

FACULDADE CATOLICA DOM ORIONE

CURSO DE GESTÃO FINANCEIRA

WANDESSON MONTEIRO DE SOUZA SANTIAGO

**A GRANDE PROCURA DE EQUIPAMENTOS TECNOLÓGICOS DURANTE O
PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL E OS PREÇOS PRATICADOS NO
MERCADO**

ARAGUAÍNA

2021

WANDESSON MONTEIRO DE SOUZA SANTIAGO

**A GRANDE PROCURA DE EQUIPAMENTOS TECNOLÓGICOS DURANTE O
PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL E OS PREÇOS PRATICADOS NO
MERCADO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Faculdade Católica Dom Orione como requisito parcial à
obtenção de grau de tecnólogo em Gestão Financeira.

Orientador: Profº. Esp. Agenor Neto Cabral da Cruz

ARAGUAÍNA

2021

WANDESSON MONTEIRO DE SOUZA SANTIAGO

**A GRANDE PROCURA DE EQUIPAMENTOS TECNOLÓGICOS DURANTE O
PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL E OS PREÇOS PRATICADOS NO
MERCADO**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Grau de Tecnólogo em Gestão Financeira do curso de Gestão Financeira da Faculdade Católica Dom Orione e aprovado em sua forma final em: 07 de dezembro de 2021.

Apresentado à Banca Examinadora composta pelos professores:

Profº Esp. Agenor Neto Cabral da Cruz
Orientador

Profº Esp. Fabio dos Anjos Oliveira
Examinador

Profº Drª. Mirian Aparecida Deboni
Examinador

A GRANDE PROCURA DE EQUIPAMENTOS TECNOLÓGICOS DURANTE O PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL E OS PREÇOS PRATICADOS NO MERCADO

THE GREAT DEMAND FOR TECHNOLOGICAL EQUIPMENT DURING THE PERIOD OF SOCIAL ISOLATION AND THE PRICES PRACTICE ON THE MARKET

Wandesson Monteiro de Souza Santiago¹

Agenor Neto Cabral da Cruz²

RESUMO

Este artigo analisa a demanda por equipamentos tecnológicos durante o período de isolamento durante a pandemia da COVID-19. Essa pesquisa analisou a oscilação de preços de durante o ano de 2019 e 2020. Para essa consulta, utilizou-se dados de estoques de uma empresa na cidade de Araguaína-TO. Dentre os produtos analisados, o *Smartphone*, o tablet e o notebook foram os equipamentos que mais tiveram aumento de procura e conseqüentemente o aumento do preço. Objetiva-se pesquisar e abordar o papel da tecnologia durante o isolamento social. A natureza da metodologia utilizada é aplicada e descritiva por estar associada a análise de faturamento de uma empresa local. Esta pesquisa é bibliográfica, de campo e quantitativa, e identificou que o aumento da demanda de Smartphone e o notebook estão relacionados com o isolamento. O aparelho celular pode ter aumentado a procura devido o tempo que as pessoas ficaram necessitando de entretenimento, ao passo que o aumento de vendas de notebook aconteceu devido ao teletrabalho.

Palavras-chave: Isolamento social, Comunicação, Equipamentos Tecnológicos e Mercados.

ABSTRACT

This article analyzes the demand for technological equipment during the isolation period during the COVID-19 pandemic. This research analyzed price fluctuations during the year 2019 and 2020. For this query, stock data from a company in the city of Araguaína-TO were used. Among the products analyzed, Smartphone, tablet and

¹ Graduando em Gestão Financeira pela Faculdade Católica Dom Orione.

² Especialista em Metodologia do Ensino de Matemática com complementação para o Magistério Superior pelo Instituto Brasileiro de Pesquisa e Extensão (IBPEX). Professor na Faculdade Católica Dom Orione.

notebook were the equipment that had the greatest increase in demand and, consequently, the increase in price. The aim is to research and address the role of technology during social isolation. The nature of the methodology used is applied and descriptive as it is associated with a local company's billing analysis. This research is bibliographical, field and quantitative, and identified that the increase in demand for smartphones and notebooks is related to isolation. The mobile device may have increased demand due to the time people were in need of entertainment, while the increase in notebook sales was due to telecommuting.

Keywords: Social isolation, Communication, Technological Equipment and Markets.

1 INTRODUÇÃO

Com o passar dos anos a tecnologia se tornou cada vez mais essencial na vida das pessoas, e hoje é quase impossível se imaginar viver sem ela, pois, ela traz inúmeras vantagens e uma das suas principais características é a facilidade da comunicação a distância.

Com a pandemia a sociedade teve que se adaptar à nova realidade que estava enfrentando com o distanciamento social, e uma das soluções foi o uso frequente de aparelhos eletrônicos. Em virtude disso, muitas empresas aproveitaram que o mercado estava propício para deixar seus produtos mais atrativos e assim aumentar suas vendas e conseguir maior lucratividade.

Nessa pesquisa será feito um estudo sobre “A grande procura de equipamentos tecnológicos durante o período de isolamento social e os preços praticados no mercado”, com o propósito de responder problemática com a seguinte pergunta: Essa grande procura impactou no aumento dos preços praticados no mercado?

Esse trabalho serve para melhor entender o comportamento humano que foi influenciado pela pandemia mudando completamente o seu estilo de compra e como o comércio foi capaz de se adequar durante essa crise econômica e financeira provocada pelo isolamento social.

O desenvolvimento desse tema é de suprema importância, já que ele aborda um fato atual com uma crise que atingiu o mundo inteiro, os meios que os mercados de produtos eletrônicos utilizaram para se expandir e o aumento dos preços praticados no mercado. Devido a pandemia o consumidor apresentou um novo comportamento com relação aos seus hábitos de compra, fazendo com que houvesse um crescente interesse por produtos tecnológicos. Durante o período de isolamento social o

comportamento do consumidor teve algumas alterações e isso só enfatizou o quanto o seu estilo de gastos foi afetado pela pandemia, por esse motivo os equipamentos tecnológicos passaram a ser o principal foco de suas compras.

Com esse estudo objetiva-se pesquisar e abordar o papel da tecnologia durante o isolamento social e como ela foi importante para ajudar as pessoas a se comunicarem, a alta da procura por produtos tecnológicos, bem como seus preços e os itens mais utilizados em uma loja de eletrônicos de Araguaína-TO.

Esse trabalho tem como objetivo específicos: pesquisar sobre o uso de equipamentos eletrônicos que facilitam a comunicação em durante de distanciamento social; entender o aumento da procura por compra de equipamentos tecnológicos para a comunicação; e analisar a alteração dos preços praticados pelo mercado.

A metodologia utilizada será quantitativa com natureza aplicada e descritiva. A pesquisa feita é de campo, em conjunto com uma pesquisa bibliográfica por fazer uso de materiais da internet. Para o levantamento e coleta dos dados necessários, servirá de fonte uma empresa conceituada na área de vendas de equipamentos tecnológicos no município de Araguaína – TO que fornecerá suas informações e uma entrevista comentada feita com um de seus funcionários.

2 ISOLAMENTO SOCIAL

No atual momento em que vivemos, devido a Pandemia da Covid-19, evitar grandes multidões e manter um maior distanciamento de outras pessoas tornou-se um meio de segurança e um gesto de amor com o próximo. Ficar em casa por causa do risco de contágio se fez necessário e essa é umas das medidas recomendadas por órgãos de saúde. No caso da covid-19, estudos apontam que cada infectado pode transmitir o vírus para uma média de 2,5 a 3 pessoas, o que leva a uma progressão bem rápida, em torno de 60 mil casos em dois meses, considerando a transmissão no 5º dia pós-contágio. (ARAGUAÍNA, 2020).

Por mais que o termo Isolamento social tenha ficado bastante popular atualmente em razão do Covid-19, esse é um método bem antigo utilizado pela sociedade. O isolamento social é entendido como uma ação em que um indivíduo se afasta da convivência com outras pessoas. Pode ser de forma voluntária, quando a pessoa se isola por vontade própria ou involuntária quando a pessoa é obrigada a se isolar por algum motivo de força maior (DO CORRAL VIEIRA, 2020).

O novo coronavírus ou (COVID-19) é uma doença infecciosa causada por um tipo de vírus corona o SARS-COV-2 que surgiu na china, na cidade de Wuhan em dezembro de 2019 e rapidamente se espalhou para o mundo todo. Essa doença tem a capacidade de agravar os sintomas já presente no organismo de uma pessoa, porém também pode causar sintomas secundários (BEZERRA et al. (2020).

O isolamento social ajudou bastante no combate a pandemia, pois nas regiões em que ele foi aplicado de maneira mais rigorosa as taxas de contágio diminuíram. Se adaptar a essa nova realidade não foi nada fácil, a humanidade teve que fazer uma alteração em seus hábitos e várias pessoas alegaram durante o isolamento social não conseguirem evitar de sair de casa. As principais dificuldades em manter o isolamento social são: doenças relacionadas a ansiedade e depressão, a falta de dinheiro que fazem muitas pessoas saírem de casa em buscar de emprego, além de muitos outros fatores. De acordo com o professor Eduardo Lima, o isolamento social tem tido efeito no controle da pandemia. “Os casos vinham em uma crescente exponencial, mas o gráfico mostra que isso desacelerou, o que é a constatação científica e aferida por números de que o isolamento é eficaz” (LIMA, 2020).

Pode-se observar que na cidade de Araguaína-TO, houve um aumento nos casos de contaminação, uns dos motivos é o isolamento social que não está sendo posto em pratica com a falta de responsabilidade de muitas pessoas que não estão cumprindo as normas e orientações do Ministério Saúde.

É muito fácil encontrar na cidade pessoas que não fazem o uso dos equipamentos de segurança, não respeitando o distanciamento social e frequentando locais com um enorme número de pessoas. Entre as ações, Araguaína foi a primeira cidade do Tocantins a adquirir os testes rápidos para covid-19, única no Estado a implantar um Hospital Municipal de Campanha e a primeira no País a tornar obrigatório o uso de máscaras respiratórias (ARAGUAINA, 2020).

Mesmo com todas essas ações a cidade liderou por um bom tempo o número de casos de infectados no estado o que levou no início no mês de junho o prefeito municipal a decretar lockdown de cinco dias com antecipação de feriados, exceto em casos de força maior. Decreto N°04/21, publicado no Diário Oficial do Município N° 2.318 (ARAGUAÍNA, 2021).

Durante o isolamento social muitas pessoas procuravam por maneiras de se distrair, o surgimento de novas plataformas de streaming contribuiu com o entretenimento com filme e series, lives ao vivo que se tornaram bastantes comuns, o

uso de aplicativos para a criação de conteúdo digital que ficou muito popular, teve também o aumento do trabalho em *home office*, mas houve quem optasse por outras formas de diversão como lê livros, praticar exercícios, fazer meditação e até cozinhar e muito mais. O importante foi que com o passar do tempo foi possível para uma grande parte das pessoas se adaptarem a nova realidade atual vivida pela sociedade.

O Isolamento causou uma enorme mudança na rotina das pessoas, a utilização de ferramentas como tablets, notebooks, celulares entre muitos vários outros equipamentos tecnológicos aumentou bastante. Sem dúvida a tecnologia se tornou uma peça fundamental para que as pessoas pudessem passar por esse período de distanciamento social. Setenta por cento dos brasileiros de 16 a 17 anos passaram a ficar mais de 4 horas por dia em frente ao computador, tablet ou celular, além do tempo das aulas online (FIOCRUZ, 2020).

3 COMUNICAÇÃO

A evolução da comunicação tanto oral quanto na escrita se ampliou pelo aumento das informações e do acesso a mesma. E devido a isso, surgiram novas e mais sofisticadas e democráticas formas de comunicação. No Brasil, o correio Brasiliense, foi o primeiro jornal a surgir e seu lançamento foi em 1 de junho de 1808; pelo fato da coroa portuguesa proibir a existência de impressora em sua colônia, a impressão desse jornal era feita em Londres. (SANTOS; ANDRADA E SILVA, 2016).

Apesar desta proibição, logo após a família real fugir para o Brasil, chegaram também as máquinas que possibilitaram a criação da Imprensa Régia, e assim criando o primeiro jornal que foi totalmente impresso em território brasileiro. Assim, em 10 de dezembro de 1808 foi fundada a Gazeta do Rio de Janeiro e publicava documentos oficiais e notícias de interesse da Corte, com uma linguagem semelhante com os atuais diários oficiais. (SANTOS; ANDRADA E SILVA, 2016).

A comunicação é uma peça chave para o desenvolvimento da sociedade, essa capacidade permite que as pessoas interajam entre elas para que haja trocas de informações e experiências. A comunicação para o ser humano é fundamental por natureza pois é uma característica própria do seu ser, ele pode abrir mão de seus bens materiais mais preciosos se for o caso, porém jamais de se comunicar. “O ser humano é um ser social que pode abster-se do intercâmbio, se necessário, bens

matérias, mas não pode deixar de trocar informações, ideias, emoções, pois a intercomunicação é como a respiração de uma sociedade (AVELINO, 2003).

Mas em resumo, a comunicação é uma ação de envio de informação entre indivíduos que significa, o que quer dizer algo (emissor) e o que está ouvindo (interlocutor). Ela ocorre por diversos meios de canais de comunicação. Um exemplo, mas básico seria ações, gestos, palavras ou quaisquer movimentos que signifiquem algum tipo de comunicação que esteja acontecendo (CORRÊA; DIAS, 2016).

O conceito de comunicação vem do latim *communicare*, que significa tornar comum, compartilhar, trocar opiniões, associar, conferenciar. A origem da humanidade está ligada a maneiras de encontrar novas formas de comunicação, para aumentar as relações sociais (OLIVEIRA; BRAGA, 2016).

Existem basicamente quatro categorias diferentes de comunicação: comunicação verbal, a não-verbal, escrita e a visual. A comunicação verbal, é a utilização da linguagem através de palavras; na comunicação não-verbal, o dialogo acontece por meio de gestos, ações, expressões faciais e linguagem corporal; a comunicação escrita, todas as conversas e informações são expressados por textos; e na comunicação visual, é a comunicação que existe por meio de elementos visuais (SANTOS; ANDRADA E SILVA, 2016).

Avelino (2003, p. 292) diz que:

A comunicação tornou o mundo um “espaço menor”. As ligações entre as nações e o intercâmbio entre as pessoas fez diminuir as distâncias. A importância da comunicação na vida cotidiana no comércio, nos transportes, na indústria, na agricultura e na educação é tão significativa que permitiu ao ser humano uma utilização cada vez mais crescente de técnicas e novidades altamente proveitosas ou desnecessárias, estimulando a concorrência, o bem-estar ou não, e as cotações e interesses de grupos do mercado internacional em todos os níveis.

É a linguagem o instrumento específico utilizado pelos homens para se comunicarem, uns com outros, trocando experiências e transmitindo os seus pensamentos, ideias, desejos, conhecimentos, sentimentos e paixões. (CORRÊA, DIAS, 2016).

3.1 Análise básica de oferta e demanda

A demanda pela visão da economia, é a disposição de comprar um determinado produto ou serviço, por parte dos consumidores, a procura, pela quantidade de mercadoria ou serviço que um consumidor ou vários consumidores está disposto adquirir, por determinado preço. Ou seja, a vontade que um indivíduo tem de comprar algum produto ou serviço, é porque ele tem o desejo ou a necessidade de obter aquele determinado bem, é capaz de pagar por ele e desse modo, está disposto a compra-lo. Lei da Demanda, “quanto maior for o preço, menor será a quantidade demandada em determinado período de tempo, *ceteris paribus*”. (DIAZ, 2007, p. 17).

Entre os conceitos básicos de demanda, existe a demanda individual onde basicamente, é um trabalho que vincula a quantidade que uma pessoa deseja comprar às condições de Mercado.

Oferta, procura e preços dos produtos, são termos essenciais quando se fala de conceito econômico de mercado. Apesar de cada um desses termos ter sua forma de afetar a ação dos agentes envolvidos em uma transação, os fatores e poderes de negociação variam devido as diversas estruturas de mercado. Porém, esses elementos mesmo que assumam diferentes aspectos, sempre existe oferta e procura. E a sua colisão originam-se os preços pelos quais se praticam as transações. (ROSSETTI, 2015).

Rossetti (2015, p. 410) diz que, “a procura de determinado produto é determinada pelas várias quantidades que os consumidores estão dispostos e aptos a adquirir, em função de vários níveis possíveis de preços, em dado período de tempo”.

As definições de oferta são semelhantes aos da procura, iniciando-se pelo seu próprio significado. Do mesmo modo para a oferta, reconhece-se duas variáveis, sendo elas, o preço e quantidades ofertadas. “A oferta de determinado produto é determinada pelas várias quantidades que os produtores estão dispostos e aptos a oferecer no mercado, em função de vários níveis possíveis de preços, em dado período de tempo”. (ROSSETTI, 2015, p. 420).

Assim como a procura, a oferta é concedida por sucessões de possibilidades alternativas, comparando as duas variáveis consideradas, preços e quantidades. O costume característico dos produtores é o de fazer um aumento as quantidades ofertadas, caso os preços sofram um aumento, assim reduzindo-as em caso de diminuições de preços conflitantes com o custo de produção. Embora as alternativas tenham efetividade na diminuição ou aumento da produção, mesmo que não sejam

as mesmas para todos os produtores, a totalização das reações individuais de cada, confirmará esse comportamento padrão. (ROSSETTI, 2015).

Diaz (2007, p. 36) define Lei da oferta, “quanto maior for o preço, maior será a quantidade ofertada em determinado período de tempo, ceteris paribus”.

3.2 O USO DA TECNOLOGIA COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO DURANTE O ISOLAMENTO SOCIAL.

As telecomunicações, são responsáveis por definirem os padrões que funcionam de base para o desenvolvimento dos meios de comunicação em todo mundo, possibilitando o fluxo de dados por meios de equipamentos tecnológicos entre pessoas em grandes distancias. Os rádios, Televisores e celulares são exemplos de tecnologias que utilizam esse conceito e que por causa disso é possível a transmissão de textos, imagens gráficas, sons e vídeo. (BATISTA, 2006).

Na sociedade atual a tecnologia está presente em toda parte, sempre ajudando os seres humanos a enfrentarem as dificuldades do dia a dia e durante a pandemia isso não foi diferente. Pessoas que faziam pouco uso de aparelhos como os smartphones, no período de isolamento social aumentaram seu uso e muitas pessoas que não usavam sentiram a necessidade de utilizar. Esse foi um dos efeitos da pandemia.

Devido a pandemia que casou o isolamento social, a sociedade se viu obrigada a encontrar outras formas de interação e uma delas foi o uso mais frequente da Internet. Vários equipamentos tecnológicos foram utilizados para estreitar essa distância e os telefones celulares se tornaram peças chaves para que isso acontecesse. O número de acesso móveis no Brasil foi de 234,07 milhões até o final do ano de 2020, isso representou uma alta de 7,39 milhões se comparado com o mesmo período do ano de 2019 que é igual a 3,26%. (AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÃO, 2021).

No ano de 2020 vários setores essenciais para o funcionamento da sociedade sofreram com a pandemia do Covid-19, e um dos setores que mais sentiu o efeito da pandemia foi a educação. Muitos professores e alunos tiveram que se adaptar a uma nova realidade. Contudo esse setor rapidamente deu uma resposta sobre como suas atividades continuariam ativas durante esse difícil momento. Como solução escolas e universidade do Brasil adotaram o ambiente virtual. As aulas remotas em conjunto

com a utilização de computadores, tablets, celulares entre outras ferramentas tecnológicas serviram para minimizar os impactos da pandemia.

4 EQUIPAMENTOS TECNOLÓGICOS PARA COMUNICAÇÃO

Para realizar essa pesquisa serão estudados alguns equipamentos tecnológicos para comunicação. Esses itens são celulares, notebooks, tablets, fones de ouvidos, mouses, teclados e monitores de computador. Com a finalidade de comparar como foi a saída desses produtos e as mudanças de seus preços na empresa X, durante os períodos de 2019 e 2020.

4.1 A mudança de perfil dos compradores

Nessa etapa da pesquisa, para entender a mudança de perfil dos compradores na loja x durante a pandemia, foi necessário realizar uma entrevista com um de seus funcionários que trabalha no setor de vendas da loja. Esse funcionário observou que durante a pandemia os clientes apresentaram uma alteração de perfil.

Ao ser perguntado sobre qual era o perfil do público que mais consumia equipamentos tecnológicos antes da pandemia? Ele respondeu: “Antes da pandemia, por mais que a maioria dos nossos clientes que compravam esses produtos fossem adolescentes e adultos os idosos também tinha uma boa representatividade nos consumos desses itens, porém com a pandemia teve uma diminuição dessa representatividade”. De acordo com ele, o público que mais comprava equipamentos tecnológicos eram adolescentes, adultos e idosos, mas durante o período de pandemia os números de idosos que compravam esses equipamentos diminuiu.

O que mudou no comportamento do consumidor com a pandemia? “É bem interessante você perguntar isso por que, o mesmo cliente que vinha e passava horas passeando pela loja, durante a pandemia entrava na loja comprava e ia embora”. Ele diz que o comportamento do cliente mudou com a pandemia, no fato que os clientes estavam bem mais objetivos em suas compras e evitavam perder tempo.

Quais semelhanças os consumidores apresentaram na hora de compra um equipamento tecnológico para a comunicação? “Todos eles eram bastante semelhantes em um quesito, todos estavam bem mais exigentes na hora de escolherem seus produtos, pois queiram aparelhos mais resistentes, duradouros e

com uma melhor qualidade”. Ele comenta que na hora de comprar um produto todos os clientes queriam o de melhor desempenho em todos os quesitos.

Com a pandemia outras plataformas de compra e venda de produtos ganharam mais destaques como os deliveries e compras online, como foi o consumo de produtos pelos clientes nessas plataformas? “O delivery é uma modalidade que não existia ainda na loja e só implementamos com a pandemia, porém pode-se dizer que a aceitação do público foi muito boa, já que pouco tempo depois de anunciarmos essa nova modalidade logo alguns clientes já começaram a utilizar”. “As compras online já existiam, a gente já tinha essa modalidade aqui na loja e durante a pandemia houve um aumento no pedido de produtos online”. “Mesmo que houvesse alguns desses produtos na loja, muitos clientes compravam online, isso foi devido os preços de vários de nossos produtos estarem mais baratos pelo site e também foi o reflexo da população que estava preocupada com sua saúde”. Ele conta que o delivery foi muito bem aceito pelos clientes logo após ser implementado, as compras de produtos online aumentaram e mesmo que alguns produtos existissem na loja alguns clientes optavam por fazer compras online.

Com relação aos preços como os clientes se comportaram? “Os clientes estavam bem mais cautelosos e só compravam os produtos que eram realmente necessários, um exemplo foram os estudantes e professores que em sua maioria optaram por comprarem notebooks para as aulas que seriam online, tipo se dois modelos de notebooks estavam em oferta, um mais barato e o outro mais caro, ambos com as mesmas funções, logico que o desempenho do mais caro era melhor, porém se o mais barato já cumplice as necessidades pra qual seria utilizado eles levavam o mais barato”. O funcionário da loja x, afirma que com relação aos preços os clientes só levavam o que era realmente necessário.

Qual era o horário de maior e menor fluxo de clientes? E qual o perfil dos clientes de cada horário? “Pelo meio dia era o horário onde a gente recebia uma maior quantidade de clientes, claro que limitávamos a entrada de pessoas devido aos decretos e para mantemos a segurança e saúdes dos funcionários e clientes, nesse horário vinham mais jovens, crianças e adultos”. “O horário de menor quantidade de clientes que vinham a nossa loja era pela parte da manhã, o perfil de cliente desse horário era de idosos”. Sobre o horário de maior e menor público e o perfil dos clientes de cada horário ele respondeu que o maior fluxo de pessoa era por volta do meio dia

e perfil desse público eram de jovens, crianças e adultos, e de menor fluxo é pela manhã e o perfil dos clientes desses horários era de idosos.

Entre os equipamentos tecnológicos para comunicação, qual era o mais consumido? “Sem dúvida os celulares, na verdade os celulares sempre foram o carro chefe daqui da loja, porém com a pandemia a venda deles subiu bastante e eu acredito que um dos fatores foram que os preços dos nossos celulares tiveram uma queda”. Ele contou que mesmo com a pandemia os celulares continuaram como os aparelhos mais vendidos da loja por seus preços terem diminuído.

Algum equipamento tecnológico para comunicação teve sua necessidade mudada por parte dos clientes durante a pandemia? “Tablets que muitos pais compravam para o lazer dos filhos, com a pandemia passavam a comprar para os estudos por ser um aparelho muito melhor para assistir aula se comparado a celular”. Ele fala que a finalidade dos tablets mudou pois antes eram usados para diversão e depois passaram a ser utilizados para estudos.

Se comparamos os clientes da Black Friday de 2019 e de 2020 o que mudou? “Em 2019 os clientes não tiveram tanto interesse em pesquisar por preços antes de sair de suas casas e por isso passavam horas e horas entrando em uma loja ou outra comparando preços até resolverem comprar”, “em 2020 com a crise que surgiu junto da pandemia, os clientes se viram obrigados a pesquisarem mais por preços e geralmente já saiam de suas casas em direção a loja de destino sem rodeios com intenção de comprar o seu produto”. Ele diz que na Black Friday de 2019 pra 2020 os clientes mudaram o seu jeito de agir já que em 2019 eles não tinham muito interesse em pesquisar os valores dos produtos e nem as lojas que iriam efetuar suas compras, porém em 2020, estavam mais cientes dos valores, dos produtos e das lojas em que iriam comprar, pois antes já tinham feito uma pesquisa minuciosa de tudo.

4.2 Itens mais procurados durante a pandemia

No quadro 01 serão apresentados os dados obtidos da quantidade de produtos vendidos no período de 2019 da empresa x.

Quadro – 01: produtos vendidos no ano de 2019

	Celulares	Notebooks	Tablets	Fones de ouvidos	Mouses	Teclados	Monitores de Computadores	Total por mês
JAN	286	42	36	46	10	5	2	427
FEV	245	24	17	28	1	0	0	315
MAR	185	15	9	17	0	0	0	226
ABRI	326	36	32	40	11	7	6	458
MAI	412	63	60	67	37	24	10	673
JUN	232	32	21	33	18	7	0	343
JUL	250	56	33	60	12	0	0	411
AGO	284	44	36	46	15	9	1	435
SET	301	61	48	65	10	4	3	492
OUT	346	77	52	81	11	4	0	571
NOV	1257	164	150	179	30	26	14	1820
DEZ	325	82	61	84	16	15	5	588
Total	4449	696	555	746	171	101	41	6759
Média	370,75	58	46,25	62,16	14,25	8,41	3,41	563,23

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa.

Ao analisar o quadro 01, pode-se observar que os equipamentos tecnológicos para comunicação mais procurados foram: em 1º lugar os celulares, 2º fones de ouvidos, 3º notebooks, 4º tablets, 5º mouses, 6º teclados e em 7º monitores de computador.

Sendo que nesse ano o mês de menor procura foi março com apenas 226 itens e o de maior foi novembro com 1820 itens, com uma diferença de 1594 peças entre esses dois meses. A quantidade média de celulares vendidos é de 370,75 peças; de fones de ouvidos é de 62,16 peças; notebooks é de 58 peças; tablets é de 46,25 peças; mouses é de 14,25 peças; teclados é de 8,41 peças; e monitores de computador é de 3,41 peças. O número total de todos os itens vendidos juntos em 2019 foi de 6759 itens.

No quadro 02 serão apresentados os dados obtidos da quantidade de produtos vendidos no período de 2020.

Quadro – 02: produtos vendidos no ano de 2020.

	Celulares	Notebooks	Tablets	Fones de ouvidos	Mouses	Teclados	Monitores de Computadores	Total por mês
JAN	301	32	40	31	8	7	3	422
FEV	189	17	21	15	4	3	1	250
MAR	132	13	17	9	7	4	1	183
ABR	107	7	15	6	5	0	0	140
MAI	32	8	10	2	0	0	0	52
JUN	137	22	38	15	10	5	2	229
JUL	150	57	62	47	22	14	7	359

AGO	501	120	131	100	25	12	8	897
SET	493	108	117	104	36	20	6	884
OUT	512	142	159	139	27	22	7	1008
NOV	2577	230	194	187	70	35	24	3317
DEZ	470	116	128	98	48	25	10	895
Total	5601	872	932	753	262	147	69	8636
Média	466,75	72,66	77,66	62,75	21,83	12,25	5,75	719,65

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa.

Na análise do quadro 02, durante a pandemia é possível verificar uma mudança nas posições de alguns itens mais procurados. Em 1º lugar permaneceram os celulares, já em 2º ficaram os tablets, 3º notebooks, e os fones de ouvidos caíram para 4º, em 5º mouses, 6º teclados e em 7º lugar os monitores de computador.

Nesse ano o mês de menor venda foi maio com apenas 52 itens e o mês de maior foi novembro com 3317 itens, com uma diferença de 3265 peças entre esses dois meses. A quantidade média de celulares vendidos é de 466,75 peças; de fones de ouvidos é de 62,75 peças; notebooks é de 72,66 peças; tablets é de 77,66 peças; mouses é de 21,83 peças; teclados é de 12,25 peças; e monitores de computador é de 5,75 peças. O número total de todos os itens vendidos juntos em 2020 foi de 8636 itens. Em comparação com o ano de 2019 foram vendidos a mais 1877 equipamentos tecnológicos para a comunicação.

4.3 Alteração dos preços praticados no mercado

Preços de celulares, notebooks e Tablets no período de 2019 e 2020 da empresa X.

Quadro – 03: Preços dos celulares no ano de 2019

	SAMSUNG GALAXY A01	SAMSUNG GALAXY A10S	SAMSUNG GALAXY A71	LG K12 PRIME 64GB	MOTO G8 PLAY XT2015
JANEIRO	R\$ 999,00	R\$ 1.299,00	R\$ 2.999,99	R\$ 1.199,99	R\$ 1.199,00
FEVEREIRO	R\$ 999,00	R\$ 1.299,00	R\$ 2.999,99	R\$ 1.099,99	R\$ 1.199,00
MARÇO	R\$ 999,00	R\$ 1.299,00	R\$ 2.899,99	R\$ 1.199,99	R\$ 1.199,00
ABRIL	R\$ 899,99	R\$ 1.299,00	R\$ 2.899,99	R\$ 1.199,99	R\$ 1.199,00
MAIO	R\$ 799,00	R\$ 1.099,00	R\$ 2.799,00	R\$ 1.099,99	R\$ 999,00
JUNHO	R\$ 899,99	R\$ 1.199,99	R\$ 2.899,99	R\$ 1.199,99	R\$ 1.199,00
JULHO	R\$ 899,00	R\$ 1.299,00	R\$ 2.899,99	R\$ 1.199,99	R\$ 1.099,99
AGOSTO	R\$ 999,00	R\$ 1.299,00	R\$ 2.899,99	R\$ 1.099,99	R\$ 1.099,99
SETEMBRO	R\$ 999,00	R\$ 1.299,00	R\$ 2.899,99	R\$ 1.099,99	R\$ 1.099,99
OUTUBRO	R\$ 999,00	R\$ 1.299,00	R\$ 2.799,00	R\$ 1.199,99	R\$ 1.099,99
NOVEMBRO	R\$ 699,00	R\$ 899,00	R\$ 2.599,99	R\$ 999,99	R\$ 899,00

DEZEMBRO	R\$ 899,99	R\$ 1.199,99	R\$ 2.799,00	R\$ 1.199,99	R\$ 1.199,00
-----------------	------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa.

A maioria dos celulares apresentados no quadro 03, permaneceram com os mesmos preços nos três primeiros meses de 2019. Tendo uma redução mais significativa de valor no mês de maio. Durante os meses seguintes todos tiveram um leve aumento de preços e algumas variações. Porém só no mês de novembro com a chegada da Black Friday, um dos eventos mais aguardados pelos consumidores, os aparelhos obtiveram a menor diminuição de valor do ano.

Quadro – 04: Preços dos celulares no ano de 2020

	SAMSUNG GALAXY A01	SAMSUNG GALAXY A10S	SAMSUNG GALAXY A71	LG K12 PRIME 64GB	MOTO G8 PLAY XT2015
JANEIRO	R\$ 799,99	R\$ 1.299,00	R\$ 2.799,00	R\$ 1.199,99	R\$ 1.099,99
FEVEREIRO	R\$ 799,99	R\$ 1.199,99	R\$ 2.699,99	R\$ 999,00	R\$ 1.099,99
MARÇO	R\$ 899,99	R\$ 1.099,00	R\$ 2.699,99	R\$ 999,00	R\$ 1.099,99
ABRIL	R\$ 899,99	R\$ 1.099,00	R\$ 2.799,00	R\$ 999,00	R\$ 1.099,99
MAIO	R\$ 699,99	R\$ 899,00	R\$ 2.499,99	R\$ 799,00	R\$ 899,00
JUNHO	R\$ 799,99	R\$ 999,00	R\$ 2.599,00	R\$ 999,00	R\$ 999,99
JULHO	R\$ 799,99	R\$ 999,00	R\$ 2.599,00	R\$ 999,00	R\$ 999,99
AGOSTO	R\$ 799,99	R\$ 999,00	R\$ 2.599,00	R\$ 999,00	R\$ 999,99
SETEMBRO	R\$ 799,99	R\$ 999,00	R\$ 2.599,00	R\$ 999,00	R\$ 999,99
OUTUBRO	R\$ 799,99	R\$ 999,00	R\$ 2.599,00	R\$ 999,00	R\$ 899,00
NOVEMBRO	R\$ 699,00	R\$ 799,99	R\$ 1.999,99	R\$ 799,99	R\$ 799,00
DEZEMBRO	R\$ 899,99	R\$ 1.099,99	R\$ 2.599,00	R\$ 1.099,99	R\$ 1.099,99

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa.

Em termos gerais, ao analisar a compra de equipamentos tecnológicos, mais precisamente em relação aos Smartphones, houve uma diminuição de preço, conforme o quadro 04, conseqüentemente, o aumento da demanda impulsionou o preço dos celulares no período analisado. No início da pandemia, isto é, dos primeiros casos no Brasil em 2020. No Brasil, primeiro caso de Covid-19 foi registrado oficialmente em 26 de fevereiro de 2020.

Com a evolução da pandemia no Brasil, registra-se a primeira morte em 20 de março de 2020. Os dados analisados de vendas de celulares na empresa consultada, verifica-se que em janeiro de 2020 vendeu-se apenas 301 Smartphones com um salto enorme para 2577 unidades em dezembro de 2020. Esse Avanço demonstra que com as medidas de isolamento social, as pessoas motivaram-se de alguma forma para comprar aparelhos celulares.

A busca por aparelhos celulares pode ser justificada devido ao isolamento social que a pandemia ocasionou, seja por uma busca de aparelhos com uma melhor configuração a utilização do aparelho para a vendas por comunicação via WhatsApp ou uma busca de aparelhos por adolescentes e jovens que ainda não possuíam smartphones.

Outra hipótese que se pode conjecturar pela crescente demanda por aparelhos celulares em 2020 foi a expectativa dos preços aumentarem, pois com o isolamento social as pessoas ficaram mais tempo em redes sociais com a política do “fica em casa”. Com os decretos de isolamento social, fechamento empresas por parte dos governadores e prefeitos, os legítimos gestores da pandemia, conforme determinação do Supremo Tribunal Federal, houve também um procura por Notebook.

Quadro – 05: Preços dos notebooks no ano de 2019

	NOTEBOOK SAMSUNG	NOTEBOOK COMPAQ	NOTEBOOK LENOVO	NOTEBOOK POSITIVO	NOTEBOOK MULTILASER
JANEIRO	R\$ 2.899,99	R\$ 2.399,00	R\$ 2.899,99	R\$ 1.599,99	R\$ 1.599,00
FEVEREIRO	R\$ 2.699,99	R\$ 2.199,00	R\$ 2.699,00	R\$ 1.399,00	R\$ 1.299,00
MARÇO	R\$ 2.799,00	R\$ 2.299,99	R\$ 2.699,00	R\$ 1.599,99	R\$ 1.399,00
ABRIL	R\$ 2.799,00	R\$ 2.299,99	R\$ 2.699,00	R\$ 1.399,00	R\$ 1.399,00
MAIO	R\$ 2.599,00	R\$ 2.099,00	R\$ 2.399,00	R\$ 1.199,99	R\$ 1.299,00
JUNHO	R\$ 2.799,00	R\$ 2.199,00	R\$ 2.699,00	R\$ 1.499,00	R\$ 1.399,00
JULHO	R\$ 2.799,00	R\$ 2.199,00	R\$ 2.699,00	R\$ 1.399,00	R\$ 1.399,00
AGOSTO	R\$ 2.699,99	R\$ 2.199,00	R\$ 2.699,00	R\$ 1.399,00	R\$ 1.299,00
SETEMBRO	R\$ 2.799,00	R\$ 2.199,00	R\$ 2.699,00	R\$ 1.399,00	R\$ 1.299,00
OUTUBRO	R\$ 2.799,00	R\$ 2.199,00	R\$ 2.699,00	R\$ 1.399,00	R\$ 1.299,00
NOVEMBRO	R\$ 2.299,99	R\$ 1.899,00	R\$ 2.199,00	R\$ 1.099,00	R\$ 1.099,99
DEZEMBRO	R\$ 2.799,00	R\$ 2.199,00	R\$ 2.699,00	R\$ 1.399,00	R\$ 1.599,00

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa.

No ano de 2019 como mostrado no quadro 05, os notebooks por sua vez, não seguiram os mesmos padrões de preços dos celulares, pois já nos primeiros meses do ano variaram em quedas e aumentos de preços. Contudo, também tiveram seus menores valores no mês de maio e novembro.

Quadro – 06: Preços dos notebooks no ano de 2020

	NOTEBOOK SAMSUNG	NOTEBOOK COMPAQ	NOTEBOOK LENOVO	NOTEBOOK POSITIVO	NOTEBOOK MULTILASER
JANEIRO	R\$ 2.999,99	R\$ 2.399,00	R\$ 2.899,99	R\$ 1.599,99	R\$ 1.599,00
FEVEREIRO	R\$ 2.999,99	R\$ 2.399,00	R\$ 2.799,99	R\$ 1.599,99	R\$ 1.499,00
MARÇO	R\$ 2.999,99	R\$ 2.399,00	R\$ 2.799,99	R\$ 1.499,99	R\$ 1.499,00
ABRIL	R\$ 2.999,99	R\$ 2.399,00	R\$ 2.799,99	R\$ 1.599,99	R\$ 1.499,00

MAIO	R\$ 2.799,99	R\$ 2.199,99	R\$ 2.599,00	R\$ 1.399,99	R\$ 1.399,00
JUNHO	R\$ 2.899,99	R\$ 2.399,00	R\$ 2.799,99	R\$ 1.599,99	R\$ 1.599,00
JULHO	R\$ 2.899,99	R\$ 2.299,00	R\$ 2.799,99	R\$ 1.599,99	R\$ 1.499,00
AGOSTO	R\$ 2.899,99	R\$ 2.399,00	R\$ 2.899,99	R\$ 1.499,99	R\$ 1.499,00
SETEMBRO	R\$ 2.899,99	R\$ 2.299,00	R\$ 2.799,99	R\$ 1.599,99	R\$ 1.499,00
OUTUBRO	R\$ 2.999,99	R\$ 2.399,00	R\$ 2.899,99	R\$ 1.499,99	R\$ 1.499,00
NOVEMBRO	R\$ 2.499,00	R\$ 1.999,99	R\$ 2.299,00	R\$ 1.199,00	R\$ 1.199,00
DEZEMBRO	R\$ 2.999,99	R\$ 2.499,99	R\$ 2.799,99	R\$ 1.499,99	R\$ 1.499,00

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa.

Os Notebooks, por sua vez, foram os que mais sofreram com a alteração de preços praticados, a demanda por aparelhos como o computador pessoal (Pc). Alta demanda por esse tipo de equipamento, presume-se que foi em virtude do isolamento social em virtude da pandemia da Covid-19. Ressalta-se que muitas pessoas ficaram no *Home office* nesse período, fazendo-se necessário o uso do notebook.

Nesta situação, analisa-se por meio dos dados colhido na empresa consultada que a alta demanda por aparelhos tecnológicos como o smartphone e o Notebook, deu-se em consequência ao isolamento social. A alta do preço, devido à grande demanda desses referidos aparelhos é concernente a adoção de políticas de isolamento social, obrigando as pessoas a ficarem em casas.

A busca por entretenimento pode estar ligada aos aparelhos celulares, como os jogos virtuais e redes sociais como meio de passa tempo. Em relação aos notebooks, a alta procura desses dispositivos tecnológicos, associa-se a questão da necessidade do teletrabalho, onde as pessoas fizeram uso do computador pessoais para trabalharem no ambiente familiar.

Quadro – 07: Preços dos Tablets no ano de 2019

	TABLET PHILCO	TABLET POSITIVO	TABLET HOW	TABLET SAMSUNG	TABLET MULTILASER
JANEIRO	R\$ 599,00	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 1.199,00	R\$ 499,99
FEVEREIRO	R\$ 499,99	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 1.099,99	R\$ 499,99
MARÇO	R\$ 599,00	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 1.199,00	R\$ 499,99
ABRIL	R\$ 599,00	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 1.199,00	R\$ 499,99
MAIO	R\$ 499,99	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 999,99	R\$ 399,99
JUNHO	R\$ 599,00	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 1.099,99	R\$ 499,99
JULHO	R\$ 599,00	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 1.199,00	R\$ 499,99
AGOSTO	R\$ 599,00	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 1.199,00	R\$ 499,99
SETEMBRO	R\$ 599,00	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 1.199,00	R\$ 499,99
OUTUBRO	R\$ 599,00	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 1.199,00	R\$ 499,99
NOVEMBRO	R\$ 499,99	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 999,99	R\$ 399,99
DEZEMBRO	R\$ 599,00	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 1.199,00	R\$ 499,99

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa.

Os tablets assim como é apresentado no quadro 07, não tiveram nenhuma alteração de preço muito expressiva no ano de 2019, alguns modelos de tablets só demonstraram essa redução de valor nos meses de maio e novembro e outros aparelhos permaneceram com o mesmo preço durante todo o ano.

Quadro – 08: Preços dos Tablets no ano de 2020

	TABLET PHILCO	TABLET POSITIVO	TABLET HOW	TABLET SAMSUNG	TABLET MULTILASER
JANEIRO	R\$ 499,99	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 1.099,99	R\$ 499,99
FEVEREIRO	R\$ 499,99	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 1.099,99	R\$ 499,99
MARÇO	R\$ 499,99	R\$ 399,00	R\$ 399,00	R\$ 999,00	R\$ 399,99
ABRIL	R\$ 499,99	R\$ 399,00	R\$ 399,00	R\$ 999,00	R\$ 499,99
MAIO	R\$ 499,99	R\$ 399,00	R\$ 399,00	R\$ 999,00	R\$ 399,99
JUNHO	R\$ 499,99	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 999,00	R\$ 399,99
JULHO	R\$ 499,99	R\$ 399,00	R\$ 399,00	R\$ 999,00	R\$ 499,99
AGOSTO	R\$ 499,99	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 999,00	R\$ 499,99
SETEMBRO	R\$ 499,99	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 1.099,99	R\$ 499,99
OUTUBRO	R\$ 499,99	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 1.099,99	R\$ 499,99
NOVEMBRO	R\$ 499,99	R\$ 399,00	R\$ 399,00	R\$ 899,99	R\$ 399,99
DEZEMBRO	R\$ 499,99	R\$ 499,00	R\$ 399,00	R\$ 1.099,99	R\$ 499,99

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa.

Relação aos tablets, houve um considerável aumento na quantidade de aparelhos vendidos quando é comparado o ano de 2019 e 2020. No entanto, esse aumento pela demanda de tablets não foi o suficiente para que houvesse um aumento no preço do produto, assim como mostra a análise da tabela 07 e 08. Esse fato ocorre muitas vezes devido a demanda não ser consistente, isto é, não persistir por um espaço de tempo suficiente para a necessidade do aumento de preço.

Embora o preço do produto tenha se mantido estável, aconteceu uma procura pelo produto, considerando que a durabilidade desse equipamento tecnológico tenha uma maior durabilidade quando comparado a um smartphone, sua utilização esteja relacionada com a pesquisa, leitura de livro digitais, entre outros. Como este dispositivo é um intermediário entre o computador e um celular, as pessoas tendem a utilizá-lo para estudos.

Como não houve demanda considerável do produto, os dados mostram que entre janeiro de 2020 e dezembro de 2020 houve uma ligeira queda no valor do tablet. Considerando os doze meses do ano de 2020, houve uma redução do preço em cerca

de 25%, esse dado indica que a demanda não persistiu como nos demais dispositivos tecnológicos.

Desse modo, observa-se que embora seja efêmera e de pouco impacto o tablet também sofreu variação de preço e demanda em virtude do isolamento social provocado pela pandemia. Entende-se, portanto, que o isolamento social exerceu influência na economia, ora inflacionando os preços dos produtos, ora reduzindo a demanda.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com esse trabalho realizado, tendo como estudo de caso uma empresa conceituada na área de vendas de equipamentos tecnológicos no município de Araguaína - TO, foi possível entender como foi o comportamento dos consumidores, a mudança de seu perfil, a procura da tecnologia, a mudança dos preços e como os equipamentos tecnológicos serviram de ferramenta no combate ao distanciamento social sendo utilizada como meio de comunicação entre as pessoas durante a Pandemia do Covid-19.

O estudo desse tema é de grande importância, pois mostrou como o mercado tem a capacidade de se adaptar a crises, mesmo que cada uma tenha um grau de impacto diferente no meio econômico, com uma pesquisa de consumo de produto e hábitos dos consumidores se pode adotar estratégias e soluções para futuras crises. Para o meio acadêmico esse trabalho serviria de fonte de pesquisa para os estudantes compreenderem que o mercado econômico está em constante mudança, como prever uma alteração do mercado e os efeitos dessa transformação do mercado.

Para responder a problemática do presente trabalho, se fez necessário definir dois pontos essenciais, a coleta de dados, uma entrevista e após isso é possível afirmar que durante a pandemia a compra e vendas de equipamentos tecnológicos aumentou e que os consumidores tiveram uma alteração considerável de perfil e comportamento, pois eles deslocavam-se as lojas cientes do quanto gastariam e o tempo em que permaneceriam no local.

Com a grande procura muitos produtos tiveram seus preços afetados, com aumentos e reduções de seus valores que foram sofrendo variações durante a o período de pandemia, porém em contrapartida com a alta da oferta e demanda ou

itens não sofrerem nenhuma alteração de preço durante esse período causando um equilíbrio no mercado.

Para próximas pesquisas futuras, propõem-se realizar atividades de coletas de dados com alunos e professores, tendo como base várias empresas do município de Araguaína-TO, para se fazer uma análise comparativa entre elas, com o intuito de descobrir como cada empresa adota medidas de alteração de preços influenciados pela oferta e demanda.

REFERÊNCIAS

AQUINO, Estela M. L. et al. **Medidas de distanciamento social no controle da pandemia de COVID-19: potenciais impactos e desafios no Brasil.** Ciência & Saúde Coletiva. v. 25, suppl 1, pp. 2423-2446. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1413-81232020256.1.10502020>>. ISSN 1678-4561. <https://doi.org/10.1590/1413-81232020256.1.10502020>. Acesso em: 22 out. 2021.

ARAGUAÍNA. Prefeitura Municipal de Araguaína. **Araguaína estabelece lockdown de 5 dias a partir da próxima quinta-feira, 3.** Portal da Prefeitura Municipal de Araguaína. 31 mai. 2021. Disponível em: <https://www.araguaina.to.gov.br/portal/paginas.php?p=not¬=noticias&id=4573> Acesso em: 13 jun. 2021.

ARAGUAÍNA. Prefeitura Municipal de Araguaína. **Em transmissão comunitária, Saúde orienta araguainenses como se proteger na fase de contaminação.** Portal da Prefeitura Municipal de Araguaína. 14 mai. 2020. Disponível em: <https://www.araguaina.to.gov.br/portal/paginas.php?p=not¬=noticias&id=4030>. Acesso em: 13 jun. 2021.

ARAGUAÍNA. Prefeitura Municipal de Araguaína. **Transparência: com 15 decretos, Araguaína enfrenta covid-19 com ações que aliam estabilidade econômica e saúde.** Portal da Prefeitura Municipal de Araguaína. 27 jul. 2020. Disponível em: <https://www.araguaina.to.gov.br/portal/paginas.php?p=not¬=noticias&id=4195>. Acesso em: 13 jun. 2021.

ARAÚJO, Daniel. **Coronavírus: Entenda a importância de se manter a prática do isolamento social.** Escola de Saúde Pública do Ceará 07 abr. 2020. Disponível em: <https://www.esp.ce.gov.br/2020/04/07/coronavirus-entenda-a-importancia-de-se-manter-a-pratica-do-isolamento-social/>. Acesso em: 18 jun. 2021.

BATISTA, Emerson de Oliveira. **Sistemas de Informação: O uso consciente da tecnologia para o gerenciamento.** Ed. Saraiva. São Paulo, 2006.

BEZERRA, Anselmo César Vasconcelos, et al. **Fatores associados ao comportamento da população durante o isolamento social na pandemia de COVID-19.** Sielo Brasil, Ciênc. saúde coletiva 25 (suppl 1), jun. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/9g4hLHkSSW35gYsSpqgz6rn/?lang=pt>. Acesso em: 10 ago. 2021.

BRASIL. Ministério das Comunicações. **Anatel divulga relatório da telefonia móvel relativo a 2020**. Gov.br. 19 mar, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/anatel/pt-br/assuntos/noticias/anatel-divulga-relatorio-da-telefonia-movel-relativo-a-2020>. Acesso em: 25 out. 2021.

CORRÊA, Hércules Tolêdo; DIAS, Daniela Rodrigues. **Multiletramentos e usos das tecnologias digitais da informação e comunicação com alunos de cursos técnicos**. Trabalhos em Linguística Aplicada. 2016, v. 55, n. 02, pp. 241-262. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/010318134964176471>>. ISSN 2175-764X. <https://doi.org/10.1590/010318134964176471>. Acesso em: 22 out. 2021.

DO CORRAL VIEIRA, Manuela; GALVÃO, Vitória Melo. **Celular, pandemia e conexões À luz da comunicação e da cultura material**. Revista Latino-americana de Ciencias de la Comunicación, v. 19, n. 35, 2020. Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1727>. Acesso em: 20 de out. 2021.

EDUCA CORONAVIRUS, **Tecnologias em tempos de isolamento social**. Como as tecnologias podem ajudar a combater a covid-19? Qual a diferença entre nativo digital e imigrante digital? Quais tecnologias posso utilizar para me conectar?. Rfb editora 1ª edição vol. 7. Belém. Set. 2020. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/38163/1/Livro%207_Tecnologias%20em%20tempos%20de%20isolamento%20social.pdf. Acesso em: 18 jun. 2021.

FIOCRUZ, FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. Ministério da Saúde. **Pesquisa da Fiocruz aponta os impactos da pandemia na rotina dos adolescentes brasileiros**. Portal Fiocruz. 01 Dez. 2020. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/pesquisa-da-fiocruz-aponta-os-impactos-da-pandemia-na-rotina-dos-adolescentes-brasileiros>. Acesso em: 09 jun. 2021.

GALZO, Wesley. **Em 2020, pandemia força aulas online e escancara desigualdade na educação**. Ig mail.12 Dez, 2020. Disponível em: <https://ultimosegundo.ig.com.br/educacao/2020-12-23/em-2020-pandemia-forca-aulas-online-e-escancara-desigualdade-na-educacao.html>. Acesso em: 25 out. 2021.

GANDRA, Alana. **Trabalho em home office tende a continuar após fim da pandemia**. Empresas avaliam que teletrabalho trouxe benefícios para todos. Rio de Janeiro (RJ). Agência Brasil, 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-04/trabalho-em-home-office-tende-continuar-apos-fim-da-pandemia#:~:text=O%20sistema%20de%20trabalho%20home,uma%20futura%20volta%20%C3%A0%20normalidade.&text=%E2%80%9CAs%20fun%C3%A7%C3%B5es%20que%20n%C3%A3o%20s%C3%A3o%20essenciais%20foram%20colocadas%20em%20teletrabalho>. Acesso em: 01 Nov. 2021.

GREMAUD, Amaury Patrick *et al.* **Introdução à Economia**. ed. Atlas, São Paulo, 2007.

LIMA, Eduardo. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. **Estudo mostra eficiência do isolamento social contra o novo coronavírus.** Diretoria de Comunicação da UERJ. Rio de Janeiro (RJ), 2020. Disponível em: <https://www.uerj.br/noticia/11078/>. Acesso em: 10 ago. 2021.

LIMA, Rossano Cabral. **Distanciamento e isolamento sociais pela Covid-19 no Brasil: impactos na saúde mental.** Physis: Revista de Saúde Coletiva [online]. 2020, v. 30, n. 02. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0103-73312020300214>>. Epub 24 Jul 2020. ISSN 1809-4481. <https://doi.org/10.1590/S0103-73312020300214>. Acesso 22 out. 2021

MARQUES, José Roberto. Instituto brasileiro de coaching. **Os tipos de comunicação existentes.** Mai. 2019. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/coaching-carreira/tipos-exemplos-comunicacao-nao-verbal/>. Acesso em: 16 out. 2021.

OLIVEIRA, Karime Rodrigues Emilio de, BRAGA, Eliana Mar. **The development of communication skills and the teacher's performance in the nursing student's perspective.** Revista da Escola de Enfermagem da USP. 2016, v. 50, n. spe, pp. 32-38. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0080-623420160000300005>>. ISSN 1980-220X. <https://doi.org/10.1590/S0080-623420160000300005>. Acesso em: 22 out. 2021.

OPAS. Organização Mundial de Saúde. **Histórico da pandemia de COVID-19.** Folha de Notícia PAHO. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 09 jun. 2021.

PORFÍRIO, Francisco. **Isolamento Social.** Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/isolamento-social.htm> . Acesso em: 16 set. 2021.

ROSSETTI, José Paschoal. **Introdução à Economia.** – 20 ed. 14. Reimpr. Atlas, São Paulo, 2015.

SANTOS, Telma Dias dos; ANDRADA E SILVA, Marta Assumpção. **Comunicação não verbal com profissionais da voz: o que se pesquisa na fonoaudiologia.** Revista CEFAC. 2016, v. 18, n. 6, pp. 1447-1455. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1982-021620161865116>>. ISSN 1982-0216. <https://doi.org/10.1590/1982-021620161865116>. Acesso em: 22 out. 2021.

SZWARCWALD, Celia *et al.* **ConVid - Pesquisa de Comportamentos pela Internet durante a pandemia de COVID-19 no Brasil: concepção e metodologia de aplicação.** Estudo coordenado pela Fiocruz, realizado em parceria Universidade Federal de Minas (UFMG) e a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Rio de Janeiro. Cadernos de saúde pública, mar, 2021. Disponível em: <http://cadernos.ensp.fiocruz.br/csp/artigo/1355/convid-pesquisa-de-comportamentos-pela-internet-durante-a-pandemia-de-covid-19-no-brasil-concepcao-e-metodologia-de-aplicacao/autores>. Acesso em: 29 nov. 2021

UERJ. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. **Estudo mostra eficiência do isolamento social contra o novo coronavírus.** Diretoria de Comunicação da UERJ. Rio de Janeiro (RJ), 2020. Disponível em: <https://www.uerj.br/noticia/11078/>. Acesso em: 10 ago. 2021.

VIEIRA, Pâmela Rocha, GARCIA, Leila Posenato e MACIEL, Ethel Leonor Noia **Isolamento social e o aumento da violência doméstica: o que isso nos revela?** Revista Brasileira de Epidemiologia. 2020, v. 23, e200033. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1980-549720200033>>. Epub 22 abr. 2020. ISSN 1980-5497. <https://doi.org/10.1590/1980-549720200033>. Acesso em: 22 out. 2021.