



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
BACHARELADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

JONAS DE ANDRADE SANTANA

**O RETORNO DO COMÉRCIO ECONÔMICO PÓS PANDEMIA, DO BAIRRO DA
COHAB: MUNICÍPIO DE MACHADOS**

RECIFE
2023

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS- DECISO
BACHARELADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

JONAS DE ANDRADE SANTANA

**O RETORNO DO COMERCIO ECONÔMICO PÓS- PANDEMIA, DO BAIRRO DA
COHAB: DO MUNICÍPIO DE MACHADOS**

Monografia apresentado ao Curso de Bacharelado em Ciências Sociais, da Universidade Federal Rural de Pernambuco como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais, sob a orientação da Prof.^a Maria Auxiliadora.

RECIFE

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Sistema Integrado de Bibliotecas
Gerada automaticamente, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

J76r Santana , Jonas de Andrade Santana
O Retorno do Comércio Econômico pós Pandemia,do bairro da COHAB: Município de Machados. /
Jonas de Andrade Santana Santana . - 2023.
69 f. : il.

Orientadora: Maria Auxiliadora Goncalves da .
Inclui referências, apêndice(s) e anexo(s).

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Rural de Pernambuco,
Bacharelado em Ciências Econômicas, Recife, 2023.

1. COHAB . 2. COVID 19. 3. Comércio . 4. Pandemia . 5. Pós pandemia . I. , Maria Auxiliadora
Goncalves da, orient. II. Título

CDD 330

O RETORNO DO COMERCIO ECONÔMICO PÓS- PANDEMIA, DO BAIRRO DA COHAB: DO MUNICÍPIO DE MACHADOS

Monografia aprovada em 19/09/2023, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais, pela Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE, por todos os membros da Banca Examinadora.

Banca Examinadora

Nota 10

Profa. Dra. Maria Auxiliadora Gonçalves da Silva

Nota 10

Profa. Dra. Maria Grazia Cribari Cardoso

Nota 10

Prof. Dr. João Morais de Sousa

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por mim dá força e coragem para enfrentar os desafios da vida, e agradeço aos meus colegas de classe e a todos professores, em especial a minha orientadora Profa. Dra. Maria Auxiliadora Gonçalves da Silva, que aceitou ser minha orientadora, muito obrigado pela compreensão, ensinamentos, confiança e todo suporte que me deu nesse período de orientação.

Agradeço também a todos os professores do curso que com seus ensinamentos contribuíram para eu chegar nesse momento. E a minha família, enfim a todos em geral, que ajudaram de alguma forma para minha formação do curso de Ciências Sociais.

A história de todas as sociedades, até hoje existentes é a história da luta de classes, homem livre, e escravos, Patrício e plebeu senhor feudal e servo, mestre de corporação e companheiro em resumo, opressores em constante oposição, tem vivido numa guerra ininterrupta ora franca ora disfarçada; uma guerra que terminou sempre ou por uma transformação revolucionária da sociedade inteira, ou pela destruição das duas classes em conflito.

(Engels e Marx, 1848, p. 40, Manifesto do comunista)

RESUMO

Esta pesquisa partiu da preocupação com o comércio do bairro da COHAB, no município de Machados, no período de reabilitação das atividades pós-pandemia, partindo do pressuposto da falta de preparação para a enfrentar a pós-pandemia e do amadorismo como é tratado o ato de comercializar. Por objetivo analisei o comércio e os comerciantes do bairro da COHAB, município de Machados-PE, depois da pandemia., com medidas de superação da crise provocada pelo vírus. Realizou-se uma pesquisa etnográfica no cenário da pesquisa e uma entrevista estruturada e aberta, sendo a primeira parte da entrevista para identificar o perfil dos entrevistados; e a segunda, para identificar a vivência e os impactos provocados pela pandemia do COVID-19. De forma geral, os resultados me levaram a observar que as consequências ocasionadas pela Covid-19 contribuíram para um declínio econômico no bairro da COHAB, apresentando mudanças significativas no comportamento dos comerciantes locais e ampliando suas visões para perspectivas futuras a serem desenvolvidas na retomada de suas atividades comerciais. Observei também que os comerciantes não tinham conhecimentos e nem experiências capazes de direcionar um caminho a ser seguido como estratégias de sobrevivência e retorno das atividades. Com base nisso, reforço que a articulação política de todas as esferas do governo para a superação da pandemia e de seus impactos econômicos são essenciais em momentos como esse, vivenciado pela pandemia, e esperava-se um apoio a esse grupo tão afetado durante a pandemia.

Palavras-chaves: COHAB; Covid-19; comércio; pandemia; pós-pandemia.

ABSTRACT

This research started from the concern with the trade in the COHAB neighborhood, in the municipality of Machados, in the period of rehabilitation of post-pandemic activities, based on the assumption of the lack of preparation to face the post-pandemic and the amateurism in how the act is treated to commercialize. As an objective, I analyzed trade and traders in the COHAB neighborhood, in the municipality of Machados-PE, after the pandemic., with measures to overcome the crisis caused by the virus. An ethnographic research was carried out in the research scenario and a structured and open interview was carried out, the first part of the interview being to identify the profile of the interviewees; and the second, to identify the experience and impacts caused by the COVID-19 pandemic. In general, the results led me to observe that the consequences caused by Covid-19 contributed to an economic decline in the COHAB neighborhood, presenting significant changes in the behavior of local traders and expanding their visions for future perspectives to be developed in the resumption of their activities. commercial activities. I also noticed that the merchants had neither knowledge nor experience capable of directing a path to be followed as strategies for survival and return to activities. Based on this, I reinforce that the political articulation of all spheres of government to overcome the pandemic and its economic impacts are essential in times like this, experienced by the pandemic, and support was expected for this group so affected during the pandemic.

Keywords: COHAB; Covid-19; commerce; pandemic; post pandemic.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO I	
REVISÃO DE LITERATURA SOBRE A PANDEMIA DA COVID-19	13
1.1 O impacto da pandemia na sociedade brasileira	17
1.2 A pandemia no comércio e os seus efeitos na sociedade	20
CAPÍTULO II	
COHAB- MUNICÍPIO DE MACHADOS-PE- UMA PEQUENA ETNOGRAFIA	
2.1 A cidade	23
2.2 O bairro	36
CAPÍTULO III	
A PANDEMIA NO COMÉRCIO E OS SEUS EFEITOS NA CIDADE DE MACHADOS-PE	
3.1 Covid-19 no bairro da COHAB	40
3.2 Identificação do perfil dos entrevistados	43
3.3 Período de análise	44
3.3.1 Antes da pandemia	44
3.3.2 Durante a pandemia	52
3.3.3 Pós pandemia	55
CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
REFERÊNCIAS	60
APÊNDICE A - Questionário aplicado na entrevista com os comerciantes	65

INTRODUÇÃO

É sabido que o impacto da pandemia atingiu primeiramente os pequenos comércios, levando em consideração que muitos desses comerciantes pagam alugueis. Considerando que o capital financeiro é reduzido em relação ao nível de gestão, muitos podem dizer que são “amadores”, sem uma formação profissional direcionada a gestão de negócios o que levando-os a um gerenciamento com base na experiência desenvolvida no decorrer dos anos. Essa mesma gerencia experienciada nunca vivenciou uma pandemia como a Covid-19 com consequências jamais imaginadas.

Dentro deste contexto vale salientar que crises sanitárias semelhantes, outras gerações já foram presenciadas em outros momentos no país, como é o caso da Gripe Espanhola, de 1918, que se disseminou rapidamente e matou milhões de pessoas pelo mundo todo. O Covid-19 nesta atual realidade fez inevitavelmente todos suspenderem suas atividades externas e ficarem em casa o maior tempo possível. Depois de um certo tempo, o surgimento de políticas públicas veio assegurar uma renda mínima que garantisse a dignidade dos cidadãos, no que se refere às questões de moradia, saúde, alimentação. (Fundação Oswaldo Cruz, 2020a).

Todavia uma das sequelas graves que a pandemia provocou foi o fechamento de escolas, indústrias e principalmente o comércio, afetando arduamente a economia local e por consequência prejudicado também os cidadãos mais vulneráveis, que antes da pandemia já viviam em condições de extrema pobreza, ampliando a desigualdades sociais e certamente provocando impactos negativos para o comércio e a economia local, como a do Município de Machados.

Algumas empresas até conseguiram manter parte de sua equipe trabalhando na modalidade *home office*, mas nem todo estabelecimento se beneficiou do trabalho remoto. Negócios considerados não essenciais como salões de beleza e lojas de roupas e calçados, por exemplo, foram fortemente afetados. (Sales; Macêdo, 2021, p. 216). Impactos econômicos, sociais, culturais e políticos evidenciaram um cenário caótico em diversos bairros, cidades, estados e países. O crescimento do desemprego, empreendimentos fechados e

enormes prejuízos financeiros foram evidenciados com a pandemia. Sendo assim, cada federação foi responsável em traçar estratégias para mitigar os efeitos pandêmico e estabelecer um plano de retomada das atividades. Somente em 2021, estado de Pernambuco, a partir do Decreto Nº 50.874 – de 18/06/2021 estabeleceu o retorno gradual das atividades sociais e econômicas, que sofreram restrição em face da pandemia.

Para o Ministério da Saúde (2020), a pandemia da Covid-19 foi caracterizada como uma crise sanitária, e com base nisso, os governos de seus respectivos países com o objetivo de reduzir o contágio e amenizar os efeitos gerados por ela, estabeleceu o período de quarentena da população, período esse definido como a reclusão de indivíduos sadios e com suspeita de doenças para evitar a propagação de vírus. Essa ação tomada em conjunto com a propagação do vírus ocasionou muitos reflexos na economia, como a restrição da circulação das pessoas e o fechamento de setores que não estavam enquadrados em serviços essenciais tornou-se um ponto chave para o declínio das atividades econômicas.

Após um duro período restritivo nas atividades que envolvem a economia, foi estabelecido em cada país, estados, cidades e municípios um plano de retomada das atividades que tinha como objetivo orientar toda a população para um retorno responsável e seguro das atividades, de modo a preservar a saúde e a vida das pessoas e evitar o aumento da infecção pela Covid-19.

Diante da problemática exposta, levantei o seguinte problema de pesquisa: **Como se deu o processo de vivência na pandemia e o retorno ao comércio pós-pandemia no bairro da COHAB em Machados?**

Pressupõe-se que as consequências ocasionadas pela Covid-19 contribuíram para um declínio econômico no bairro da COHAB, apresentando mudanças significativas no comportamento dos comerciantes locais e ampliando suas visões para perspectivas futuras a serem desenvolvidas na retomada de suas atividades comerciais.

Dessa forma, estabeleci como objetivo geral: analisar o comércio e os comerciantes do bairro da COHAB, município de Machados-PE, durante e depois da pandemia. E como específicos: investigar como eles se resignificaram para sobreviver aos efeitos da pandemia e retomar suas

atividades; identificar os **passos e encaminhamentos dados** para se reerguerem.

As discussões se fazem necessárias para compreender de fato toda a trajetória de alguns comerciantes deste bairro para reconduzirem suas atividades, ou seja, quais os passos e encaminhamentos dados para se reerguerem ou não financeiramente.

Partindo disso, ao acessar o site da prefeitura da cidade de Machados (<https://machados.pe.gov.br/>) e consultar todas as informações que envolviam os termos “covid-19”, “pandemia”, “economia”, “comércio” e “plano de retomada”, não foram encontrados documentos com informações necessárias que pudessem ser visualizados e analisados sobre o plano de retorno das atividades econômicas da cidade pós pandemia.

Ao consultar o site da prefeitura as informações que mantinham relação com a Covid-19 estavam relacionadas com os boletins informativos de novos casos, casos investigados e óbitos, informações sobre a vacinação e um plano municipal para operacionalização da vacinação contra a Covid-19. Informações sobre a economia local e o comércio relacionados com a pandemia não eram veiculadas no site municipal. Ainda no intuito de averiguar como ocorreu o retorno do comércio local em Machados, acessou-se as redes sociais do município (Facebook e Instagram), tendo em vista que as redes sociais atualmente são maiores meios de comunicação e disseminação de informação.

E com isso, o Instagram oficial da Prefeitura municipal de Machados (<https://www.instagram.com/prefeiturademachados/?igshid=7rfjn43gh9l9>), no decorrer das suas publicações manteve a população machadenses informados sobre a retomada das atividades por meio do decreto municipal nº 044/2021 no qual adotava medidas de prevenção e estabelecia quais comércios funcionariam com base nos serviços classificados como essenciais e não essenciais. Esse decreto municipal se atualizava com base na evolução da pandemia, assim, como o retorno das atividades econômicas na cidade. O Facebook oficial da cidade (<https://www.facebook.com/prefeiturademachadospe>) não fez uso da rede para manter a população ciente sobre como ocorreria o retorno das atividades decorrente a pandemia.

Com base nisso, observou-se que as informações pelos canais oficiais da cidade não disseminavam efetivamente sobre o retorno do comércio em si,

as únicas informações da retomada do comércio divulgada por essas redes sociais relacionavam-se com a feira livre da cidade de Machados, que estava classificada com uma atividade essencial. As demais informações divulgadas eram informativos gerais com base no decreto do estado de Pernambuco e posteriormente com o decreto municipal da cidade.

Os sujeitos da pesquisa serão representados por uma amostra de seis comerciantes locais que possuam seus comércios situados na rua Ana Marques de Azevedo, onde fica a parte comercial do bairro da COHAB, do município de Machados-PE. Para tanto, serão considerados três comerciantes de serviços essenciais, e três na categoria de não essenciais.

Além da etnografia feita do cenário da pesquisa será usada a entrevista estruturada e aberta, sendo a primeira parte da entrevista para identificar o perfil dos entrevistados; e a segunda, para identificar a vivência e os impactos provocados pela pandemia do COVID-19 no período de julho a agosto de 2023.

A Monografia está dividida em **três** capítulos, para que ocorra uma melhor compreensão do assunto abordado no estudo. O **primeiro** envolve uma revisão sobre a pandemia e pós-pandemia e o papel da Prefeitura; o **segundo** uma etnografia sobre o bairro da COHAB, do Município de Machados-PE focada na indústria, turismo, educação, cultura e principalmente no comércio, ponto da pesquisa. O **terceiro**, o bairro da COHAB na vivência e superação da Pandemia, que se refere a análise dos dados coletados.

CAPÍTULO I

REVISÃO DE LITERATURA SOBRE A PANDEMIA DA COVID-19

Pode-se considerar que a pandemia do *Coronavirus Disease* 2019 (COVID-19) foi um dos maiores desafios enfrentados pela sociedade no século XXI e seus impactos continuam a despertar novas ressignificações para lidar com as consequências geradas. Compreende-se que a Covid-19 é uma doença causada pelo coronavírus da síndrome respiratória aguda grave (SARS-CoV-2). Segundo a Organização Pan-Americanas de Saúde (OPAS), em 31 de dezembro de 2019 foi registrado em Wuhan, na China, os primeiros casos de pneumonia causada por um agente desconhecido e comunicado às autoridades de saúde.

Identificou-se que a doença havia se alastrado rapidamente na China durante todo o mês de dezembro (2019) e janeiro (2020). Sendo construído um hospital que comportaria 1.000 leitos, que deveria ser atendido por uma equipe médica de 1.400 pessoas. As preocupações emergiram pelo fato de a construção ter levado apenas dez dias para sua finalização, e logo, os meios de comunicação informaram a milhões de pessoas pelos canais de televisão e mídias digitais, reportagens e filmagens reproduzindo cenas de centenas de operários em um ritmo frenético para erguer o hospital e o motivo da sua construção (British Broadcasting Corporation, 2020).

Diante disso, a Covid-19 foi caracterizada pela sua rápida capacidade de transmissão, com o seu surgimento muitos estudos ainda estavam nas suas fases exploratórias e com isso muitos especialistas não tinham muito embasamento e conhecimento sobre a doença, nesse sentido, a doença foi decretada como uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII) - *Public Health Emergency of International Concern* (PHEIC) pela Organização Mundial da Saúde (OMS) no dia 30 de janeiro (Organização Pan-Americana de Saúde, 2020b). Em uma ordem cronológica, uma pneumonia de causa desconhecida foi relatada pela primeira vez à OMS em 31 de dezembro de 2019. Havendo um surto reconhecido e declarado pela OMS como uma PHEIC em janeiro de 2020. E em 11 de fevereiro de 2020, a OMS anunciou o nome da nova doença que passa a ser chamada de Coronavírus ou COVID-19 (Organização Mundial de Saúde, 2020).

Em meados de janeiro de 2020, a Covid-19 havia rompido as fronteiras da China e os primeiros casos foram reportados na Tailândia, Japão e Korea. Mediante esses primeiros casos ocorreram também as primeiras medidas de prevenção e tentativa de contenção do vírus. Algumas fronteiras de países vizinhos à China passaram a ser fechadas, e um rígido controle de pessoas que entravam e saíam do país iniciaram, o uso das máscaras era protocolo das escolas, do comércio, e dos transportes, nas cidades da Europa. Logo, começávamos a ver e sentir o estabelecimento do isolamento social, conhecida como quarentena. (Wang Et. al, 2020).

No Brasil, o registro do primeiro caso ocorreu em 26 de fevereiro de 2020 no estado de São Paulo e a partir do primeiro caso o cenário caótico da pandemia se disseminou rapidamente no país. (Ministério da Saúde, 2020b). Segundo Neto (2020) após seis meses de pandemia o Brasil registrava 100 mil mortes e 3 milhões de pessoas infectadas, todo esse cenário ocasionado pela evolução da Covid-19 no país gerou um turbilhão de incertezas e sentimentos de insegurança e medo, sobretudo, para as pessoas que viram e sentiram seus comércios declinarem na medida que a doença evoluía.

Desta forma, podemos dizer que a pandemia de Covid-19 trouxe diversas discussões a respeito das transformações sociais, econômicas, políticas, culturais e históricas, e essas transformações mudaram o mundo nesses últimos dois anos, entretanto, Rosenberg (1989) explica que o fim das epidemias pode servir como um desfecho de uma história e reforça a ideia de possíveis reflexões que devem ser tiradas da experiência vivida.

Como a **comunidade e seus membros lidaram com o desafio da epidemia?** Não apenas durante seu reinado, mas, o mais importante, depois. Historiadores e formuladores de políticas preocupados com epidemias tendem a olhar para trás e perguntar **qual o “impacto duradouro”** incidentes específicos tiveram e **quais “lições” foram aprendidas?** Os mortos morreram em vão? (...) As epidemias sempre forneceram ocasião para julgamento moral retrospectivo
(Rosenberg, 1989, grifo nosso, p. 9)

Sem dúvidas, a pandemia fez com que a sociedade enfrentasse diversos desafios e durante o seu reinado inúmeras estratégias para sobrevivência foram estabelecidas no intuito de reduzir seu impacto. Em março de 2020, adotou-se algumas medidas de isolamento social implementadas com o intuito de desacelerar a curva de contaminação da população e evitar a decadência do sistema de saúde. Essas medidas de abril a julho de 2020, provocaram impactos diretos na economia, a saber: no emprego e na renda da população. Os trabalhadores informais foram os primeiros a serem atingidos pela crise, contudo, várias demissões também aconteceram, deixando diversas pessoas desempregadas. (Ministério da economia, 2020).

No que diz respeito a medidas que envolviam auxílios para suprir a sociedade de forma geral, ao setor empresarial foram anunciadas pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social uma linha de crédito para negócios (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, 2020). Para a população, o governo brasileiro adotou o Auxílio Emergencial, sendo beneficiários todos os trabalhadores, autônomos, desempregados e os microempreendedores individuais (MEI) que teriam o direito de receber três parcelas no valor de R\$ 600,00, havendo posteriormente, a prorrogação do auxílio para além do período da pandemia (Becker, 2020, p. 1).

Nota-se que diversas estratégias foram criadas para mitigar os impactos da pandemia na economia e diversas adaptações foram incrementadas. Dentre as adaptações que ocorreram na pandemia, podemos mencionar a utilização do e-commerce (comércio digital). Diversas empresas que não estavam habituadas com essa modalidade se viram obrigadas a adotarem essa prática como tentativa de manter suas vendas e a demanda do mercado. Logo, o setor econômico teve que começar a se adequar aos desafios e mudanças que surgiram na pandemia, tendo em vista que, medidas como distanciamento social e a quarentena afetou diretamente a economia de todas as empresas do país e do mundo, e essas adaptações tinham que ser implementadas até o momento da retomada do comércio (Oliveira, 2020).

É sabido que o histórico da pandemia percorreu diversas áreas do conhecimento, entretanto, é necessário um afastamento dos campos que compõem as áreas da Ciências da Saúde e trazer para as Ciências Sociais as

discussões que envolvem essa temática sob o viés social, envolvendo sobretudo, a antropologia. A pandemia permitiu que a antropologia abrisse um leque para estudá-la dentro dos campos do trabalho, da religião, de gênero, economia, da educação e dos múltiplos movimentos sociais.

Para alguns estudiosos a amplitude de áreas que a antropologia se justifica pelo que Marcel Mauss, apresenta o “fato social total”. O autor defende que os

fatos sociais totais põem em movimento, em certos casos, a totalidade da sociedade e das suas instituições, havendo implicações em toda a sociedade, seja nas esferas econômicas, jurídicas, políticas e religiosas. (Mauss, 1988, p.191).

Paraná (2020) e Émile Durkheim (1972) trazem que a compreensão da vida social, implica dizer que, por mais que o vírus da Covid-19 tenha princípio biológico, isso não significa que a pandemia é indiscutível socialmente, porque a pandemia atingiu a forma de organização da sociedade, alterando a perspectiva sobre a organização do trabalho, do ensino e dos próprios relacionamentos interpessoais. Entende-se, portanto que não há como estudar o fenômeno da pandemia, sem caracterizá-lo como um fato social. Isto significa que o fato social está relacionado com as maneiras de agir, de pensar e de sentir que exercem determinada força sobre os sujeitos, fazendo-os obrigatoriamente a se adaptar às regras da sociedade onde vivem.

Para Paraná (2020) esse conceito de fato social, abrange características tais como a Coercitividade, relacionada com o poder/força, no qual os padrões culturais de uma sociedade, impostos e cumpridos pelos indivíduos; a Exterioridade – sobre a qual a sociedade está organizada, que envolve leis, padrões, e o sistema financeiro; e por último a Generalidade onde os fatos sociais são coletivos, abrangendo todo um grupo, ou sociedade.

Contudo, Paraná (2020) ressalta que nem todo fato deve ser considerado social, pois eles poderiam ser confundidos com os objetos de estudo de outras ciências. Para serem qualificados como fatos sociais, devem obrigatoriamente, serem exteriores aos indivíduos. Assim visto, a pandemia da Covid-19 é um fato social, considerando que, a Covid-19 é algo externo ao indivíduo, que não

faz parte de escolhas individuais, sendo coercitivo, pois os acontecimentos ocorridos na pandemia apresentaram um poder moral, com o controle do Estado sobre o cidadão em relação aos cumprimentos de regras e normas. A forma como a sociedade encarou a pandemia, caracterizou-a como fato social, pelo valor atribuído ao vírus, diretamente ligado ao contexto histórico, político e econômico vivenciado pela sociedade. A Covid-19 trouxe um impacto social na organização da vida em sociedade, causando problemas no funcionamento da sociedade, atingindo as mais diversas instituições sociais, tais como escola, igreja, família e o Estado.

1.1 O impacto da pandemia na sociedade brasileira

O contato direto com a pandemia estabeleceu a reestruturação de uma nova normalidade, isso devido à crise civilizacional e sanitária que se alastrou pelo país, construindo novas relações sociais e evidenciando as desigualdades sociais. Contudo, quando o vírus se fixa em uma sociedade em que os aspectos econômicos, políticos e religiosos são complexos, supõe-se que os impactos pandêmicos podem ser maiores do que o esperado.

Mencionar as peculiaridades do Brasil nesse cenário é primordial para compreender como o país respondeu os impactos sofridos, pois, considera-se que cada episódio epidêmico vai possuir intensidades, efeitos e formas de agravo divergentes uma das outras, que pode estabelecer relações com as condições socioeconômicas de cada país.

Nesse sentido, o autor Carrara (2020) expõe críticas reflexões sobre o tratamento da Covid-19 como um evento individualizante, ou seja, um evento independente, no qual seus efeitos e intensidades não foram mensurados a partir das configurações sociais.

[...] as ciências humanas e sociais brasileiras têm desenvolvido com relativo sucesso a crítica sistemática de uma cosmovisão individualista, ainda bastante presente em certas formulações da Saúde Pública, e em cujos termos não existem “configurações sociais”, mas “populações”, compostas por indivíduos intercambiáveis e separáveis apenas em **quatro grandes**

categorias: “susceptíveis”, “infectados”, “sobreviventes” e “mortos”. (Carrara, 2020, p.2, grifo nosso)

Corroborando com o autor observou-se no decorrer da pandemia que incontáveis momentos as pessoas eram classificadas em números estatísticos de infectados, mortos, sobreviventes e vulneráveis, dados estatísticos importantes, contudo não o suficiente para mensurar a realidade social, que poderiam ser remetidas a outros marcadores sociais relevantes, como raça, classe social, gênero e entre outros marcadores.

Reflete-se, portanto: desses indivíduos caracterizados entre uma das quatro categorias apresentadas por Carrara, quantos representam o setor econômico? Dos números de infectados e mortos, por exemplo, a maioria eram pequenos comerciantes que tinham do comércio o único meio de sustento ou de empresários que possuíam inúmeras riquezas investidas? Os números apenas nessas quatro categorias (mortos, infectados, susceptíveis e sobreviventes) não são suficientes para representar tal realidade.

Diante disso, analisar os diferentes contextos, espaços e situações de extrema desigualdade sociossanitária, expõe que os desafios postos pela pandemia não são apenas sanitários. São socioeconômicos, políticos, culturais, éticos, científicos, sobremaneira agravados pelas desigualdades estruturais entre países, regiões e populações.

Essas desigualdades estruturais entre países direcionou o Brasil em junho de 2020 para o segundo país no mundo com o maior número de casos do Covid-19 e também com vítimas fatais da doença, que segundo as projeções sanitárias, o número de mortes poderiam chegar a 80 mil brasileiros somente em agosto, conforme informações divulgadas pela Folha de São Paulo em 26 de maio de 2020. Em paralelo a isso, a pandemia encontrou um cenário perfeito para sua propagação uma crise política e econômica que se evidenciou por meio das desigualdades sociais do país.

Não foi ao acaso que a primeira vítima fatal da Covid-19 no Rio de Janeiro, a segunda cidade brasileira com maior número de casos da doença, tenha sido uma trabalhadora doméstica de 63 anos, categoria profissional fortemente atingida pela

informalidade, que percorria semanalmente 120km para chegar à casa dos empregadores, de quem pegou o vírus. As condições de vida dessa trabalhadora retratam as desigualdades sociais da sociedade brasileira e iluminam o caráter multidimensional das vulnerabilidades que afetam a maioria da população das periferias das metrópoles e das regiões que concentram pobreza: a dificuldade em manter o isolamento social em face da necessidade de buscar renda num contexto de frágil sistema de proteção social; as condições precárias de habitação e de saneamento; o acesso precário a serviços de saúde, as desigualdades raciais, e a baixa escolarização. (Almeida; Lüchmann; Martelli, 2020, p. 22)

Pode-se considerar que a pandemia da Covid-19 abriu as cortinas das desigualdades sociais que já existiam no país, contudo, eram tratadas de forma indiferente. Vimos que o distanciamento social é difícil nas áreas periféricas, no qual o vírus também se espalhou seguindo os caminhos que levam para as regiões metropolitanas das cidades, pois o trabalho a distância era dito como impossível, e o deslocamento diário era mantido para áreas de densa concentração de atividades. Sendo, a pandemia de Covid-19, caracterizada por sua alta seletividade, atinge particularmente pessoas que, além de morar em “territórios de pobreza”, sofrem de diversas comorbidades (Roy; Shaw Crane, 2021).

Outra característica marcante no Brasil se deu pelos impactos étnico-racial ocasionados pela pandemia. Um balanço dos seis meses de pandemia realizado pelo Observatório Covid-19 da Fiocruz com participação de pesquisadores da Rede Zika, destacou que os povos indígenas, as populações urbanas que vivem em favelas e territórios vulnerabilizados, as relações de gênero com o impacto sobre as mulheres e a significativa presença feminina na força de trabalho em saúde foram as sociedades mais vulnerabilizadas no país. (Fundação Oswaldo Cruz, 2020b).

Pode-se dizer que toda essa exposição e vulnerabilidade exigiu da sociedade um novo padrão comportamental que garantiria a nossa sobrevivência, essa mudança dada pela Covid-19 se destacou de diversas formas, principalmente, com a implementação de medidas para assegurar a

saúde e a vida das pessoas, e minimizar os impactos sociais que se direcionavam de forma mais rigorosa em uma determinada classe social em relação a outra. Diante do exposto, a seção seguinte busca apresentar o plano de convivência social estabelecida pelo Governo de Pernambuco, com base em ações federais e estaduais.

1.2 A pandemia no comércio e os seus efeitos na sociedade

Sabe-se que a pandemia ocasionou novas adaptações para atender a realidade vivida. Diversos comércios, lojas, bancos, supermercados, farmácias e centros de saúde tiveram que se readequarem ao cenário pandêmico. Compreende-se, que todos os setores econômicos tiveram impactos negativos nos negócios, mas foram os pequenos comércios que tiveram mais dificuldades para lidar com esse momento da pandemia (Cruvinel, 2020).

Vivenciou-se a transição do comércio físico para o comércio digital com atividades realizadas em *home office*, possibilitando que muitos funcionários trabalhassem em suas casas com atividades de vendas, atendimento e suporte ao cliente. Corroborando com De Lima e Freitas (2020) o *home office* ocasionou oportunidades para que o funcionário/empreendedor possa prestar seus serviços de qualquer lugar, basta estar conectado à internet, gerando assim, um menor custo, pois não haverá a necessidade dos funcionários/empreendedores se deslocarem até o trabalho.

A máscara tornou-se um componente indispensável de proteção e o álcool em gel sinônimo de prevenção, ambos acabaram se tornando objetos de trabalho para atendimento ao cliente. Assim como, o convívio das pessoas foi diretamente afetado pelo distanciamento social, e também foi constatado que as ferramentas online e as mídias digitais começaram a fazer parte do dia a dia das pessoas, em razão de que essas tecnologias são instrumentos facilitadores para estreitar o distanciamento social e aproximar pessoas. E quando isso se reflete na economia, observa-se o quanto essas ferramentas facilitaram as compras com promoção de marketing, e sobretudo, no auxílio de estratégias para enfrentar os desafios da pandemia.

O isolamento social instalou incertezas na vida das pessoas, principalmente, na economia. Houve redução do comércio, por conseguinte, a

economia desacelerou, devido a diminuição da produção e da jornada de trabalho, demissão de trabalhadores, e o crescimento de falências por partes dos pequenos comércios, no qual fez, que muitos microempreendedores deixassem de investir e agir ativamente em possíveis estratégias de sobrevivência, tendo em vista, que o cenário não havia sido experimentado anteriormente da forma que a Covid-19 se apresentou. (Silva; Silva, 2020, p.3)

Desta forma, destaca-se trabalhos informais, tais como ambulantes, por exemplo, que sofreram os efeitos negativos da pandemia, uma vez que, ao contrário dos trabalhadores formais, eles não eram amparados pelos direitos trabalhistas oferecidos pela carteira de trabalho assinada. Ainda assim, muitos trabalhadores foram desligados dos seus empregos, devido à redução de quadro que muitas empresas adotaram como meio de manter a empresa firme.

É importante mencionar que segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE) em 2020, o setor empresarial no Brasil era constituído 99% de micro e pequenas empresas, o que podemos considerar como pequenos comércios, correspondendo a 52% dos empregos formais do setor privado e que durante a pandemia cerca de 60% dos pequenos negócios que solicitaram crédito no mercado, tiveram o pedido de crédito negado pelos bancos devido à inexistência de evidências que garantiriam o pagamento do empréstimo.

Os efeitos da pandemia no comércio geraram mudanças diretas no comportamento do pequeno empresário, assim como, no consumidor, uma vez que, evidenciou um crescimento do *e-commerce* (comércio digital) para as vendas online e os comércios se viram pressionados a migrarem para plataformas de vendas, para atender as demandas do mercado, uns comércios com algumas habilidades para esses tipos de plataforma, outros, algumas vezes com nenhuma habilidade.

Ainda assim, podemos destacar que os principais motores do comércio na pandemia foram os seguintes serviços: supermercados, produtos alimentícios, farmácias, o comércio digital e o *delivery*. Apesar dos efeitos da pandemia apresentarem semelhanças nas práticas sociais, salienta-se que diversos comerciantes, empresas e empreendedores construíram suas estratégias para que retornassem suas atividades econômicas da melhor forma possível.

Logo, no próximo capítulo vamos dissertar um pouco sobre a etnografia da Cidade de Machados para posteriormente compreendermos como se deu a construção de estratégias para a retornada das atividades econômicas no local, tendo em vista que, a progressão da pandemia para os interiores do Brasil já era esperada, e em abril de 2020, a Covid-19 já havia atingido todos os estados brasileiros, incluindo territórios rurais. (Brasil, 2020).

CAPÍTULO II

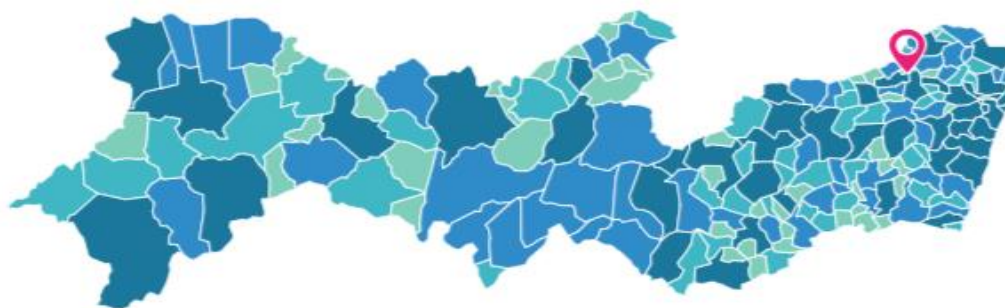
COHAB- MUNICÍPIO DE MACHADOS-PE- UMA PEQUENA ETNOGRAFIA

2.1. A Cidade de Machados, em Pernambuco.

Machados é um município brasileiro do Estado de Pernambuco, cuja população de Machados é carinhosamente chamada de Machadense. De acordo com o último censo do IBGE do ano de 2022 a população de Machados era composta por 11.333 pessoas, tendo sua densidade demográfica de 183,92 habitantes por quilômetro quadrado (IBGE, 2022). O atual prefeito do Município é o Juarez Rodrigues Fernandes (2021-2024), conhecido popularmente como Juarez da Banana. Vale destacar que o município está localizado a 116,4 km² da capital de Recife, se estendendo por 60km² (Imagem 1).

Sendo vizinho dos municípios de Natuba, São Vicente Ferreiros e Orobó, a cidade de Machados se situa a 13 km ao Norte-Leste de Orobó a maior cidade nos arredores. (Cidade-Brasil, 2021).

Imagem 1 – Mapa de Pernambuco com a localização da cidade de Machados



Fonte: IBGE (2022)

Machados teve a sua emancipação em 20 de dezembro de 1963, estando atualmente com 60 anos. Historicamente está situado em terras do antigo Engenho Bom Destino que pertencia ao município de Bom Jardim. O marco zero do município localiza-se onde atualmente está edificada a Igreja Evangélica

Congregacional. A primeira casa construída por Manoel João Rodrigues do Nascimento, data do ano de 1890, que lhe serviu de residência e ponto comercial. Tal fato despertou a atenção de outras pessoas, que começaram a construir novas casas iniciando assim a vila Machados. (Prefeitura de Machados, 2023)

Em 10 de outubro de 1917 a cidade passa a realizar sua primeira feira livre, que resistindo as pressões de alguns políticos da região foi se firmando e atraindo a atenção dos comerciantes das comunidades vizinhas que se instalavam a fim de comercializarem seus produtos. A riqueza da cidade gira em torno do cultivo da Banana, e por isto, Machados é conhecida como a “Terra da Banana”, acrescido de outros produtos como o artesanato, apresentando uma diversificação que vai do aproveitamento da palha da bananeira, assim como do licor da mesma fruta e de outras regionais. Além destes, os machadenses produzem pinturas e bordados, segundo dados da apontados pela Prefeitura de Machados (2023)

As festas religiosas marcam a cidade de Machados com a celebração do São Sebastião, o padroeiro da cidade. A festa ocorre todo ano em janeiro, sendo uma festa tradicionalista de ordem católica que completou no ano de 2023, 105 anos de comemoração ao padroeiro da cidade. Geralmente a festa acontece no período de uma semana, na Igreja Matriz de São Sebastião (Imagem 2), que fica localizada no centro da cidade. No período da festa de São Sebastião acontece convites destinados à padres de cidades vizinhas para celebração da missa.

Destaco que antes da missa e a noite a procissão, realiza-se pela manhã a queima de fogos. Além da festa da Igreja acontece também, a festa profana, levando a população machadense a ficar na expectativa de saber qual cantor ou banda o prefeito vai contratar como atração da festa. A festa profana começa quando a missa termina. O detalhe curioso é que por muito tempo, o palco montado para o show e apresentação das bandas ficava em frente à Igreja Matriz, porém, nos últimos anos, o palco passou a ficar por trás da Igreja.

Além da questão religiosa ou sagrada, a festa de São Sebastião é importante para movimentação da economia, visto que, pessoas das cidades vizinhas, e até mesmo da capital pernambucana visitam Machados nesse período para acompanhar a festa da Igreja, assim como a festa profana. Neste

sentido, todos, de dentro e de fora de Machados aproveitam a celebração conforme as formas em que estão disponibilizadas na programação do evento.

Imagem 2 - Igreja matriz de São Sebastião de Machados - PE



Fonte: Acervo do autor (2023)

Para a Monografia considera-se importante apresentar alguns pontos da cidade, uma vez que o objetivo da pesquisa está centrado no município. Assim sendo, seguem alguns dos principais prédios do centro da cidade.

Temos a principal agência bancária da cidade de Machados é o Banco do Brasil (Imagem 3), localizado no centro da cidade, na praça São Sebastião, próximo à Igreja Matriz. Esse é único banco disponível da cidade, em que geralmente os aposentados vão receber seus direitos previdenciários. Efetivamente os aposentados de Machados ficaram um longo período de tempo, sem realizar atividades que envolvesse a agência da cidade, isso porque assaltos a bancos aconteciam em várias cidades do interior, e o Banco do Brasil de Machados também foi vítima dos assaltantes que explodiram os caixas, deixando a população amedrontada. A partir do ano passado o Banco do Brasil foi reaberto para a alegria da população e movimentação do capital.

Imagem 3 – Agência bancária do Banco do Brasil em Machados



Fonte: Acervo do autor (2023)

Na Avenida Manoel Pedro de Aguiar localiza-se, a única lotérica da Caixa Econômica Federal em Machados. Essa loteria da Caixa Econômica Federal é responsável pelo recolhimento das diversas despesas da população da cidade. Nela os cidadãos de Machados pagam as suas contas de água, luz, internet e também depositam ou sacam dinheiro. A localização da lotérica permite um acesso facilitado, sobretudo, para quem mora no centro da cidade. Os cidadãos que moram distante dessa agência podem se deslocarem andando para o centro da cidade e imediatamente vão encontrar a loteria da Caixa, por estar em um local visível e de fácil acesso. (Imagem 4)

Imagem 4 – Loteria da Caixa Econômica Federal em Machados



Fonte: Acervo do autor (2023)

A Prefeitura de Machados está localizada na Rua Manoel João, 23, Centro (Imagem 5). Atrás da Igreja Matriz de São Sebastião, e bem perto do principal cemitério da cidade. Atualmente a prefeitura segue a gestão do prefeito Juarez Rodrigues que se elegeu pela primeira vez em 2020 ao derrotar o antigo prefeito da cidade e da oposição, Cido Plácido. Antes de ser o prefeito de Machados, Juarez Rodrigues foi vice prefeito de Argemiro Pimentel que comandou a prefeitura de Machados entre 2013 a 2020. Porém, atualmente Argemiro Pimentel tornou se oposição a Juarez Rodrigues, dessa forma, tudo indica que Machados terá pela primeira vez três candidatos fortes disputado a próxima eleição para assumir por mais 4 anos a gestão da Prefeitura da cidade.

Imagem 5 – Prefeitura da cidade de Machados



Fonte: Acervo do autor (2023)

O Cemitério São José (Imagem 6) está localizado na Rua José Alexandre, próximo a Prefeitura de Machados. Ao realizar as imagens fotográficas para construção etnográfica da pesquisa acompanhei o enterro de uma pessoa desconhecida (Imagem 7), com isso, foi a primeira vez que eu cheguei tão perto do cemitério da cidade, que até o momento do registro das imagens da pesquisa, desconhecia o nome do cemitério.

Imagem 6 – Cemitério São José em Machados



Fonte: Acervo do autor (2023)

Imagem 7 – Acompanhamento do velório na cidade



Fonte: Acervo do autor (2023)

A Escola municipal Major João Marques de Oliveira que fica localizada na Rua Governador Paulo Guerra (imagem 8). É uma escola municipal que está no período de férias. Essa Escola Municipal, atende aos alunos do Ensino Fundamental II, que funciona no período da manhã, tarde e da noite

Neste período, em 12 de julho de 2023, aconteceu o primeiro Café Julhino para os aposentados e pensionistas, como uma atividade extra escolar. teve

como objetivo conversar com todos assegurados oferecido pela Prefeitura de Machados, através da secretaria de previdência social (Machados prev) além da conversa com todos os assegurados, teve também comidas típicas, forró pé de serra, e a equipe dando apoio com atualização da caderneta, Hemoglobina glicada (HGT) – procedimento para medir a concentração de glicose no sangue e aferição de pressão.

Imagem 8 – Escola Municipal Major João Marques de Oliveira



Fonte: Acervo do autor (2023)

O mercado multicultural da cidade de Machados (Imagem 9) localiza-se ao lado da Praça São Sebastião. O mercado é considerado multicultural e foi construído na gestão do antigo prefeito da cidade, Argemiro Pimentel em 2015. No dia da inauguração do mercado multicultural, (28 de março de 2015) houve a presença do governador da época, Paulo Câmara, e outro nome importante da política o deputado federal Danilo Cabral. Esse mercado multicultural acabou substituindo o mercado público que foi transferido para outro local da cidade.

O mercado multicultural é responsável pelos shows ao vivo de cantores locais, além da praça de alimentação, que também acontece eventos para valorizar e fortalecer a cultura da cidade, como por exemplo: a feira de artesanato, o de agricultura e culinária de Machados que aconteceu em junho de 2023.

Imagem 9 – Mercado Multicultural da cidade de Machado



Fonte: Acervo do autor (2023)

O Mercadinho Central (Imagem 10) situado na Avenida Manoel Pedro de Aguiar foi considerado por muito tempo o principal mercadinho da cidade, perdendo a sua posição, a partir da chegada do Mercadinho Machados (Imagem 11). Nesse mercadinho predomina-se o comércio varejista de mercadorias em geral com foco principalmente em produtos alimentícios.

Imagem 10 – Mercadinho Central



Fonte: Acervo do autor (2023)

O Mercadinho Machados também se localiza na Avenida Manoel Pedro de Aguiar, sendo uma concorrência forte para o Mercadinho Central, visto que, os dois mercadinhos ficam na mesma avenida e bem próximos um do outro. Naturalmente em dia feira na cidade, a movimentação nos mercadinhos em geral, e principalmente no mercadinho de Machados é enorme, inclusive, outros comerciantes aproveitam a freguesia do mercadinho para comercializar seus produtos.

Imagem 11 – Mercadinho Machados



Fonte: Acervo do autor (2023)

No final do ano de 2019 surge em Machados o Mercadão (Imagem 12) desde que foi inaugurado conquistou a preferência da população de Machados, visto que, encontra-se no mercadão diversos produtos alimentícios, minimercados, mercearias e armazém.

Imagem 12 - Mercadoão



Fonte: Acervo do autor (2023)

O Mercado Público da cidade de Machados está localizado na Rua Santa Luzia, onde ficava o antigo matadouro. O Mercado Público anteriormente ficava na praça São Sebastião, no centro da cidade onde é atualmente o Mercado Multicultural da Cidade. (Imagem 13)

Imagem 13 – Mercado Público da cidade de Machados



Fonte: Acervo do autor (2023)

Outro ponto de destaque é a Igreja Universal Reino de Deus localizada na cidade, é sem dúvida, a principal Igreja Evangélica da terra da banana. Foi fundada na cidade em 2010, ou seja, tem 13 anos de existência. Desde a sua

inauguração fez um maior sucesso, com os jovens e adultos, a cada semana que passava os números de participantes aumentavam e atualmente ainda tem um número expressivo de jovens da cidade que seguem e vivenciam os ensinamentos da Igreja Universal. (Imagem 14)

Imagem 14 – Igreja Universal do Reino de Deus



Fonte: Acervo do autor (2023)

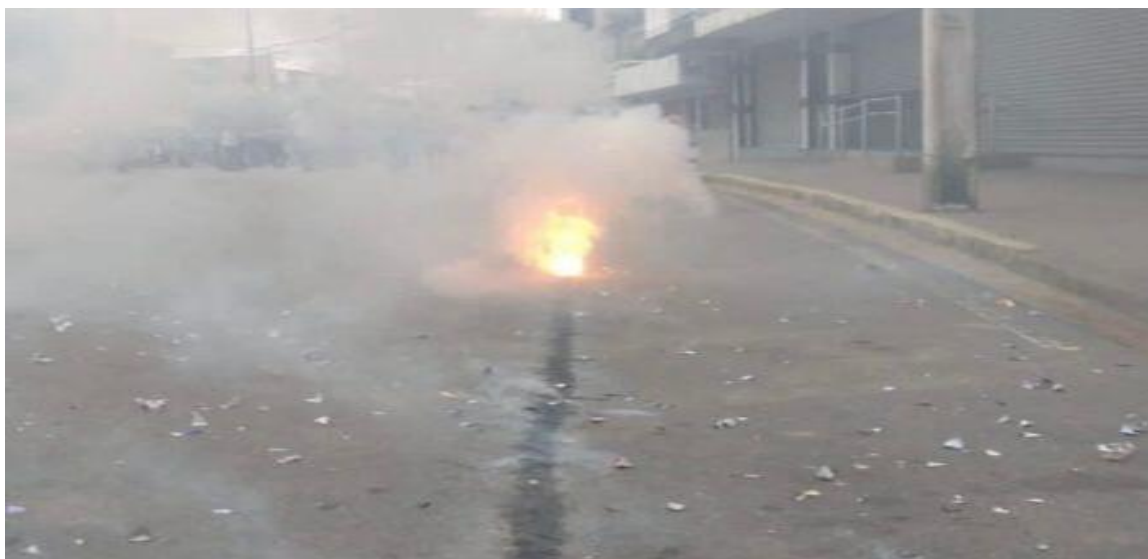
Em termos de festividades, uma das grandes tradições da cultura da cidade de Machados acontece no mês de junho, na comemoração do dia de São Pedro. Nesse dia, Machados amanhece na expectativa de presenciar a maior girândola rasteira do mundo com a participação especial dos Bacamarteiros do próprio município. Os bacamarteiros com seus bacamartes inicia o espetáculo com tiros de pólvora e fogos de artifício (Imagem 15 e 16). A girândola rasteira é simplesmente uma apresentação de tiros, em que traços de pólvoras junto com bombas e surpresas explodem no solo, realizado apenas no período da manhã. É dessa forma que a cultura e a tradição permanecem viva e a economia da cidade fica movimentada, deixando os comerciantes locais mais alegres, na expectativa de um faturamento maior do que em outros períodos do ano.

Imagem 15 – Machadenses ascendendo a girândola rasteira



Fonte: Acervo do autor, tirado na época da festa (2023)

Imagem 16 – Girândola rasteira acesa



Fonte: Acervo do autor (2023)

Destaca-se que a economia da cidade de Machados gira em torno do cultivo da Banana, porém, a banana sem dúvidas é a principal atividade de estabilidade econômica para os moradores da cidade, tendo em vista que a plantação de banana preenche boa parte do município caracterizando a cidade de Machados, como um dos maiores fornecedores de Banana do Brasil.

Imagem 17 – Vendedores comercializando bananas



Fonte: Acervo do autor (2023)

Evidencia-se também que quem trabalha com artesanato na cidade faz uso da banana para produzir vários tipos de artesanatos de diferentes tipos, com isso, o artesão sobrevive do artesanato fazendo com que o dinheiro que ele ganha seja para sua autossustentação. A produção de artesanatos produzidos por artesões do município faz com que a cultura e a tradição da cidade fiquem cada vez mais conhecida e valorizada. (Imagem 18)

Imagem 18 – Artesanato produzido pelos artesões do município



Fonte: Acervo do autor (2023)

2.2. Bairro da COHAB – Município de Machados

No Bairro da COHAB, no Município de Machados, tem como rua principal a Rua Eneida Alvares Gaião, ou seja, aquela rua em que reúne o comércio mais forte e concentrado, evitando que seus habitantes desloquem-se para a cidade. Desta forma no seu comércio há uma pequena loja de roupas chamada TX Multimarcas de roupas masculinas de marcas, além de acessórios. Essa loja de roupa tem sete anos de existência, ou seja, pegou o período severo da pandemia da Covid -19. (Imagem 19)

Imagem 19 – TX multimarcas, loja de roupas masculinas



Fonte: Acervo do autor (2023)

Também possui uma pequena farmácia, chamada de Santa Ana, que fica do lado da Loja TX Multimarcas. Essa é a única farmácia que tem no Bairro da COHAB. Antes de sua existência os moradores do Bairro da COHAB precisavam ir para o centro da cidade comprar medicamentos, logo, a farmácia passou a ser fundamental para os moradores da COHAB de modo que atende todos residentes no bairro. (Imagem 19)

Nesta sequência encontrei a lanchonete que também funciona como *Lan House*, a única do bairro, que atende a Escola Estadual. Na hora do intervalo das aulas, os estudantes vão diretamente para essa *Lan- House*, seja para mexer no computador ou fazer lanches. (Imagem 20)

Imagem 20 – Lan House e Lanchonete do bairro da COHAB



Fonte: Acervo do autor (2023)

A Escola de Referência em Ensino Médio Severino de Andrade Guerra fica, na entrada do bairro da COHAB. A Escola Estadual é a principal não só do Bairro da COHAB mais é também da Cidade de Machados, na qual, atualmente, estão construídos a quadra Esportiva. (Imagem 21)

Imagem 21 – Escola de Referência em Ensino Médio no bairro da COHAB

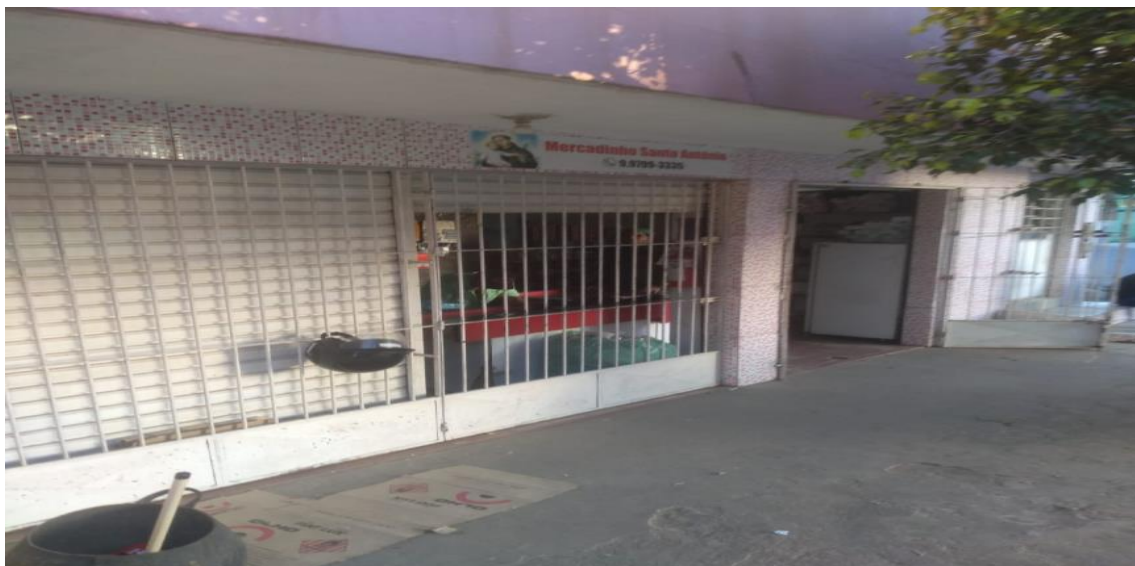


Fonte: Acervo do autor (2023)

O Mercadinho Santo Antônio é o mercadinho mais antigo do bairro e durante um bom tempo foi o principal mercadinho do Bairro da COHAB. Esse

status de principal foi se perdendo à medida que o bairro foi se desenvolvendo e outros mercados foram surgindo. Porém, ainda resiste e continua ativo. (Imagem 22)

Imagem 22 - Mercadinho Santo Antônio.



Fonte: Acervo do autor (2023)

Outro principal mercadinho do bairro da COHAB fica localizado na Rua Ana de Azevedo Marques chamado de mercadinho do Gordinho. Esse mercadinho começou a ganhar os clientes aos poucos e tempos depois conseguiu conquistar a confiança e a fidelidade dos clientes. (Imagem 23)

Imagem 23 - Mercadinho do Gordinho



Fonte: Acervo do autor (2023)

No bairro da COHAB, tudo é equilibrado, no que se refere ao atendimento das necessidades de seus moradores. Há uma harmonia e afetuosidade entre os comerciantes e os clientes, uma vez que todos pertencem ao mesmo bairro. Tudo é familiar, e isto se torna o referencial do bairro em relação com o que o Centro Comercial maior da cidade.

.

CAPÍTULO III

A PANDEMIA NO COMÉRCIO E OS SEUS EFEITOS NA CIDADE DE MACHADOS-PE

3.1. Covid-19 no bairro da COHAB

Observamos no decorrer da pandemia que a distância não foi barreira para a transmissão do vírus, logo, apesar de Machados ser considerada uma área rural remota, o vírus se instalou no local resultando diversos impactos negativos. Contudo, as preocupações relacionadas com a circulação da Covid-19, na cidade, mobilizaram a Prefeitura de Machados a estabelecer no principal acesso da cidade, uma barreira sanitária, com o intuito de impedir a circulação do novo coronavírus. As barreiras passaram a ser um meio estratégico em diversas cidades do país atreladas à outras medidas preventivas para proteger a saúde da população. (Imagem 24)

Imagem 24 – Barreira sanitária no ponto de acesso para Machados na pandemia



Fonte: Homepage da Prefeitura de Machados no Facebook (2020)

Segundo informações noticiadas pelo Diário de Pernambuco em 09 de abril de 2020, a barreira sanitária na cidade de Machados tinha como foco principal veículos e pedestres de outras localidades, que passavam por profissionais da saúde, equipados com os Equipamentos de Proteção Individual

(EPIs), que se revezam, na orientação de condutores e das pessoas, distribuindo materiais informativos e dialogando sobre os cuidados que devem ser tomados em relação ao novo coronavírus, como a higienização das mãos e a importância do isolamento social.

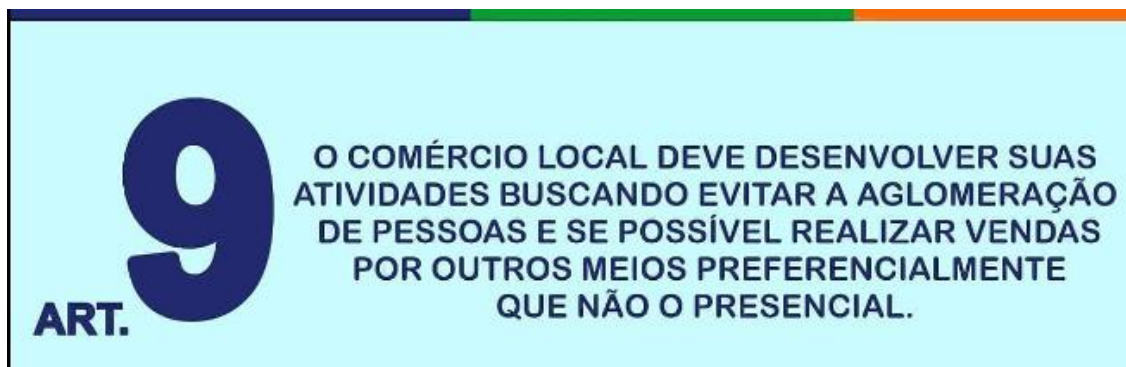
Compreende-se que o intuito principal das barreias sanitárias é prevenir riscos de contaminação e disseminação de doenças, contudo, a barreira não foi uma estratégia eficaz, permitindo a circulação do vírus que culminou posteriormente grandes impactos no comércio local da Machados. Esse impacto foi observado e sentido a partir da nota dada pela Prefeitura de Machados em 20 de março de 2020:

Nota da prefeitura de Machados: O prefeito de machados no uso das atribuições a ele conferidas e seguindo determinações do ministério da saúde, do governo do estado de Pernambuco e do ministério público representado pela promotoria de Bom Jardim, publicou novo decreto determinando **medidas mais rígidas** de enfrentamento ao novo coronavírus, **inclusive para o comércio**, de forma que a partir deste domingo 22 de março **só estarão autorizados a funcionar os supermercados, mercadinhos, padarias, farmácias, postos de gasolina, casas de ração animal, depósitos de água mineral e gás, além de serviços essenciais como hospital, postos de saúde, abastecimento de água, energia e internet.** Quanto a **feira livre funcionará com restrições, podendo ser comercializado apenas gêneros alimentícios.** Essas medidas são necessárias para que o maior número de pessoas fique em casa e tenham o mínimo de contato social. Temos procurado assegurar aos machadenses o máximo possível de proteção, portanto esperamos contar com a compreensão e ajuda de todos para atravessarmos esse momento tão difícil. Recomendamos evitar a aglomeração de mais de 30 pessoas em qualquer estabelecimento, inclusive nas igrejas e templos religiosos. A prevenção é a solução para você e sua família.

(PREFEITURA DE MACHADOS, s.p, 2020, Grifo nosso)

Percebemos na prática o quanto essas medidas mais rígidas, sobretudo, para o comércio impactaram diretamente a economia dos pequenos comerciantes. De modo geral, sabe-se que o comércio local paga aluguéis elevados, possuem pouco capital, e não tem conhecimentos específicos sobre gestão de empresas, além de uma boa parte não possuir habilidades suficientes com os aparatos tecnológicos.

Imagem 25 – Art. 9 do decreto municipal da Cidade de Machados na pandemia

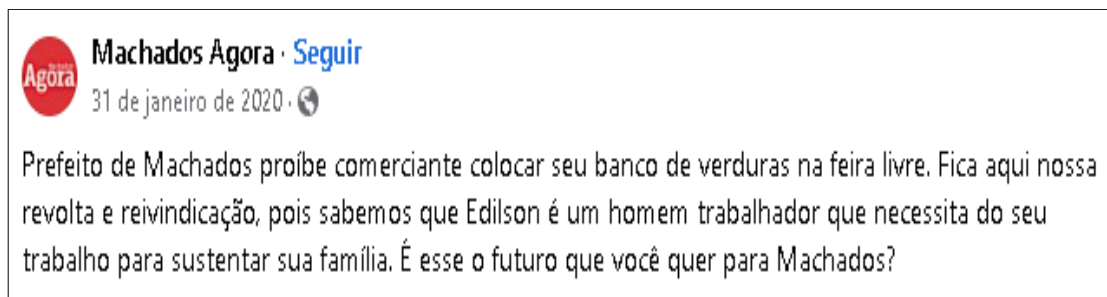


Fonte: Homepage da Prefeitura de Machados no Facebook (2020)

Muitos comerciantes não tinham outras práticas comerciais além de vendas e atuações presenciais em seus estabelecimentos, assim como, muitos comerciantes tiveram que se adequar ao novo modelo econômico para sobreviver durante a pandemia, outros não conseguiram lidar com tais modificações, iniciando diversos protestos contra o *lockdown* estabelecido no país, pois, diversos trabalhadores passaram a trabalhar escondido devido o fechamento de seus pontos comerciais.

A pandemia colocou frente a frente o risco a saúde e o risco a economia, dois pontos que em determinados momentos da pandemia não haviam um diálogo positivo. Canais de informação local da cidade de Machados passava a circular como notícia, a indignação da população frente às ações dos órgãos governamentais contra comerciantes que não se enquadravam em serviços essenciais que insistiam em “trabalhar escondido”. (Imagem 26)

Imagem 26 – Notícias sobre a pandemia



Fonte: Homepage do site de notícias Machados Agora no Facebook (2020)

Partindo disso, as discussões a seguir mostrarão os dados coletados por meio da entrevista realizada com os comerciantes do bairro da COHAB,

em Machados, com isso, os dados foram organizados e tabulados com o auxílio da ferramenta Microsoft Office – EXCEL, para assim proporcionar uma análise mais apurada. Para melhor compreensão dos resultados, fizemos a divisão em subseções que foram enriquecidas com quadros e gráficos gerados a partir dos valores obtidos com as respostas.

3.2 Identificação do Perfil dos Entrevistados

A primeira parte da entrevista buscou identificar o perfil dos comerciantes, classificando em essenciais, não essenciais, área comercial e período de atuação no comércio. Os participantes do estudo foram registrados através de códigos seguidos da letra “C” que correspondem à categoria comerciantes e de uma numeração sequencial “1, 2, 3, ..., até 6”, referente à ordem de entrevistas realizadas, por exemplo: C1, C2, C3, ..., e C6. Optamos por essa forma de registro para assegurar o anonimato dos comerciantes e seus estabelecimentos comerciais. (Quadro 1)

Quadro 1 - Identificação do perfil dos comerciantes

Comerciantes	Categoria	Área comercial	Período de atuação no comércio
C1	Essencial	Mercadinho	35 anos
C2	Essencial	Mercadinho	22 anos
C3	Essencial	Farmácia	4 anos
C4	Não essencial	Barbearia	10 anos
C5	Não essencial	LanHouse	15 anos
C6	Não essencial	Loja de roupas	6 anos

Fonte: Elaborado pelo autor com os dados dos entrevistados (2023)

Participaram das entrevistas 6 comerciantes que atuam diretamente no comércio do bairro da COHAB e que sentiram na pandemia diversos impactos em seus estabelecimentos, logo, optou-se na categoria de serviços essenciais coletar dados de 2 mercadinhos do bairro: 1 grande porte (C1) e 1 de menor porte (C2), para que fosse realizado uma análise comparativa. As demais áreas comerciais foram representadas apenas por um segmento cada, a saber: 1 Farmácia (C3), 1 Barbearia (C4), 1 Lan House (C5), 1 Loja de roupas (C6).

3.3 Período de análise

Com o intuito de averiguar como se deu o desenvolvimento econômico e comercial da COHAB, estabeleceu-se como critério três períodos de análise: Antes da pandemia (período até 15 de março de 2020); Durante a pandemia (período a partir de 16 de março de 2020 a 14 de junho de 2020 com restrições severas e lockdown) e Após pandemia (período a partir de 15 de junho de 2020 - por meio das flexibilizações sanitárias a 5 de maio de 2023 - quando foi decretado pela Organização Mundial de Saúde o fim da Covid-19 como uma emergência de saúde pública de interesse internacional).

3.3.1 Antes da Pandemia

O foco da análise não centralizará as discussões nesse período, contudo, busca-se levantar informações que apresentem diferenças nos intervalos de análise: Durante e após pandemia. Nesse sentido, observaremos apenas como o comércio era antes da crise sanitária. Visando isso, a segunda parte da entrevista buscava compreender quais insumos e/ou serviços eram oferecidos pelos comerciantes antes da pandemia, para assim, posteriormente identificarmos se houve possíveis mudanças nas áreas comerciais em decorrência da pandemia. (Quadro 2)

Quadro 2 - O que você mais negociava/vendia antes da pandemia?

Comerciantes	Área comercial	Síntese das respostas
C1	Mercadinho	Vendas de Frios
C2	Mercadinho	Gêneros alimentícios no geral e produtos de limpeza
C3	Farmácia	Medicamentos específicos em períodos de diferentes.
C4	Barbearia	Cortes de cabelos masculinos
C5	Lan House	Equipamentos de celulares
C6	Loja de roupas	Vestuário em geral

Fonte: Elaborado pelo autor com os dados dos entrevistados (2023)

A partir das informações dadas pelos entrevistados, buscamos compreender de forma geral como era o comércio deles antes da pandemia, e obtivemos as respostas apresentadas no quadro 3.

Quadro 3 – Como era o seu comércio antes da pandemia?

Comerciantes	Área comercial	Respostas brutas
C1	Mercadinho	“Maiores vendas em cereais “
C2	Mercadinho	“Tinha mais movimento e agora está muito fraco”
C3	Farmácia	“Antes da pandemia o movimento era melhor”
C4	Barbearia	“Tinha um movimento maior e considerável de pessoas que vinham cortar o cabelo”
C5	Lan House	“As vendas eram fracas”
C6	Loja de roupas	“Era mais movimentado”

Fonte: Elaborado pelo autor com os dados dos entrevistados (2023)

Nota-se que os termos “movimento” e “movimentação” foram características focais nas respostas dos comerciantes. De forma geral e popular esses termos são utilizados para fazer referência a circulação de clientes nos estabelecimentos. Ao adjetivarem o movimento e/ou a movimentação como melhor e maior, compreendemos que os comerciantes sinalizaram que ocorria em números uma maior circulação de clientes em seus estabelecimentos antes da pandemia, o que também é fato, uma vez que, um dos pontos centrais da pandemia era a menor circulação possível de pessoas nas ruas para reduzir o contágio da doença.

4.3.2 Durante a pandemia

Nesse ponto busca-se como as medidas de biossegurança apontadas pelo Governo do Estado e como a trajetória dessas medidas afetou o mercado com diferentes graus de danos econômicos e sociais. E para obter dados necessários para tal análise, a terceira parte do questionário compôs 9 perguntas par extrair as informações dos comerciantes em relação ao período durante a pandemia e pós. À vista disso, indagamos aos entrevistados em que o seu comércio foi mais prejudicado no decorrer da pandemia. (Quadro 4)

Quadro 4 – Em que o seu comércio foi mais prejudicado no decorrer da pandemia?

	Área comercial	Respostas brutas
C1	Mercadinho	“Na diminuição da entrega de matérias de vendas “
C2	Mercadinho	“Todo meu comercio foi prejudicando sem exceção”
C3	Farmácia	“Na redução das vendas dos medicamentos”
C4	Barbearia	“Na redução de cortes de cabelos “
C5	Lan House	Na época da pandemia o movimento melhorou muito por causa do auxilio emergencial as pessoas estavam com o dinheiro [...] Foi mais prejudicado no período que teve que fica fechado quando ficou fechado não tinha nada”
C6	Loja de roupas	“No declínio das vendas”
	Serviços essenciais	
	Serviços não essenciais	

Fonte: Elaborado pelo autor com os dados dos entrevistados (2023)

Sabe-se que o período classificado na pesquisa como “durante a pandemia” foi o período em que diversas atividades foram restritas e as atividades essenciais foram as únicas que estavam em funcionamento no decorrer do período estabelecido como quarentena. O governo de Pernambuco pontuou quais atividades eram classificadas como essenciais: supermercados, padarias, mercados, lojas de conveniência, feiras livres e demais estabelecimentos voltados ao abastecimento alimentar da população; farmácias e estabelecimentos de venda de produtos médico-hospitalares; lojas de produtos de higiene e limpeza e entre outras atividades. (ALEPE, 2020, p. 5)

Constata-se que mesmo as atividades listadas no quadro acima, como essenciais, sendo aquelas que permaneceram abertas em toda pandemia apontaram prejuízos em seus comércios, o declínio das vendas foram os pontos mais destacados entre eles, sendo serviços essenciais ou não. Exceto um comerciante da área da Lan House (C5) que antes da pandemia destacou que o

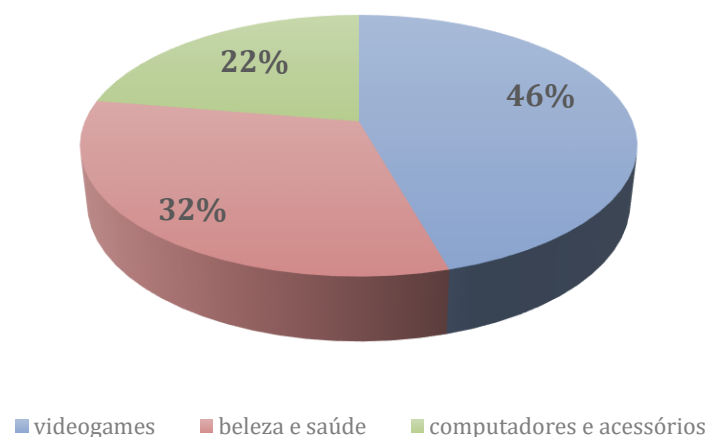
seu comércio tinha um movimento fraco e durante a pandemia afirma que “o movimento melhorou muito por causa do auxílio emergencial as pessoas estavam com o dinheiro” (C5, 2023) Sendo o Auxílio Emergencial, um benefício oferecido pelo o governo brasileiro no intuito de movimentar a economia e suprir algumas necessidades econômicas decorrente a pandemia, como desemprego, comércios fechados, diminuição de renda e outros. (Becker,2020,)

Contudo, vale pontuar que talvez essa tenha sido a percepção pessoal do C5 em relação à disponibilização do auxílio, pois, as melhorias de vendas durante a pandemia dos seus produtos (equipamentos informática e celulares) pode estar relacionada ao comportamento e necessidades dos consumidores nesse período, tendo em vista que, uma notícia publicada em 19 de setembro de 2020 pelo Estado de Minas Economia, evidenciou o que o brasileiro mais comprava na internet e entre os produtos adquiridos pela população estavam, principalmente aparelhos de tecnologia e produtos para a casa e família.

Dentre as preferências em compras mapeadas, as pessoas passaram a comprar mais itens para uso doméstico, além disso, adquiriram mais produtos para lazer e bem-estar, já que não podiam ir a espaços públicos. Das categorias que tiveram mais crescimento entre os brasileiros isolados na pandemia estavam os videogames (47%), beleza e saúde (33%) e computadores e acessórios (23%) – (Imagem 27). Nas primeiras semanas de abril de 2020 foi identificada uma alta nas vendas de videogames, roteadores e repetidores de sinal, televisores e laptops. (Estado de Minas Economia, 2020)

Observa-se que a depender dos setores comerciais houve um crescimento positivo nas vendas que diretamente se associa ao comportamento da população e como ela estava reagindo a pandemia.

Imagem 27 – Gráfico das categorias que tiveram crescimento de venda na pandemia



Fonte: Elaborado pelo autor com base em Estado de Minas Economia (2020)

Ainda buscando compreender como se deu a passagem pela pandemia, indagamos aos comerciantes o que eles passaram a negociar e/ou vender mais na pandemia. Para observar minuciosamente as respostas dadas pelas entrevistas optou-se em um mesmo quadro apresentar o antes e durante a pandemia, assim, visualmente fica evidente as adaptações que a nova realidade exigiu dos comerciantes. (Quadro 5)

Quadro 5 - O que você passou a negociar/vender mais na pandemia?

Área comercial	Antes da pandemia (síntese das respostas)	Durante a pandemia (síntese das respostas)	Adaptações
Mercadinho	Vendas de Frios	Álcool e bebidas.	SIM
Mercadinho	Gêneros alimentícios no geral e produtos de limpeza	Continuei vendendo as mesmas coisas.	NÃO
Farmácia	Medicamentos específicos em períodos de diferentes.	Máscara e álcool em gel.	SIM
Barbearia	Cortes de cabelos masculinos	Continuei fazendo a mesma coisa.	NÃO
Lan House	Equipamentos de celulares	Cabo, carregador, fone de ouvido, tudo relacionado a celular.	SIM
Loja de roupas	Vestuário em geral	Promoções em Live.	SIM

Fonte: Elaborado pelo autor com os dados dos entrevistados (2023)

Constata-se por meio das respostas que o processo de negociação entre o comerciante e o cliente passaram por mudanças. 4 dos 6 comerciantes adaptaram suas vendas na pandemia, tendo em vista que, alguns produtos tiveram foco maiores em vendas em relação a sua normalidade (antes da pandemia). Alguns dos produtos citados pelos comerciantes são explicados em diversos estudos e constatado o aumento de vendas/consumo, o consumo de bebidas alcoólicas, por exemplo, foi apontado pela *Cable News Network* (CNN) Brasil, em 26 de janeiro de 2022 uma pesquisa que afirma que a pandemia intensificou o consumo de álcool cerca de 14% a mais em dias de consumo por mês.

Em outro estudo apresentado por Vitor Calegari (2022), docente no Departamento de Neuropsiquiatria e médico psiquiatra da Coordenadoria de Ações Educacionais - CAED- da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM- destacou que o isolamento e a tentativa de fuga do sentimento de solidão e transtornos como depressão e ansiedade foram os principais fatores para o aumento do consumo, contudo, há poucas evidências para comprovar transtornos relacionados, como o alcoolismo, nesse período. (Calegari, 2022)

Outro ponto a destacar volta-se para o uso de *lives* para vendas de mercadorias, tal modalidade é conhecida *Live Commerce*, como as transmissões ao vivo na internet estavam em alta na pandemia, os comerciantes viram como oportunidade um meio de vendas que respeitasse às medidas de distanciamento social e contribuíssem para o fortalecimento do seu comércio, logo, percebe-se a mudança apresentada pelo C6 (promoções em live) como um meio de negociação bastante utilizado, não somente pelos comerciantes de loja de roupas como se outros segmentos. As vendas através de lives contribuíram para que as lojas continuassem atraindo novos clientes para manter as vendas e não ter mais prejuízos, mesmo com a pandemia. (Fernandes, 2021, p.25)

As máscaras e álcool em gel podemos considerar como personagens principais do comércio no decorrer da pandemia. Desde que o primeiro caso da doença foi registrado no Brasil, e conforme o rápido aumento vinha sendo comprovado, gerou-se uma busca desenfreada por insumos hospitalares como máscaras de proteção, álcool em gel, respiradores e outros que auxiliassem no combate da doença (Gomes; Gomes, 2020). Do início ao final do mês de março de 2020 a procura de máscaras, luvas e álcool gel cresceu mais de 240% sendo

que os preços também subiram na mesma linha da demanda (Ferreira; Oliveira; Antunes e Baroni, 2020, p. 4)

Esse comportamento da sociedade em relação ao foco de consumo em determinados produtos/serviços é explicado pelos pesquisadores Guthrie, Fosso-Wamba e Arnaud (2021) que desenvolveu um estudo identificando três estágios no comportamento dos consumidores durante a pandemia: as fases de *react* (reagir), *cope* (enfrentar) e *adapt* (adaptar-se). No estágio *react*, as pessoas buscaram satisfazer suas necessidades básicas e adotaram um comportamento de acumulação, pois, sentimentos gerados pela pandemia, tais como: medo e de certos produtos essenciais. Fizeram com que muitos corresse aos mercados para estocar itens como álcool em gel, máscaras faciais, papel higiênico, sabão, água e comida.

No segundo estágio *cope* as pessoas passaram a lidar com a pandemia e compreenderam que não havia necessidade de fazer estoques e acúmulos de produtos. Percebendo que a pandemia se estenderia por um tempo e precisariam encontrar maneiras de reduzir o estresse e preservar a saúde mental. Com mais tempo em casa, muitas pessoas passaram a comprar equipamentos para trabalhar remotamente, em aparelhos de atividade física, peças de informática e celulares. O último estágio, o de *adapt*, as pessoas começam a retomar um comportamento mais social, a sair com amigos, a frequentar restaurantes, cinemas e shows, dentro do “novo normal”. (Guthrie; Fosso-Wamba e Arnaud, 2021)

Com base nessas discussões reconhece-se que diversas dificuldades foram encontradas no desenvolvimento sadio do comércio, visando essa problemática, identificamos entre os comerciantes quais os desafios enfrentados pelos comerciantes com as medidas do governo de Pernambuco e da prefeitura de Machados

É evidente que o período do *lockdown* foi mais sentido nos serviços classificados como não essenciais, uma vez, que todos os comerciantes entrevistados (3) afirmaram que os desafios que enfrentaram foram com o fechamento de seus estabelecimentos devido as medidas de saúde implementadas na pandemia. (Quadro 6)

Quadro 6 – Quais os desafios enfrentados pelo seu comércio com as medidas do governo de Pernambuco e da prefeitura de Machados?

	Área comercial	Respostas brutas
C1	Mercadinho	“As dificuldades foram aumento do valor dos produtos e a diminuição das vendas dos produtos”
C2	Mercadinho	“Entrou muito comercio novo que acabou prejudicando a gente, exemplo o comércio grande os atacadões, os pequenos comércios ficaram lá em baixo”
C3	Farmácia	“Não fazíamos entregas”
C4	Barbearia	“O principal desafio foi o fechamento da barbearia porque com ela fechada e as pessoas em casa por causa do lockdown, não tem como ter ganho financeiro, sem cortar os cabelos dos clientes”
C5	Lan House	“Os desafios enfrentados foram bastante porque na verdade no período que o comércio foi fechado o desafio foi pagar as contas e se adequar à nova realidade do período da pandemia”
C6	Loja de roupas	“Tudo é mais difícil, principalmente vender quando tivermos os lockdown, próximo as datas comemorativas como por exemplo o dia dos namorados”

Fonte: Elaborado pelo autor com os dados dos entrevistados (2023)

As cidades e bairros que compõe o estado de Pernambuco vivenciou o *lockdown* por meio do decreto Nº 48.809, de 14 de março de 2020 que visava apresentar a regulamentação, no Estado de Pernambuco, das medidas temporárias para enfrentamento da emergência de saúde pública.

Na medida em que a população respondia bem as restrições estabelecidas e a doença em certos momentos regrediam, o decreto era revogado. Logo, a primeira revogação do decreto ocorreu após o período de sessenta dias (60 dias), no dia 31 de maio de 2020. Em uma entrevista realizada em 07 de julho de 2020, publicada pelo Diário de Pernambuco, o médico infectologista Filipe Prohaska afirmou que “o segredo (para o sucesso da reabertura do comércio) é a necessidade de um tripé: os comerciantes, a população e o estado.”

Diante disso, as atividades que foram consideradas essências, deveriam obedecer às regras estabelecidas pelos protocolos de segurança para reduzir o contágio da doença e assegurar a movimentação da economia, assim como, a

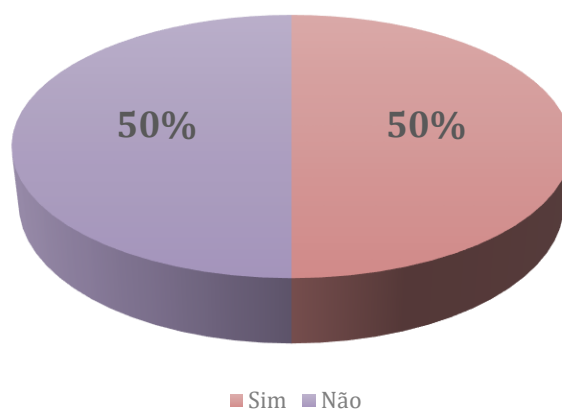
população tinha que respeitar o isolamento social estabelecido pelos órgãos governamentais. A ligação eficiente desse tripé permitiria a retomada das atividades econômicas rapidamente. Contudo, as atividades consideradas não essenciais tinham que aguardar o Plano de retomada das atividades gradativamente até a abertura total de seus estabelecimentos.

Com a revogação do decreto no final de maio de 2020, o comércio começou a emergir novamente, tendo que vivenciar o “pós-pandemia”, todavia, com bastante cautela e adotando estratégias capazes de auxiliar o crescimento das vendas e estabilidade econômica, com isso, a seguir apresentaremos as discussões pós pandemia.

4.3.3 Pós Pandemia

Nessa seção pretende-se abordar as ações que foram desenvolvidas pelos comerciantes da COHAB, com base na experiência vivenciada pela pandemia e quais medidas foram adotadas para o retorno da sua atividade. Logo, a pergunta que inicia essa seção tentou compreender se houve a necessidade de os comerciantes elaborarem estratégias para aumentar as vendas e evitar o declínio do negócio após a pandemia. (Imagem 28)

Imagem 28 – Foi necessário elaborar estratégias para aumentar as vendas e evitar o declínio do seu negócio após a pandemia?



Fonte: Elaborado pelo autor com os dados dos entrevistados (2023)

Examina-se que há um equilíbrio em relação a elaboração de estratégias, no qual 50% afirma que foi necessário a elaboração de estratégias e 50% afirma que não foi necessário, a C3 aponta na entrevista que uma necessidade que exigiu elaboração de estratégias foi a implementação de serviços de entregas, ou seja, delivery, (modalidade no qual a prestadora de serviço – empresa/estabelecimento, realiza a entrega de algum serviço ou produto, sem a presença do cliente em seu estabelecimento para realização da compra/pagamento, sendo essa ação feita somente no ato da entrega), tendo em vista, que não era uma prática do seu estabelecimento e teve que ser elaborada estratégias para que não perdesse as vendas de seus produtos.

A Cable News Network Brasil (CNN BRASIL) em 15 de março de 2022 publicou uma reportagem a respeito do crescimento do delivery após a pandemia, e ao fazer um levantamento de dados, do estudo feito pela GS&NPD (empresa especializada em varejo e consumo) em parceria com o Instituto *FoodService* Brasil, evidenciou-se que os gastos com delivery totalizaram R\$ 40,5 bilhões no ano de 2021, o que representa 24% a mais que o ano de 2020. A diretora do Instituto *FoodService* Brasil afirmou que “a pandemia apenas impulsionou um movimento que já era observado no mercado” (CNN BRASIL, 2022).

A pandemia provocou mudanças no comportamento dos consumidores e comerciantes, e uma modalidade que já era observada no mercado (*delivery*), acabou ganhando força como uma forma de estratégia de sobrevivência econômica. Estabelecimentos que antes não prestavam serviços de delivery passou a ofertar o serviço para garantir suas vendas e a vida do seu negócio. Já o C4 afirma que não houve a necessidade de elaboração de estratégias, pois, após o período severo das restrições seus clientes retornaram gradativamente a fazer uso dos seus serviços.

Corroborando com a questão anterior, a questão seguinte do questionário visava identificar de fato quais estratégias foram adotadas para o retorno dos respectivos comércios aqui citados na pesquisa e individualmente foram apresentadas as seguintes respostas (Quadro 7)

Quadro 7 - Quais estratégias foram adotadas para o retorno do seu comércio?

Síntese das respostas	
C1	Redução dos preços dos produtos e aumento da propaganda na rádio comunitária para tentar trazer os antigos clientes de volta e atrair novos clientes.
C2	Aumentar a venda de feijão e farinha.
C3	Uso efetivo da internet com divulgação dos novos produtos disponíveis e atendimento ao cliente e informações sobre medicamentos.
C4	Não foi utilizado estratégias, segundo o comerciante.
C5	Organização nos atendimentos ao cliente
C6	Logísticas e preços

Fonte: Elaborado pelo autor com os dados dos entrevistados (2023)

Apesar dos comerciantes desde do início da entrevista apresentarem respostas e comportamento semelhantes em relação a pandemia, viu-se a partir da utilização das estratégias que individualmente foram apresentadas estratégias diferentes, desde a utilização da rádio comunitária do bairro, como a utilização efetiva da internet, assim como estratégias de preços e atendimento ao cliente. Cada comerciante apresentou a estratégia que melhor atendeu ao retorno do seu comércio, até mesmo o C4 que informou não utilizar estratégias, pois os clientes retornaram sem a necessidade de captá-los.

Sabemos que a redução do quadro de funcionários foi uma ação ativa na pandemia que culminou diversos desempregos e redução de despesas para os pequenos empresários, exposto isso, questionamos se os comerciantes precisaram enxugar o quadro de funcionários para retornar as atividades econômicas, todos os entrevistados afirmaram que “não” (100%), a consequência disso, se deu pelos argumentos que alguns deles trabalhavam sozinhos e que não tinham funcionários, ou como era um comércio familiar também não era necessário funcionários, pois a família trabalhava no local.

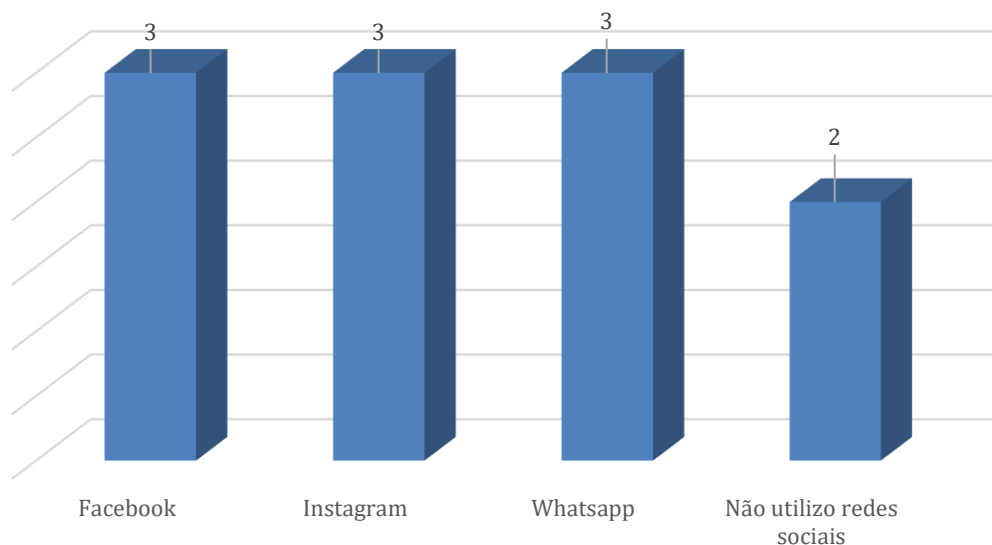
Além dessa mudança no quadro de funcionários que afetou diversas empresas, a adesão do trabalho remoto foi uma estratégia muito utilizada também pelos comerciantes em geral, principalmente, no período em que os estabelecimentos tinha que permanecer fechados, quando se referimos aos

serviços não essenciais, com isso, averiguamos se os comerciantes precisaram trabalhar em *homeoffice*, 90% (corresponde 5 dos 6 entrevistados) dos comerciantes afirmaram que não foi preciso trabalhar em *homeoffice*, entretanto, um comerciante afirmou que precisou trabalhar em *homeoffice*, o que era esperado, a princípio por se tratar de um serviço não essencial (loja de roupas) e por ter ficado um período da pandemia fechado.

Outro fator que evoluiu bastante na pandemia foi a utilização das redes sociais como estratégias de vendas, consumidores e comerciantes que nunca tinham tido a experiência com compras e vendas digitais, foram obrigados a experimentar essa opção de comércio na pandemia. O SEBRAE (2020) constantemente informava a população, sobretudo, os micro empresários que estavam com suas atividades paradas por não se enquadrar como essenciais, sobre a mudança no comportamento de compra, nesse sentido, os setores não essenciais precisaram se fortalecer como marca, pois o consumo mesmo na crise era evidente após a crise. Estratégias complexas e caras não eram recomendadas, a comunicação com os clientes eram um ponto crucial, principalmente em diversos formatos digitais e também analógicos, em razão de que, nem todas as pessoas possuem habilidades para utilizar redes sociais. (SEBRAE, 2020)

À vista disso, perguntou-se aos comerciantes se adesão das redes sociais era uma estratégia utilizada antes da pandemia ou somente foi aderida após a pandemia, e a maioria dos comerciantes (4) afirmaram que passaram a utilizar as redes sociais devido a pandemia como recurso de se aproximar dos clientes e dar visibilidade ao comércio, exceto dois comerciantes, que destacou que não utilizavam as redes sociais antes da pandemia, nem durante e nem após a pandemia. Queríamos também identificar quais redes sociais foram utilizadas por eles e tivemos o seguinte resultado (Imagem 29)

Imagem 29 – Redes sociais utilizadas pelos comerciantes para durante a pandemia e para o retorno das atividades econômicas



Fonte: Elaborado pelo autor com os dados dos entrevistados (2023)

Vimos que as redes sociais revelaram-se como uma estratégia eficiente em meio à pandemia, e ocasionou um crescente uso das redes sociais. Segundo um estudo realizado pela Kantar (empresa especializada em pesquisas de mercado), no Brasil em 2020, as redes sociais alcançaram uma taxa de aumento de 40% no uso em plataformas como Facebook, WhatsApp e Instagram na pandemia. O que é notório ao analisar as respostas dos comerciantes, uma vez que, tanto o Facebook, Instagram e Whatsapp se mantiveram empatados como as redes sociais utilizadas para o retorno das atividades.

Como última questão objetivou-se extrair dos comerciantes quais experiências o comércio adquiriu após o período pandêmico, claro, tanto de experiências negativas quanto positivas podem ser absorvidas da períodos conturbados, tendo em vista que, a pandemia possibilitou a expansão de visões sobre gestão e logísticas de comércios, com isso, observa-se o quadro 8.

Quadro 8 – Quais experiências seu comércio adquiriu após o período pandêmico

Síntese das respostas	
C1	Se for preciso novamente fechar o mercadinho, utilizarei como estratégias para vender as mercadorias do meu comércio, as redes sociais, mas vou seguir o modo tradicional que é anunciar na rádio comunitária da cidade.
C2	Nenhuma experiência
C3	Baixar os preços dos medicamentos e adequação de entregas
C4	Nenhuma experiência vou continuar fazer mesmas coisas de antes
C5	Após pandemia as vendas não estão muito boas, a experiência é tenta buscar inovar no atendimento e ter maior mix de produto para atender as necessidades dos clientes
C6	Continuar fazendo lives com desconto através da rede social Instagram e movimentar a mesma rede social com divulgações.

Fonte: Elaborado pelo autor com os dados dos entrevistados (2023)

Observamos que apesar dos segmentos se apresentarem diferentes um dos outros, as experiências são semelhantes e voltam-se em estratégias capazes de captar clientes, agora, o meio de como isso vai ser feito, acaba sendo apresentado de formas diferentes, uma vez que, alguns comerciantes mostram que a estratégias de divulgações em redes sociais é o mais atrativo para o seu comércio, outros evidenciam que a manipulação de preços e planejamento de atendimento é algo benéfico para o comércio deles.

As experiências são diversas, até mesmo, quem apresentou não ter adquirido experiência, podemos considerar que implicitamente foi absorvido algo, tendo em vista que, a pandemia foi um momento que afetou diretamente e indiretamente a todos, mesmo que a experiência não tenha sido absorvida, viu-se e as experiências alheias de outros comerciantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considera-se que as consequências ocasionadas pela Covid-19 contribuíram para um declínio econômico no bairro da COHAB, apresentando mudanças significativas no comportamento dos comerciantes locais e ampliando suas visões para perspectivas futuras a serem desenvolvidas na retomada de suas atividades comerciais. Dentro deste contexto, vimos que os comerciantes do bairro da COHAB, no município de Machados - PE tiveram impactos significativos, sem a noção de como deveriam agir e que caminhos e estratégias buscar.

Isto reflete o despreparo das Prefeituras em buscar subsídios e orientações de órgãos e instituições fora do município, que podem atuar ou capacitar à Prefeitura, frente às suas Secretarias na implementação e implantação de formas de atuar durante e depois da pandemia, seguindo os mesmos caminhos dos Protocolos, constatou-se também que os órgãos locais não mantiveram a população Machadense informada como poderiam retornar de forma economicamente saudável as suas atividades, tendo em vista, que tratavam-se de comerciantes sem prática de gestão e que mereciam essa atenção pelo Estado, afim de contribuir para um retorno possível do comércio, sem deixar a responsabilidade direta em quem mais foi prejudicado. (Comerciantes)

Neste sentido, ressalta-se que os objetivos propostos, com base no questionamento e hipótese foram atingidos, em decorrência da constatação de que os comerciantes do bairro da COHAB em Machados, apenas seguiram os protocolos da Prefeitura e do Governo, deixando muito evidente que foram tratados dentro do contexto da população como um todo e não como uma categoria específica, a de comerciantes. Se tal olhar fosse dado, isto exigiria um tratamento e orientação diferenciada, durante e depois da pandemia, que pudessem não impedir o impacto, mas fazê-los conviver com o mesmo de forma mais coerente com a situação local, estadual, nacional e mundial.

Isto levanta questionamentos, para futuras pesquisas, no campo da política, economia, saúde, educação e cultura, e conseqüentemente da formação do quadro das secretarias que representarão os Municípios de

pequena referência no Estado de Pernambuco, como é o caso do município de Machados-PE, diante de pandemias, desastres climáticos e tantos outros.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Carla; LUCHMANN, Ligia; MARTELLI, Carla. A pandemia e seus impactos no Brasil. **Middle Atlantic Review Of Latin American Studies**, [S.L.], v. 4, n. 1, p. 20-25, 30 jun. 2020. Middle Atlantic Review of Latin American Studies. <http://dx.doi.org/10.23870/marlas.313>.

ALEPE. **Decreto Nº 48.809, de 14 de março de 2020**. Disponível: <https://legis.alepe.pe.gov.br/texto.aspx?tiponorma=6&numero=48809&complemento=0&ano=2020&tipo=&url=> Acesso: 27 fev. 2023.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL - BNDES. **BNDES Crédito Pequenas Empresas**. 2020. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/produto/bndes-credito-pequenasempresas>. Acesso em: 26 fev. 2020.

BRITISH BROADCASTING CORPORATION. **BBC**. Coronavírus: em imagens, a construção de hospital na China em 10 dias. 3 de fevereiro de 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-51354870> Acesso em 26 fev. 2023.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Painel de casos de doença pelo coronavírus 2019 (Covid-19) no Brasil pelo Ministério da Saúde**. Brasília, 2020b. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br> Acesso em: 11 nov. 2022.

BECKER, K. L. **Ampliação do programa Benefício de Prestação Continuada (BPC)**: essencial para amenizar a pobreza e urgente em tempos de pandemia. Disponível em: <https://www.ufsm.br/coronavirus/wp-content/uploads/sites/820/2020/05/An%C3%A1lise-deConjuntura-02.pdf>. Acesso em: 26 fev.2023.

CALEGARO, V. Consumo de bebida alcoólica aumentou durante a pandemia. 2022. Disponível em: <https://encurtador.com.br/mET57> Acesso em: 19 agos. de 2023

CARRARA, Sérgio. As ciências humanas e sociais entre múltiplas epidemias. **Physis**: Revista de Saúde Coletiva, [S.L.], v. 30, n. 2, p. 1-6, nov. 2020. FapUNIFESP (SciELO). Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/s0103-73312020300201>. Acesso em: 04 jun. 2023.

CIDADE-BRASIL. **Município de Machados**. 8 de abril de 2021. Disponível em: <https://www.cidade-brasil.com.br/municipio-machados.html> Acesso em: 1 jul. 2023.

CABLE NEWS NETWORK BRASIL. Pandemia intensificou o consumo de álcool, em especial entre as mulheres. **CNN Brasil**. São Paulo, 2022. Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/pandemia-intensificou-o-consumo-de-alcool-em-especial-entre-as-mulheres/> Acesso em 19 ago. de 2023.

CABLE NEWS NETWORK BRASIL. Gasto com delivery sobe 24% em 2021: veja tendências de consumo do pós-pandemia. **CNN Brasil**. São Paulo. 15 de março de 2022. Disponível em: <https://shre.ink/cjZa> Acesso em: 27 de fev. 2023

CRUVINEL, I. B. Marketing Digital em Tempos de Pandemia. **Gestão & Tecnologia**, 2020. Disponível em: <http://faculadadedelta.edu.br/revistas3/index.php/gt/article/view/57/44> Acesso em: 27 fev. 2023.

DE LIMA, A. V.; FREITAS, E. D. A. A Pandemia e os impactos na economia brasileira. **Boletim Economia Empírica**, [S. l.], v. 1, n. 4, 2020. Disponível em: <https://www.portaldeperiodicos.idp.edu.br/bee/article/view/4773>. Acesso em: 14 nov. 2022.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. **Linha do tempo**: A evolução do novo coronavírus em Pernambuco. 07 de julho de 2020. Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/vidaurbana/2020/07/linha-do-tempo-a-evolucao-do-novo-coronavirus-em-pernambuco.html> Acesso: 27 fev. 2023.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. **Na linha de frente**: a luta parece não ter fim. 07 de julho de 2020. Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/vidaurbana/2021/03/na-linha-de-frente-luta-parece-nao-ter-fim.html> Acesso em: 19 de ago. 2023

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. **Em Machados, prefeitura adota barreira sanitária para barrar circulação do novo coronavírus**. 09 de abril de 2020 Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/vidaurbana/2020/04/em-machados-prefeitura-adota-barreira-sanitaria-para-barrar-circulaca.html> Acesso em: 01 jul. 2023

DURKHEIM, E. "**O que é fato social?**" In: As Regras do Método Sociológico. Trad. por Maria Isaura Pereira de Queiroz. 6.a ed. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1972. p. 1-4, 5, 8-11.

ENGELS, F.; MARX, K. **O manifesto comunista**. 5.ed. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 1848.

ESTADO DE MINAS ECONOMIA. **De celular a boneca**: veja o que o brasileiro mais compra na internet. 15 de setembro de 2020. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2020/09/15/internas_economia,1185539/de-celular-a-boneca-veja-o-que-o-brasileiro-mais-compra-na-internet.shtml Acesso em: 19 de agos. de 2023.

ORGANIZAÇÃO PAN AMERICANA DE SAÚDE teme por Brasil e prevê 88,3 mil mortes por coronavírus até agosto. **Folha de São Paulo** [online], São Paulo, 26 maio de 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2020/05/26/opas-se-diz-profundamente-preocupada-com-brasil-e-descarta-melhora-rapida.htm>. Acesso em: 5 jun. 2023.

FERREIRA, R.; OLIVEIRA, C.; ANTUNES, S.; BARONI, V. **Panorama do consumo e distribuição de produtos hospitalares nos primeiros meses de pandemia de 2020**: estudo de caso no município de Guarapuava-PR. Paraná, 2020. Disponível em: https://aprepro.org.br/conbrepro/2020/anais/arquivos/10102020_121021_5f81cedd973b1.pdf Acesso em: 19 ago de 2023.

FERNADES, M. **Moda e pandemia: comportamento do consumidor e estratégias dos lojistas durante a crise**. Santa Catarina, 2020. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/21197/1/Mariah.pdf> Acesso em 19 agos. 2023.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. (FIOCRUZ). **A estratégia brasileira de combate à covid-19**: como o vácuo de liderança minimiza os efeitos das políticas públicas já implementada. 2020a. Disponível em: <https://observatoriahospitalar.fiocruz.br/conteudo-interno/estrategia-brasileira-de-combate-covid-19-como-o-vacu-de-lideranca-minimiza-os> Acesso em: 22 mai. 2022.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ (FIOCRUZ). **Boletim Observatório Covid-19 após 6 meses de pandemia no Brasil**, Portal Fiocruz, Rio de Janeiro, 2020. Disponível em. Acesso em: 20 out. 2020b

GOMES, C. P. de B.; GOMES, F. M. Requisição administrativa em tempos de pandemia. **Revista Juris Uni-Toledo**, São Paulo, p. 180-191, 1 jul. 2020.

GUTHRIE, Cameron; FOSSO-WAMBA, Samuel; ARNAUD, Jean Brice. Online consumer resilience during a pandemic: an exploratory study of e-commerce behavior before, during and after a covid-19 lockdown. **Journal Of Retailing And Consumer Services**, [S.L.], v. 61, p. 102570, jul. 2021. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102570>.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades e Estados**, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pe/machados.html> Acesso em: 27 fev. 2023.

KANTAR. **DIMENSION 2020**: COVID-19's impact on consumer media usage and attitudes, 2020. Disponível em: <https://www.kantar.com/inspiration/advertising-media/dimension-2020-winning-consumer-trust-in-the-age-of-covid-19> Acesso em: 19 agos. 2023.

Mauss M. **Ensaio sobre a dádiva**. Lisboa: Edições 70; 1988.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Ministério da Economia avalia impacto econômico do coronavírus.** Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestaopublica/2020/03/ministerio-da-economia-avalia-impacto-economico-do-coronavirus-no-brasil>. Acesso em: 26 fev. 2020.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (BRASIL). **Boletim Epidemiológico Especial – COE-COVID19**, 2020. Disponível em: <https://www.saude.gov.br/images/pdf/2020/May/29/2020-05-25---BEE17---Boletim-doCOE.pdf>. 3. Acesso em: 1 de jul. 2023.

NETO, V. Painel Covid-19: acompanhe a evolução da pandemia do novo coronavírus no Brasil. **CNN**, São Paulo, 16 dez. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/painel-covid-19-acompanhe-a-evolucao-da-pandemiado-novo-coronavirus-no-brasil/>. Acesso em: 05 jan. 2022.

OLIVEIRA, N. **A evolução do varejo no digital em apenas 60 dias.** Revista Varejo Brasil, 2020. Disponível em: <http://www.revistavarejobrasil.com.br/evolucao-do-varejono-digital-em-apenas-60-dias/>. Acesso em: 20 fev. 2023.

Organização Pan-Americana da Saúde. OPAS. **Folha informativa – COVID-19 (doença causada pelo novo coronavírus)**, 2020. Disponível em: https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:COVID19&Itemid=875. Acesso em: 26 fev. 2023.

Organização Pan-Americana da Saúde. OPAS. **Histórico da pandemia de Covid-19.** 2020b. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em 11 nov. 2022.

PARANÁ, E. C. Ministério Público do Estado do Paraná (org.). **Pandemia da Covid-19: reflexões sobre a sociedade e o planeta.** Curitiba: Equipe Técnica da Escola Superior do Mppr, 2020. 29 p. Disponível em: https://escolasuperior.mppr.mp.br/arquivos/Image/publicacoes/PandemiadaCovid-19Reflexoes_sobreasociedadeeoplaneta.pdf. Acesso em: 03 jun. 2023.

PERNAMBUCO (Estado). **Decreto Nº 49.442, de 16 de setembro de 2020.** Disponível em: <https://shre.ink/cj4S>. Acesso em: 16 jan. 2023

PREFEITURA DE MACHADOS. **Nota informativa sobre enfrentamento da Covid-19**, 2020. Disponível em: <https://machados.pe.gov.br/nota-informativa/>. Acesso em 01 jul. 2023.

ROSENBERG, C. E. What Is an Epidemic? AIDS in Historical Perspective. **Daedalus**, vol. 118, no. 2, 1989, pp. 1–17. JSTOR, Disponível em: www.jstor.org/stable/20025233. Acesso em 2 de junho 2023.

ROY, A.; SHAW CRANE, E. (Eds.). **Territories of Poverty.** Athens: University of Georgia Press, 2021.

SALES, I. K. B.; MACÊDO, M. E. C. O Impacto da Pandemia da COVID-19 no Cenário das Micro e Pequenas Empresas. **Revista de Psicologia**, [S.L.], v. 15, n. 57, p. 215-229, 31 out. 2021. Lepidus Tecnologia. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/download/3193/5026>. Acesso em: 22 maio 2022.

SEBRAE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS. **Pequenos negócios em números**, 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 14 nov. 2022

SEBRAE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Coronavírus**: como a pandemia impactou as vendas on-line, 2020. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/coronavirus-o-impacto-nas-vendas-online,ed84f8e520f71710VgnVCM1000004c00210aRCRD> Acesso em 19 agos. de 2023.

SILVA, M. L.; SILVA, R. A. **ECONOMIA BRASILEIRA PRÉ, DURANTE E PÓS-PANDEMIA DO COVID-19**: impactos e reflexões. Rio Grande do Sul, p. 1-11, 2020. Disponível em: <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/820/2020/06/Textos-para-Discuss%C3%A3o-07-Economia-Brasileira-Pr%C3%A9-Durante-e-P%C3%B3s-Pandemia.pdf> Acesso em: 23 nov. 2022.

WANG, C. et al. A novel coronavirus outbreak of global health concern. **The Lancet**. V. 395, I. 10223, p. 470-473, Feb. 15, 2020 Disponível em: [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(20\)30185-9/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(20)30185-9/fulltext) Acesso em: 26 fev. 2023.

APÊNDICES

APÊNCIDE A – Questionário aplicado na entrevista com os comerciantes

PARTE I - IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL DOS ENTREVISTADOS
<p>Idade:</p> <p>Gênero:</p> <p>Casado:</p> <p>Filhos:</p> <p>Há quanto tempo trabalha no comércio:</p>
PARTE II – IDENTIFICAÇÃO DOS DADOS COM BASE NAS DIMENSÕES DE ANÁLISE
<p>ANTES DA PANDEMIA</p> <p>1- Com qual produto/serviço você trabalha?</p> <p>2- O que você mais negociava/vendia antes da pandemia?</p> <p>3- Como era o seu comércio antes da pandemia?</p> <p>DURANTE A PANDEMIA</p> <p>4- Em que o seu comércio foi mais prejudicado no decorrer da pandemia?</p> <p>5- O que você passou a negociar/vender mais na pandemia?</p> <p>6- Quais os desafios enfrentados pelo seu comércio com as medidas do governo de Pernambuco e da prefeitura de Machados?</p> <p>APÓS PANDEMIA</p> <p>7- Foi necessário elaborar estratégias para aumentar as vendas e evitar o declínio do seu negócio após a pandemia? () sim () não</p> <p>8- Quais estratégias foram adotadas para o retorno do seu comércio?</p> <p>9- Você precisou enxugar seu quadro de funcionários para retomada das atividades? () sim () não</p> <p>10- Precisou trabalhar em home office? () sim () não</p> <p>Se a resposta for SIM, perguntar se ainda continua com o trabalho home office: () sim ou () não</p> <p>11- Seu comércio fazia uso das redes sociais antes da pandemia ou foi uma estratégia adotada após a pandemia? Quais redes sociais utilizou?</p> <p>12- Quais experiências seu comércio adquiriu após o período pandêmico?</p>