

OS IMPACTOS DA PANDEMIA NO COMÉRCIO VAREJISTA DE PRESIDENTE PRUDENTE: UM ESTUDO SOBRE AS SOLUÇÕES ENCONTRADAS PELAS EMPRESAS

Rafael Alves dos Santos
farasow@gmail.com

Bruno Tércio da Silva
bruno.tercio@gmail.com

Renata Nagima Imada
renata.imada@fatec.sp.gov.br

RESUMO

O surgimento do novo coronavírus no início de 2020, fez que o comércio varejista entrasse em um momento de atenção. Em específico, o comércio de vestuário de Presidente Prudente teve que se adaptar a uma realidade, onde o vendedor não tinha mais um contato direto com o cliente, devido ao distanciamento social. O presente artigo tem como objetivo exibir o atual cenário em que o comércio varejista se encontra e quais foram as soluções tecnológicas utilizadas pelos empresários para que as empresas continuassem as suas atividades, bem como para evitar a disseminação do vírus. Mediante estudos realizados nas próprias lojas de Presidente Prudente por meio de entrevistas em 45 estabelecimentos, utilizando a ferramenta Forms da Microsoft, foi possível concluir que houve um aumento nas vendas on-line das empresas entrevistadas, principalmente via redes sociais, que são gratuitas e onde o vendedor tem um contato direto com o cliente.

Palavras-chave: coronavírus, covid-19, tecnologia, lojas, internet.

THE IMPACTS OF THE PANDEMIC IN PRESIDENTE PRUDENTE RETAIL COMMERCE: A STUDY ON THE SOLUTIONS FOUND BY THE COMPANIES

ABSTRACT

The emergence of the new coronavirus in the beginning of 2020 brought to the retail commerce started a very difficult moment of attention. Specifically, the clothing stores in Presidente Prudente had to adapt to a new reality, where the seller no longer had a direct contact with the customer, because of the social distance. This article aims to show the current scenario in which the retail commerce finds itself and which were the technological solutions used by the owners of the stores so that companies can continue with their activities, as well as to prevent the spread of the virus. Through studies that were done in the stores in Presidente Prudente with identification in 45 places, using the Microsoft Forms tool, it was possible to ensure that there was an increase in online sales from the interviewed companies, mainly by social networks, which are free and where the seller has direct contact with the customer.

Keywords: coronavirus, covid-19, technology, store, internet.

1 INTRODUÇÃO

Em meio a vários acontecimentos no ano de 2020, uns dos mais caóticos foi o aparecimento de um novo vírus que mudaria a rotina da humanidade, o SARS-COV-2, conhecido popularmente como novo coronavírus. Por ser um vírus de fácil contágio, o distanciamento social é primordial para conter o avanço. Com essa nova realidade, muitas empresas buscaram soluções em novas tecnologias de forma que possam minimizar seus impactos. Foram necessários rever modelos de trabalho para manter a rotina das empresas. Uma dessas soluções foi adaptar para o modelo home office, assim seguindo as medidas de prevenção estabelecidas pelo governo e pelos órgãos de saúde.

Antes mesmo do surgimento da pandemia, a tecnologia já era uma realidade dentro de algumas empresas, mas ainda sem abrir mão de encontros presenciais, principalmente para lojas que vendem produtos onde o cliente tem a necessidade de provar ou testar. Com o distanciamento social, as empresas tiveram que adotar medidas que evitassem o contágio com o vírus. O maior desafio das empresas de vestuário é mudar a cultura da população local que já estava habituado a ir à loja e provar seus produtos antes de comprar.

A tecnologia nunca acelerou tão rapidamente como no ano de 2020. Tecnologias que demorariam anos para serem implementadas, surgiram em meses, devido às novas necessidades. Isso fez com que a tecnologia entrasse em uma corrida para atender as demandas repentinas, o que traz inovações em diversas áreas (PANDEMIA..., 2020a).

Com o avanço do novo coronavírus, a cidade de Presidente Prudente teve boa parte do comércio fechado. Muitos comerciantes não aguentaram o período de quarentena e fecharam de vez suas portas, fazendo com que o desemprego aumente dentro da cidade. Contudo, a tecnologia tem sido uma alternativa para muitas empresas não perderem seus clientes. Aplicativos de delivery, por exemplo, tem sido uma escapatória para empresas do setor alimentício. Mas o que dizer das empresas de outros setores, onde o cliente sente a necessidade de pegar e experimentar o produto?

Segundo Morello (2020), muitas empresas foram prejudicadas, não resistiram à quarentena e decretaram falência, totalizando 1.427 empresas fechadas na região de Presidente Prudente durante o primeiro trimestre de 2020, por outro lado também temos uma notícia boa, foram abertas 4.007 novas empresas, mostrando ainda um saldo positivo, visto que nesse período a pandemia ainda não havia afetado a região de forma brusca. O Microempreendedor

Individual (MEI) é uma das possibilidades, por ter menos encargos para pagar, pode ter sido uma solução para alguns comerciantes que fecharam suas empresas ou para quem aproveitou a pandemia para começar um pequeno negócio, como por exemplo realizando vendas de lingerie ou roupas infantis de forma online com entrega por delivery.

Diante do exposto, este trabalho tem como objetivo analisar a situação atual do comércio de vestuário da cidade de Presidente Prudente, pesquisar ferramentas tecnológicas já utilizadas, e assim, mostrar quais foram as soluções adotadas pelos empresários do comércio de Presidente Prudente para continuarem vendendo seus produtos e serviços durante a pandemia.

2 O CORONAVÍRUS

Em dezembro de 2019, foi notificado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) a ocorrência de um surto de pneumonia na cidade de Wuhan, província de Hubei na China. Rapidamente, identificou-se seu agente, um novo coronavírus SARS-COV-2. Em uma das reuniões do Comitê de Emergência, convocada pela OMS de acordo com o Regulamento Sanitário Internacional (RSI), foi constatado o crescimento de casos e de países confirmados que levou a declaração do surto como Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII) (CRODA; GARCIA, 2020).

Em fevereiro de 2020 a doença causada pelo novo coronavírus recebeu o nome de COVID – 19 pela OMS, baseando-se no tipo de vírus e no ano em que surgiu: Coronavirus disease – 2019. O primeiro caso confirmado no Brasil foi em 26 de fevereiro de 2020, um homem, residente da cidade de São Paulo que acabara de chegar de uma viagem na Itália, onde já havia um surto significativo (CRODA; GARCIA, 2020).

Com a expansão rápida do novo coronavírus pelo mundo, vários países aderiram a medidas de distanciamento social. No Brasil, o Distrito Federal foi o primeiro estado a aderir a essa medida pelo decreto do governador Ibaneis Rocha (MDB) suspendendo aulas nas redes pública e privadas, além de eventos e atividades com atendimento ao público, como comércios, bares, restaurantes entre outros. São Paulo e Rio de Janeiro, entre outros estados, também tomaram a mesma medida de distanciamento social (CORONAVÍRUS..., 2020).

Em Presidente Prudente, inicialmente foi declarado o fechamento do comércio por 15 dias, vindo a ser estendido por mais alguns meses, pelo prefeito Nelson Roberto Bugalho (PSDB), que teve início no dia 23 de março de 2020 (PRESIDENTE PRUDENTE, 2020).

No dia 27 de maio de 2020, o governador do estado de São Paulo, João Doria (PSDB), anunciou um novo plano de retomada econômica chamada “Retomada Consciente” em uma

coletiva no Planalto do Bandeirantes, que se iniciou no dia 1 de junho de 2020. De acordo com o novo plano, ilustrado no Quadro 1, cada região poderia determinar os setores a serem abertos de acordo com a fase em que se encontra. Os cálculos eram feitos pela média de ocupação dos leitos das UTIs com pacientes do novo coronavírus, números de novas internações no mesmo período e números de óbitos, como mostra o Quadro 2 (GOVERNO DE SÃO PAULO, 2020).

Quadro 1 - Atividades permitidas pelo plano Retomada Consciente

Atividades com atendimento presencial	Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4
"Shopping center", galerias e estabelecimentos congêneres	X	- Capacidade 20% limitada - Horário reduzido: 4 horas seguidas em todos os dias da semana ou 6 horas seguidas em 4 dias da semana, desde que suspensão do atendimento presencial nos demais 3 dias - Proibição de praças de alimentação - Adoção dos protocolos padrões e setoriais	- Capacidade 40% limitada - Horário reduzido (6 horas) - Praças de alimentação (ao ar livre ou em áreas arejadas) - Adoção dos protocolos geral e setorial específico	- Capacidade 60% limitada - Adoção dos protocolos geral e setorial específico
Comércio	X	- Capacidade 20% limitada - Horário reduzido: 4 horas seguidas em todos os dias da semana ou 6 horas seguidas em 4 dias da semana, desde que suspensão do atendimento presencial nos demais 3 dias - Adoção dos protocolos padrões e setoriais	- Capacidade 40% limitada - Horário reduzido (6 horas) - Adoção dos protocolos geral e setorial específico	- Capacidade 60% limitada - Adoção dos protocolos geral e setorial específico
Serviços	X	- Capacidade 20% limitada - Horário reduzido: 4 horas seguidas em todos os dias da semana ou 6 horas seguidas em 4 dias da semana, desde que suspensão do atendimento presencial nos demais 3 dias - Adoção dos protocolos padrões e setoriais	- Capacidade 40% limitada - Horário reduzido (6 horas) - Adoção dos protocolos geral e setorial e específico	- Capacidade 60% limitada - Adoção dos protocolos geral e setorial específico

Fonte: Governo de São Paulo (2020)

Quadro 2 - Cálculo dos critérios do plano Retomada Consciente

Critério	Indicador	Fase 1 Alerta máximo	Fase 2 Controle	Fase 3 Flexibilização	Fase 4 Abertura parcial
Capacidade do Sistema de Saúde	Taxa de ocupação de leitos UTI COVID (%)	Acima de 80%	Entre 70% e 80%	Entre 60% e 70%	Abaixo de 60%
	Leitos UTI COVID / 100k habitantes	Abaixo de 3,0	Entre 3,0 e 5,0	Acima de 5,0	Acima de 5,0
Evolução da epidemia	# de novos casos últimos 7 dias / # de novos casos 7 dias anteriores	Acima de 2,0	Acima de 2,0	Entre 1,0 e 2,0	Abaixo de 1,0
	# de novas internações últimos 7 dias / # de novas internações 7 dias anteriores	Acima de 1,5	Entre 1,0 e 1,5	Entre 0,5 e 1,0	Abaixo de 0,5
	# de óbitos por COVID nos últimos 7 dias / # de óbitos por COVID nos 7 dias anteriores	Acima de 2,0	Entre 1,0 e 2,0	Entre 0,5 e 1,0	Abaixo de 0,5

Fonte: Governo de São Paulo (2020)

3 O USO DA TECNOLOGIA EM TEMPOS DE PANDEMIA

Em meio ao isolamento social, a tecnologia tem sido crucial para que a rotina da população não fosse tão afetada. A pandemia tem dado a oportunidade de repensar o modo que

a sociedade se relaciona, assim, criando novos padrões de vida. Diante dessa situação, se tem buscado novos métodos emergenciais, de modo a suprir necessidades utilizando a tecnologia.

A medicina foi uma das áreas que mais se beneficiou com novas tecnologias. O atendimento por vídeo conferência, por exemplo, se tornou essencial para evitar contaminações dentro dos hospitais. O uso de cruzamento de informações de base de dados da saúde é fundamental para conseguir encontrar o maior número de pessoas infectadas pelo novo coronavírus (PANDEMIA..., 2020b). No Brasil foi lançado o aplicativo desenvolvido pelo SUS chamado CORONAVIRUS – SUS. Nele é possível se informar sobre como se prevenir, quais são os sintomas, o que fazer em caso de suspeitas e como encontrar uma unidade de saúde mais próxima (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2020).

Algumas empresas e escolas estão utilizando recursos de comunicação remota para manter suas atividades, já restaurantes e algumas lojas estão utilizando aplicativos de delivery. Infelizmente, empresas e microempresas que dependem de presença física tiveram seus lucros afetados ou, simplesmente, fecharam suas portas.

As redes sociais também entraram como mecanismos de vendas para as empresas varejistas. Marcas como Quem Disse Berenice? do Grupo Boticário, a varejista de moda Marisa e a varejista Magazine Luiza optaram por fazer parte das vendas através das plataformas tecnológicas. Com os conhecimentos já adquiridos dos funcionários pelas redes sociais, conseguiram impulsionar as vendas durante a pandemia. Conteúdos exclusivos para Instagram, vídeos para Tik Tok e comunicação direta com o cliente via WhatsApp são alguns dos mecanismos encontrados pelas empresas (COMO..., 2021).

De acordo com Souza e Ferdinando (2020), a Secretaria Municipal de Tecnologia (Setec) da cidade de Presidente Prudente e a Inova Prudente desenvolveram um aplicativo com o nome “Camelô Prudente Digital”, o aplicativo é utilizado para que os lojistas do Shopping Popular anunciem seus produtos e serviços. O intuito é fazer um catálogo de produtos para auxiliar clientes e “boxistas” a manterem contato mesmo durante a pandemia. Segundo os criadores do aplicativo, ele permite a pesquisa e filtros por produtos desejados, separados em três categorias e está integrado com o WhatsApp. Para criar o aplicativo, técnicos e analistas trabalharam na modelagem e nas especificações dos requisitos, definiram as funcionalidades e características da ferramenta.

Com a dificuldade de pequenos comerciantes anunciarem seus produtos, a empresa Turistikus, fundada por alunos e professores da Fatec de Presidente Prudente, criou um aplicativo para ajudar os comerciantes em tempos de pandemia. A criação do serviço é uma parceria entre a Fatec de Presidente Prudente e as Secretarias de Cultura (SECULT), Turismo

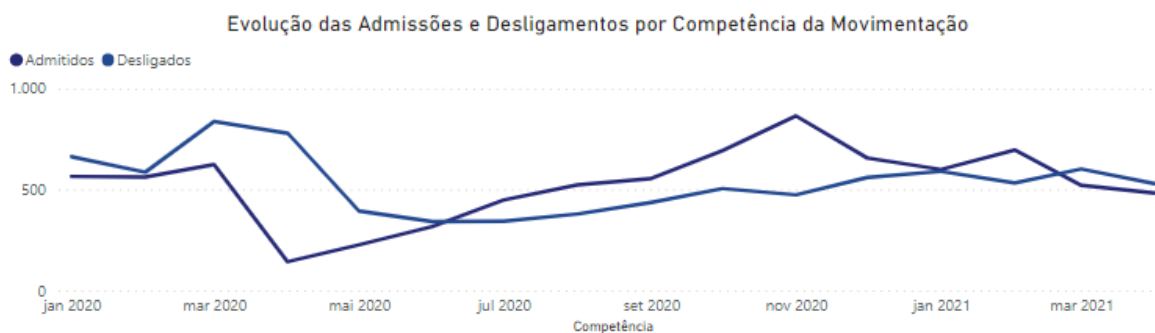
(SETUR), Desenvolvimento (SEDEPP) e Tecnologia (SETEC) da cidade. O aplicativo deve reunir mais de 300 empresas que poderão anunciar os seus produtos e serviços gratuitamente, quaisquer estabelecimentos ou MEI poderão utilizar esse serviço. Além de anunciar, o aplicativo também mostrará roteiros turísticos, para promover o conhecimento da cidade para quem estiver visitando a mesma, de forma tecnológica e rápida, na palma da mão dos moradores, visitantes e turistas (APLICATIVO..., 2021).

4 OS IMPACTOS DA PANDEMIA NO COMÉRCIO DE PRESIDENTE PRUDENTE

O comércio é um dos setores mais importantes do Oeste Paulista, mesmo com a reabertura das lojas, graças ao novo plano do governo de São Paulo “Retomada Consciente”, foi um dos setores que mais sentiu os efeitos devido à pandemia do novo coronavírus, fazendo com que muitos comerciantes diminuíssem a quantidade de seus funcionários.

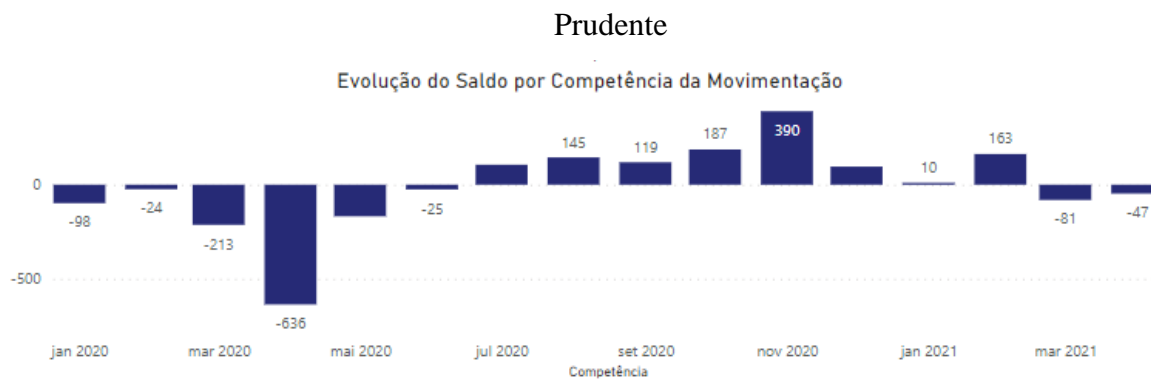
Segundo o CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados), no setor de comércio em Presidente Prudente, nos meses de março e abril de 2020 houve altos números de desligamentos de funcionários provavelmente por conta da pandemia, já o mês de novembro de 2020, mostra uma melhora nas contratações, de acordo com o indicado no Gráfico 1. O Gráfico 2 mostra a diferença entre as admissões e desligamentos, em abril de 2020 houve um saldo negativo de -636, ou seja, houve mais desligamentos do que admissões, já no mês de novembro de 2020 o saldo foi positivo, com 390, indicando que houve mais admissões do que desligamentos. O ano de 2021 começou com alterações nesse cenário, no mês de janeiro o comércio teve um saldo positivo de apenas 10, no entanto, a última informação do CAGED mostra que entre o mês de março e abril o saldo foi negativo (MINISTÉRIO DO TRABALHO, 2021).

Gráfico 1 - Admissões e desligamentos no setor de comércio na cidade de Presidente Prudente



Fonte: Ministério do Trabalho (2021)

Gráfico 2 - Saldo das admissões e desligamentos no setor de comércio na cidade de Presidente



Fonte: Ministério do Trabalho (2021)

5 METODOLOGIA

Para realização do trabalho foram utilizados métodos de pesquisa, em que os autores entrevistaram proprietários e funcionários do comércio varejista têxtil de pequeno a grande porte de Presidente Prudente, localizados na região central da cidade e nos shoppings centers, utilizando formulário on-line da plataforma Forms da Microsoft. Foram entrevistados 45 comerciantes e a pesquisa foi realizada via e-mail e presencialmente, entre os meses de outubro e dezembro de 2020. Como não foi possível determinar a quantidade total de empresas de tal segmento na cidade, considerando-se uma população infinita, a amostra de 45 estabelecimentos representa resultados com margem de erro de 10,7% e nível de confiança de 85%.

A participação na pesquisa foi voluntária e de forma anônima, em que foram questionados dados como as alternativas encontradas para redução de custos devido às medidas restritivas impostas por causa da pandemia, o percentual de vendas realizadas pela empresa via internet, as ferramentas tecnológicas utilizadas para divulgação e vendas, bem como o grau de satisfação com tais ferramentas, entre outros. Após o levantamento dos dados, tabelas e gráficos foram gerados com o auxílio do software Excel, a fim de realizar uma análise quantitativa das informações obtidas.

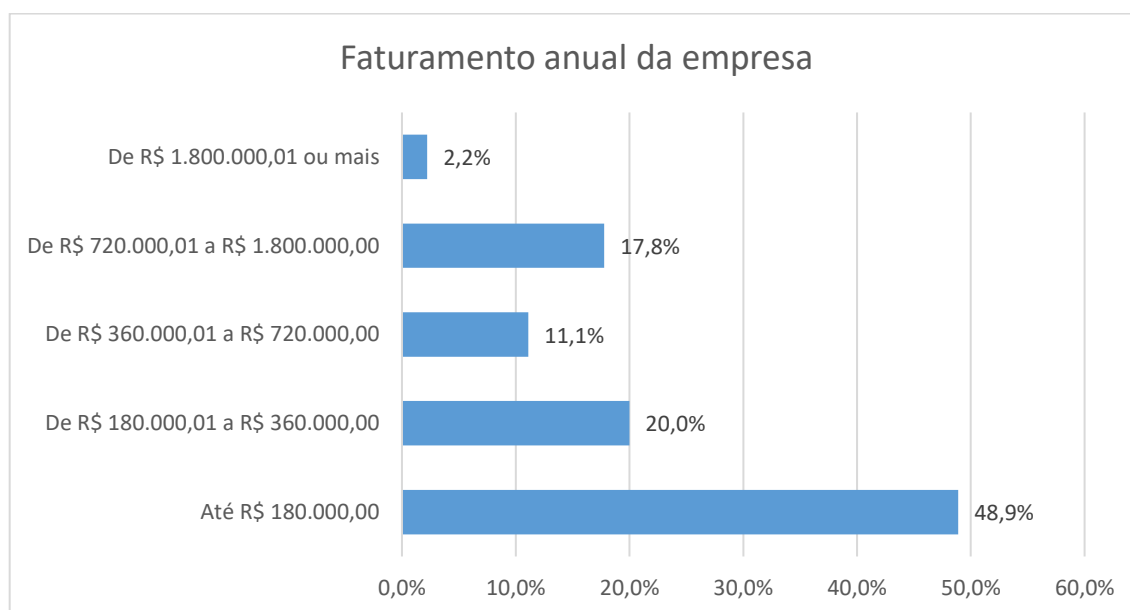
Também foi feito levantamento bibliográfico por meio de pesquisas em matérias de revistas, jornais e coleta de dados de órgãos como CAGED, Ministério da Saúde e OMS.

6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nessa pesquisa foi levantada uma média de faturamento mensal para fins comparativos sobre o porte das empresas. De acordo com o Gráfico 3, a maior parte dos estabelecimentos

entrevistados, 48,9%, responderam que tem um faturamento mensal de até R\$ 180.000,00, 20% dos estabelecimentos responderam que tem uma média entre R\$ 180.000,01 e R\$ 360.000,00 de faturamento, já 17,8% responderam que tem uma média entre R\$ 720.000,01 e R\$ 1.800.000,00, 11,1% responderam que tem uma de faturamento entre R\$ 360.000,01 e R\$ 720.000,00 e apenas 2% responderam que possuem um faturamento anual ou acima de R\$ 1.800.000,01. Esses intervalos de valores foram definidos de acordo com o Simples Nacional.

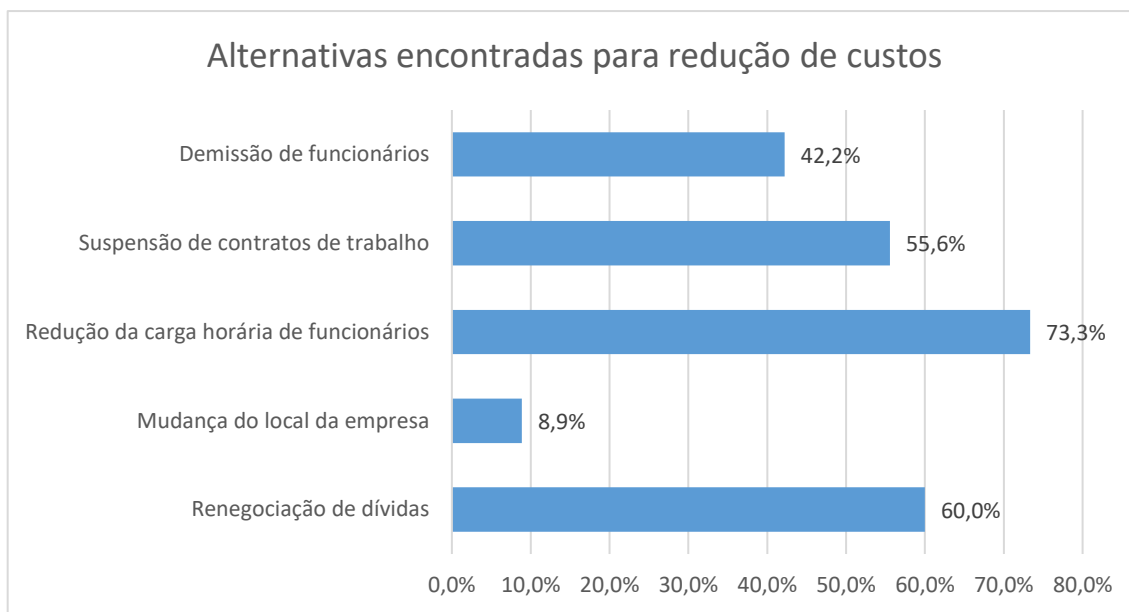
Gráfico 3 - Faturamento anual da empresa



Fonte: Própria.

Algumas alternativas para redução de custos também foram questionadas na pesquisa, sendo que mais de uma opção poderia ser escolhida. Segundo o Gráfico 4, a alternativa mais adotada pelas empresas foram as reduções de carga horária dos funcionários, com 73,3%, já 60% das empresas entrevistadas optaram por renegociações de dívidas, 55,6% dos estabelecimentos optaram por suspender contratos de trabalho, 42,2% dos estabelecimentos tiveram que optar pela demissão de funcionários e apenas 8,9% mudaram seus estabelecimentos de local.

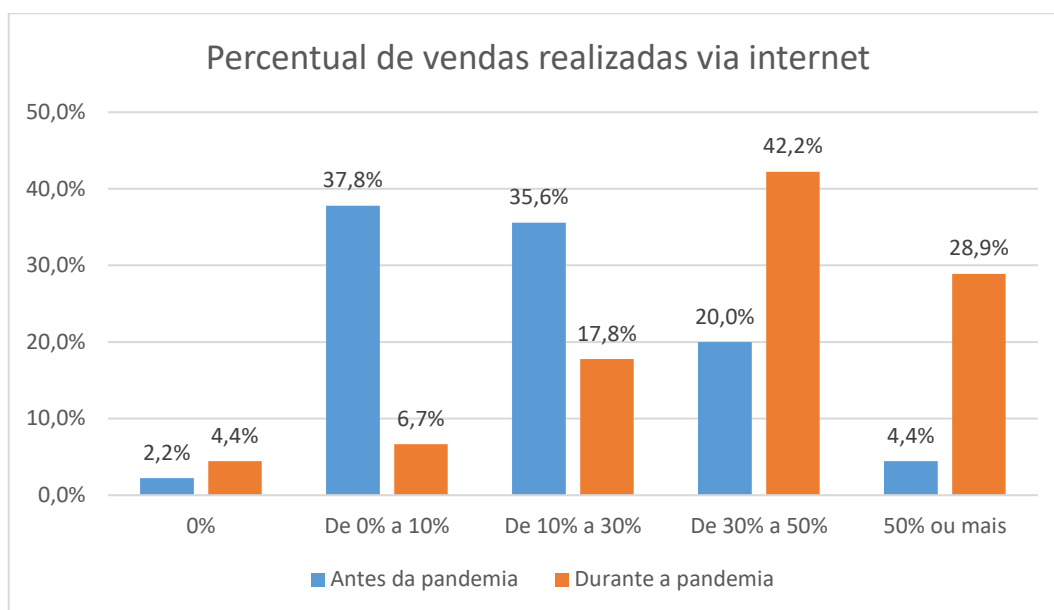
Gráfico 4 - Formas encontradas para redução de custos das empresas durante a pandemia



Fonte: Própria.

Muitos entrevistados relataram dificuldade em manter as portas abertas quando o comércio foi fechado no mês de maio de 2020, por outro lado, foi um tempo que tiveram para planejar a volta das vendas. Também foram relatados aumento de vendas durante a pandemia, principalmente vendas on-line. O Gráfico 5 mostra um comparativo entre as vendas realizadas pela internet antes e durante a pandemia. Nele é possível observar que, devido à pandemia, as vendas pela internet tiveram um aumento na maioria das lojas entrevistadas, pois antes da pandemia, 73,1% das lojas vendiam de 0% a 30% via internet, mas durante a pandemia, são 71,1% das lojas que passaram a realizar 30% ou mais das vendas via internet.

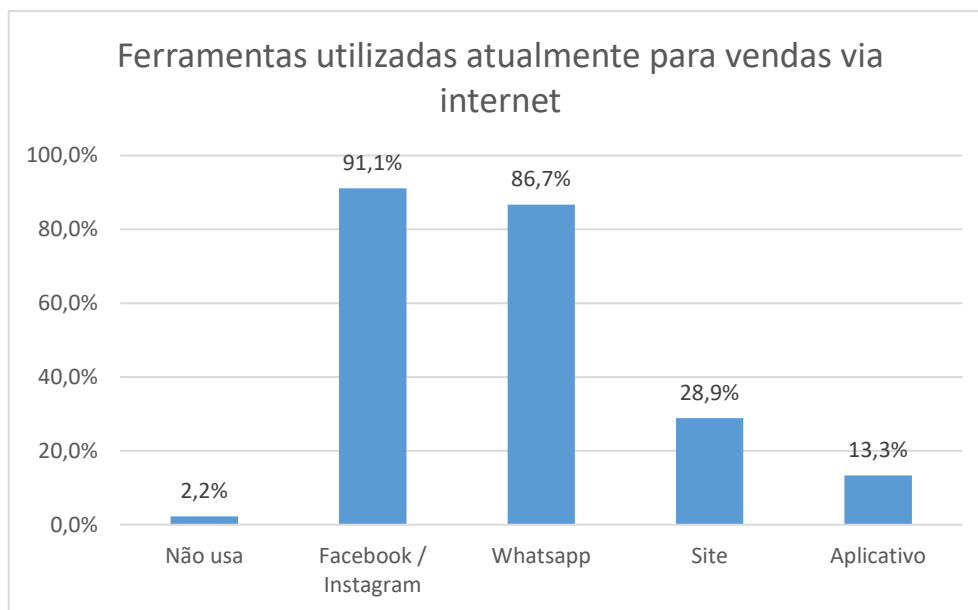
Gráfico 5 - Comparativo do percentual de vendas realizadas via internet antes e durante a pandemia



Fonte: Própria.

Para alguns estabelecimentos, a tecnologia já era presente antes da pandemia. Não foi possível entrevistar lojas franquizadas devido suas burocracias, mas alguns dos entrevistados relataram que utilizam métodos de e-commerce para suas vendas, com 28,9% para site próprio e 13,3% para aplicativos. Tecnologias gratuitas, como Facebook e Instagram, mostraram que são as opções mais utilizadas pelas lojas, a partir do momento que muitos de seus clientes já possuem essas redes sociais, com 91,1% das empresas entrevistadas. O WhatsApp também foi mencionado como ótimo mecanismo para manter contato direto com clientes e realizar vendas, com 86,7% dos entrevistados e apenas 2,2% dos entrevistados relataram que não usam mecanismo tecnológico algum para suas vendas. No Gráfico 6 é possível visualizar tais resultados e observa-se o quanto as redes sociais ainda são preferência das empresas entrevistadas em relação à comunicação e marketing. É importante ressaltar que, nesse caso, os entrevistados tinham a possibilidade de selecionar mais de uma alternativa.

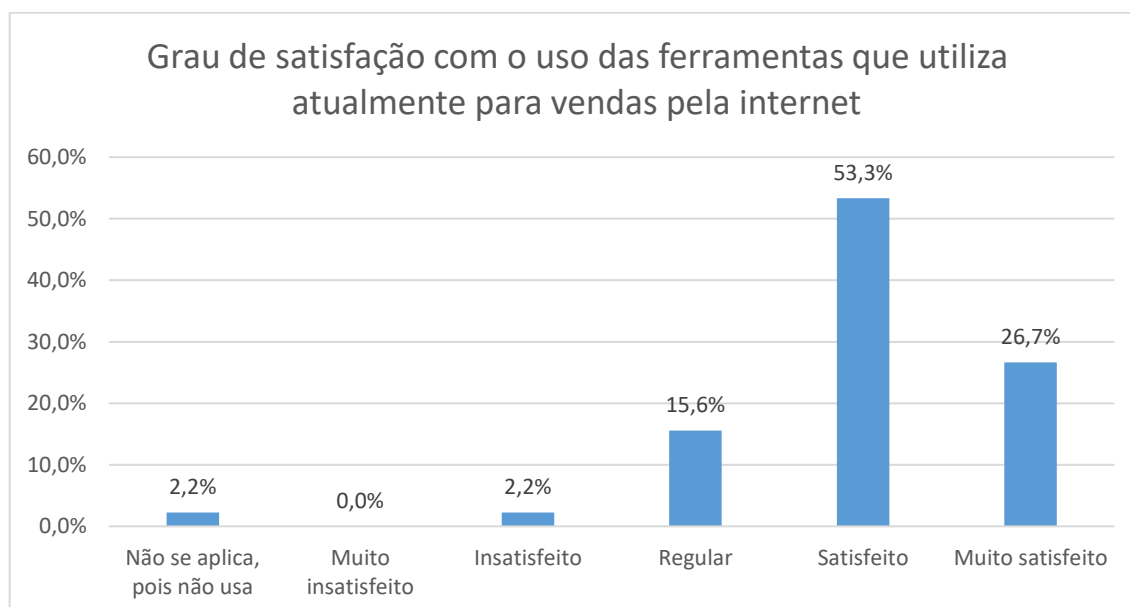
Gráfico 6 - Ferramentas utilizadas atualmente para vendas via internet



Fonte: Própria.

Foi perguntado também o grau de satisfação das empresas com relação às tecnologias utilizadas para as vendas dos produtos via internet. Segundo o Gráfico 7, 53,3% dos estabelecimentos se dizem satisfeitos, 26,7% muito satisfeito, 15,6% regular, 2,2% insatisfeito e 2,2% não usam nenhum tipo de tecnologia para fazer as vendas via internet. Nenhuma empresa relatou estar muito insatisfeito. Tais resultados indicam que, de maneira geral, os comerciantes entrevistados estão satisfeitos com as ferramentas utilizadas atualmente.

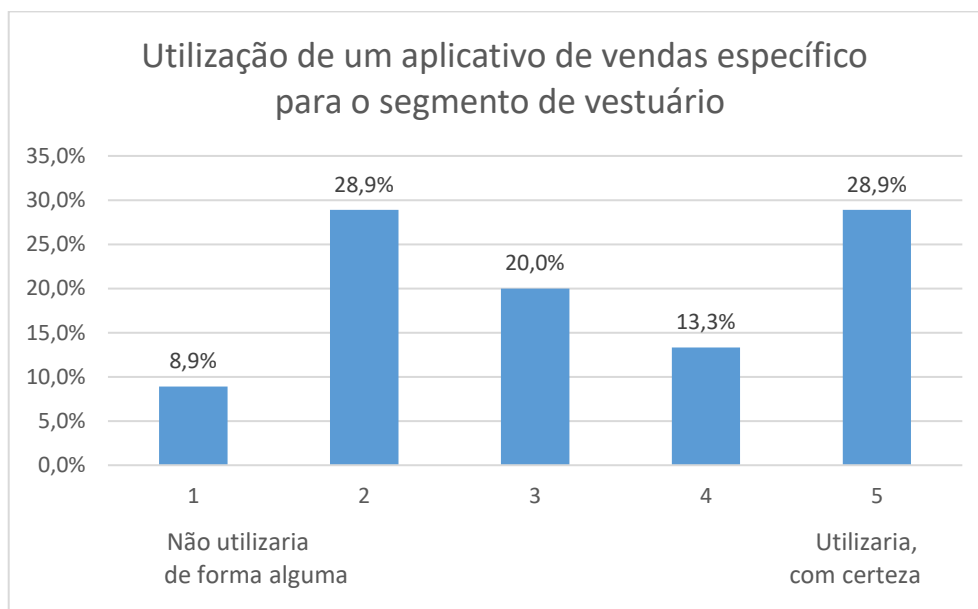
Gráfico 7 - Grau de satisfação com o uso das ferramentas tecnológicas utilizadas



Fonte: Própria.

Outro ponto analisado foi sobre as chances de criação de um aplicativo de vendas específico para o segmento de vestuário. O Gráfico 8 mostra uma pontuação de 1 a 5, em que 1 significa que o estabelecimento não utilizaria de forma alguma um aplicativo desse tipo e 5 que o estabelecimento utilizaria, com certeza, um aplicativo específico para suas vendas. Segundo o gráfico, 28,9% dos estabelecimentos certamente usariam um aplicativo específico de vendas de vestuário contra 8,9% que não tem interesse algum em utilizar aplicativos específicos. 28,9% selecionaram a pontuação 2 que se mostraram não totalmente adversos a possibilidade, porém descrentes que poderiam ocorrer, 20% a pontuação 3 que de certa forma vê a possibilidade como real, porém não algo que estaria nos planos da empresa e 13,3% a pontuação 4 que opta por ser algo concreto, mas ainda fora dos planos de execução. Apesar de grande parte das empresas relatarem que utilizariam algum aplicativo específico para vendas de vestuário, percebe-se muita indecisão pelos empresários, isso fica ainda mais claro ao analisarmos a média dessa pontuação, que foi de 3,24 e um coeficiente de variação de 42,2%, o que indica alta dispersão entre as respostas.

Gráfico 8 - Chances de a empresa utilizar um aplicativo de vendas específico



Fonte: Própria.

7 CONCLUSÕES

Após a realização da pesquisa, pode-se concluir que, com a pandemia do novo coronavírus, houve um aumento nas vendas realizadas via internet nas lojas pesquisadas. Entretanto, foi relatado alguns cortes de custos para manter o estabelecimento funcionando.

Outra visão que as empresas tiveram foi de colocar seus funcionários para realizar vendas e explorar o marketing a partir de redes sociais. Além de serem ferramentas com custo baixo, aproximam mais a empresa com seus clientes, a partir do momento que grande parte dos consumidores já possui algum tipo de rede social, assim, a maioria dos entrevistados informaram que estão satisfeitos com as ferramentas que utilizam. O uso de aplicativos próprios foi pouco citado como solução, porém, muitos relataram que utilizariam algum aplicativo específico para as vendas de vestuários.

Apesar da situação ser passageira, acredita-se que o mundo viverá um novo “normal”. Evolução tecnológica e novo modo de vida vão continuar, mesmo em momentos pós pandemia.

REFERÊNCIAS

APLICATIVO gratuito divulgará serviços e produtos de 300 empresas. **Portal Prudentino**, Presidente Prudente, 20 abr. 2021. Disponível em: <https://www.portalprudentino.com.br/noticia/noticias/presidente-prudente-noticias/aplicativo-gratuito-divulgara-servicos-e-produtos-de-300-empresas> Acesso em: 30 mai. 2020.

COMO os varejistas estão colocando seus funcionários para vender via redes sociais durante a pandemia. **InfoMoney**, 2020. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/negocios/como-os-varejistas-estao-colocando-seus-funcionarios-para-vender-via-redes-sociais-durante-a-pandemia/>. Acesso em: 29 ago. 2020.

CORONAVÍRUS: veja a cronologia da doença no Brasil. **G1**, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/04/06/coronavirus-veja-a-cronologia-da-doenca-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 02 ago. 2020.

CRODA, J. H. R.; GARCIA, L. P. Resposta imediata da Vigilância em Saúde à epidemia da COVID-19. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, Brasília, v. 29, n.1, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.5123/S1679-49742020000100021>. Acesso em: 14 jun. 2020.

GOVERNO DE SÃO PAULO. **Retomada Consciente**: Plano São Paulo. Página inicial. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/planosp/>. Acesso em: 17 ago. 2020.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. Tecnologia do aplicativo Coronavírus SUS será compartilhada com outros países. **Governo do Brasil**, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/03/tecnologia-do-aplicativo-coronavirus-sus-sera-compartilhada-com-outros-paises> Acesso em 20 abr. 2021.

MINISTÉRIO DO TRABALHO. **PDET**: Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho, 2021. Página inicial. Disponível em: <http://pdet.mte.gov.br/novo-caged?view=default>. Acesso em: 05 jun. 2021.

MORELLO, T. 76% dos negócios em Prudente são afetados pela pandemia. **O Imparcial**, Presidente Prudente, 25 jun. 2020. Disponível em: <https://www.imparcial.com.br/noticias/76-dos-negocios-em-prudente-sao-afetados-pela-pandemia,35995>. Acesso em: 25 maio 2021.

PANDEMIA acelerou mudanças tecnológicas e impõe desafios, dizem especialistas. **Uol**, 2020a. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/efe/2020/10/28/pandemia-acelerou-mudancas-tecnologicas-e-impoe-desafios-dizem-especialistas.html>. Acesso em 30 out. 2020.

PANDEMIA coloca em evidência novas tecnologias na área de saúde. **Valor Econômico**, 2020b. Disponível em: <https://valor.globo.com/patrocinado/deloitte/impacting-the-future/noticia/2020/04/09/pandemia-coloca-em-evidencia-novas-tecnologias-na-area-de-saude.ghtml>. Acesso: em 30 jan. 2021.

PRESIDENTE PRUDENTE. Decreto nº 30.747/2020, de 6 de fevereiro de 2020. Dispõe sobre as medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus responsável pelo surto de 2019. Prefeitura de Presidente Prudente, Presidente Prudente, SP, seção 1, 07 fev. 2020. Disponível em: http://www.presidenteprudente.sp.gov.br/site/leis_decretos_detalhe.xhtml?t=1&a=2020&n=30747&c&fbclid=IwAR2eco9KETFb3oyVizDF8MUYo_tcTlCqc2p072N8WAtq0es3D62R8jsmJaU. Acesso em: 24 jan. 2021.

SOUZA, I.; FERDINANDO, L. Disponível: app do camelódromo já pode ser baixado nas lojas virtuais. **Fundação Inova Prudente**, 2020. Disponível em: <https://www.inovaprudente.com.br/noticias/disponivel--app-do-camelodromo-ja-pode-ser-baixado-nas-lojas-virtuais.html#:~:text=Servi%C3%A7o%20E2%80%93%20aplicativo%20encontra%20Dse,acesso%20do%20usu%C3%A1rio%20C3%A9%20opcional>. Acesso em: 25 ago. 2020.