



## **RELATÓRIO – IMPACTOS DA COVID-19 NA ESTRUTURA ECONÔMICA DE IRATI**

Augusta Pelinski Raiher

O objetivo deste relatório consiste em mensurar o impacto das medidas restritivas referente a Covid-19 na atividade econômica do município de Irati, questionário aplicado na primeira quinzena de junho. Para isso, basicamente duas variáveis foram analisadas: Faturamento e Emprego.

Esse relatório está dividido em quatro partes: Apresentação da metodologia e das características dos estabelecimentos investigados; Análise do impacto das medidas na atividade econômica; Análise dos primeiros resultados após a abertura, e; Percepção da crise e das medidas tomadas.

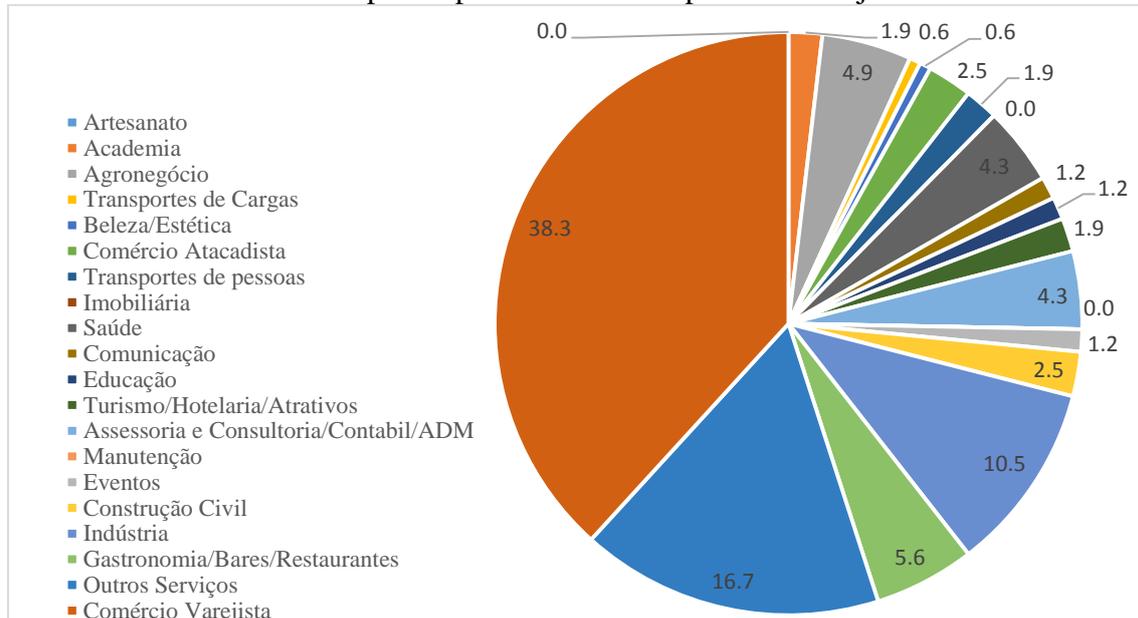
### **1 – Metodologia e Características dos Estabelecimentos investigados**

Com o objetivo de medir o impacto das medidas restritivas frente ao controle da Covid-19 no município de Irati, aplicou-se um questionário a 162 estabelecimentos<sup>1</sup> via online. Praticamente todos os principais tipos de segmentos foram atingidos pela amostragem. A área do comércio varejista foi a que mais respondeu a pesquisa, correspondendo a 38%, seguida por outros serviços (com 17%).

---

<sup>1</sup> Considerou-se como proxy para a população o total de estabelecimentos formais (1365), trabalhando com um nível de confiança de 90% e margem de erro de 6%.

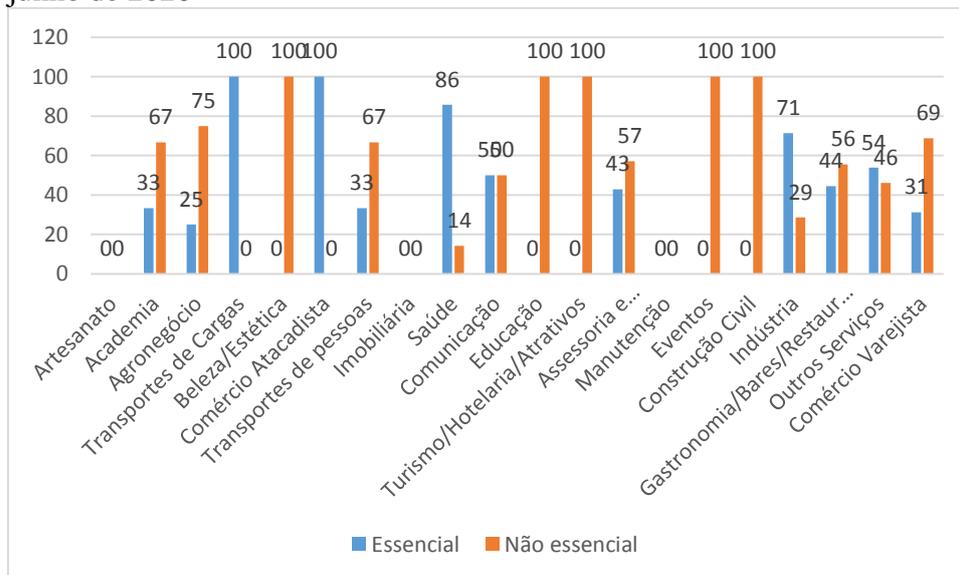
Gráfico 1: Percentual de respostas por área – Município de Irati – junho de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Dessas áreas, mediu-se o total de estabelecimentos essenciais (Gráfico 2), identificando um percentual de 42%. As áreas de transporte de cargas e comércio atacadista apresentaram 100% dos seus estabelecimentos como essenciais. Na contramão, educação, beleza/estética, construção civil, eventos e turismo/hotelaria/atrativos, não tiveram nenhum percentual de estabelecimentos considerados essenciais.

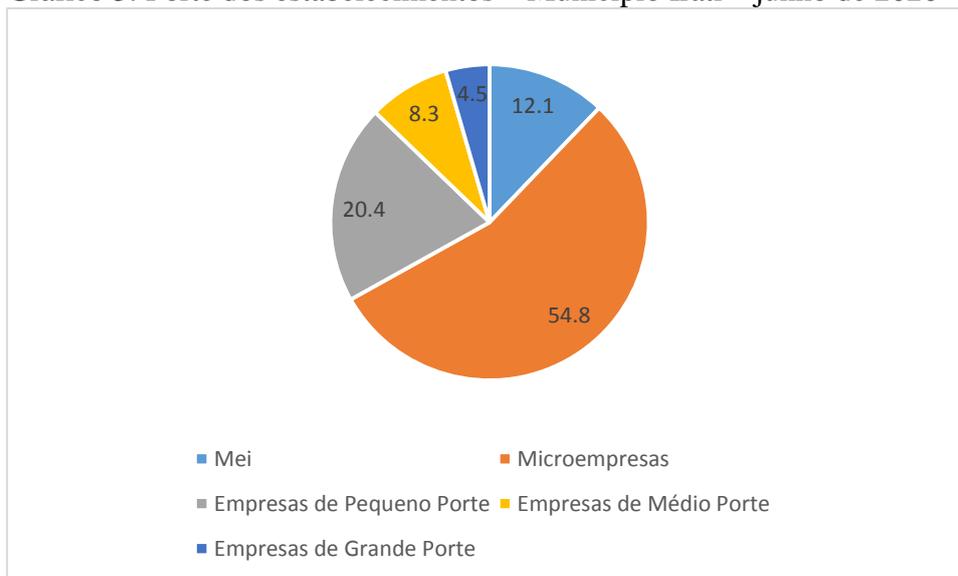
Gráfico 2: Percentual de estabelecimentos considerados essenciais – Município de Irati – junho de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

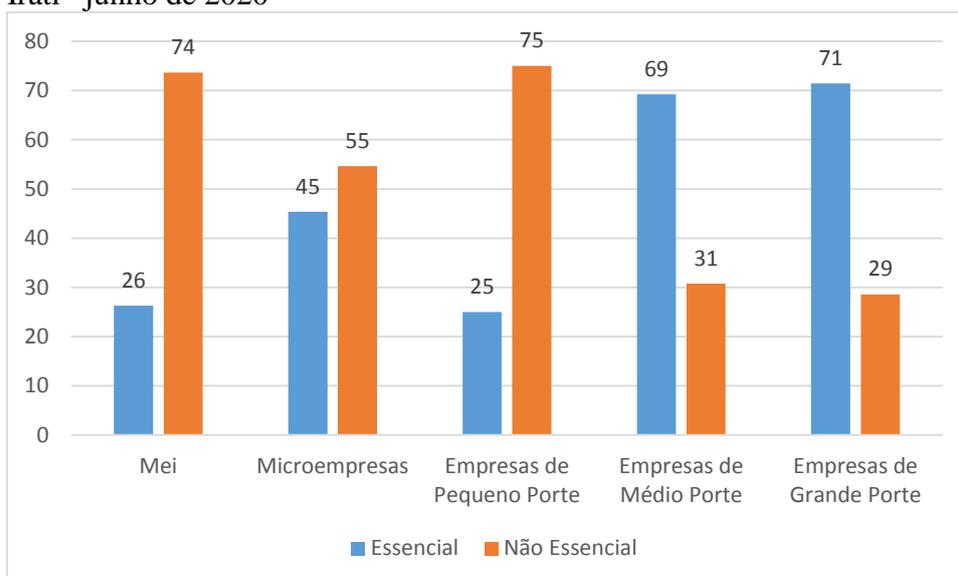
Ao considerar o porte dos estabelecimentos (Gráfico 3), 55% eram microempresas, 20% empresas de pequeno porte, 12% MEIs, 8% de médio porte e 5% de grande porte. E ao analisar a sua essencialidade (Gráfico 4), observa-se que mais da metade das empresas de grande e médio porte, foram consideradas essenciais, enquanto que para as empresas menores, teve uma sobrerrepresentação das empresas não essenciais.

Gráfico 3: Porte dos estabelecimentos – Município Irati – junho de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Gráfico 4: Percentual de estabelecimentos essenciais por porte da empresa – Município Irati– junho de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa



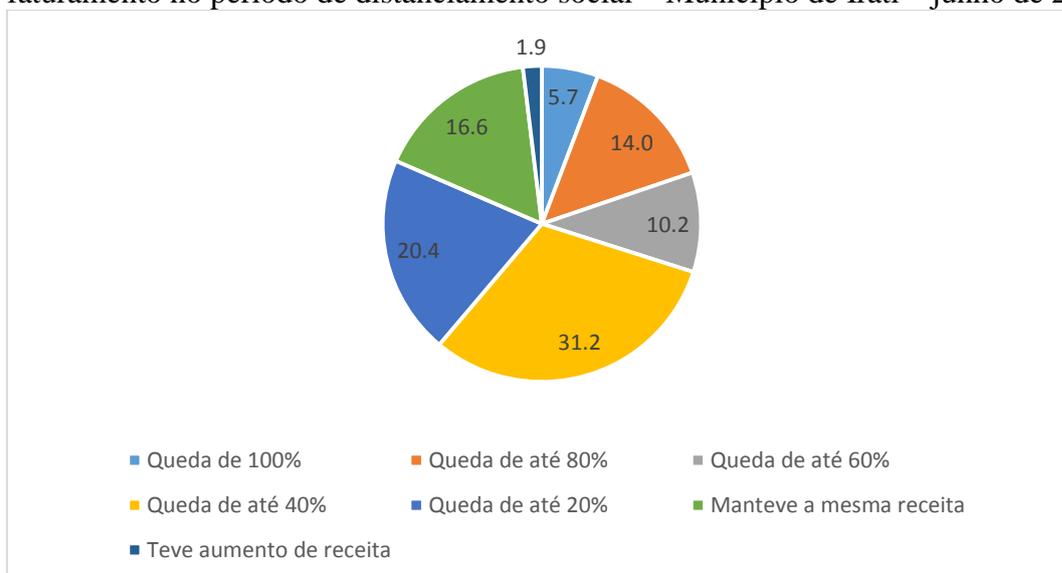
## 2 - Análise do impacto das medidas restritivas na atividade econômica em Irati – junho de 2020

Ser considerado “essencial” teoricamente pode beneficiar a sobrevivência da atividade dado que a mesma pode operar – embora de forma restritiva – no período em que se teve a restrição da abertura das atividades no município de Irati. Com efeito, analisando inicialmente todas as estabelecimentos, observa-se (Gráfico 5) que a maioria das empresas tiveram 40% ou mais de queda do seu faturamento nesse período.

Agora, quando as empresas são classificadas em essenciais ou não (Gráfico 6), ratifica-se a queda menor das receitas para aquelas empresas que foram consideradas essenciais, de modo que dentre os estabelecimentos que tiveram queda mais intensa dos seus faturamentos (60%, 80% e 100% de queda), a maioria eram de estabelecimentos não essenciais.

**Na média, a perda de faturamento entre os estabelecimentos não essenciais foi de 42%, contra 35% de queda dos essenciais, ressaltando que, no conjunto, a perda média foi de aproximadamente 39%<sup>2</sup>.**

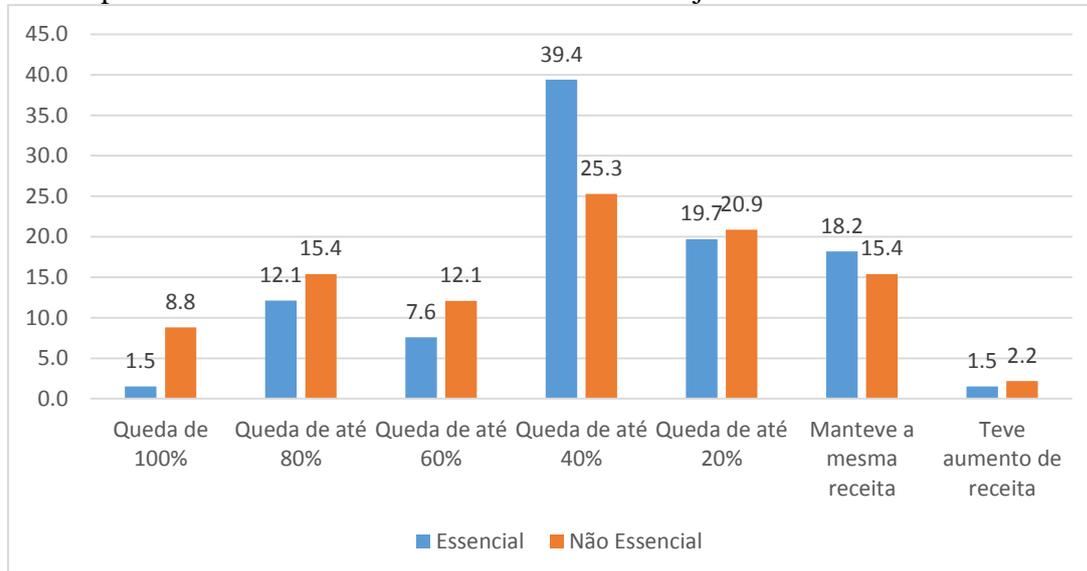
Gráfico 5: Percentual de estabelecimento que manteve, elevou ou diminuiu o seu faturamento no período de distanciamento social – Município de Irati – junho de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

<sup>2</sup> Calculada por meio de média ponderada, dado que as respostas estavam organizadas em classe.

Gráfico 6: Percentual de estabelecimento essencial ou não essenciais que mantiveram, elevaram ou diminuíram o seu faturamento no período de distanciamento social – Município de Irati – junho de 2020

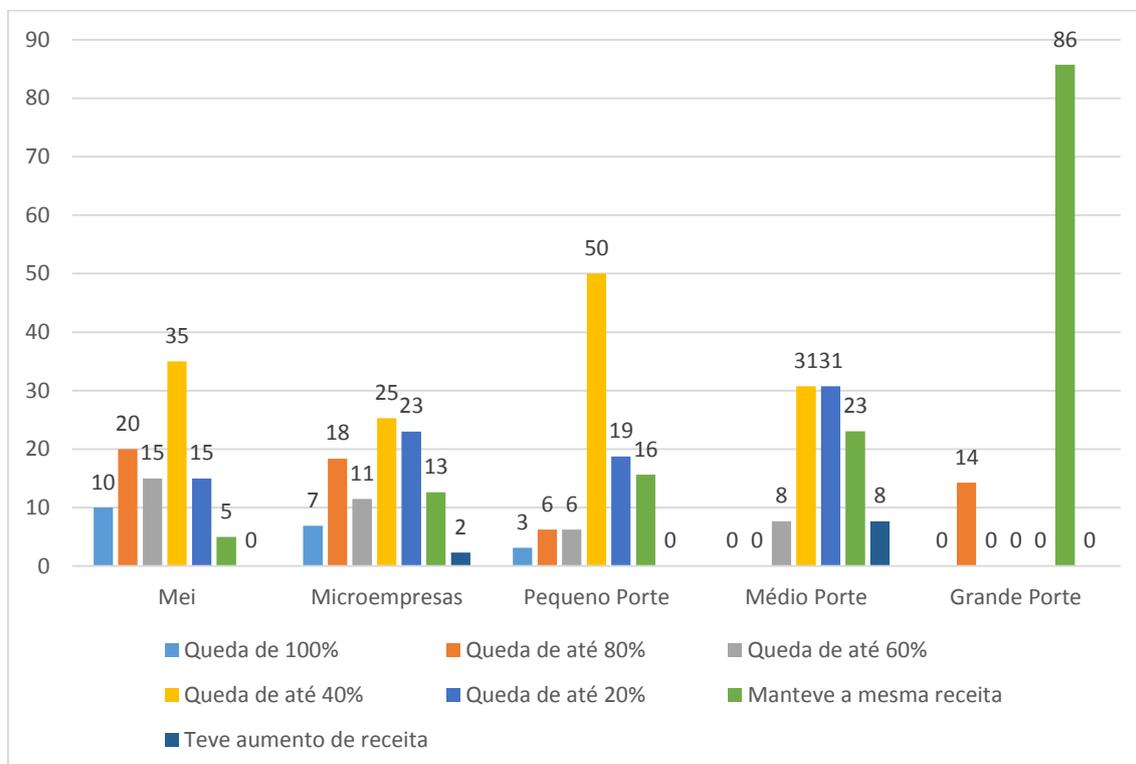


Fonte: Resultado da pesquisa

Dentre os estabelecimentos de microempresas, MEIs e empresas de pequeno porte, a maioria teve uma queda de 40% ou mais do seu faturamento (Gráfico 7), sendo estes os estabelecimentos que mais sofreram com as restrições do distanciamento social em Irati. Entre as grandes empresas, 86% mantiveram suas receitas e entre as de médio porte, 31% mantiveram e até mesmo elevaram suas receitas. **Na média, a perda de faturamento correspondeu a 52% para as MEIs, 43% para microempresas, 36% para as empresas de pequeno porte, 22% para as de médio porte e 11% para as grandes empresas<sup>3</sup>.**

<sup>3</sup> Calculada por meio de média ponderada, dado que as respostas estavam organizadas em classe.

Gráfico 7: Percentual de estabelecimento que mantiveram, elevaram ou diminuíram o seu faturamento no período de distanciamento social conforme o seu porte – município de Irati – junho de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Considerando as áreas das empresas (Tabela 1), 75% dos estabelecimentos do agronegócio mantiveram suas receitas, assim como 29% dos estabelecimentos da indústria, 25% dos estabelecimentos do comércio atacadista, dentro outros. Importante destacar que entre os estabelecimentos da Gastronomia/Bares/Restaurantes, 11% conseguiram elevar suas receitas e no comércio varejista esse percentual foi de 3%. Portanto, essas empresas conseguiram se diferenciar e se inserir ainda mais no mercado frente à pandemia.

**Agora, na contramão, com 80% ou mais de queda do seu faturamento, encontram-se TODOS os estabelecimentos das áreas de transporte de pessoas, evento e Turismo/Hotelaria/Atrativos.**

**Na média, a área de transporte de pessoas e Turismo/Hotelaria/Atrativos perderam 93% do seu faturamento, seguidas da área de eventos (-90).** Portanto, essas áreas foram as mais atingidas, em termos de faturamento pelo distanciamento social.



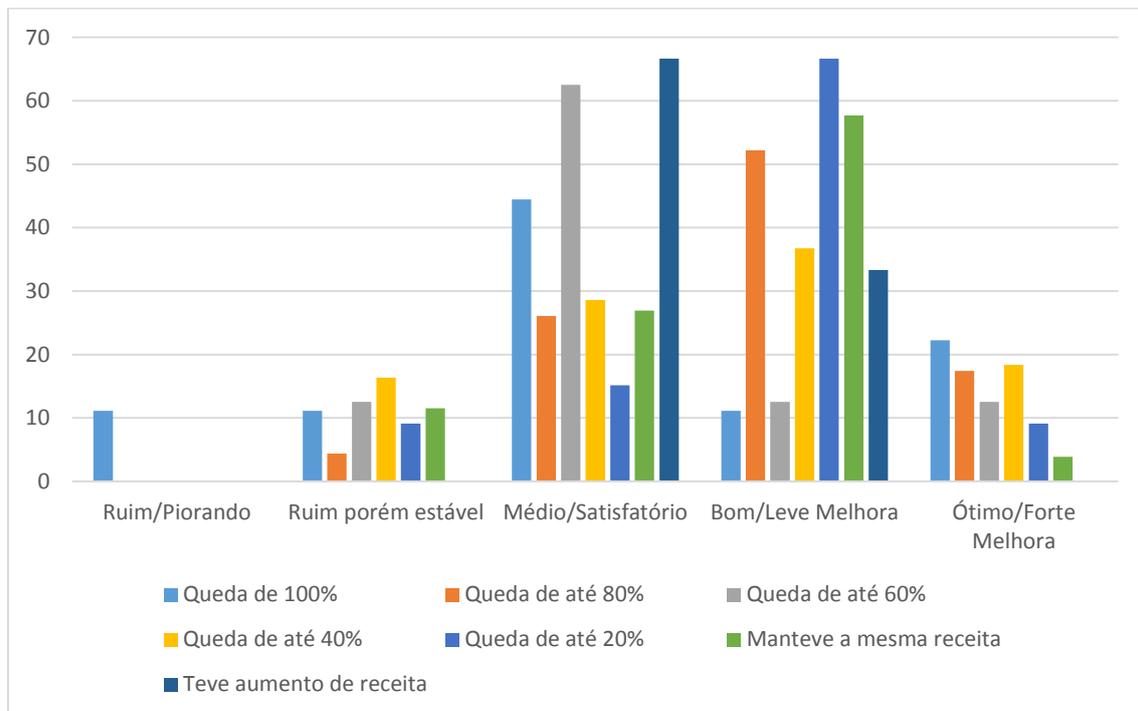
Tabela 1: Percentual de estabelecimentos por área, subdividindo-os conforme queda/manutenção ou elevação da receita – Município de Irati – junho 2020

	Queda de 100%	Queda de até 80%	Queda de até 60%	Queda de até 40%	Queda de até 20%	Manteve a receita	Elevou a receita	Média junho
Academias	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	-60.0
Agronegócio	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5	75.0	0.0	-7.5
Transportes de Cargas	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	-40.0
Beleza/Estética	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-60.0
Comércio Atacadista	0.0	0.0	0.0	75.0	0.0	25.0	0.0	-30.0
Transportes de pessoas	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-93.3
Saúde	0.0	14.3	28.6	14.3	28.6	14.3	0.0	-40.0
Comunicação	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	-60.0
Educação	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	-30.0
Turismo/Hotelaria /Atrativos	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-93.3
Assessoria e Consultoria/ Contabil/ADM	0.0	28.6	0.0	28.6	28.6	14.3	0.0	-40.0
Eventos	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-90.0
Construção Civil	0.0	0.0	0.0	25.0	75.0	0.0	0.0	-25.0
Indústria	0.0	14.3	7.1	21.4	28.6	28.6	0.0	-30.0
Gastronomia/Bares/ Restaurantes	22.2	22.2	22.2	22.2	0.0	0.0	11.1	-60.0
Outros Serviços	0.0	18.5	14.8	29.6	22.2	14.8	0.0	-40.0
Comércio Varejista	3.2	9.7	8.1	38.7	22.6	14.5	3.2	-35.2

Fonte: Resultado da pesquisa

Importante destacar que o cenário anterior vivenciado por cada empresa pode ter repercutido nos resultados auferidos nesse período de distanciamento social. Por isso, se investigou se naqueles estabelecimentos que tiveram alta queda no faturamento, se os mesmos já não apresentavam vulnerabilidade econômica no período anterior. No Gráfico 8 tem-se essa correlação, verificando que em todas as classificações de queda/elevação/manutenção da receita, a maioria dos estabelecimentos tinham uma percepção de que o cenário do seu negócio era no mínimo satisfatório. Ademais, dentre os que entendiam como ótimo/forte melhora eram, na maioria, estabelecimentos que tiveram maiores quedas de faturamento. Nesse sentido, não há uma correlação significativa entre a percepção que tinham acerca do seu negócio no período *ex ante* versus o faturamento que obtiveram com as medidas de restrição.

Gráfico 8: Percentual de estabelecimento que mantiveram, elevaram ou diminuíram o seu faturamento no período de distanciamento social conforme a sua percepção acerca do seu negócio do período *ex ante* – Município de Irati– junho de 2020



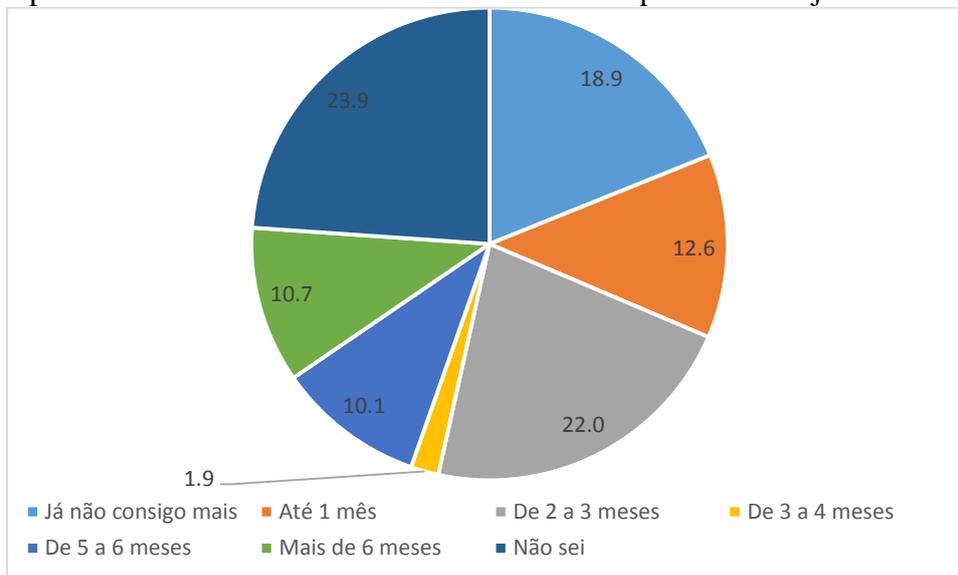
Fonte: Resultado da pesquisa

A pesquisa questionou quanto tempo o empresário consegue manter o seu negócio, antes de fechá-lo permanentemente, caso se mantenha a pandemia e as medidas de isolamento social. **Infelizmente 19% inferiram que não conseguem mais manter seu negócio fechado.**

Na média, o tempo que empresários consegue manter o seu negócio, antes de fechá-lo permanentemente, caso se mantenha a pandemia e as medidas de isolamento social, é de aproximadamente **três meses**<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Calculada por meio de média ponderada, dado que as respostas estavam organizadas em classe.

Gráfico 9: Percentual de estabelecimentos em relação ao tempo que conseguem se manter à pandemia e as medidas de isolamento – Município de Irati – junho de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Importante destacar que quase todas as áreas tiveram estabelecimentos inferindo que conseguiriam ficar mais de seis meses (Tabela 2), com destaque para o agronegócio (50% dos estabelecimentos), educação (50%), comércio atacadista (25%), construção civil (25%), Assessoria e Consultoria/Contabil/ADM (14%), comércio varejista (13%) e indústria, com 7% dos seus estabelecimentos com esse perfil.

Da mesma forma, boa parte das atividades tiveram estabelecimentos que argumentaram não ter como suportar novas medidas de isolamento, com destaque **negativo para eventos (50%), comunicação (50%), indústria (50%), transporte de pessoas (33%), saúde (29%), Assessoria e Consultoria/Contabil/ADM (29%), outros serviços (22%), e comércio varejista, com 16% dos seus estabelecimentos nessa condição. Essas atividades estão no limite e precisam de uma atenção especial, seja para revigora-las como também para que se tenham medidas mais assertivas se novas medidas forem implementadas. Ressalta-se que boa parte dessas áreas foram as que apresentaram as maiores perdas de faturamento nesse período de crise decorrente da Covid-19.**

Importante identificar quem são essas áreas para que, se novas medidas forem tomadas, se analise a melhor forma de ajudar essas áreas para não se ter um impacto tão forte.



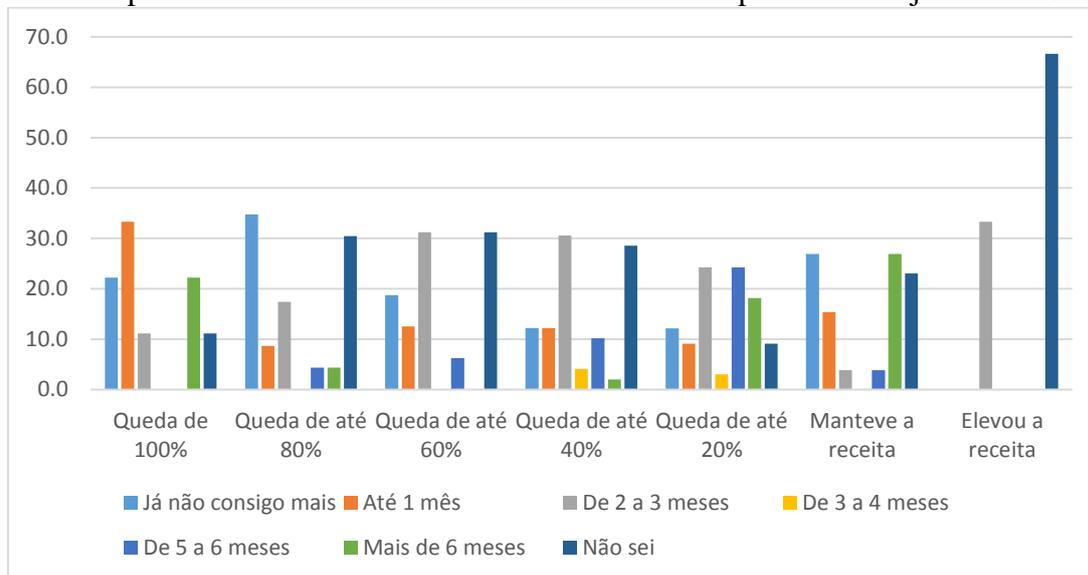
Tabela 2: Percentual de estabelecimentos – por área – e o tempo que conseguem se manter seu negócio frente à pandemia e as medidas de isolamento – Município de Irati – junho de 2020

	Já não consigo mais	Até 1 mês	De 2 a 3 meses	De 3 a 4 meses	De 5 a 6 meses	Mais de 6 Meses	Não sei
Academia	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	66.7
Agronegócio	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0	<b>50.0</b>	25.0
Transportes de Cargas	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
Beleza/Estética	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Comércio Atacadista	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	<b>25.0</b>	25.0
Transportes de pessoas	<b>33.3</b>	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
Saúde	<b>28.6</b>	0.0	42.9	0.0	14.3	0.0	14.3
Comunicação	<b>50.0</b>	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Educação	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	<b>50.0</b>	50.0
Turismo/Hotelaria/Atrativos	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0
Assessoria e Consultoria/Contabil/ADM	<b>28.6</b>	14.3	14.3	0.0	14.3	<b>14.3</b>	14.3
Eventos	<b>50.0</b>	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Construção Civil	0.0	25.0	0.0	25.0	25.0	<b>25.0</b>	0.0
Indústria	<b>50.0</b>	14.3	0.0	0.0	7.1	<b>7.1</b>	21.4
Gastronomia/Bares/Restaurantes	0.0	22.2	22.2	0.0	11.1	0.0	44.4
Outros Serviços	<b>22.2</b>	7.4	11.1	3.7	22.2	0.0	33.3
Comércio Varejista	<b>16.1</b>	9.7	32.3	1.6	6.5	<b>12.9</b>	21.0

Fonte: Resultado da pesquisa

O Gráfico 10 relacionou o tempo estimado pelas empresas para permanecer na atividade se mantido o isolamento *versus* a queda/manutenção/elevação da receita que já se teve nesse período de distanciamento social. É importante destacar que mesmo entre aqueles que tiveram quedas de receita acentuada, se teve percentuais de estabelecimentos que alegaram ter potencial por ficar mais de seis meses mesmo se o isolamento se mantiver, o que é importante, demonstrando o potencial da atividade produtiva de Irati. É claro que dentre aqueles que tiveram menores quedas ou até mesmo mantiveram suas receitas, a expectativa de tempo que poderão permanecer é maior. De todo o modo, essa informação é relevante, mostrando que num conjunto, a estrutura produtiva de Irati tem certa flexibilidade.

Gráfico 10: Percentual de estabelecimentos em relação ao tempo que conseguem se manter à pandemia e as medidas de isolamento – Município de Irati – junho de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Considerando a média das respostas, os que tiveram queda de 100% do seu faturamento afirmaram aguentar, na média, 2,5 meses; os que tiveram queda do seu faturamento de até 80%, na média, aguentariam aproximadamente três meses; os que tiveram queda de 60% do seu faturamento ou menos aguentariam em torno de três meses e meio; os que elevaram suas receitas nesse período de isolamento aguentariam, na média, até cinco meses e meio.

Tabela 3: Média de tempo que conseguem se manter seu negócio frente à pandemia e as medidas de isolamento – Por faturamento que teve – município de Irati – junho de 2020

	Queda de 100%	Queda de até 80%	Queda de até 60%	Queda de até 40%	Queda de até 20%	Manteve a receita	Elevou a receita
Média de tempo (meses)	2.5	3.1	3.4	3.6	3.4	3.4	5.5

Fonte: Resultado da pesquisa

No que se refere ao emprego<sup>5</sup>, em torno de 36% dos estabelecimentos demitiram algum funcionário, ressaltando que neste cálculo se considerou apenas aqueles que tinham empregados antes da pandemia, em que, a média foi de menos de um emprego

<sup>5</sup> Aqui só se considerou as empresas que tinham algum emprego antes da crise e que tinham todos os dados referentes aos postos de trabalho.



perdido. Importante destacar que mesmos nos estabelecimentos essenciais ocorreram demissões, bem próximo do observado no setor não essencial.

Tabela 4: Estatísticas descritivas referentes as demissões – junho de 2020

Média de demissão			Percentual que fez demissão		
Total	Essencial	Não essencial	Essencial	Não essencial	Total
0.99	0.83	1.13	33	37	36

Fonte: Resultado da pesquisa

**Analisando o tamanho das empresas, percebe-se que as de pequeno porte (66%) e as MEIs (45%) tiveram as maiores quedas do emprego.** Importante destacar que, embora as empresas de grande e médio porte não tenham perdido tanto em termos de faturamento, é necessária uma atenção especial por parte dos planejadores públicos para esse tipo de empresas visando manter a dinâmica do mercado e trabalho.

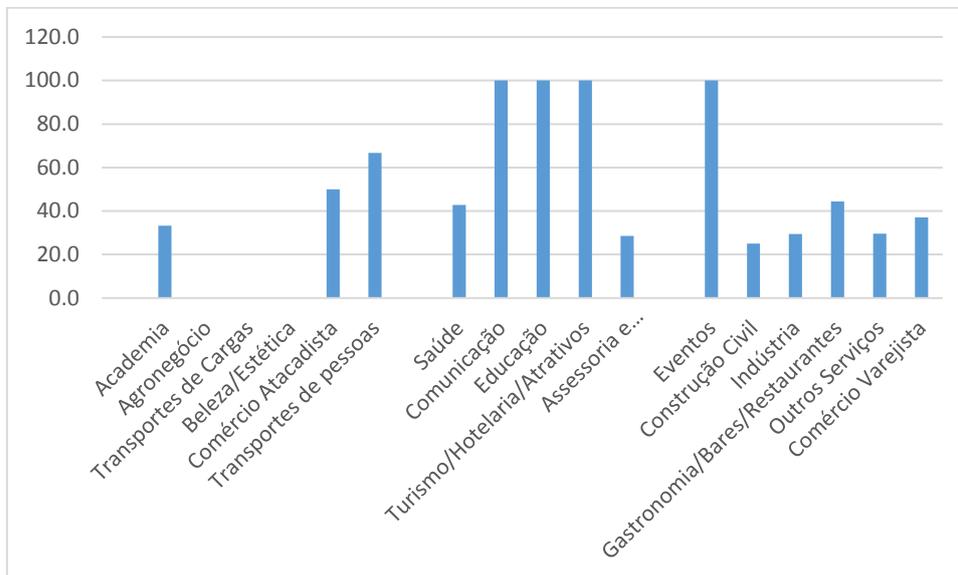
Tabela 5: Percentual de estabelecimento que efetivaram alguma demissão no período de distanciamento social – Município de Irati– junho de 2020

Tamanho do estabelecimento	Percentual
Mei	45
Microempresas	28
Pequeno Porte	56
Médio Porte	31
Grande Porte	29

Fonte: Resultado da pesquisa

Em termos de área, aquelas que tiveram as maiores quedas do faturamento foram as que tiveram o maior percentual de estabelecimentos com alguma demissão (como Turismo/Hotelaria/Atrativos, eventos, comunicação e educação, áreas com 100% dos seus estabelecimentos com alguma demissão). Infere-se também a existência de alguns setores que não tiveram nenhum estabelecimento com quebras de postos de trabalho, sendo: agronegócio, transporte de cargas, Assessoria e Consultoria/Contabil/ADM e beleza/estética. Ressalta-se que é apresentado no Gráfico 11 apenas os estabelecimentos que tinham algum emprego antes da crise.

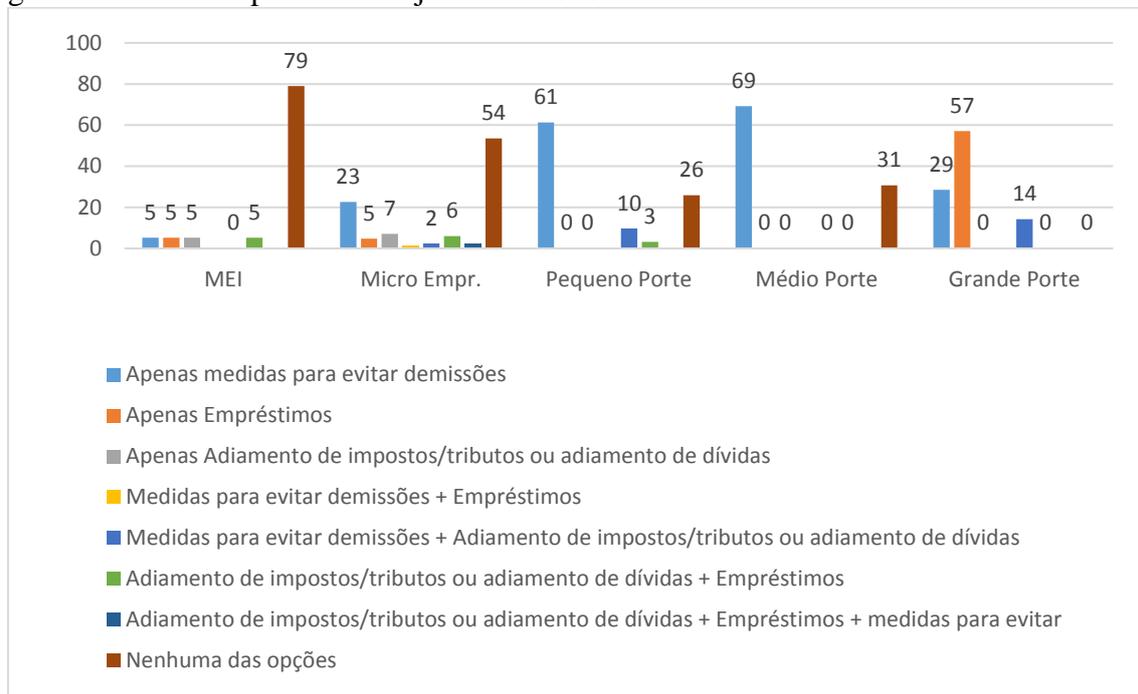
Gráfico 11: Percentual de estabelecimentos que tiveram alguma demissão nesse período de distanciamento social – Município de Irati – junho de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Outro ponto abordado na pesquisa referiu-se ao acesso às medidas de ajuda anunciadas pelo governo federal e Estadual. Observa-se que quanto menor é o porte da empresa menos conhecimento e acesso às medidas de ajuda elas têm e menor é o acesso a tais ações. **Esse é o caso das MEIs, que tiveram 79% dos seus estabelecimentos sem acessar nenhuma medida.** Em contrapartida, no caso das empresas de grande porte, 100% dos estabelecimentos acessaram pelo menos uma ajuda. Enfim, esses dados demonstram a necessidade de uma acessória especialmente às menores empresas, com o intuito de facilitar o seu acesso a esses canais. Dificuldade de como acessar, garantias exigidas para obter os benefícios (créditos), dentre outros, são elementos que precisam ser trabalhados dentro da política pública visando melhor o acesso dessas empresas às medidas de ajuda. Observa-se que as empresas de grande porte tiveram um percentual elevado que acessaram os créditos (57%), ao passo que apenas 11% das MEIs, 14% das microempresas e somente 3% das pequenas empresas acessaram essa medida. Esse é um *campo* que o planejador público pode atuar, intermediando os empresários a esses créditos, com acessória direta.

Gráfico 12: Percentual de estabelecimentos que acessaram medidas de ajuda dos governos – Município de Irati– junho de 2020

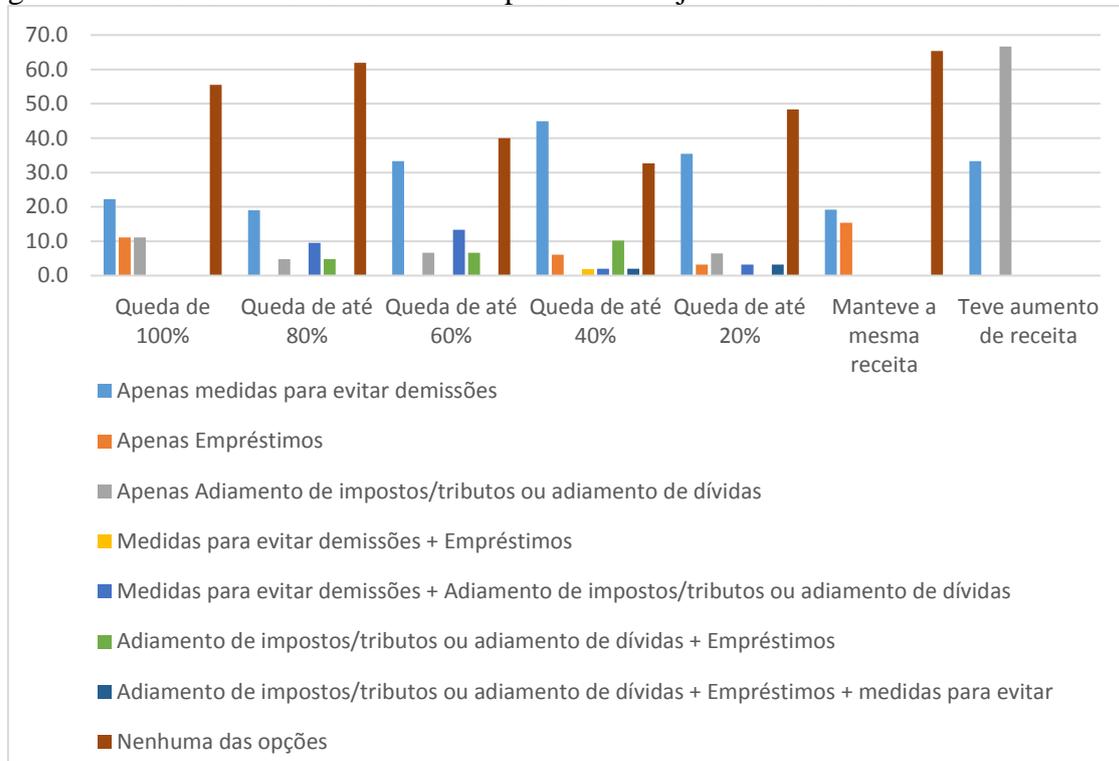


Fonte: Resultado da pesquisa

Também se investigou a efetividade das ajudas governamentais tomadas pelos empresários no sentido de correlacionar se essas medidas estão associadas com a queda/manutenção/elevação das receitas das empresas. E o Gráfico 13 evidencia a **baixa correlação entre o acesso às medidas governamentais e o faturamento dos estabelecimentos, de modo que mais de 56% das empresas que tiveram queda de 100% do faturamento não acessaram nenhuma medida; cenário similar daqueles que tiveram queda de 80% das suas receitas, que tiveram um percentual igual a 62% que não acessou nenhuma medida, enquanto que dentre os que elevaram as suas receitas, TODOS ACESSARAM ALGUMA AJUDA DO GOVERNO FEDERAL/ESTADUAL.**

Assim, por que essas empresas não acessaram? O município tem canais para ajudar esses empresários, os quais na sua maioria são de pequenas empresas? Quais outras medidas seriam importantes na visão dos empresários? Essas questões o planejador público precisa se fazer, e ir até os empresários para os ajudar.

Gráfico 13: Percentual de estabelecimentos que acessaram medidas de ajuda dos governos versus faturamento – Município de Irati – junho de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

De todos os estabelecimentos que tentaram acessar algumas das medidas e não conseguiram, o principal item foi o empréstimo, ressaltando que, de todos os que tentaram e não conseguiram, **72% correspondeu à negativa de empréstimos** (Tabela 6). Portanto, há uma grande dificuldade de se acessar os créditos necessários para se manter preservada atividade econômica do município. **O que o planejador público pode fazer visando mitigar esse problema? O município tem, por exemplo, uma equipe especializada nessa linha de ação para dar consultoria aos empresários, especialmente aos pequenos?**

Tabela 6: Percentual de estabelecimentos que tentaram acessar alguma medida e não conseguiram – junho de 2020

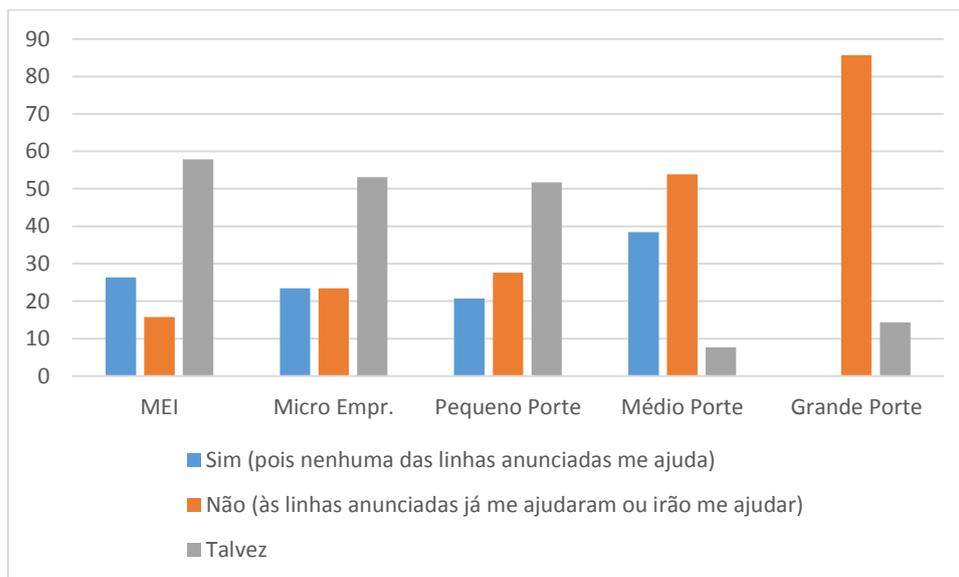
Medida	Percentual
Apenas medidas para evitar demissões	18.2
Apenas Empréstimos	45.5
Apenas Adiamento de impostos/tributos ou adiamento de dívidas	9.1

Medidas para evitar demissões + Empréstimos	10.9
Medidas para evitar demissões + Adiamento de impostos/tributos ou adiamento de dívidas	0.0
Adiamento de impostos/tributos ou adiamento de dívidas + Empréstimos	10.9
Adiamento de impostos/tributos ou adiamento de dívidas + Empréstimos + medidas para evitar demissões	5.5

Fonte: Resultado da pesquisa

No gráfico 14, apenas os estabelecimentos de grande porte ainda não esperam algum incentivo/auxílio do governo. Portanto, são necessárias políticas mais específicas e diferenciadas para amenizar a crise econômica vigente ao longo do Paraná, em especial em Irati. Questões como redução de impostos, por exemplo, seriam uma das possibilidades. Mas é necessário ter tais políticas e efetiva-las no sentido de alcançar especialmente as empresas que mais precisam.

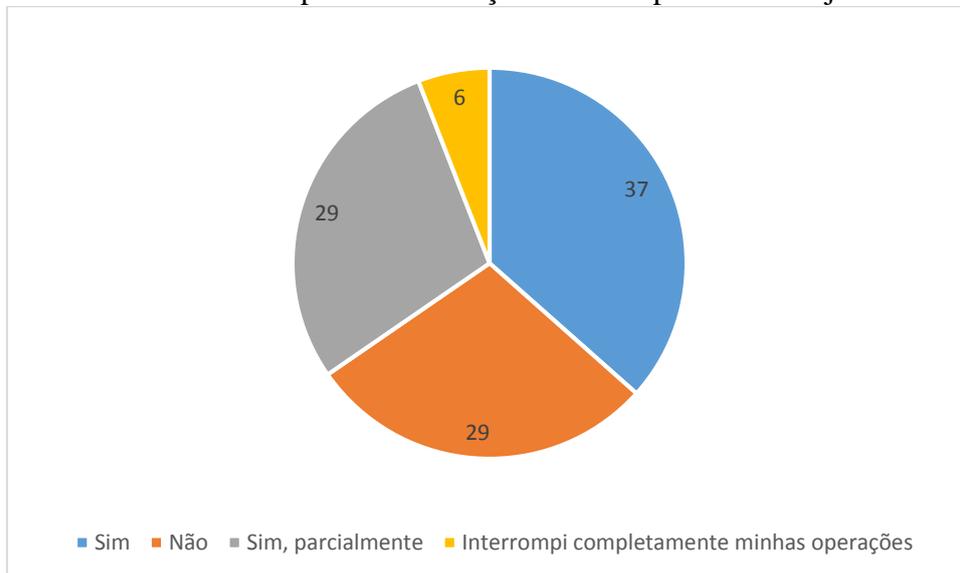
Gráfico 14: Percentual de estabelecimentos que estão esperando algum incentivo/auxílio –porte dos estabelecimentos– junho de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Para além das medidas governamentais, alguns empresários fizeram mudanças no seu atendimento, na sua venda, na rotina do trabalho, etc, que os ajudaram e está ainda os ajudando a passar por esse período de crise. **Com efeito, quando questionado se o seu negócio implementou um plano de atendimento diferenciado ou um novo formato de produto/serviço durante a pandemia, 66% inferiram que sim, mesmo que seja parcialmente.**

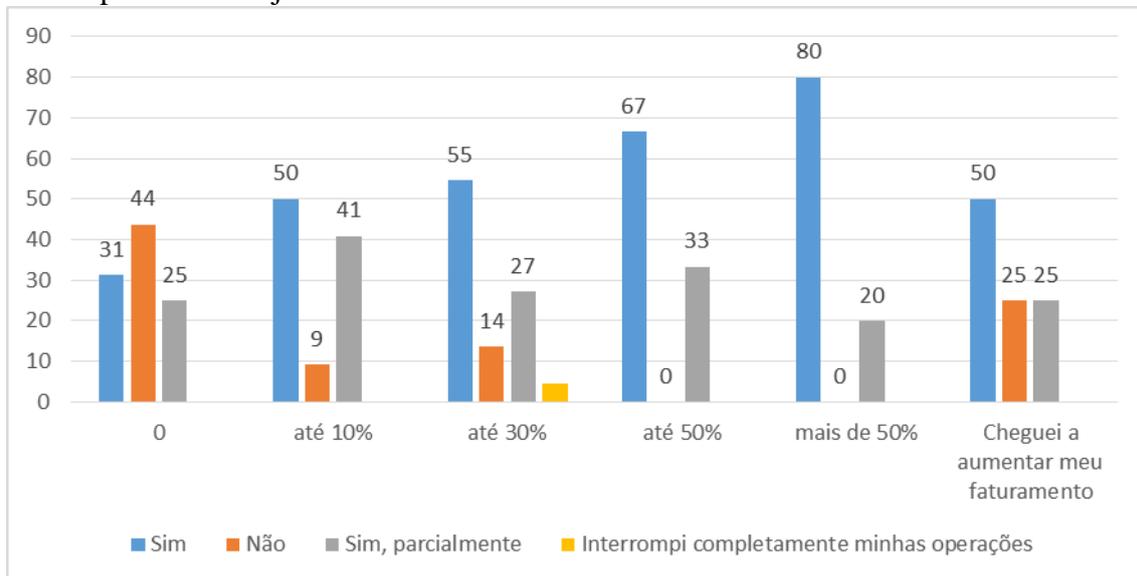
Gráfico 15: Percentual de estabelecimento que implementou um plano de atendimento diferenciado ou novos produtos/serviços – Município de Irati – junho 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

No Gráfico 16 tem-se a relação entre as empresas que fizeram algo diferenciado no seu negócio e a percepção que tiveram de elevação das suas receitas. **Observa-se que dentre os que elevaram as suas receitas, 75% fizeram algo diferente, enquanto que dentre aquelas que não tiveram percepção de elevação da receita, somente 56% fizeram algo diferente. Ou seja, “fazer algo diferenciado” é importante para minimizar os efeitos no faturamento nesse período de pandemia. A questão é: nesse novo tempo, com uma mudança no comportamento do consumidor, todas as empresas conseguem fazer algo diferente? É necessário que o planejador público verifique, especialmente para aquelas áreas que mais sofreram redução de faturamento (transporte de pessoas, eventos e Turismo/Hotelaria/Atrativo), se conseguem fazer algo diferenciado. O poder público pode ajudar a pensar em alternativas dentro de cada área.**

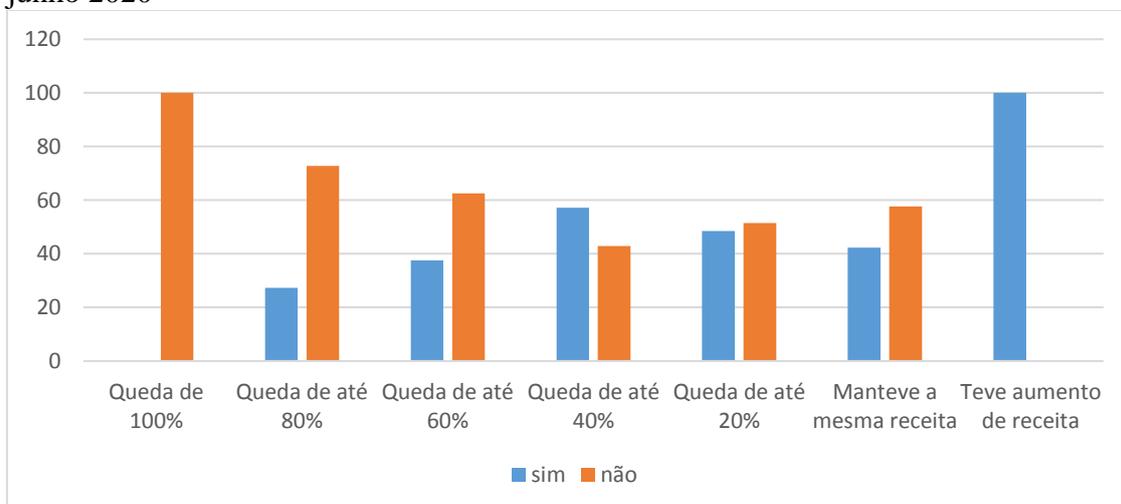
Gráfico 16: Percentual de estabelecimento que implementou um plano de atendimento diferenciado ou novos produtos/serviços versus a percepção de alteração na receita– Município de Irati – junho 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Ao questionar os empresários se eles implementaram vendas/atividades on line durante esse período de crise, observa-se que 44% fizeram essa ação, com um contraste bastante explícito: 100% dos que elevaram a receita nesse período fizeram vendas on line, enquanto que dentre aqueles que tiveram queda do seu faturamento em 100%, nenhum tomou essa medida (Gráfico 17).

Gráfico 17: Percentual de estabelecimento que implementou durante a pandemia do Covid 19 vendas on line versus a percepção de alteração na receita– Município de Irati – junho 2020

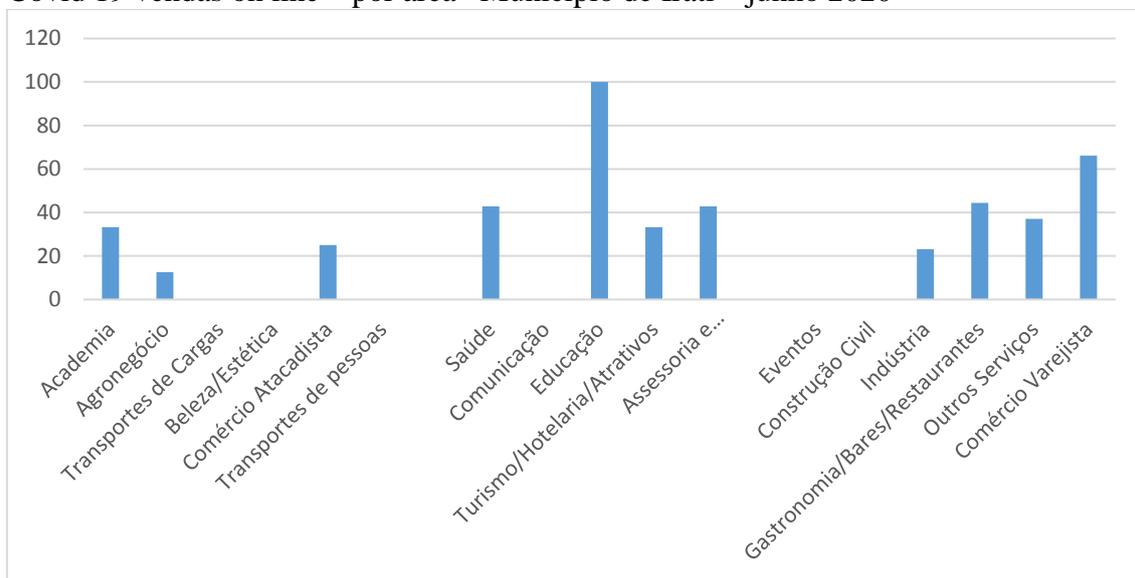


Fonte: Resultado da pesquisa



A questão é que muitos estabelecimentos não conseguem fazer essa diferenciação dada a limitação do seu tipo de negócio. No Gráfico 18 tem-se o percentual de estabelecimentos que fez essa diferenciação considerado a área, verificando que aquelas mais afetadas em termos de queda de faturamento, foram as áreas que não conseguiram implementar nenhuma ação on line, como, por exemplo, eventos, transportes de pessoa e comunicação. Essas áreas precisam de alternativas, as quais devem ser pensadas dentro do escopo da sua atividade.

Gráfico 18: Percentual de estabelecimento que implementou durante a pandemia do Covid 19 vendas on line – por área– Município de Irati – junho 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Ao questionar sobre quais os canais de venda que sua empresa utilizava antes da pandemia da Covid-19, apenas 26% não utilizava nada. Considerando o faturamento das empresas durante a pandemia, aquelas que tiveram aumento da receita, utilizavam 100% canais de vendas *ex ante* da pandemia (Tabela 7).



**Tabela 7:** Canais de vendas que sua empresa utilizava antes da pandemia do Covid 19 versus faturamento durante pandemia – Irati – junho de 2020

	Queda de 100%	Queda de até 80%	Queda de até 60%	Queda de até 40%	Queda de até 20%	Manteve a mesma receita	Teve aumento de receita	Total
E-commerce	0	0	7	2	0	0	0	<b>1</b>
Marketplace	0	0	0	0	0	0	33	<b>1</b>
Redes Sociais	50	29	40	59	47	38	33	<b>46</b>
Programa de afiliados	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Google Adwords	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Email marketing	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Outras ferramentas	0	10	0	6	9	14	33	<b>8</b>
E-commerce, Redes Sociais	10	0	7	4	0	5	0	<b>3</b>
Redes Sociais, Outras ferramentas	0	0	0	6	6	5	0	<b>4</b>
Redes Sociais, Email marketing, Outras ferramentas	10	0	0	2	3	0	0	<b>2</b>
Redes Sociais, Email marketing	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
E-commerce, Redes Sociais, Email marketing	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Marketplace, Redes Sociais, Google Adwords	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Email marketing, Outras ferramentas	0	5	0	0	0	0	0	<b>1</b>
Redes Sociais, Programa de afiliados	0	10	0	0	0	0	0	<b>1</b>
Marketplace, Redes Sociais	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Redes Sociais, Programa de afiliados, Email marketing	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
E-commerce, Marketplace	0	0	0	2	0	0	0	<b>1</b>
Marketplace, Redes Sociais, Email marketing, Outras ferramentas	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
E-commerce, Marketplace, Redes Sociais	0	0	0	0	6	0	0	<b>1</b>
E-commerce, Marketplace, Redes Sociais, Outras ferramentas	0	0	0	0	3	0	0	<b>1</b>
E-commerce, Redes Sociais, Outras ferramentas	0	5	0	0	0	0	0	<b>1</b>
Marketplace, Redes Sociais, Outras ferramentas	0	0	7	0	0	0	0	<b>1</b>
Redes Sociais, Email marketing, Outras ferramentas	10	0	0	2	3	0	0	<b>2</b>
<b>Não utilizo</b>	<b>20</b>	<b>43</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>22</b>	<b>38</b>	<b>0</b>	<b>26</b>

Fonte: Resultado da Pesquisa

Questionando-os se estão utilizando alguma ferramenta durante a pandemia, observou uma queda no acesso a esse tipo de vendas, subindo para 33% os que não utilizam nada, conforme tabela 8. Além disso, dentre aqueles que tiveram 100% de queda das suas receitas, subiu de 20% para 44% os que não utilizaram nenhuma ferramenta durante a pandemia.



**Tabela 8:** Canais de vendas que sua empresa utilizou na pandemia do Covid 19 versus faturamento durante pandemia – Irati – junho de 2020

	Queda de 100%	Queda de até 80%	Queda de até 60%	Queda de até 40%	Queda de até 20%	Manteve a mesma receita	Teve aumento de receita	Total
E-commerce	0.0	0.0	6.3	2.0	0.0	0.0	0.0	<b>1.3</b>
Marketplace	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	<b>0.0</b>
Redes Sociais	44.4	33.3	37.5	53.1	48.5	27.3	33.3	<b>43.1</b>
Programa de afiliados	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	<b>0.7</b>
Google Adwords	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	<b>0.0</b>
Email marketing	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	<b>0.0</b>
Outras ferramentas	0.0	9.5	0.0	6.1	6.1	0.0	33.3	<b>5.2</b>
E-commerce, Redes Sociais	11.1	0.0	0.0	6.1	0.0	0.0	0.0	<b>2.6</b>
Redes Sociais, Outras ferramentas	0.0	0.0	6.3	4.1	3.0	9.1	0.0	<b>3.9</b>
Redes Sociais, Email marketing, Outras ferramentas	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	<b>0.7</b>
Redes Sociais, Email marketing	0.0	0.0	0.0	2.0	3.0	0.0	0.0	<b>1.3</b>
E-commerce, Redes Sociais, Email marketing	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	<b>0.7</b>
Marketplace, Redes Sociais, Google Adwords	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0	<b>0.7</b>
Email marketing, Outras ferramentas	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	<b>0.7</b>
Redes Sociais, Programa de afiliados	0.0	9.5	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	<b>2.0</b>
Marketplace, Redes Sociais	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0	<b>0.7</b>
Redes Sociais, Programa de afiliados, Email marketing	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	<b>0.0</b>
E-commerce, Marketplace	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0	<b>0.7</b>
Marketplace, Redes Sociais, Email marketing, Outras ferramentas	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	<b>0.7</b>
E-commerce, Marketplace, Redes Sociais	0.0	0.0	0.0	0.0	6.1	0.0	0.0	<b>1.3</b>
E-commerce, Marketplace, Redes Sociais, Outras ferramentas	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	<b>0.7</b>
E-commerce, Redes Sociais, Outras ferramentas	0.0	4.8	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	<b>1.3</b>
Marketplace, Redes Sociais, Outras ferramentas	0.0	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	<b>0.7</b>
Redes Sociais, Email marketing, Outras ferramentas	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	<b>0.7</b>
<b>Não utilizo</b>	<b>44.4</b>	<b>33.3</b>	<b>43.8</b>	<b>22.4</b>	<b>18.2</b>	<b>50.0</b>	<b>33.3</b>	<b>30.7</b>

Fonte: Resultado da Pesquisa

Ao analisar o interesse das empresas em aderir ao *marketplace* de uma instituição parceira, percebe-se que mais da metade teria interesse, em que apenas 28% não



desejariam participar. E entre as que tiveram crescimento do faturamento no período de crise, tem-se 100% de chances de se inserirem numa plataforma de vendas de uma instituição parceira.

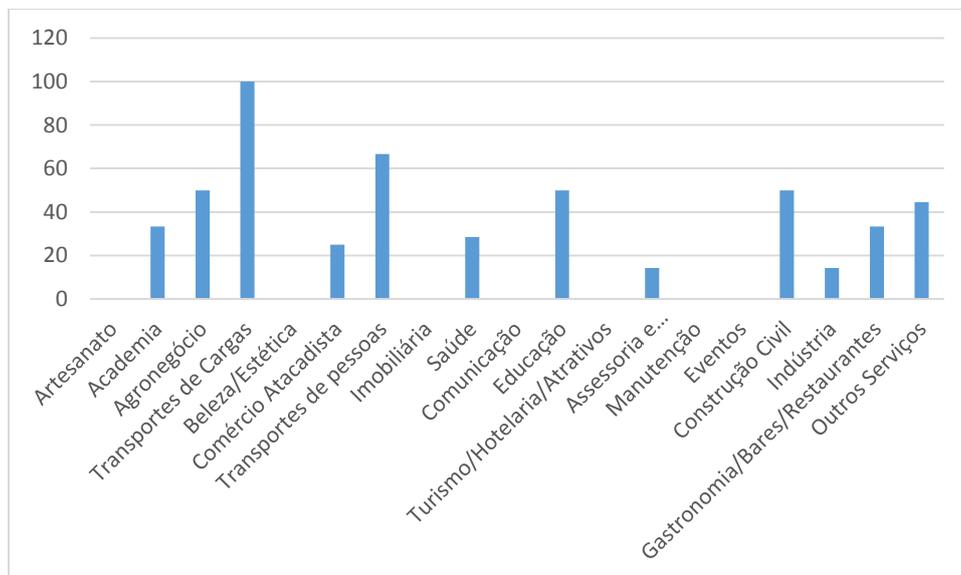
**Tabela 9:** Sua empresa teria interesse em aderir ao marketplace (plataforma de vendas) de uma instituição parceira?

	Queda de 100%	Queda de até 80%	Queda de até 60%	Queda de até 40%	Queda de até 20%	Manteve a mesma receita	Teve aumento de receita	Total
Sim	11.1	26.1	18.8	34.7	27.3	19.2	33.3	26.4
Não	33.3	21.7	18.8	22.4	39.4	34.6	0.0	27.7
Talvez	55.6	52.2	62.5	42.9	33.3	46.2	66.7	45.9

Fonte: Resultado da pesquisa

Considerando as áreas, tem-se os resultados na Tabela 10, em que transporte de cargas e transporte de pessoas são as áreas que menos estariam dispostos a aderir ao marketplace, resultado esperado dada as características dessas áreas.

**Gráfico 19:** Percentual que **não** teria interesse em aderir ao marketplace (plataforma de vendas) de uma instituição parceira



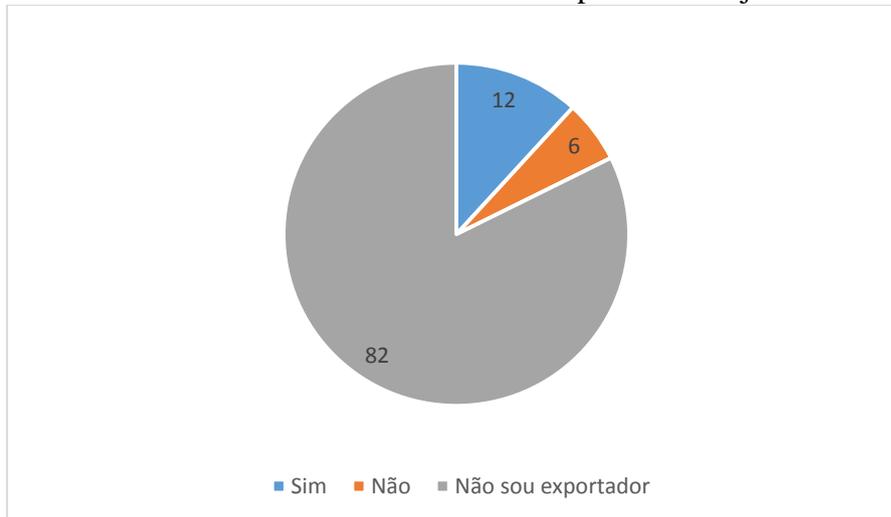
Fonte: Resultado da Pesquisa

Por fim, considerando que a indústria apresenta algumas características próprias, fez-se investigação mais específicas para essa área, analisando sua compra de bens



intermediários e suas exportações. 82% das empresas não eram exportadoras, mas dentre o percentual que tinha vendas internacionais, 67% teve diminuição do volume vendido.

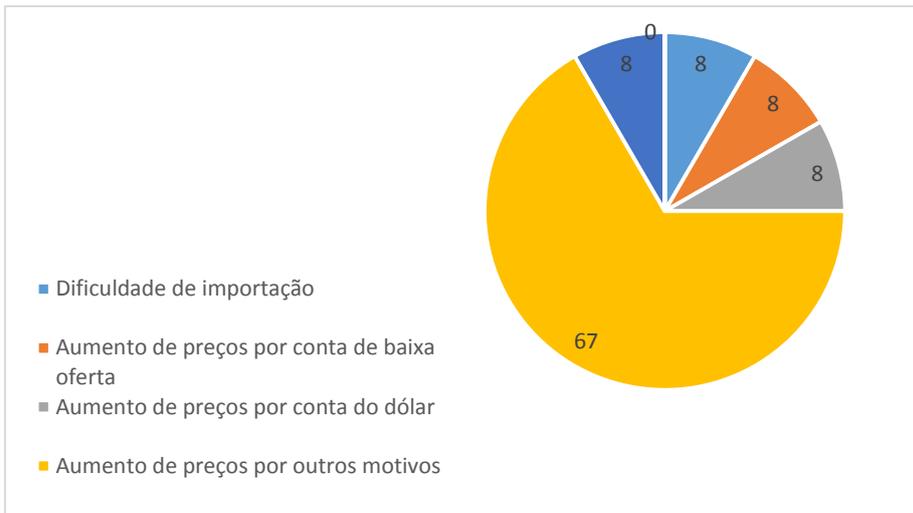
Gráfico 20: Se a indústria é exportadora, teve diminuição do volume vendido internacionalmente no último mês? – Município de Irati – junho 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

No Gráfico 21 tem-se o impacto da pandemia na aquisição de insumos por parte das indústrias. Dentre os resultados: 67% teve aumento de preços por outros motivos; numa proporção similar, 8%, decorreu da dificuldade de se importar, dificuldade pelo aumento de preços por conta da baixa oferta, pelo aumento do dólar, e pela dificuldade de logística.

Gráfico 21: Qual foi o impacto da pandemia na aquisição de insumos para sua indústria? Município de Irati – junho 2020



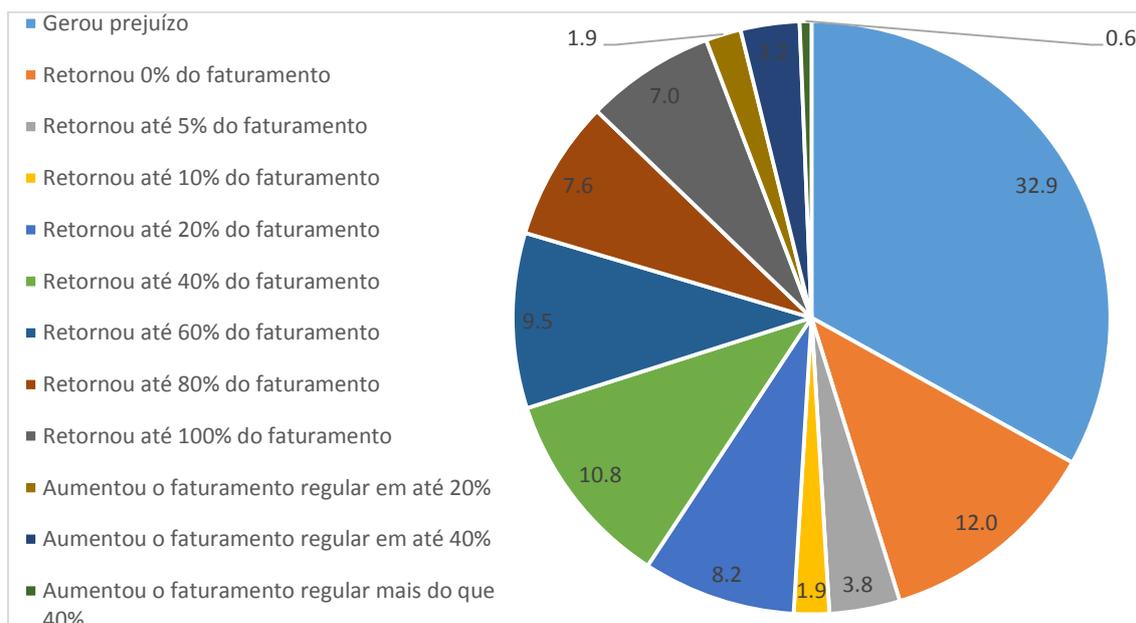
Fonte: Resultado da pesquisa



### 3 - Análise da Situação Econômica Empresarial após a Reabertura das Atividades

Conforme exposto no Gráfico 22, **33% dos estabelecimentos tiveram prejuízo e 12% não retomaram nada o faturamento após a abertura das atividades no município**, ou seja, estão com a mesma dinâmica que quando estavam durante as medidas restritivas. **Já 25% dos estabelecimentos retomaram entre 5 a 40% do faturamento normal, 17% retomaram entre 60 e 80% e 13 % dos estabelecimentos não só conseguiram retomar 100% da sua receita, como alguns até já conseguiram elevá-la.** Especialmente no caso desses últimos, é uma esperança quanto ao potencial que existe na retomada da economia.

Gráfico 22- Percentual de estabelecimentos conforme desempenho do seu faturamento com o formato atual dos negócios – Município de Irati – junho de 2020



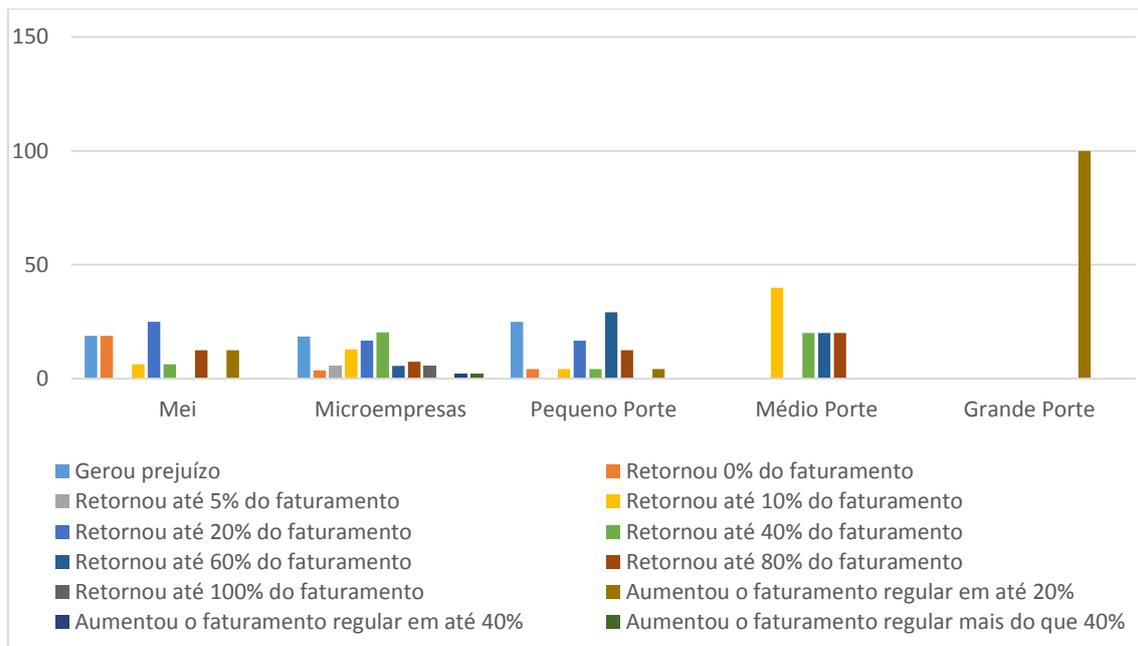
Fonte: Resultado da Pesquisa

Analisando por porte das empresas, observa-se que as MEISs, as microempresas e as empresas de pequeno porte são, as que mais estão no prejuízo ou não retornaram nada o seu faturamento. No caso dos estabelecimentos de grande e médio porte, todas as suas empresas já retornaram 100% o seu faturamento ou até mesmo já tiveram elevação de suas receitas. Assim, percebe-se que, todas as empresas os estabelecimentos que



tiveram as maiores dificuldades durante as medidas de restrição são os mesmos que estão com maior dificuldade para retomar a dinâmica do seu negócio.

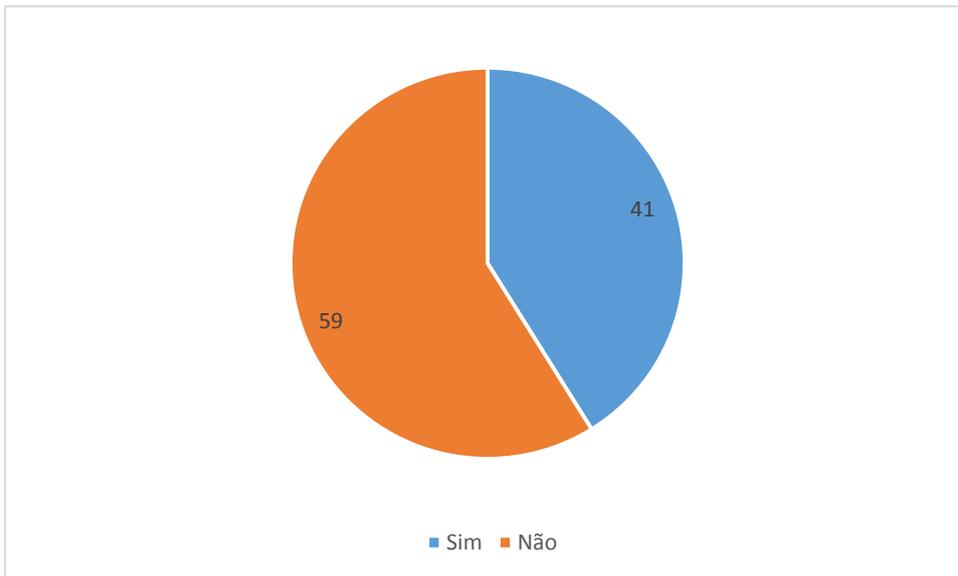
Gráfico 23: Percentual de estabelecimentos por porte conforme desempenho do seu faturamento após a abertura das atividades – Município de Irati – junho de 2020



Fonte: Resultado da Pesquisa

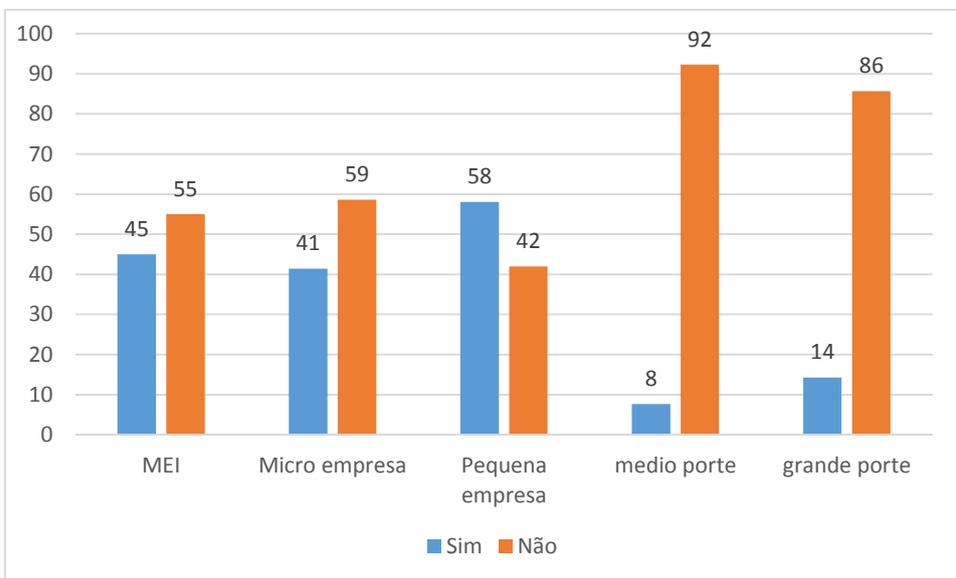
Questionou os empresários acerca das medidas pensadas para o pós-pandemia pelos empresários para retomar o crescimento no seu negócio. **Menos da metade dos empresários pensaram em algo para retomar sua atividade no pós-pandemia.** As empresas de médio porte e de grande porte tiveram um menor percentual de estabelecimentos que pensou no pós-pandemia, talvez porque apresentam um cenário atual melhor.

Gráfico 24- Percentual de estabelecimentos que já pensou numa estratégia pós pandemia– Município de Irati – junho de 2020



Fonte: Resultado da Pesquisa

Gráfico 25- Percentual de estabelecimentos que já pensou numa estratégia pós pandemia-por porte- Município de Irati– junho de 2020

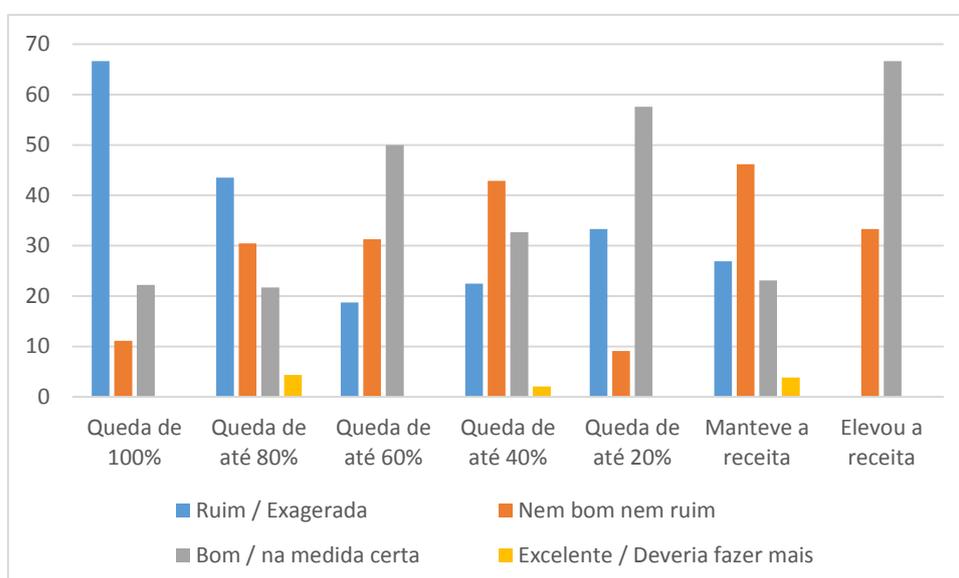


Fonte: Resultado da Pesquisa

#### 4 - Percepção acerca da crise

Na última parte desse relatório buscou-se trazer a percepção dos empresários frente ao futuro. Inicialmente, os questionou acerca da sua percepção quanto às medidas formais referente ao distanciamento. Observa-se que dentre os que elevaram as receitas, nenhum dos empresários acharam as medidas ruins ou exageradas, cenário diferente das demais categorias. Agora, dentre os que tiveram queda de 100%, mais de 65% dos empresários entendem que as medidas aplicadas foram ruins ou exageradas.

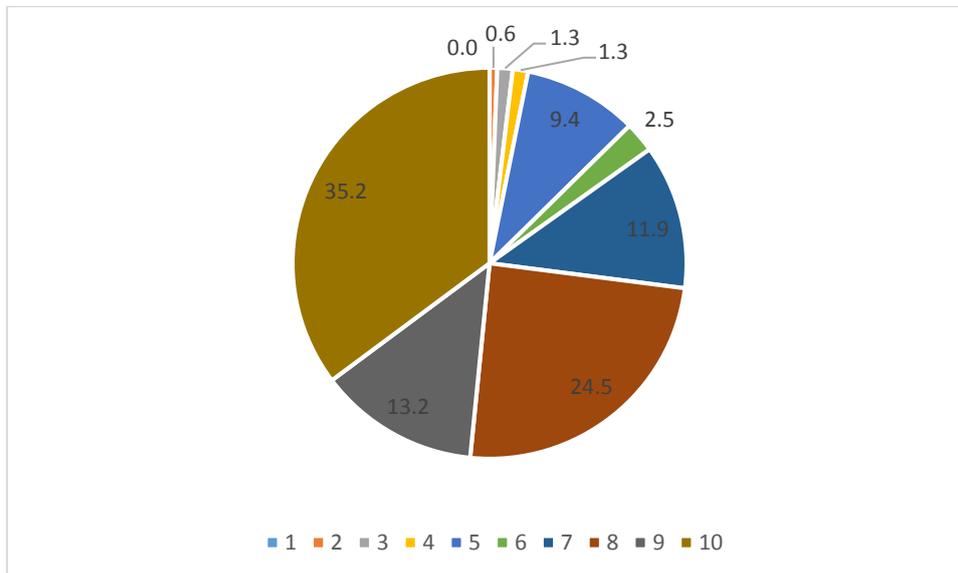
Gráfico 26- Qual a sua opinião sobre as ações governamentais de isolamento social e medidas restritivas?- por faturamento - Município de Irati – junho de 2020



Fonte: Resultado da Pesquisa

Questionado acerca do seu negócio, a maioria apresentou uma expectativa razoável sobre o cenário futuro, o que indica acreditar no seu negócio e na sua área de atuação (Gráfico 27). Isso é muito importante, pois, à medida que os empresários e empreendedores criam boas expectativas, eles tendem a investir e lutar por seus projetos, mesmo que estejam passando por um momento difícil.

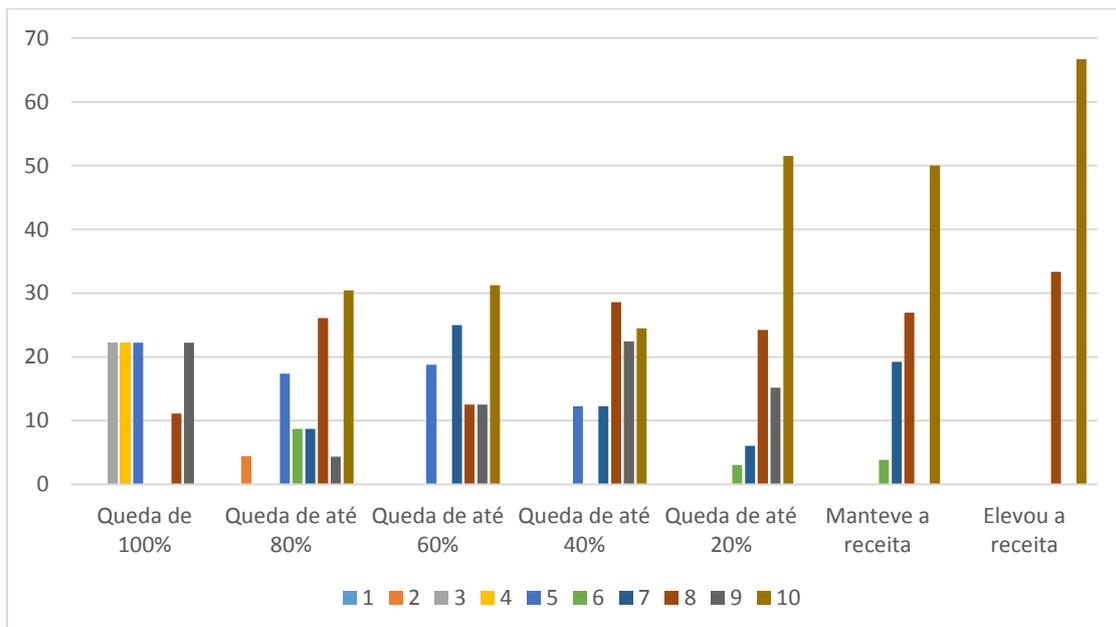
Gráfico 27- Qual o seu grau de esperança para o futuro DO SEU NEGÓCIO – Município de Irati– junho de 2020



Fonte: Resultado da Pesquisa

Analisando por queda/manutenção/elevação de receita, tem-se o gráfico 28. Nele se percebe que, na média, aqueles que estão mais confiantes no seu negócio são os que conseguiram melhor desempenho durante o período medidas restritivas.

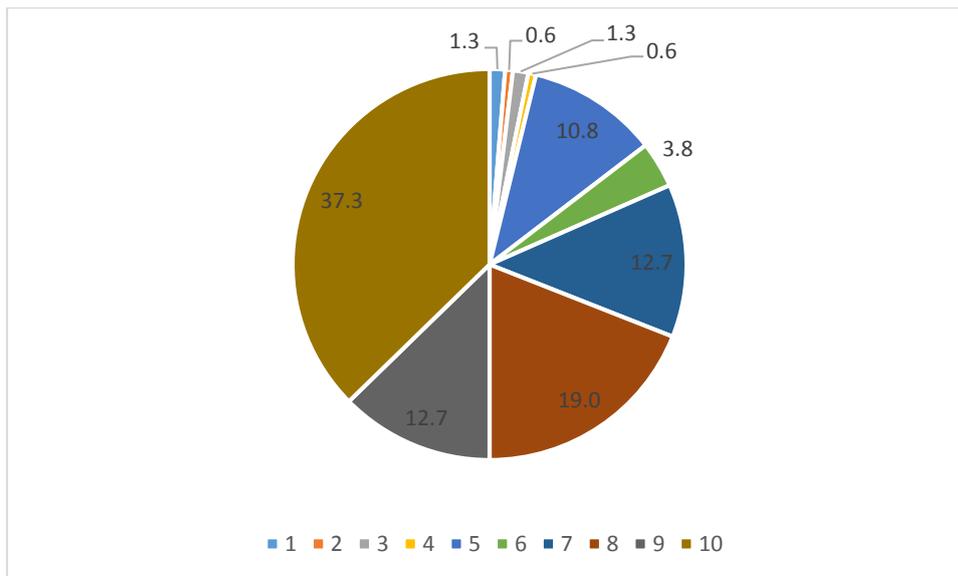
Gráfico 28- Qual o seu grau de esperança para o futuro DO SEU NEGÓCIO – por faturamento– Município de Irati – junho de 2020



Fonte: Resultado da Pesquisa

No que se refere à esperança para o sustento pessoal, repete-se o ambiente com respostas razoáveis, tendo uma maioria com perspectiva positiva para o futuro, indicando uma pontuação maior entre 5 e 8 pontos (Gráfico 29).

Gráfico 29- Qual o seu grau de esperança para o futuro DO SEU SUSTENTO PESSOAL – Município de Irati– junho de 2020

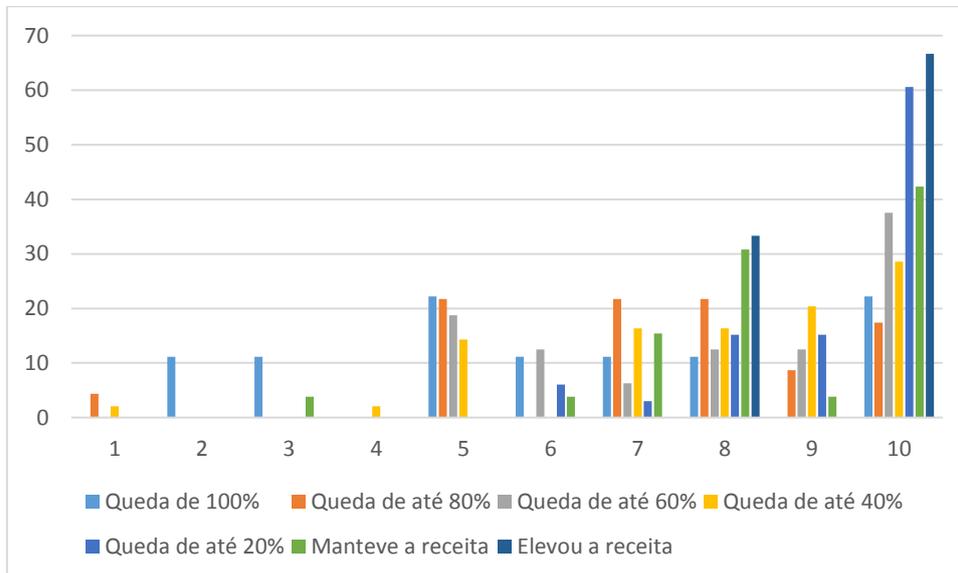


Fonte: Resultado da Pesquisa

O ponto negativo é que existem alguns estabelecimentos (4%) que tem uma avaliação baixa quanto à percepção do seu sustento futuro (pontuação menor que 5). Investigou-se, por fim, quem seriam esses com avaliação menor (Gráfico 30), sendo fundamentalmente aqueles que tiveram as maiores quedas do seu faturamento, de modo que, aqueles que tiveram crescimento das suas receitas, 100% tem uma boa percepção acerca do seu sustento.



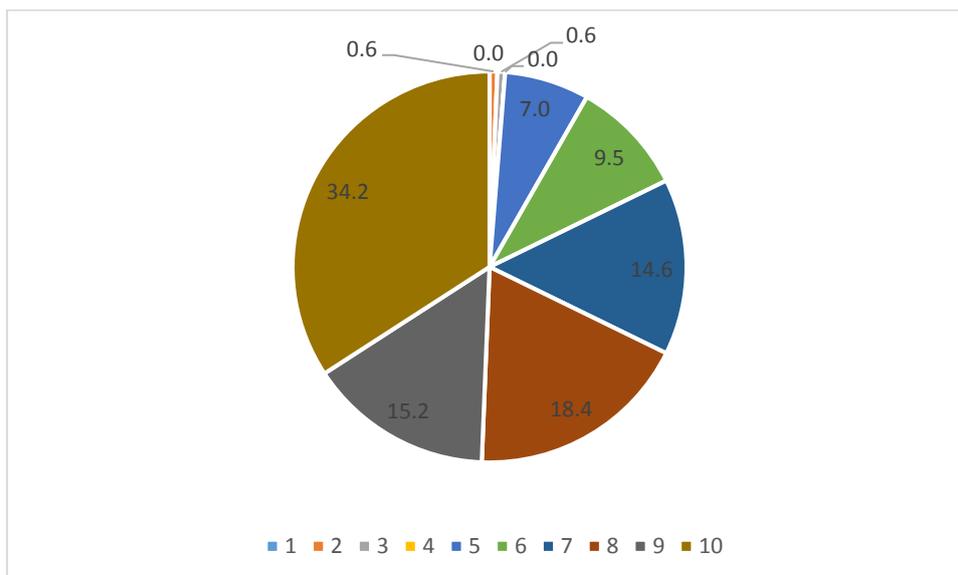
Gráfico 30- Qual o seu grau de esperança para o futuro DO SEU SUSTENTO PESSOAL – Por faturamento– Município de Irati – junho de 2020



Fonte: Resultado da Pesquisa

Por fim, a ampla maioria acredita no potencial da sua cidade/região (nota acima de 5), vendo nesse espaço a oportunidade para o seu negócio (Gráfico 31).

Gráfico 31- Qual o seu grau de esperança para o futuro NA SUA CIDADE/REGIÃO – Município de Irati – junho de 2020

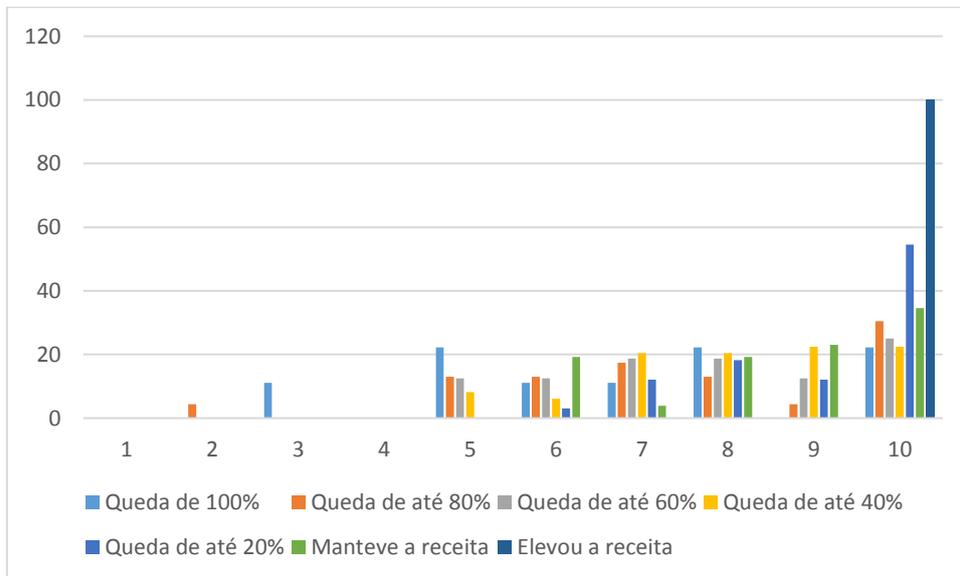


Fonte: Resultado da Pesquisa



Novamente, percebe que, os que menos perderam com o distanciamento social foram os que apresentaram maior confiança no futuro da cidade/região. Entretanto, cabe destacar um ponto diferenciado observado na esperança quanto ao futuro da cidade/região (Gráfico 32) versus o futuro do seu negócio (Gráfico 28), referindo-se ao percentual dos que responderam a opção 1, 2, 3 e 4 (as piores avaliações), que no caso da cidade/região foi um menor percentual. Assim, por mais que a expectativa não seja tão boa para esses que mais perderam com as medidas restritivas, a esperança no futuro da cidade/região é maior.

Gráfico 32- Qual o seu grau de esperança para o futuro NA SUA CIDADE/REGIÃO – por faturamento - Município de Irati – junho de 2020



Fonte: Resultado da Pesquisa