

**O IMPACTO ECONÔMICO GERADO PELA PANDEMIA DO COVID-19 NO
COMÉRCIO AUTOMOBILÍSTICO: Um estudo de caso na cidade de Redenção-
PA^I**

**THE ECONOMIC IMPACT GENERATED BY THE COVID-19 PANDEMIC IN
AUTOMOTIVE TRADE: a case study in the city of Redenção-PA**

Carlos André da Silva Macedo^{II}

Rogério da Costa Sousa^{III}

Vanderleia Xavier Silva^{IV}

Prof.º Leonardo Henrique Barbosa Lima^V

Resumo: O Brasil registra um PIB de mais de 4 trilhões em moeda corrente, porém, ainda é considerado um país subdesenvolvido. Assim, o presente trabalho é de profunda relevância, pois sana dúvidas acerca do legado econômico no comércio automobilístico deixado pelo Covid-19, partindo de uma análise macro até uma microeconômica, com casos estudados em Redenção, Pará. No tocante à metodologia, optou-se pela pesquisa explicativa, podendo ser esclarecidos, de forma sistêmica, a situação do setor. Consequentemente, a aplicação da pesquisa só foi possível por meio do Método Experimental. Para submetê-la a um sistema seguro, foram utilizados dados quanti-qualitativos por meio de um questionário enviado à três empresas concessionárias e uma revendedora de seminovos, respectivamente, contendo 13 perguntas, seguidas de alternativas objetivas identificadas de “a” à “d” e perguntas discursivas. Após a aplicação da pesquisa, observou-se basicamente 3 fenômenos comportamentais: as vendas de automóveis seminovos aumentaram, porém, algumas vendas de automóveis novos diminuíram após o vírus. Para as vendas de automóveis novos entre R\$ 60.000,00 e R\$ 100.000,00 houve um aumento de 18,42%. Diversos fatores, alinhados às medidas do governo como, por exemplo, a redução da taxa básica de juros, afetaram de forma positiva e surpreendente a venda de veículos em solo brasileiro.

Palavras-chave: Automóveis. Economia. Vendas. Empresa.

Abstract: Brazil has a GDP of more than 4 trillion in current currency, however, it is still considered an underdeveloped country. Thus, the present work is of profound relevance, since it resolves doubts about the economic legacy in the automobile

^I Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Graduação em Ciências Contábeis da Faculdade de Ensino Superior da Amazônia Reunida – FESAR. Ano 2020.

^{II} Acadêmico do curso de Ciências contábeis da Faculdade de Ensino Superior da Amazônia Reunida – FESAR. E-mail: carlosandresmacedo@gmail.com.

^{III} Acadêmico do curso de Ciências contábeis da Faculdade de Ensino Superior da Amazônia Reunida – FESAR. E-mail: rogeriobrilhante12@gmail.com.

^{IV} Acadêmica do curso de Ciências contábeis da Faculdade de Ensino Superior da Amazônia Reunida – FESAR. E-mail: vanderleiaxavier91@gmail.com.

^V Docente da Faculdade de Ensino Superior da Amazônia Reunida – FESAR. E-mail: leonardohblima@gmail.com.

trade left by Covid-19, starting from a macro to a microeconomic analysis, with cases studied in Redenção, Pará. Regarding the methodology, through explanatory research, and the situation of the sector can be clarified in a systemic way. Consequently, the application of the research was only possible through the Experimental Method. To submit it to a secure system, quantitative and qualitative data were used through a questionnaire sent to three concessionaires and a used car dealer, respectively, containing 13 questions, followed by objective alternatives identified from “a” to “d” and discursive questions. After the application of the research, basically 3 behavioral phenomena were observed: sales of used cars increased, however, some sales of new cars decreased after the virus. For new car sales between R\$ 60,000.00 and R\$ 100,000.00, there was an increase of 18.42%. Several factors, in line with government measures such as, for example, the reduction in the basic interest rate, affected the sale of vehicles on Brazilian soil in a positive and surprising way.

Keywords: Automobiles. Economy. Sales. Company.

Data de aprovação: 01.12.2020

1 INTRODUÇÃO

Uma ruptura econômica causada por ataques virais despendem anos e recursos não renováveis para sua erradicação – alguns, com menos êxito que outros, como o vírus da AIDS – fazendo, assim, os impactos gerais da pandemia global em decorrência do novo Corona Vírus perdurarem por algum período de tempo milimetricamente calculado.

As previsões de recuperação para países como o Brasil são em longo prazo (ou seja, aquele período que ultrapassa um exercício econômico ainda, em outras palavras, 1 ano). Diversos setores que mantinham a economia brasileira aquecida reduziram sua produção ou diminuíram sua atuação, como é o caso de setores educacionais que ofereciam espaços físicos para seus alunos. Porém, uma atenção especial deve ser dada ao setor fabril, que engloba as produções de veículos automotores, culminando no setor varejista desses.

O IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) é deduzido de empresas que atuam como fábricas no país, ou seja, ajuda a compor um importante conglomerado de tributos pertencentes ao PIB (Produto Interno Bruto) do país. De acordo com a Câmara dos Deputados,

Com queda média de 18% na arrecadação de impostos de abril a junho, estados devem retomar o equilíbrio fiscal só em 2021 e as

dificuldades financeiras devem continuar. É o que avaliam secretários de Fazenda que participaram de audiência pública nesta terça-feira (21) da comissão mista que discute os impactos econômicos da pandemia do coronavírus (NOTÍCIAS, 2020).

Assim, o presente trabalho é de profunda relevância para sanar dúvidas acerca do legado deixado pelo Novo Coronavírus. Serão esclarecidas, por meio deste presente artigo científico, o cenário atual do setor varejista de automóveis partindo de uma macro até uma microeconomia com casos estudados no município de Redenção, Estado do Pará.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Enquanto bilhões de pessoas ao redor do mundo estavam preocupadas com o clima de instabilidade político-econômica e social devido a ameaças coreanas relacionadas às bombas de hidrogênio e o seu poder de dizimar um grande grupo de determinada sociedade, o empresário e filantropo, que já ocupou o posto de homem mais rico do mundo, fez um alerta que se tornou “viral” durante a pandemia. William Henry Gates III (Bill Gates), mais conhecido por ser o co-fundador da empresa de tecnologia Microsoft, afirmou em uma palestra à famosa plataforma de palestras com alcance mundial, TED Talks, que

Hoje o maior risco de uma catástrofe global não se parece com isso [se referindo à imagem de uma explosão nuclear]. Ao invés disso, se parece com isso [dessa vez, se referindo à representação gráfica de um vírus da influenza]. Se qualquer coisa matar mais de 10 milhões de pessoas nas próximas poucas décadas, é mais provável que seja um vírus altamente infeccioso em vez de uma guerra. Nós não estamos prontos para a próxima epidemia (GATES, 2015, tradução nossa).

Alertou o empresário, 5 anos antes do surto viral que culminou na pandemia como é conhecida, mas já calculada com antecedência por ele. Tal surto teria proporções gigantescas e sem precedentes, pois a economia mundial não estaria preparada para ela – economia essa que o Estado Brasileiro está irreversivelmente inserido.

Com mais de 500 anos de história, o Brasil registra um PIB de, aproximadamente, 4 trilhões em moeda corrente, porém, ainda é considerado um

país subdesenvolvido, sendo, assim, um dos muitos que passariam pela crise com menos velocidade. De acordo com o Valor Econômico (2020),

O Brasil é classificado na 51ª posição num índice que avalia como 122 países estão posicionados para superar mais rapidamente o impacto econômico da pandemia de covid-19 e se recuperar da pior recessão desde os anos de 1930. [...] No geral, a classificação do Brasil “é melhor do que o esperado”, diz ela. A pontuação do país é de 55,78 do total de 100. Considera baixa a capacidade de absorção do país (99), por causa de alta dependência em indústrias vulneráveis (97), forte desigualdade de renda (118) e desempenho não ótimo do mercado de trabalho (91) que deixa boa parte da população sem emprego.

O país, por si, já estuda os impactos da pandemia na sua própria riqueza a nível nacional. Com o índice, é possível prognosticar os possíveis cenários econômicos e sociais, uma vez entrelaçados, para o país – cenário esse que é, por vezes, animador, do ponto de vista de economistas.

Saindo de uma ótica consideravelmente otimista, encontramos o cenário político brasileiro. As previsões para este são de profunda importância, pois está intimamente ligado à capacidade de recuperação e ascensão do país frente a uma economia mundial. Assim,

[...] o nosso prognóstico político e econômico para o Brasil é muito ruim, e a situação deverá ficar ainda pior quando começarem a surgir os primeiros focos de rebeldia social inorgânica, movidos pela fome e pela miséria que crescerá de forma geométrica no ano de 2020 (LUCENA; LUCENA apud FIORI, 2020).

Para o cientista político, as projeções para o país, com agravamento durante o ano de 2020, são catastróficas, pois permeia pilares garantidos pela “Carta Magna”. Assim, o Estado Brasileiro necessitará, além de se manter no páreo global, combater as suas rupturas internas que, em todos os casos, ocasionam retrocessos em todo um conjunto de setores, incluindo o setor fabril.

Dessa forma, é constante o número de fábricas que precisaram paralisar parcialmente as suas operações, como as fábricas automotivas. Sobre isso, Rubicek (2020) diz que,

Assim como em outras atividades, a pandemia levou a uma paralisia parcial do setor automotivo. Em um primeiro momento, férias foram antecipadas e diversas fábricas ficaram inoperantes como medida de segurança. Depois, atividades foram retomadas de forma reduzida e

as empresas adotaram medidas trabalhistas como corte de salário para diminuir custos em um momento de baixa demanda.

Medidas precisaram ser adotadas para enfrentamento da crise desencadeada pela pandemia global recém-instalada. Não havendo demanda varejista suficiente, também não há necessidade de produção em escalas cada vez maiores ou contínuas, momento no qual as fábricas precisaram se render às novas regras do mercado não só nacional, mas mundial, contingenciando seus processos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Optou-se pela pesquisa explicativa, na qual puderam ser esclarecidos, de forma sistêmica, o grau de comprometimento do setor varejista de automóveis no município de Redenção, no Estado do Pará, acerca dos impactos causados pelo advento do novo coronavírus no mundo e sua relação com o recuo do setor.

Para submetê-la a um sistema que assegure o controle de qualidade, foram utilizados dados quanti-qualitativos por meio de um questionário que assegure o distanciamento social: online, através do *Google Forms*, enviado à três empresas concessionárias e revendedora de seminovos, respectivamente, estudadas contendo 13 perguntas básicas do assunto – um exemplo é a pergunta “Em números (mesmo que aproximados), qual a quantidade mensal vendida durante o pico da pandemia?”, seguidas de alternativas objetivas identificadas de “a” à “c” e de “a” à “d” e perguntas discursivas que possibilitavam apenas o preenchimento de nome fantasia da empresa, ou números, facilitando a tabulação dos dados, possuindo um caráter assertivo para identificar as consequentes perdas no setor automobilístico. Consequentemente, a aplicação do tipo de pesquisa só foi possível por meio do Método Experimental. Segundo Guedes e Barros (2010, p. 1),

O Método experimental é um conjunto de procedimentos rigorosos que, desenvolvendo-se habitualmente em contexto laboratorial, procura controlar variáveis estranhas ou parasitas de modo a que os resultados se devam única e simplesmente à manipulação da variável independente, isto é, que só a esta se devam as alterações na variável dependente.

Assim, esse auxilia na mensuração dos dados, possibilitando uma abordagem sistêmica do experimento. Nele, os autores buscaram a não interferência no resultado do experimento, mantendo uma distância segura para que esse reaja

sob um ambiente favorável.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Após a aplicação da pesquisa, podem ser descritos, basicamente 3 fenômenos comportamentais dos consumidores. Acompanhe a tabela a seguir:

Tabela 1 – Hábitos de consumo de automóveis por faixa de preços

Vendas de automóveis seminovos com menos de R\$ 40.000,00	Vendas de automóveis novos entre R\$ 40.000,00 e R\$ 60.000,00	Vendas de automóveis novos entre R\$ 60.000,00 e R\$ 100.000,00
Aumentaram	Diminuíram	Aumentaram

Fonte: os autores

A partir deste ponto, para resguardar dados confidenciais das empresas estudadas, as empresas serão chamadas por nomes fictícios, sendo essas identificadas apenas nomes de marcas internacionais. A empresa Alpha 1 é uma empresa do Simples Nacional, atuante no serviço de venda de peças para automóveis, bem como a compra e revenda deles, sendo, assim, uma loja multimarca.

A empresa Alpha 1 informou, na pesquisa realizada, que o seu principal produto custa ao consumidor, no máximo, R\$ 40.000,00. Se o consumidor “[...] quer um carro novo de R\$ 40 mil, não vai conseguir fugir de um pequeno *hatch* [modelo sem porta-malas estendido, comuns aos carros sedans] com motor 1.0 e câmbio manual” (CARVALHO, 2019). Para entender melhor a lógica da depreciação de um automóvel, segundo o site ChipsAway, a depreciação é feita dividindo o valor do carro novo por 5 (quantidade de anos desejada), após essa operação, deve-se dividir novamente o valor resultante por 12, resultando na depreciação mensal do veículo. Confira a tabela a seguir.

Tabela 2 – Exemplo de depreciação de um automóvel

Modelo	Valor do automóvel 0km	Valor mensal depreciado durante 5 anos	Valor do bem passados os 5 anos
Volkswagen Fox Conect 1.6	R\$ 56.690,00	R\$ 10.298	R\$ 41.192,00

Fonte: os autores; Augusto

Por sua vez, a empresa Alpha 2 é uma empresa de médio porte que está enquadrada no regime de tributação Lucro Real, sendo uma concessionária de automóveis novos e seminovos, mas que, neste presente artigo científico, participou da pesquisa para seus carros novos, como representante da marca alemã Volkswagen.

A empresa Alpha 2 informou, na pesquisa realizada, que o seu principal produto está entre os valores de R\$ 40.000,00 e R\$ 60.000,00. Para utilizarmos um exemplo prático, de acordo com o site Notícias Automotivas, o Gol é o “Segundo carro mais barato da Volkswagen à disposição dos consumidores brasileiros, [...] com motor 1.0 flex de três cilindros e 84 cavalos pode ser encontrado com preço inicial de R\$ 52.500” (ANDRADE, [sem data]). De acordo com a empresa, planejava-se um crescimento e as vendas estavam otimistas até a pandemia, vendendo quantidades consideráveis de carros por mês. Para a empresa, o declínio nas vendas teve seu auge em meados de 30 de maio de 2020. Analise atentamente o gráfico a seguir.

Gráfico 1 – Quantidade de carros vendidos na empresa Alpha 2 antes e depois do pico de diminuição nas vendas



Fonte: os autores

Com a observação atenta do gráfico anterior, pode-se perceber a redução em exatos 30% da quantidade vendida antes para a quantidade atual vendida após o período auge da pandemia: a quarentena. De acordo com a empresa, a pandemia afetou significativamente as suas vendas, fato que é exemplificado pela própria montadora da marca, pois como demonstrado pelo Poder360, “A Volkswagen está

negociando o corte de funcionários nas 4 fábricas que tem no Brasil. Com a demanda reduzida por conta da pandemia do novo coronavírus, a montadora justifica que é preciso adequar o tamanho do quadro de empregados” (PODER360, 2020). Apesar de o site pesquisado em questão ter informado que a recuperação desta já começou, deve-se considerar também o fato de que o país ainda passa por um processo de “cura” como consequência dos destroços deixados pelo advento do Novo Coronavírus.

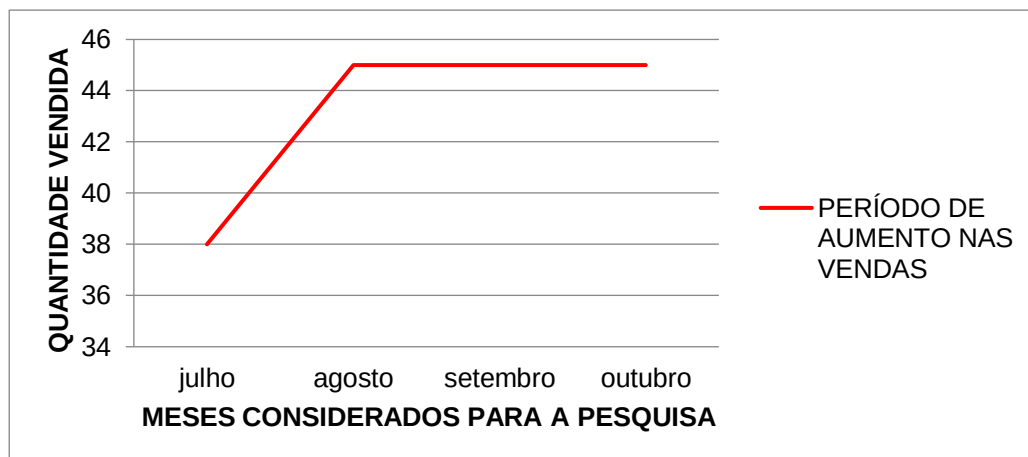
Do mesmo modo que a empresa Alpha 1, a empresa Alpha 3 também não registrou diminuição em suas vendas de seu principal automóvel, custando ao consumidor final, segundo a empresa, entre R\$ 60.000,00 e R\$ 100.000,00 – o fenômeno será estudado em instantes. A empresa Alpha 3 é uma empresa de médio porte, tributada pelo Lucro Presumido e que é revendedora autorizada da Fiat, ou seja, é a concessionária responsável pela marca na cidade.

Como consequência do impacto do desconhecido, pode ser incrível ou fantástico, do ponto de vista cético, o fato de que alguns itens que, antes não eram adquiridos com tanta facilidade, após o surto viral, passaram a ser consumidos quase que sem interferências de demanda se comparados com outros setores. Para o site de automóveis Carros, um

[...] ponto citado pelo gerente do Osten Group e uma mudança nos hábitos de consumo e a valorização dos meios de transporte pessoais "Com as restrições às viagens internacionais e o medo do risco de contaminação nos aviões, muita gente está preferindo fazer viagens, mesmo longas, de carro", completou (ENOSHITA apud GROUP, 2020).

Segundo a faixa monetária de custo ao consumidor apresentada pela empresa e de acordo com o site Motor1.com, é possível deduzir que esse representa o preço de uma das pick-ups da marca – o que leva a outra interessante descoberta nos hábitos de consumo dos brasileiros pós-pandemia. Observem o gráfico:

Gráfico 2 – Aumento de vendas em carros na concessionária Fiat em Redenção-PA durante a pandemia



Fonte: os autores

O aumento na venda de automóveis na concessionária citada acima representa, graficamente, o exposto pela empresa, reafirmando que a pandemia não afetou as vendas da organização, todavia, as aumentaram em 18,42%. De acordo com o site A Mente é Maravilhosa, basicamente, o instinto de sobrevivência “corresponde a todos os comportamentos básicos que nos permitem preservar a vida e a saúde. Entre eles estão: evitar o perigo, se alimentar, buscar abrigo, etc” (MARAVILHOSA, 2019).

Assim, o ser humano deseja sobreviver, fato presente desde os seus ancestrais mais distantes. Para isso, realizam as mais diversas formas de prolongação da vida, ou ainda, de perpetuar o seu prazer nela, fazendo os pesquisadores do presente Artigo Científico acreditarem que os hábitos de consumo após uma tragédia, catástrofe ou comoção generalizada altera a forma como as pessoas veem os seus próprios estados vitais, crendo que deveriam investir suas economias em algum bem, pois o cenário é de incertezas, então, é mais vantajoso e adequado ser beneficemente oportunista.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em última análise, é possível, agora, mensurar em dados estatísticos e sólidos o grau de comprometimento da economia brasileira e sua capacidade de recuperação frente à pandemia do Novo Corona-Vírus, bem como a culminância desses impactos que afetam, diretamente, o setor varejista de automóveis no país.

Por mais que catástrofes, tragédias e outras comoções generalizadas, muitas vezes, podem ser previstas e contidas com diligência, um surto viral não era, sequer esperado pelas grandes massas, não sendo possível, dessa forma, “conter o invisível”.

Grandes marcas do setor automobilístico instalaram suas montadoras ou mudaram sua linha, saindo de países próximos para o Brasil. Essa mudança provocou inúmeros benefícios para a sociedade e governo brasileiros, pois geravam empregos, assim, quanto mais pessoas trabalhando no setor formal, mais impostos o governo arrecada, sendo sua maior fonte de recursos para compor o Produto Interno Bruto do país. O estudo minucioso dessa realidade possibilitou que os pesquisadores chegassem, por exemplo, ao conhecimento das demissões em massa escritas por Rubicek (2020) e veiculadas pelo Nexo Jornal, no qual 3.000 demissões voluntárias estavam previstas, pois as empresas estavam com sua demanda reduzida, não sendo necessário manter grandes capitais humanos.

As empresas Alpha 1, 2 e 3 conheciam o cenário global e nacional de seus produtos, eram esperados resultados positivos por todas elas, porém, 1 delas não os obteve. Observe a tabela seguinte.

Tabela 3 – Porcentagem de comprometimento das vendas nas empresas estudadas

Alpha 1	Alpha 2	Alpha 3
Aumento em 50%	Diminuição em 70%	Aumento em 18,42%

Fonte: os autores

Assim, é possível identificar que algumas empresas conseguem mais êxito que outras, mesmo durante a pandemia, pois os seus produtos se adequam ao que o consumidor deseja em termos de oportunidade. E momentos incertos, os consumidores desejam realizar os seus sonhos, assim, decidem comprar um carro que, 0km, sairia em desvantagem se comparado a um seminovo ou decidem por realizar sonhos mais ousados, adquirindo um carro com zero de quilometragem, porém, mais caros que os populares. O presente artigo é um esboço do que ainda pode ser adicionado nesse grandioso trabalho que possui inúmeras vertentes para os campos de estudo. Dessa forma, os cientistas que, por ventura, tenham acesso a

este material, são incentivados pelos autores a continuarem expandindo o conhecimento contido neste.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Leonardo. **Top 20: carros zero até 50 mil.** Disponível em: <https://www.noticiasautomotivas.com.br/top-20-carros-zero-ate-50-mil/>. Acesso em 14 de out. de 2020.

AUGUSTO. **Volkswagen Fox 2020:** preço, fotos, motor, equipamentos e mais. Disponível em: <https://mundodoautomovelparapcd.com.br/volkswagen-fox/>. Acesso em 14 de out. de 2020.

CARROS. **Apertado para um 0 km? Veja 14 bons carros usados em torno de R\$ 40 mil.** Disponível em: <https://www.uol.com.br/carros/colunas/cacador-de-carros/2019/05/31/apertado-para-um-0-km-veja-14-bons-carros-usados-em-torno-de-r-40-mil.htm>. Acesso em 14 de out. de 2020.

CHIPSAWAY. **Cálculo de depreciação:** 5 passos para calcular a depreciação de veículos. Disponível em: <http://www.chipsaway.com.br/calculo-de-depreciacao-5-passos-para-calcular-depreciacao-de-veiculos/#:~:text=Divida%20o%20valor%20do%20autom%C3%B3vel,autom%C3%B3vel%20desvaloriza%20este%20valor%20obtido>. Acesso em 14 de out. de 2020.

ECONÔMICO, Valor. **Brasil fica em 51º de 122 países em índice de recuperação econômica.** Disponível em: <https://www.abtra.org.br/noticias/brasil-fica-em-51o-de-122-paises-em-indice-de-recuperacao-economica/>. Acesso em 09 de out. de 2020.

ENOSHITA, Evandro. **Pandemia de Covid-19 gerou corrida por carros de luxo: Cenário econômico e os impactos do novo coronavírus na sociedade explicam desempenho dos carros de luxo no mercado brasileiro.** Disponível em: <https://carros.ig.com.br/2020-09-04/pandemia-de-covid-19-gerou-corrida-por-carros-de-luxo.html>. Acesso em 15 de out. de 2020.

GATES, Bill. **The next outbreak? We're not ready.** YouTube. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=6Af6b_wyiwl&list=ULxPK2Ch90xWo&index=895. Acesso em 14 de out. de 2020.

GUEDES, Mônica; BARROS, Sofia. **Método Experimental.** Disponível em: <https://segredosdapsicologia.webnode.com.pt/metodos-e-tecnicas-em-psicologia/metodo-experimental/>. Acesso em 06 de jun. de 2020.

LUCENA, Eleonora de; LUCENA, Rodolfo. **ENTREVISTA: 'prognóstico é ruim e vai piorar'.** Disponível em: <https://www.jb.com.br/pais/2020/04/1023255-entrevista---prognostico-e-ruim-e-vai-piorar.html>. Acesso em 13 de out. de 2020.

MARAVILHASA, A Mente é. **O abc dos instintos humanos.** Disponível em: <https://amenteemaravilhosa.com.br/abc-dos-instintos-humanos/>. Acesso em 15 de out. de 2020.

MOTOR1. **Fiat Toro 2021 perde motor 2.4 e ganha nova multimídia da Strada; veja preços.** Disponível em: <https://motor1.uol.com.br/news/426510/fiat-toro-2021-lancamento/>. Acesso em 15 de out. de 2020.

NOTÍCIAS, Agência Câmara de. **Estados preveem recuperação da crise econômica gerada pela pandemia só em 2021.** Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/678045-estados-preveem-recuperacao-da-crise-economica-gerada-pela-pandemia-so-em-2021/#:~:text=Estados%20preveem%20recupera%C3%A7%C3%A3o%20da%20crise%20econ%C3%B4mica%20gerada%20pela%20pandemia%20s%C3%B3%20em%202021,-Secret%C3%A1rios%20estaduais%20de&text=Com%20queda%20m%C3%A9dia%20de%2018,as%20dificuldades%20financeiras%20devem%20continuar>. Acesso em 01 de out. de 2020.

PODER360. **Volkswagen reúne sindicatos e negocia demissões nas fábricas do Brasil.** Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/volkswagen-reune-sindicatos-e-negocia-demissoes-nas-fabricas-do-brasil/#:~:text=A%20Volkswagen%20est%C3%A1%20negociando%20o,tamanho%20do%20quadro%20de%20empregados.&text=Paulo%2C%20a%20Volkswagen%20pretende%20demitir%2035%25%20dos%20atuais%2015.000%20funcion%C3%A1rios>. Acesso em 15 de out. de 2020.

ROUBICEK, Marcelo. **Como a pandemia afetou a indústria automotiva no Brasil.** Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2020/09/16/Como-a-pandemia-afetou-a-ind%C3%BAstria-automotiva-no-Brasil>. Acesso em 14 de out. de 2020.

APÊNDICE – INSTRUMENTO DA COLETA DE DADOS

O IMPACTO ECONÔMICO GERADO PELA PANDEMIA DO COVID-19 NO COMÉRCIO AUTOMOBILÍSTICO: Um estudo de caso na cidade de Redenção- PA. Pesquisa voltada ao cumprimento de obrigações voltadas ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC II) da Faculdade de Ensino Superior da Amazônia Reunida - FESAR.

1. Qual o nome fantasia da sua empresa?

2. A sua empresa é tributada por qual desses modelos?

Marcar apenas uma oval.

☐

Simples

☐

Nacional Lucro

☐

Real

Lucro

☐

Presumido

Outro: _____

3. A sua empresa é de Pequeno, Médio ou Grande Porte?

Marcar apenas uma oval.

☐

Pequeno

☐

Médio

☐

Grande

☐

Outro: _____

4. Como você avalia o cenário atual da venda de automóveis no Brasil antes da pandemia?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Planejava-se um crescimento
- ☐ Era esperado que o setor se mantivesse estável
- ☐ O setor registrava queda significativa
- ☐

Outro: _____

5. Qual o impacto da quarentena na sua organização/empresa?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ As vendas estavam controladas até a quarentena
- ☐ As vendas já estavam diminuindo sem a quarentena
- ☐ A quarentena foi um meio eficaz de salvar o setor
- ☐

Outro: _____

6. Na sua opinião, o impacto da pandemia gerada pelo novo corona-vírus...

Marcar apenas uma oval.

- ☐ ...afetou significativamente as vendas de automóveis na sua empresa.
- ☐ ...afetou de forma esperada as vendas.
- ☐ ...não afetou as vendas na sua empresa.
- ☐

Outro: _____

7. Qual o preço médio de venda do seu principal produto?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Menos de R\$ 40.000,00
- ☐ Entre R\$ 40.000,00 e R\$ 60.000,00
- ☐ Entre R\$ 60.000,00 e R\$ 100.000,00
- ☐ Mais de R\$ 100.000,00 e menos de R\$ 250.000,00
- ☐ Outro: _____

8. Em números, as vendas foram afetadas em, aproximadamente...

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Menos de 10% negativamente
- ☐ Entre 10% e 25% negativamente
- ☐ Entre 25% e 50% negativamente
- ☐ Outro: _____

9. Para sua empresa, qual o período do pico de diminuição nas vendas

Exemplo: 7 de janeiro de 2019

10. Em números (mesmo que aproximados), qual era a quantidade mensal vendida antes do pico da pandemia?

11. Em números (mesmo que aproximados), qual é a quantidade mensal vendida durante o pico da pandemia?

12. Em números (mesmo que aproximados), qual é a quantidade mensal vendida durante o pico da pandemia?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ofertas mais acessíveis às classes (promoções, descontos, brindes, sorteios) Marketing mais intenso
- ☐ Diminuição de custos que envolvem, inclusive, desligamento de pessoal afim de diminuir custos
- ☐ Outro: _____

13. Quando a empresa espera recuperação?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ A recuperação já começou
- ☐ A recuperação começará conforme previsão do Governo Brasileiro (2021)
- ☐ A recuperação deve demorar mais que o calculado

ATENÇÃO! Obrigado pela sua dedicação e solidariedade em fornecer esses dados para o nosso estudo. As informações serão publicadas sem menção dos nomes das empresas, nem de qualquer pessoa de suas áreas estratégicas ou operacionais. Usaremos as informações com segurança.