



CENTRO UNIVERSITÁRIO FAEMA – UNIFAEMA

LUCAS WAGNER ALVES CARNEIRO

MATHEUS FREITAS DA SILVA

COMÉRCIO EXTERIOR NA PANDEMIA

**ARIQUEMES -
RO 2023**

LUCAS WAGNER ALVES CARNEIRO

MATHEUS FREITAS DA SILVA

COMÉRCIO EXTERIOR NA PANDEMIA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Administração do Centro Universitário FAEMA – UNIFAEMA como pré-requisito para obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientador (a): Prof. Rita Cristina Fernandes Marena.

**ARIQUEMES -
RO 2023**

FICHA CATALOGRÁFICA

FICHA CATALOGRÁFICA

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C289c Cameiro, Lucas Wagner Alves.
Comércio exterior na pandemia. / Lucas Wagner Alves
Cameiro, Matheus Freitas Silva. Ariquemes, RO: Centro
Universitário Faema – UNIFAEMA, 2023.
32 f.
Orientador: Prof. Ms. Rita Cristina Fernandes Marena.
Trabalho de Conclusão de Curso – Bacharelado em
Administração – Centro Universitário Faema – UNIFAEMA,
Ariquemes/RO, 2023.

1. Economia Brasileira. 2. Planejamento Estratégico. 3. Covid-19.
4. Comércio. I. Título. II. Marena, Rita Cristina Fernandes.

CDD 658

Bibliotecária Responsável
Herta Maria de Açucena do N. Soeiro
CRB 1114/11


**LUCAS WAGNER ALVES CARNEIRO
MATHEUS FREITAS DA SILVA**

COMÉRCIO EXTERIOR NA PANDEMIA

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso de
Administração do Centro Universitário
FAEMA – UNIFAEMA como pré-
requisito para obtenção do título de
bacharel em Administração

Orientador (a): Prof. Rita Cristina
Fernandes Marena.


BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 RITA CRISTINA FERNANDES MARENA
Data: 23/11/2023 12:04:16-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Rita Cristina Fernandes Marena.
UNIFAEMA

Assinado digitalmente por: Thyago Vin?cius
Marques Oliveira

Prof. Thyago Vinicius Marques Oliveira
UNIFAEMA

Documento assinado digitalmente
 GABRIELLA BURATTI DE OLIVEIRA
Data: 28/11/2023 21:20:10-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Gabriella Buratti de Oliveira
UNIFAEMA

**ARIQUEMES –
RO 2023**

Dedico este trabalho aos meus pais, familiares e amigos, que me apoiaram e incentivaram a seguir em frente com meus objetivos.

RESUMO

O impacto do isolamento social durante a pandemia de COVID-19 na economia brasileira e as complexas dinâmicas do comércio internacional. Durante o período de isolamento, o Brasil enfrentou desafios como restrições de movimento, fechamento temporário de empresas e medidas de quarentena, afetando negativamente alguns setores, mas impulsionando outros. A dependência crescente das exportações de commodities, especialmente para a Ásia, destacou a necessidade de diversificar a pauta de exportação e considerar práticas sustentáveis. Além disso, com uma redução na incerteza econômica nos últimos meses, atribuída a melhorias no ambiente político e fiscal do Brasil, indicando a possibilidade de crescimento econômico acelerado. A justificativa para estudar o comércio exterior durante a pandemia se baseia na importância do comércio internacional para a economia brasileira e na necessidade de compreender como o país enfrentou desafios e aproveitou oportunidades durante esse período desafiador. O objetivo do trabalho é analisar como a pandemia afetou o comércio exterior brasileiro e como isso pode influenciar o planejamento e a gestão futuros em um ambiente tecnológico em constante evolução. Neste contexto, o trabalho foi feito sob a forma de pesquisa bibliográfica, como meio de evidenciar publicações pertinentes ao tema.

Palavras-chave: Economia. Impacto. Possibilidade.

ABSTRACT

The impact of social isolation during the COVID-19 pandemic on the Brazilian economy and the complex dynamics of international trade. During the lockdown period, Brazil faced challenges such as movement restrictions, temporary business closures and quarantine measures, negatively affecting some sectors but boosting others. The growing dependence on commodity exports, especially to Asia, has highlighted the need to diversify the export agenda and consider sustainable practices. In addition, the author highlights a reduction in economic uncertainty in recent months, attributed to improvements in Brazil's political and fiscal environment, indicating the possibility of accelerated economic growth. The rationale for studying foreign trade during the pandemic is based on the importance of international trade to the Brazilian economy and the need to understand how the country faced challenges and seized opportunities during this challenging period. The objective of this paper is to analyze how the pandemic has affected Brazilian foreign trade and how this can influence future planning and management in a constantly evolving technological environment.

Keywords: Economy. Impact. Possibility.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 JUSTIFICATIVA	12
1.2 OBJETIVOS	12
1.2.1 Geral	12
1.2.2 Específicos	12
1.2.3 Hipótese	13
2 REVISÃO DE LITERATURA	14
2.1 A PANDEMIA DE COVID-19	15
2.2 O CENÁRIO ECONOMICO NO BRASIL	17
2.3 PANDEMIA E INOVAÇÃO	23
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	26
3.1 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS	26
3.2 DA COLETA DE DADOS	26
3.3 DA ANÁLISE DOS DADOS	26
4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA	27
4.1 GEOPOLITICA DO COMERCIO EXTERIOR BRASILEIRO	27
4.2 O COMERCIO EXTERIOR BRASILEIRO ENTRE 2019 E 2022	27
4.3 O PÓS PANDEMIA DO BRASIL NO COMERCIO INTERNACIONAL	28
CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
REFERÊNCIAS	31

1 INTRODUÇÃO

O impacto do isolamento social durante a pandemia de COVID-19 na economia foi profundo e generalizado, causando uma série de desafios e transformações que afetaram negativamente muitos setores, enquanto impulsionavam outros. Este período de isolamento social forçado foi caracterizado por restrições de movimento, fechamento temporário de empresas, distanciamento social e medidas de quarentena, tudo isso para conter a propagação do vírus. Vamos explorar como essas medidas impactaram a economia em vários aspectos.

A dinâmica das relações comerciais internacionais é um campo complexo e multifacetado que transcende a simples troca de mercadorias entre nações. Em um mundo cada vez mais globalizado, as interações no comércio internacional são moldadas por uma intrincada teia de fatores que abrangem desde interesses políticos e econômicos até questões geopolíticas e ambientais.

O Brasil, como uma economia em desenvolvimento e um ator importante no cenário internacional, desempenha um papel crucial nas dinâmicas do comércio global. Sua crescente dependência das exportações de commodities, principalmente para a Ásia, expõe o país a flutuações nos preços das matérias-primas e destaca a necessidade de diversificar sua pauta de exportação. Além disso, as crescentes preocupações ambientais e a pressão internacional por práticas sustentáveis impõem desafios adicionais à sua estratégia de comércio exterior.

De acordo com Veloso (2023) realiza uma análise do panorama econômico brasileiro após o período de isolamento social decorrente da pandemia de COVID-19. O autor enfatiza uma notável diminuição na incerteza econômica nos últimos quatro meses, atribuída a melhorias no ambiente político e fiscal do país. Essa redução na incerteza, segundo Veloso abre a possibilidade de um acelerado crescimento econômico, contrastando com as previsões anteriores que apontavam para um cenário de baixo crescimento, informalidade elevada e queda na produtividade no pós-pandemia.

1.1 JUSTIFICATIVA

O estudo sobre o comércio exterior do Brasil no período da pandemia, justifica-se pois o comércio internacional desempenha um papel fundamental na economia brasileira, influenciando diretamente o crescimento, a estabilidade e a competitividade do país. Portanto, compreender como o Brasil lidou com desafios e aproveitou oportunidades nesse período é crucial para avaliar a saúde econômica da nação.

Além disso, o contexto abordado inclui um dos desafios mais significativos enfrentados pelo mundo contemporâneo: a pandemia de COVID-19. O impacto dessa crise sanitária nas relações comerciais globais foi profundo, com efeitos diretos sobre as exportações e importações brasileiras. A análise desse período nos permite explorar como o Brasil se adaptou a uma situação extraordinária e como suas políticas e estratégias comerciais responderam aos desafios emergentes.

Compreender como esses setores se comportaram nos anos analisados pode fornecer insights valiosos para a formulação de políticas que visem à diversificação da economia e à promoção da competitividade internacional.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Geral

O objetivo do trabalho é analisar diante do contexto histórico, como a pandemia de covid-19 impactou no comércio exterior brasileiro, e como sua repercussão influenciou no planejamento e gestão inovadora em um ambiente novo tecnológico e neste sentido como pode ser suas possibilidades futuras.

1.2.2 Específicos

- Analisar a pandemia e seus impactos socioeconômicos;
- Discutir o cenário econômico brasileiro;
- Confrontar as possibilidades do comércio exterior nos pós pandemia;

1.2.3 Hipótese

A hipótese deste estudo é que o comércio exterior do Brasil foi influenciado por uma complexa interação de fatores econômicos, políticos e geopolíticos, resultando em flutuações nas exportações e importações. Isso incluiu desafios iniciais decorrentes da pandemia de COVID-19, seguidos por uma recuperação econômica notável. Além disso, a estabilidade das importações refletiu a autossuficiência do Brasil em várias áreas, enquanto a diversificação de parceiros comerciais tornou-se uma consideração importante no contexto global.

2 REVISÃO DE LITERATURA

O contexto pós-pandemia apresenta um cenário econômico desafiador e ao mesmo tempo repleto de oportunidades. Nesse sentido, o empreendedorismo e a tecnologia emergem como forças impulsionadoras da reconstrução econômica, capazes de moldar significativamente o futuro das economias globais. Esta análise explorará as diversas possibilidades e influências que o empreendedorismo e a tecnologia podem exercer nesse processo de reconstrução econômica após a pandemia.

De acordo com Gitman (2009) o empreendedorismo desempenha um papel crucial na recuperação econômica, uma vez que os empreendedores frequentemente identificam lacunas no mercado e inovam para preenchê-las. Diante das mudanças nas preferências do consumidor e nas necessidades do mercado, os empreendedores têm a flexibilidade e a agilidade para adaptar seus negócios rapidamente. Eles podem identificar oportunidades de negócios emergentes, criar soluções inovadoras e impulsionar o crescimento econômico por meio da criação de empregos e do estímulo à concorrência.

Já Porter (2009) destaca que a tecnologia, por sua vez, atua como um catalisador fundamental desse processo de reconstrução econômica. O uso de tecnologias avançadas, como inteligência artificial, automação, análise de dados, pode aumentar a eficiência dos processos de produção e distribuição, reduzir custos operacionais e melhorar a qualidade dos produtos e serviços. Isso não apenas torna as empresas mais competitivas, mas também cria oportunidades para o desenvolvimento de novos setores industriais e modelos de negócios disruptivos.

Um exemplo claro do potencial da tecnologia na reconstrução econômica é a transformação digital de setores tradicionais, como varejo e educação. Durante a pandemia, foi observado um rápido aumento nas compras online e no ensino à distância. Essas mudanças, impulsionadas pela tecnologia, não apenas permitiram a continuidade das operações, mas também abriram portas para novos modelos de negócios e mercados globais.

2.1 A PANDEMIA DE COVID-19

A pandemia de COVID-19 teve um impacto sem precedentes no comércio exterior global, afetando profundamente as cadeias de suprimentos, a demanda por produtos e os padrões de comércio entre os países. A disseminação global do vírus teve um impacto profundo no comércio internacional, inicialmente devido às restrições às viagens e à imposição de medidas de confinamento que prejudicaram a produção e a logística de transporte. A capacidade de mover mercadorias entre fronteiras foi seriamente prejudicada, resultando em atrasos nas entregas e escassez de produtos, levando a interrupções nas cadeias de suprimentos (SEBOK, 2021).

As cadeias de suprimentos globais, altamente integradas e just-in-time, tornaram-se vulneráveis a interrupções, com a indústria automobilística, aeroespacial e eletrônica sendo algumas das mais afetadas. As empresas tiveram que repensar suas estratégias de abastecimento, considerando a diversificação geográfica e a construção de reservas estratégicas para enfrentar futuras crises (SEBOK, 2021).

A queda na demanda global por produtos não essenciais e o fechamento de lojas físicas prejudicaram as exportações de bens de consumo, impactando negativamente vários setores, como moda e eletrônicos. Isso forçou as empresas a se adaptarem rapidamente, impulsionando o comércio eletrônico e a digitalização de processos para alcançar os consumidores em casa (REENDE, 2020).

A volatilidade dos preços das commodities, como petróleo e metais, atingiu países que dependem fortemente das exportações desses produtos, causando dificuldades econômicas e levando alguns a diversificar suas economias para reduzir a vulnerabilidade a flutuações de preços (SILVERTRIM, 2021)

A logística de transporte enfrentou desafios substanciais, com a redução drástica das viagens aéreas e marítimas. Isso resultou em congestionamentos nos portos e aumentos nos custos de frete, tornando o transporte internacional de mercadorias mais complexo e caro (SEBOK, 2021).

Para garantir o abastecimento de alimentos e produtos médicos, muitos países impuseram restrições temporárias às exportações desses itens,

visando garantir estoques domésticos adequados. Isso levantou preocupações sobre o protecionismo e a interdependência global (SEBOK, 2021).

A digitalização e o comércio eletrônico registraram um crescimento notável, à medida que os consumidores recorreram às compras online. Isso impulsionou a demanda por produtos tecnológicos e serviços relacionados, abrindo novas oportunidades de comércio internacional e destacando a importância da conectividade digital em um mundo em mudança (CUNHA, 2021).

Os governos de todo o mundo implementaram medidas de estímulo econômico para atenuar os impactos econômicos do isolamento social. Isso incluiu ajuda financeira direta aos cidadãos, subsídios para empresas e apoio ao desemprego. Embora essas medidas tenham sido cruciais para evitar uma crise ainda mais profunda, também resultaram em déficits orçamentários significativos em muitos países (CUNHA, 2021).

Segundo Elias e Silva (2022) o isolamento social também teve implicações profundas para a educação, com o fechamento de escolas e universidades, levando ao ensino à distância. Isso afetou tanto as instituições educacionais quanto os pais que tiveram que equilibrar o trabalho remoto com o aprendizado de seus filhos.

De acordo com Elias e Silva (2022) no contexto internacional, o isolamento social exacerbou as tensões comerciais e políticas, com algumas nações restringindo a exportação de suprimentos médicos e outros bens essenciais. Isso destacou a importância da cooperação global em momentos de crise.

Segundo Dos Santos (2022) a pandemia de COVID-19 teve um impacto significativo na economia brasileira, desencadeando uma série de mudanças e desafios em diversos setores. No início de 2020, o Brasil enfrentou um cenário de incerteza, com a pandemia afetando não apenas a saúde pública, mas também a estabilidade econômica do país.

No setor de serviços, que representava uma parcela significativa do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, a pandemia causou uma série de impactos. A maior parte das organizações empresariais teve que abandonar seus planos e estratégias devido à necessidade de adaptação à crise pandêmica. Em 2019,

o setor de serviços foi responsável por injetar 74% do PIB no país, demonstrando sua importância para a economia. Durante a pandemia, o setor passou por quatro fases distintas, incluindo uma queda acentuada nos primeiros meses, seguida por uma rápida recuperação, uma desaceleração e, finalmente, uma fase de acomodação (IBGE, 2020). Embora tenha havido desafios ao longo do caminho, como a redução do volume de serviços em determinados momentos, o setor de serviços conseguiu manter uma taxa de crescimento em relação ao período pré-pandemia.

Segundo Braga et al. (2023) o contexto atual da economia global e brasileira é marcado por uma crise sem precedentes, causada pela pandemia de COVID-19. As projeções econômicas já apontavam para desafios antes do surto da doença, com um baixo crescimento do PIB no Brasil e uma falta de confiança dos agentes econômicos nas políticas do governo.

Para Braga et al. (2023), ao lidar com essa crise, é necessário adotar medidas pragmáticas de curto prazo, como aumentar o investimento público e a liquidez coordenada pelo Banco Central. Isso exigirá uma maior participação do Estado na economia, mesmo que isso vá contra o modelo de Estado mínimo. Além disso, é fundamental rever o regime tributário, tornando-o mais progressivo, e cortar gastos tributários desnecessários. No entanto, a lição mais profunda dessa crise é questionar o modelo de crescimento econômico desenfreado, que tem consequências sociais e ambientais negativas. É hora de repensar o que é verdadeiramente importante em nossas vidas e considerar uma administração mais consciente de nossos recursos e do planeta

2.2 O CENÁRIO ECONOMICO NO BRASIL

Segundo Elias e Silva (2022) durante a pandemia, as pessoas tiveram que adaptar seus hábitos de consumo e trabalho. O trabalho remoto se tornou uma norma para muitos, e as compras online cresceram substancialmente. Essas mudanças refletem a transição de uma economia cooperativa, com trocas diretas e presenciais, para uma economia empresarial-monetária, com uso intensivo de tecnologia e moeda digital. O cenário econômico evoluiu para atender às novas necessidades e preferências dos consumidores.

Os governos em todo o mundo implementaram políticas econômicas, como auxílios emergenciais e estímulos fiscais, para mitigar os impactos

econômicos da pandemia. Essas medidas refletem a importância da intervenção estatal em uma economia empresarial-monetária para estabilizar a demanda efetiva e apoiar o emprego. Além disso, a pandemia afetou de maneira desigual os diversos setores econômicos, destacando como a economia empresarial-monetária pode levar a desequilíbrios e mudanças estruturais.

Segundo Cunha (2021) a identidade contábil gastos, renda, produto manteve sua relevância durante a pandemia. O ciclo de gastos e renda continuou a ser um aspecto fundamental da economia durante a crise. As intervenções governamentais e as decisões dos agentes econômicos afetaram diretamente esse fluxo, destacando a interconexão entre gastos, renda e produto em uma economia empresarial-monetária. Para Elias e Silva (2022) a pandemia da COVID-19 impôs um desafio sem precedentes à economia brasileira, com impactos significativos nas micro e pequenas empresas, que desempenham um papel vital no país. Essas empresas são essenciais para o mercado de trabalho, contribuindo para a geração de empregos, pagamento de impostos e desenvolvimento regional. Elas representam uma parte substancial da economia, sendo um dos principais pilares do Brasil.

No entanto, a chegada do vírus e a subsequente imposição de medidas sanitárias rigorosas, como o lockdown, resultaram em um desaceleramento geral das atividades econômicas em todo o país. As MPEs não foram poupadas dessa crise, e muitas delas se viram forçadas a fechar suas portas. A diminuição na circulação de pessoas e o receio de contágio afetaram gravemente as vendas e a renda dessas empresas.

O impacto da pandemia de COVID-19 na economia brasileira foi profundo e complexo, refletindo-se em várias áreas e indicadores econômicos. Ao longo de 2019 e até julho de 2020, o país viu um aumento de 3,6% no número de pessoas desempregadas, evidenciando o início do impacto econômico da pandemia. No entanto, a situação se agravou no quarto trimestre de 2020 e até junho de 2021, quando a taxa de desemprego variou entre 13,9% e 14,7%. (IBGE, 2021).

De acordo com Elias e Silva (2022) a cenário de isolamento social levou muitas empresas a adotarem o trabalho remoto, o que impulsionou a

demanda por entregas domésticas. Por outro lado, muitas empresas enfrentaram dificuldades e insucessos devido às incertezas trazidas pela pandemia. Muitos trabalhadores tiveram que se adaptar ao home office para salvar seus empregos ou encontrar novas fontes de renda.

A economia brasileira começou a dar sinais de recuperação a partir do terceiro trimestre de 2021, impulsionada em parte pelo auxílio emergencial promovido pelo governo a partir de abril de 2022, que beneficiou 68 milhões de indivíduos. Esse apoio do governo ajudou a movimentar a economia em um momento em que os efeitos do isolamento social ainda eram sentidos, com pessoas perdendo empregos e mostrando-se relutantes em gastar devido à incerteza (IBGE, 2021).

A inflação também teve sua parcela de oscilações ao longo desse período. Observou-se um aumento significativo em dezembro de 2020, atingindo 1,35%, seguido por uma queda em janeiro de 2021 para 0,25%. A inflação se estabilizou em torno de 0,90% nos meses seguintes, com algumas variações. Neste sentido, segundo o IBGE, a inflação esteve em 1,06% (IBGE, 2021).

O PIB, um dos principais indicadores da saúde econômica de um país, também teve seu compartilhamento de altos e baixos. No terceiro trimestre de 2018 até o quarto trimestre de 2019, o PIB manteve-se estável, com pequenas variações. No entanto, a partir do primeiro trimestre de 2020, o PIB começou a cair abruptamente, atingindo -10,9% no segundo trimestre de 2020. Posteriormente, houve uma recuperação gradual, com um pico de 12,4% no segundo trimestre de 2021 (IBGE, 2021).

A redução do PIB no segundo trimestre de 2020 pode ser atribuída ao declínio nos serviços prestados, na produção industrial e nas vendas no comércio. No entanto, alguns setores, como a produção agrícola, conseguiram manter um certo equilíbrio, mesmo com a redução nos valores das commodities.

A pandemia de COVID-19 teve um impacto multifacetado na economia brasileira, afetando o mercado de trabalho, a inflação, o PIB e diversos setores da economia. A recuperação econômica está gradualmente em andamento, mas ainda é um processo em curso com desafios a serem enfrentados.

Segundo Elias e Silva (2022) um dos setores mais impactados pela pandemia foi o setor de serviços, com áreas como informação e comunicação e serviços prestados às famílias sofrendo declínio. No entanto, os setores de transportes e serviços profissionais, administrativos e complementares registraram aumento. O turismo e a indústria de transportes aéreos também foram gravemente afetados devido à natureza altamente contagiosa da COVID-19, resultando em cancelamentos de voos e perdas de receita.

Segundo Rijo (2021) o setor de eventos também enfrentou grandes prejuízos econômicos, levando a soluções como renegociações de contratos, ações emergenciais de apoio cultural e a realização de eventos online, como lives nas redes sociais.

A taxa de desemprego oscilou durante a pandemia, com uma queda inicial devido à adoção do trabalho remoto e ao auxílio emergencial do governo. No entanto, a partir do terceiro trimestre de 2020, houve um aumento nas taxas de desemprego, refletindo os desafios econômicos contínuos (IBGE, 2021).

O PIB também teve uma queda no início da pandemia, devido à redução na produção industrial, vendas no comércio e na prestação de serviços. No entanto, houve uma recuperação gradual, com um aumento notável no segundo trimestre de 2021 (IBGE, 2021).

A incerteza causada pela pandemia tornou essencial a elaboração de planos para enfrentar as mudanças repentinas no mercado. O planejamento contribuiu para garantir a eficiência operacional, o controle de custos e o aumento da receita, fatores essenciais para a sustentabilidade dos negócios (REZENDE, 2020).

Segundo Silvetrim et al. (2021) uma das mudanças mais notáveis durante a pandemia foi a transformação de empresas de vendas e prestação de serviços que passaram a adotar modelos de negócios online. O isolamento social e as restrições sanitárias forçaram muitas empresas a readequar suas operações para garantir a continuidade dos negócios. Isso incluiu a criação e otimização de websites para suportar vendas virtuais, uma vez que o comércio tradicional enfrentou dificuldades para operar normalmente.

Para Silvetrim et al., 2021, empresas internacionais como a Amazon e, no Brasil, o Mercado Livre, destacaram-se como pioneiras em sistemas de compras online e entregas, demonstrando eficiência e conveniência para os clientes. A Amazon, por exemplo, investiu em pesquisa e desenvolvimento para aprimorar seus métodos de entrega e reduzir o tempo de espera, tornando-se uma referência global.

O aumento do comércio virtual em meio à pandemia afetou negativamente o comércio tradicional, com muitas empresas não conseguindo se recuperar. Setores que empregavam um grande número de pessoas, como supermercados e restaurantes, demitiram funcionários devido à queda nas vendas. Por outro lado, houve um aumento na demanda por produtos de consumo, como eletrônicos e utensílios domésticos (VELOSO, 2023).

As medidas de isolamento social impostas para conter a propagação do vírus levaram ao fechamento de muitas empresas, afetando especialmente os Microempreendedores Individuais (Da Silva et al., 2020). O desemprego aumentou consideravelmente, com uma taxa que ultrapassou os 11% já em fevereiro de 2020 e continuou a crescer nos meses seguintes (Silvetrim et al., 2021).

O governo brasileiro demonstrou preocupação com os impactos na economia desde o início da pandemia, buscando evitar uma paralisação prolongada. No entanto, a economia sofreu um declínio, com previsões de uma queda de 4,0% no Produto Interno Bruto (PIB) em um cenário semelhante à crise de 2008. No entanto, dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram um crescimento otimista de 1,8% no PIB no segundo trimestre de 2021 (IBGE, 2021).

Segundo Silvetrim et al. (2021) além do impacto na produção, a economia brasileira também foi influenciada por eventos externos, como a situação econômica em mercados como a Europa, China e Estados Unidos. Esses fatores contribuíram para a dinâmica da economia do Brasil.

Empresas brasileiras buscaram auxílio financeiro em bancos e contaram com medidas governamentais de apoio, como programas de crédito empresarial e flexibilização das obrigações trabalhistas. No entanto, muitas empresas, que não tinham planos estratégicos sólidos, enfrentaram

dificuldades financeiras e tiveram que encerrar suas operações permanentemente (Vasconcelos & Vasconcelos, 2020).

A pandemia não afetou apenas a economia, mas também teve um impacto significativo na saúde mental das pessoas. O estresse relacionado à doença e às medidas de isolamento social levou a mudanças no comportamento e na saúde mental, influenciado por medidas políticas (RIJO, 2021).

No entanto, a pandemia acelerou a transformação digital em várias áreas, como educação, saúde e métodos de pagamento. A mídia digital desempenhou um papel cada vez mais importante na vida cotidiana das pessoas, e a telemedicina se tornou mais comum. Essas mudanças refletem a adaptação das empresas e indivíduos a um ambiente em constante evolução (RIJO, 2021).

No contexto da pandemia, segundo Rezende (2020) as novas práticas de compras assumiram um papel ainda mais relevante. Com a necessidade de distanciamento social e restrições às interações presenciais, o uso de aplicativos móveis e plataformas de compras se intensificou significativamente. Os consumidores passaram a depender ainda mais dessas ferramentas para acessar informações sobre produtos, ler avaliações de outros consumidores e efetuar compras, tudo diretamente por meio de seus smartphones. Essa mobilidade e conveniência se tornaram essenciais, proporcionando uma alternativa segura e ágil para adquirir bens e serviços.

Para Rezende (2020) uma tendência notável durante a pandemia foi a crescente ênfase na personalização das compras. As empresas perceberam a importância de compreender o comportamento do consumidor em um cenário marcado por mudanças significativas. Com o uso de dados e análises avançadas, elas puderam adaptar suas ofertas de produtos e serviços de acordo com as necessidades e preferências individuais de seus clientes. Essa abordagem não apenas proporcionou uma experiência de compra mais satisfatória, mas também fortaleceu a fidelização do cliente em um momento em que a concorrência online se tornou ainda mais intensa.

Entretanto, vale ressaltar que as novas práticas de compras também trouxeram desafios à tona. De acordo com Lara et al. (2020) a competição no ambiente online se acirrou, afetando a lucratividade de muitas empresas que

precisaram ajustar suas estratégias para se destacarem em meio a um mercado cada vez mais saturado. Além disso, a questão da segurança de dados e a preocupação com a privacidade dos consumidores se ampliaram, uma vez que a realização de transações e compartilhamento de informações pessoais se tornaram mais frequentes em um ambiente digital em constante evolução. Portanto, a pandemia acelerou a adoção dessas novas práticas de compras, ao mesmo tempo em que destacou a importância de lidar com os desafios e garantir a confiança do consumidor nesse ambiente em transformação

O cenário atual da economia brasileira combina uma série de mudanças nas perspectivas econômicas, agravadas pelas complexidades impostas pela pandemia de COVID-19. Essa situação, aparentemente contraditória, pode ser explicada por uma junção de fatores estruturais e conjunturais que afetam profundamente a economia do país em sua jornada de recuperação.

A pandemia de COVID-19, com suas restrições de mobilidade e fechamento temporário de empresas, causou um impacto significativo em vários setores da economia. À medida que a crise sanitária diminuiu e o país passou a enfrentar as consequências econômicas, observou-se uma queda acentuada na demanda por produtos e serviços não essenciais. Os setores de turismo, hospitalidade, entretenimento e varejo físico foram particularmente afetados, enfrentando perdas substanciais de empregos e receitas (VELOSO,2023).

A incerteza econômica resultante do isolamento social também afetou o comportamento dos consumidores, levando a uma maior contenção de gastos. As pessoas passaram a poupar mais e a adiar grandes compras, refletindo preocupações sobre a segurança financeira em meio à volatilidade econômica. Esse comportamento impactou negativamente as empresas que dependiam do consumo das famílias.

2.3 PANDEMIA E A INOVAÇÃO

No cenário pós-pandemia, o Brasil, como muitos outros países, enfrentou desafios econômicos significativos. Foi necessário adotar práticas econômicas voltadas para a inovação para superar as adversidades impostas

pela crise global. A inovação emergiu como uma ferramenta essencial para o sucesso das empresas brasileiras, permitindo a busca por novas ideias e estratégias que impulsionaram os negócios em direção ao crescimento, lucratividade e fidelização dos clientes.

A inovação, como destacada por Porter (2009), não se limitou a criar algo completamente novo, mas frequentemente envolveu melhorias significativas em produtos ou processos já existentes. Essa busca por melhorias foi fundamental para criar diferenciais competitivos no mercado brasileiro, especialmente após um período desafiador como a pandemia.

A crise da COVID-19 exigiu que as empresas brasileiras repensassem suas estratégias e formas de operar, como observado por Elias e Silva (2022). A inovação, de acordo com o Manual de Oslo, expandiu seu escopo, incluindo não apenas inovações em produtos e processos, mas também inovações organizacionais e industriais. As empresas tiveram que se adaptar rapidamente, migrando do ambiente físico para o virtual, com a adoção de vendas online e atendimento ao cliente por meio de sites, redes sociais e aplicativos de mensagens.

A melhoria do acesso à internet e a criação de sites próprios proporcionaram às empresas brasileiras uma série de canais de marketing digital, como Google AdWords, e-mail marketing e publicidade nas redes sociais, como mencionado por Rezende (2020). Essas alternativas integradas de e-commerce ganharam destaque na interação com os clientes e na manutenção das operações durante a pandemia.

A migração para o comércio eletrônico trouxe benefícios tanto para os consumidores quanto para as empresas no Brasil, como afirmado por Wecker et al. (2021). Os consumidores passaram a reconhecer a conveniência das compras online, impulsionando o comércio eletrônico no país. Além disso, a economia de custos proporcionada pelo e-commerce, em comparação com o varejo tradicional, se traduziu em preços mais competitivos.

Empresas brasileiras que adotaram o e-commerce também puderam operar com uma estrutura enxuta, economizando em custos de mão de obra e infraestrutura física, como observado por Wecker et al. (2021). Essa mudança permitiu uma maior eficiência operacional e maior flexibilidade para se adaptar às oscilações do mercado, preservando a sustentabilidade dos negócios.

A fidelização dos clientes no ambiente virtual tornou-se uma prioridade para as empresas brasileiras. Estratégias de marketing online, crescimento do e-commerce e campanhas voltadas para a sustentabilidade foram adotadas para manter a confiança dos clientes e garantir que eles continuem a interagir e comprar das empresas.

O planejamento financeiro também ganhou destaque como uma ferramenta essencial para a saúde das empresas no Brasil. Em um momento de crise econômica, o planejamento financeiro fornece um mapa para enfrentar os desafios financeiros (CUNHA, 2021).

A inovação é mais do que um conceito; é uma prática que deve ser incorporada à cultura empresarial brasileira. As empresas que adotarem uma mentalidade inovadora estarão melhor preparadas para enfrentar os desafios e prosperar no cenário pós-pandemia, criando um diferencial competitivo duradouro. Em um mundo em constante transformação, a inovação se torna o caminho para a superação econômica e o sucesso sustentável (CUNHA, 2021).

As transformações causadas pela pandemia de COVID-19 afetaram profundamente o Brasil, causando impactos significativos na economia e na vida das pessoas. As medidas implementadas, como lockdown, auxílio emergencial e investimentos em saúde, foram cruciais para lidar com os desafios impostos pela crise (CUNHA, 2021).

A adaptação foi necessária para todos os setores da sociedade brasileira. Mudanças nos hábitos de consumo, nas formas de trabalho e no aumento das compras online se tornaram parte do cotidiano. As casas se transformaram em locais de trabalho, os dispositivos móveis se tornaram ferramentas essenciais e as telas foram fundamentais para manter a comunicação durante o isolamento social.

Nesse cenário, a inovação desempenhou um papel fundamental, permitindo que empresas e indivíduos se adaptassem às novas realidades impostas pela pandemia e buscassem soluções criativas para superar os desafios. A capacidade de inovar tornou-se uma vantagem competitiva crucial no Brasil e no mundo, à medida que todos enfrentavam um ambiente em constante mudança.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS

A metodologia utilizada foi constituída de uma pesquisa bibliográfica, onde a pesquisa esteve focada na análise das publicações acadêmicas e científicas relacionadas ao cenário econômico pós-pandemia no Brasil. O período de análise compreendeu os anos de 2000 a 2023, abrangendo tanto artigos científicos quanto teses, dissertações e outros tipos de publicações relevantes. O objetivo foi identificar tendências, desafios e oportunidades nesse contexto.

3.2 DA COLETA DE DADOS

Inicialmente, foram realizadas buscas em bases de dados acadêmicas amplamente reconhecidas, como Google Acadêmico, Scielo, bem como em bibliotecas digitais de universidades brasileiras, como CAPES e Fapesp. As palavras-chave sensíveis ao contexto, como "pandemia", "economia brasileira", "tecnologia", "empreendedorismo", "administração", "inovação" e "planejamento estratégico", foram utilizadas para identificar as publicações relevantes.

3.3 DA ANÁLISE DOS DADOS

As publicações selecionadas foram submetidas a uma análise crítica. Os dados relevantes, como título, autor, fonte, ano de publicação e resumo, foram organizados para facilitar o processo de pesquisa. A análise foi baseada nas palavras-chave identificadas e nas contribuições específicas de cada publicação para o tema em questão.

A discussão destacou tendências, desafios e oportunidades identificados no cenário econômico pós-pandemia no Brasil, com foco em áreas como economia, tecnologia, empreendedorismo, administração, inovação e planejamento estratégico. Essa metodologia permitiu uma análise abrangente das publicações acadêmicas relacionadas ao contexto pós-pandemia no Brasil, oferecendo uma visão crítica e informada sobre as implicações econômicas e estratégicas desse período desafiador

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA

4.1 GEOPOLITICA DO COMERCIO EXTERIOR BRASILEIRO

No cenário atual, segundo Valls (2022) as relações comerciais internacionais são marcadas por uma complexa interação entre interesses políticos, econômicos e geopolíticos. Como destacado no texto, o comércio entre países nunca foi puramente uma questão de mercado, com fatores como política doméstica, sanções comerciais e rivalidades entre grandes potências desempenhando papéis cruciais. Isso se tornou ainda mais evidente com a ascensão da China, as tensões comerciais entre os Estados Unidos e a China, bem como questões ambientais globais.

De acordo com Sebok (2021) o Brasil, como uma economia em desenvolvimento e importante ator no cenário global, enfrenta desafios significativos em seu comércio exterior. A dependência crescente das exportações de commodities, principalmente para a Ásia, expõe o país a flutuações nos preços das matérias-primas e destaca a necessidade de diversificar sua pauta de exportação. Além disso, as crescentes preocupações ambientais e a pressão internacional por práticas sustentáveis tornam imperativa a busca por acordos comerciais que levem em consideração esses aspectos.

Diante desses desafios, observando o que destacam Valls (2022) e Sebok (2021) o Brasil precisa adotar uma estratégia de comércio exterior que seja guiada pelos interesses nacionais e pela realidade geopolítica. Isso pode envolver a busca por parcerias em regiões estratégicas, como a América Latina, e a promoção de acordos que conciliem interesses econômicos e ambientais. Além disso, é fundamental que o país mantenha uma postura flexível e esteja preparado para se adaptar às rápidas mudanças no cenário global, garantindo assim sua relevância e competitividade no comércio internacional.

4.2 O COMERCIO EXTERIOR BRASILEIRO ENTRE 2019 E 2022

O comércio exterior do Brasil entre 2019 e 2022 revelou uma dinâmica significativa e notável adaptação às circunstâncias globais. Durante esse período, o país enfrentou desafios decorrentes da pandemia de COVID-19, que inicialmente impactaram as exportações, mas logo houve uma recuperação notável, evidenciando a resiliência da economia brasileira. Além disso, as importações de café permaneceram relativamente estáveis, refletindo a autossuficiência do Brasil na produção desse produto. O saldo positivo na balança comercial de café destaca a posição dominante do Brasil como um dos principais exportadores mundiais dessa commodity.

Segundo Pena et al. (2022) a pandemia de COVID-19, que se manifestou em 2020, teve um efeito imediato nas exportações brasileiras, com quedas iniciais no comércio internacional. No entanto, a rápida adaptação às novas condições globais e a subsequente estabilização da situação sanitária permitiram ao Brasil recuperar seu ímpeto nas exportações, impulsionando a economia do país. Esse período também testemunhou uma conscientização sobre a importância da diversificação de parceiros comerciais, especialmente na exportação de produtos agrícolas como o café.

No geral, o Brasil conseguiu manter um saldo comercial positivo durante esse período, destacando sua resiliência econômica e sua posição sólida no comércio internacional de produtos como o café. Essa capacidade de adaptação e a presença consolidada nos mercados globais indicam que o comércio exterior brasileiro manteve sua relevância e competitividade ao longo desses anos.

4.3 O PÓS PANDEMIA DO BRASIL NO COMERCIO INTERNACIONAL

O momento pós-pandemia no Brasil é caracterizado por uma série de desafios e incertezas. Embora o país tenha enfrentado a crise sanitária da COVID-19 com altos e baixos, a retomada econômica ainda é um processo delicado. A pandemia aprofundou desigualdades sociais e econômicas, tornando necessário um esforço conjunto para garantir a recuperação e a estabilidade. A vacinação em massa foi um passo importante, mas questões

como a inflação elevada, a volatilidade dos preços dos produtos exportados e o cenário político complexo continuam a desafiar o Brasil (MONTEIRO, 2023).

Por outro lado, segundo Pena et al. (2022) o país também possui oportunidades significativas à medida que se recupera da pandemia. A exportação de commodities, como produtos agrícolas, tem sido um ponto forte, impulsionado pela forte demanda internacional. Além disso, o Brasil tem um potencial considerável no setor de tecnologia e inovação, e a pandemia acelerou a digitalização em vários aspectos da sociedade brasileira. No entanto, para aproveitar essas oportunidades, é essencial que o governo continue a adotar políticas que promovam a estabilidade econômica e a competitividade.

No geral, o momento pós-pandemia no Brasil é caracterizado por um equilíbrio delicado entre desafios e oportunidades. A recuperação econômica está em curso, mas é necessário lidar com questões complexas, como o controle da inflação e a melhoria das condições sociais. O país pode se beneficiar de sua capacidade de exportação e seu potencial no setor de tecnologia, desde que sejam tomadas medidas adequadas para impulsionar o crescimento sustentável e abordar as disparidades existentes (REZENDE, 2020).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No cenário atual das relações comerciais internacionais, fica evidente que o comércio entre países vai muito além das transações puramente econômicas. Alguns fatores políticos, econômicos e geopolíticos estão interligados, moldando as dinâmicas globais de comércio. A ascensão da China, as tensões comerciais entre os Estados Unidos e a China e as preocupações ambientais globais são apenas alguns exemplos de como a política, a economia e a sustentabilidade se entrelaçam no comércio internacional.

O Brasil, como um ator importante no cenário global, enfrenta desafios consideráveis em seu comércio exterior. A dependência crescente das exportações de commodities, principalmente para a Ásia, destaca a necessidade premente de diversificar sua pauta de exportação e explorar novas oportunidades de mercado.

Para enfrentar esses desafios, o Brasil deve adotar uma estratégia de comércio exterior que leve em consideração não apenas seus interesses econômicos, mas também as realidades geopolíticas em evolução. Isso implica a busca de parcerias estratégicas em regiões-chave e a promoção de acordos comerciais que equilibrem as necessidades econômicas com os imperativos ambientais. Além disso, o país deve manter uma postura flexível e estar preparado para se adaptar às mudanças rápidas no cenário global, garantindo assim sua relevância e competitividade no comércio internacional.

No período pós-pandemia, o Brasil enfrenta um caminho desafiador para a recuperação econômica, marcado por desigualdades acentuadas e incertezas políticas. No entanto, há oportunidades claras, especialmente no setor de exportação de commodities e no campo da tecnologia e inovação. A chave para o sucesso reside na adoção de políticas econômicas estáveis e na busca contínua da melhoria das condições sociais, para que o Brasil possa aproveitar ao máximo as oportunidades disponíveis nesse contexto pós-pandêmico.

REFERÊNCIAS

- BRAGA, J. DE.M.et al. **Carta de conjuntura**. IPEA, 39(33), 2023.
- BESANKO, e. et al **A economia da estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- CHRISTENSEN, C. M. **O dilema da inovação**. Books do Brasil Editora Ltda. São Paulo, 2012.
- CUNHA, A.L. **O papel da gestão financeira para microempreendedores superarem crise econômica gerada pela covid-19**. Monografia apresentada a PUC Goiás, 2021.
- DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. São Paulo: Atlas. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA ESTATÍSTICA (IBGE). Dempreço, 2016.
- DOS SANTOS, R. **Impactos da pandemia covid-19 na indústria de transformação brasileira**. Tcc Apresentado a UFGS Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2022.
- ELIAS, A.D., SILVA, R.S. Os impactos da pandemia do covid-19 em micro e pequenas empresas de Imperatriz-MA. **Id on Line Rev.Psic.**, 16(60), 2022.
- GITMAN, L.J. **Princípios de administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- MONTEIRO, S. Comercio exterior em 2023: saldos menores e uma agenda a reforçar. **Blog da Conjuntura Econômica**, Rio de Janeiro, 2023.
Disponível em: <https://ibre.fgv.br/blog-da-conjuntura-economica/artigos/comercio-exterior-em-2023-saldos-menores-e-uma-agenda-reforçar>, Acesso em: 09/2023.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, População. 2021. IBGE
– Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística,
População. 2020.
- LARA, J., et al. A. Marketing e logística: em busca da satisfação e lealdade do consumidor de compras on-line. **Revista Horizontes Interdisciplinares da Gestão**, 4(2), 2020.
- WECKER, A.C. et al. Capacidades Dinâmicas e Estratégias Para

Enfrentamento da Crise Diante da Pandemia Da Covid-19. **RGO - Revista Gestão Organizacional**, Cha pe có, v. 14, n. 1, 2021.

PENA, H.W.A. et al. Comercio exterior Brasil e China: do contexto histórico do relacionamento bilateral as tendências pós pandemia da covid-19. **Conjunturas- Especial Mais Analises**, 22 (17), pag.972-99, 2022.

REZENDE, A. A. de. A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de covid-19. **Boletim de Conjuntura**, 2(2), 2020.

RIJO, P. M.B. **Alterações das condições de trabalho em contexto de pandemia**. Dissertação de Mestrado apresentada a ISCTE Instituto Universitário de Lisboa, 2021.

SEBOK, N.DE F.A. Corona vírus e o comercio exterior: estudo bibliográfico. **Research, Society and Development**, 10(7), p.1-7, 2021.

SILVETRIM, E. G. Analise das estratégias empresariais no contexto de pós pandemia de Covid-19, **Research, Society and Development**, 10(15), 2021.

VALLS. L. A geopolítica na agenda do comercio exterior do Brasil. **Conjuntura Econômica**, pag. 70- 75, 2022.

VASCONCELOS, P.S., VASCONCELOS, P.E.A. **Desafios da estratégia empresarial: antes, durante e após a pandemia de 2020**. Revista interdisciplinar do direito, Faculdade de Direito de Valença, 18(1), 2020.

VELOSO, F. **Revisitando o cenário econômico pos-pandemia**. Blog do IBRE-Macroeconomia, FGV, 2023. Disponível em: <https://blogdoibre.fgv.br/posts/revisitando-o-cenario-economico-pos-pandemia-0>, Acesso em: 09/2023.

PORTER, M. E. **Competição**. Edição revista e ampliada. Campus, São Paulo, 2009.

RELATÓRIO DE VERIFICAÇÃO DE PLÁGIO

DISCENTE: Matheus Freitas da Silva / Lucas Wagner Alves Carneiro

CURSO: Administração

DATA DE ANÁLISE: 05.10.2023

RESULTADO DA ANÁLISE

Estatísticas

Suspeitas na Internet: **1,65%**

Percentual do texto com expressões localizadas na internet [△](#)

Suspeitas confirmadas: **1,65%**

Confirmada existência dos trechos suspeitos nos endereços encontrados [△](#)

Texto analisado: **94,84%**

Percentual do texto efetivamente analisado (frases curtas, caracteres especiais, texto quebrado não são analisados).


Sucesso da análise: **100%**

Percentual das pesquisas com sucesso, indica a qualidade da análise, quanto maior, melhor.

Analisado por Plagius - Detector de Plágio 2.8.5 quinta-feira, 5 de outubro de 2023 12:26

PARECER FINAL

Declaro para devidos fins, que o trabalho dos discentes **MATHEUS FREITAS DA SILVA** n. de matrícula **44240** e **LUCAS WAGNER ALVES CARNEIRO**, n. de matrícula **47354**, do curso de Administração, foi aprovado na verificação de plágio, com porcentagem conferida em 1,65%. Devendo os alunos realizarem as correções necessárias.

Documento assinado digitalmente
 **HERTA MARIA DE ACUCENA DO NASCIMENTO S**
Data: 05/10/2023 15:46:59-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

(assinado eletronicamente)
HERTA MARIA DE AÇUCENA DO N. SOEIRO
Bibliotecária CRB 1114/11
Biblioteca Central Júlio
Bordignon Centro Universitário
Faema – UNIFAEMA