



AÇÕES ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA ADAPTAÇÃO À PANDEMICA COVID-19 - REGIÃO DE UMUARAMA, ESTADO DO PARANÁ, BRASIL

Luiz Walter Pacola¹; Luciana Ferraz Abbade²; Douglas André Roesler³; Giovana Goretti Feijó de Almeida⁴

¹Mestre em Gestão do Conhecimento, Unicesumar e Docente da Unialfa – Faculdade Alfa de Umuarama

²Mestranda em Ciências Ambientais, Unioeste e Docente da Unialfa – Faculdade Alfa de Umuarama

³Prof. Dr. Douglas André Roesler – Unioeste – Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Paraná, Brasil

⁴Prof. Dra. Giovana Goretti Feijó de Almeida – CiTUR, Leiria, Portugal

RESUMO

O objetivo deste trabalho consiste em entender e sugerir ações às micro e pequenas empresas na região de Umuarama, para se adaptarem aos males promovidos pela COVID-19, pandemia que vem afetando as empresas no mundo e, por conseguinte, a região de Umuarama, Estado do Paraná. Para a metodologia da pesquisa se utilizou da pesquisa bibliográfica baseada em tendências nos campos de gestão das empresas, comportamento das pessoas e hábitos de consumo, bem como em ações que possam evitar falências e até mesmo auxiliar na promoção do desenvolvimento das empresas. Neste contexto, para que haja efetividade no processo de gestão, propõe-se a utilização do guia de Macro Tendências 2020 -2021, elaborado pelo SEBRAE/PR. Esse guia tem um conjunto de informações adaptáveis às micro e pequenas empresas e está disponível no site do SEBRAE/PR, gratuitamente, o que vem a favorecer o pequeno empresário empreendedor a evitar gastos com ferramentas de gestão.

Palavras chaves: COVID-19; gestão; marketing; hábitos de consumo; tendência de consumo.

1. INTRODUÇÃO

A disseminação da Covid 19, pandemia que vigora desde o início de 2020 e que ainda assola a humanidade fez com que as expectativas de crescimento econômico, tanto no Brasil quanto no mundo, fossem substituídas, repentinamente, por constantes incertezas que prometem arrastar a economia em um processo de recessão jamais visto anteriormente (MATOS; MIRANDA, 2020). Apesar do avanço da ciência e da medicina não foi possível combater os efeitos que a COVID-19 tem deixado à humanidade. A ciência não estava preparada, muito menos as nações, os governos e as pessoas (IEGV,2020) para a magnitude de tal evento. Essa situação, no que lhe concerne, chegou de forma avassaladora também em todas as classes sociais e nas organizações locais e globais.

Diante do rigor dessa severa doença e mediante a impotência de governos em conter seu avanço, a prática do *lockdown* de cidades e região se tornou a alternativa mais eficiente, ao menos em curto prazo, e com isso foi possível minimizar contaminações do novo



coronavírus e diminuir a curva de crescimento dessas contaminações (IEGV,2020). Nesse contexto em que a tendência na gestão de empresas, em particular as micro e pequenas empresas, vem a sofrer diante de pressões globalizantes, exige-se, segundo Barradas, Santos e Campos Filho (2010), um incremento na sua capacidade de aprendizagem e de cooperação como forma da complexidade, diversidade e ambiguidade. No que se refere ao enfrentamento das empresas, durante a pandemia, momento crucial para gestores, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2020) lançou um guia de tendência contemplando, quatro macro tendências relacionadas à gestão organizacional, consumo e sociedade, tecnologia e experiências.

À vista do exposto, busca-se entender e sugerir ações às micro e pequenas empresas na região de Umuarama para se adaptarem aos males promovidos pela COVID-19, pandemia que vem afetando as empresas no mundo e, por conseguinte, a região de Umuarama, Estado do Paraná.

Inserido neste mundo VUCA¹ (acrônimo dos termos volátil, incerto, complexo e ambíguo), micro e pequenas empresas se viram na obrigação de se adaptarem às novas tendências ou sair do mercado de forma abrupta e repentina. Segundo o SEBRAE/PR (2020), uma pesquisa realizada entre 6.080 micro e pequenas empresas, incluindo também os MEIs (micro empreendedores individuais), 88% deles tiveram queda de 75% do faturamento e 62% foram obrigados a paralisar suas atividades, momentaneamente, ou encerrar suas atividades definitivamente. Corroborando com essa pesquisa a Associação Comercial Empresarial - A.C.E (2020), quando se refere às micro e pequenas empresas que respondem por 52% dos empregos com carteira assinada no setor privado no Brasil.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. ADAPTAÇÃO DAS EMPRESAS À PANDEMIA COVID-19

A pandemia da Covid-19 surgiu inesperadamente, de forma real e complexa. Isso causou incerteza e instabilidade para todas as sociedades existentes no planeta,

¹ VUCA: É um termo que teve origem na década de 1990, época pós-guerra fria, e foi utilizada para explicar a complexidade e as incertezas da situação geopolítica mundial. VUCA é o acrônimo dos termos em inglês: volatility (volatilidade); uncertainty (incerteza); complexity (complexidade); ambiguity (ambiguidade).

Fonte: O que é e como lidar com o mundo VUCA? Jan, 23, 2021, HSM University. Disponível em: <https://hsmuniversity.com.br/blog/mundo-vuca/>



configurando-se no maior desafio sanitário do século, provocando transformações inimagináveis nos modos de ser e de estar das populações em todo o planeta (SOUZA et al., 2021).

O termo *pandemia*, de origem grega, é formado com o prefixo neutro 'pan' e 'demos', povo. Esse termo foi utilizado por Platão, referindo-se a qualquer acontecimento, de forma genérica, capaz de alcançar toda a população. No mesmo sentido foi também utilizada por Aristóteles. Já Galeno utilizou o termo relacionando doenças epidêmicas de grande difusão. (DE REZENDE, 1998).

A incorporação definitiva do termo *pandemia* ao glossário médico firmou-se a partir do século XVIII, encontrando-se o seu registro em francês no Dictionnaire universel français et latin, de Trévoux, de 1771 (5). Em português, foi o vocábulo dicionarizado como termo médico por Domingos Vieira, em 1873(15). O conceito moderno de *pandemia* é o de uma epidemia de grandes proporções, que se espalha a vários países e a mais de um continente, Exemplo tantas vezes citado é o da chamada "gripe espanhola", que se seguiu à I Guerra Mundial, nos anos de 1918-1919, e que causou a morte de cerca de 20 milhões de pessoas em todo o mundo (DE RESENTE, 1998, p. 2).

Em Umuarama, Paraná, Brasil, segundo a Secretaria Municipal de Saúde, os procedimentos estão alinhados aos trabalhos e recomendações vindas do Ministério da Saúde (MS) e da Organização Mundial de Saúde (OMS), informações fundamentais para enfrentar o avanço do vírus (SECRETARIA DE SAÚDE UMUARAMA, 2020). Segundo informações da Secretaria de Saúde de Umuarama (SSU, 2020), a região de Umuarama está entre as que mantêm as menores taxas de mortalidade por COVID-19 em todo o Estado do Paraná. Em termos comparativos, o Paraná possui 22 Regionais de Saúde e a de Umuarama está em 20º lugar na média de mortes decorrentes da doença, conforme dados demonstrados. Essas informações deixam a região em situação com certa confortabilidade, embora, não deixa de ser preocupante (UMUARAMA ILUSTRADO, 2021).

A COVID-19, por estar ainda em evidência, vem sendo sufocada em diferentes contextos mundiais. Seus impactos, ainda não possíveis de serem mensurados e refletem sobremaneira na economia, na sociedade, na saúde, no comércio, nos serviços e nas empresas - inclui-se neste contexto as micro e pequenas empresas (NASSIF; CORRÊA; ROSSETTO, 2020). Essa situação obriga aos agentes atingidos, a necessidade de buscar novas alternativas de fazer suas obrigações de trabalho. Assim, é importante e necessária a adaptabilidade desses agentes. Neste sentido, medidas rígidas de isolamento e aqueles



relacionadas com a economia, afloram um dilema crucial aos agentes públicos em decisão que afeta sobremaneira micro e pequenas empresas. Segundo Viglione (2020), em cálculos realizados pelo grupo de pesquisa do *Imperial College* de Londres, o impacto em decorrência da COVID-19 poderia infectar até 90% da população mundial, levando ao óbito, aproximadamente, 40,6 milhões de pessoas.

Para Nassif, Corrêa e Rossetto (2020) as medidas recomendadas de distanciamento apresentaram resultados mais otimistas. Mesmo assim, o número de casos confirmados de COVID-19 no início de 2020, ultrapassou 800.000 casos (31 de março, 2020), segundo estatísticas compiladas pelo Centro de Ciência e Engenharia de Sistemas da Johns Hopkins University, em Baltimore, Maryland (INGLESBY, 2020).

No Brasil, no dia 08 de setembro de 2021, a pandemia registrou 600.000 óbitos. Preocupante em termos de perda de capital humano e não diferente no capital econômico e financeiro, isso refletiu sobremaneira na economia. Na região de Umuarama não foi diferente. Em julho de 2021, em Umuarama, o total de mortes chegou a 282 casos e o número de casos suspeitos, em 3.770. Com relação à ocupação dos leitos nos hospitais locais com alas COVID-19, são respectivamente, 36 das 37 UTIs e 60 das 64 enfermarias. Em setembro de 2021, segundo a Secretaria Municipal de Saúde, 80 mil pessoas já tinham recebido imunizante na cidade, atingindo a cobertura vacinal de 92% da população de Umuarama (SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE, 2021).

Outro fator a considerar, é o índice de permanência de colaboradores nas empresas, sem serem demitidos. Sob essa ótica é importante observar o custo de pessoal, que representa maior parte do custo fixo dessas empresas. Segundo o SEBRAE/PR (2020), o custo com pessoal aparece entre os principais gastos, em torno de 57% e apenas 18% demitiram colaboradores para manter a saúde financeira dos negócios. A média de demissões é de três colaboradores, após o início da crise (SEBRAE, 2020). Uma das alternativas encontradas foi o trabalho *Home Office* (remoto). O isolamento social impediu, em grande parte, que as rotinas normais fossem mantidas. Em função disso, muitos trabalhadores não puderam cumprir com suas funções normais no local de trabalho. Por outro lado, clientes ficaram impedidos de acessar os locais de atendimento físico. Para lidar com essa situação, muitas empresas tiveram que adaptar suas rotinas para o chamado trabalho remoto, o que forçou também a uma adaptação das lideranças e dos colaboradores (NOGUEIRA, 2020).



Conforme Sehnem *et al.* (2021) para conhecer a capacidade de adaptação das empresas em um cenário de crise, seis hipóteses foram testadas por meio de respostas obtidas de empresários do Oeste de Santa Catarina. Essa região serviu como parâmetro por ter algumas das mesmas peculiaridades da região de Umuarama. A Tabela 1 representa o perfil das empresas pesquisadas, onde mostra a estatística descritiva dos fatores que podem se mostrar determinantes para a capacidade de adaptação à crise.

Tabela 1 - Estatística descritiva dos fatores sobre a adaptação à crise COVID-19

Ações para combater a crise	Quantidade	Frequência
Ações Básicas	101	24,69%
Ações Intermediárias	144	35,21%
Ações Sofisticadas	164	40,10%
Capacidade Financeira na Crise para honrar dívidas com financiamentos e funcionários	Quantidade	Frequência
Sim	252	61,61%
Não	157	38,39%
Utilização de Ferramentas Estratégicas para superar a crise	Quantidade	Frequência
Sim	123	30,07%
Não	289	69,93%
Expectativa para os próximos 5 anos	Quantidade	Frequência
Expansão	299	73,11%
Reorganização	62	15,16%
Dissolução	48	11,74%

Fonte: (SEHNEM et al, 2021).

Verifica-se que 40,10% das empresas adotaram ações sofisticadas para combater a crise e 59,90% adotaram ações intermediárias e/ou básicas (Tabela 1). Essa situação pode ser considerada crítica quando se fala na retomada econômica das empresas. Ações mais sofisticadas podem ser adotadas objetivando combater a crise e, por conseguinte, trazer diferenciais de capacidade de adaptação das empresas à crise (SEHNEM *et al.*, 2021). Vale observar também que as empresas, em sua maioria, se mostraram com capacidade financeira para honrar dívidas com financiamentos e funcionários, mesmo no momento da paralisação parcial de alguns e total de outros setores (SEHNEM, SIMONE *et al.* 2021).

Outro aspecto positivo a considerar, é o fato de as empresas ainda terem uma expectativa de expansão dos negócios para os próximos cinco anos. Contudo, destaca-se o fato de um menor número de empresas se utilizarem de ferramentas estratégicas de *benchmarking* e análise de riscos para superar a crise (SEHNEM, SIMONE *et al.* 2021).



2.2. TRABALHO REMOTO: UMA REALIDADE.

A situação imposta pela pandemia obrigou a humanidade a refletir sobre importantes temas, parte deles abarcados de maneira indireta no processo de gestão das empresas, em particular, o trabalho de forma remota. Os impactos desse novo sistema de trabalho, refletem sobremaneira, tanto positiva quanto negativamente, na economia, na sociedade, na saúde, no comércio, e nos serviços em geral. Para Araújo, Meneses e Vasconcelos (2021), a necessidade de se buscar novas maneiras viver é premente, e a palavra de ordem no momento pode ser a importante e necessária adaptabilidade no modo como os consumidores se comportam, decidem e são forçados a se adaptar frente ao contexto atual. Segundo Araújo, Meneses e Vasconcelos (2021), ao sofrerem modificações nos padrões de consumo, faz-se necessário que as empresas e empreendedores pensem na modificação e adaptação de estratégias, de modo a buscar meios de atender às novas exigências. O trabalho remoto neste caso, vem ajudar na gestão das empresas. O trabalho remoto (*home-office*) não se confunde com as modalidades de trabalho fabris realizados “em domicílio”, oficinas domésticas e de trabalhadores subcontratados por grandes corporações, resultantes da reestruturação produtiva do último quartil do século XX (BRID, et al 2020).

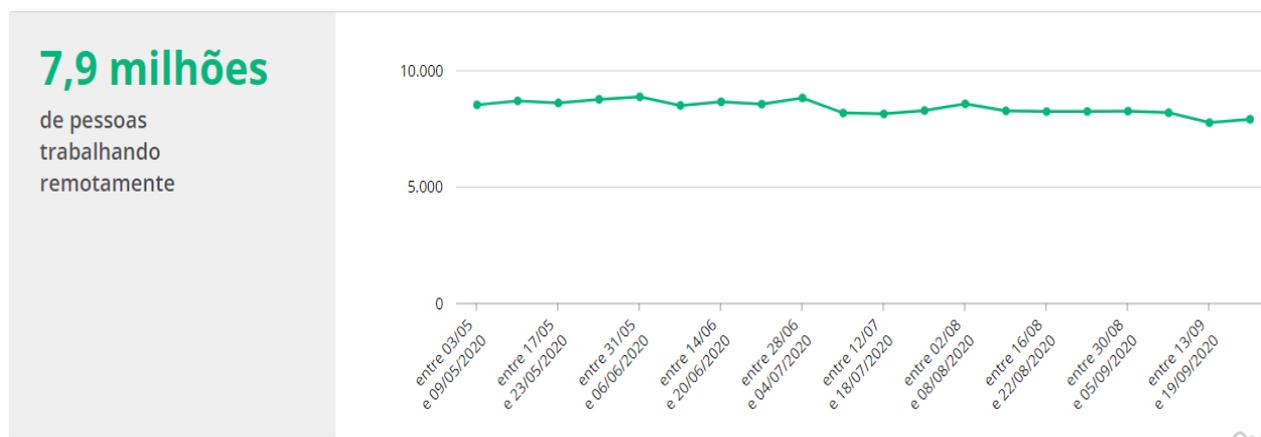
A alta capacidade de transmissão do coronavírus fez com que o mundo buscasse se adaptar rapidamente e de muitas maneiras, sendo o isolamento social como um dos meios mais eficazes indicado pelas autoridades ligadas à saúde. Para tanto, milhões de trabalhadores e trabalhadoras tiveram suas atividades laborais impactadas, precisando ajustar a uma nova forma de trabalhar, a de exercer suas funções profissionais de forma remota, em *home-office*. Segundo o IBGE-PNADCOVID19, em maio de 2020, eram 8.7 milhões de trabalhadores em atividade remota. (BRID, et al 2020).

No Brasil, um estudo realizado com 315 empresas nacionais e multinacionais (SOBRATT, 2018), mostrou que menos de 50% delas já adotavam o trabalho remoto, sendo que, dessas, 82% não o faziam de maneira integral, ou seja, com os colaboradores estando fora do local físico de trabalho todos os dias. Esse mesmo estudo apontou ainda que apenas 8% das empresas adotantes alocavam de 90 a 100% de seus colaboradores nessa modalidade. Dessa forma, com a súbita transição de milhares de empresas para um modelo



100% calcado no teletrabalho durante a pandemia, é possível que se encontrem dificuldades tanto na articulação da infraestrutura e tecnologia necessárias para o processo, como também na gestão remota de atividades das equipes (DOS SANTOS; SARAIVA; MAROLLA-GLAUCO, 2020). Segundo o IBGE (2021), 7,9 milhões de brasileiros, com restrições impostas pela pandemia passaram a trabalhar de forma remota (Gráfico 1).

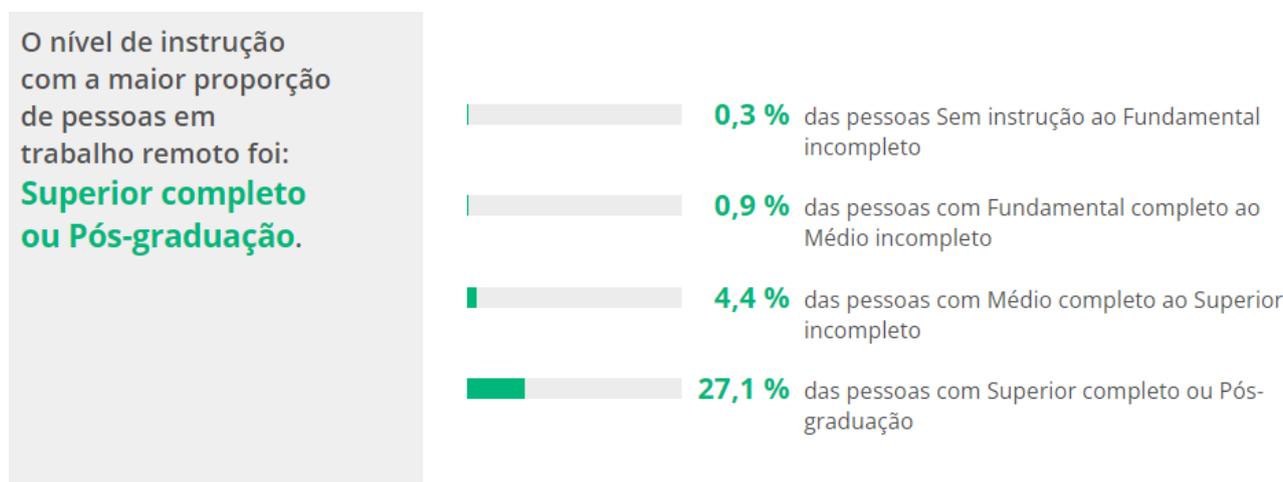
Gráfico 1 - Trabalho remoto no Brasil período de março/2020 a setembro 2020



Fonte: IBGE (2021).

Vale observar que os números apresentados se mantiveram estáveis, porém altos, considerando a proporção da população brasileira, ou seja, aproximadamente 4%. No entanto, é possível observar outra variável no gráfico 2 que mostra o nível de instrução de pessoas trabalhando em *home office*.

Gráfico 2 - Nível de instrução de pessoas em trabalho remoto no Brasil.





Fonte: IBGE(2021).

Em Umuarama, no Estado do Paraná, em função do aumento nos casos de COVID-19, levou o município, através do Decreto N. 324/2020, a editar medidas de segurança que de certa forma, proibiu o trabalho de pessoas de forma presencial. Esse cenário obrigou, empresas e instituições, a adotarem o trabalho remoto.

Destaca-se que o trabalho remoto, dependendo da atividade, pode ser realizado no domicílio sem prejuízo, e até com maior produtividade pela liberdade de conduzir o trabalho. Para corroborar com essa afirmação, foi entrevistado o profissional na área de design gráfico, João Victor Pacola, que reside em Paris, na França, e está em visita na residência de seus pais, em Umuarama. João Victor fez algumas considerações que podem ser relevantes na preocupação de gestão de Empresas em Umuarama. Segue o trecho da entrevista informal com João Victor:

Profissão? Design gráfico. Trabalho *home office* desde o início da pandemia, ou seja, março de 2020. O trabalho em *home office* melhorou meu desempenho pela liberdade de horário e local, entretanto exige disciplina neste tipo de trabalho. No Brasil, a minha produtividade não está sendo a contento, ou seja, piorou em função da qualidade da Internet” (João Victor Pacola, design gráfico).

Em análise dessa conversa, é possível tirar duas conclusões. A primeira é a dificuldade pela falta de disciplina do brasileiro (SCHILLING, 2007), o que é compreensível pela cultura latino-americana. A segunda é a deficiência tecnológica. Para Kenski (2015), são muitos os problemas a serem superados e a maioria deles está ligada diretamente ao acesso e uso da internet. Essas duas considerações merecem uma reflexão, já que estamos a cada dia mais dependente das novas tecnologias.

2.3. TENDÊNCIAS DE CONSUMO EM TEMPOS DE PANDEMIA

A palavra *tendência* é utilizada com uma variedade de significado. Para Porto Editora (2003), tendência é uma força que imprime determinado movimento ou orientação; uma inclinação; propensão; predisposição; vocação. Nesse mesmo sentido a Léxico pt. Dicionário (2009) conceitua tendência como sendo uma linha, um rumo, uma voga ou



mesmo uma evolução. As tendências não surgem do dia para a noite e, tampouco, referem-se a fatores futurísticos (INTELLIPLAN, 2020). Entretanto, a pandemia forçou tanto as empresas quanto as pessoas, a buscarem alternativas de vendas e consumo. A importância das tendências é perceber mudanças, antes que se tornem urgentes. Isso é desafiante no mundo empresarial. Por isso, analisar tendências é proeminente e desafiador.

Em pesquisa realizada pelo SEBRAE/PR (2020) foram mapeadas 58 tendências de consumo que os pequenos negócios precisam saber para se adequar aos rumos do mercado durante ou após a Pandemia (DUCO, 2017). A partir dessa coletânea, os dados foram agrupados e organizados em níveis de atuação: macrotendência; direção e ação. Esse projeto, segundo Caderno de Tendências - SEBRAE (2020), resultou em um Guia de Aplicação de Tendências, os quais combinam teoria e prática. Apresentam-se nesse guia: 4 macrotendências, 17 diretrizes e 22 oportunidades de ação. Dentre as quatro macrotendências estão: gestão, consumo e sociedade, tecnologia e experiência. O quadro 1, a seguir, mostram as macrotendências, com as respectivas micro tendências que, por sua vez, alinham-se mutuamente.

Quadro 1: macrotendências, elaborado pelo SEBRAE, com respectivas micros tendências.

<p>1. GESTÃO</p> <p>1.1 potências humanas</p> <p>1.1.1 a tecnologia não vai roubar o seu emprego;</p> <p>1.1.2 <i>human learning</i></p> <p>1.1.3 integrações visionárias</p> <p>1.2 potências coletivas</p> <p>1.2.1 fraternidades comerciais</p> <p>1.2.2 nada se cria, tudo se transforma</p> <p>1.2.3 marcas educadoras</p> <p>1.3 <i>always learning</i>: de olho no futuro</p> <p>1.3.1 modo plano b</p> <p>1.3.2 trabalho remoto</p> <p>1.3.3 o comércio que nunca dorme</p> <p>1.3.4 o futuro das redes sociais</p>	<p>2. CONSUMO E SOCIEDADE</p> <p>2.1 saúde e bem estar em primeiro lugar</p> <p>2.1.1 à flor da pele</p> <p>2.1.2 (re) educação emocional</p> <p>2.1.3 o tal do “o que realmente importa”</p> <p>2.1.4 prazer por simplicidade</p> <p>2.1.5 fomo na medida certa</p> <p>2.2 o despertar do consumidor</p> <p>2.2.1 somente o necessário</p> <p>2.2.2 consumo verde</p> <p>2.2.3 economia compartilhada</p> <p>2.2.4 consciência local</p> <p>2.2.5 o novo desafio da confiabilidade</p> <p>2.3 identidades plurais</p>
---	--



1.3.5 o futuro da publicidade digital	2.3.1 individualismo não-egoísta 2.3.2 diversidade reconhecida 2.3.3 novas mulheres, novos homens
3. TECNOLOGIA 3.1 a internet é o novo normal 3.1.1 vídeo, a nova comunicação 3.1.2 <i>blockchain</i> e as moedas invisíveis 3.1.3 bens digitais 3.1.4 e-sports 3.1.5 mobilidade inteligente 3.2 novos formatos digitais 3.2.1 a chegada da internet 5G 3.2.2 realidades híbridas 3.2.3 fim dos smartphones 3.3 artificiais e inteligentes 3.3.1 domesticando robôs 3.3.2 <i>machine learning</i> e indústria 4.0	4. EXPERIÊNCIAS 4.1 cada macaco no seu galho 4.1.1 em casa 4.1.2 autêntico e simples 4.1.3 deslocamentos prazerosos 4.1.4 turismo local 4.2 surpreenda-me se for capaz 4.2.1 desaglomerar para unir 4.2.2 experiências estendidas 4.2.3 sem 'blábláblá' 4.2.4 marcas 'gente como a gente' 4.3 novos valores 4.3.1 tempo: o novo capital 4.3.2 experiências significativas 4.3.3 um cantinho para o analógico

Elaborado pelo autor com base SEBRAE/PR (2020)

Com relação à gestão, são apresentadas as principais tendências relacionadas à área de negócios, em que destacam-se as relações interpessoais, aprendizagem contínua e adaptação das empresas em meio ao novo cenário da COVID-19 (SEBRAE/PR, 2020). A macrotendência consumo e sociedade estão relacionadas às mentalidades e comportamentos das pessoas, impactando diretamente nos hábitos do consumidor. Conforme SEBRAE/PR (2020) a tecnologia, terceira macrotendência, são estabelecidas a partir de novas tecnologias disponíveis e acessíveis ao público, por grandes propulsores tecnológicos, como a conectividade, realidade virtual e inteligência artificial, responsáveis por desenhar um novo mercado.

A 4ª Macrotendência é a experiência em que aborda hábitos de consumo demandados em demasia na última década. Essa tendência tem sido muito explorada e apreciada pelo conjunto da sociedade, porque a experiência das pessoas proporciona estímulos sensoriais, que ficam facilmente registrados na memória.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito deste artigo foi identificar e analisar maneiras como as micro e pequenas empresas, principalmente na região de Umuarama-PR, estão ou tendem a se comportarem diante do chamado “novo normal”, situação trazida pela COVID-19. A partir de análise da pesquisa bibliográfica foi constatada certa desorientação tanto no âmbito pessoal quanto das corporações. Assim, partindo dessa observância, percebeu-se que a sobrevivência das empresas está ligada diretamente a sua preparação e, por conseguinte, na adaptação desse novo ambiente, onde o consumidor, mais exigente, busca novas experiências, principalmente no universo digital.

É possível perceber que os impactos na forma de consumo venham a resgatar valores ligados a aspectos, não somente mercadológicos como também sociais. As pessoas querem experimentar mais e consumir menos. Lição aprendida neste momento de constante turbulência. Isso instiga as empresas buscarem meios de se adequarem. Para auxiliar as micro e pequenas empresas nesse desafio, sugere-se que se comece por entender as tendências e qual o seu nível de adaptação. O Guia de Tendências SEBRAE, disponível gratuitamente na Internet, pode ser uma ferramenta norteadora para que a organização possa entender o caminho a ser seguido.

REFERÊNCIAS

A.C.E - Consultoria da UFPE. **Transformando organizações por meio do empreendedorismo jovem**. Disponível em: <https://www.aceconsultoria.com.br/>. Acesso em: 24 set. 2021.

ARAÚJO, Antônia Silva; MENESES, José Marques; VASCONCELOS, Francisco Lucas Venuto. Os desafios da gestão educacional democrática no cenário de pandemia. **Ensino em Perspectivas**, v. 2, n. 3, p. 1-12, 2021.

BARRADAS, Jaqueline Santos; CAMPOS Filho, Luiz Alberto Nascimento. Levantamento de tendências em gestão do conhecimento no Brasil: análise de conteúdo da opinião de



especialistas brasileiros. **Perspectivas em ciência da informação**, v. 15, p. 131-154, 2010.

BRASIL DE FATO. Uma visão popular do Brasil e do Mundo(2021). Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2021/12/02/o-que-se-sabe-sobre-a-variante-omicron-do-coronavirus>. Acesso em: 30 set. 2021.

BRIDI, Maria Aparecida et al. O trabalho remoto/*home-office* no contexto da pandemia COVID-19. **Curitiba: Universidade Federal do Paraná, Grupo de Estudos Trabalho e Sociedade**, 2020.

Caderno de tendência Sebrae (2020). Disponível em: <https://app2.pr.sebrae.com.br/guia-tendencias/admin/home>. Acesso em: 20 set. 2021.

DE REZENDE, Joffre Marcondes. Epidemia, endemia, pandemia, epidemiologia. **Revista de Patologia Tropical / Journal of Tropical Pathology**, v. 27, n. 1, 1998.

DOS SANTOS, Vanessa Martins; SARAIVA, Guilherme Marzol Montandon; MAROLLA-GLAUCO, Glauco Helio Cleto. **Os Desafios da Gestão Remota em Tempo de Pandemia**.

DUCO - **Design Intelligenc** (2017). Disponível em: <https://www.ducontact.com/copia-research-for-sebrae-identifie-1>. Acesso em: 05 out. 2021.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia E Estatística (2021). **O IBGE apoiando o combate à COVID-19**. Disponível em: <https://covid19.ibge.gov.br/pnad-covid/trabalho.php>>. Acesso em: 30 jan. 2022.

IEGV – Instituto de Economia Gastão Vidigal. **Boletim de conjuntura econômica**, 2020. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/BConjEcon>. Acesso em: 20 jan. 2022.



Intelliplan Consultoria Empresarial. **Bento theme by Satori**, 2021. Disponível em: <https://www.intelliplan.com.br/3-motivos-acompanhar-tendencias-de-consumo>. Acesso em 06 out. 2021.

KENSKI, Vani Moreira. **Educação e internet no Brasil**. *Cad Adenauer*, v. 16, n. 3, p. 133-150, 2015.

NASSIF, Vânia Maria Jorge; CORRÊA, Victor Silva; ROSSETTO, Dennys Eduardo. Estão os empreendedores e as pequenas empresas preparadas para as adversidades contextuais? Uma reflexão à luz da pandemia do COVID-19. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 2, p. 1-12, 2020.

NOGUEIRA, Larissa Maria de Brito. **Desafios da implantação do home office durante a pandemia**: estudo de caso em uma empresa de tecnologia. 2020. Tese de Doutorado.

Porto Editora – **tendência** no Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. Porto: Porto Editora. [consult. 2021-10-12 16:08:40]. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/tendencia>. Acesso em: 20 dez. 2021.

SCHILLING, Flávia. Indisciplina, violência e o desafio dos Direitos Humanos nas escolas. **Programa ética e cidadania–MEC**. Brasília, DF: MEC, 2007.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios**. 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-impacto-da-pandemia-de-coronavirus-nos-pequenos-negocios,192da538c1be1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 24 set. 2021.



SEBRAE/PR - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná. **Guia de Tendências 2020-2021**. Disponível em: <https://app2.pr.sebrae.com.br/guia-tendencias/admin/caderno/preenchimento>. Acesso em: 06 out. 2021.

Secretaria Municipal de Saúde de Umuarama. **Região de Umuarama tem uma das menores taxas de mortalidade por COVID de todo o PR**. Prefeitura Municipal (2020). Disponível em: <http://www.umuarama.pr.gov.br/noticias/saude/regiao-de-umuarama-tem-uma-das-menores-taxas-de-mortalidade-por-covid-de-todo-o-pr>. Acesso em: 25 set 2021.

Secretaria Municipal de Saúde de Umuarama. **Vacinação contra o coronavírus já chegou a 92% da população de Umuarama**, 2021. Disponível em: <http://www.umuarama.pr.gov.br/noticias/saude/vacinacao-contr-o-coronavirus-ja-chegou-a-92-da-populacao-de-umuarama>. Acesso em: 08 out. 2021.

SEHNEM, Simone *et al.* Capacidade de adaptação das empresas em um cenário de crise. **Revista Gestão Organizacional**, v. 14, n. 1, p. 33-53, 2021.

SOUSA, Anderson Reis de et al. Sentidos e significados atribuídos por homens ao vivido na pandemia da Covid-19. **Revista da Escola de Enfermagem**. USP, v. 55, 2021.

SOBRATT, Sociedade Brasileira de Teletrabalho e telatividades (2018). Pesquisa Home Office 2018, realizada em parceria com a Consultoria Sap Recursos humanos. Disponível em: <http://www.sobratt.org.br/index.php/01122018-pesquisa-home-office-2018/>. Acesso em: 10 jan. 2022.

Umuarama Ilustrado. **Mesmo com pandemia, Umuarama registra crescimento de 96% na abertura de empresas**. Editora Ilustrado, 2021. Disponível em: <https://ilustrado.com.br/mesmo-com-pandemia-umuarama-registra-crescimento-de-96-na-abertura-de-empresas/>. Acesso em: 20 out.2021.

VIGLIONE, Giuliana. **Dezenas de milhares de cientistas estão se redistribuindo para combater o coronavírus**. Nature, 2020.