

AUTOR(ES): INGRED DURÃES ALVES MACHADO, LUCAS VALDIR QUEIRÓZ DOS SANTOS, LUIZA NERI SANTOS e LUÍS FERNANDO AGUIAR DOS SANTOS.

ORIENTADOR(A): FÁBIO CANTUARIA

A OFERTA DE PRODUTOS PELAS EMPRESAS BRASILEIRAS EM 2020

Introdução

O ano de 2020 têm se mostrado um verdadeiro desafio para a área econômica. A oferta e a demanda de alguns produtos tiveram um desequilíbrio considerável. A economia foi “pega de surpresa” e as empresas de todos os tipos viram seus planejamentos mudarem radicalmente e desafiadoramente. As que já investiam em inovação tecnológica, provavelmente, tiveram menor dificuldade em se manter nesse período em que atendimentos presenciais estiveram fora de questão, devido à impossibilidade de socialização aglomerada, consequente da COVID-19, mal que assola o tempo presente.

As Companhias que ofertavam produtos diretamente ao consumidor precisaram se adequar à nova demanda de oferta de serviço, para atender ao consumidor, aderindo e tendo então que se adaptar ao serviço de entrega (sistema já utilizado por diversas empresas), especialmente em grandes centros metropolitanos e principalmente, no ramo alimentício.

Nesse cenário caótico, a demanda do consumidor mudou radicalmente, como era de se esperar, o que atingiu a oferta de alguns produtos. Dessa forma, o que posteriormente apresentaremos a essa investigação, como questionário é: Quais produtos despertaram o interesse dos consumidores? Como está a oferta de certos produtos? E como está o mercado em comparação a outros períodos?

São essas as perguntas que precisam ser respondidas na atualidade, pela tentativa de descobrir o que pode ser feito para “driblar” a crise que se instaurou.

Material e Métodos

A pesquisa torna-se então uma forte ferramenta como ressalta GUIMARÃES:

“[...] um conjunto de procedimentos de natureza analítico-sintética, envolvendo os processos de análise do conteúdo dos documentos e sua síntese, por meio da condensação ou da representação de linguagens documentárias, com o objetivo de garantir uma recuperação rápida e precisa pelo usuário ou cliente” (GUIMARÃES, 2003, p.103).

Além de ter sido também utilizada a pesquisa bibliográfica, para alcançar uma melhor apuração dos dados apresentados. Com ela, pode ser feita uma coleta de dados a partir de artigos e reportagem encontrada via internet, livros e enciclopédias.

Resultados e Discussão

Considerando as consultas feitas em diversos sites, disposto nas referências para a pesquisa foi possível perceber que a demanda de compradores brasileiros teve um impulso considerável, mesmo em condições excepcionais devido à pandemia da covid-19, graças ao sistema de vendas e-commerce. Com esse sistema em alta as empresas buscaram focar a oferta de seus produtos em lojas online. Segundo dados apresentados pela companhia de inteligência de mercado Compre&confie, divulgado no site Computerworld, o crescimento de compras em varejo online aumentou em 26,7% no primeiro trimestre deste ano em comparação com o mesmo período do ano de 2019.

De acordo com um ranking feito no início de 2020, pelo site Hotmart, os produtos mais vendidos no mercado digital são de indústrias têxteis. Em contrapartida, se o setor têxtil encontrou o equilíbrio entre oferta e demanda em lojas virtuais, em outros setores que atendem em empresas físicas, tiveram uma baixa quanto à oferta, como é o caso dos produtos de construção civil. Em estudos recentes feitos pelo site informativo G1, da Rede Globo, notou-se que devido à alta procura a oferta não se manteve estável. Em Itapetininga, no estado de São Paulo, materiais como cimento tiveram um aumento na demanda de 5% e a quantidade de produtos esteve restrita nas lojas. Já produtos como blocos e tijolos subiram 8% em seus valores, com a grande procura e a falta do material no mercado, de acordo com dados divulgados pelo mesmo site.

Conclusão

Com essa pesquisa o pode-se concluir que, fora o desnivelamento do comercio com relação de um seguimento comercial para outro. É certo que o cenário caótico e pandêmico desencadeou uma série de desafios na sociedade moderna, às empresas têm sofrido grandes restrições de empreendimento ao lidar com essa surpresa que veio como em caixa de pandora. No entanto, algumas empresas tem conseguido se sobressair ao apostar nos serviços e ofertas online, assim, o que se percebe ao presenciar uma crise é que no fim das contas é a rapidez, com qualidade e assertividade, para lidar com os esses processos, o que conta, ou melhor, dizer, o que manda. A demanda nunca deixará de existir, então a aposta, a criatividade e a ousadia, sempre continuará ditando as regras do mercado econômico financeiro. A presente pesquisa fora realizada por acadêmicos do curso de Administração da Unimontes, entre o período de 1 a 20 de Setembro, enquanto ainda graduandos, e por esse motivo, tende-se a estender-se para melhor conclusão e análise de dados, no que será proposto e estará disposto ao final de 2020, ou até quando o mercado de fato superar os desafios ordenados pela pandemia.

Agradecimentos

Agradecemos, primeiramente, a Deus. Por nos proporcionar inteligência e determinação para desenvolver este resumo. Em segundo, ao professor Fábio Cantuaria, pela atenção e disponibilidade, para que pudéssemos esclarecer nossas dívidas. E, por fim, à professora de metodologia científica, Raquel Sezilio e ao pedagogo Héryton Machado, pela orientação e apoio.

Referências

- Covid-19 impulsiona em 26,7% crescimento do e-commerce no primeiro trimestre. **Computerworld**, 2020. Disponível em: <<https://computerworld.com.br/2020/04/17/covid-19-impulsiona-em-267-crescimento-do-e-commerce-no-primeiro-trimestre/>>. Acesso em: 07 de setembro de 2020.
- FERREIRA, Carlos Augusto Lima. **Pesquisa quantitativa e qualitativa: perspectivas para o campo da educação**. Revista Mosaico, v.8, n.2, p. 173-182, Jul-Dez, 2015.
- G1. Com alta procura, lojas registram falta de materiais para construção durante pandemia em Itapetininga. **Globo.com**, 2020: Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-jose-do-rio-preto-aracatuba/mercado-imobiliario-do-interior/noticia/2020/08/11/com-alta-procura-lojas-registram-falta-de-materiais-p-ara-construcao-durante-pandemia-em-itapetininga.ghtml>>. Acesso em: 7 de setembro de 2020.
- GUIMARÃES, J.A.C. A análise documental no âmbito do tratamento da informação: elementos históricos conceituais. **Organização e representação do conhecimento na perspectiva da Ciência da Informação**. Brasília: Thesaurus, v. 2, p.100-117, 2003.
- GÜNTHER, H. Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa: esta é a questão? **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, v.22, n.2, p.201-210, Mai-Ago, 2006.
- KNECHTEL, M.R. Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada. Curitiba: Intersaberes, 2014. **Práxis Educativa**, Ponta Grossa, v.11, n.2, p. 531-534, Mai-Ago, 2016.
- KOBASHI, N.Y. A elaboração de informações documentárias: em busca de uma metodologia. São Paulo, p. 195, 1994.
- MIGUEL, F.C.R. A ANÁLISE DOCUMENTÁRIA NA REPRESENTAÇÃO DO CONHECIMENTO: estudo bibliométrico da produção científica. Belo Horizonte, 2019.
- TOZONI-REIS, M.F.C. **Metodologia da pesquisa científica**. Curitiba: IESDE, 2009.