



**FACULDADE DE GESTAO WOLI - FGW**



ADRIANO LUCIO DA SILVA  
HILLGARD MAZZILI SOUSA ALMEIDA  
GISLENE NASCIMENTO ESTEVES  
GILSON ADRIANO SILVA  
LETICIA CRISTINA LONGATTI BELO

**GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS**

Brasília  
2021

## **O comércio brasileiro mediante a pandemia COVID-19**

### **INTRODUÇÃO**

O COVID-19 é uma doença causada por um vírus, a qual teve seus primeiros casos apresentados na China em 2019. A doença pode causar uma infecção que pode desencadear pneumonia, insuficiência respiratória e até a morte (HELIVANIA, 2021). No Brasil em 2021 foram mais de 15 milhões de pessoas infectadas. A partir de então o vírus passou a sofrer mutações e para controlá-lo foi preciso fechar o comércio de muitas regiões do Brasil (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2021).

O comércio surgiu como forma de negociação, através de troca de produtos entre duas ou mais pessoas (WIKIPÉDIA, 2020). Foi um dos setores mais afetados na pandemia, fazendo com que o e-commerce ganhasse força, visto que muitas pessoas, por estarem impossibilitadas de saírem para efetuar suas compras, passaram a comprar pela internet (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2020).

Ao observar o comportamento dos consumidores durante a pandemia torna-se possível afirmar que são vários os aspectos que influenciam o comportamento destes, como por exemplo, os culturais, sociais, econômicos, pessoais, dentre outros (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2020). Para Dom (2020) diante do avanço da tecnologia, o consumidor já estava aderindo ao e-commerce. A pandemia acelerou ainda mais a adesão de compras via internet.

Diante do acima mencionado, faz-se o seguinte questionamento: quais as dificuldades enfrentadas pelos comerciantes devido a pandemia? Buscando responder tal questionamento o objetivo geral da pesquisa foi descobrir como o mercado está se comportando com a pandemia, diante dos decretos de *Lockdown*.

Já os objetivos específicos trataram de: analisar os impactos financeiros do comércio perante a pandemia; identificar como o comerciante fez para atrair clientes na pandemia, e; pesquisar métodos de inovação dentro do comércio durante a COVID-19.

O desenvolvimento da pesquisa beneficia as organizações e a sociedade. Dentre os benefícios gerados para as organizações destacasse a conscientização de melhor se prepararem para superar as dificuldades causadas pela pandemia e ou outros problemas que o comércio por ventura passe ao longo dos anos. Além disso, a sociedade também foi beneficiada com a pesquisa, pois foram abordados maneiras de adquirirem produtos mesmo com estabelecimentos fechados através do e-commerce.

### **REFERENCIAL TEÓRICO**

Nesta sessão será possível verificar como a pandemia tem alterado o comportamento do consumidor.

## ***A pandemia global e sua história***

COVID-19 é uma doença causada por um vírus. Teve seus primeiros casos apresentados na cidade de Wuhan, capital da província de Hubei, na China, no final de 2019. Segundo Helivania (2021) a doença mencionada pode causar no organismo humano uma infecção branda, podendo desencadear pneumonia, insuficiência respiratória e até a morte.

No dia 11 março de 2020 a Organização Mundial de Saúde (OMS), decretou a pandemia que se espalhou primeiramente pela CHINA, seguida Ásia aonde já havia mais 118 mil casos de infectados pela doença. No período mencionado já eram registrados casos em mais de 100 países e 4.291 mortes (HELIVANIA, 2021).

Com o avanço da doença, o número de infectados aumentou bastante. Segundo Ministério da Saúde (2021), somente no Brasil, mais de 15 milhões de pessoas foram infectadas e outras 430.000 perderam a vida.

Segundo o Ministério da Saúde (2021) é preciso ficar atento as mutações que o vírus vem sofrendo ao longo do tempo, pois o mesmo tem um grande potencial para se adaptar a mudanças. Assim torna-se cada vez mais grave e difícil combater o vírus e suas variantes.

Além dos problemas relacionados a infecção e morte, o vírus prejudicou a economia de muitos países, empresas e famílias espalhadas por todo o mundo. Segundo Ministério da Economia (2021) foram decretados vários *Lockdown`s*, devido a pandemia. O *Lockdown* foi uma forma encontrada para manter o equilíbrio não só da saúde das pessoas, mas também da economia, pois através dessas atitudes mencionadas a contaminação tende a reduzir.

O Ministério da economia (2020) mostra os setores que foram mais afetados. Dentre eles os setores de fabricação de veículos, serviços de alimentação, transporte público e urbano, serviços de alojamentos, transporte aéreo, transporte ferroviário, fabricação de calçados, comércio de veículos, transporte interestadual.

### ***O comércio brasileiro***

Segundo Wikipédia (2020) o comércio surgiu a muito tempo como forma negociação. Num primeiro momento era um local onde se realizava a troca de mercadorias entre pessoas, a qual também era denominada de troca bilateral (entre duas pessoas) e ou multilateral (quando era realizada por mais de duas pessoas). Ainda que o comércio tenha se alterado ao longo do tempo sempre esteve vinculado ao momento em que os dois lados ganham. Ou seja, a troca sempre aconteceu – antigamente se trocava produto por produto e atualmente se troca dinheiro pela mercadoria desejada.

Segundo Ministério da Economia (2020) o comércio foi um dos setores mais afetados pela pandemia COVID-19, pois em algumas regiões do Brasil o *Lockdown* permaneceu por um longo período impossibilitando a abertura do mesmo. Para IBGE (2020) o em uma pesquisa realizada em julho de 2020, 29,5% dos comerciantes já relava o registro de prejuízos nas suas operações comerciais. Em agosto do mesmo ano tal índice já alcançava os 38,6%.

Apesar de tantos problemas no comércio, alguns setores argumentam que pandemia gerou crescimento (CASAL, 2020). Segundo o Jornal de Santa Catarina (2020) a pandemia aliada a inovação tecnológica, fez com que as pessoas aumentassem suas compras sem sair de casa através da internet. Neste sentido é correto afirmar que diante desta demanda crescente, muitas empresas passaram a buscar alternativas para oferecer os seus produtos na rede online e não perder e ou reduzir as suas vendas durante a pandemia. Assim, o e-commerce que já estava numa crescente antes da pandemia, tem ganhando mais força.

### ***O comportamento dos consumidores frente a pandemia COVID-19***

O consumidor é quem adquirir um produto (TJDFT, 1990). Segundo Frankenthal (2017) o consumidor é de extrema importância para toda e qualquer economia e ou empresa. Assim, torna-se necessário estudar o comportamento do consumidor, a fim de verificar o que o mesmo necessita para que os produtos certos lhe sejam oferecidos. Tal estudo demonstra a importância de conhecer seus clientes através de vários fatores. O mais utilizado pelas organizações é a pesquisa, pois através dela, pode-se identificar tendências, as quais servirão de auxílio na tomada de decisões.

Douglas (2020) complementa que estudar o comportamento do consumidor e verificar padrões é fundamental para a melhoria constante das estratégias organizacionais. Segundo o mesmo autor este estudo do cliente nos aspectos culturais, sociais, econômicos, pessoais, dentre outros, possibilitará o registro de melhores vendas.

A agência Dom (2020) relata que o comportamento do consumidor mudou muito devido aos avanços tecnológicos. Com a pandemia, tal mudança foi ainda mais agressiva, pois muitas pessoas passaram a aderir as compras online. Assim, vários comerciantes tiveram a necessidade de disponibilizar aos seus clientes, sites de compras devido o isolamento da pandemia. O e-commerce tem sido algo muito discutido pelos varejistas quando o assunto é comportamento do consumidor.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa é do tipo descritiva, pois descreve as dificuldades que o comércio sofreu e ainda está sofrendo, devido a pandemia do COVID-19. Já com relação a abordagem da pesquisa, está

se deu como sendo qualiquantitativa, pois além de apresentar opiniões dos sujeitos da pesquisa, utilizou-se também números e dados estatísticos.

O método utilizado na pesquisa foi o estudo de Caso. Para Yin<sup>1</sup> (2001) o estudo de caso é a “estratégia de pesquisa que responde as seguintes perguntas “como” e “por que” e que foca em contextos da vida real de casos atuais. Também o considera como uma investigação empírica que compreende um método abrangente, com coleta e análise de dados”.

A unidade de análise tratou de uma em empresa do setor de eletrodoméstico da cidade de Brazilândia-DF.

Na coleta de dados foi feito um levantamento a fim de verificar como a empresa trabalhou e os seus resultados durante os decretos de lockdown. Tal verificação se deu através de análises de números sistêmicos e a realização de uma entrevistas com colaboradores da empresa.

## **ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Na análise de resultado foram entrevistados os gerentes e supervisores da LOJAS NOVO MUNDO.

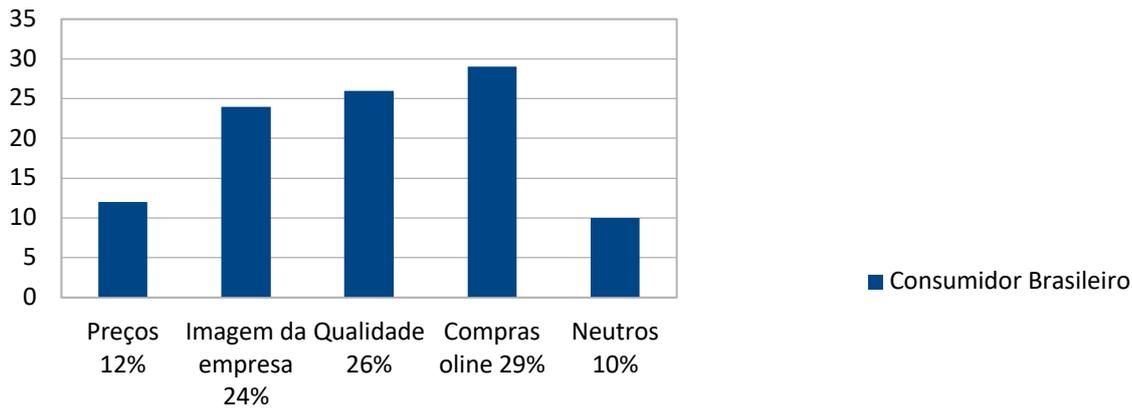
Segundos seus gerentes de lojas físicas antes da epidemia o atendimento ao público era mais presencialmente, a loja se destacava pelo atendimento e fidelização clientes. Observou-se que na loja que fizemos essa pesquisa na filial matriz, 70% dos clientes preferiram um bom atendimento e apenas 30% preferiram o melhor preço. Com esses números, podemos analisar que os consumidores, gostam do contato humano, os clientes gostam de ter um consultor de venda para tirarem suas dúvidas ou até mesmo dar suas opiniões.

Em outras pesquisas feitas na web para termos um diagnóstico da nossa pesquisa, constatou-se que 61% dos consumidores a nível Brasil, também preferem atendimento que a melhor preço. Verificou-se ainda que nas revistas pequenas empresas e grandes negócios em uma entrevista feita com aproximadamente 1350 pessoas, apenas 12% achavam que o preço era mais importante e que 26% se preocupava mais com a qualidade e 24% disseram que comprava de acordo com a imagem que a empresa tinha no mercado, e que em 2020 teve um aumento de consumidores online de 29% e 10% ficaram neutros, conforme demonstrado no gráfico 1.

---

<sup>1</sup> <https://fia.com.br/blog/estudos-de-caso/>

Gráfico 1: Comportamento do consumidor



Fonte: Elaborado pelo autor.

Com o lockdown, a empresa teve que inovar inaugurou as novas lojas no formato NOVO MUNDO.COM, são as lojas multicanalidade, aonde o cliente escolhe no ato da compra se retira o produto na hora ou se receberá em sua residência e escolhe o formato de compra se ele vai comprar em loja física, no site ou através de aplicativos. E durante a pandemia essa opção de compra no site e retirada na loja ou se preferir o cliente poderá dirigir até um dos pontos instalados no interior da loja e finalizar a compra, esse novo modelo, não tem filas, nem burocracias e evita a aglomeração.

Já outros tem uma certa resistência a mudanças, algumas empresas ainda tem uma certa de dificuldades para se adequar a tecnologia dentro do seu negócio, em Brasília temos a empresa Casa Bela, que é uma rede de móveis, com forme o supervisor Alessandro, o proprietário da empresa trabalham 100% manual, e tem uma resistência para colocar sistema na sua empresa, já outras empresas tem o conhecimento da necessidade da tecnologia, porém tem alguns receios, como a empresa Star Móveis, tem sua empresa toda envolvida na tecnologia de sistema, mais ainda não aderiram a ter um site de compras (e-commerce) segundo um do o gerente Carlos Moreira.

Tendo conclusão tudo se mudou, hoje o nosso foco está para este novo formato de varejo, sustentado por uma comunicação eficaz, com uma nova roupagem, totalmente digital e uma linguagem atualizada. Ações pontuais nas redes sociais com marketing com propagandas aonde traí o cliente a escolher sua forma de compra, por isso e-commerce está cada vez mais forte e o comércio em constante mudança para se adaptar ao novo tipo de consumidor, principalmente nesses momentos de pandemia, e acreditamos que essa formato de comércio veio para ficar mesmo como o fim da pandemia pois as pessoas gostaram desse novo formato.

## **Referências**

[https://www.gov.br/saude/pt-br?utm\\_source=google&utm\\_medium=search&utm\\_campaign=MS\\_Vacinacao\\_Covid&utm\\_term=vacinacao\\_coronavirus\\_googleads&utm\\_content=gads001](https://www.gov.br/saude/pt-br?utm_source=google&utm_medium=search&utm_campaign=MS_Vacinacao_Covid&utm_term=vacinacao_coronavirus_googleads&utm_content=gads001)  
23/05/2021

<https://unigap.com.br/diferencas-entre-covid-19-gripe-e-resfriado/>  
30/05/2021

<https://www.biologianet.com/doencas/pandemia.htm>  
30/05/2021

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Com%C3%A9rcio>  
30/05/2021

<https://douglasribas.com.br/direito-do-consumidor/direito-do-consumidor-compras-pela-internet/>  
06/06/2021

<https://www.gov.br/economia/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/covid-19>  
06/06/2021

<https://www.sc.gov.br/noticias/temas/desenvolvimento-economico/santa-catarina-tem-ano-de-retomada-economica-crescimento-acima-da-media-nacional-e-incentivo-a-inovacao>  
06/06/2021

<https://mindminers.com/blog/observar-o-comportamento-do-consumidor/>  
13/06/2021

<https://agenciadommarketing.digital/o-comportamento-do-consumidor-era-digital/>  
13/06/2021