

IMPACTOS CAUSADOS PELO ISOLAMENTO SOCIAL DO COVID-19 NAS EMPRESAS E NAS CLASSES TRABALHADORAS

COVID-19's SOCIAL ISOLATION IMPACTS ON BUSINESSES AND WORKING CLASSES

*IMPACTOS PRODUCIDOS POR EL AISLAMIENTO SOCIAL DEL COVID-19 EN LAS
EMPRESAS Y CLASES TRABAJADORAS*

Luciele Barcelos Lopes¹

Resumo

O objetivo deste artigo é analisar os impactos causados pelo isolamento social resultante da pandemia de Covid-19 (SARS-CoV-2), abordando históricos, prejuízos econômicos e sociais às empresas, bem como as consequências à saúde física e mental das pessoas da classe trabalhadora. Discute-se ainda a transformação que a internet (web) pode trazer às empresas, usada com objetivos específicos de valorização, pois, para permanecerem competitivas no mercado, precisam estar atualizadas. Neste sentido, aborda-se a internet como excelente mecanismo de inovação por meio das ferramentas atualmente disponíveis. Além disso, observam-se as medidas adotadas pelo governo para prevenir o aumento dos casos de Covid-19 e a implantação do programa emergencial para manutenção do emprego e da renda durante a pandemia.

Palavras-chave: negócios; covid-19; inovação.

Abstract

The objective of this article is to analyze the impacts caused by the social isolation resulting from the Covid-19 pandemic (SARS-CoV-2), addressing historical, economic and social damages to companies, as well as the consequences to the physical and mental health of working-class people. We also discuss the transformation that the internet (web) can bring to companies, used with specific valorization purposes, for, in order to remain competitive in the market, they need to be updated. In this sense, the internet is approached as an excellent mechanism for innovation through the tools currently available. In addition, the measures adopted by the government to prevent the increase in cases of Covid-19 and the implementation of the emergency program for maintaining employment and income during the pandemic are observed.

Keywords: business; covid-19; innovation.

Resumen

El objetivo de este artículo es analizar los impactos causados por el aislamiento social producido por la pandemia del Covid-19 (SARS-CoV-2), tomando en consideración datos históricos, perjuicios económicos y sociales a las empresas, así como las consecuencias sobre la salud física y mental de personas de la clase trabajadora. Se discute aun la transformación que la internet (*web*) puede aportarles a las empresas, usada con objetivos específicos de valoración, pues, para permanecer competitivas en el mercado, necesitan estar actualizadas. En ese sentido, se considera la internet como excelente mecanismo de innovación por medio de las herramientas actualmente disponibles. Además, se observan las medidas adoptadas por el gobierno para prevenir el aumento de casos de Covid-19 y la implantación del programa de emergencia para mantener empleos y renta durante la pandemia.

Palabras-clave: negocios; covid-19; innovación.

1 Introdução

¹ Bacharelado em Administração do Centro Universitário Internacional UNINTER. Artigo apresentado como trabalho de Conclusão de curso. 09-2021. E-mail: barceloslopesluciele@gmail.com.

O impacto de uma pandemia não se restringe à questão sanitária, mas também tem importantes consequências políticas, econômicas, sobre as relações sociais e socioambientais. Contudo, é muito difícil estimar o impacto de uma pandemia sobre a economia (GAMA NETO, 2020).

A pandemia causou prejuízos econômicos? Revelou falhas nos negócios das empresas? Diante da situação vivenciada, quais foram as atitudes tomadas para contornar a crise econômica e sanitária?

O objetivo deste artigo é apresentar como as empresas e os cidadãos enfrentaram a pandemia em 2020, elencando diversas realidades do período e as mudanças ocorridas.

Os impactos causados pelo SARS-CoV-2 modificaram as rotinas diárias de várias pessoas e empresas, como a de trabalhos antes presenciais que, devido ao isolamento e ao *lockdown* em vários estados, tornaram-se remotos, de modo que as pessoas foram obrigadas a se adequar e mudar seu estilo de vida.

Desde o início do contágio pelo vírus, em 2019, até os dias atuais, os indivíduos e o governo lidam diariamente para controlar a disseminação e vacinar a população. O procedimento mais eficaz contra o covid-19 é o isolamento social e a higienização para prevenir novos surtos. O autocuidado deve continuar, pois também protege de outras doenças.

No período pós-pandêmico, com o início do novo normal, todos devem levar os aprendizados adquiridos durante o isolamento para voltar às rotinas normais com saúde e proteção.

Conforme Schreiber, Morais e Stasiak (2021), por conta das dificuldades enfrentadas pelas empresas em relação do isolamento social estabelecido globalmente, o governo federal homologou medidas legais para auxiliar micro e pequenas empresas diante da crise financeira e econômica.

Segundo o Sebrae (2021^a, [n.p.]):

A pandemia obrigou os empreendedores a traçarem novas estratégias para atrair novos consumidores e manter os atuais”. “Incentivamos a compra dos pequenos negócios e sensibilizamos os empreendedores para a necessidade de reinvenção. Apesar das mudanças de comportamento, ‘comprar e vender’ continua sendo um ato de relacionamento, seja ele físico ou on-line, e a fidelização do cliente ainda é a chave para manter o negócio”, reforçou o presidente do Sebrae Nacional, Carlos Melles, na abertura do evento. “O Sebrae não é o comércio, mas ele está com o comércio. Chamamos isso de encadeamento. A gente precisa se reinventar, e esse é o aprendizado da pandemia.

Através de vários canais de comunicação, a população mundial pôde se manter informada sobre notícias do covid-19. Os noticiários alertaram a respeito das precauções para

autocuidado que a população em geral deveria ter, como abordarão as próximas seções deste trabalho, que discutirá ainda como a pandemia foi estopim para diferentes setores do comércio buscarem inovação por meio das redes digitais.

2 Histórico da pandemia da COVID-19

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), pandemia é a disseminação mundial de uma nova doença e o termo passa a ser usado quando uma epidemia, surto que afeta uma região, se espalha por diferentes continentes com transmissão sustentada de pessoa para pessoa (SCHUELER, 2021).

Em meados de 2019, na cidade chinesa Wuhan, ocorreu o primeiro surto do vírus do SARS-CoV-2, mais conhecido como coronavírus, altamente transmissível e grave entre idosos e pessoas com problemas de saúde, que em muitos casos foram a óbito. Os surtos de covid aumentaram rapidamente até que se considerasse em andamento uma pandemia, pois países vizinhos apresentavam casos da doença. De acordo com o Ministério da Saúde (BRASIL, 2020), o primeiro caso da doença no Brasil foi no dia 26 de fevereiro de 2020, em São Paulo, por um senhor de 61 anos que viajara a Itália, à região de Lombardia. Ao confirmar o primeiro caso no país, o então ministro da saúde, Luiz Henrique Mandetta, reforçou ser esperada a circulação do vírus.

“Como surgiu o vírus?” era uma pergunta para qual muitos gostariam de ter resposta, e várias teorias apareceram, até conspiratórias, quando suspeitavam de uma possível arma biológica para dizimar a população. Contudo, sem aprofundamento científico. A teoria mais aceita pelos cientistas e médicos foi de uma possível contaminação de um ser humano por animal em um laboratório em Wuhan. Infelizmente, por se tratar de um vírus novo, não existia vacina ou remédio específico para tratamento adequado das pessoas em estado grave.

Antes da Covid-19, a pandemia mais recente havia sido em 2009, com a chamada gripe suína, causada pelo vírus H1N1. Acredita-se que o vírus veio do porco e de aves, e o primeiro caso foi registrado no México. A OMS elevou o status da doença para pandemia em junho daquele ano, após contabilizar 36 mil casos em 75 países. No total, 187 países registraram casos e quase 300 mil pessoas morreram. O fim da pandemia foi decretado pela OMS em agosto de 2010. (SCHUELER, 2021, [n.p.]).

A doença não escolhe raça, idade, etnia ou localização. Muitas vidas foram perdidas.

O ano de 2020 ficará realmente na história mundial como um ano muito marcante” É o que afirma o professor Pedro Dallari em sua coluna desta semana, fazendo uma retrospectiva desses 12 meses marcados pela pandemia do coronavírus. “A disseminação e a proliferação do vírus e da covid-19 implicaram mudanças muito

significativas para grande parte da população. A mudança de rotinas, a paralisação de viagens e, por outro lado, a crescente integração virtual”, exemplifica o colunista. “Mesmo com a vacina e a superação da pandemia, as mudanças que ocorreram em 2020 deverão permanecer para a vida das pessoas. (ROLLEMBERG, 2020, [n.p.]).

O ano de 2020 ficou marcado pelo medo do desconhecido. Muitos países seguiram as diretrizes da Organização Mundial da Saúde (OMS), que incluíam isolamento social, uso de máscaras para proteção (pois o vírus se propaga por gotículas espalhadas no ar), distanciamento de dois metros, higienização com álcool 70° e várias outras medidas de proteção para espaços públicos e privados.

Segundo o portal de notícias *Globo São Paulo* (GOVERNO DE SP..., 2021) a vacinação se iniciou em 17 de janeiro de 2021 no Brasil, em São Paulo, após as doses da *CoronaVac* — do laboratório *Sinovac*, produzida no Brasil em parceria com o Instituto Butantan —, terem seu uso emergencial aprovado pela Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária). A partir desta vacina, outras em fase de teste à espera de aprovação logo foram liberadas, de maneira que se conseguisse diminuir a mortalidade do vírus, que começou com um simples resfriado e se tornou mortal entre aqueles que apresentavam doenças e problemas respiratórios severos.

Com a chegada da vacina, o processo de vacinação em massa começou, apesar dos muitos céticos que não acreditam na eficácia desses imunizantes, influenciados por *fake news*. Felizmente, a maior parte da população aderiu à prevenção que a vacina agrega, imunizando-se em diversos hospitais e postos de vacinação, acreditando ser o começo do fim da pandemia e do medo.

Mesmo com a maioria da população recebendo a vacinação e o tratamento adequado, a OMS e as organizações responsáveis enfatizam que se deve continuar com os cuidados necessários para proteção de todos. Felizmente, a vida começa a voltar ao normal gradativamente, através dos cuidados necessários, seguindo os protocolos da Organização Mundial da Saúde.

2.1 Prejuízos econômicos causados pela pandemia

Em meio à crise de 2020, em plena pandemia e isolamento social decorrente do covid-19, muitas empresas de pequeno e grande portes sofreram as consequências do medo e das turbulências relativas à falta de clientes para se manter no mercado. Demissões e falências de empresas foram recorrentes devido ao medo do alto risco de contaminação pelo vírus. Nesse sentido, Baccarini (2021a) diz que o futuro do trabalho nas empresas não está só dentro de casa, nem só nos escritórios, mas no modelo híbrido como formato preferido de trabalho.

Muitas empresas ainda estavam em processo de adequação ao ambiente digital, por estarem fora dos novos modelos de teletrabalhos, acostumadas a trabalhar presencialmente. Diversos empregadores adotaram o modelo híbrido para continuidade de seus trabalhos em *home office*, mais conhecido como trabalho remoto.

Conforme o Diário Oficial de Porto Alegre (2020), foi decretado estado de calamidade pública em várias cidades e estados com o objetivo principal de cumprir as medidas de enfrentamento da emergência de saúde pública decorrente do novo coronavírus (covid-19), com ênfase para o Decreto n.º 20.534, de 31 de março de 2020, do município de Porto Alegre. Por restrição deste, várias empresas foram obrigadas a se adequar e inovar.

De acordo com Schreiber, Moraes e Stasiak (2021), a recomendação de isolamento social proposta pela OMS acarretou, diversas vezes, o encerramento das atividades econômicas não essenciais, causando restrição do funcionamento de diversas micro e pequenas empresas durante o período de pandemia.

Todos os setores, de escolas públicas e privadas a restaurantes, shoppings, academias, igrejas, autônomos, organizações, entre outros, sofreram os efeitos da pandemia em sua rotina. Baccarini (2021b) relata que Daniele Mifano, dona de uma loja de roupas femininas no Itaim Bibi (bairro de São Paulo), viu seu faturamento cair pela metade. Para reduzir 50% dos custos, a empresária precisou demitir funcionários e sublocar duas salas. “A gente já vinha numa crise instalada e a pandemia foi um dilúvio. Então, as pessoas tiveram que se adequar. Para a gente, foi por meio do on-line”, afirmou a pequena empresária.

As empresas e organizações que trabalhavam no modelo híbrido com o apoio da internet sofreram pouco impacto comparadas as que não estavam presentes no ambiente digital. Muitas, em transição para o digital, ou seja, dando seus primeiros passos para adotar o modelo híbrido e estar mais presente no mercado, tiveram que acelerar seus processos para evitar perder para a concorrência.

O objetivo era manter as pessoas isoladas em casa para controlar a transmissão do vírus. Deste modo, impedia-se circulação e aglomeração evitando novos casos da doença, pois os hospitais trabalhavam em sua maioria superlotados na ala da covid. Por conta da crise financeira em meio a pandemia de covid-19, o governo brasileiro foi obrigado a adotar medidas para auxiliar pessoas e empresas para enfrentarem a crise.

Uma das medidas adotadas pelo governo federal foi o lançamento do Programa Emergencial de Manutenção de Emprego e Renda, através da Medida Provisória nº14.020 de 6 de julho de 2020. A Lei nº 14.020/2020 determina a possibilidade de suspensão ou redução de jornada do contrato de trabalho com o auxílio financeiro

disponibilizado aos trabalhadores, tendo como principal objetivo reduzir os impactos sociais (SCHREIBER; MORAES; STASIAK, 2021, p. 11).

Outra medida adotada em meio a pandemia foi a prorrogação do pagamento dos tributos estaduais e municipais.

2.2 Saúde física e mental durante o isolamento social

Além da doença altamente contagiosa que todos temiam contrair fora de suas residências, o ambiente doméstico também sofreu com sérios problemas relacionados às mudanças abruptas na rotina. Os casos mais comumente identificados foram: insônia, estresse, obesidade, compulsão alimentar, depressão e crises de ansiedade, além de outras questões diagnosticadas por médicos e especialistas. Sem dúvida, a vida de muitos brasileiros foi afetada e marcada, pois o medo agravou significativamente o quadro de vários transtornos.

Uma peculiaridade do momento é que, pela situação de distanciamento, a modalidade de teleatendimento tem ganhado espaço, tendo sido recentemente regulamentada pelo CFP (2010), Ministério da Saúde (BRASIL, 2020a), Conselho Federal de Medicina (CFM, 2020) e pelo CEPEDS/Fiocruz (2020b). (ROSSANO, 2020, p. 2).

Vários profissionais se adequaram à nova tendência e conseguiram aumentar seu público-alvo. Antes da pandemia, a telemedicina, em que um médico atende o paciente on-line em tempo real, era pouco conhecida. Durante o isolamento social, essa modalidade de atendimento se tornou corriqueira, visto que muitos preferiram evitar exposição ao vírus.

Manter qualidade de vida saudável requer alimentação equilibrada, sono regular, hábitos saudáveis e exercícios regulares. Entretanto, boa parte dessa rotina fora interrompida e drasticamente alterada durante o isolamento social.

De acordo com Leonardo Almeida (2020, [n.p.]):

Em Ipatinga, no Leste de Minas, o publicitário Bruno Soares conta que precisou encontrar outros meios de se exercitar.

A gente teve que se reinventar do jeito que pode para ter uma válvula de escape para isso tudo. Estou seguindo alguns treinos em vídeo e alguns aplicativos, pra ter uma instrução vinda de pessoas da área. Gostei bastante também de ver academias aqui da região que adotaram esse método, fazendo lives e gravando treinos para a gente que é aluno poder continuar se exercitando mesmo estando em casa - afirma.

Profissionais da educação física, treinadores e *personal trainers* começaram a ofertar suas aulas on-line, ou seja, adequaram-se ao novo normal para superarem a crise e oferecerem a seus alunos um novo método de ensino que virou tendência, pois muitos famosos o aderiram e influenciaram seus fãs a ter uma rotina de exercícios em casa.

As empresas que adotaram o trabalho remoto (*home office*) ofereceram a seus funcionários e colaboradores o apoio necessário, como suporte psicológico e serviços de ergonomia, na tentativa de preservar as integridades física e mental de seus empregados.

O uso das redes sociais aumentou significativamente durante o isolamento social, pois foi o meio disponível para manter contato com família e amigos. Além disso, através das redes, muitos negócios conseguiram mais visibilidade e interação com seus clientes.

2.3 Negócios digitais

Não é segredo para ninguém que o trabalho em meio virtual, mais que uma tendência momentânea, é uma maneira bastante requisitada de adquirir respeito profissional que, possivelmente, será ainda mais procurada no futuro.

Em meio a esse cenário, ainda caótico, já é possível termos pelo menos uma grande certeza: algumas mudanças foram aceleradas pela crise e criou-se um cenário para o qual não há como pensar em retrocessos. Entre elas, talvez a maior revolução que tenhamos vivido seja a transformação digital. Uma realidade que já era prevista pelos especialistas, mas que foi antecipada drasticamente. Em poucos meses vimos a massificação do *home office*, a profusão de shows online, a difusão das aulas em plataformas virtuais e – principalmente – um crescimento em escala geométrica do comércio eletrônico (SEBRAE, 2021b, [n.p.]).

Com o isolamento social, o uso das redes sociais se ampliou e se tornou mais significativo. Aplicativos aproveitaram para ganhar visibilidade e usuários investindo fortemente em marketing e em bônus para seus usuários, e entre os benefícios mais encontrados está a remuneração. Por exemplo, aplicativos de vídeos curtos, como *TikTok* e *Kwai*, oferecem aos usuários a opção de convidar amigos através de links e códigos para receber bônus pela indicação, assim como os incentivam a cumprirem atividades que valem dinheiro.

Através da Agência Sebrae de Notícias (ANS), uma pesquisa da *Opinion Box*, divulgada no fim de julho de 2021, demonstrou que usuários brasileiros percebem positivamente a presença de empresas nas redes sociais, visto que 56% seguem alguma marca ou empresa no *TikTok*, e 66% concordaram que o aplicativo pode aproximar pessoas e empresas (SEBRAE, 2021c).

Ivan Tonet, analista de relacionamento com o cliente do Sebrae, destaca:

Os empreendedores podem aproveitar os recursos do app para dar dinamismo aos vídeos, o que para o segmento de moda e beleza faz toda a diferença para chamar atenção dos usuários. Ele destaca que a rede social tem grande potencial de viralização dos vídeos, o que permite maior alcance que as outras redes sociais, conferindo mais visibilidade da marca ou dos negócios junto ao público (SEBRAE, 2021c, [n.p.]).

O brasileiro vive conectado por meio do celular, e a pandemia força todos a usar os negócios on-line. Com essa mudança, quem ganha destaque na internet é o criador de conteúdo, profissional que usa as plataformas digitais para publicar vídeos, textos, fotos, e, conseqüentemente, atrair o público.

Conforme Tavares (2021), o criador de conteúdo é a profissão do momento e se equipara ao sonho de ser jogador de futebol de anos atrás. A previsão de faturamento mundial dos criadores de conteúdo para este ano é de R\$ 84 bilhões.

Muitos começaram a buscar aplicativos com remuneração para fazer renda extra, além de trabalhos em *home office* ou remotos, em razão dos benefícios de evitar deslocamentos diários e desenvolver atividades remuneradas através da internet com um computador ou apenas um celular.

A busca por atividades rentáveis on-line aumentou consideravelmente a popularidade de várias plataformas antes não tão conhecidas ou frequentadas. A *Eduzz* e a *Hotmart* cresceram significativamente como plataformas onde se pode vender, ensinar ou comprar cursos. Por exemplo, uma pessoa que compre um curso de marketing digital pode futuramente se tornar afiliado digital e vender o curso através do seu link para receber por isso um percentual de ganho. Não é necessário realizar curso para se filiar, e os interessados encontram informações na plataforma para se tornar afiliado e ganhar dinheiro com vendas.

Há muito se ouve falar que o marketing digital é uma das profissões do futuro. Com o impacto da internet sobre a vida e os negócios, mais pessoas qualificadas em áreas específicas são procuradas e assim se criam profissões para ocuparem essas vagas. Ocupações antes não consideradas profissões adquiriram este *status* ao se tornarem bastante requisitadas, tais como influenciador digital, gestor de mídias sociais e desenvolvedor de aplicativos móveis. Essas profissões, entre outras, estão em alta por conta da alta procura por empresas que entenderam que, para se manterem competitivas no mercado, precisam estar em constante interação com o público.

A maioria das pessoas busca entretenimento e conteúdos úteis para o dia a dia. Por exemplo, os gestores de mídias sociais (*social media*) são responsáveis por criar estratégias e estar atentos às redes sociais para programarem atualizações nas páginas oficiais da empresa, produzindo conteúdos relevantes que gerem bom engajamento do público geral e conquistem mais influência no mercado digital.

Assim como muitas profissões deixaram de existir, outras tantas surgem por oferta e demanda geradas pelo avanço da internet e da tecnologia. Os negócios digitais a cada dia estarão

mais em alta, isto é um fato, e cabe às pessoas buscarem mais conhecimento e capacitação para acompanharem a evolução do mercado atual.

2.4 Ferramentas digitais nos negócios

Segundo o Sebrae (2021d), a internet se tornou ferramenta muito utilizada para buscar produtos e serviços, e pode ajudar a localizar um empreendimento. A consultoria do *Sebraetec* em desenvolvimento de mídias digitais, por exemplo, ajuda a expandir a visibilidade de uma empresa, bem como com a abertura de novos mercados e de novos públicos, entre outros benefícios.

Os negócios locais que não estão presentes na internet sofrem, pois deste modo não conseguem gerar maior visibilidade nem atrair mais novos clientes. Existem várias ferramentas no *Google* que possibilitam aos empreendedores alavancar seus negócios. Conforme Valle (2021), as ferramentas do *Google* para pequenas empresas nunca foram tão procuradas como agora, neste tempo de crise. A reação normal em um momento desses é justamente intensificar as ações de marketing digital, e, para isso, o *Google* oferece inúmeras opções de ajuda para que pequenas e médias empresas divulguem seu negócio.

De acordo com Siqueira (2011), o uso de ferramentas vem para automatizar diversas tarefas manuais que acabam tomando muito tempo de execução e dificultam a priorização de atividades mais estratégicas. As mais utilizadas nas empresas são:

- *Google Meu Negócio*: gratuita, serve para gerenciar negócios on-line. É possível adicionar números para contato, ter maior relacionamento com clientes, possíveis clientes, e saber como avaliam a empresa.
- *Google Ads*: usada para anunciar e criar campanhas pagas, e assim conseguir maior visibilidade na internet.
- *Google Analytics*: medidor através do qual é possível saber o desempenho da página de uma empresa e como o cliente a encontrou, se a acessou por link ou pesquisa direta.
- *Google Adwords*: ferramenta paga para anunciar em sites e aplicativos.

Essas são apenas algumas ferramentas do *Google* para empresas melhorarem seu desempenho no mercado, algumas gratuitas, outras pagas. Deve-se atentar a isto ao utilizá-las, de modo que é sempre recomendável fazer um estudo para garantir um bom funcionamento de

seus recursos. Vale lembrar que somente utilizar ferramentas, sem uma estratégia, não garante sucesso. Para tanto, é preciso planejar metas de curto, médio e longo prazos.

3 Resultados e discussões

As empresas foram capazes de se reinventarem dentro e fora de suas organizações, através da inovação que agregaram por meio das redes sociais, nas quais conquistaram novos públicos. No início, o processo de readequação é sempre complicado, pois há um longo percurso, percorrido lentamente, para o progresso.

O isolamento social apenas acelerou o processo de inovação para empresas e organizações mais tradicionais. Hoje, o mercado está em constante transformação dentro e fora das corporações. O que antes era visto como algo impossível é totalmente normal atualmente.

O objetivo deste trabalho foi trazer ao leitor não só o impacto negativo da pandemia nas organizações e nas classes trabalhadoras, mas também mostrar que algo ruim pode se transformar em um caminho para o inimaginável, elencando como o uso da tecnologia e de suas ferramentas podem se tornar essenciais para o futuro das empresas no século 21.

O futuro é o hoje e as tecnologias estão presentes para auxiliar diferentes tarefas do dia a dia, seja para o âmbito profissional ou a vida pessoal. A tecnologia tende a ser cada dia mais presente, cabe a cada um utilizá-la da melhor maneira possível.

4. Considerações finais

O objetivo deste trabalho foi trazer observações sobre o impacto que o isolamento social provocou nas empresas e na vida cotidiana das pessoas, observando os pontos negativos e positivos nos negócios e no modo de trabalho atual. Para tanto, abordou a importância das redes sociais para as empresas e o mercado, seus benefícios para o trabalho diário, bem como a capacidade do trabalhador e das empresas para inovarem por meio das mídias digitais. A crise ensina que é preciso estar preparado em relação às situações críticas, mas, acima de tudo, estar pronto para receber o novo, pessoal ou profissionalmente.

Neste artigo foram apresentados os desafios e progressos que as empresas enfrentaram para continuar no mercado. Diferentes canais e ferramentas do ambiente digital se tornaram fortes aliados de transformação.

O uso da tecnologia e suas ferramentas é promissor e tende a melhorar com o tempo. Para um estudo mais completo e atual, sugere-se o desenvolvimento de um trabalho de pesquisa para verificar se empresas de determinada região tiveram dificuldades econômicas ou

declararam falência durante a pandemia da covid-19. O estudo abordaria as atitudes dessas empresas e suas transformações relativas à pandemia, com a ajuda da internet para se manterem ativas no mercado no isolamento social, e que ainda após este período.

O ser humano é capaz de se reinventar, superando seus principais obstáculos e dificuldades para ter sucesso. A partir das dificuldades geradas pela pandemia, as pessoas novamente foram capazes de se reerguer e mostrar que podem superar todas as crises, sejam econômicas, sociais ou humanitárias.

Referências

ALMEIDA, L. Em tempos de pandemia, *personal trainers* reinventam aulas e atendem clientes em domicílio. **Ge.globo**, 14 mai. 2020. Grande Minas e Vales — InterTV. Disponível em: <https://ge.globo.com/mg/grande-minas-vales/noticia/em-tempos-de-pandemia-personal-trainers-reinventam-aulas-e-atendem-clientes-em-domicilio.ghtml>. Acesso em: 31 mai. 2022.

BACCARINI, M. Empresa adota sistema de trabalho híbrido e tem bons resultados. **G1**, 25 jul. 2021a. Pequenas Empresas & Grandes Negócios. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2021/07/25/empresa-adota-sistema-de-trabalho-hibrido-e-tem-bons-resultados.ghtml>. Acesso em: 31 mai. 2022.

BACCARINI, M. Home office reduz movimento de principais regiões comerciais do país. **G1**, 9 mai. 2021b. Pequenas Empresas & Grandes Negócios. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2021/05/09/home-office-reduz-movimento-de-principais-regioes-comerciais-do-pais.ghtml>. Acesso em: 31 mai. 2022.

BRASIL. **Brasil confirma primeiro caso do novo coronavírus**. Brasília: Ministério da Saúde, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/02/brasil-confirma-primeiro-caso-do-novo-coronavirus>. Acesso em: 31 mai. 2022.

GAMA NETO, R. B. G. Impactos da COVID-19 sobre a Econômico Mundial. **Boletim de Conjuntura**, Boa Vista, Ano II, v. 2, n. 5, p. 113–127, 2020. DOI: 10.5281/zenodo.3786698

GOVERNO DE SP dá início nesta segunda a plano de vacinação de profissionais de saúde em hospitais do estado. **G1 SP**, São Paulo, 17 jan. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/01/17/governo-de-sp-da-inicio-nesta-segunda-a-plano-de-vacinacao-de-profissionais-de-saude-em-hospitais-do-estado.ghtml>. Acesso em: 31 mai. 2022.

PORTO ALEGRE. Decreto Oficial n. 20.534, de 31 de março de 2020. Decreta o estado de calamidade pública e consolida as medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do novo Coronavírus (COVID-19), no Município de Porto Alegre. **Diário Oficial de Porto Alegre**, 31 mar. 2020. Disponível em:

http://dopaonlineupload.procempa.com.br/dopaonlineupload/3310_ce_286414_1.pdf. Acesso em: 31 mai. 2022.

ROLLEMBERG, M. O Mundo em 2020: Entre a Pandemia e a Exclusão Social. **Jornal da USP**, 9 dez. 2020. Rádio USP. O mundo em 2020: entre a pandemia e a exclusão social. Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/o-mundo-em-2020-entre-a-pandemia-e-a-exclusao-social/>. Acesso em: 31 mai. 2022.

ROSSANO, L. C. Distanciamento e isolamento sociais pela Covid-19 no Brasil: impactos na saúde mental. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 30, n. 2, e300214, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-73312020300214>

SCHREIBER, D.; MORAES, M. A.; STASIAK, L. O Impacto da Crise pelo Covid-19 nas micro e pequenas empresas. **Revista Vianna Sapiens (Revista das Faculdades Integradas Vianna Júnior)**, Juiz de Fora, v. 12, n. 1, jan./jun. 2021. DOI: <https://doi.org/10.31994/rvs.v12i1.707>

SCHUELER, P. O que é uma pandemia. **Instituto de Tecnologia em Imunobiológicos — Bio-Manguinhos**, Rio de Janeiro, 28 jul. 2021. Notícias e Artigos. Disponível em: <https://www.bio.fiocruz.br/index.php/br/noticias/1763-o-que-e-uma-pandemia>. Acesso em: 31 mai. 2022.

SEBRAE. Mercado digital e atendimento humanizado são estratégias fundamentais no varejo pós pandemia. **Agência Sebrae de notícias**. 26 ago. 2021a. Tendências. Disponível em: <http://www.mg.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/MG/mercado-digital-e-atendimento-humanizado-sao-estrategias-fundamentais-no-varejo-pos-pandemia,2e88696c6648b710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 31 mai. 2022.

SEBRAE. Transformação digital, um caminho sem volta para os pequenos negócios. **Agência Sebrae de notícias**. 2021b. Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/transformacao-digital-um-caminho-sem-volta-para-os-pequenos-negocios,0818daaf5a4da710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 31 mai. 2022.

SEBRAE. Pequenos negócios podem explorar recursos do Tiktok para se aproximar de clientes. **Agência Sebrae de notícias**. 30 jul. 2021c. Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/pequenos-negocios-podem-explorar-recursos-do-tiktok-para-se-aproximar-de-clientes,cfefd718773ca710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 31 mai. 2022.

SEBRAE. Soluções de inovação ajudam pequenos negócios enfrentar a pandemia. **Agência Sebrae de notícias**. 30 jul. 2021d. Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/solucoes-de-inovacao-ajudam-pequenos-negocios-enfrentar-a-pandemia,ff7cb039d27fa710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 31 mai. 2022.

SIQUEIRA, A. SEO é tarefa de marqueteiros e não de programadores. **Blog de do E-Commerce**. 03 nov. 2011. Disponível em: <https://www.blogdoecommerce.com.br/seo-tarefa-marketing-digital/>. Acesso em: 31 mai. 2022.

TAVARES, M. Veja dicas de criadores de conteúdo para faturar na internet. **G1**. 16 mai. 2021. Pequenas Empresas & Grandes Negócios. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2021/05/16/veja-dicas-de-criadores-de-conteudo-para-faturar-na-internet.ghtml>. Acesso em: 31 mai. 2022.

VALLE, A. Google para pequenas empresas – Veja as opções de ferramentas. **Academia do Marketing**. 24 ago. 2021. Disponível em: <https://www.academiadomarketing.com.br/google-para-pequenas-empresas/>. Acesso em: 31 mai. 2022.