

Impacto da pandemia da COVID-19 nas empresas de materiais de construção civil: estudo de caso em São Luís/MA

Impact of the COVID-19 pandemic on construction materials companies: a case study in São Luís / MA

Lysla Ravenna Santos Pimentel

Universidade Federal do Maranhão (UFMA), São Luís, MA, Brasil.

E-mail: lyslaravenna@gmail.com | ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9137-1370>

Revista de Engenharia Civil IMED, Passo Fundo, v. 9, n. 1, p. 75-92, janeiro-junho, 2022 - ISSN 2358-6508

[Recebido: 6 dez. 2020; Aceito: 28 abr. 2022]

DOI: <https://doi.org/10.18256/2358-6508.2022.v9i1.4402>

Sistema de Avaliação: *Double Blind Review*

Como citar este artigo / How to cite item: [clique aqui!/click here!](#)

Resumo

A pandemia da COVID-19 afetou drasticamente a economia brasileira, principalmente as empresas de materiais de construção civil pela necessidade de distanciamento social para a não propagação do vírus. Através do desenvolvimento dessa pesquisa pode-se avaliar os impactos da pandemia da COVID-19 nas lojas de materiais de construção civil na cidade de São Luís/MA. Essa avaliação foi feita através da aplicação de um questionário em nove empresas de materiais de construção civil. Os resultados encontrados mostraram que, apesar da recessão na economia nacional, no mercado da construção civil da cidade de São Luís/MA, a pandemia promoveu efeitos positivos, chegando a aumentar o faturamento das empresas de materiais de construção civil, levando a escassez de produtos, principalmente, os hidráulicos, o aço e as peças cerâmicas.

Palavras-chave: Construção Civil; Lojas de Materiais; Pandemia da COVID-19; Impactos.

Abstract

The COVID-19 pandemic has drastically affected the Brazilian economy, mainly the construction material companies, due to the need for social distance to prevent the virus from spreading. Through the development of this research, it is possible to evaluate the impacts of the COVID-19 pandemic in civil construction material stores in the city of São Luís/MA. This assessment was carried out by applying a questionnaire to nine construction material companies. The results found showed that, despite the recession in the national economy, in the civil construction market in the city of São Luís/MA, the pandemic promoted positive effects, even increasing the revenue of civil construction material companies, leading to a shortage of products. mainly hydraulic, steel and ceramic parts.

Keywords: Civil Construction; Material Stores; COVID-19 pandemic; Impacts.

1 Introdução

A economia mundial durante os anos passou por momentos de expansões ou de retrações econômicas. Esses altos e baixos da economia mostraram para as empresas que para sobreviver no mercado é necessário analisar, interpretar e agir com inteligência diante de momentos críticos. Não é suficiente, para a empresa, buscar somente soluções tecnológicas, deve-se investir também em conhecimento, planejamento de possíveis adaptações de acordo com as mudanças que ocorrem diariamente em todo o mundo (SILVA *et al.*, 2020).

A pandemia da COVID-19 afetou de forma devastadora a economia brasileira. Por isso, existe uma dúvida de como será o futuro do comércio diante de tantos impactos sofridos por causa da pandemia do novo coronavírus. A única resposta para superar esse cenário está na capacidade de adaptação das empresas (ROCHA, 2020).

As empresas precisam pensar em uma reconfiguração dos espaços físicos para melhorar a segurança sanitária dos clientes e de seus funcionários e precisam ter flexibilização para adotar novas formas de trabalho. A empresa que melhor conseguir se adaptar e melhor interpretar o cenário deixado pela pandemia, tem melhores condições de permanência no mercado (ROCHA, 2020).

Os tempos de crise nas empresas podem deixar que os ânimos, tantos dos funcionários quanto dos gestores, fiquem abalados por medo da perda do lucro e perda do emprego. Diante disso, é necessário que novas estratégias sejam adotadas: o conjunto de medidas e planos que impedirão o comprometimento de tudo o que já foi desenvolvido e construído (SILVA *et al.*, 2020).

No cenário pós-pandemia, as empresas precisam reconectar-se principalmente com a sua humanidade. A pandemia da COVID-19 mostrou a importância da responsabilidade social dos negócios, de ter uma postura mais humanizada, empática, colaborativa e solidária. É dessa forma que vão pavimentar um futuro sustentável (ROCHA, 2020).

O presente artigo tem como objetivo avaliar os impactos da pandemia da COVID-19 nas lojas de materiais de construção civil na cidade de São Luís/MA. Assim como averiguar quais os principais problemas enfrentados pelas empresas entrevistadas. Verificar quais os principais materiais de construção civil foram mais afetados no que se refere a demanda, disponibilidade e variação de preço durante a pandemia da COVID-19 e identificar o comportamento, no que tange a adaptação, das lojas de materiais de construção civil durante a pandemia da COVID-19.

1.1 Impactos da crise da COVID-19 no cenário econômico do Brasil

A pandemia da COVID-19 chegou ao país no mês de março forçando os estados e municípios a regulamentarem medidas de distanciamento social, com isso, houve

uma redução da atividade em várias cadeias de produção. Tendo como exemplo a Usiminas, uma siderúrgica de Minas Gerais, que suspendeu a operação de vários altos-fornos por causa da pouca demanda de materiais durante a crise da pandemia do novo coronavírus (ESCASSEZ, 2020; RONAN, 2020).

O Governo Estadual do Maranhão, para retardar a propagação da COVID-19 na cidade de São Luís, decretou no dia 21 de março de 2020 a suspensão do comércio por 15 dias. Vários órgãos e associações ligadas ao comércio da capital e do estado se manifestaram favorável à determinação do governador. No dia 03 de abril de 2020, o decreto de N. 35714 reconheceu que as lojas de materiais de construção são de necessidade básica para a população e com isso, permitiu a reabertura dessas lojas (BRENDA, 2020; HOME, 2020).

No dia 05 de maio de 2020, o Governo do Estado do Maranhão decretou o *lockdown* dos serviços não essenciais (com exceção de serviços de alimentação, farmácias, portos e indústrias que trabalham em turnos de 24 horas) na cidade de São Luís, o bloqueio total ficou ativo até o dia 17 de maio de 2020. Após o *lockdown*, as empresas de materiais de construção civil puderam funcionar normalmente (FROÊS, 2020).

Empresários relatam falta de produtos e aumento no preço de matérias-primas. Os produtos que estão com a maior escassez no mercado são o papelão, plástico e aço. Essa dificuldade de aquisição desses materiais fez com que ocorresse aumento significativo nos preços, tendo como estimativa um aumento de até 30% nos últimos meses - com risco de repasse para o consumidor no varejo, além disso, as fábricas relatam problemas para atender os clientes, atrasando as entregas ou recusando novos pedidos. Em uma pesquisa encomendada pela Federação das Indústrias do estado de São Paulo (Fiesp), cerca de 67% dos empresários entrevistados afirmaram que estão sofrendo com a escassez de aço (ESCASSEZ, 2020).

Na pesquisa encomendada pela Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC) afirma que as construtoras de todo o país relataram um aumento no preço de materiais de construção. O cimento foi o que teve mais aumento: 95% das empresas entrevistadas afirmaram que houve uma grande alteração entre os valores cobrados antes da pandemia e os valores cobrados durante a pandemia. Para 59% delas, o aumento foi de até 10%. Para 36%, o aumento foi acima de 10% (EMIR, 2020).

Para ver o percentual de aumento para o estado do Maranhão, tomamos como exemplo, dois produtos que estão disponíveis na tabela de desonerados do SINAPI referente a insumos nos meses de maio e de outubro. Os produtos selecionados foram o cimento Portland CP II – 32, saco de 50kg e o aço vergalhão, como mostrados na tabela 1 e 2.

Tabela 1. Insumos retirados da tabela de desonerados do SINAPI
referente ao mês de maio

Código	Descrição do insumo	Unidade	Preço mediano (r\$)
00010511	Cimento Portland composto CP II-32 (saco de 50 kg)	50kg	27,00
00043054	Aço CA-25, 10,0mm, ou 12,5mm, ou 16,0 mm, ou 20,0mm, ou 25,0mm, vergalhão	kg	5,12

Fonte: CAIXA, 2020.

Tabela 2. Insumos retirados da tabela de desonerados do SINAPI
referente ao mês de outubro

Código	Descrição do insumo	Unidade	Preço mediano (r\$)
00010511	Cimento Portland composto CP II-32 (saco de 50 kg)	50kg	34,00
00043054	Aço CA-25, 10,0mm, ou 12,5mm, ou 16,0 mm, ou 20,0mm, ou 25,0mm, vergalhão	kg	5,63

Fonte: CAIXA, 2020.

Ao avaliar o aumento percentual dos produtos citados nas tabelas 1 e 2, pode-se notar que o cimento Portland CP II teve um aumento de aproximadamente 25,93%. Enquanto o aço aumentou em 9,96%. Isso comprova que as pesquisas citadas anteriormente feitas com os empresários do Estado de São Paulo mostraram a realidade em todo o Brasil. Houve um aumento significativo no preço do aço e do cimento, e por isso, que há tanta reclamação dos consumidores jurídicos quanto os físicos. Essa alta está relacionada à escassez de produtos e, além disso, a alta do dólar comercial que favorece a exportação, deixando os consumidores internos com alta inflação dos produtos.

1.3 Adaptação das empresas diante da pandemia da COVID-19

A pandemia da COVID-19 levou o Brasil a uma crise que afeta a saúde e todas as áreas da vida em sociedade. A economia é uma das áreas mais afetadas por causa das recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS) de manter o distanciamento social. E para evitar as aglomerações, a recomendação foi a suspensão de parte das atividades comerciais e com isso, os profissionais autônomos e as pequenas empresas foram os grandes prejudicados (ARAÚJO, 2020).

Para Lúcio Pires, gestor de negócios digitais do SEBRAE, as empresas que queiram sobreviver à crise causada pela pandemia da COVID-19 devem reduzir seus gastos internos, tomando medidas como a antecipação das férias dos colaboradores. Tal medida teve o aval do Governo Federal através da Medida Provisória de número 297 de 22 de março de 2020 (ARAÚJO, 2020).

As empresas passaram a ter dificuldade nas vendas, por causa das medidas de isolamento social. Para resolver esse problema, as vendas por meios digitais são uma das soluções mais viáveis para as empresas, além disso, elas devem buscar formas de suprir as novas necessidades dos seus clientes. O empreendedor que quiser buscar uma rápida adaptação deve investir na migração da sua empresa para os meios digitais. Ademais, as empresas devem entender que o relacionamento com os clientes e as estratégias de divulgação deve também se adaptar diante dos novos meios de comunicação implementados na empresa (ARAÚJO, 2020).

2 Metodologia

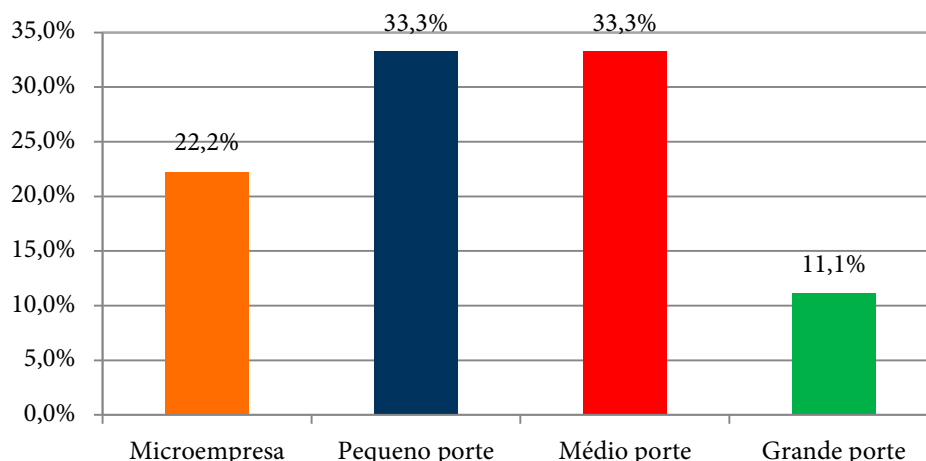
A pesquisa em relação à demanda, disponibilidade e variação de preço foi realizada através da coleta de dados obtida de um questionário que foi direcionado às lojas que comercializam materiais de construção civil na cidade de São Luís/MA. Os dados foram suficientes para averiguar os principais problemas enfrentados pelas lojas de materiais de construção civil por causa da pandemia da COVID-19. A aplicação do questionário foi feita por meio digital durante o mês de outubro de 2020.

Após a coleta das informações, as mesmas foram tabuladas, interpretadas e analisadas sobre o aspecto principal da pesquisa, que buscou avaliar os principais impactos causados pela pandemia de COVID-19 nas lojas de materiais de construção civil localizadas na cidade de São Luís/MA.

3 Resultados e discussões

O questionário elaborado foi aplicado em 09 (nove) empresas de materiais de construção civil, situadas em bairros distintos da cidade de São Luís/MA, com o objetivo de avaliar os impactos da pandemia da COVID-19 nessas empresas.

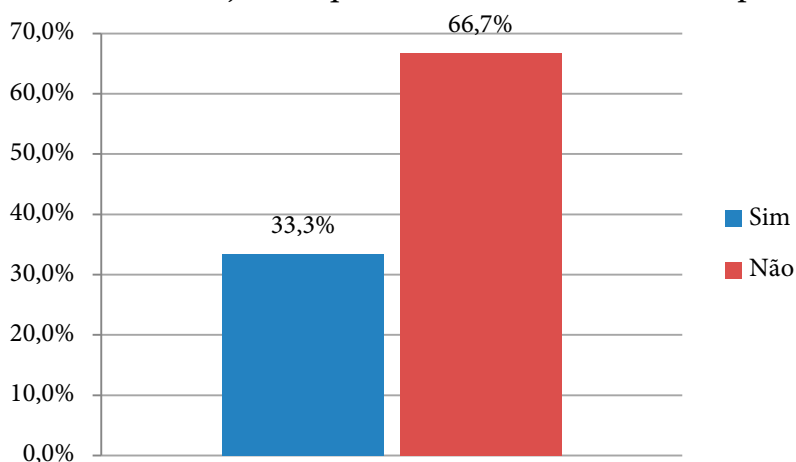
O gráfico 1 mostra que 22,2% das empresas entrevistadas são microempresas, enquanto as empresas de pequeno e médio porte, apresentam os mesmos valores de 33,3% e apenas 11,1% das empresas entrevistadas são de grande porte.

Gráfico 1. Classificação das empresas

Fonte: As autoras, 2020.

No gráfico 2 é possível observar que em apenas 33,3% das empresas entrevistadas optaram pela redução do quadro de funcionários durante a pandemia. Porém, para não demitir os funcionários, as empresas optaram pela adoção de outras medidas. Essas medidas são mostradas no gráfico 3.

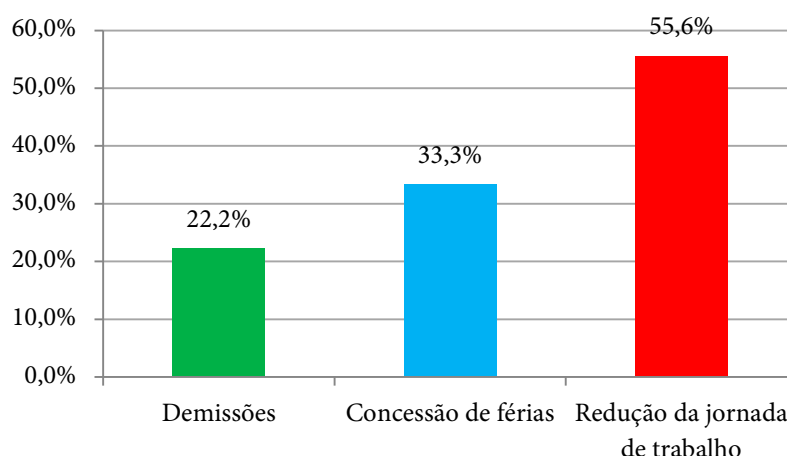
Duas das empresas que responderam que não houve redução do quadro de funcionários na empresa afirmaram que elas tiveram que contratar mais funcionários, já que houve aumento no faturamento da mesma.

Gráfico 2. Redução do quadro de funcionários da empresa

Fonte: As autoras, 2020.

Para melhor visualização das respostas, o gráfico 3 foi feito analisando cada alternativa da pergunta como uma questão separada, ou seja, cada coluna corresponde a 100% dos dados.

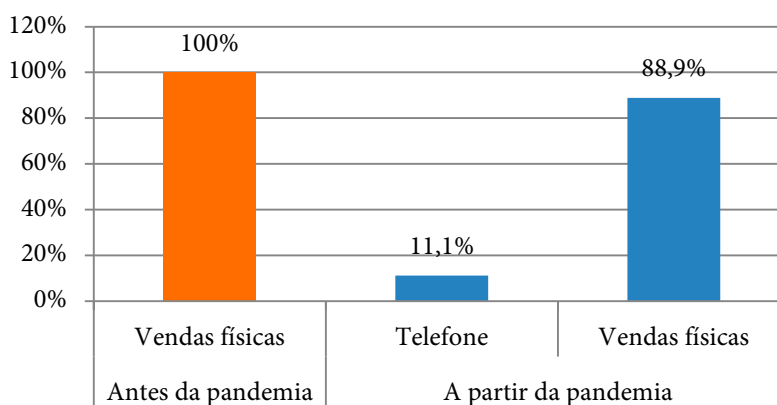
Sendo assim, das 09 (nove) empresas entrevistadas, 22,2% optaram pela demissão de seus funcionários. A medida de concessão de férias foi utilizada em 33,3% das empresas entrevistadas. A maioria das empresas de materiais de construção civil, cerca de 55,6%, optaram por redução da jornada de trabalho. Essas medidas adotadas pelas empresas mostram que a maioria delas apresentam comportamentos mais humanizados, empáticos e solidários para com seus colaboradores.

Gráfico 3. Medidas adotadas pelas empresas para redução/afastamento do número de funcionários

Fonte: As autoras, 2020.

Os canais de vendas adotados por cada empresa são mostrados no gráfico 4. Antes da pandemia, o principal canal de vendas era as vendas físicas, com 100% das empresas fazendo uso dessa alternativa. A partir da pandemia, o principal canal continuou sendo as vendas físicas com 88,9%, porém foram aprimorados serviços por telefone, tendo 11,1% das empresas escolhendo esse canal de vendas como principal.

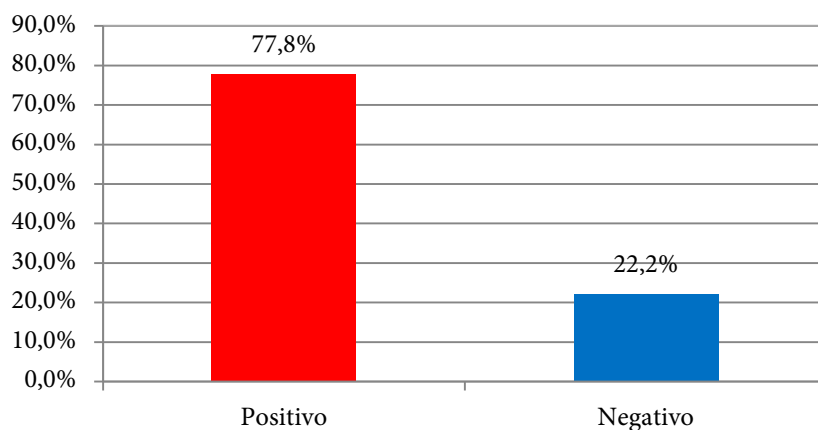
As vendas físicas continuaram sendo o meio mais procurado pelos clientes durante a pandemia. Isso ocorreu porque 88,9% das empresas mantiveram suas portas abertas durante o período de abril a agosto de 2020, apenas 11,1% mantiveram suas portas fechadas durante o mesmo período citado anteriormente. As empresas que continuaram vendendo seus produtos por meios físicos afirmaram que fecharam as portas somente no período de *lockdown*, que teve início no dia 05 de maio de 2020 até o dia 17 de maio de 2020. Diferente de outros setores, para serviços relacionados a construção civil, o retorno das atividades ocorreu mais rapidamente aumentando a expectativa de reação a crise.

Gráfico 4. Principais canais de vendas das empresas (antes e durante a pandemia)

Fonte: As autoras, 2020.

Os efeitos da pandemia nas empresas de materiais de construção civil foram, em sua maioria, positivos como mostra o gráfico 5. Cerca de 77,8% das empresas afirmaram que os efeitos foram positivos e apenas 22,2% que os efeitos foram negativos. Esses efeitos positivos tiveram impactos, também positivos, no faturamento das empresas como mostra o gráfico 6.

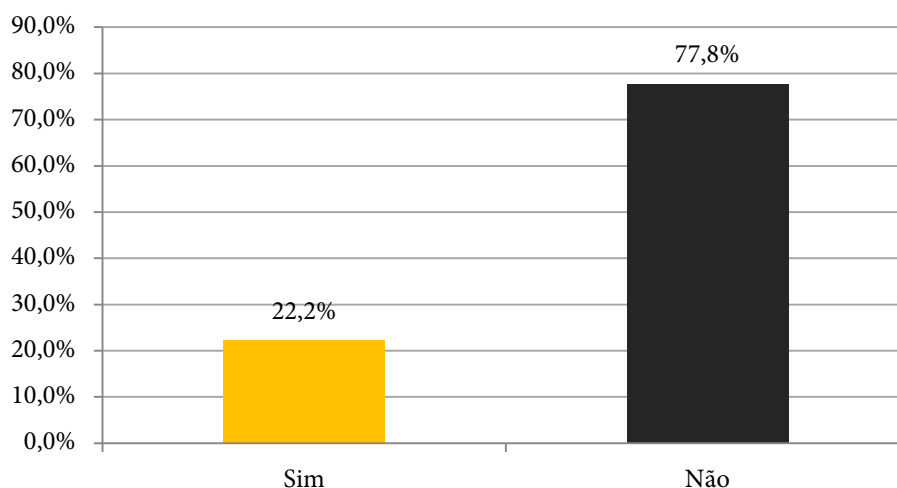
Gráfico 5. Efeitos da pandemia nas empresas de materiais de construção civil



Fonte: As autoras, 2020.

A maioria das empresas, cerca de 77,8%, não tiveram redução do faturamento durante a pandemia da COVID-19. As empresas de materiais de construção civil que tiveram redução do faturamento durante a pandemia, cerca de 22,2%, foram as mesmas que responderam que os efeitos da pandemia foram negativos para sua empresa, justamente por causa da queda de faturamento das mesmas.

Gráfico 6. Redução no faturamento desde o início da pandemia da COVID-19

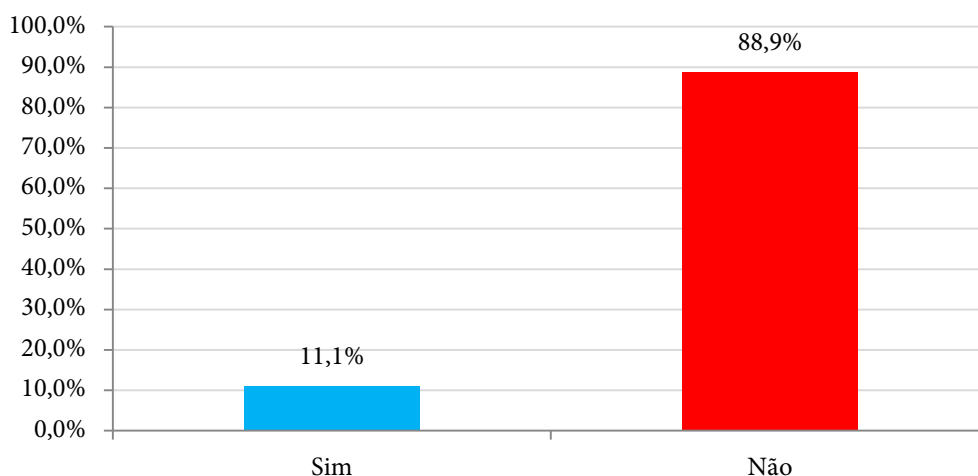


Fonte: As autoras, 2020.

Em relação à redução do fluxo de compras, mostrada no gráfico 7, 88,9% das empresas não precisaram diminuir seus fluxos de compras em função da redução das vendas. As empresas que precisaram diminuir seus fluxos de compras, cerca de 11,1%,

explicaram que essa diminuição da aquisição de produtos foi por causa da dificuldade do fornecimento dos materiais pelas empresas fabricantes/distribuidoras.

Gráfico 7. Redução do fluxo de compras

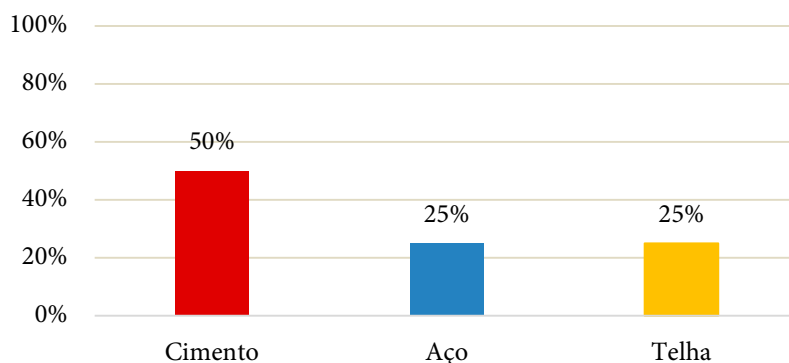


Fonte: As autoras, 2020.

Buscou-se investigar também as variações na demanda e preço dos principais produtos comercializados pelas empresas entrevistadas. Dessa forma, para possibilitar a melhor demonstração e discussão dos resultados, foi realizada a caracterização das empresas de acordo com os produtos constantes em seu catálogo de vendas, sendo elas agrupadas em dois grupos principais: empresas que comercializam materiais de acabamento, argamassas e materiais para instalações elétricas e hidráulicas e empresas que comercializam materiais básicos de construção. Por materiais básicos referimo-nos à comercialização de material bruto como aço, cimento, agregados graúdos e miúdos, telhas, dentre outros.

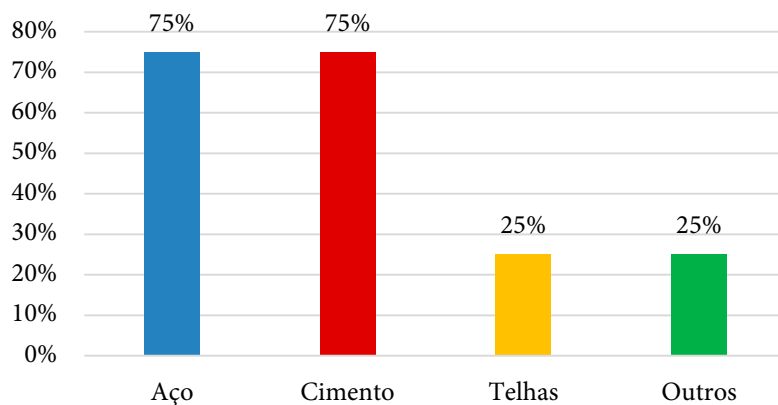
Das 09 (nove) empresas participantes da pesquisa, 05 (cinco) delas comercializam materiais de acabamento, argamassas e materiais para instalações elétricas e hidráulicas; 01 (uma) empresa comercializa materiais básicos de construção como aço e cimento; e, ainda, outras 03 (três) empresas comercializam tanto os materiais básicos como os materiais de acabamento, argamassas, e materiais para instalações hidráulicas e elétricas.

Dentre as 04 (quatro) empresas que comercializam os materiais básicos de construção, 75% não observaram diminuição significativa nas vendas destes produtos. Somente 01(uma) empresa, que representa os outros 25%, percebeu redução nas vendas de telhas cerâmicas. Ainda, o cimento foi o produto que teve a maior demanda de vendas, a partir do início da pandemia da COVID-19, para 50% das empresas participantes, seguido por aço (25%) e telhas (25%), conforme apresentado no gráfico 8.

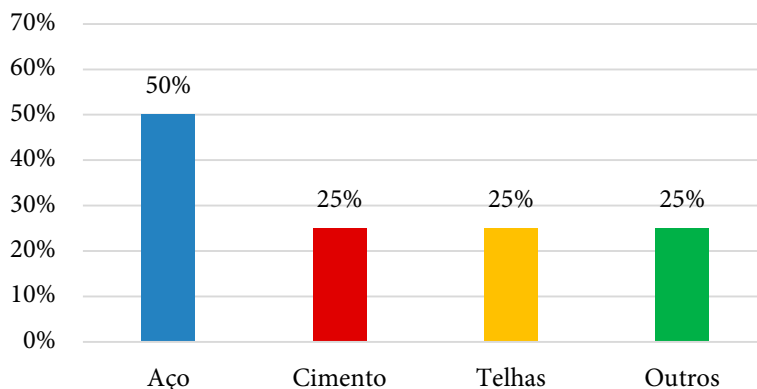
Gráfico 8. Produtos com maior demanda

Fonte: As autoras, 2020.

Com relação à diminuição de disponibilidade de fornecimento dos materiais básicos para construção, 75% relataram dificuldade na aquisição de aço e cimento e 25% declararam dificuldade no fornecimento de telhas, conforme apresentado no gráfico 9. Em contrapartida, 50% das empresas indicaram reajuste de preço para o aço e cimento e 25% reajuste no preço de telhas (Gráfico 10). A dificuldade no fornecimento do aço, possivelmente, está associada à paralisação e redução da capacidade produtiva das siderúrgicas no início da pandemia em todo o país e consequente redução de redução do estoque. O setor busca a normalização da sua capacidade produtiva. Aliado a isso, temos a destinação de grande parte da produção para a exportação uma vez que a alta do dólar tornou mais favorável e lucrativo exportar do que comercializar internamente.

Gráfico 9. Produtos com maior redução de disponibilidade de fornecimento

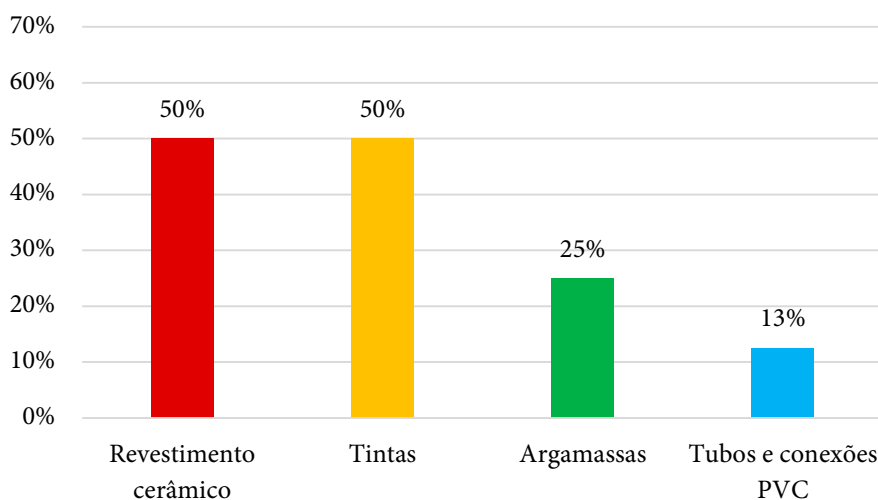
Fonte: As autoras, 2020.

Gráfico 10. Produtos que sofreram maior reajuste de preço de venda

Fonte: As autoras, 2020.

No que diz respeito às 08 (oito) lojas entrevistadas que possuem materiais de acabamento, argamassas, material para instalações elétricas e hidráulicas em seu catálogo de produtos, 50% delas indicaram queda nas vendas de algum dos produtos do segmento. Destas, 50% indicaram redução na venda de revestimento cerâmico e tintas e 25% perceberam redução na demanda por tubos e conexões em PVC (Policloreto de Vinila).

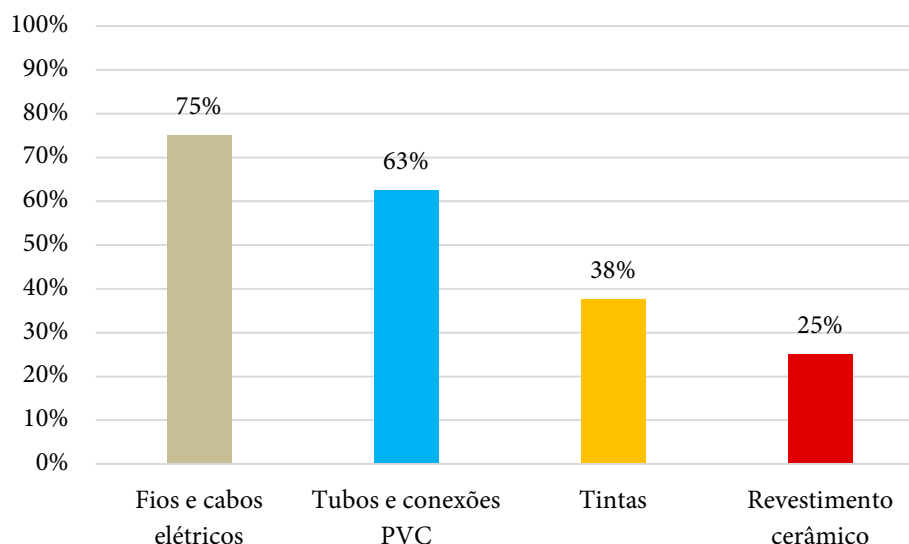
Por outro lado, observou-se que 50% das empresas que comercializam materiais de acabamento, argamassas, material para instalações elétricas e hidráulicas indicaram que os produtos com maior demanda de vendas a partir do início da pandemia da COVID-19 foram revestimento cerâmico para piso e tintas, enquanto que 25% também indicaram as argamassas como produto com maior demanda durante o período considerado (gráfico 11). Ainda, 62,5% apontaram redução no fornecimento de revestimento cerâmico para piso, 50% no fornecimento de tintas, 37,5% tiveram dificuldade na aquisição de fios e cabos elétricos e 25% observaram redução da disponibilidade de fornecimento de argamassas.

Gráfico 11. Materiais de acabamento e instalações que apresentaram maior demanda de vendas

Fonte: As autoras, 2020.

Um fato interessante é que, embora somente 37,5% das empresas tenham tido dificuldade com a aquisição de fios e cabos elétricos, 75% das empresas relataram maior reajuste de preço para estes produtos, revelando que a variação nos preços de alguns materiais durante o período da pandemia não está simplesmente associada ao aumento de demanda e/ou redução de disponibilidade, mas envolve outras variáveis como, por exemplo, a taxa cambial (gráfico 12).

Gráfico 12. Materiais que apresentaram maior reajuste de preço



Fonte: As autoras, 2020.

Assim como o aço, o preço do cobre é afetado pela cotação do dólar que apresentou alta no ano de 2020 resultando no aumento considerável dos produtos que se utilizam dessas matérias-primas. Porém, alerta-se também quanto a utilização do atual cenário econômico para a prática de aumento abusivo nos preços devendo os órgãos competentes e à sociedade estar atentos quanto a isso.

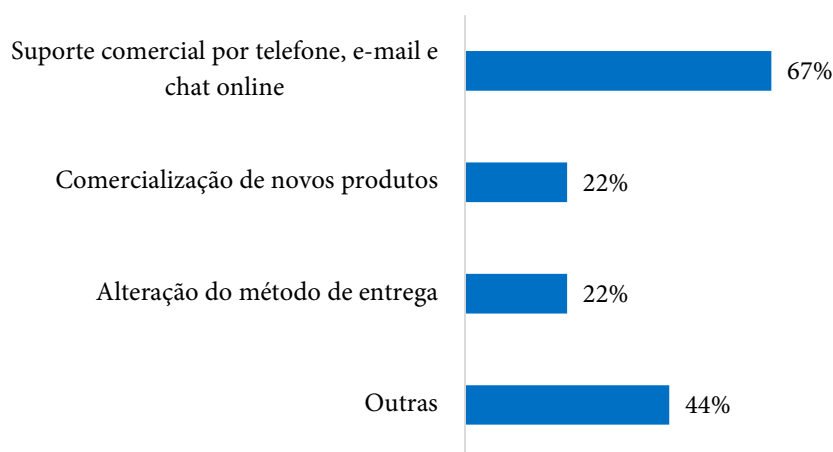
Observamos que, com a pandemia, ocorreu alteração nas vendas com aumento da demanda de alguns produtos acompanhado com dificuldades de aquisição resultando em reajustes consideráveis nos preços de alguns produtos. Assim, buscou-se também conhecer algumas das medidas adotadas pelas empresas para adaptarem-se as mudanças impostas pela ocorrência da pandemia da COVID-19 e entender como se deu o processo de adaptação ao novo cenário.

Para 67% das empresas, uma das medidas adotadas para manutenção das atividades durante o período foi a utilização de suporte comercial por telefone, e-mail ou *chat on-line*. Ainda, cerca de 22% das empresas passaram a comercializar novos produtos e 22% também realizaram alteração no método de entrega utilizado. 44% das empresas empregaram outras estratégias além das citadas no questionário aplicado. Algumas das medidas adotadas dizem respeito à criação de novo canal de vendas seja pela implantação e utilização de plataforma *online* (site) de vendas ou, ainda, utilização de mídias sociais na divulgação e recebimento de pedidos. Ainda, uma das empresas

fez uso do sistema *drive-thru* em algumas de suas lojas físicas dispensando, em alguns casos, a necessidade do cliente entrar na loja para realizar suas compras. Contudo, temos que 22% das empresas participantes não adotaram nenhuma estratégia para manutenção de suas atividades (gráfico 13). Observamos que 03 (três) das empresas entrevistadas seguiram a tendência do momento para utilização de plataformas digitais como forma de manter a continuidade das vendas, sendo uma estratégia bastante interessante pois, com um bom planejamento e objetivos bem definidos, estas ferramentas úteis podem possibilitar a modernização e ampliação dos canais de vendas.

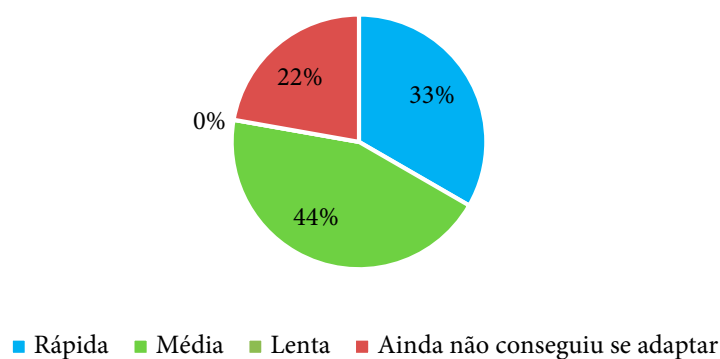
Com relação à velocidade com a qual a empresa conseguiu adaptar-se perante a crise gerada pela pandemia da COVID-19, 33% classificaram como rápida sua adaptação, enquanto que cerca de 44% das empresas classificaram com média e ainda 23% dessas empresas relata que ainda não conseguiu se adaptar ao novo cenário. A capacidade de uma organização em adaptar-se diz muito sobre sua capacidade de resiliência, característica essencial especialmente em tempos de crise.

Gráfico 13. Outras medidas adotadas pelas empresas para manutenção de suas atividades



Fonte: As autoras, 2020.

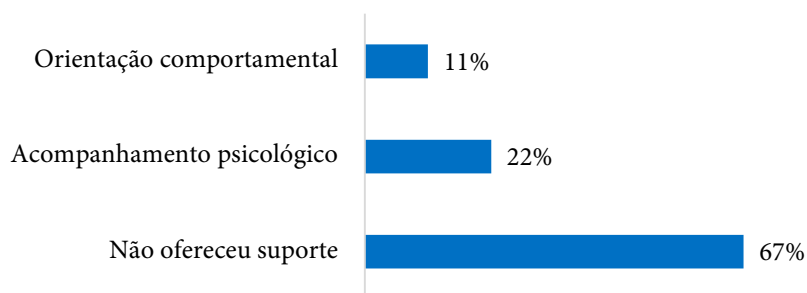
Gráfico 14. Velocidade de adaptação das empresas perante a crise



Fonte: As autoras, 2020.

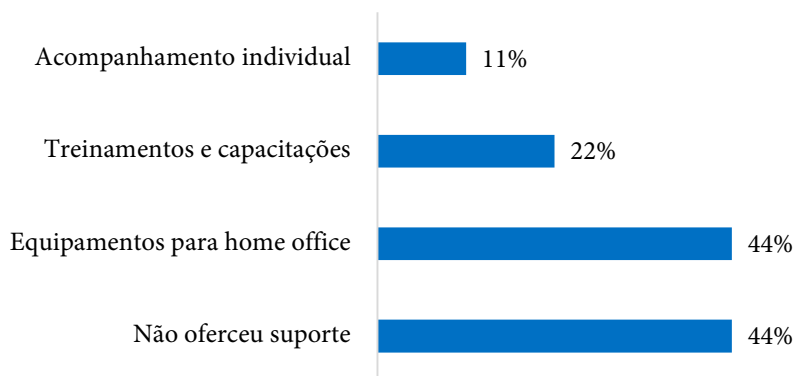
As empresas também foram questionadas quanto à manutenção da saúde mental de seus funcionários. O resultado foi que, cerca de 67% das empresas, não ofereceu qualquer suporte relacionado à saúde mental dos funcionários. Apenas, 22% ofereceram acompanhamento psicológico e 11% realizou orientação comportamental (gráfico 15). Diante disso, percebemos pequenos esforços, por parte de algumas empresas, no sentido de zelar pelo bem-estar de seus colaboradores, no que diz respeito à saúde mental. Porém esta não é uma realidade para a maioria das empresas. Em contrapartida, quando questionadas sobre o suporte oferecido para realização das atividades, 44% das empresas participantes não realizou incentivo nesse sentido, enquanto que 44% das empresas forneceram equipamentos para trabalho em *home office*, 22% realizou treinamentos e capacitações e 11% realizou acompanhamento individual (gráfico 16).

Gráfico 15. Suporte oferecido para manutenção da saúde mental dos funcionários



Fonte: As autoras, 2020.

Gráfico 16. Suporte oferecido para realização das atividades



Fonte: As autoras, 2020.

No que diz respeito à adaptação dos funcionários as estratégias adotadas pelas empresas para o enfrentamento à pandemia, 89% das empresas relataram que essa adaptação ocorreu de forma rápida, sendo isto atribuído principalmente ao fato de não terem ocorrido mudanças extremamente significativas na forma de trabalho adotada antes da pandemia. Somente 11% classificaram a adaptação como intermediária, pois o processo se deu de forma gradual pelos funcionários.

Por fim, as empresas foram questionadas quanto à rotina de monitoramento de mercado a fim de perceber os riscos e antecipar-se aos possíveis impactos. Cerca de

44% empresas afirmam realizar o monitoramento do seu mercado e, embora a rotina de monitoramento varie entre as empresas, o maior intervalo de monitoramento indicado foi bimestral. Observamos ainda que, as empresas que não realizam nenhum tipo de monitoramento tiveram ou estão tendo maior dificuldade em adaptar-se ao novo cenário.

O monitoramento de mercado promove às empresas munir-se de dados e informações que permitiram entender o cenário no qual elas estão inseridas e isto lhe dá subsídio para a elaboração de um planejamento realístico condizente com a realidade da empresa, permitindo, quando necessário, a adequação coerente das estratégias adotadas e minimização de impactos negativos.

4 Considerações finais

A pandemia da COVID-19 está sendo um evento que vem promovendo grandes transformações no cenário atual com a morte de milhares de pessoas e a necessidade de medidas extremas para evitar a propagação do vírus gerando também grandes impactos em diferentes setores da economia.

O setor da construção civil foi uma das primeiras áreas a retomarem suas atividades e isso permitiu uma recuperação rápida do setor. Porém, juntamente com a retomada das atividades ocorreu uma demanda crescente por produtos essenciais na construção civil e redução no fornecimento de vários desses materiais provocando aumento nos custos da construção. Além disso, várias matérias-primas, sensíveis às variações da taxa cambial, tiveram seus preços elevados devido à alta do dólar. A pesquisa mostrou que materiais derivados do cobre e PVC como fios e cabos elétricos, e o aço foram os que sofreram o maior reajuste no preço de vendas nas lojas de materiais de construção em São Luís/MA, conforme observado em outras cidades brasileiras.

Apesar das problemáticas em virtude da ocorrência da pandemia, a maioria das empresas classificou como positivo o efeito da pandemia nas vendas e relatou aumento no faturamento das lojas. Isso pode estar relacionado a adoção do isolamento social como medida para prevenir a propagação do vírus, pois as pessoas permaneceram mais tempo em suas residências voltando sua atenção para problemáticas relacionadas a manutenção do imóvel ou até mesmo adequação e reforma do espaço para melhorar e tornar mais agradável o período de permanência em suas residências/imóveis. Porém, destacamos que o faturamento bruto deve ser avaliado com cautela, pois este indicador é diretamente proporcional ao volume e ao preço de venda praticado em um determinado período. Durante a pandemia, ocorreu um aumento tanto no volume quanto no preço de venda dos produtos.

O momento atual também tornou mais perceptível a necessidade de as empresas desenvolverem a capacidade de resiliência frente aos cenários desfavoráveis. Para tanto,

é necessário que a empresa esteja atenta as mudanças tanto no cenário local como no cenário global, e que ela seja capaz de entender de que forma essas mudanças alteram a economia e, conseqüentemente, suas atividades e saúde financeira e desenvolver estratégias que possibilitem uma resposta rápida e favorável da empresa. Além disso, uma empresa resiliente preocupa-se com a saúde e bem-estar dos seus funcionários, pois isso interfere de certa forma no desenvolvimento da empresa.

Algumas empresas que trabalham com a comercialização de materiais de construção civil de São Luís/MA adotaram medidas interessantes para a manutenção das suas atividades como a disponibilização de suporte comercial por diferentes canais, ampliação de canais de vendas com a utilização de mídias sociais, dentre outros. Porém, estes são apenas alguns passos para o desenvolvimento da capacidade resiliente das empresas.

Referências

- ARAÚJO, A. L. A corrida empresarial na pandemia exige reinvenção para superar crise. *Correio Braziliense*, 19, abril 2020. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/eu-estudante/trabalho-e-formacao/2020/04/19/interna-trabalhoeformacao-2019,846230/a-corrida-empresarial-na-pandemia-exige-reinvencao-para-superar-crise.shtml>. Acesso em: 16 nov. 2020.
- BRENDA, P. Governo do Maranhão determina fechamento do comércio. *O Imparcial*, 21, março 2020. Disponível em: <https://oimparcial.com.br/politica/2020/03/governo-do-maranhao-determina-fechamento-do-comercio/>. Acesso em: 17 nov. 2020.
- CAIXA ECONÔMICA FEDERAL. Caixa, 2020. Downloads. Disponível em: <https://www.caixa.gov.br/site/paginas/downloads.aspx>. Acesso em: 18 nov. 2020.
- EMIR, A. *Durante pandemia, maioria das construtoras teve aumento no preço do cimento, revela pesquisa da CBIC*. 2020. Disponível em: <https://maranhaohoje.com/durante-pandemia-95-das-construtoras-identificaram-aumento-no-preco-do-cimento-revela-pesquisa-da-cbic/>. Acesso em: 17 nov. 2020.
- ESCASSEZ de insumos ameaça travar recuperação da indústria pós pandemia. 2020. Domtotal.com. Disponível em: <https://domtotal.com/noticia/1478870/2020/10/escassez-de-insumos-ameaca-travar-recuperacao-da-industria-pos-pandemia/>. Acesso em: 16 nov. 2020.
- FRÓES, R. Veja as regras que passam a valer com o fim do ‘lockdown’ na grande ilha de São Luís. *G1*, São Luís (MA), 17, maio 2020. Disponível: <https://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2020/05/17/veja-as-regras-que-passam-a-valer-com-o-fim-do-lockdown-na-grande-ilha-de-sao-luis.ghtml>. Acesso em: 17 nov. 2020.
- HOME centers e lojas de materiais de construção liberados para abrir mas mantendo cuidados. 2020. Oparanhense.com. Disponível em: <https://omaranhense.com/home-centers-e-lojas-de-materias-de-construcao-liberados-para-abrir-mas-mantendo-cuidados/>. Acesso em: 17 nov. 2020.
- ROCHA, H. *Mudanças nas empresas no pós-pandemia*. 2020. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/sala-de-imprensa/artigos/mudancas-nas-empresas-no-pos-pandemia.html>. Acesso em: 16 nov. 2020.
- RONAN, G. Pandemia do coronavírus afeta mercado, e Usiminas suspende operação de altos-fornos. *Estado de Minas*, 3, abril 2020. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2020/04/03/internas_economia,1135525/pandemia-do-coronavirus-afeta-mercado-e-usiminas-suspende-operacao-de.shtml. Acesso em: 17 nov. 2020.
- SILVA, R. W. Da. *et al.* Crise econômica quais as estratégias adotadas pelas empresas que receberam o Prêmio Destaque Empresarial em Tangará da Serra – MT. *Qualitas Revista Eletrônica*, v. 20, n. 3, p. 140-160, maio 2020. ISSN 1677-4280. Disponível em: <http://revista.uepb.edu.br/index.php/qualitas/article/view/4289>. Acesso em: 16 nov. 2020.