CENTRO UNIVERSITÁRIO ALVES FARIA - UNIALFA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO

ALDEMY DE SOUZA SILVA

EFEITOS DA PANDEMIA DE COVID-19 E RESPOSTAS ESTRATÉGICAS: UM ESTUDO JUNTO A EMPRESAS FORNECEDORAS DE PRODUTOS E SERVIÇOS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

Goiânia - GO
PPGADM - UNIALFA
Novembro/2021

ALDEMY DE SOUZA SILVA

EFEITOS DA PANDEMIA DE COVID-19 E RESPOSTAS ESTRATÉGICAS: UM ESTUDO JUNTO A EMPRESAS FORNECEDORAS DE PRODUTOS E SERVIÇOS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração do Centro Universitário Alves Faria (UNIALFA), como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Paulo César Bontempo.

Linha de Pesquisa: Gestão Integrada de Mercados

Goiânia – GO
PPGADM - UNIALFA
Novembro/2021

CENTRO UNIVERSITÁRIO ALVES FARIA - UNIALFA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO

ALDEMY DE SOUZA SILVA

EFEITOS DA PANDEMIA DE COVID-19 E RESPOSTAS ESTRATÉGICAS: UM ESTUDO JUNTO A EMPRESAS FORNECEDORAS DE PRODUTOS E SERVIÇOS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

BANCA EXAMINADORA

_____

Prof. Dr. Paulo César Bontempo – UNIALFA (Orientador)

_____

Prof. Dr. Wilson de Jesus Beserra de Almeida – (Membro interno)

_____

Prof. Dr. Luiz Carlos da Silva Oliveira – (Membro externo)

Goiânia – GO
PPGADM - UNIALFA
Novembro/2021

DEDICATÓRIA

À minha mãe, Mariciranda, que sempre me incentivou a trilhar o caminho dos estudos. À minha esposa Conceição, quem me apoiou no desenvolvimento deste trabalho. Aos meus filhos Guilherme e Geovana, que são a razão da minha existência e minha maior motivação.

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador Prof. Dr. Paulo César Bontempo, pela paciência, dedicação e sábia orientação na construção desse trabalho.

Aos professores do Programa de Mestrado Profissional em Administração do Centro Universitário Alves Faria-Unialfa.

Aos colegas mestrandos, pela oportunidade de compartilhar experiências e momentos de aprendizado.

À equipe da secretaria acadêmica, pela dedicação e disposição de sempre.

Por fim, agradeço a Deus por me conceder forças e saúde para concluir este trabalho, especialmente em um momento muito difícil para a humanidade.

EPÍGRAFE

“A pior estratégia é não ter uma estratégia”. (autor desconhecido)

RESUMO

Tendo em conta os impactos causados pela pandemia de Covid-19 na economia global e nas empresas e dada a importância das empresas para a economia, esta pesquisa teve como objetivo geral identificar os efeitos causados pela pandemia de Covid-19 em empresas fornecedoras de produtos e serviços da Universidade Federal de Goiás (UFG) e quais respostas estratégicas foram oferecidas por essas empresas em função da pandemia (Contenção, Perseverança, Inovação ou Saída). Com o propósito de avaliar os objetivos do estudo, foi aplicado nas empresas pesquisadas um questionário com questões fechadas, elaborado na plataforma Google Formulários, e enviado às empresas por e-mail contendo o link para as perguntas. Esta pesquisa caracteriza-se como um estudo exploratório, com abordagem de natureza quantitativa. Em relação aos procedimentos, trata-se de uma pesquisa de campo, tendo como fontes de investigação empresas fornecedoras da Universidade Federal de Goiás (UFG). O resultado deste estudo possibilitou constatar que a resposta estratégica da Contenção foi a mais adotada pelas empresas (60%), relacionada aos efeitos negativos da crise da pandemia. Em contrapartida, empresas que adotaram a resposta estratégica da Inovação relataram efeitos positivos da pandemia em seus negócios e aproveitaram-se das oportunidades geradas pela crise da pandemia de Covid-19.

Palavras-chave: Estratégia. Empresas. Pandemia de Covid-19.

ABSTRACT

Considering the impacts caused by the Covid-19 pandemic on the global economy and on companies and given the importance of companies for the economy, this research aimed to identify the effects caused by the Covid-19 pandemic on suppliers of products and services to the Federal University of Goiás (UFG) and what strategic responses were given by these companies as a result of the pandemic (Retrenchment, Persevering, Innovation or Exit). To assess the objectives of the study, a questionnaire with closed questions was applied to the companies surveyed through the Google Forms platform and sent to the companies by email, containing the link to the questions. This research is as an exploratory study, with a quantitative approach. As for the procedures, it is a field research, having as sources of investigation companies supplying the Federal University of Goiás (UFG). As for the procedures, the sources of investigation are suppliers to the Federal University of Goiás (UFG). The study showed that the Retrenchment strategic response was the most adopted by companies (60%), related to the negative effects of the pandemic crisis. On the other hand, companies that adopted the Innovation strategic response reported positive effects of the pandemic on their businesses and took advantage of opportunities generated by the Covid-19 pandemic crisis.

Keywords: Strategy. Companies. Covid-19 pandemic.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - O ciclo operacional e financeiro das empresas 18

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Teste Qui-quadrado: Número de funcionários/Estratégias adotadas 40
Tabela 2 - Tabulação cruzada: Número de funcionários/Estratégias adotadas 42
Tabela 3 - Teste Qui-quadrado: Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre a variação no número de funcionários/Estratégias adotadas 43
Tabela 4 - Tabulação cruzada: Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre a variação no número de funcionários /Estratégias adotadas 44
Tabela 5 - Teste Qui-quadrado: Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre as finanças/Estratégias adotadas 45
Tabela 6 - Tabulação cruzada: Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre as finanças/Estratégias adotadas 47

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Algumas definições de estratégia na literatura de Administração Empresarial 21
Quadro 2 - Cronologia das principais crises mundiais desde 1929 22

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Cargo ocupados pelos respondentes na empresa 333
Gráfico 2 - Escolaridade dos respondentes..... 33
Gráfico 3 - Tempo de existência da empresa 34
Gráfico 4 - Número de funcionários..... 35
Gráfico 5 - Efeitos da pandemia de Covid-19 de modo geral 36
Gráfico 6 - Efeitos da pandemia de Covid-19 sobre o faturamento 36
Gráfico 7 - Efeitos da pandemia de Covid-19 sobre as finanças..... 37
Gráfico 8 - Efeitos da pandemia de Covid-19 sobre o acesso a fornecedores..... 38
Gráfico 9 - Efeitos da pandemia de Covid-19 sobre o número de funcionários 38
Gráfico 10 - Estratégias adotadas 39

LISTA DE SIGLAS

BCE	Banco Central Europeu
CNI	Confederação Nacional da Indústria
CNPJ	Cadastro Nacional das Pessoas Jurídicas
FED	Federal Reserve (Banco central americano)
FMI	Fundo Monetário Internacional (IMF – International Monetary Fund)
IEA	International Energy Agency (Agência Internacional de Energia)
SEC	Securitiesand Exchange Commission (Comissão de Valores Mobiliários)
UFG	Universidade Federal de Goiás
WHO	World Health Organization (Organização Mundial da Saúde)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 14
1.1 Problema de pesquisa 15
1.2 Objetivo geral 15
1.3 Objetivos específicos 15
1.4 Relevância e motivação do estudo 15
1.5 Justificativas 16
1.6 Estrutura e organização 16
2 REFERENCIAL TEÓRICO 17
2.1 Ciclo operacional e financeiro 17
2.1.1 Cálculo do prazo médio de estocagem (PME) 19
2.1.2 Cálculo do prazo médio de recebimento (PMR) 19
2.1.3 Cálculo do prazo médio de pagamento (PMP) 20
2.2 Estratégia e respostas estratégicas às crises 21
2.2.1 Retrenchment 24
2.2.2 Persevering 26
2.2.3 Innovation 26
2.2.4 Exit 27
3 METODOLOGIA 29
3.1 Contexto da Pesquisa - Universidade Federal de Goiás 30
3.2 Universo, amostra e instrumento de pesquisa 31
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES 32
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 48
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 50
APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO 55
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO 56
APÊNDICE C - MATRIZ DE AMARRAÇÃO 60
ANEXO A – RELAÇÃO DE EMPRESAS PESQUISADAS 64

1 INTRODUÇÃO

No decorrer da história, as economias têm passado por várias crises de diversas naturezas, sendo o potencial de devastação o ponto comum entre elas, ocasionando o colapso de empresas e a perda de empregos (WENZEL; STANSKE; LIEBERMAN, 2020).

O surto atual do novo Coronavírus SARs-Cov2 (doença coronavírus 2019) teve origem na cidade de Wuhan, capital da província de Hubei, na China, em dezembro de 2019 (VELAVAN; MEYER, 2020), espalhando-se rapidamente para muitos outros países.

Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (WHO) declarou a Covid-19 como pandemia, o que levou os países a implementaremações para diminuir os impactos na saúde da população, dentre as medidas, destaca-se a recomendação de distanciamento social (WHO, 2021).

Segundo a WHO, os números globais da epidemia em 23 de março de 2021 eram de 123.419.065 casos confirmados e 2.719.163 óbitos (WHO, 2021). No Brasil, dados do Ministério da Saúde atualizados até o dia 23 de março de 2021 apontaram que em pouco mais de um ano a doença apresentou números alarmantes desde o 1º caso notificado no país, em 26 de fevereiro de 2020, totalizando 12.130.019 casos confirmados e ainda 298.676 óbitos, tornando o Brasil o 2º país no mundo com o maior número de casos e óbitos, atrás apenas dos Estados Unidos (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2021).

A crise provocada pela pandemia de Covid-19 é considerada a pior desde o último século. Estima-se que tenha afetado a economia mundial em U$ 90 trilhões (JACKSON et al., 2020), o que exigiu dos governos medidas restritivas, como o isolamento social, que consequentemente ameaçaram a sobrevivência de empresas em todo o mundo (KRISHNAMURTHY, 2020). Em períodos de recessão, as empresas se deparam com a difícil decisão entre investir para aproveitar oportunidades ou conter recursos para se proteger da crise (NASON; PATEL, 2016).

Um baixo número de pesquisas tem sido produzido sobre estratégicas que poderiam ajudar as empresas a atravessarem um período de crise recessiva e estarem aptas para triunfar quando a crise passar (GULATI; NOHRIA; WOHLGEZOGEN, 2010). A maior parte dos estudos tem como foco estratégias voltadas para os períodos de crescimento econômico.

1.1 Problema de pesquisa

Diante desse contexto, o problema a ser respondido nesta pesquisa é: Quais os efeitos causados pela pandemia de Covid-19 nas empresas e quais respostas estratégicas foram dadas?

1.2 Objetivo geral

O presente trabalho tem como objetivo geral identificar os efeitos da pandemia de Covid-19 em empresas fornecedoras de produtos e serviços da Universidade Federal de Goiás (UFG) e quais respostas estratégicas foram dadas por essas empresas.

1.3 Objetivos específicos

A pesquisa apresenta, ainda, os seguintes objetivos específicos:

- Identificar os efeitos da pandemia de Covid-19 nas atividades das empresas em termos de seu faturamento, suas finanças, na obtenção de insumos e na manutenção do quadro de funcionários;
- Identificar os efeitos da pandemia de Covid-19 que tenham levado à decisão estratégica de contenção de gastos;
- Identificar os efeitos da pandemia de Covid-19 que tenham influenciado na decisão estratégica de manutenção do mesmo nível de operações do período pré-pandemia;
- Identificar os efeitos da pandemia de Covid-19 que podem ter influenciado no surgimento de inovações por parte da empresa;
- Identificar os efeitos da pandemia de Covid-19 que podem ter influenciado na decisão estratégica de paralisação/encerramento temporário (ou não) das atividades.

1.4 Relevância e motivação do estudo

A temática é atual, além de relevante, na medida em que os efeitos negativos causados pela pandemia de Covid-19 comprometem as operações e até mesmo a sobrevivência das organizações. A relevância da pesquisa justifica-se devido à imprescindível importância das empresas para as economias do Brasil e do mundo.

1.5 Justificativas

No campo acadêmico, este trabalho justifica-se por buscar contribuir para o acréscimo de conhecimento junto às demais pesquisas relacionadas ao tema. Já no campo social, a pesquisa justifica-se por buscar compreender de que forma as empresas encontraram respostas à crise provocada pela pandemia de Covid-19, que poderia determinar sua sobrevivência no mercado. De modo mais específico, as descobertas da pesquisa trarão um conhecimento valioso para o encaminhamento das relações entre a universidade e seus diversos fornecedores.

1.6 Estrutura e organização

Esta dissertação está organizada em capítulos, da seguinte forma: após a Introdução (capítulo1), o capítulo 2 apresenta a Fundamentação Teórica. O capítulo 3 apresenta a Metodologia. No capítulo 4 são apresentados a Análise dos Resultados e por fim, as Considerações Finais no capítulo 5.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Ciclo operacional e financeiro

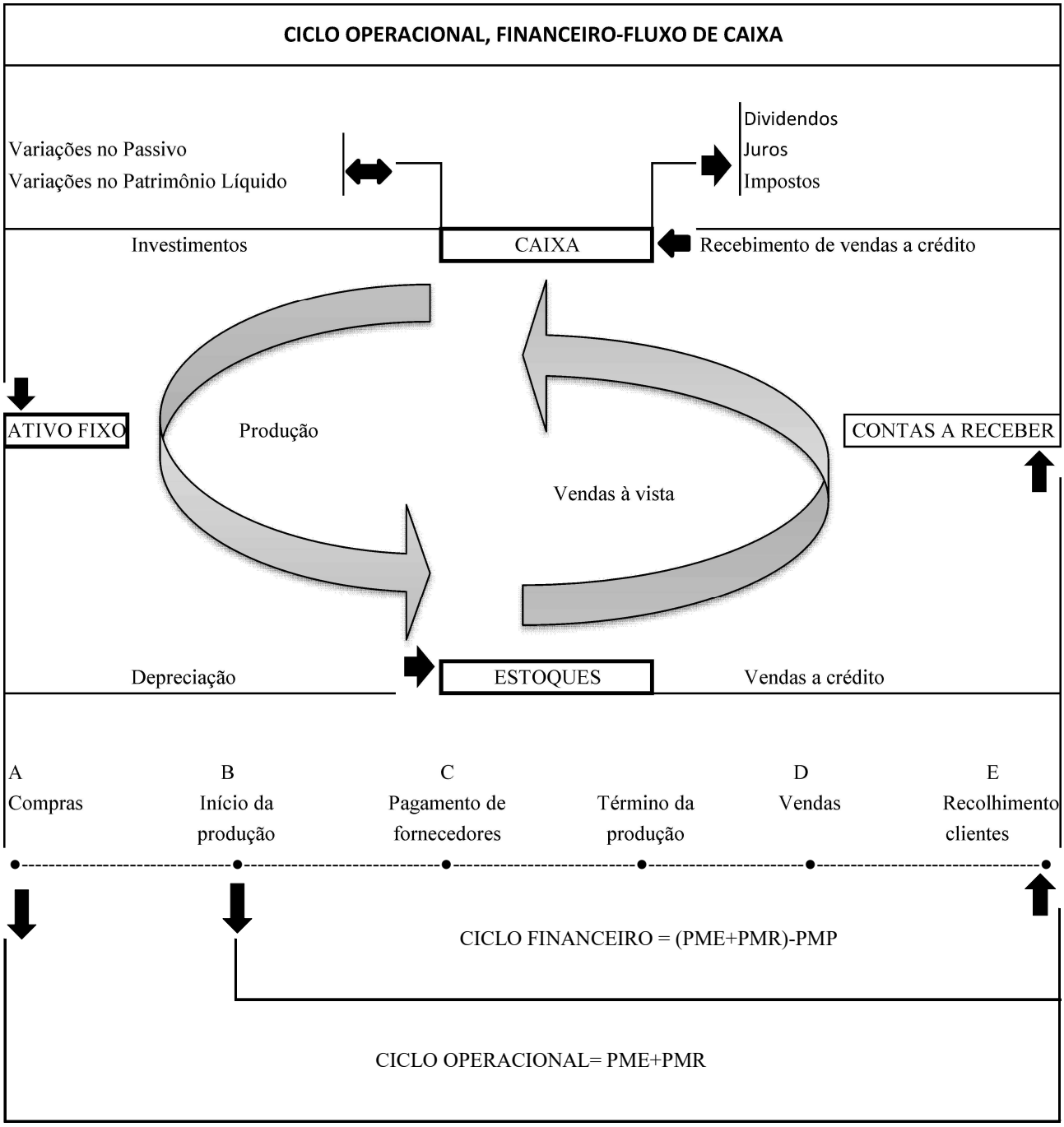
As empresas estão organizadas em várias funções de acordo com os variados recursos que elas gerem, como, por exemplo: recursos humanos e de produção (gestão operacional); recursos financeiros (gestão financeira), que está relacionada às atividades de obtenção, controle e aplicação dos recursos financeiros. A gestão financeira consiste em um conjunto de decisões e atividades que têm por objetivo a regulação dos fluxos financeiros, por meio da obtenção de financiamentos ao menor custo possível, sem expor a empresa ao risco de descontinuidade (FERNANDES et al., 2012). Assim, uma gestão financeira apropriada possibilita que as empresas disponham de recursos para serem utilizados como capital de giro, obtendo folga financeira e garantindo a continuidade de suas operações (BRUNI, 2013).

Nesse sentido, é possível inferir que a gestão do capital de giro engloba os procedimentos de compras, vendas e demais atividades operacionais e financeiras da organização, o que exige a correta elaboração e aplicação das políticas de compras, estocagem e venda de produtos, além da adequação dos prazos de recebimentos de clientes e pagamentos a fornecedores (ASSAF NETO, 2014).

O ciclo operacional está relacionado ao tempo necessário para a realização dos procedimentos operacionais das empresas, desde compra de insumos, produtos para revenda, tempo de produção, tempo de estocagem, vendas e recebimentos. Para Bruni (2013), o ciclo operacional é o período compreendido entre o momento da aquisição de matéria-prima ou produtos para revenda (pagamento a fornecedores) e que vai até o momento do recebimento pelas vendas efetuadas (recebimento de clientes).

Para Assaf Neto e Lima (2010), ciclo financeiro é o período de tempo desde o dispêndio inicial de despesas até o recebimento do produto das vendas. Por representar uma operação de caixa, esse ciclo é conhecido como ciclo de caixa. Higgins (2014) destaca que o processo de conversão de caixa proporciona uma visão sobre a situação financeira de uma empresa, pois retrata o período no qual os ativos estão comprometidos com os processos e atividades do negócio, não estando disponíveis para investimentos e obtenção de retornos maiores. Portanto, em relação à mensuração do ciclo financeiro, quanto mais curto for o ciclo de conversão de caixa, melhor para o desempenho das empresas. A Figura 1 ilustra o ciclo operacional e financeiro das empresas.

Figura 1 - O ciclo operacional e financeiro das empresas



Fonte: Adaptado pelo autor a partir de Higgins (2014).

Segundo Pascoal, Zaniboni e Franco (2014), para a composição dos índices que são utilizados na análise dos ciclos operacionais e financeiros é necessário efetuar o cálculo do prazo médio de estocagem (PME), conforme equação (1); do prazo médio de recebimento (PMR), conforme equação (2) e do prazo médio de pagamento (PMP), conforme equação (3).

Essas informações são extraídas das Demonstrações Contábeis e Financeiras das empresas, como a Demonstração de Resultado do Exercício e Balanço Patrimonial.

2.1.1 Cálculo do prazo médio de estocagem (PME)

Esse índice permite identificar o tempo médio gasto no processo produtivo. É composto pelo prazo médio de estocagem de matéria-prima (PMEMP), o prazo médio de fabricação (PMF) e o prazo médio de estocagem de produto acabado (PMEPT), conforme ilustra a equação 1:

$$PME = PMEMP + PMF + PMEPT \qquad \boxed{1}$$

Na sequência, utilizando os dados contidos no Balanço Patrimonial e na Demonstração de Resultado, identificam-se os índices PME_{MP}, PMF e o PME_{PT}, conforme a seguir:

$$\text{Estoque Médio} = \frac{(\text{Estoque Inicial} + \text{Estoque Final})}{2}$$

$$PME = \frac{(\text{Estoque Médio})}{CPV} \times 360$$

Dessa maneira, o estoque médio extraído do Balanço Patrimonial e o custo do produto vendido originam a soma média dos índices (PME_{MP}, PMF e PME_{PT}).

2.1.2 Cálculo do prazo médio de recebimento (PMR)

Esse índice identifica o prazo médioem que os clientes pagam as contas ou o prazo médiopara pagamento concedido aos clientes na ocasião da venda. Para encontrar esse índice, primeiramente deve-se encontrar a média dos valores a receber, conforme segue:

$$\text{Média dos Valores a Receber} = \frac{(\text{Clientes Inicial} + \text{Clientes Final})}{2}$$

Após a obtenção da média dos valores a receber, divide-se a média dos valores a receber pela receita de vendas para encontrar o PMR conforme ilustra a equação 2:

$$PMR = \frac{\text{Média dos Valores a Receber}}{\text{Receita de Vendas}} \times 360 \qquad (2)$$

2.1.3 Cálculo do prazo médio de pagamento (PMP)

Para o cálculo desse índice que identifica o prazo médio entre a compra de matéria-prima ou mercadorias para revenda até o desembolso pela compra, primeiro se deve identificar as compras do período a ser analisado e o estoque do período anterior, conforme segue:

$$\text{Compras} = (\text{CPV} - \text{Estoque Inicial}) + \text{Estoque Final}$$

Com a obtenção das compras, pode-se conhecer o prazo médio de pagamentos somando-se os fornecedores (Passivo) do período anterior com os fornecedores do período analisado conforme ilustra a equação 3:

$$PMP = \frac{(\text{Fornecedores Inicial} + \text{Fornecedores Final})}{\text{Compras}} \times 360 \qquad (3)$$

Finalmente, com o resultado dos três índices (PME, PMP e PMR) é possível encontrar o resultado dos ciclos conforme segue:

$$\text{Ciclo Operacional} = \text{PME} + \text{PMR}$$
$$\text{Ciclo Financeiro} = (\text{PME} + \text{PMR}) - \text{PMP}$$

Seidel e Kume (2003) argumentam que as decisões de investimentos em ativos permanentes são tão importantes quanto às decisões de concessão de prazo a clientes e manutenção de estoques, pois ambas possuem efeitos duradouros sobre a saúde financeira da empresa e consequentemente podem determinar a continuidade ou não da organização.

2.2 Estratégia e respostas estratégicas às crises

O conceito de estratégia é milenar e surgiu com os primeiros escritos do general chinês Sun Tzu, intitulado "Arte da Guerra", que apresentava e divulgava estratégias militares. Após a Segunda Guerra Mundial, a partir da década de 1950, o conceito de planejamento estratégico chegou ao mundo corporativo e às principais universidades dos Estados Unidos, sendo rapidamente propagado no meio empresarial americano. O livro *Corporate Strategy* (1965), de Igor Ansoff, foi a primeira obra a tratar sobre estratégia empresarial (AZEITÃO; ROBERTO, 2010).

Com a difusão de seus conceitos, a estratégia ganhou espaço nas organizações, demonstrando como as empresas poderiam agir ou reagir às mudanças provocadas pelo ambiente externo. No meio empresarial, a estratégia está relacionada ao planejamento e à execução de processos ligados ao ambiente econômico (FERREIRA et al., 2010).

Assim, a concepção de se produzir estratégias nas organizações necessariamente passa pelas atividades e práticas diárias da organização, que se relacionam com os resultados estratégicos (JOHNSON; MELIN; WHITTINGTON, 2003).

O surgimento de novas tecnologias, globalização dos mercados, aflições em relação a temas ambientais e sociais, conjuntura política internacional e a velocidade das alterações do mercado aumentaram o nível de exigência no ambiente organizacional (ROSSETO; ROSSETO, 1999). Dessa forma, tais alterações de cenários no ambiente de negócios têm exigido das organizações mudanças estratégicas para permanecerem competitivas no mercado (ESTRADA; ALMEIDA, 2007).

Existem várias definições de estratégia no mundo dos negócios. O Quadro 1 ilustra algumas dessas definições no âmbito da literatura de Administração Empresarial.

Quadro 1 - Algumas definições de estratégia na literatura de Administração Empresarial

Autores	Definição de estratégia	Responsabilidade da decisão
Ansoff (1965)	Estratégia é um conjunto de regras de tomadas de decisão em condições de desconhecimento parcial. As decisões estratégicas dizem respeito à relação entre a empresa e o seu ecossistema.	Conselho de Administração

Katz (1970)	Estratégia refere-se à relação entre a empresa e o seu meio envolvente: relação atual (situação estratégica) e relação futura (plano estratégico, que é um conjunto de objetivos e ações a tomar para atingir esses objetivos).	Administração
Steiner e Miner (1977)	Estratégia é o forjar de missões da empresa, estabelecimento de objetivos à luz das forças internas e externas, formulação de políticas e estratégias para atingir objetivos e assegurar a adequada implantação de forma que os fins e objetivos sejam atingidos.	Ponto de vista do dirigente máximo
Porter (1980)	Estratégia competitiva são ações ofensivas ou defensivas para criar uma posição defensável numa indústria, para enfrentar com sucesso as forças competitivas e assim obter um retorno maior sob os investimentos.	Administração
Martinet (1984)	Estratégia designa o conjunto de critérios de decisão escolhido pelo núcleo estratégico para orientar de forma determinante e durável as atividades e a configuração da empresa.	Núcleo estratégico ligado ao poder pela responsabilidade da gestão ou pela propriedade
Mintzberg (1988)	Estratégia é uma força mediadora entre a organização e o seu meio envolvente: um padrão no processo de tomada de decisões organizacionais para fazer face ao meio envolvente.	

Fonte: Adaptado pelo autor a partir de Nicolau (2001).

Um dos impactos provocados pela pandemia de Covid-19 é a grave crise econômica global (BAUM; HAI, 2020; UNWTO, 2020). Para Rodrigues (2016), a estratégia emergente é de reação e surge a partir de ameaças, nas quais a velocidade das tomadas de decisões estratégicas e adequação podem manter as empresas competitivas no mercado, o que de fato é o desafio com o qual se depararam as empresas em relação à Covid-19.

Observa-se que quanto mais tempo perdurar uma crise, menos abundantes são os recursos financeiros (WENZEL; STANSKE; LIEBERMAN, 2020), o que possivelmente pode levar as empresas à ruína (BARTIK et al., 2020).

O Quadro 2 ilustra as principais causas, impactos e medidas/estratégias para o enfrentamento de crises ao longo dos anos:

Quadro 2 - Cronologia das principais crises mundiais desde 1929

Ano	Crise	Causas	Principais impactos	Principais Medidas/estratégias adotadas
1929	O crack de 29	Queda dos preços do mercado	- Queda na Bolsa	- Alteração da legislação da bolsa

		agrícola com venda de 16 milhões de ações	de Nova York	- Criação da Comissão de Valores Mobiliários dos Estados Unidos (Securitiesand Exchange Commission-SEC)
1971	O fim do sistema padrão-ouro	Reduçãodas reservas de ouro decorrente de gastos excessivos dos Estados Unidos e fim da guerra do Vietnã	- Aumento da especulação e fuga de capitais de solo americano	- Suspensão da convertibilidade do Dólar com o ouro, o que deu início a época do câmbio flutuante
1973	O embargo do petróleo no conflito árabe-israelense	Aumento do preço do petróleo durante a guerra do YomKippur	- Elevação da fatura energética de países do Ocidente -Geração de forte crise nos países industrializados	- Criação da Agência Internacional de Energia (IEA)
1979	A Revolução Iraniana	2ª crise do petróleo	-Aumento nos preços e elevação da dívida externa de países em desenvolvimento	Redução do consumo de petróleo pelos países ricos
1980	Iraque invade Irã	Alta histórica do petróleo	- Alta recorde no preço do barril de petróleo	- Aumento da própria produção pelo Ocidente
1987	A segunda-feira Negra	Venda em massa de ações na Bolsa de Nova York	- Queda nas bolsas americanas, europeias e asiáticas	- Intensificação da coordenação monetária internacional
1994	A crise do peso mexicano	Desvalorização do peso em relação ao dólar	- Fuga de capital - Interrupção da concessão de créditos - Aumento do desemprego	- Aporte financeiro dos Estados Unidos, Fundo Monetário Internacional-FMI e de bancos centrais europeus
1997	A crise dos Gigantes Asiáticos	Desvalorização das moedas dos principais países do continente	- Queda na economia de outros países da Ásia.	- O FMI criou pacotes econômicos para tentar salvar a economia da região
1998	A crise do rublo	Colapso do sistema bancário russo	- Queda na economia	-Concessão de créditos pelo FMI
2000	A crise das pontocom	Excessos da nova economia	-Extinção de quase cinco mil empresas, vítimas de escândalos contábeis	- O Federal Reserve- FED (banco central americano) reduziu a taxa básica de juros em 0,5%
2001	As Torres Gêmeas	Atentado terrorista contra as Torres Gêmeas em Nova York e	- Queda nas bolsas	- Corte de juros pelo FED

		o Pentágono em Washington		
2001-2002	A crise Argentina	Desvalorização do Peso em relação ao Dólar por falta de fundos	-Suspensão de pagamentos da dívida de quase US$ 100 bilhões	-Refundação do sistema monetário e cambial do país
2008-2009	A grande Recessão	Relaxamento na avaliação de riscos em negócios imobiliários e explosão da bolha criada	- Prejuízo a investidores	- O governo dos Estados Unidos criou planos de resgate financeiro e de estímulo à economia - Reforma financeira e endurecimento de normas bancárias internacionalmente
2009-2010	A crise da dívida na Europa	Reconhecimento pelo governo da Grécia que o déficit do país é maior que o divulgado anteriormente	- Redução do interesse do mercado pelos bônus gregos - Dúvidas por parte do mercado quanto à capacidade de outros países europeus quitarem suas dívidas - Redução do valor Euro	- Mobilização de 750 bilhões de Euros pela União Europeia, para apoiar países do bloco - O Banco Central Europeu (BCE) efetua a compra de bônus soberanos de países-membros

Fonte: Adaptado pelo autor a partir de Exame (2010).

Englobando empresas de diversos portes, Wenzel, Stanskee e Lieberman (2020) realizaram uma revisão das principais respostas estratégicas dadas pelas empresas pesquisadas às crises: *retrenchment, persevering, innovation, exit*. Essas estratégias podem fundamentar os gestores das empresas com elementos que podem oferecer respostas à crise em diferentes espaços de tempo, seja ele curto, médio ou longo prazo. A seguir, apresenta-se o significado de cada uma dessas estratégias.

2.2.1 Retrenchment

A "Contenção" é a resposta estratégica mais comum na tentativa de manutenção das atividades das empresas (BRUTON; DAVID; WAN, 2003; DO at.al., 2021). Por meio dessa estratégia, a empresa busca o enxugamento dos custos e concentrar-se prioritariamente em suas atividades essenciais (PEARCE; ROBBINS, 1994; SCHOENBERG; COLLIER; BOWMAN, 2013). Desse modo, essa estratégia contribui para a recuperação das empresas na medida em que simplifica suas operações e elimina burocracias (BENNER; ZENGER, 2016). Apesar de alguns estudiosos levantarem dúvidas quanto à eficiência dessa estratégia, pois as

empresas diminuiriam seu desempenho quando comparadas às empresas que não a adotaram (BARKER III; DUHAIME, 1997; CASTROGIOVANNI; BRUTON, 2000), para Wenzel, Stanske e Lieberman (2020), a Contenção pode ser adotada, sobretudo, no curto prazo.

Por meio da resposta estratégica de Contenção, a empresa pode criar o impulso para as mudanças necessárias para gerar condições e executar ações de uma recuperação. Pode-se destacar a restauração da eficiência, geração de folga financeira e criação de um "momentum" (melhorias rápidas com o objetivo de restaurar a credibilidade), como potenciais benefícios da contenção (CASTROGIOVANNI; BRUTON, 2000).

Em um estudo que teve como objetivo identificar quais estratégias de recuperação foram eficazes historicamente, Schoenberg, Collier e Bowman (2013), por meio da revisão da literatura de 22 estudos sobre recuperação de negócios em ambientes de recessão, identificaram seis estratégias efetivas de recuperação, sendo quatro diretamente relacionadas a conteúdo de recuperação (eficiência de custos, redução de ativos, foco nas atividades principais e construção do futuro), e as outras duas relacionadas às mudanças necessárias para implantação das estratégias de Contenção (revigoramento da liderança da empresa e mudança de cultura). São apresentadas a seguir as quatro estratégias diretamente ligadas à recuperação:

a) Eficiência de custos - De acordo com Schoenberg, Collier e Bowman (2013); Bibeault (1982); Hambrick e Schecter (1983); e Sudarsanam e Lai (2001), no processo de contençãoessa é certamente a estratégia mais implementada de imediato, já que tem como característica uma série de ações de contração com o objetivo de produzir ganhos rápidos, até que outras medidas de contenção mais elaboradas sejam produzidas e aplicadas. As ações mais comuns aplicadas por essa estratégia são a redução de P&D, redução de estoques, redução dos prazos de contas a receber, postergação de contas a pagar, redução de ações de marketing e corte de bonificações e aumentos salariais, entre outros.
b) Redução de ativos – Segundo Hofer (1980) e Morrowet. et al. (2007), essa estratégia muitas vezes é aplicada em conjunto com outras estratégias, como, por exemplo, a eficiência de custos. É caracterizada pela desincorporação de ativos que possam comprometer a eficiência da empresa. Sua aplicação contribui para a geração de caixa e redução de perdas.
c) Foco nas atividades principais- Para Boyne e Meier (2009); Pearce e Robbins (1994); Hambrick e Schecter (1993); e Sudarsanam e Lai (2001), essa estratégia também é comumente utilizada em conjunto com a estratégia de redução de ativos. Sua aplicação consiste em se concentrar nos mercados, gama de produtos e

clientes que têm potencial para gerar lucros para a empresa, além de reposicionar as atividades das empresas, para que se possa aplicar a estratégia competitiva nas atividades principais escolhidas.

d) Construir para o futuro- Para Robbins e Pearce (1992); Pearce e Robbins (1994); e Sudarsanam e Lai (2001), essa última estratégia relacionada ao conteúdo de recuperação normalmente é aplicada em um período inicial pós-crise, ou seja, a partir do momento em que a crise passou. É caracterizada por metas de crescimento elevadas, marcando um posicionamento da empresa para o futuro no longo prazo, em detrimento de ações estratégicas para sobrevivência no curto prazo.

2.2.2 Persevering

Algumas empresas em tempos de crise optam por manter suas atividades como estratégia de resposta ao choque econômico durante uma crise de médio prazo. A resposta estratégica "Perseverar" está relacionada a medidas que têm por objetivo assegurar a manutenção das atividades de uma empresa em resposta à crise (WENZEL; STANSKE; LIEBERMAN, 2020). Para alguns estudiosos, perseverar pode melhor contribuir para que as empresas possam lidar com mudanças repentinas em circunstâncias incertas (CHAKRABARTI, 2015).

Para Wenzel, Stanske e Lieberman (2020), a resposta estratégica de Perseverar está essencialmente ligada à disponibilidade de recursos de folga financeira, pois perseverar pode trazer mais respostas positivas em relação à sobrevivência das empresas do que tentar promover renovação da estratégia com insuficiência de recursos, no curto prazo, sendo a estratégia da Perseverar potencialmente mais eficaz ao longo do tempo, ou seja, a longo prazo.

2.2.3 Innovation

A resposta estratégica de "Inovação" pode ser definida como a adaptação das empresas a ambientes em mutação, capacidade de explorar suas competências e, ainda, a capacidade de desenvolver outras competências (SCHMITT et al, 2016). Essa estratégia interrompe a inércia das empresas e pode oferecer, por meio de programas de marketing, uma ótima resposta à crise quando ela persiste por mais tempo e exige que as empresas busquem outras fontes de receita (WENZEL; STANSKE; LIEBERMAN, 2020).

Inovar significa conduzir a renovação estratégica em resposta à crise, mesmo para as empresas que se encontram rigidamente presas às suas estratégias normais de negócios, pois as crises provocam a reflexão dos gestores e colaboradores em relação ao limite do que é viável para os negócios. Assim, inovar é uma resposta essencial à crise, que pode determinar a sobrevivência dos negócios no longo prazo (WENZEL; STANSKE; LIEBERMAN, 2020).

O leque de oportunidades para inovar é amplo, e passa desde investimentos em P&D, lançamento de novos produtos e/ou serviços indo até às aquisições de ativos. Em seu estudo sobre a crise econômica asiática de 1997-1998, Wan e Yiu (2009) destacaram que os recursos ociosos são benéficos para aquisições corporativas, ou seja, aquisição de outras empresas que são importantes para a ampliação dos negócios.

Nesse sentido, estudos de causas e efeitos realizados por Sarasvathy (2001) sobre a criação de novos negócios mostram que o aumento da incerteza ambiental durante uma crise favorece a expansão das atividades na medida em que as empresas exploram novas alternativas e avançam sobre outros setores, refletindo sobre novas oportunidades e formas de fazer negócios num ambiente de incertezas, como uma crise ambiental. Desse modo, na contramão de outras estratégias como Perseverança ou Contenção, os empreendedores examinados pelo estudo optaram em aderir a estratégias de renovação por meio de inovações.

2.2.4 Exit

A resposta estratégica “Saída” está relacionada ao desinvestimento e descontinuidade dos negócios, ainda que temporariamente (WENZEL; STANSKE; LIEBERMAN, 2020). Um dos benefícios dessa estratégia é que ela contribui para a liberação de recursos, que poderão ser utilizados em um processo de renovação (REN; HU; CUI, 2019). Assim, a Saída nem sempre representa o insucesso dos negócios e tampouco seria a resposta final ante o fracasso de outras estratégias de respostas à crise (DAI; EDEN; BEAMISH, 2017).

Para Porter (1976), a Saída é um fenômeno bastante comum em todas as indústrias. A saída de grandes participantes, especialmente no mercado em que apenas algumas empresas dominam, por vezes causa mudanças drásticas no ambiente e tem implicações nas estratégias das empresas sobreviventes, seja pela abertura de novas oportunidades ou pela ruptura do equilíbrio do mercado, ocasionando incertezas (REN; HU; CUI, 2019).

A saída de um concorrente oferece oportunidades para que as empresas remanescentes possam se apropriar tanto do espaço do produto (aumento da variedade de produtos), quanto

do espaço geográfico do rival que está saindo, abrindo novas lojas, recrutando mão de obra e até mesmo promovendo conhecimentos e inovações (HOETKER; AGARWAL, 2007).

3 METODOLOGIA

Para Gil (2010), a pesquisa é definida como o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos. Segundo Gil (2010), a pesquisa deve ser utilizada quando não se dispõe de informações suficientes para responder ao problema, ou então quando as informações disponíveis não podem ser utilizadas devido a sua desordem e credibilidade. Lakatos e Marconi (2003, p. 83) afirmaram que "[...] a pesquisa, portanto, é um procedimento formal, com método de pensamento reflexivo que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais".

Quanto aos objetivos, esta pesquisa caracteriza-se como um estudo exploratório, com abordagem de natureza quantitativa. Em relação aos procedimentos, foi realizada uma pesquisa de campo, tendo como fonte de investigação empresas que no ano de 2020, na condição de fornecedoras efetuaram transação comercial (venda de produtos e/ou serviços) para a Universidade Federal de Goiás (UFG).

A metodologia exploratória é definida por Gil (2002) como aquela que tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, e envolve levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. Para Mendonça, Rocha e Nunes (2008, p.36), a pesquisa quantitativa "[...] tem por objetivo traduzir, em números, opiniões e informações para classificá-las e analisá-las, utilizando-se de recursos e técnicas estatísticas".

A técnica de levantamento dos dados envolve um questionário estruturado elaborado pelo pesquisador aos entrevistados. Para Marconi e Lakatos (2010, p. 166), "pesquisa bibliográfica ou de fontes secundárias é toda bibliografia tornada pública a respeito do tema em estudo, como publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, artigos, monografias, dissertações, teses e material cartográfico. A pesquisa bibliográfica proporciona a análise de um assunto sob um novo prisma, e não simplesmente a reprodução de algo já falado sobre o tema."

Para o cumprimento dos objetivos deste trabalho, a pesquisa foi realizada com a aplicação de questionários com questões fechadas enviadas às empresas por e-mail com o link para o questionário via plataforma Google Formulários.

Barros e Lehfeld (2003, p. 62) definem questionário como "[...] um conjunto de perguntas sobre um determinado tópico que não testa a habilidade do respondente, mas mede sua opinião, seus interesses, aspectos de personalidade e informação biográfica."

Além do questionário, foi utilizado um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice A). O Questionário (Apêndice B) foi elaborado em coerência com o objetivo geral e objetivos específicos da pesquisa e com o referencial teórico, conforme demonstrado pela Matriz de Amarração (Apêndice C).

3.1 Contexto da Pesquisa - Universidade Federal de Goiás

A Universidade Federal de Goiás (UFG), criada pela Lei n. 3.834, de 14 de dezembro de 1960, e reestruturada pelo Decreto n. 63.817, de 16 de dezembro de 1968, nasceu da união de cinco escolas superiores que existiam em Goiânia (Faculdade de Direito, Faculdade de Farmácia e Odontologia, Escola de Engenharia, Conservatório de Música e Faculdade de Medicina). A criação da UFG representou uma conquista para a sociedade goiana. Sua criação permitiu ao estado de Goiás formar seus próprios quadros profissionais e não mais depender da importação de mão de obra qualificada de outros estados (UFG, 2021).

Atualmente, a Universidade Federal de Goiás (UFG) possui duas regionais (Goiânia e Cidade de Goiás) e ainda dois campi nas cidades de Aparecida de Goiânia e Firminópolis. A universidade conta hoje com um quadro de pessoal composto por 4.358 servidores, sendo, 2.260 técnicos administrativos e 2.098 docentes. A instituição atende 21.998 estudantes, distribuídos em 101 cursos de graduação e 104 cursos de pós-graduação: especialização, mestrado e doutorado (UFG, 2021).

Segundo o Decreto n. 3.860 de 09 de julho de 2001, as instituições de ensino superior estão estruturadas juridicamente como públicas ou privadas, sendo as primeiras criadas ou incorporadas, mantidas e representadas pelo poder público.

A UFG desfruta de autonomia administrativa e financeira, conta com uma rede de fornecedores composta por empresas que atuam em todo o Brasil. Portanto, administra e movimenta uma quantidade considerável de recursos, que contribuem para fomentar a economia local e nacional.

3.2 Universo, amostra e instrumento de pesquisa

A pesquisa engloba 431 organizações que no ano de 2020 efetuaram transação comercial (venda de produtos e/ou serviços) na condição de fornecedoras da Universidade Federal de Goiás (UFG). A escolha dessa amostra se deu em função do acesso do pesquisador ao cadastro dessas empresas fornecedoras e pelo interesse da universidade em compreender os efeitos da pandemia sobre suas empresas fornecedoras, visando à continuidade dos relacionamentos.

A relação das empresas, composta por nome, CNPJ, telefone e e-mail, foi coletada na internet, por meio de acesso público ao Portal da Transparência do Governo Federal e utilizando a ferramenta Tesouro Gerencial, por meio de acesso restrito efetuado pelo pesquisador.

A pesquisa foi efetuada utilizando questionário com questões fechadas, enviado às empresas por e-mail com o link para o questionário via plataforma Google Formulários.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste capítulo são apresentados os resultados obtidos através da análise dos dados dos questionários respondidos pelas empresas pesquisadas, que na condição de fornecedoras, efetuaram transação comercial (venda de produtos e/ou serviços) para a Universidade Federal de Goiás (UFG) em 2020.

A pesquisa foi realizada entre 27 de setembro e 02 de outubro de 2021, com o envio de e-mail, contendo o link para o questionário para 431 empresas. Foram obtidos 70 questionários válidos, de modo que 16,2% das empresas para as quais foi enviado o questionário compuseram a amostra da pesquisa.

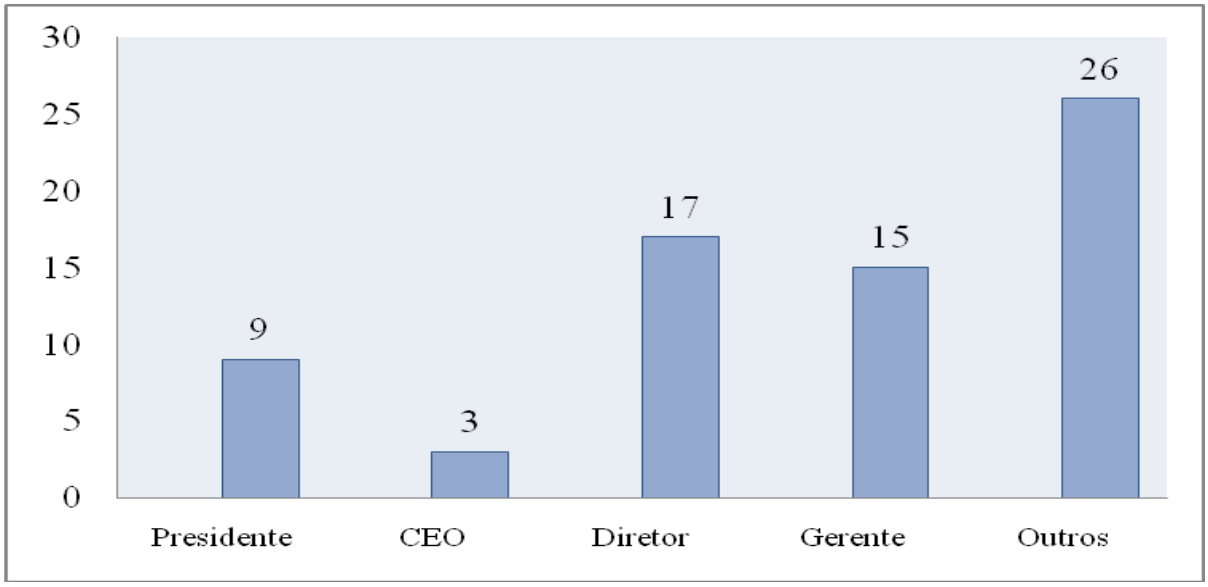
A partir dos dados da pesquisa, foi possível observar que o perfil dos gestores das empresas pesquisadas é composto em sua maioria por ocupantes de “Outros” cargos de direção, totalizando 37,1% do total. Quanto à escolaridade, constatou-se que 72,8% dos respondentes possuem curso superior, o que demonstra um nível elevado de escolaridade.

No que se refere ao tempo de vida das empresas, a maioria existe há mais de 15 anos, o que representa 34,3% do total. Em relação ao número de funcionários, 75,7% das empresas têm entre 1 e 10 funcionários, o que permite inferir que a maioria das empresas pesquisadas são pequenos negócios.

A seguir são apresentados os dados tabulados da pesquisa em relação às respostas de cada questão, de acordo com os 3 contextos no qual foi divido o questionário: contexto da empresa, contexto dos efeitos da pandemia e contexto das respostas estratégicas.

Os dados do Gráfico 1 mostram que em relação ao cargo ocupado na empresa, a maioria (26 respondentes) respondeu a opção “Outros”, que representa 37,1% do total. As demais respostas obtidas foram as seguintes: Diretores, com 17 respostas (24,3%), Gerentes, com 15 (21,4%), 9 Presidentes (12,9%) e 3 CEOs, com 4,3% das respostas.

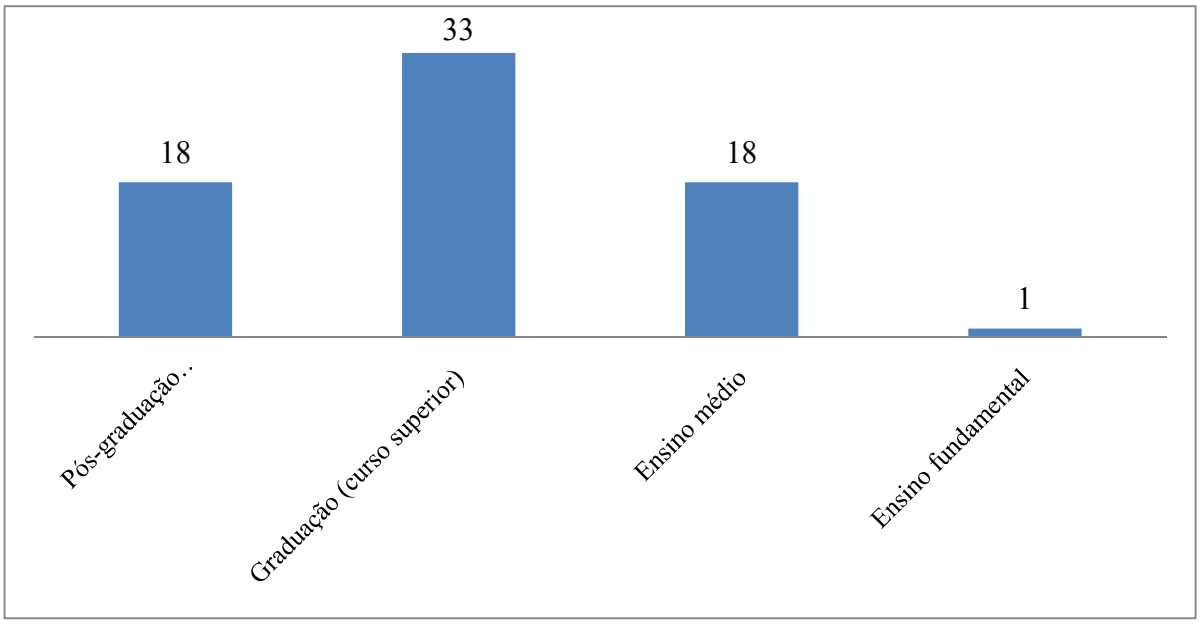
Gráfico 1 - Cargo ocupados pelos respondentes na empresa



Fonte: elaborado pelo autor a partir da pesquisa realizada.

Os resultados apresentados no Gráfico 2 apontam um alto grau de escolaridade dos respondentes: 33 possuem curso superior (graduação), o que representa 47,1% dos respondentes; 18 possuem pós-graduação (especialização, mestrado ou doutorado), o que representa 25,7% dos respondentes; 18 possuem ensino médio, representando também 25,7% dos respondentes e por fim, apenas 1 respondente possui o ensino fundamental, o que corresponde a 1,5%.

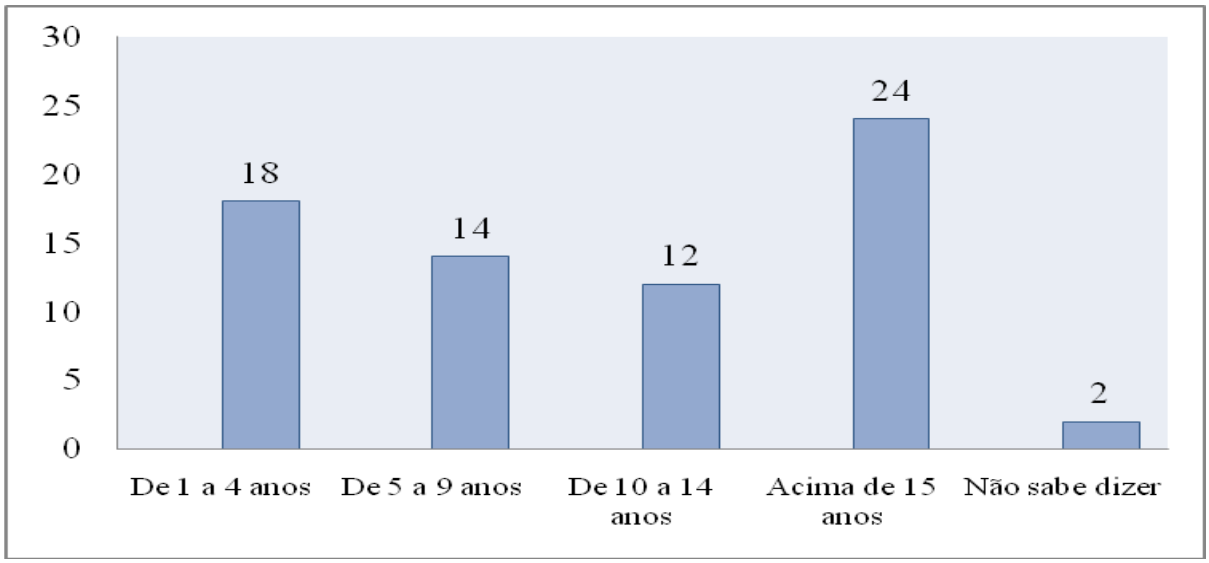
Gráfico 2 - Escolaridade dos respondentes



Fonte: elaborado pelo autor a partir da pesquisa realizada.

O Gráfico 3 demonstra que a maioria das empresas têm mais de 15 anos, dado que para essa categoria foram obtidas 24 respostas, o que representa 34,3% do total da amostra. Para a categoria de empresas de 1 a 4 anos de existência foram obtidas 18 respostas, o que equivale a 25,7% do total. Foram identificadas 14 empresas pertencentes à categoria de 5 a 9 anos, o que representa 20% do total. Para a categoria de 10 a 14 anos, foram obtidas 12 respostas, o que representa 20% do total. Apenas 2 não souberam responder a quanto tempo a empresa existe, o que equivale a 2,9% do total.

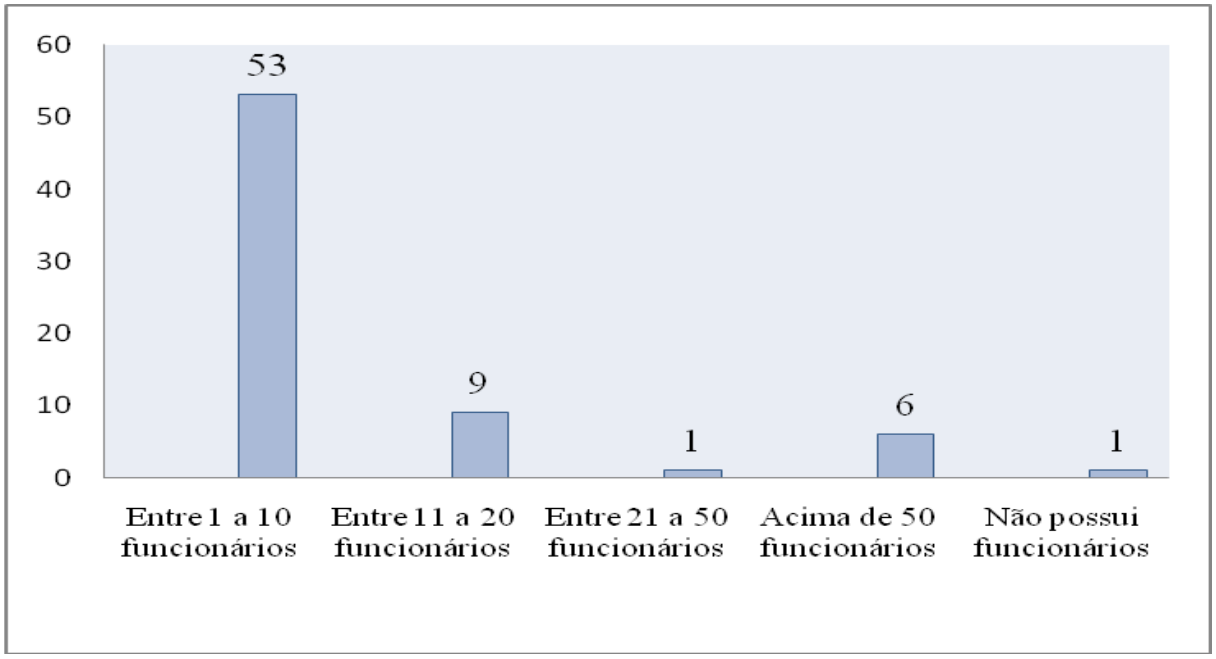
Gráfico 3 - Tempo de existência da empresa



Fonte: elaborado pelo autor a partir da pesquisa realizada.

A distribuição das empresas quanto ao número de funcionários é demonstrada no Gráfico 4. Observa-se que 53 empresas possuem entre 1 e 10 funcionários, o que representa 75,7% do total; 9 empresas possuem entre 11 e 20 funcionários, o que equivale a 12,9% do total; 6 empresas possuem acima de 50 funcionários, o que corresponde a 8,6% do total; 1 empresa possui entre 21 a 50 funcionários, o que representa a 1,4% do total; e somente 1 empresa não possui funcionários, o que equivale a 1,4%.

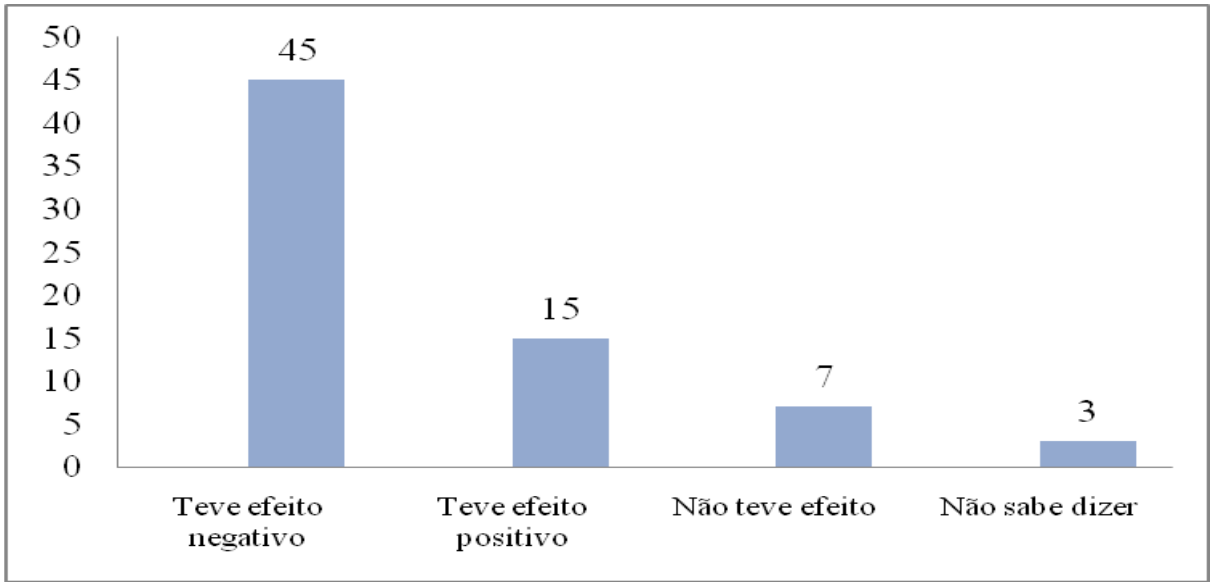
Gráfico 4 - Número de funcionários



Fonte: elaborado pelo autor a partir da pesquisa realizada.

O Gráfico 5 ilustra como as empresas foram afetadas pelos efeitos da pandemia de Covid-19 em 2020, em comparação ao período anterior ao da pandemia. A maioria das empresas (45), respondeu que tiveram efeito negativo, o que representa 64,3% do total de empresas; 15 empresas reportaram terem percebido um efeito positivo da pandemia sobre seus negócios, o que equivale a 21,4% do total; 7 empresas responderam que a pandemia não teve efeito sobre seus negócios, o que corresponde a 10% do total e 3 empresas não souberam dizer, o que corresponde a 4,3% do total.

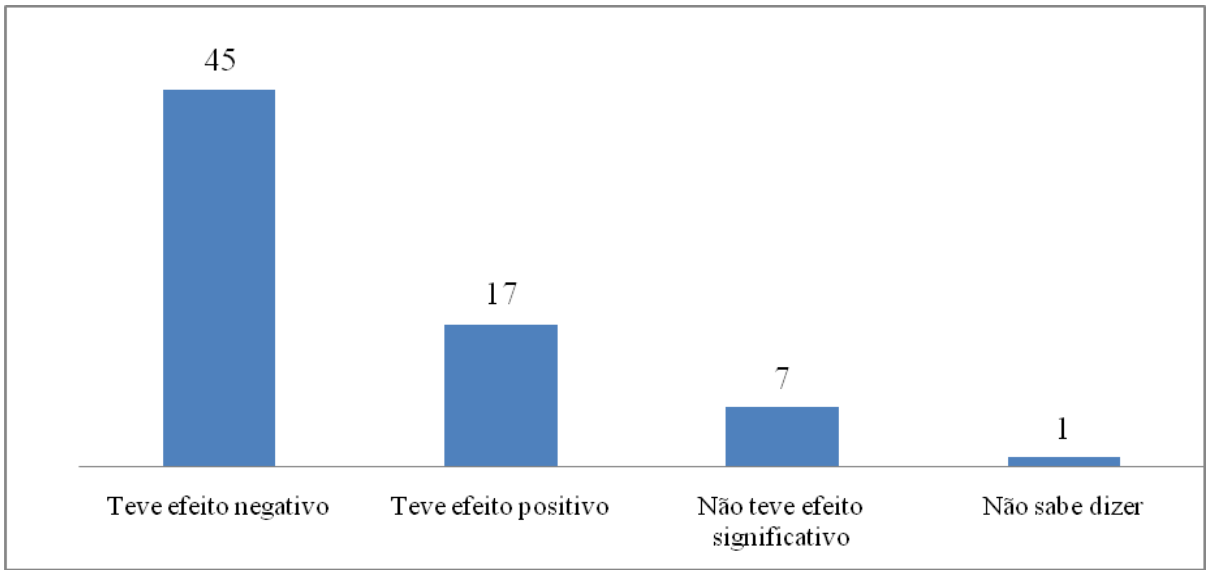
Gráfico 5 - Efeitos da pandemia de Covid-19 de modo geral



Fonte: elaborado pelo autor a partir da pesquisa realizada.

Em relação aos efeitos da pandemia em 2020 sobre o faturamento das empresas pesquisadas, o Gráfico 6 ilustra que a maioria delas (45 empresas) respondeu que tiveram efeito negativo, o que representa 64,3% das empresas pesquisadas; 17 empresas responderam que tiveram efeito positivo, o que equivale a 24,3% do total; 7 empresas responderam que não sofreram efeito significativo, o que representa 10% do total e apenas 1 empresa não soube dizer, o que corresponde a 1,4% do total.

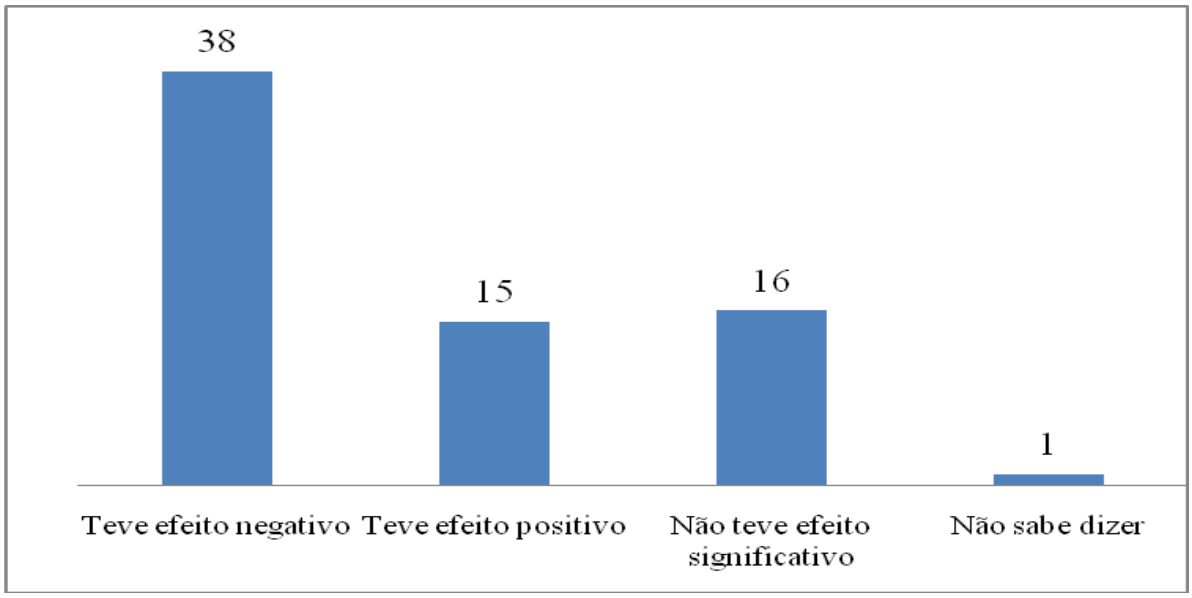
Gráfico 6 - Efeitos da pandemia de Covid-19 sobre o faturamento



Fonte: elaborado pelo autor a partir da pesquisa realizada.

Conforme ilustra o Gráfico 7, a maioria das empresas pesquisadas teve dificuldade para efetuar pagamentos, tendo esse efeito negativo sido observado por 38 empresas, o que representa 54,3% do total; para 16 empresas não houve efeito significativo, o equivalente a 22,9% do total; 15 empresas responderam que tiveram efeito positivo, o que corresponde a 21,4% do total e somente 1 empresa não soube dizer, o que reflete 1,4% do total.

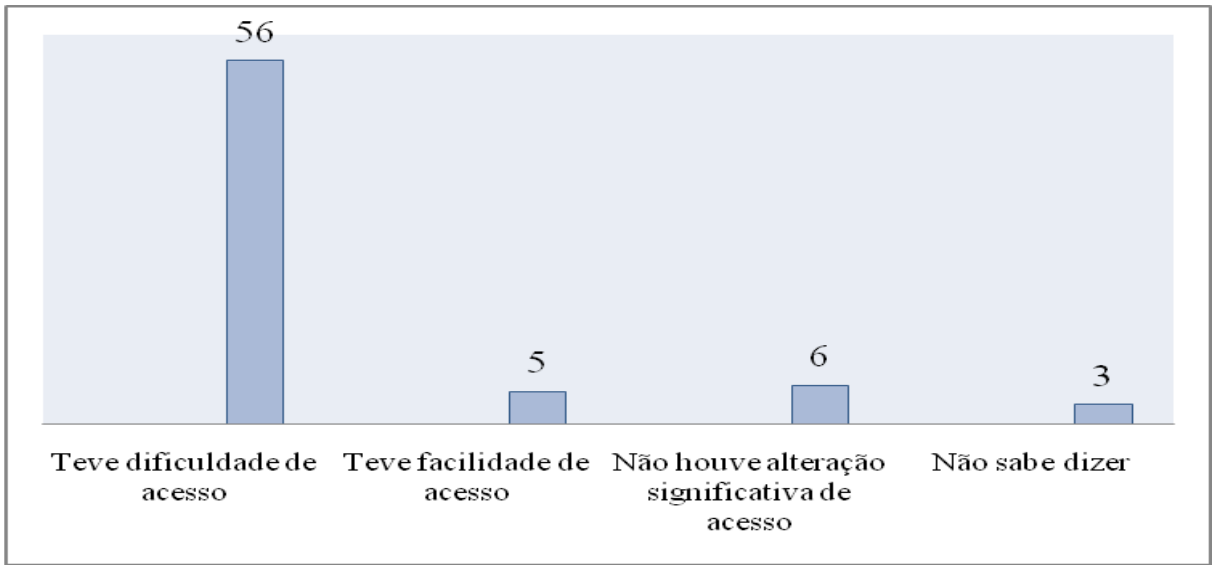
Gráfico 7 - Efeitos da pandemia de Covid-19 sobre as finanças (capacidade de efetuar pagamentos)



Fonte: elaborado pelo autor a partir da pesquisa realizada.

Sobre o acesso a fornecedores, para compra de matéria-prima, insumos, e mercadorias para revenda, 56 empresas reportaram que tiveram dificuldade de acesso, o que representa 80% do total das empresas respondentes; 6 empresas informaram que não houve alteração significativa de acesso a fornecedores, o equivalente a 8,6% do total; 5 empresas tiveram facilidade de acesso, o que reflete 7,1% do total e 3 empresas não souberam dizer, o que equivale a 4,3% do total de empresas respondentes, conforme ilustra o Gráfico 8.

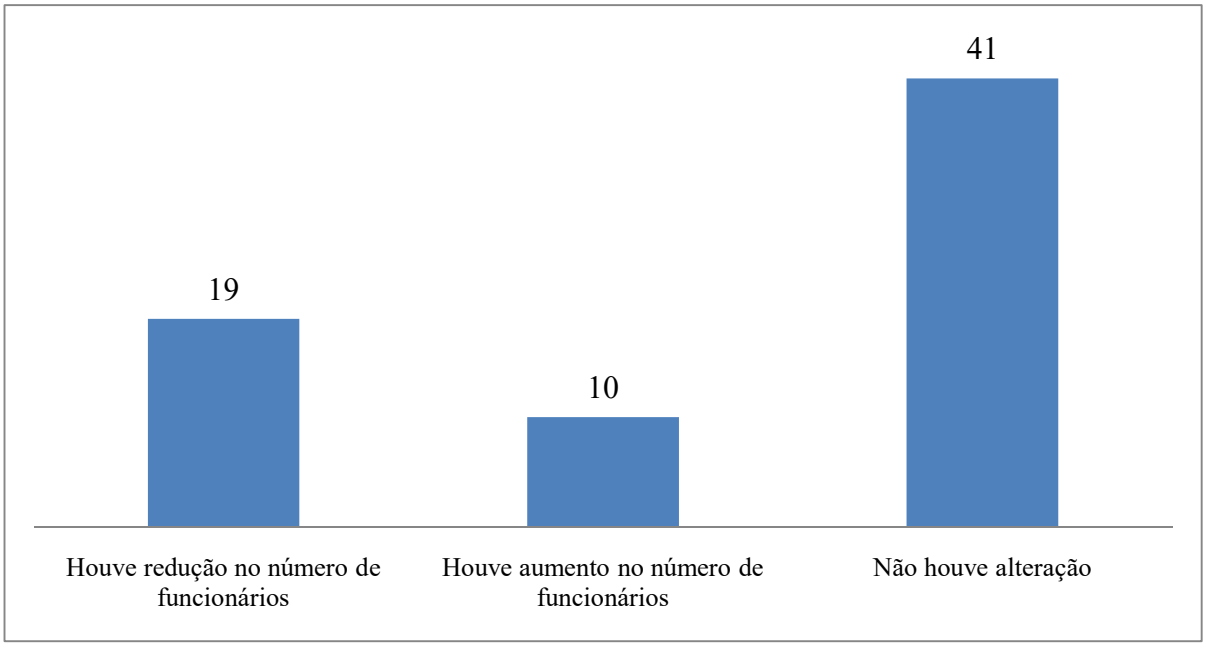
Gráfico 8 - Efeitos da pandemia de Covid-19 sobre o acesso a fornecedores



Fonte: elaborado pelo autor a partir da pesquisa realizada.

Os dados do estudo mostram, conforme ilustra o Gráfico 9 que, 41 empresas informaram que não houve alteração no número de funcionários, o que representa 58,6% do total de empresas respondentes; 19 empresas responderam que houve redução no número funcionários, o que equivale a 27,1% do total e 10 empresas informaram que houve aumento no número de funcionários, o que representa 14,3% do total.

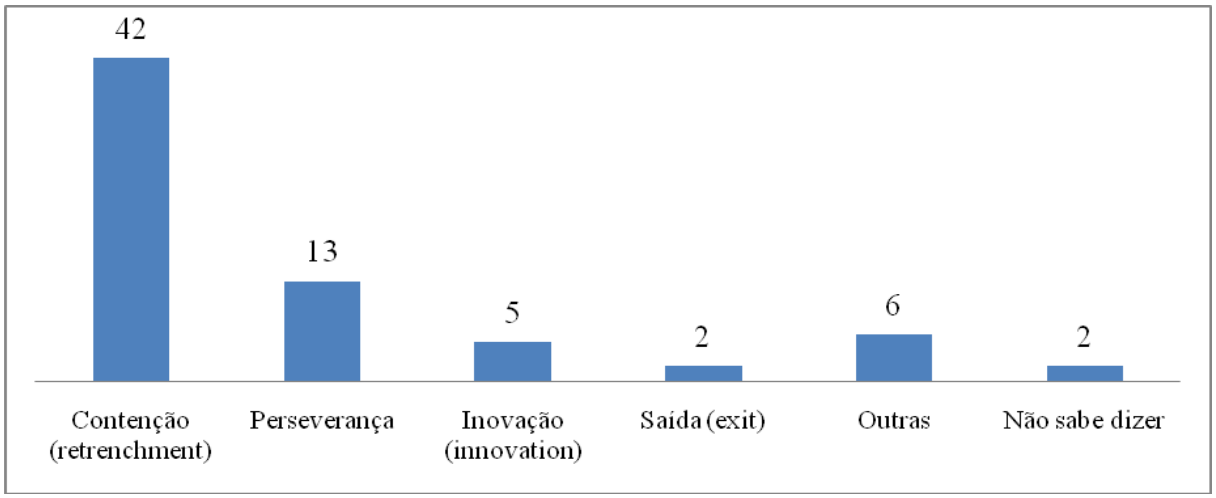
Gráfico 9 - Efeitos da pandemia de Covid-19 sobre o número de funcionários



Fonte: elaborado pelo autor a partir da pesquisa realizada.

Em convergência com estudos anteriores (BRUTON et al. 2003; DO et al. 2021) os dados da pesquisa apontam que a estratégia de Contenção foi a resposta estratégica mais utilizada pelas empresas, conforme ilustrado pelo Gráfico 10. Assim, 42 empresas adotaram a Contenção como resposta estratégica à crise, o que representa 60% do total de empresas respondentes; 13 empresas adotaram a resposta estratégica de Perseverança, o que equivale a 18,6% do total de empresas respondentes; 6 empresas adotaram "Outras" respostas estratégicas, o que representa 8,6% do total de empresas respondentes; 5 empresas adotaram a resposta estratégica de Inovação, o que corresponde a 7,1% do total de empresas respondentes; 2 empresas adotaram a resposta estratégica de Saída, o equivalente a 2,9% do total e por fim, 2 empresas não souberam responder, o que representa 2,9% do total.

Gráfico 10 - Estratégias adotadas)



Fonte: elaborado pelo autor a partir da pesquisa realizada.

Nesta dissertação, foi utilizada a técnica de análise de correspondência, que, segundo Belfiore (2015), é caracterizada como uma técnica exploratória, empregada quando se tem o objetivo de estudar associações entre variáveis e entre suas respectivas categorias. Essa técnica teve sua origem teórica na obra de Hirschfeld (1935). Contudo, é importante destacar que o trabalho realizado por Greenacre (2017), tem sido primordial para a vasta disseminação desta técnica.

Para realização da análise de correspondência entre as variáveis foi utilizado o software SPSS Statistics 26. A primeira análise feita foi entre as variáveis "Número de funcionários" e "Respostas estratégicas adotadas".

As categorias adotadas para variável “Número de funcionários” foram as seguintes:

1) 01 a 10 funcionários;
2) 11 a 20 funcionários;
3) 21 a 50 funcionários;
4) Acima de 50 funcionários;
5) Não possui funcionários.

As categorias adotadas para a variável ‘Respostas estratégicas adotadas” foram as seguintes:

1) Contenção de gastos (exemplo: redução de custos, despesas, estoques, ativos;
2) Perseverança (manutenção do nível das atividades);
3) Inovação (lançamento de novos produtos e/ou serviços, investimentos em pesquisa e desenvolvimento-P&D, aquisição de ativos, exploração de novos mercados);
4) Saída (encerramento ou paralisação das atividades, ainda que temporariamente);
5) Outras;
6) Não sabe dizer.

Para a elaboração do diagnóstico sobre a existência de associação estatisticamente significante entre as variáveis ‘Número de funcionários’ e ‘Respostas estratégicas adotadas’, foi realizado um teste Qui-quadrado. Conforme ilustra a Tabela 1 o valor-P calculado obtido pela estatística Qui-quadrado foi consideravelmente menor do que 0,05. Portanto, foi possível rejeitar a hipótese nula de que as duas variáveis se associam de forma aleatória. Ou seja, existe associação estatisticamente significante, ao nível de 5%, entre o número de funcionários e as respostas estratégicas adotadas.

Tabela 1 - Teste Qui-quadrado: Número de funcionários/Estratégias adotadas

	Valor	Gl	Significância Assintónica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	59,148	20	0,000
Razão de verossimilhança	24,446	20	0,223
Associação Linear por Linear	1,937	1	0,164
Nº de casos Válidos	70		

Fonte: dados da pesquisa.

Pode-se observar na Tabela 2 que a maioria das empresas adotou a estratégia de Contenção (42 empresas), seguidos por Perseverança (13 empresas); Outras (6 empresas); Inovação (5 empresas); Saída (2 empresas) e não souberam responder (2 empresas).

No que se refere ao “Número de funcionários” (categorias de 11 a 20 e de 21 a 50 funcionários), observa-se que os resíduos ajustados obtidos foram de 3,1 e 3,6 respectivamente (positivos e maiores que 1,96). Pode-se concluir, portanto que, foi possível constatar-se a existência de associações estatisticamente significantes entre as categorias “Número de funcionários” (11 a 20) e “Estratégias adotadas” (Perseverança) e entre “Número de funcionários” (21 a 50) e “Estratégias adotadas” (Inovação). Desse modo, empresas com 11 a 20 funcionários estão associadas a respostas estratégicas de Perseverança e empresas que possuem de 21 a 50 funcionários por sua vez, estão associadas a estratégia de Inovação.

Tabela 2 - Tabulação cruzada: Número de funcionários/Estratégias adotadas

			Número de funcionários					
			1 a 10 func.	11 a 20 func.	21 a 50 func.	Acima de 50 func.	Não possui func	Total
Estratégias adotadas	Contenção	Contagem	35	3	0	4	0	42
		Contagem esperada	31,8	5,4	,6	3,6	,6	42,0
		Resíduo	3,2	-2,4	-,6	,4	-,6	
		Resíduos padronizados	,6	-1,0	-,8	,2	-,8	
		Resíduos ajustados	1,8	-1,7	-1,2	,3	-1,2	
	Perseverança	Contagem	7	5	0	1	0	13
		Contagem esperada	9,8	1,7	,2	1,1	,2	13,0
		Resíduo	-2,8	3,3	-,2	-,1	-,2	
		Resíduos padronizados	-,9	2,6	-,4	-,1	-,4	
		Resíduos ajustados	-2,0	3,1	-,5	-,1	-,5	
	Inovação	Contagem	3	1	1	0	0	5
		Contagem esperada	3,8	,6	,1	,4	,1	5,0
		Resíduo	-,8	,4	,9	-,4	-,1	
		Resíduos padronizados	-,4	,4	3,5	-,7	-,3	
		Resíduos ajustados	-,9	,5	3,6	-,7	-,3	
	Saída	Contagem	2	0	0	0	0	2
		Contagem esperada	1,5	,3	,0	,2	,0	2,0
		Resíduo	,5	-,3	,0	-,2	,0	
		Resíduos padronizados	,4	-,5	-,2	-,4	-,2	
		Resíduos ajustados	,8	-,6	-,2	-,4	-,2	
	Outras	Contagem	5	0	0	1	0	6
		Contagem esperada	4,5	,8	,1	,5	,1	6,0
		Resíduo	,5	-,8	-,1	,5	-,1	
		Resíduos padronizados	,2	-,9	-,3	,7	-,3	
		Resíduos ajustados	,5	-1,0	-,3	,7	-,3	
	Não sabe dizer	Contagem	1	0	0	0	1	2
		Contagem esperada	1,5	,3	,0	,2	,0	2,0
		Resíduo	-,5	-,3	,0	-,2	1,0	
		Resíduos padronizados	-,4	-,5	-,2	-,4	5,7	
		Resíduos ajustados	-,9	-,6	-,2	-,4	5,9	
Total		Contagem	53	9	1	6	1	70
		Contagem esperada	53,0	9,0	1,0	6,0	1,0	70,0

Fonte: dados da pesquisa.

As categorias adotadas para a variável ‘Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre a variação no número de funcionários” foram as seguintes:

1) Houve redução no número de funcionários;
2) Houve aumento no número de funcionários;
3) Não houve alteração.

Foi realizada uma análise de correspondência, entre as variáveis “Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre a variação no número de funcionários” e “Estratégias adotadas”, cujas classificações já foram definidas. Para a elaboração do diagnóstico sobre a existência de associação estatisticamente significante entre as variáveis, foi realizado um teste Qui-quadrado. Conforme ilustra a Tabela 3, o valor-P calculado obtido foi consideravelmente menor que 0,05. Portanto, foi possível rejeitar a hipótese nula de que as duas variáveis se associam de forma aleatória. Ou seja, existe associação estatisticamente significante, ao nível de 5%, entre as variáveis “Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre a variação no número de funcionários” e “Estratégias adotadas”.

Tabela 3 - Teste Qui-quadrado: Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre a variação no número de funcionários/Estratégias adotadas

	Valor	Gl	Significância Assintónica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	25,945	10	0,004
Razão de verossimilhança	28,497	10	0,002
Associação Linear por Linear	0,717	1	0,397
Nº de casos Válidos	70		

Fonte: dados da pesquisa.

No que diz respeito às variáveis “Variação no número de funcionários” e “Estratégias adotadas”, observa-se na Tabela 4, que os resíduos ajustados obtidos foram de 3,0 e 2,3 respectivamente (positivos e maiores que 1,96). Pode-se concluir, portanto que, foi possível constatar-se a existência de associações estatisticamente significantes entre as categorias “Variação no número de funcionários” (aumento) e “Estratégias adotadas” (Inovação) e entre “Variação no número de funcionários” (redução) e “Estratégias adotadas” (Outras). Desse modo, empresas que informaram aumento no número de funcionários estão associadas a respostas estratégicas de Inovação e empresas que adotaram “Outras” estratégias estão associadas à redução no seu quadro de pessoal.

Tabela 4 - Tabulação cruzada: Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre a variação no número de funcionários /Estratégias adotadas

			Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre a variação no número de funcionários			
			Redução	Aumento	Sem alteração	Total
Estratégias adotadas	Contenção	Contagem	14	2	26	42
		Contagem esperada	11,4	6,0	24,6	42,0
		Resíduo	2,6	-4,0	1,4	
		Resíduos padronizados	,8	-1,6	,3	
		Resíduos ajustados	1,4	-2,8	,7	
	Perseverança	Contagem	0	4	9	13
		Contagem esperada	3,5	1,9	7,6	13,0
		Resíduo	-3,5	2,1	1,4	
		Resíduos padronizados	-1,9	1,6	,5	
		Resíduos ajustados	-2,4	1,9	,9	
	Inovação	Contagem	0	3	2	5
		Contagem esperada	1,4	,7	2,9	5,0
		Resíduo	-1,4	2,3	-,9	
		Resíduos padronizados	-1,2	2,7	-,5	
		Resíduos ajustados	-1,4	3,0	-,9	
	Saída	Contagem	1	0	1	2
		Contagem esperada	,5	,3	1,2	2,0
		Resíduo	,5	-,3	-,2	
		Resíduos padronizados	,6	-,5	-,2	
		Resíduos ajustados	,7	-,6	-,2	
	Outras	Contagem	4	1	1	6
		Contagem esperada	1,6	,9	3,5	6,0
		Resíduo	2,4	,1	-2,5	
		Resíduos padronizados	1,9	,2	-1,3	
		Resíduos ajustados	2,3	,2	-2,2	
	Não sabe dizer	Contagem	0	0	2	2
		Contagem esperada	,5	,3	1,2	2,0
		Resíduo	-,5	-,3	,8	
		Resíduos padronizados	-,7	-,5	,8	
		Resíduos ajustados	-,9	-,6	1,2	
Total		Contagem	19	10	41	70
		Contagem esperada	19,0	10,0	41,0	70,0

Fonte: dados da pesquisa.

As categorias adotadas para a variável ‘Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre as finanças” foram as seguintes:

1) Teve efeito negativo;
2) Teve efeito positivo;
3) Não teve efeito;
4) Não sabe dizer.

Foi realizada uma análise de correspondência, entre as variáveis “Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre as finanças” e “Estratégias adotadas”, cujas categorias já foram definidas. Para a elaboração do diagnóstico sobre a existência de associação estatisticamente significante entre as variáveis, foi realizado um teste Qui-quadrado. Conforme ilustra a Tabela 5, o valor-P calculado obtido foi consideravelmente menor que 0,05. Portanto, foi possível rejeitar a hipótese nula de que as duas variáveis se associam de forma aleatória. Ou seja, existe associação estatisticamente significante, ao nível de 5%, entre as variáveis “Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre as finanças” e “Estratégias adotadas”.

Tabela 5 - Teste Qui-quadrado: Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre as finanças/Estratégias adotadas

	Valor	Gl	Significância Assintónica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	37,939	15	0,001
Razão de verossimilhança	37,565	15	0,001
Associação Linear por Linear	1,844	1	0,175
Nº de casos Válidos	70		

Fonte: dados da pesquisa.

Conforme ilustra a Tabela 6, foi possível constatar que a crise da pandemia de Covid-19 ocasionou efeitos negativos na maioria das empresas pesquisadas (38). Em relação à variável “Efeitos da crise da crise da pandemia de Covid-19 sobre as finanças”, observa-se que os resíduos ajustados obtidos foram 4,5; 3,7 e 3,3 (positivos e maiores que 1,96) para as categorias estratégias de Contenção, Perseverança e Inovação, respectivamente. Pode-se concluir, portanto, pela existência de associações estatisticamente significantes entre as categorias “Efeitos da crise da crise da pandemia de Covid-19 sobre as finanças” (efeito

negativo) e “Estratégias adotadas” (Contenção); entre “Efeitos da crise da crise da pandemia de Covid-19 sobre as finanças” (sem efeito) e “Estratégias adotadas” (Perseverança) e por fim, entre “Efeitos da crise da crise da pandemia de Covid-19 sobre as finanças” (efeito positivo) e “Estratégias adotadas” (Inovação).

Assim, empresas que reportaram efeitos negativos em suas finanças estão associadas à resposta estratégica de Contenção, enquanto empresas que indicaram que não houve efeitos da crise sobre suas finanças, estão associadas à estratégia de Perseverança Os resultados observados para essas duas respostas estratégicas convergem com estudos anteriores (WENZEL; STANSKE; LIEBERMAN, 2020). Em seus estudos sobre a eficácia das estratégias durante a crise da pandemia de Covid-19 (KLYVER; NIELSEN, 2021), apontaram que, as empresas que optaram pelas estratégias de Contenção e Perseverança, experimentaram um volume de negócios menor em comparação com empresas que adotaram a estratégia de Inovação.

Por sua vez, estão associadas à estratégia de Inovação empresas que reportaram efeito positivo da pandemia sobre suas finanças, o que corrobora com os resultados da pesquisa divulgada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI, 2021) sobre empresas industriais que afirmaram ter promovido inovações durante a pandemia de Covid-19.

Tabela 6 - Tabulação cruzada: Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre as finanças/Estratégias adotadas

			Efeitos da crise da pandemia de Covid-19 sobre as finanças				
			Negativo	Positivo	Sem efeito	Não sabe dizer	Total
Estratégias adotadas	Contenção	Contagem	32	3	6	1	42
		Contagem esperada	22,8	9,0	9,6	,6	42,0
		Resíduo	9,2	-6,0	-3,6	,4	
		Resíduos padronizados	1,9	-2,0	-1,2	,5	
		Resíduos ajustados	4,5	-3,6	-2,1	,8	
	Perseverança	Contagem	2	3	8	0	13
		Contagem esperada	7,1	2,8	3,0	,2	13,0
		Resíduo	-5,1	,2	5,0	-,2	
		Resíduos padronizados	-1,9	,1	2,9	-,4	
		Resíduos ajustados	-3,1	,2	3,7	-,5	
	Inovação	Contagem	0	4	1	0	5
		Contagem esperada	2,7	1,1	1,1	,1	5,0
		Resíduo	-2,7	2,9	-,1	-,1	
		Resíduos padronizados	-1,6	2,8	-,1	-,3	
		Resíduos ajustados	-2,5	3,3	-,2	-,3	
	Saída	Contagem	1	1	0	0	2
		Contagem esperada	1,1	,4	,5	,0	2,0
		Resíduo	-,1	,6	-,5	,0	
		Resíduos padronizados	-,1	,9	-,7	-,2	
		Resíduos ajustados	-,1	1,0	-,8	-,2	
	Outras	Contagem	2	3	1	0	6
		Contagem esperada	3,3	1,3	1,4	,1	6,0
		Resíduo	-1,3	1,7	-,4	-,1	
		Resíduos padronizados	-,7	1,5	-,3	-,3	
		Resíduos ajustados	-1,1	1,8	-,4	-,3	
	Não sabe dizer	Contagem	1	1	0	0	2
		Contagem esperada	1,1	,4	,5	,0	2,0
		Resíduo	-,1	,6	-,5	,0	
		Resíduos padronizados	-,1	,9	-,7	-,2	
		Resíduos ajustados	-,1	1,0	-,8	-,2	
Total		Contagem	38	15	16	1	70
		Contagem esperada	38,0	15,0	16,0	1,0	70,0

Fonte: dados da pesquisa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A crise da pandemia de Covid-19 atingiu a sociedade de forma ampla, com repercussões e impactos sociais, políticos e econômicos. Em relação às empresas, considerando suas especificidades quanto ao setor de atuação, porte e estratégias adotadas no enfrentamento da crise, elas, naturalmente, foram atingidas de forma heterogênea: algumas foram afetadas pela crise de forma benéfica, obtendo crescimento; já outras não foram afetadas; há ainda aquelas empresas que sofreram perdas, ou seja, foram vítimas dos efeitos negativos da crise.

Diante desse cenário, o objetivo geral deste trabalho foi identificar os efeitos da pandemia de Covid-19 em empresas fornecedoras de produtos e serviços para a Universidade Federal de Goiás (UFG) e quais respostas estratégicas foram dadas por essas empresas. Como objetivos específicos, a pesquisa se propôs identificar os efeitos da pandemia de Covid-19 nas empresas em termos de seu faturamento, finanças, obtenção de insumos e quadro de funcionários; e ainda, identificar os efeitos da pandemia de Covid-19 que tenham levado as empresas às decisões estratégicas de Contenção, Perseverança, Inovação ou Saída.

Quanto aos objetivos específicos, os resultados foram os seguintes:

- Foram identificados efeitos positivos, negativos e nulos da pandemia sobre as empresas estudadas. Porém, o efeito que se destacou foi o negativo, relatado pela maioria das empresas em todas as atividades supramencionadas, com exceção do "Número de funcionários", cuja maioria relatou que não houve alteração.
- Observou-se que a decisão estratégica de Contenção de gastos foi a resposta estratégica mais utilizada, evidenciando principalmente efeitos negativos em relação às atividades das empresas estudadas;
- A Perseverança foi a segunda resposta estratégica mais adotada, sendo possível neste caso constatar-se a existência de efeitos nulos da crise sobre os negócios, pois as empresas relataram não ter havido alteração significativa na maioria de suas atividades.
- A terceira resposta estratégica mais adotada, está foi a estratégia de Inovação, relacionada aos efeitos positivos da pandemia em alguns negócios, em empresas que experimentaram um aumento no escopo de suas atividades no período de crise;
- A resposta estratégica Saída, que se refere à paralisação/encerramento temporário (ou não) das atividades foi a resposta menos adotada, estando relacionada aos efeitos negativos da pandemia sobre os negócios.

Com a identificação dos efeitos da pandemia de Covid-19 que teriam influenciado as empresas na adoção de estratégias para mitigar os efeitos da crise considera-se, portanto, que todos os objetivos foram alcançados de forma satisfatória.

A partir da amostra obtida, as análises de correspondência permitiram constatar a existência de associação estatisticamente significante entre as variáveis:

- Efeitos negativos da pandemia e resposta estratégica de contenção de gastos
- Efeitos positivos da pandemia e resposta estratégia de inovação;
- Efeitos nulos da pandemia e resposta estratégica de perseverança;
- Respostas estratégicas de inovação e aumento no número de funcionários;

As análises de correspondência também obtiveram relações estatisticamente significantes entre as respostas estratégicas e o porte das empresas, na medida em que:

- Empresas com 11 a 20 funcionários estão associadas a respostas estratégicas de perseverança em relação à pandemia;
- Empresas com 21 a 50 funcionários estão associadas a respostas estratégicas de inovação em função da pandemia.

Quanto às limitações da pesquisa, a principal dificuldade encontrada foi o baixo número de respostas ao questionário. Diante do universo de 431 empresas, mesmo após contato telefônico por parte do pesquisador na tentativa de convencimento para que respondessem o questionário, somente 70 empresas responderam, o que corresponde a 16,24% do total. Não obstante, a amostra obtida atendeu às recomendações estatísticas e superou o mínimo necessário para a realização da pesquisa/análise.

Considerando que esta pesquisa não segregou sua amostra por setor de atividade, para pesquisas futuras, sugere-se estudos para determinar a eficácia das respostas estratégicas em tempos de crise, tendo como amostra empresas de um único segmento de atuação, sejam elas industriais, comerciais ou de serviços, para que haja a possibilidade de comparação dos resultados entre setores diversos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSAF NETO, A. **Finanças corporativas e valor.** 7a. ed., São Paulo: Atlas, 2014.

ASSAF NETO, A.; LIMA, F. G. **Fundamentos de administração financeira.** São Paulo: Atlas, 2010.

AZEITÃO, J.; ROBERTO, J. O planejamento estratégico e a gestão estratégica nas PME. **Revista TOC**, n. 120, p. 57-58, 2010.

BARKER III, V.L.; DUHAIME, I.M. Strategic Change in the Turnaround Process: Theory and Empirical Evidence.**Strategic Management Journal,** n.18, v. 1,p. 13-38, 1997.

BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de metodologia científica:** um guia para a iniciação científica. 2ª Ediçãoampliada. São Paulo: Atlas, 2000.

BARTIK, A.W.; BERTRAND, M.; CULLEN, Z.; GLAESER, E. L.; LUCA, M.; STANTON, C. The impact of COVID-19 on small business outcomes and expectations.**Proceedings of the National Academy of Sciences**, v. 117, n. 30, p. 17656-17666, 2020.

BAUM T.;HAI,N.T.T. Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, p. 2397-2407, 2020. https://doi.org/10.1108/IJCHM03-2020-0242.

BENNER, M. J.; ZENGER, T. The lemons problem in markets for strategy. **Strategy Science**, n. 1, v.2, p. 71-89, 2016. DOI: 10.1287/stsc.2015.0010.

BIBEAULT, D.**Corporate Turnaround**, McGraw Hill, New York, 1982.

BOYNE, G.A; MEIER, K.J. "Environmental change, human resources and organizational turnaround".**Journal of Management Studies**, v. 46, p. 835-863, 2009.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Sobre a doença.** 2021. Disponível em: https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca. Acesso em: 23 mar. 2021.

BRASIL. Ministério da Saúde.**COVID-19 - Painel Coronavírus.** [S. l.], 23 mar. 2021. Disponível em: https://covid.saude.gov.br//. Acesso em: 23 mar. 2021.

BRUNI, A. L. **Avaliação de investimentos.** São Paulo: Atlas, 2013.

BRUTON, G. D.; AHLSTROM, D.; WAN, J. C. C. Turnaround in East Asian firms: Evidence from ethnic Overseas Chinese communities. **Strategic Management Journal**, v. 24, n. 6, p. 519-540, 2003. DOI: 10.1002/smj.312.

CASTROGIOVANNI, G.J.;BRUTON, G.D.Business Turnaround Processes Following Acquisitions: Reconsidering the Role of Retrenchment.**Journal of Business Research,**v. 48,n. 1,p. 25-34, 2000.

CHAKRABARTI, A. Organizational adaptation in an economic shock: The role of growth reconfiguration. **Strategic Management Journal**, v. 36, n.11, p. 1717-1738, 2015. DOI: 10.1002/smj.2309.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. Disponível em:https://static.portaldaindustria.com.br/portaldaindustria/noticias/media/filer_public/5a/1f/5a1f2e83-64e1-4e2e-ad27-7cb03220db5b/fsb_pesquisa_cni_inovacao_-_imprensa_embargo.pdf. Acessoem 19/10/2021.

DAI, L.;EDEN, L.;BEAMISH, P. W. Caught in the crossfire: Dimensions of vulnerability and foreign multinationals' exit from war-afflicted countries.**Strategic Management Journal**,v.38, n. 7, p. 1478-1498, 2017.

DO, B.; NGUYEN, N., D'SOUZA, C., BUI, H. D.; NGUYEN, T. N. H. "Strategic responses to COVID-19: The case of tour operators in Vietnam". **TourismandHospitalityResearch**, 1467358421993902, 2021.

ESTRADA, R. J. S.; ALMEIDA, M. I. R. A eficiência e a eficácia da gestão estratégica: Do planejamento estratégico à mudança organizacional. **Revista de Ciências da Administração**, v. 9, n. 19, p. 147-178, 2007.

EXAME. Cronologia das crises mais graves desde 1929. 24 jun. 2010. Disponível em: https://exame.com/mundo/cronologia-crises-mais-graves-1929-572924/. Acesso em: 30 mar. 2021.

FÁVERO, L.P.; BELFIORE, P. Análise de dados, técnicas multivariadas exploratórias. Rio de Janeiro, Elsevier, 2015.

FERNANDES, C.; PEGUINHO, C.; VIEIRA, E.; NEIVA, J. **Análise Financeira-Teoria e Prática.**Lisboa: Edições Sílabo, 2012.

FERREIRA, M. P.; PEREIRA, M. F.; SERRA, F. A. R.; MORITZ, G. O. **Estratégia em diferentes contextos empresariais:** fundamentos, modelos e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.**5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GREENACRE, M.J. Correspondence analysis in practice. Boca Raton: Florida, 2017, 3rd ed.

GULATI, R.;NOHRIA, N.;WOHLGEZOGEN, F. Roaring out of recession. **Harvard Business Review**, v. 88, n. 3, p. 62–69, 2010.

HAMBRICK, D.C.;SCHECTER, S.M. "Turnaround strategies for mature industrial product business units". **Academyof Management Journal**, 1983.

HIGGINS, R. C. **Análise para Administração Financeira.**Porto Alegre: AMGH Editora, 2014.

HIRSCHFELD, H.O.A. A connection between correlation and contingency. Mathematical Prooceedings of the Cambridge Philosiphical Society, v.31, n.4, p.520-524, 1935.

HOETKER, G.;AGARWAL, R. Death hurts, but it isn't fatal: The postexit diffusion of knowledge created by innovative companies. **Academy of Management Journal**, v. 50, n. 2, p. 446–467, 2007.

HOFER, C.W. "Turnaround strategies".**JournalofBusiness Strategy**, v. 1, p. 19-31, 1980.

JACKSON, J. K.;WEISS, M. A.;SCHWARZENBERG, A. B.;NELSON, R. M. **Global economic effects of COVID-19**, 2020.

JOHNSON, G.; MELIN, L.; WHITTINGTON, R. Guest editors' introduction: micro strategy and strategizing. **Journal of Management Studies**, Durham/UK, v. 40, n. 1, p. 3-22, jan. 2003.

KLYVER,K; NIELSEN, S.L. Which crisis strategies are (expectedly) effective among SMEs during COVID-19?. **Journal of Business Venturing Insights**, v. 16, p. e00273, 2021.

KRISHNAMURTY, S. The future of business education: A commentary in the shadow of the Covid-19 pandemic. **Journalof Business Research**, v. 117, p. 1-5, 2020.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M.de A. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica.** 7. ed. rev. São Paulo: Atlas, 2010.

MENDONÇA, A. F.; ROCHA, C. R. R.; NUNES, H. P. **Trabalhos Acadêmicos:** planejamento, execução e avaliação. Faculdades Alves Faria. Goiânia, 2008.

MORROW, J.L.;SIRMON, D.G.;HITT, M.A.;HOLCOMB, T.R. "Creating value in the face of declining performance: Firm strategies and organizational recovery", **Strategic Management Journal**, v. 28, p. 271-283, 2007.

NASON, R. S.;PATEL, P. C. Is cash king? Market performance and cash during a recession. **Journalof Business Research**, v. 69, n. 10, p. 4242-4248, 2016.

NICOLAU,I.**"O Conceito de Estratégia".** Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Empresarial, comunicação pessoal, Lisboa, 2001.

PASCOAL, F.; ZANIBONI, R.; FRANCO,A.Capital de giro disponível de caixa: Um estudo dos ciclos operacional, econômico e financeiro. **Revista Temas em Administração Diversos Olhares**, v. 6, n. 1, p. 24-31, jan./dez. 2014.

PEARCE, J. A.;ROBBINS, K. Retrenchment remains the foundation of business turnaround. **Strategic Management Journal**, v. 15, n. 5, p. 407-417, 1994. DOI: 10.1002/smj.4250150507.

PORTER, M. E. Please note location of nearest exit: Exit barriers and planning. **California Management Review**, v. 19, n. 2, p. 21–33, 1976.

REN, C. R.;HU, Y.;CUI, T. H. Responses to rival exit: Product variety, market expansion, and preexisting market structure. **Strategic Management Journal**, v. 40, n. 2, p. 253-276, 2019. DOI: 10.1002/smj.2970.

ROBBINS, D.K.;PEARCE, J.A. "Turnaround: Retrenchment and recovery".**Strategic Management Journal**, v. 13, p. 287-309, 1992.

ROSSETTO, C. R.; ROSSETTO, A. M. A combinação das perspectivas institucional e da dependência de recursos no estudo da adaptação estratégica organizacional. **Teoria e Evidência Econômica**, Passo Fundo, v. 7, n. 12, p. 111-136, maio 1999.

SARASVATHY, S. D. Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. **Academy of Management Review**, v. 26, n. 2, p. 243-263, 2001. DOI: 10.5465/AMR.2001.4378020.

SCHMITT, A.;BARKER, V.L.;RAISCH, S.; WHETTEN, D.Strategic Renewal in Times of Environmental Scarcity.**Long Range Planning,**v. 49, n. 3, p. 361-376, 2016.

SCHOENBERG, R.;COLLIER, N.;BOWMAN, C.Strategies for Business Turnaround and Recovery: A Review and Synthesis.**European Business Review**,v. 25, n.3, p.243-262, 2013.

SEIDEL, A.;KUME, R. Contabilização das variações da necessidade de capital de giro. **RevistaContabilidade&Finanças**, v. 14, n. 31, p. 66-77, 2003.

SUDARSANAM, S.;LAI, J. "Corporate financial distress and turnaround strategies: An empirical analysis".**British Journal of Management**, v. 12, p. 183-199, 2001.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS. Disponível em:https://analisa.ufg.br/p/25629-paineis-de-indicadores. Acesso em: 19/10/2021.

UNWTO WORLD TOURISM ORGANIZACION. Disponível em: https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals.2020. Acessoem: 23 mar. 2021.

VELAVAN, T. P.; MEYER, C. G. The COVID-19 epidemic.**TropicalMedicine &International Health**, v. 25, n. 3, p. 278, 2020.

WAN, W. P.;YIU, D. W. From crisis to opportunity: Environmental jolt, corporate acquisitions, and firm performance. **Strategic Management Journal**, v. 30, n. 7, p. 791-801, 2009. DOI: 10.1002/smj.744.

WENZEL, M.;STANSKE, S.;LIEBERMAN, M. Strategic responses to crisis. **Strategic Management Journal**, v. 41, Special Issue, p. 7-18, 2020.

WORLD HEALTH ORGANIZACION. Disponível em: https://covid19.who.int/. Acesso em: 23 mar. 2021.

APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO TCLE

Você está sendo convidado (a) como voluntário (a) a participar da pesquisa: "**Efeitos causados pela pandemia da Covid-19 nas empresas e quais respostas estratégicas foram dadas?".** Os procedimentos utilizados na pesquisa serão registrados por meio da aplicação de questionário com questões fechadas via plataforma Google Formulários. DESCONFORTOS E RISCOS E BENEFÍCIOS: não deverão ser subestimados os riscos e desconfortos, mesmo que sejam mínimos. FORMA DE ACOMPANHAMENTO E ASSISTÊNCIA: os participantes responderão a uma entrevista presencial, onde não há necessidade de identificação. GARANTIA DE ESCLARECIMENTO, LIBERDADE DE RECUSA E GARANTIA DE SIGILO: A empresa será esclarecida sobre a pesquisa em qualquer aspecto que desejar. A empresa é livre para recusar-se a participar, retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não irá acarretar qualquer penalidade ou perda de benefícios. O pesquisador irá tratar a sua identidade com padrões profissionais de sigilo. A empresa não será identificada em nenhuma publicação que possa resultar deste estudo. Uma cópia deste consentimento informado será arquivada no Curso de Mestrado em Administração do Centro Universitário Alves Faria-Unialfa. CUSTOS DA PARTICIPAÇÃO, RESSARCIMENTO E INDENIZAÇÃO POR EVENTUAIS DANOS: A participação no estudo não acarretará custos para empresa e não será disponível nenhuma compensação financeira adicional em caso de haver gastos de tempo ou transporte. DECLARAÇÃO DA PARTICIPANTE OU DO RESPONSÁVEL PELA PARTICIPANTE: Eu, _____, que represento a empresa, fui informada (o) dos objetivos da pesquisa acima de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que em qualquer momento poderei solicitar novas informações e motivar minha decisão se assim o desejar. Declaro que concordo em participar desse estudo. Recebi uma cópia deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas, conforme recomendações da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP).

Nome_____ Data:____/____/____

Assinatura do Participante:_____

Nome_____ Data:____/____/____

Assinatura do Pesquisador:_____

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO

CONTEXTO DA EMPRESA

A empresa concorda em participar da pesquisa?

1.( )-Sim
2.( )-Não

01-Qual seu cargo na empresa?

1.( )-Presidente
2.( )-CEO
3.( )-Diretor
4.( )-Gerente
5.( )-Outros

02-Qual sua escolaridade?

1.( )-Pós-graduação (especialização/mestrado/doutorado)
2.( )-Graduação (curso superior)
3.( )-Ensino médio
4.( )-Ensino fundamental

03-A empresa existe há quanto tempo?

1.( )-De 1 a 4 anos
2.( )-De 5 a 9 anos
3.( )-De 10 a 14 anos
4.( )-Acima de 15 anos
5.( )-Não sabe dizer

04-Quantos funcionários a empresa possui?

1.( )-Entre 1 a 10 funcionários
2.( )-Entre 11 a 20 funcionários
3.( )-Entre 21 a 50 funcionários
4.( )-Acima de 50 funcionários
5.( )-Não possui funcionários

CONTEXTO DOS EFEITOS DA PANDEMIA

05-Como sua empresa foi afetada pela crise da pandemia de Covid-19 até o ano de 2020, em comparação ao período anterior ao da pandemia?

1.( )-Teve efeito negativo
2.( )-Teve efeito positivo
3.( )-Não teve efeito
4.( )-Não sabe dizer

06-No ano de 2020, qual o efeito da crise da pandemia de Covid-19 sobre o faturamento da sua empresa, em comparação ao período anterior ao da pandemia?

1.( )-Teve efeito negativo elevado
2.( )-Teve efeito negativo moderado
3.( )-Teve efeito negativo baixo
4.( )-Teve efeito positivo elevado
5.( )-Teve efeito positivo moderado
6.( )-Teve efeito positivo baixo
7.( )-Não teve efeito significativo
8.( )-Não sabe dizer

07-No ano de 2020, qual o efeito da crise da pandemia de Covid-19 sobre as finanças da sua empresa (capacidade de efetuar pagamentos a fornecedores, salários, tributos, aluguel, energia, água etc.), em comparação ao período anterior ao da pandemia?

1.( )-Teve efeito negativo elevado
2.( )-Teve efeito negativo moderado
3.( )-Teve efeito negativo baixo
4.( )-Teve efeito positivo elevado
5.( )-Teve efeito positivo moderado
6.( )-Teve efeito positivo baixo
7.( )-Não teve efeito significativo
8.( )-Não sabe dizer

08-No ano de 2020, qual o efeito da crise da pandemia de Covid-19 sobre o acesso da sua empresaa fornecedores, aquisição de insumos e mercadorias para revenda, em comparação ao período anterior ao da pandemia?

1.( )-Teve elevada dificuldade de acesso
2.( )-Teve moderada dificuldade de acesso
3.( )-Teve baixa dificuldade de acesso
4.( )-Teve elevada facilidade de acesso
5.( )-Teve moderada facilidade de acesso
6.( )-Teve baixa facilidade de acesso
7.( )-Não houve alteração significativa de acesso
8.( )-Não sabe dizer

09- Com relação ao número de funcionários, o ano de 2020 em comparação ao período anterior ao da pandemia de Covid-19, pode-se afirmar que:

1.( )-Houve redução no número de funcionários
2.( )-Houve aumento no número
3.( )-Não houve alteração
4.( )-Não sabe dizer

10-Na questão anterior, caso sua resposta tenha sido as opções 1 ou 2, responda: qual a melhor estimativa para a variação no número de funcionários?

1.( )-Superior a 80%
2.( )-Entre 50% e 80%
3.( )-Entre 30% e 50%
4.( )-Entre 10% e 30%
5.( )-Inferior a 10%
6.( )-Não sabe dizer

CONTEXTO DAS ESTRATÉGIAS

11-Na crise da pandemia de Covid-19, durante o ano de 2020 sua empresa adotou alguma (s) das seguintes estratégias?

1.( )-Contenção de gastos (exemplo: redução de custos, despesas, estoques, ativos)
2.( )-Manutenção/Perseverança (manteve nível das atividades)
3.( )-Inovação (lançamento de novos produtos e/ou serviços, investimentos em pesquisa e desenvolvimento-P&D, aquisição de ativos, exploração de novos mercados)
4.( )-Saída (encerramento ou paralisação das atividades, ainda que temporariamente)
5.( )-Outras
6.( )-Não sabe dizer

12-Na questão anterior, caso uma de suas respostas tenha sido a opção 5, responda: quais foram as estratégias adotadas?

_____

APÊNDICE C - MATRIZ DE AMARRAÇÃO

Nº do Objetivo	Tipo do Objetivo	Objetivo
01	**Geral**	Identificar os efeitos causados pela pandemia de Covid-19 nas empresas e quais respostas estratégicas foram dadas, especificamente em organizações que no ano de 2020 na condição de fornecedoras, efetuaram transação comercial (venda de produtos e/ou serviços) para a Universidade Federal de Goiás - UFG.
02	**Específico**	Identificar os efeitos da pandemia de Covid-19 nas atividades das empresas em termos de seu faturamento, suas finanças, na obtenção de insumos e na manutenção do quadro de funcionários.
03	**Específico**	Identificar os efeitos da pandemia de Covid-19 que tenham levado na decisão estratégica de contenção de gastos.
04	**Específico**	Identificar os efeitos da pandemia de Covid-19 que tenham influenciado à decisão estratégica de manutenção do mesmo nível de operações do período pré-pandemia.
05	**Específico**	Identificar os efeitos da pandemia de Covid-19 que podem ter influenciado o surgimento de inovações por parte da empresa.
06	**Específico**	Identificar os efeitos da pandemia de Covid-19 que podem ter influenciado na decisão estratégica de paralisação/encerramento temporário (ou não) das atividades.

CONTEXTO DA EMPRESA		
Questão	**Objetivo**	**Referencial Teórico**
A empresa concorda em participar da pesquisa? 1.( )-Sim 2.( )-Não **01-Qual seu cargo na empresa?** 1.( )-Presidente 2.( )-CEO 3.( )-Diretor 4.( )-Gerente 5.( )-Outros **02-Qual sua escolaridade?** 1.( )-Pós-graduação (especialização/mestrado/doutorado) 2.( )-Graduação (curso superior) 3.( )-Ensino médio 4.( )-Ensino fundamental **03-A empresa existe há quanto tempo?** 1.( )-De 1 a 4 anos 2.( )-De 5 a 9 anos 3.( )-De 10 a 14 anos 4.( )-Acima de 15 anos 5.( )-Não sabe dizer **04-Quantos funcionários a empresa possui?** 1.( )-Entre 1 a 10 funcionários 2.( )-Entre 11 a 20 funcionários 3.( )-Entre 21 a 50 funcionários 4.( )-Acima de 50 funcionários 5.( )-Não possui funcionários	01	NA
CONTEXTO DOS EFEITOS DA PANDEMIA		
Questão	**Objetivo**	**Referencial Teórico**

05-Como sua empresa foi afetada pela crise da pandemia de Covid-19 até o ano de 2020, em comparação ao período anterior ao da pandemia? 1.( )-Teve efeito negativo 2.( )-Teve efeito positivo 3.( )-Não teve efeito 4.( )-Não sabe dizer **06-No ano de 2020, qual o efeito da crise da pandemia de Covid-19 sobre o faturamento da sua empresa, em comparação ao período anterior ao da pandemia?** 1.( )-Teve efeito negativo elevado 2.( )-Teve efeito negativo moderado 3.( )-Teve efeito negativo baixo 4.( )- Teve efeito positivo elevado 5.( )- Teve efeito positivo moderado 6.( )- Teve efeito positivo baixo 7.( )- Não teve efeito significativo 8.( )- Não sabe dizer **07-No ano de 2020, qual o efeito da crise da pandemia de Covid-19 sobre as finanças da sua empresa (capacidade de efetuar pagamentos a fornecedores, salários, tributos, aluguel, energia, água etc.), em comparação ao período anterior ao da pandemia?** 1.( )-Teve efeito negativo elevado 2.( )-Teve efeito negativo moderado 3.( )-Teve efeito negativo baixo 4.( )-Teve efeito positivo elevado 5.( )-Teve efeito positivo moderado 6.( )-Teve efeito positivo baixo 7.( )-Não teve efeito significativo 8.( )-Não sabe dizer **08-No ano de 2020, qual o efeito da crise da pandemia de Covid-19 sobre o acesso da sua empresa a fornecedores, aquisição de insumos e mercadorias para revenda, em comparação ao período anterior ao da pandemia?** 1.( )-Teve elevada dificuldade de acesso 2.( )-Teve moderada dificuldade de acesso 3.( )-Teve baixa dificuldade de acesso 4.( )-Teve elevada facilidade de acesso 5.( )-Teve moderada facilidade de acesso 6.( )-Teve baixa facilidade de acesso 7.( )-Não houve alteração significativa de acesso 8.( )-Não sabe dizer	01 e 02	Higgins (2014), Bruni (2013), Assaf Neto (2014)

09- Com relação ao número de funcionários, o ano de 2020 em comparação ao período anterior ao da pandemia de Covid-19, pode-se afirmar que: 1.( )-Houve redução no número de funcionários 2.( )-Houve aumento no número 3.( )-Não houve alteração 4.( )-Não sabe dizer **10-Na questão anterior, caso sua resposta tenha sido as opções 1 ou 2, responda: qual a melhor estimativa para a variação no número de funcionários?** 1.( )-Superior a 80% 2.( )-Entre 50% e 80% 3.( )-Entre 30% e 50% 4.( )-Entre 10% e 30% 5.( )-Inferior a 10% 6.( )-Não sabe dizer		
CONTEXTO DAS ESTRATÉGIAS		
Questão	**Objetivo**	**Referencial Teórico**
11-Na crise da pandemia de Covid-19, durante o ano de 2020 sua empresa adotou alguma (s) das seguintes estratégias? 1.( )-Contenção de gastos (exemplo: redução de custos, despesas, estoques, ativos) 2.( )-Manutenção/Perseverança (manteve nível das atividades) 3.( )-Inovação (lançamento de novos produtos e/ou serviços, investimentos em pesquisa e desenvolvimento-P&D, aquisição de ativos, exploração de novos mercados) 4.( )-Saída (encerramento ou paralisação das atividades, ainda que temporariamente) 5.( )-Outras 6.( )-Não sabe dizer **12-Na questão anterior, caso uma de suas respostas tenha sido a opção 5, responda: quais foram as estratégias adotadas?**	01, 03, 04, 05 e 06	Wenzel, Stanske e Lieberman (2020)

ANEXO A – RELAÇÃO DE EMPRESAS PESQUISADAS

SEQ.	CNPJ	NOME DA EMPRESA	TELEFONE	E-MAIL
1	33.858.026/0001-24	3D SLIM TEC. COM. DE EQUIPAMENTOS LTDA	41 8812-0516	contato@slim3d.com.br
2	30.357.688/0001-22	4F SOLUCOES EM TECNOLOGIA LTDA	61 3037-2006	chrystian@4fti.com.br
3	92.156.090/0001-22	A C MULLER COMERCIAL LTDA	51 3712-1630	lojavirtual@acmuller.com.br
4	29.928.575/0001-50	A FERRAGISTA COM. DE MAQ. E FERRAMENTA	62 3432-4604	licitaaferragista@gmail.com
5	26.497.800/0001-53	A&C EVENTOS E PROMOCOES EIRELI - EPP	61 3364-4694	maclei.dias@appel.com.br
6	19.331.173/0001-10	ABS COMERCIO DE MAQUINAS E SERVICOS EIRELI	21 3437-8809	abscom.adm@gmail.com
7	30.082.076/0001-74	ABSOLUTA SAUDE IMP. EXP. E COM. PROD. SAUDE	43 3376-6380	absolutasaude@licitacoes.londrina.br
8	05.586.337/0001-46	ACROMED PROD. DE BIOTEC. E DIAGNOSTICOS	61 6447-2564	acromed@gmail.com
9	05.621.087/0001-38	ADN COM. E DISTRIB. PROD. DE LIMPEZA	61 3354-8898	adn.comercio@gmail.com
10	08.238.866/0001-47	ADONEX COM. DE PROD. LABORATORIO LTDA	11 2047-2472	adonex@gmail.com
11	23.515.251/0001-04	AE3D SOLUCOES EM IMPRESSAO 3D LTDA	19 9794-5520	alan@ae3d.com.br
12	68.993.641/0008-02	AGIS EQUIP. E SERV. DE INFORMATICA LTDA.	19 3756-4600	alexandra.viana@agis.com.br
13	30.492.772/0001-59	AGROTOP COM. DE PROD. AGROPECUARIOS	75 3021-2062	edcarlos.souza30@gmail.com
14	60.656.774/0001-05	ALBERFLEX INDUSTRIA DE MOVEIS LTDA	15 3238-5161	framos@alberflex.com.br
15	79.053.468/0001-02	ALESSANDRA MILANI	41 3012-4500	alessandra.milani@fagundez.com
16	02.462.826/0001-06	ALFA MARE EQUIP. E SERV. LABORATORIOS LT	34 3332-2475	contato@alfamare.com.br
17	71.619.829/0001-15	ALKA TEC. EM DIAGN. COM. IMPORTACAO	11 3030-0855	fiscal@advancemedical.com.br
18	20.905.298/0001-96	ALL NORTE MATERIAIS DE CONSTRUCAO EIRELI	63 2111-3620	allnorte@gmail.com
19	18.007.154/0001-70	ALL WORK COMERCIAL - EIRELI	41 9263-3818	all@allworkcomercial.com.br
20	81.203.838/0001-84	ALLERBEST COM. DE PROD. LABORATORIO LTDA	41 3376-5034	vendas@allerbest.com.br
21	13.044.879/0001-15	ALS LOGISTICA INDUSTRIA LTDA	61 3552-3707	alslogistica@yahoo.com
22	12.519.364/0001-61	ALTA COMERCIO E SERVICOS LTDA	48 9101-3159	agilecontabilidade@hotmail.com
23	11.456.144/0001-73	ALTITUDE AVENT. E COM . DE EQUIP. ESPORTIVOS	67 3326-6820	adm@altitudeloja.com.br
24	09.103.333/0001-10	AMARAL E VILELA LTDA	62 3942-4142	tecnewcartucho@hotmail.com
25	14.793.395/0001-31	AMDA SECURITY IMPORTADORA LTDA	31 3654-3926	cbepi@cbepi.com.br
26	23.932.259/0001-76	ANDRE AMANCIO DE SOUSA LOPES	37 3541-3066	exata@abaetemg.com.br
27	02.441.945/0001-74	ANDRE E. S. SCHILLING	51 8055-0890	andre@ssesportes.com.br
28	15.785.674/0001-16	ANDREI SANTOS SILVA	71 9989-3437	eronssilva@gmail.com
29	28.485.774/0001-79	ANDREY CUNHA BARREIRA DE ARAUJO	43 9921-0473	licitandrey@gmail.com
30	05.774.798/0001-42	ANFLA PROD. DIAGN. LABORATORIAL LTDA	11 2207-2381	braston@uol.com.br
31	21.630.666/0001-01	ANGELO AIRES DE SOUZA JUNIOR	64 3442-8153	duda2som@hotmail.com
32	30.815.452/0001-92	ANKER DISTRIBUIDORA LTDA	41 3092-9793	william@ankerdistribuidora.com.br
33	09.011.044/0001-91	ANPEDRIS HIDRO ELETROTECNICA LTDA	11 2023-0283	keli@anpedris.com.br
34	05.704.837/0001-35	ANTONIO GARCIA MIZARELO	11 2605-9331	roberto@netpoint.com.br
35	15.809.110/0001-76	ANUSHA COM. IMP. E EXPORTACAO LTDA	11 2096-4610	cleopinho@uol.com.br
36	13.337.179/0001-19	ANZILIERO IND. E COM. DE CONFECCOES LTDA	54 3321-5189	evaldo@pombabranca.com.br
37	31.625.146/0001-56	AP COM. DE PROD. DE LIMP. E INFORMATICA	61 8598-4359	isabelfabrantes@gmail.com
38	11.321.936/0001-30	APEX LTDA	62 3233-3270	jonesrosa@ig.com.br
39	05.990.063/0001-56	APICE CIENTIFICA EIRELI	31 3032-5500	apicecientifica@gmail.com

40	02.346.952/0001-97	APIJA PROD. HOSP. LABOR. ODONTOLOGICO	62 3086-5250	apijavendas@apija.com.br
41	84.030.964/0001-72	ARCHITECH CONSULT. PLANEJAMENTO LTDA	61 3224-3454	architech@architech.com.br
42	27.204.689/0001-22	ARIADNER DA SILVA MESSIAS	27 9601-6677	comercialisa.messias@bol.com.br
43	03.919.209/0001-41	ARS SERVICOS TURISTICOS EIRELI	85 3261-2477	discoverytource@hotmail.com
44	79.984.357/0001-01	ARTFRIO IND. E COM. DE MOVEIS, ESQUADRIAS	41 3349-5161	julio@artfrio.ind.br
45	74.428.657/0001-90	ASCOT TELECOMUNICACOES LTDA	81 3361-1121	viviane@newplaytelecom.com.br
46	32.858.158/0001-93	ASG RESIDUOS E SERVICOS AMBIENTAIS LTDA	62 3040-0200	juridico@natureresiduos.eco.br
47	29.212.628/0001-32	ASSOCIACAO BRAS. DE EDUCACAO MEDICA	61 3024-8012	rozane@abem-educmed.org.br
48	30.115.422/0001-73	ASSOCIACAO BRAS. DE ENG. DE PRODUCAO	21 2516-2761	legalizacao@planejar.cnt.br
49	05.431.736/0001-38	ASTRA CIENTIFICA EIRELI	11 3666-2305	regulatorio@astracientifica.com.br
50	03.574.184/0001-91	ASTRAL CIENT. COM. DE PROD. EQUIPAMENTOS	41 3247-7878	astralcientifica@astralcientifica.com.br
51	09.006.278/0001-40	ATACADO LITORAL CATARINENSE LTDA	48 3244-1166	contato@innovacon.com.br
52	10.912.324/0001-50	ATILA BARU SISTEMAS LTDA.	62 3089-0461	financeiro@absistemas.com.b
53	08.536.743/0001-18	AUDACES AUT. E INF. INDUSTRIAL LTDA	48 2107-3737	suporte.sistema@audaces.com
54	01.548.544/0001-55	AUGUSTUS HOTEL LTDA - EPP	62 3216 6600	augustus.gerencia@plazainn.com.br
55	02.312.216/0001-18	AVICOLA GOIAS COM. DE FRIOS LTDA	62 3945-9758	avicolagoias@hotmail.com
56	32.850.401/0001-27	B L L COM. DE ART. MED. E ORTOPEDICOS	51 9607-9290	brunoludwig10@hotmail.com
57	12.991.409/0001-04	BALI COMERCIAL LTDA	19 3363-3500	eliana@balicomercial.com.br
58	14.693.777/0001-93	BC COM. DE PROD. TEC. ASSISTIVA LTDA	48 3238-4190	paulo@bcprodutos.com.br
59	33.726.859/0001-31	BEATRIZ ARAUJO DA LUZ	15 9161-2266	megasegnet@outlook.com.br
60	11.144.538/0001-96	BIGRAPHICS COM. DE PROD. GRAFICOS LTDA	11 2209-0693	bigraphics@bigraphics.com.br
61	08.680.158/0001-61	BIO RESIDUOS TRANSPORTES LTDA	44 3631-1829	marcelo@bioambiental.com.br
62	04.086.552/0001-15	BIOPLASMA PROD. LAB. E CORRELATOS LTDA	61 3362-7293	bioplasma@bioplasma.com.br
63	22.408.118/0001-96	BIOPULSE BRASIL EIRELI	19 3024-0304	contato@biopulse.com.br
64	10.919.350/0001-00	BIOSAVE-DIAGNOSTICA LTDA	31 3411-5229	contauni.bhz@terra.com.br
65	10.761.735/0001-91	BR DANTAI DISTRIBUIDOR ATACADISTA LTDA	62 3280-5152	brdantai@hotmail.com
66	64.542.939/0001-60	BRAVO - COM. DE COMP. ELETRONICOS LTDA	11 5681-7959	financeiro@bravocomponentes.com.br
67	36.819.972/0001-50	BRUNO EDUARDO MACIEL DE OLIVEIRA	31 3222-1323	brunomaciel@live.com
68	16.909.800/0001-60	BT2M INFORMATICA LTDA	19 3312-1965	vendas@bt2m.com.br
69	20.630.078/0001-05	BURITI SEGURANCA ESPECIALIZADA S/A	62 3945-0016	gineir@buritiservicos.com.br
70	10.242.721/0001-61	BUYSOFT DO BRASIL LTDA	44 3041-8888	secretaria7@escgomes.com.br
71	06.944.404/0001-10	C & S DIAG. COMERCIO DE PRODUTOS LTDA	62 3996-4050	cesprodutoshospitalares@gmail.com
72	24.497.941/0001-40	CVS DE OLIVEIRA LIC. COML. SERVICOS LTDA	61 3036-9493	jcsaraujo@hotmail.com
73	08.846.841/0001-26	C.A.L. VICENTE NUTRICAO ANIMAL	43 3534-3995	bvicente2003@hotmail.com
74	11.227.424/0001-00	CALIBRY METROL. COM. E CALIBRACAO LTDA	62 3638-0078	gerencia@calibrymetrologia.com
75	14.438.757/0001-76	CAM TECNOLOGIA EIRELI	21 3189-1050	contato@camtecnologia.com.br
76	22.925.307/0001-36	CAMILA SARANTOPOULOS	16 3442-9320	camila@tecc.com.br
77	11.669.218/0001-50	CARAVAN EXP. & IMP. DO BRASIL LTDA	47 3367-1128	contact@caravandobrasil.com.br
78	17.365.274/0001-87	CBF COM. DE CONFEC. BANDEIRAS	62 3242-3031	bandeiracbf@gmail.com
79	31.343.931/0001-16	CEBEX COM. IMP. E EXPORTACAO LTDA	62 3205-4626	amservicos.fulltime@gmail.com
80	09.211.711/0001-80	CENTRAL MOVEIS PARA ESCRITORIO LTDA	62 3414-2100	contabilidade@centralmoveis.ind.br
81	07.123.895/0001-09	CENTRALLIMP LIMPEZA E SERVICOS LTDA	43 3321-0367	centrallimp@centrallimp.com.br
82	04.194.679/0001-58	CIDADE VERDE MOVEIS E EQUIPAMENTOS	65 3623-2591	evelise@prolmoveis.com.br
83	07.847.837/0001-10	CIENTIFICA MEDICA HOSPITALAR LTDA	62 3088-9700	faturamento2@cientificahospitalar

				.com.br
84	03.396.403/0001-90	CIR GRAFICA E EDITORA LTDA	62 3202-1150	contato@cirgrafica.com.br
85	65.237.851/0001-06	CIRURGICA PINHEIRO LTDA	34 3210-2002	joseroberto@botelhocontabil.com.br
86	60.834.272/0001-19	CIVIAM COM. IMP. E EXPORTAÇO LTDA	11 3884-2423	civiam@civiam.com.br
87	09.209.265/0001-79	CKW ELECTRIC IND. COM. E SERV. MATERIAL	11 5021-5367	sylas@sti.com.br
88	33.252.777/0001-00	CLIMAK IND. E COM. MAQ. E EQUIPAMENTOS	17 3482-3264	contato@ascont-sp.com.br
89	06.928.932/0001-85	CLIMATIZADORES BOM AR IND. COMERCIO LTDA	62 3942-2011	www.@hotmai.com
90	22.416.068/0002-70	CMK AUTOMACAO COMERCIAL EIRELI	11 2368-0357	crismartins2022@hotmail.com
91	14.039.627/0001-60	CMV SERVICOS E COMERCIO LTDA	62 3233-3597	cmv.servico@gmail.com
92	05.278.470/0001-35	COMBATE EXTINTORES LTDA - ME	62 3087-0907	styllus_contabilidade@hotmail.com
93	18.873.549/0001-56	COMBRAS COML. DE MAT. PERM.E CONSUMO	61 9672-1012	combrasdf@gmail.com
94	10.377.790/0001-82	COMERCIAL 1205 LTDA	45 3324-3852	comercial1205@hotmail.com
95	09.583.781/0001-69	COMERCIAL MILENIO EIRELI	62 3295-1855	jlembalagenslimpeza@hotmail.com
96	00.361.418/0001-24	CONCEITO ENGENHARIA LTDA	62 3941-2321	atendimento@ceengenharia.com.br
97	02.528.743/0001-64	COPEL COMERCIAL DE PECAS LTDA	62 3576-2002	copelpecasgo@gmail.com
98	01.765.213/0001-77	COPYSYSTEMS-COP. SIST. SERVICOS LTDA	62 3095-9608	andreia@copysystems.com.br
99	33.241.324/0001-70	COSAMA ENGENHARIA EIRELI	62 3095-6895	engenharia@cosamaengenharia.com.br
100	12.565.409/0001-34	COSTA E TOLEDO SOLUCOES DIGITAIS LTDA	17 3345-4360	elencrisc@hotmail.com
101	09.460.870/0001-18	CR INDL. E COM. CONFECCOES DE ROUPAS	11 4197-5011	financeiro@cr.ind.br
102	34.569.811/0001-20	CRISTIANE APARECIDA DOS SANTOS BATINI	43 8498-8049	licitacoes_adeselondri@hotmail.com
103	26.328.672/0001-14	CROMOLAB - COM. EQUIP. PARA LABORATORIO	11 2017-6577	cromolab@cromolab.com.br
104	22.003.386/0001-28	CRONO COMERCIO E DISTRIBUICAO EIRELI	62 3954-0456	goianiacrono@gmail.com
105	29.072.754/0001-39	D P DE ALBUQUERQUE COMERCIO VAREJISTA	71 3369-7645	nemercantil@gmail.com
106	08.257.348/0001-70	D P I COM. DE ELETRO ELETRONICOS EIRELI	14 3353-0705	dpicomercio@hotmail.com
107	13.347.993/0001-14	D.W.L. COM. E SERV. DE INFORMATICA LTDA	11 2936-6631	vendas@wtotem.com.br
108	34.737.085/0001-07	DAVID VALERIANO DE SIQUEIRA	62 3088-6545	mercautil.go@gmail.com
109	17.602.864/0001-86	DELTA INDUSTRIA E COM. LTDA	84 3089-0824	mercautil.go@gmail.com
110	66.818.360/0001-03	DENT-FLEX INDUSTRIA E COMERCIO LTDA	16 4009-8900	ocspedro@ocspedro.com.br
111	26.240.632/0001-16	DENTAL HIGIX PROD. ODONT. MED. HOSPITALAR	49 3648-0872	dental@higix.com.br
112	09.222.369/0001-13	DENTAL MARIA LTDA	31 2522-8204	dental-maria@ig.com.br
113	08.849.206/0001-00	DENTAL OPEN - COM. ROD. ODONTOLOGICOS LTDA	41 3076-3771	contato@dentalopen.com.br
114	03.883.919/0001-69	DESPRAG DEDETIZADORA LTDA	62 3259-7566	contato@desprag.com.br
115	21.793.208/0001-85	DF MAQUINAS E FERRAMENTAS EIRELI	61 9924-2800	dfferramentas@outlook.com
116	20.402.517/0001-14	DHZ COMERCIO DE SUPRIMENTOS LTDA	31 3226-4279	dhz@dhzsuprimentos.com.br
117	12.021.151/0001-05	DIAG SOLUTION ARTIGOS MEDICOS LTDA	43 3024-5280	diagsolution@hotmail.com
118	04.679.172/0001-94	DIAGGOIAS DIAGNOSTICOS CIENTIFICOS LTDA	62 3296-4855	adm@socram.com.br
119	18.799.897/0001-20	DIGISEC - CERTIFICACAO DIGITAL EIRELI	62 3541-3427	contato@digisec.com.br
120	02.602.747/0001-45	DIGISERVI TRADING EIRELI	11 3672-6933	digiservi@digiservi.com.br
121	09.254.386/0001-32	DIGITAL PAPELARIA E INFORMATICA EIRELI	62 3292-2090	digitalpapelaria@hotmail.com
122	09.450.715/0001-10	DILCREIA MARTINS FAGUNDES DO NASCIMENTO	47 3463-7357	governocompras@outlook.com
123	02.472.743/0001-90	DIMALAB ELETRONICS DO BRASIL EIRELI	31 3337-8390	gerencia@maurocardoso.com.br

124	27.374.910/0001-90	DOUGLAS ANTONIO CUNHA	62 3577-2888	dac.ltda.comercio@gmail.com
125	27.176.482/0001-91	DOUGLAS CORDEIRO EIRELI	48 3285-1802	cordeiro.atacadista@gmail.com
126	34.046.586/0001-47	DSBRITO COM. DE ARTEFATOS EM ACO INOX	11 2498-7989	denise@projinox.com.br
127	09.629.070/0001-88	DUPLO J - IMP. DE MAQUINAS E EQUIPAMENTOS	11 3361-9318	andreia@oe.cnt.br
128	08.906.780/0001-45	DW SERVICE LTDA	62 3095-8900	lucineide.adm@xdigital.com.br
129	02.136.854/0001-25	E.C. DOS SANTOS COMERCIAL EIRELI	12 3904-4600	financeiro@rapcomercial.com.br
130	50.657.402/0001-31	EBRAM PRODUTOS LABORATORIAIS LTDA	11 2291-2811	helenice@ebram.com
131	64.919.541/0001-09	ECONOMATICA SOFT. APOIO INVESTIDORES LTDA	11 4081-3800	veronica@economatica.com.br
132	04.791.454/0001-89	EDITORA CRV LTDA	41 3039-6866	paulo conteplan@bol.com.br
133	33.031.792/0001-10	EDVANIA FERNANDES CORDEIRO	38 8801-8322	distribuidorastg@gmail.com
134	26.503.796/0001-99	EFICILUX COM; E SERV. DE EQUIP. ELETRICOS	31 2565-3470	omno@omno.com.br
135	01.804.159/0001-21	ELETRA TECNOLOGIA E INFORMATICA LTDA	31 3295-5020	administrativo@eletra.com.br
136	29.714.907/0001-02	ELETRICA CIDADE EIRELI	62 3081-7281	lcdep@hotmail.com
137	20.900.592/0001-05	ELETROSIA MATERIAL ELETRICO LTDA	61 3028-6017	clesiobocao@hotmail.com
138	22.860.881/0001-53	ELIANA GALDINO SOARES COMPONENTES	13 3219-1560	egscomponentes@outlook.com
139	04.149.569/0001-74	EMG SYSTEM DO BRASIL LTDA	12 3934-1211	doc@asconnet.com.br
140	32.005.178/0001-11	EMGESA EMP. DE GER. DE SOBRESSALENTES	11 4801-3111	saraiva@emgesa.com.br
141	71.505.564/0001-24	EMIGE MATERIAIS ODONTOLOGICOS LTDA	31 2522-8200	documentos@emigeodonto.com.br
142	01.569.755/0001-74	EMPRESA DE CONS. E LIMPEZA DALU LTDA	62 3280-1173	administrador@empresadalu.com.br
143	16.549.914/0001-46	ENG COM. E SERV. DE EQUIPAMENTOS LTDA	62 3942-1221	contabilidadefenix@gmail.com
144	04.768.702/0001-70	ENGEMIL - ENGE, EMPREEND.,MANUTENCAO	61 3248-2876	regiton@engemileng.com
145	18.321.200/0001-01	ENGRACIA MERC. DE MOB. UTIL. E SUPRIMENTOS	62 3280-2630	ze.aparecido@hotmail.com
146	15.135.292/0001-47	ER COMERCIAL - MATERIAIS PARA SOLDA LTDA	11 2957-4061	licitacoes1@eduar.com.br
147	33.354.609/0001-18	EREMARCO COM. E DIST. DE PROD. DE LIMPEZA	54 9137-8758	contatobutka@hotmail.com
148	19.362.299/0001-52	ERICA E.G. LIMA SERV. DE MAO DE OBRA	91 9270-7406	comercial@facilityempresas.com.br
149	33.359.009/0001-42	ETHOS PRODUTOS PARA SAUDE EIRELI	21 2652-6453	negocios.jcarlosjr@gmail.com
150	11.395.850/0001-52	EVOLUCAO PET - COM. DE PROD. BANHO/TOSA	11 2361-3816	atendimento@evolucaopet.com.br
151	22.694.700/0001-66	EVOLUE COM. DE EQUIP. TELECOMUNICACOES	11 2338-8463	adm@evolue.ind.br
152	08.438.039/0001-05	EXECUTIVA COM. DE EQUIP. DE SEGURANCA	61 3248-5002	marcoroda01@gmail.com
153	55.741.110/0001-04	EXOM ARTIGOS PARA LABORATORIOS LTDA	11 3804-1916	cida.exom@hotmail.com.br
154	11.105.408/0001-44	F.F. CONTROLE E CERTIFICACAO LTDA	62 3275-1272	contato@seccol.com.br
155	33.618.396/0001-94	FABRICIO RACHADEL COSTA	48 9668-4211	frclicitacoes@gmail.com
156	08.804.362/0001-47	FACHINELI COMUNICACAO LTDA	34 3314-8894	atualcomunicacao@terra.com.br
157	07.026.208/0001-29	FACILITTY CONSTR. E MANUT. PREDIAL LTDA	61 3322-8154	doismm@hotmail.com
158	08.111.264/0001-24	FAROL PRODUTOS CIENTIFICOS LTDA	62 3225-7467	vendas@farolcientifica.com.br
159	21.707.794/0001-06	FASTLABOR COMERCIAL EIRELI	35 3526-9198	licitacao@fastbiocomercial.com.br
160	29.927.998/0001-56	FENIXPEL DISTRIB. MAT. DE ESCRIT. E LIMPEZA	48 3432-5049	comercial1@fenixpeldistribuidora.com,br
161	22.014.876/0001-20	FER - MAX FERRAMENTAS LTDA	11 2501-5006	fermax@terra.com.br
162	29.704.594/0001-01	FERNANDA FOGACA FANTOURA MORDINI	41 8721-5781	fermaiscomercial@hotmail.com
163	06.315.324/0001-03	FIDELIDADE DEDETIZADORA LTDA	62 3088-1353	fidelidadeddt@hotmail.com
164	07.756.105/0001-14	FLOPTECH COMERCIO DE EQUIPAMENTOS	48 3035-1210	floptechme@gmail.com
165	26.365.896/0001-04	FORMA STYLE SEATING ERGONOMIC LTDA	16 3983-2101	formastyle@formastyle.com.br

166	30.197.931/0001-92	FORMIS INSTRUMENTOS DE MEDICAO LTDA	11 4441-8838	formis@formis.com.br
167	15.823.467/0001-09	FORTE IMPERADOR COM. ATAC. EQUIPAMENTOS	62 3926-6920	atendimento@forteimperador.com.br
168	05.146.507/0001-71	G5 ARQUITETURA E ENGENHARIA S/S - EPP	62 3218-2060	g5engenharia@terra.com.br
169	02.430.968/0003-45	GASBALL ARMAZ. E DISTRIBUIDORA LTDA	62 3532-5000	patricia.aramayo@consigaz.com.br
170	17.564.421/0001-48	GASTECNIQUE DO BRASIL LTDA.	19 3861-4886	rogeriopolo@uol.com.br
171	15.338.566/0001-03	GENEMOL BIOTECNOLOGIA LTDA	61 8536-3358	genemolbiotecnologia@gmail.com
172	90.180.605/0001-02	GENTE SEGURADORA SA	51 3027-8864	contabilidade@genteseguradora.com.br
173	34.533.426/0001-22	GESY SARAIVA DE GOIAS	62 3956-1082	saraivadist@hotmail.com
174	19.553.531/0001-30	GLOBAL COMERCIO, SERVICOS DE LIMPEZA	91 3288-0328	global.servico2017@gmail.com
175	07.610.601/0001-65	GLOBAL TRADE TECHNOLOGY	16 3244-3908	financeiro@globaltradebr.com.br
176	07.155.392/0001-07	GN1 SISTEMAS E PUBLICACOES LTDA	11 3277-6160	nelson@knowhowcontabil.com.br
177	13.712.784/0001-22	GOIASPAPER DISTRIBUIDORA LTDA	62 3286-6831	laborecontabil@hotmail.com
178	25.123.894/0001-38	GOTHERM ENGENHARIA TERMICA LTDA	62 3202-3738	comercial@gothermeng.com.br
179	10.789.274/0001-65	GRUPO COIMBRA DE DIRIG. DE UNIV. BRASILEIRA	61 3323-9565	mccaivonete@pop.com.br
180	97.458.533/0001-53	GUARDIA ADMINISTRACAO E SERVICOS LTDA	62 3280-3169	contato@guardia.com.br
181	08.459.500/0001-06	GUAXINIM COMERCIO EIRELI	31 2535-6432	soma_adm_cont@yahoo.com.br
182	16.866.828/0001-67	H L P COMERCIO ELETRO FONIA EIRELI	21 2524-4888	comercialhugo@gmail.com
183	03.851.189/0001-14	HABIB DECORACOES DE ITAJUBA LTDA	35 3622-1161	contabilex@contabilex.net
184	13.166.436/0001-05	HIGICLEANER COMERCIAL LTDA.	11 4187-1088	higicleaner@skillbr.com.br
185	01.608.488/0001-05	HOHL MAQUINAS AGRICOLAS LTDA	62 272-3434	cleidson@casadopicapau.com.br
186	26.736.747/0001-04	HOSPTECH SERVICOS PARA SAUDE EIRELI	62 3088-2080	messias.hospitech@gmail.com
187	21.256.719/0001-68	I A DA SILVA FILHO	84 8704-6865	licitacontnatal@gmail.com
188	33.149.502/0001-38	I.R. COMERCIO E MATERIAIS ELETRICOS EIRELI	31 2510-0107	licitacao.bgcomercio@gmail.com
189	34.584.982/0001-28	IGOR RAPHAEL DE CARVALHO CHIARAPPA	19 8244-3140	chiarappaigor@hotmail.com
190	19.026.964/0001-37	ILMA CHAVES PEREIRA	31 3491-7359	icpcientifica@gmail.com
191	29.760.831/0001-43	ILUMINAR COMERCIO E REPRESENTACOES	31 2568-2565	contato@jlcontadores.com.br
192	78.589.504/0001-86	INDREL IND. DE REFRIGERACAO LONDRINENSE	43 3378-5500	indrel@indrel.com.br
193	07.628.070/0001-38	INDUSTRIA E COM. COLCHOES ORTHOVIDA LTDA	38 3721-6983	jjgdiniz@gmail.com
194	33.071.501/0001-18	INFINITY COM, SERV. E ENGENHARIA LTDA	61 9158-2080	contato@oportaldolicitante.com
195	10.807.978/0001-13	INFORMATICA QUALITY COMERCIO E SERVICOS	31 3272-8161	compras@informaticaquality.com.br
196	56.215.999/0001-40	INFORSHOP SUPRIMENTOS LTDA	11 5541-9595	telma@ccaconsultores.com.br
197	53.775.862/0001-52	INSTRUTHERM INSTRUMENTOS DE MEDICAO LTDA	11 2144-2800	financeiro@instrutherm.com.br
198	05.058.935/0001-42	INTERATIVA-DEDET. HIG. E CONSERVACAO LTDA	61 3363-4744	interativa@interativaservicos.com
199	13.554.905/0001-55	IPANEMA BRASIL ATACADO E IMPORTACAO LTDA	62 3099-1299	somma.assessoria@ig.com.br
200	00.588.541/0002-63	IPANEMA EMPR. SERV. GER. TRANSPORTES LTDA	61 3035-1501	contabilidade@empresaipanema.com.br
201	29.778.843/0001-03	IRMAOS OLIVEIRA COM. DE FERRAMENTAS LTDA	11 2253-3533	nei@irmaosoliveira.net
202	02.005.835/0001-60	ISOLAR COMERCIAL LTDA	62 9140-5081	isolarcomercialanapolis@gmail.com
203	10.554.387/0001-81	ISTI INFORMATICA & SERVICOS LTDA	61 3544-3545	contato@isti.inf.br
204	24.845.457/0001-65	ITACA EIRELI	47 3057-3930	itaca@itaca.eco.br
205	34.446.741/0001-12	J R ARAUJO NORDESTE COM. E DISTRIBUICAO	84 9458-0570	jr-ne@hotmail.com
206	08.658.622/0001-13	J. J. VITALLI	55 3744-1575	jaime@vitaza.com.br
207	25.118.107/0001-60	JJ SALES MATERIAIS DE CONSTRUCAO LTDA	19 9235-0429	joabe.sales@bol.com.br

208	00.489.050/0001-84	JJGC IND. E COM, DE MATERIAIS DENTARIOS S.A	41 2169-1000	contabilidade@neodent.com.br
209	01.560.790/0001-22	JNS COMERCIO E REPRESENTACOES LTDA	21 3431-3711	jnsfinanceiro@gmail.com
210	27.342.897/0001-98	JORGE DONIZETI ESTEVES	17 3308-8184	ra.bec@hotmail.com
211	22.077.847/0001-07	JOSE DANTAS DINIZ FILHO	83 9654-2142	dantasdiniz@gmail.com
212	29.054.890/0001-04	JPA LABOR IND. DE EQUIP. PARA LABORATORIOS	17 3235-4228	licitacao@jpalabor.com.br
213	15.733.676/0001-61	JS IND. E COM. DE CORTINAS E PERSIANAS LTDA	62 3275-7051	novaeracon@globo.com
214	10.525.127/0001-88	JULEAN DECORACOES LTDA	32 3216-9735	acrcontabil@acrcontabil.com.br
215	10.463.704/0001-54	K DE T H AGRA	83 9372-2003	kthagra@yahoo.com.br
216	25.027.909/0001-64	KL DISTRIB. DE PROD. HOSPITALARES LTDA	62 3988-5512	compras@klhospitalar.com.br
217	06.246.554/0001-50	KOCH ELECTRON MICROSCOPY LTDA	11 2965-0639	contato@contabilaz.com.br
218	19.571.002/0001-69	KRIMA ELETRICA BH EIRELI	31 2520-1500	fiscal.catedral2@gmail.com
219	22.966.860/0001-17	L.R. COMERCIO DE SUPRIMENTOS LTDA	14 3664-3083	rudge@teknoluvas.com.br
220	73.008.682/0001-52	LABINBRAZ COMERCIAL LTDA	11 2162-0351	waraujo@wiener-lab.com.br
221	51.462.471/0001-52	LABSYNTH PROD. PARA LABORATORIOS LTDA	11 2100-1233	eslucas@terra.com.br
222	08.014.804/0001-51	LAERDAL MED. IMP. E COM. DE PRODUTOS MEDIC	11 4193-8007	glauce.balland@laerdal.com
223	30.509.910/0001-65	LANIAQ SOLUCOES EM COMPUTACAO EIRELI	71 3241-7725	contato@laniaq.com
224	34.770.156/0001-73	LAPTOP INFORMATICA E TECNOLOGIA LTDA	69 3535-3811	laptoplicitacoes@gmail.com
225	21.863.986/0001-01	LARYSSA DE PAULA REZENDE	62 8439-1623	rezende-r@hotmail.com
226	35.473.398/0001-68	LAUISE CRISTINA REIS DE PAULA	43 3528-2142	lauise3@hotmail.com
227	19.827.650/0001-33	LEITE & LIMA LTDA	63 3214-1084	insetmaster@hotmail.com
228	24.935.938/0001-61	LEMA COMERCIO E SERVICOS EIRELI	62 3242-6587	lemacomercioeservicos@gmail.com
229	34.073.854/0001-10	LENDARIO COM. DE EQUIP. ELETRICOS EIRELI	62 8553-5500	lendarioatacadista@gmail.com
230	12.967.719/0001-85	LEPIDUS TECNOLOGIA LTDA	48 3181-0048	financeiro@lepidus.com.br
231	26.950.671/0001-07	LICERI COM. DE PRODUTOS EM GERAL LTDA	55 3739-1043	licericomercio@hotmail.com
232	27.184.259/0001-96	LICITE BRASIL COMERCIO E SERVICOS EIRELI	11 4800-3800	diretoria@grupodsw.com.br
233	16.628.132/0001-00	LICITEC TECNOLOGIA EIRELI	47 3025-4100	diego@licitectecnologia.com.br
234	27.545.901/0001-15	LIDER - MALOTES, BOLSAS E EPIS LTDA	11 2562-9422	contatos@lidermalotes.com.br
235	00.482.840/0001-38	LIDERANCA LIMPEZA E CONSERVACAO LTDA	48 3733-3100	dptocontabilidade@lideranca.com.br
236	23.110.090/0001-79	LIDIANE NUNES DE OLIVEIRA ZANON	31 3042-2288	atendimento@lojasamel.com.br
237	63.067.904/0002-35	LIFE TECHNOLOGIES BRASIL COM E IND DE PRODUT	11 5070-9711	bruno.santos@thermofisher.com
238	02.548.854/0001-32	LIVRARIA HAG EIRELI	51 3228-5557	livraria@livrariahag.com.br
239	10.257.026/0001-73	LPF COMERCIO DE SEMENTES EIRELI	47 3522-2260	financeiro@bentecsementes.com.br
240	04.694.478/0001-10	LTBA COMERCIO E SERVICOS LTDA	62 3434-8500	ltbabr@gmail.com
241	01.151.850/0001-53	LUDWIG BIOTECNOLOGIA LTDA	51 3044-3308	licitacao@ludwigbiotec.com.br
242	12.607.190/0001-99	LUX MEDIC COM. DE PROD. HOSPITALARES	11 4610-1135	licita@luxmedic.com.br
243	26.519.663/0001-00	M M RODRIGUES EIRELI	61 3254-3511	fox.projetores@gmail.com
244	27.081.522/0001-11	M T MARCONI EIRELI	19 3035-0666	ricardoroxo@itato.com.br
245	28.697.784/0001-78	MARIA CONSUELO SOARES DA MATA	11 3932-1604	sales@genaubrasil.net
246	15.600.690/0001-97	MARILAINE CHELMINSKI SWENSSON	53 8425-4151	wilson.ninha@hotmail.com
247	21.599.245/0001-57	MATANFER COMERCIO DE ACOS E METAIS LTDA	11 3421-0489	jcs.cont@terra.com.br
248	04.724.729/0001-61	MAXLAB PROD. PARA DIAG. E PESQUISAS LTDA	62 3251-0351	maxlab@terra.com.br
249	24.188.945/0001-47	ME. ROCHA COMERCIO E SOLUCOES EIRELI	12 3902-8080	diretoria@vcmcontabilididade.com.br
250	22.066.758/0001-65	MEDLINN PRODUTOS HOSPITALARES EIRELI	62 9647-9338	diretoria@medlinn.com.br

251	02.629.342/0001-09	MELO & PINHEIRO LTDA	61 3386-1749	licitacao@melodistribuidora.com
252	12.925.007/0001-01	MERCOSCIENCE COMERCIAL LTDA	19 3657-2561	comercial@mercoscience.com.br
253	01.866.388/0001-70	META MOVEIS DE METAIS IND. E COMERCIO LTDA	62 3261-6126	ribeirocontab@hotmail.com
254	32.487.278/0001-21	METROLAB SOLUCOES EM ENG. CLINICA LTDA	62 3123-1595	charles@metrolabs.com.br
255	02.102.498/0001-29	METROPOLITAN LIFE SEG. E PREV. PRIVADA SA	11 5501-2602	fabiana.f.miranda@metlife.com
256	21.718.933/0001-99	MICHAEL EDUARDO PIETROCHINSKI	41 8846-7091	michael@eletrobook.com.br
257	78.126.950.0011-26	MICROSENS S/A	43 3373-8204	contabil@microsens.com.br
258	30.223.033/0001-61	MIRAZAB COM. E SERV. TECNICOS	11 4116-4169	adm.afhservicos@gmail.com
259	12.159.642/0001-17	MIX SERVICOS INDUSTRIA E COMERCIO EIRELI	62 9285-9226	mixservicos@gmail.com
260	01.586.961/0001-92	MOBBIL RESOURCES DO BRASIL EIRELI	21 3554-2655	gb@mobbil.com.br
261	05.926.726/0001-73	MODULO ENG., CONSULT. E GER. PREDIAL LTDA	61 3031-6347	sdelattre@orona.com.br
262	66.886.052/0001-15	MOGIGLASS ART. PARA LABORATORIOS LTDA	11 4723-4110	mogiglass@mogiglass.com.br
263	15.562.934/0001-94	MOLECULAR BIOT. E REPRESENTACAO LTDA	31 3658-5366	licit@molecularbrasil.com.br
264	10.704.014/0001-40	MORAIS E MORAIS COM. E ASSISTENCIA TECNICA	62 3097-6014	sergioherry@hotmail.com
265	26.962.292/0001-37	MP IMPO., EXP., PRODUTOS E SERVICOS EIRELI	62 3093-4558	mpprodutoseservicos@gmail.com
266	23.684.531/0001-46	MS EVENTOS EIRELI	62 3595-9820	msservicosgovernamentais@gmail.com
267	22.310.018/0001-22	MTEC ENERGIA EIRELI	62 3595-9820	msservicosgovernamentais@gmail.com
268	21.268.634/0001-08	MULTIPLIER DISTRIBUIDORA EIRELI	34 2589-5809	emultiplier@gmail.com
269	29.564.455/0001-11	MUNDIAL COM. E SERV, DE INFORMATICA LTDA	11 4693-2232	inovegmacontabil@hotmail.com
270	06.235.228/0001-47	MUSIC FRIENDS COMERCIAL EIRELI	48 4042-2248	contato@musicfriends.com.br
271	09.358.717/0001-84	MVS CARTUCHOS LTDA	11 2081-5165	mvscartuchos@yahoo.com.br
272	20.915.722/0001-83	N A FERREIRA SUPRIMENTOS DE INFORMATICA	44 3025-3174	marcelo@casadocartuchoinga.com.br
273	28.634.818/0001-85	N.S.S. COMERCIAL & CONSTRUTORA EIRELI	61 3347-0277	nss.licitacao@gmail.com
274	26.736.425/0001-57	NDS INFORMATICA EIRELI	44 3030-1167	nds.cartuchos@hotmail.com
275	15.130.732/0001-73	NELSON BENTO RIBEIRO	41 3248-1426	fabioluizr@gmail.com
276	31.731.853/0001-27	NEW LINE SOLUCOES CORPORATIVAS EIRELI	62 3645-7826	monamar@alasassessoria.com.br
277	20.818.870/0001-80	NEWLIGHT COMERCIO E SERVICOS - EIRELI	11 3621-8151	newlight.licita@gmail.com
278	34.594.877/0001-70	NICOLE SINTIQUE NASCIMENTO	19 2149-0023	contatoaman@gmail.com
279	00.201.018/0001-51	NK COMERCIO DE PAPEIS LTDA	41 3059-0549	nk@distribuidorank.com.br
280	10.750.894/0001-90	NL PRODUTOS HOSPITALARES EIRELI	62 3088-5468	nlph@hotmail.com
281	67.774.679/0001-47	NOVA ANALITICA IMP. E EXPORTACAO LTDA	11 2162-8080	valter.pereira@novanalitica.com.br
282	19.987.085/0001-71	NSA SOLUCOES EIRELI	62 3924-8825	nsasolucoesme@hotmail.com
283	22.381.412/0001-51	NUTRIR REFEICOES LTDA	34 2512-0600	paralegal@aserco.com.br
284	05.895.525/0001-56	OBJETIVA PROD. E SERV. LABORATORIOS LTDA	62 3091-4345	maxlab.financeiro@hotmail.com
285	09.400.443/0001-44	OFICIAL PAPER INDUSTRIA E COMERCIO EIRELI	31 3274-1837	lojapereira@yahoo.com.br
286	09.630.087/0001-55	OLITHIER COM, DE MATS, E MERCADORIAS	55 3744-1864	juridico@argentacontabilidade.com.br
287	04.937.243/0001-01	OLYMPUS OPTICAL DO BRASIL LTDA.	11 3046-6599	tatiana.vidal@olympus.com
288	09.642.050/0001-47	OMETTO & CIA EQUIP. DE RADIOP. E INSPECAO	19 3422-7651	processo@plannerempresarial.com.br
289	71.443.667/0001-07	ORBITAL PRODUTOS PARA LABORATORIOS LTDA	34 3210-0357	orbitalprodutos@gmail.com
290	07.247.883/0001-88	OREGON LABWARE IND. IMP. EXPORT PRODUTOS	11 3858-1432	anselmo@orelab.com.br
291	04.359.411/0001-29	PARABOLA EDITORIAL LTDA - EPP	11 4224-2483	assessoria@rmonteirocontabil.com.br
292	31.672.925/0001-02	PATRIC DIEGO CAMPOS ANDRADE	11 4245-7625	patricdiego17@gmail.com

293	27.541.254/0001-73	PATRICIA GUERRA ROCHA	11 3445-6188	carlos01_avantis@hotmail.com
294	09.642.280/0001-06	PEDREIRA HVB LTDA	62 3416-1600	contabilidade@grupobritec.com.br
295	21.636.077/0001-22	PELSTER TECNOLOGIA LTDA	11 2922-2953	comercial@pelster.com.br
296	58.954.694/0001-86	PER-LAB IND. E COME. VIDROS PARA LABS LTDA	11 2295-7900	perlab@perlab.com.br
297	02.543.216/0007-14	PERFIL COMPUTACIONAL LTDA	54 2628 8316	perfil@perfil.inf.br
298	19.430.036/0001-33	PERFIL HOSPITALAR LTDA	62 3983-3610	eduardoperfilvendas@gmail.com
299	00.351.210/0001-24	PERKINELMER DO BRASIL LTDA.	11 3868-6218	gourete.anjos@perkinelmer.com
300	05.287.391/0001-90	PH CIENTIFICA APARELHOS CIENTIFICOS LTDA	41 9631-3368	erico@cecopar.com.br
301	23.108.885/0001-42	PINHEIRO BRAGA EMPRESARIAL EIRELI	62 8206-5595	portalqualidade@gmail.com
302	02.213.325/0001-88	PLUGNET COMERCIO E REPRESENTACOES LTDA.	81 3426-7006	plugnet@plugnetshop.com.br
303	00.740.696/0001-92	PMH PRODUTOS MEDICOS HOSPITALARES LTDA	61 3326-3145	oculta.fm@hotmail.com
304	31.808.307/0001-47	POINTER DISTRIB. SUPR. PARA INFORMATICA	44 3354-7160	pointerdistribuidora@hotmail.com
305	08.228.010/0001-90	PORT DISTRIB. DE INF. E PAPELARIA LTDA	31 3349-5039	fiscal@portinfo.com.br
306	20.213.219/0001-86	PORTAL IND. E COMERCIO DE CONFECCOES	83 3283-1528	vendasportalc@gmail.com
307	61.198.164/0001-60	PORTO SEGURO COMP. DE SEGUROS GERAIS	11 2393-6762	solicitacoes.societario@portosegur o.com.br
308	81.243.735/0019-77	POSITIVO TECNOLOGIA S.A.	41 3316-7700	fiscal@positivo.com.br
309	37.396.447/0001-31	POSTO Z + Z JATAI LTDA	64 3631-3006	posto.jatai@redezmaisz.com.br
310	12.664.239/0001-45	PRATTIBRAS INDUSTRIAL LTDA	27 3338-6688	admf@viniltapetes.com.br
311	69.112.514/0001-35	PRIMASOFT INFORMATICA LTDA.	12 2136-7200	financeiro@prima.com.br
312	14.491.610/0001-40	PRIME IMPORTACAO E EXPORTACAO EIRELI	61 3021-4818	licitacao@primelicitacao.com.br
313	29.700.587/0001-23	PRIORITTA PRODUTOS HOSPITALARES - EIRELI	43 9154-1161	prioritta.saude@gmail.com
314	27.500.796/0001-06	PROBIOMAS PROD. E SERVICOS AMBIENTAIS	31 3564-0791	licitacoes@probiomas.com.br
315	11.909.227/0001-70	PROMEGA BIOTECNOLOGIA DO BRASIL LTDA.	11 3637-1559	controleinterno@dccontabil.com
316	01.014.406/0001-96	PROTEC PRODUTOS CIENTIFICOS LTDA	62 3224-8359	gerencia@protecgo.com.br
317	34.354.190/0001-67	PUBLIC SHOP ELETRO ELETRONICOS EIRELI	14 9151-2111	licitapublic@gmail.com
318	01.334.250/0001-20	QIAGEN BIOTECNOLOGIA BRASIL LTDA.	11 5079-4000	larissa.souza@qiagen.com
319	06.003.551/0001-95	QUALIVIDROS DISTRIBUIDORA LTDA	35 3521-5443	vendas@qualividros.com
320	11.301.724/0001-91	QUALY COMERCIAL EIRELI	35 3526-9274	vendas@qualycomercial.com
321	04.439.341/0001-19	QUATRO G PESQ. & DESENVOLVIMENTO LTDA	51 3352-6560	direcao@quatrogpd.com.br
322	02.480.417/0001-24	QUERETARO TEC. DE PROTECAO AMBIENTAL LTDA	45 3268-3676	queretaro@rgl.com.br
323	77.043.511/0001-15	QUIMTIA S.A	41 2169-3172	nuvital@nuvital.com.br
324	28.626.045/0001-95	R & R COMERCIO E SERVICOS EIRELI	11 5033-2810	legalizacao@sklcontabil.com.br
325	06.134.321/0001-65	R.A.S. INDUSTRIA DE BRINDES - EIRELI	43 3033-7571	financeiro@b2brindes.com.br
326	26.668.902/0001-94	R.N. BALTAZAR - COMERCIO DE INFORMATICA	17 3525-1793	menegolicontabil@terra.com.br
327	10.302.648/0001-76	R&L IND. E COM. DE ART. DE DECORACOES	62 3575-5333	rl.decoracoes@yahoo.com.br
328	35.053.417/0001-05	R2 COMERCIO E SERVICOS EIRELI	62 9908-0750	r2comerciogo@gmail.com
329	20.203.886/0001-88	RAD SERVICOS ESPEC. E COMERCIO LTDA	12 3622-6576	contabil@asteya.pro.br
330	82.446.394/0001-70	RADIANTE ENG. DE TELECOMUNICACOES LTDA	41 3311-9466	radiante@radiante.com.br
331	30.735.649/0001-11	RAFA PAPER DISTRIBUIDORA EIRELI	62 3286-6831	contato@laborecontabil.com
332	07.385.041/0001-92	RAMALAN DISTRIB. E COMERCIO DE PAPEIS	62 3233-5236	atendimento@smendes.com.br
333	01.544.986/0001-23	RAMALIVROS DISTRIBUIDORA LTDA	11 3107-4333	meiry@ramalivros.com
334	22.654.814/0001-82	RAPHAEL GONCALVES NICESIO	17 3227-5432	rhoss@rhoss.com.br
335	24.884.690/0001-57	RAPHAEL SILVA ARAUJO	79 4101-6566	contato@raphatech.com.br
336	04.176.836/0001-00	RC TEIVE COMERCIO E DISTRIBUICAO	48 3034-5070	rc.teive@ig.com.br

		LTDA		
337	08.247.960/0001-62	REAL JG FACILITIES EIRELI	61 3363-7575	realdp2008@hotmail.com
338	29.508.686/0001-08	REFINITIV BRASIL SERV. ECONOMICOS LIMITADA.	11 5644-7523	leandro.costa@refinitiv.com
339	04.345.762/0001-80	REY-GLASS COMERCIAL E SERVICOS EIRELI	11 2041-1402	reyglass@uol.com.br
340	25.040.889/0001-61	RIBEIRO APOIO ADMINISTRATIVO E COMERCIO	41 3019-7434	juridico@sieg-ad.com.br
341	30.807.784/0001-25	RICARDO A. DA ROCHA H. MATERIAIS ELETRICOS	51 9029-6431	primebonline@gmail.com
342	28.325.560/0001-35	RICCOLAB PRODUTOS PARA LABORATORIOS LTDA	11 2687-3807	riccolab@riccolab.net
343	73.932.832/0001-10	RIZON INDUSTRIA DE MAQUINAS LTDA	43 3341-2040	danilo.silva@rizon.com.br
344	20.784.313/0001-95	RM COMERCIO DE MERC. E MATERIAIS LTDA	55 3744-6243	comerciorm1@gmail.com
345	30.649.906/0001-00	RODRIGO ALBUQUERQUE ZIN	48 8431-6851	rzinal@gmail.com
346	11.146.393/0001-62	RODRIGO MESEGUER CARDOSO	15 3228-2783	rodrigo@fauzimetais.net
347	30.169.962/0001-30	ROGERIO LAUX	51 9911-4194	rogeriolaux@gmail.com
348	03.217.016/0001-49	RPF COMERCIAL EIRELI	41 3015-5696	rpf@rpfcomercial.com.br
349	03.655.629/0001-68	S & K INFORMATICA LTDA	44 3026-1011	murilo@datagreen.com.br
350	26.889.274/0001-77	S.M GUIMARAES	22 2764-2081	silvan@qualityy.com.br
351	04.424.267/0001-67	SALI COMERCIO, LOCACAO E SERVICOS LTDA	11 3683-0175	sali@sali.com.br
352	05.239.149/0001-41	SAM INFORMATICA E EQUIPAMENTOS EIRELI	37 3071-1070	sam.mg@terra.com.br
353	15.153.524/0001-90	SANIGRAN LTDA	41 3151-0688	contato@sanigran.com.br
354	11.186.469/0001-83	SANTANA WERNECK COMERCIAL EIRELI	31 3347-3449	comercialsw@yahoo.com.br
355	51.536.795/0006-00	SANTIAGO & CINTRA IMP. E EXPORTACAO LTDA	16 3965-8220	diego_figueredo@santiagoecintra.com.br
356	50.429.810/0001-36	SAPRA LANDAUER SERV. ASSES. PROTECAO RADIOL	16 3362-2700	sa@sapra.com.br
357	00.325.276/0001-40	SAUDE INSTITUTO DE ANALISES CLINICAS LTDA	62 3520-1468	laboratoriosaude.adm@gmail.com
358	11.837.115/0001-51	SB DE ARAUJO TEC. DE EQUIPAMENTOS	41 3071-7666	sbaraujo@sbaraujo.com.br
359	97.546.325/0001-06	SBM COM. E SERV. TEL. E INFORMATICA	61 3486-8063	licitacoes@sbmtelecom.com.br
360	27.870.531/0001-91	SEEGENE DO BRASIL COM. PROD. MED. HOSPITALAR	31 2515-3003	financeiro@seegenebrazil.com.br
361	23.198.676/0001-37	SELF STATION AUDIO E VIDEO LTDA	31 2559-9550	financeiro@projectorav.com.br
362	02.651.032/0001-82	SENIOR ENG. DE AUT. E SERV. ESPECIALIZADO	62 3281-1911	anthur@ibest.com.br
363	22.381.410/0001-62	SERTEN ENGENHARIA LTDA	62 8153-6873	serten.eng@gmail.com
364	08.327.874/0001-60	SEVEN COM. DE CALCADOS E PARTICIPACAO LTDA	62 3225-2020	gleidson@gncosnultcom.br
365	58.752.460/0001-56	SHIMADZU DO BRASIL COMERCIO LTDA.	11 2424-1700	financeiro@shimadzu.com.br
366	13.406.686/0001-67	SIG SOFTWARE & CONSULT. TECNOL. INFORMACAO	84 4141-2141	secretaria@esig.com.br
367	68.337.658/0001-27	SIGMA-ALDRICH BRASIL LTDA	21 2444-2059	carlos.ab.franck@merckgroup.com
368	19.814.481/0001-05	SILK BRINDES COM. VISUAL, PUBLICIDADE	38 3561-2588	silkbrindes@live.com
369	24.533.613/0001-52	SILP CATANDUVA COM. DE EMBALAGENS LTDA	17 3525-5200	contabilidade@perossi.com.br
370	13.728.507/0001-08	SILVIO APARECIDO DE MEDEIROS ELETRONICOS	11 3992-8544	pontoem@hotmail.com
371	13.545.241/0001-68	SINTESE BIOTECNOLOGIA LTDA.	31 2559-6558	processos@fattocontabilidade.com.br
372	28.268.998/0001-29	SIRLENE SANTANA DOS SANTOS	96 3118-1078	sirlenesdossantos@gmail.com
373	11.240.263/0001-94	SNDR COM. DE PROD. E ACES. INFORMATICA	11 9800-7067	arthur@sndr.com.br
374	00.137.950/0001-62	SOCRAM MAQ. APAR. E EQUIPAMENTOS LTDA	62 3946-4866	vendas@socram.com.br
375	12.278.822/0001-18	SOL E LUA MATERIAIS DE CONSTRUCAO LTDA	62 3211-2898	construmaiss@gmail.com
376	18.214.465/0001-00	SOLAB LABORATORIO INDUSTRIA E COMERCIO	19 3415-3990	financeiro@solabcientifica.com.br
377	11.099.588/0001-07	SOLARIS TELEINFORMATICA LTDA	11 2425-5153	licitacao@solaristeleinformatica.com.br

378	27.893.706/0001-86	SORTEL COMERCIO EIRELI	81 8874-1114	sortel@outlook.com.br
379	01.568.077/0001-25	STERICYCLE GESTAO AMBIENTAL LTDA	81 3125-7380	iarruda@stericycle.com.br
380	11.388.997/0001-15	STRA NEGOCIOS EM SAUDE E BEM ESTAR LTDA	47 3183-8200	faturamento@stramedical.com.br
381	26.469.541/0001-57	SUL.COM ATACADO E VAREJO LTDA	55 3744-1259	sul.comatacado2@gmail.com
382	15.285.249/0001-68	SUPRA SERVICES COMERCIOS DE ELETRONICOS	16 3286-3988	licitacoes.supra@hotmail.com
383	27.987.086/0001-44	SUPREMA HOSPITALARES EIRELI	62 3943-1453	migcontabil@ig.com.br
384	03.457.604/0001-50	SUPREMACIA ENGENHARIA EIRELI	62 8599-9009	reginaldo@supremaciaengenharia.com.br
385	03.515.001/0001-67	T T P INDUSTRIA MECANICA LTDA	51 3372-2425	ttp@ttp.ind.br
386	73.968.505/0001-18	T. F. BERTOLUCCI VILLAS BOAS EIRELI	41 3424-9671	thomaz@rhbsuprimentos.com.br
387	24.237.168/0001-83	TARCAL COM. MAQ. , APAR. E EQUIPAMENTOS	62 3315-5090	contatotarcal@gmail.com
388	28.841.368/0001-00	TATIANA PRISCILA DA CONCEICAO SOUZA	17 3272-1433	revitaldistribuidora@gmail.com
389	29.284.782/0001-10	TC COMERCIO EIRELI	31 3656-4823	licitacao.tc@outlook.com.br
390	12.524.643/0001-13	TC TEXTIL INDUSTRIA E COMERCIO LTDA	75 3321-8800	setorfiscal@arcontabilidade.com.br
391	11.163.447/0001-06	TECA TECNOLOGIA E COMERCIO LTDA	35 3821-8983	tecaminas@yahoo.com.br
392	22.650.224/0001-81	TECFHOR SERV. TEC. MANUT. DE BALANCAS, EQ	62 3040-4082	atcontabilidade@hotmail.com
393	29.740.150/0001-13	TECH MED DISTRIB. DE MEDIC. E MATERIAIS HOSP	61 9610-0070	techmeddistribuidora@gmail.com
394	21.306.287/0001-52	TECNO2000 INDUSTRIA E COMERCIO LTDA	37 3329-1000	contabilidade2@tecno2000.com.br
395	12.762.841/0001-15	TERRAFAR HOSPITALAR EIRELI	62 3353-2341	andersonx@zipmail.com.br
396	69.194.934/0001-08	TESOURO DOS AZULEJOS E SUPRIMENTOS EIRELI	13 3233-9766	joeldeoliveira1@gmail.com
397	24.651.601/0001-22	TETON COMERCIO E SERVICOS EIRELI	67 3044-1056	mario@teton.com.br
398	21.803.386/0001-40	THAIS KENDERLLY ALVES DA SILVA	31 3435-6910	dominga.jovencio@oi.com.br
399	07.610.689/0001-15	THILE HOTEL LTDA	64 3606-8800	thilehotel@gmail.com
400	47.866.934/0001-74	TICKET SERVICOS SA	11 4003-9000	falecom-br@edenred.com
401	03.506.307/0001-57	TICKET SOLUCOES HDFGT S/A	11 3066-4231	gestao.fiscal-br@edenred.com
402	21.580.534/0001-04	TIRANT EMPORIO DO DIREITO EDITORIAL LTDA	11 2894-7330	financeiro@tirant.com
403	11.341.527/0001-04	TNT CURSOS E SERVICOS LTDA	62 8419-7569	tnt.servicos@yahoo.com
404	19.416.252/0001-24	TOPO COMERCIO, CONSTRUCOES E SERVICOS LTDA	64 9959-5232	topoconstrucoesservicos@gmail.com
405	03.619.767/0005-15	TORINO INFORMATICA LTDA..	15 3233-9320	denise@grupotorino.com.br
406	13.851.726/0001-80	TOTAL SEG. EQUIP. DE PROTECAO E SERVICOS ESP	64 3661-8299	figueira.fernandes@uol.com.br
407	14.213.841/0001-91	TR DISTRIB. DE EQUIP. DE SEGURANCA LTDA	43 3374-3374	dailton.junior@trepis.com.br
408	02.005.973/0001-49	UNIAO CONSTR. COM. DE PECAS E ACESSORIOS	61 3034-5919	ucconstrucoes@gmail.com
409	12.742.245/0001-73	UNISERVE COM. E SERV. TERCEIRIZADOS LTDA	61 3552-1782	contalux@bo.com.br
410	04.356.694/0001-55	V3D TECNOLOGIA LTDA	11 4423-1606	contato@voolt3d.com.br
411	23.980.789/0001-90	VALE DIAGNOSTICOS LTDA	11 2355-4587	valediagnosticos@gmail.com
412	08.017.512/0001-72	VERAX COM. DE PROD. EDUCATIVOS LTDA - EPP	11 3133-6700	cadastro@veraxeducacional.com.br
413	28.209.943/0001-48	VERTENTE DISTRIBUICAO E SERVICOS EIRELI	62 8108-1912	vertentedistribuicao@hotmail.com
414	27.655.815/0001-65	VG CONSULT. ELETRICA E AUTOMACAO LTDA.	11 8545-2577	consultoriavg@consultoriavg.com.br
415	17.816.245/0001-94	VIA PLAN CONSTRUTORA LTDA	62 8191-8211	murilo.civil@gmail.com
416	22.268.224/0001-11	VIDA DE SILICIO LTDA	27 9782-4210	vendas@vidadesilicio.com.br
417	01.160.949/0001-11	VIP VIGILANCIA INTENSIVA PATRIMONIAL LTDA	62 3284-5029	financeiro@empresasvip.com.br
418	03.959.575/0001-24	VISAN ASSESSORIA E PROD. HOSPITALARES EIRELI	62 3212-2119	financeiro@visanmedica.com.br
419	08.144.355/0001-66	VITEC TEC. EM PRODUTOS AUDIOVISUAIS LTDA	16 3951-2020	licitacao@vitec.ind.br
420	13.440.815/0001-33	VITRALAB EQUIP. E SUPR. PARA LABORATORIOS	41 3073-0440	licitacao1@azlab.com.br

421	30.041.676/0001-94	VIVO LICITACOES EIRELI	48 4042-2920	vivolicita3@gmail.com
422	00.158.141/0001-37	WATERS TECHNOLOGIES DO BRASIL LTDA.	11 4134-3788	tax_brazil@waters.com
423	17.150.506/0001-80	WEST LAB COM .DE PROD. PARA LABORATORIO LTDA	11 4365-4948	contato@qualitycont.com.br
424	35.820.448/0023-41	WHITE MARTINS GASES INDUSTRIAIS LTDA	62 3265-2503	adailson_santana@praxair.com
425	10.454.019/0001-61	WORK INF. IND, COMERCIO, IMPORTACAO E EXPO	84 9982-1923	fernando@workinformatica.com
426	25.048.186/0001-80	WORLD MED COMERCIO DE MATERIAL CIRURGICO	62 3558-6617	worldmedhospitalar@hotmail.com
427	14.086.351/0001-71	WR EQUIPAMENTOS E MAQUINAS LTDA	31 3443-4542	contabil@wrequipamentos.com.br
428	31.931.501/0001-15	ZARALAB COM. DE PRODUTOS LABORATORIAIS	32 3321-2278	financeiro@zaralab.com.br
429	26.112.972/0001-61	ZENITH COM. DE MATERIAIS GRAFICOS LTDA.	47 8910-7912	zenith.representacoes@gmail.com
430	24.379.436/0001-00	ZION TECH COM. E SERV. DE INFORMATICA LTDA	11 2954-4015	carlos@ziontechgroup.com
431	13.777.884/0001-37	ZIUL COM. DE SUPR. DE INFORMATICA LTDA	21 3522-5436	ziulcomercioltda@uol.com.br