar a análise do gráfico acima, é possível evidenciar alguns pontos mais importantes. No mês de dezembro de 2020 a inflação teve uma alta significativa, chegando a 1,35%. Logo em seguida, no mês de janeiro de 2021 teve uma queda para 0,25%. Nos meses de fevereiro de 2021 e março de 2021 se manteve estabilizada na média de 0,90%. Já em abril de 2021 voltou a cair, chegando aos 0,31%. De maio de 2021 a julho de 2021 desestabilizou, variando entre 0,53% e 0,96%. Atualmente, segundo o IBGE, esse índice se encontra em 1,06%.

Dessa forma, “[...] 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; DIB, 2020, p. 105).

### 2.3.3 PIB – PRODUTO INTERNO BRUTO

Gráfico 3 – Produto Interno Bruto (PIB)



Fonte: IBGE (2021).

Um dos índices principais que auxiliam no entendimento da situação econômica de um país é através do PIB. “A definição de PIB segundo o IBGE é: PIB é a soma de todos os bens e serviços finais produzidos por um país, estado ou cidade, geralmente em um ano. Todos os países calculam o seu PIB nas suas respectivas moedas” (XAVIER, 2019, p. 37).

Todos os países fazem o cálculo do seu PIB com base em suas respectivas moedas. O PIB e sua variação, conferida através do Sistema de Contas Nacionais Trimestrais (SCNT), confere o avanço do PIB no tempo, fazendo a comparação do seu desempenho trimestralmente.

Ao analisar o Gráfico 3 percebe-se que do terceiro trimestre de 2018 até o quarto trimestre de 2019 o índice do PIB se manteve estável, com uma pequena variação entre 1,6% e 2,1%. Já no primeiro trimestre de 2020 o PIB começou a cair, chegando no segundo trimestre de 2020 à -10,9%. Logo em seguida, no terceiro trimestre de 2020 os índices começam a subir suavemente, disparando somente no segundo trimestre de 2021, onde chegou à 12,4%. Atualmente, segundo o IBGE, esse índice se encontra em 1,6%.

Em relação à redução do PIB no segundo trimestre do ano de 2020, se deu em razão do volume de serviços prestados, da redução na produção industrial e da redução nas vendas do comércio. Quanto à produção agrícola, como é o caso da cana de açúcar, o milho e a soja tiveram equilíbrio, mesmo com a redução propagada pelo valor das *commodities* (SILVA; SILVA, 2020).

De acordo com Fabiano Silvio Colbano, o setor economicamente mais impactado foi a área de serviços, que apresenta mais de 60% do PIB do país, sendo o que mais proporciona empregos a nível nacional (AGÊNCIA BRASÍLIA, 2021).

### 3 METODOLOGIA

Para se desenvolver este estudo usou-se da pesquisa de natureza aplicada e de caráter bibliográfico, em vista de se tratar de uma análise extensa e ponderada da literatura disponível quanto a um determinado tema, usando de periódicos, livros, artigos eletrônicos e impressos, jornais, dentre outros, de modo a fazer o reconhecimento dos autores que versaram a respeito da seguinte temática (TRENTINI; PAIM, 1999).

No que concerne à abordagem do problema, efetivou-se a pesquisa quali-quantitativa, posto que esta modalidade de pesquisa “[...] 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).

Do ponto de vista dos objetivos, esta pesquisa tem caráter exploratório e descritivo. A primeira 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 se pesquisou sentenças como: impacto do Covid-19 na economia; atividades econômicas impactadas com o Covid-19; e a economia do Brasil no pós-Covid19.

Os critérios de inclusão foram pesquisas de artigos científicos e de revistas, monografias, livros e periódicos em geral. Por outro lado, excluiu-se documentos que não condiziam com a temática proposta.

Os setores econômicos impactados com o Covid-19 e pesquisados foram definidos por comporem uma das principais esferas da economia do Brasil, e que se ligam diretamente às relações de restrições que foram postas devido à pandemia, sendo um dos setores que mais foram prejudicados, como é o caso das áreas relacionadas a serviços, turismo e a indústria de transportes aéreos, mercado digital e, por fim, atividades artísticas, criativas ou de espetáculos.

Dessa forma, a presente pesquisa busca evidenciar as principais mudanças – decorrentes da crise causada pela pandemia do Covid-19 – que ocorreram na economia brasileira até o mês de março de 2022, por meio de uma revisão bibliográfica, através de uma abordagem quali-quantitativa, de características exploratória e descritiva.

### 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pandemia do Covid-19 instaurou uma incerteza mundial ao que se refere à economia, causando grandes preocupações e impactos na vida de empresários e investidores, fazendo com que muitas empresas fossem obrigadas a se adaptarem celeremente.

À vista disso, salientou-se nos tópicos acima as principais transformações na economia brasileira desde o início da pandemia e relatou-se as mudanças que essa doença infecciosa causou nos indicadores econômicos de desemprego, inflação e no PIB do país.

Como visto, com base nos setores que foram percorridos nesta pesquisa, o setor de serviços foi o mais impactado na pandemia. Setores como o de informação e comunicação e serviços prestados às famílias sofreram recuo no período pandêmico. Por outro lado, duas atividades tiveram alta, as de transportes e serviços profissionais, administrativos e complementares.

Já a área do turismo e indústria de transportes aéreos também foi uma das mais impactadas, isso em razão do Covid-19 ser altamente contagioso, podendo ser “transportado” de um país para outro através dos passageiros contaminados, forçando empresas aéreas a se adaptarem e também a cancelarem inúmeros voos. Isso acabou fazendo com que houvesse uma redução nas receitas de empreendimentos nas áreas do turismo e, logo, na demissão de funcionários. Porém, com a vacinação em andamento, as empresas aéreas obtiveram amadurecimento e a situação está voltando ao normal no país.

No setor de eventos também se observou com sendo um dos mais afetados pela pandemia, com grandes prejuízos econômicos. Entre as soluções encontradas foram: as renegociações de contratos e fornecedores e determinadas economias; a realização através das empresas da redução de prazos e pagamentos e cancelamento ou suspensão de contratos; iniciativa dos artistas em atender ao público através de *lives* nas redes sociais; e a aprovação do Congresso Nacional com a Lei de Emergência Cultural (Lei Aldir Blanc), permitindo o uso de recursos para ações emergenciais de apoio ao setor cultural e criativo.

Além disso, o índice de desemprego oscilou no período pandêmico, onde caiu no início do surto e elevou a partir do terceiro trimestre de 2020. Isso graças a muitos trabalhadores passarem a fazer suas atividades em home-office, além de muitas empresas liberarem seus funcionários para trabalharem em casa. Um grande aliado foi o auxílio emergencial, que passou a ser promovido no mês de abril de 2021, que auxiliou a movimentar economicamente o país.

Referente ao IPCA, no mês de dezembro de 2020 a inflação teve uma alta significativa, mas que logo em seguida, no mês de janeiro de 2021 teve uma queda, estabilizando e oscilando entre o período pandêmico, porém, atualmente, segundo o IBGE, esse índice se encontra 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. Essa queda se deu em razão do volume de serviços prestados, da redução na produção industrial e da redução nas vendas do comércio. 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.

Outra situação vista foi relacionada ao mercado digital, onde a procura pelas plataformas de web conferências cresceu exponencialmente ao longo da pandemia. Nos tópicos acima pôde-se notar que empresas usaram medidas para mitigar os efeitos negativos da Covid-19, e as vendas online e a disponibilização de serviços de *delivery* foram as estratégias mais utilizadas durante este período. Logo, nota-se o quanto a inserção digital foi importante para este segmento durante este período pandêmico.

As pessoas passaram a usar diversos conteúdos em redes sociais e plataformas como: WhatsApp, TikTok, Instagram, Youtube, dentre outros. Sendo assim, na pandemia, as *lives* passaram a ser comuns na Internet. Essa mobilização, que teve início na classe artística, teve

um avanço considerável. Conforme Leskin (2020), do mês de março a abril do ano de 2020, teve um acréscimo 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). Pode-se observar que ao longo do período de isolamento mais restritivo entre março e junho do ano de 2020, o uso das *lives* aumentou significativamente no Brasil.

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).

Essas formas de ganho de dinheiro alternativo e de manter as empresas ainda vivas, compõe um dos principais fatores que fizeram das *lives* tão importantes nesse período pandêmico, sendo um dos caminhos tomados para frear os números negativos da economia no Brasil.

Portanto, tudo isso coloca em destaque o mercado digital, no qual em uma pesquisa inédita conduzida pela Meta – que verificou mais de 600 mil temáticas de conversação no Instagram e Facebook e entrevistou 36 mil indivíduos que utilizam essas plataformas –, evidenciou-se as tendências para o futuro das organizações empresariais do comércio das compras. De acordo com o estudo, 69% das Pequenas e Médias Empresas (PMEs) no mundo todo afirmaram que as ferramentas digitais como as *lives* tiveram um grande impacto positivo em seus empreendimentos ao longo da pandemia (Estadão Conteúdo, 2022).

## 5 CONCLUSÃO

Portanto, o objetivo desta pesquisa foi alcançado, assim como a sua problemática foi respondida. Ficou claro que as mudanças oriundas da situação pandêmica vieram pra ficar e proporcionaram a busca de soluções por meio das oportunidades que surgiram no contexto ora apresentado.

Espera-se que o presente trabalho possa ser destinado para ajudar pessoas e empresas a buscarem inovações e estratégias com vista a estarem sempre preparadas para casos como o da pandemia Covid-19. Ademais, por se tratar de uma pesquisa inicial, se restringindo a um certo período de tempo, torna-se interessante salientar que pesquisas futuras possam voltar a utilizar desses dados para se verificar o que aconteceu em um período posterior ao atual. Desta feita, novos estudos são necessários para discorrer melhormente sobre esta temática.

## 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-recua-0-1-em-janeiro-diz-ibge.html>. Acesso em: 5 mai. 2022.
- 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-no-brasil-e-no-mundo-pos-covid-19>. Acesso em: 03 nov. 2021.
- 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-escape-na-quarentena-redes-sociais-crescem-no-mundo/>. Acesso em: 15 jun. 2022.
- ANAC - **Agência Nacional de Aviação Civil**. (2020a). Disponível em: <https://horus.labtrans.ufsc.br/gerencial/#Movimentacao/Desempenho>. Acesso em: 5 mai. 2022.
- 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-preferida-dos-brasileiros#:~:text=O%20Brasil%2C%20que%20possui%20a,de%207%20milh%C3%B5es%20de%20usu%C3%A1rios>. Acesso em: 15 jun. 2022.
- 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-auxilio-emergencial-surtira-efeito-modesto-na-economia.html>. Acesso em: 13 abr. 2022.
- 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>. Acesso em: 5 mai. 2022.
- BTG Pactual Digital. **Especial Coronavírus**. 2020. Disponível em: <https://lp.btgpactualdigital.com/especial-coronavirus>. Acesso em: 14 mai. 2022.
- COUTO, Edvaldo Souza. SILVA, Raphaele 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 COVID-19: Solidariedade e vidas**. [s.d.]. Disponível em: <https://xdocs.com.br/doc/cultura-e-criatividade-no-brasil-em-tempos-de-covid-19-28014pwxyp8w>. Acesso em: 14 mai. 2022.
- 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-novo-normal-no-marketing-digital-de-empresas-veja-4-dicas-2/>. Acesso em: 16 jun. 2022.

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-no-brasil-e-no-mundo-pos-covid-19>. Acesso em: 31 ago. 2021.

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-boletim-macro.pdf>. Acesso em: 17 mai. 2022.

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/Diversao-e-turismo/noticia/2020/04/pesquisa-mostra-que-pandemia-do-coronavirus-afetou-98-do-setor-de-eventos.html>. Acesso em: 13 mai. 2022.

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/33466-setor-de-servicos-varia-0-2-em-fevereiro-segunda-taxa-negativa-seguida>. Acesso em: 14 mai. 2022.

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-e-esportes/2020/08/lei-aldir-blanc-de-apoio-a-cultura-e-regulamentada-pelo-governo-federal>. Acesso em: 13 mai. 2022.

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>. Acesso em: 13 nov. 2021.

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). Acesso em: 10 mai. 2022.

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-increase-socialdistancing-psychologist-explains-2020-4>. Acesso em: 16 jun. 2022.

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/covid-19/timeline>. Acesso em: 04 nov. 2021.

MOREIRA, Letícia 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 (COVID-19). **A review. Intern. J. Surg.** v. 78, 2020.

NIWIADOMSKI, 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>. Acesso em: 13 mai. 2022.

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-e-duradouro/>. Acesso em: 20 abr. 2022.

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>. Acesso em: 27 mai. 2022.

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-nas-vendas-online,ed84f8e520f71710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 14 mai. 2022.

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 2525-3409 | 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>. Acesso em: 15 mai. 2022.

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

WECKER, Ana Cláudia; FROELICH, 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.