



RELATÓRIO – IMPACTOS DA COVID-19 NA ESTRUTURA ECONÔMICA DE PONTA GROSSA

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

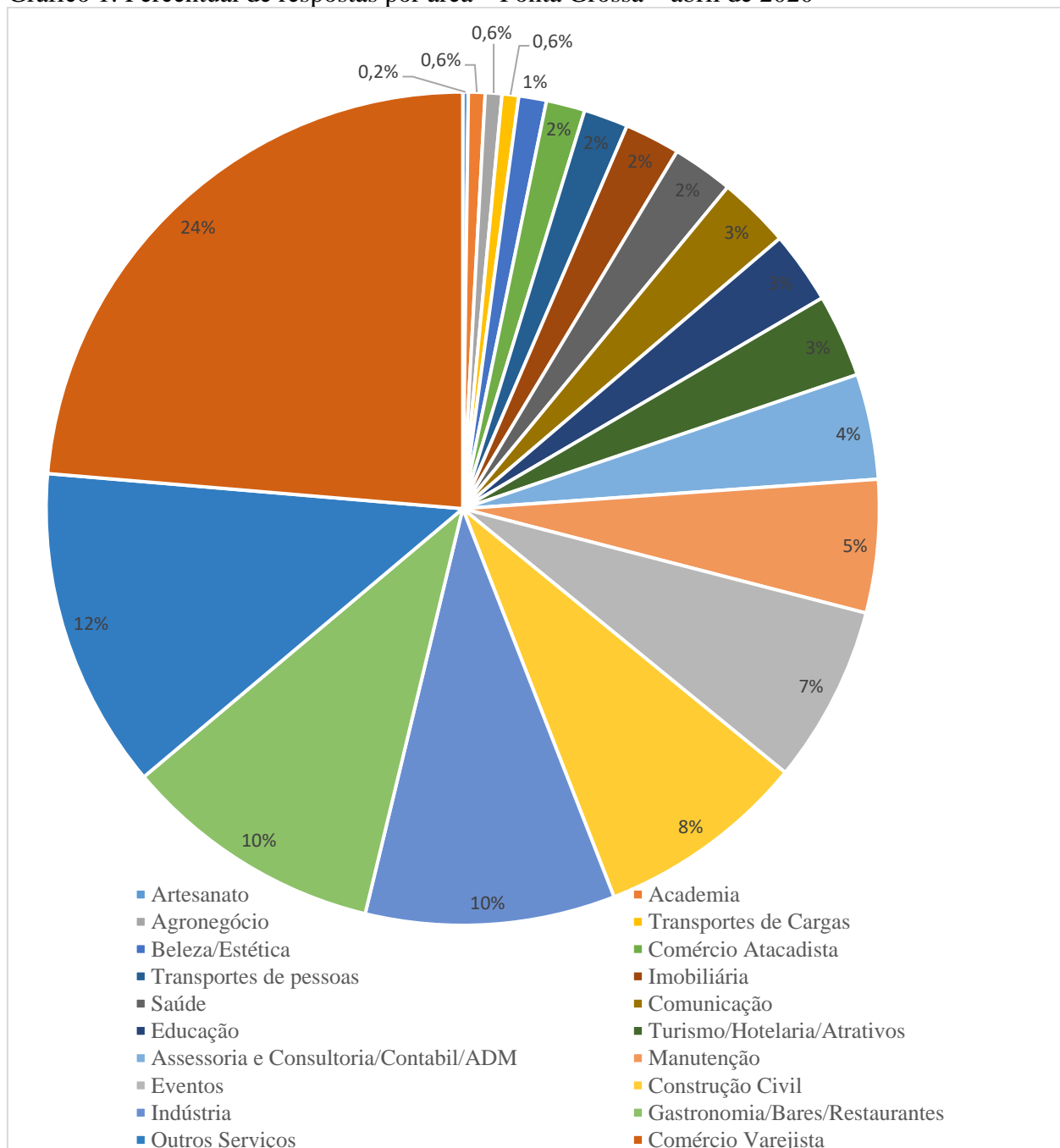
Esse relatório está dividido em quatro partes: Apresentação da metodologia e das características dos estabelecimentos investigados; Análise do impacto das medidas na atividade econômica; Análise da situação econômica empresarial pós medidas, e; Percepção da crise e das medidas tomadas.

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 Ponta Grossa, aplicou-se um questionário (Apêndice 1) a 468 estabelecimentos¹ 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 24%, seguida da Gastronomia/Bares/Restaurantes (12%) e da Construção Civil e da Manutenção (cada uma com 10% de participação).

¹ Considerou-se como proxy para a população o total de estabelecimentos formais (8664), trabalhando com um nível de confiança de 95% e margem de erro de 4%.

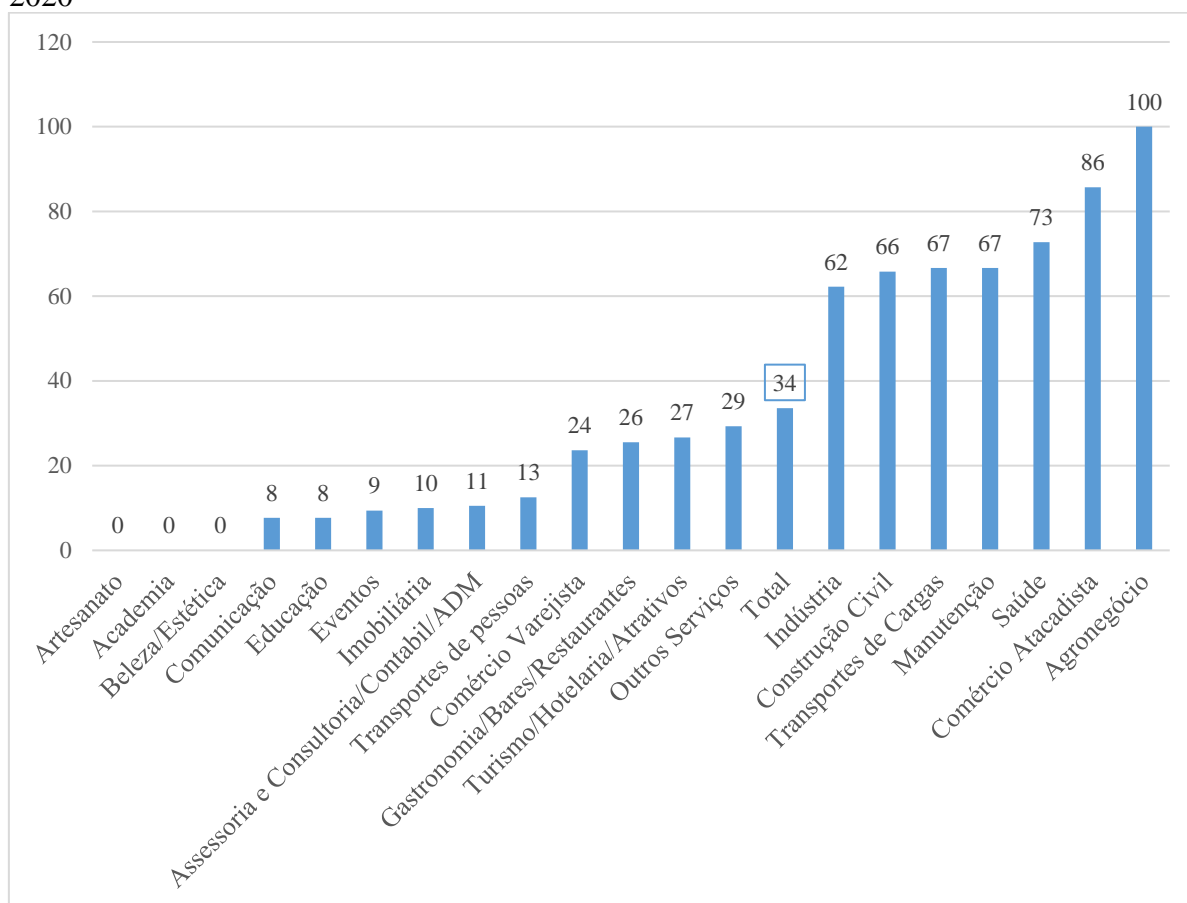
Gráfico 1: Percentual de respostas por área – Ponta Grossa – abril de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Dessas áreas, mediu-se o total de estabelecimentos essenciais (Gráfico 2), identificando um percentual de 34%. As áreas do agronegócio, comércio atacadista, saúde, manutenção, transporte de cargas, construção civil e indústria, apresentaram mais da metade de seus estabelecimentos como essenciais. Na contramão, o artesanato, as academias e os estabelecimentos de beleza/estética, foram as áreas que não tiveram nenhum percentual de estabelecimentos considerados essenciais.

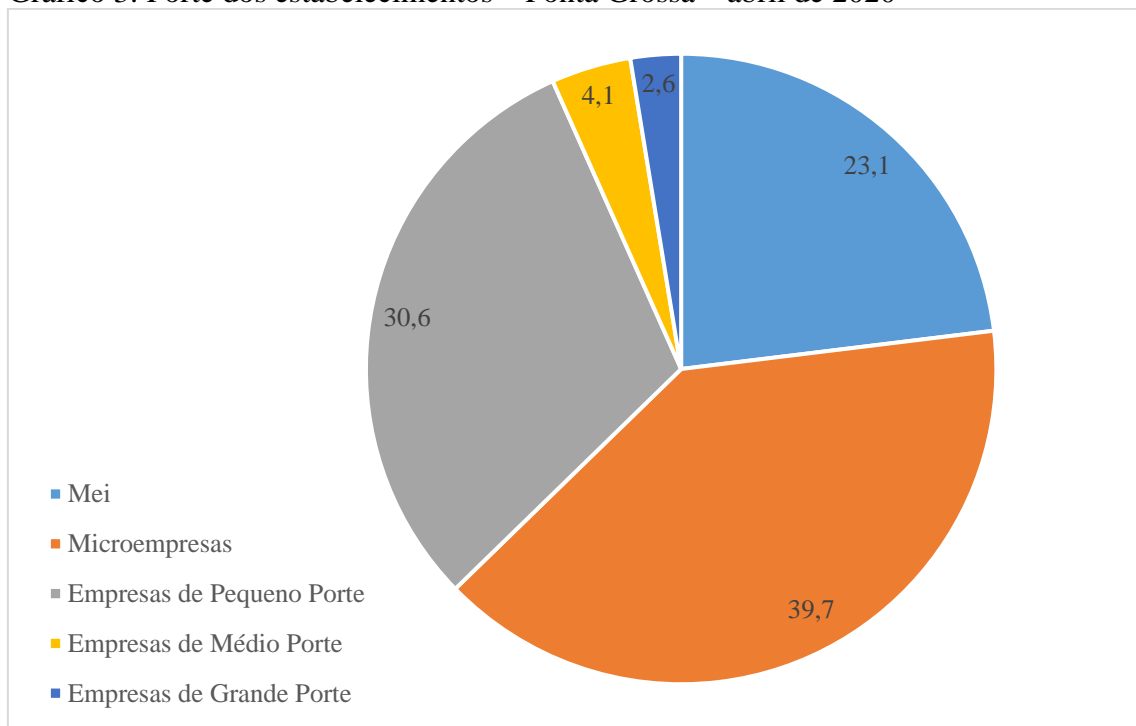
Gráfico 2: Percentual de estabelecimentos considerados essenciais – Ponta Grossa – abril 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

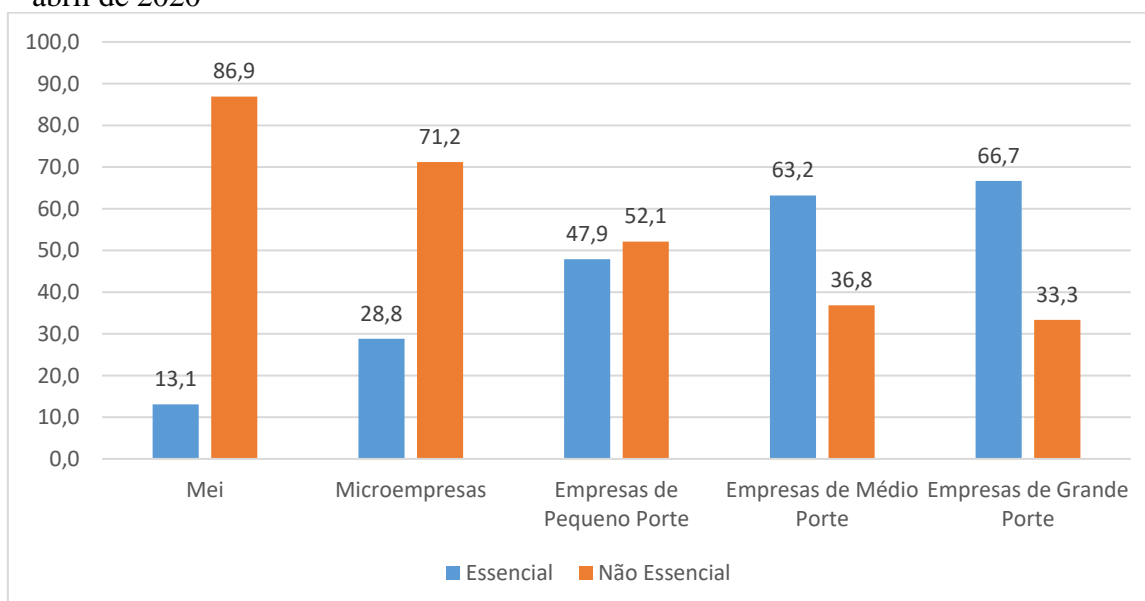
Ao considerar o porte dos estabelecimentos (Gráfico 3), mais de 90% das empresas pesquisadas eram de pequeno porte, MEIs ou microempresas. E ao analisar a sua essencialidade (Gráfico 4), observa-se que mais da metade destas não foram consideradas essenciais. Cenário diferente das empresas de médio e grande porte que, embora sejam a minoria dos estabelecimentos, 63% das de médio porte e 67% das de grande porte, foram classificadas como essenciais.

Gráfico 3: Porte dos estabelecimentos – Ponta Grossa – abril de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Gráfico 4: Percentual de estabelecimentos essenciais por porte da empresa – Ponta Grossa – abril de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Na Tabela 1 tem-se o percentual de estabelecimentos classificados como essenciais ou não, considerando a área do estabelecimento e o porte. Percebe-se que entre as empresas de grande e médio porte a maioria era essencial. Característica antagônica da observada para as MEIs e Microempresas, as quais apresentaram, na maioria das áreas,

empresas não essenciais. De maneira mais específica, a área que apresentou 100% de seus estabelecimentos como essenciais foi o agronegócio. Ao contrário, as que apresentaram 100% dos seus estabelecimentos como não essenciais foram: artesanato, academias e beleza/estética. Ser considerado essencial num período de distanciamento social pode ser importante para a sobrevivência da empresa, elemento que será analisado na sequência.

Tabela1: Percentual de estabelecimentos por área e porte do estabelecimento – subdividindo-os em essencial (E) e não essencial (NE) – Ponta Grossa – abril 2020

	Mei		Microem.		Pequenas		Médias		Grande	
	E	NE	E	NE	E	NE	E	NE	E	NE
Artesanato	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Academias	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
Agronegócio	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Transportes de Cargas	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
Beleza/Estética	0.0	80.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Comércio Atacadista	0.0	0.0	28.6	0.0	42.9	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0
Transportes de pessoas	0.0	75.0	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Imobiliária	0.0	20.0	0.0	60.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Saúde	0.0	27.3	45.5	0.0	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Comunicação	0.0	38.5	0.0	38.5	7.7	15.4	0.0	0.0	0.0	0.0
Educação	0.0	15.4	7.7	53.8	0.0	23.1	0.0	0.0	0.0	0.0
Turismo/Hotelaria/Atrativos	0.0	6.7	0.0	20.0	26.7	46.7	0.0	0.0	0.0	0.0
Assessoria e Consultoria										
/Contabil/ADM	0.0	10.5	5.3	52.6	5.3	15.8	0.0	10.5	0.0	0.0
Manutenção	4.2	16.7	41.7	16.7	8.3	0.0	8.3	0.0	4.2	0.0
Eventos	6.3	53.1	3.1	28.1	0.0	9.4	0.0	0.0	0.0	0.0
Construção Civil	2.6	7.9	15.8	13.2	42.1	13.2	5.3	0.0	0.0	0.0
Indústria	4.4	2.2	13.3	4.4	17.8	13.3	13.3	8.9	13.3	8.9
Gastronomia/Bares/Restaurantes	6.4	12.8	10.6	44.7	8.5	17.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Outros Serviços	1.8	22.8	12.3	29.8	12.3	19.3	1.8	0.0	0.0	0.0
Comércio Varejista	3.6	20.0	7.3	34.5	12.7	20.9	0.0	0.9	0.0	0.0
Total	3.0	20.0	11.4	28.2	14.7	15.9	2.6	1.5	1.7	0.9

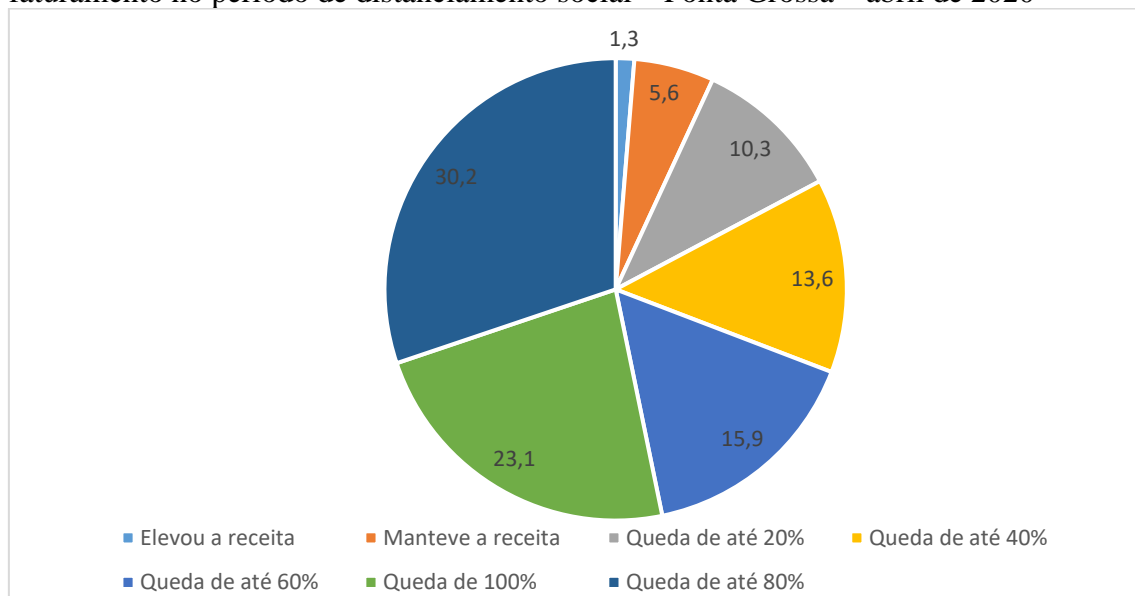
Fonte: Resultado da pesquisa

2 - Análise do impacto das medidas restritivas na atividade econômica em Ponta Grossa

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 Ponta Grossa. Com efeito, analisando inicialmente todas as empresas, observa-se (Gráfico 5) que a maioria das empresas tiveram 80% 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 apenas 28% dos seus estabelecimentos tiveram queda de 80% ou mais do seu faturamento, contra 66% dos estabelecimentos não essenciais. Ademais, entre os essenciais, aproximadamente 10% manteve e até mesmo elevou sua receita no período de medidas de distanciamento, contra 6% dos não essenciais.

Na média, a perda de faturamento entre os estabelecimentos não essenciais foi de 71%, contra 50% de queda dos essenciais, ressaltando que, no conjunto, a perda média foi de aproximadamente 64%².

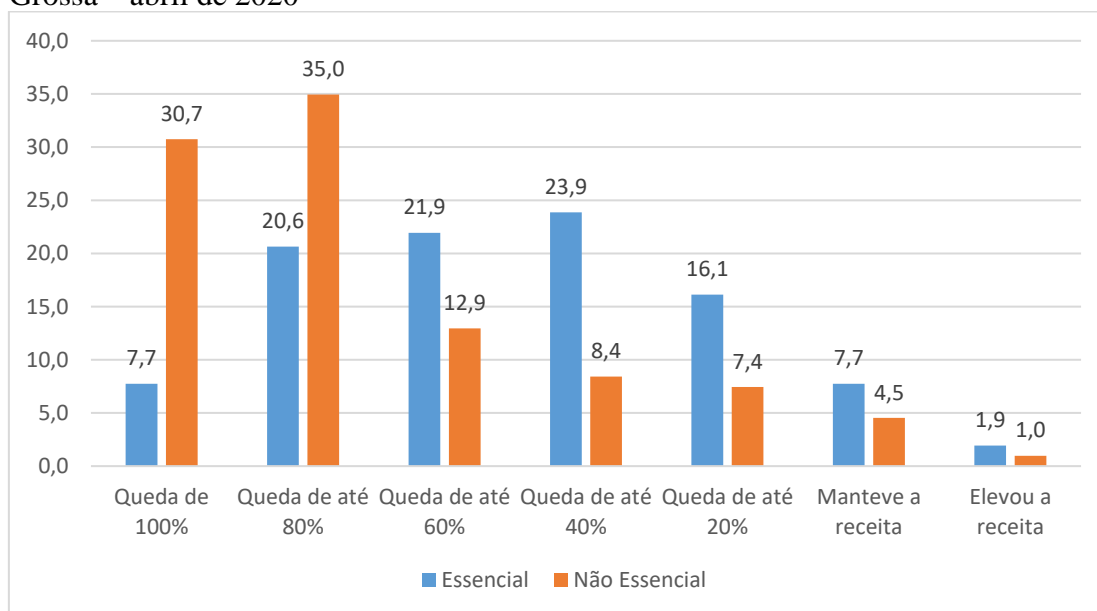
Gráfico 5: Percentual de estabelecimento que manteve, elevou ou diminuiu o seu faturamento no período de distanciamento social – Ponta Grossa – abril de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

² 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 – Ponta Grossa – abril de 2020

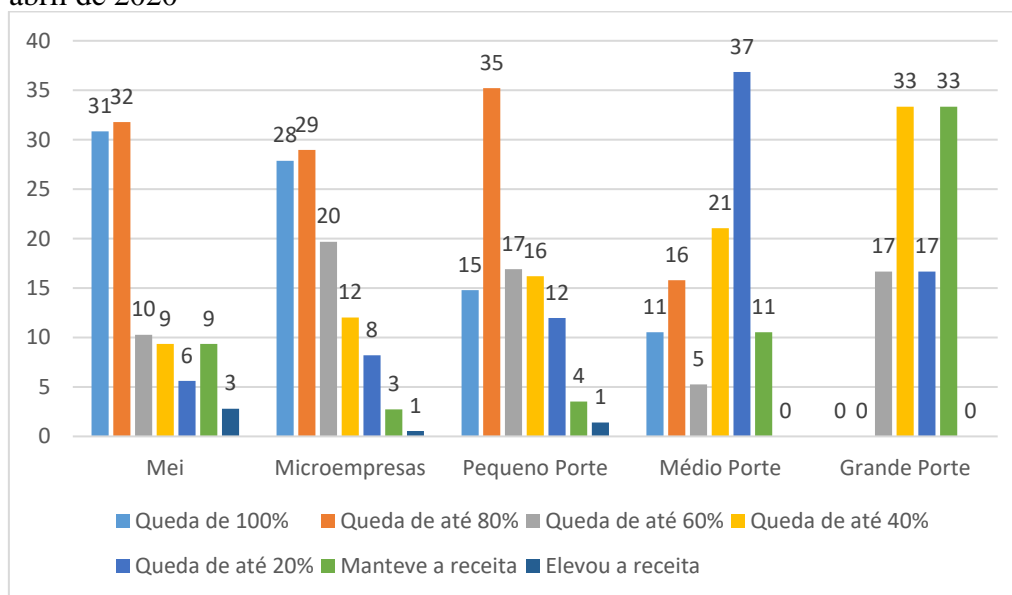


Fonte: Resultado da pesquisa

Dentre os estabelecimentos de pequeno porte, microempresas e MEIs, a maioria teve uma queda de 80% ou mais do seu faturamento (Gráfico 7), sendo estes os estabelecimentos que mais sofreram com as restrições do distanciamento social em Ponta Grossa. Na média, a perda de faturamento correspondeu a 69% para microempresas, 67% para as MEIs, 62% para as empresas de pequeno porte, 42% para as de médio porte e 27% para as grandes empresas³.

³ 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 – Ponta Grossa – abril de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Considerando as áreas das empresas (Tabela 2), o artesanato e o agronegócio foram os segmentos menos afetados, mantendo 100% e 67%, respectivamente, dos seus estabelecimentos com igual ou superior faturamento. Transporte de cargas, academias e comunicação, também foram áreas que tiveram certa preservação da receita de seus estabelecimentos. Agora, na contramão, com 80% ou mais de queda do seu faturamento, encontram-se TODOS os estabelecimentos da área de Eventos e de Turismo/Hotelaria/Atrativos. Soma-se a essas, as áreas de Beleza/Estética, Gastronomia/Bares/Restaurantes, Comércio Varejista e Imobiliária, as quais tiveram mais de 60% dos seus estabelecimentos com queda acentuada da receita.

Na média, a área de Eventos perdeu 98% do seu faturamento, seguido do Turismo/Hotelaria/Atrativos (89%), Transportes de Pessoas (78%), Beleza e Estética (76%), Gastronomia/Bares/Restaurantes (75%), Comércio Varejista (73%), Imobiliária (72%) e Saúde (71%). Portanto, essas áreas foram as mais atingidas, em termos de faturamento pelo distanciamento social.

Tabela2: Percentual de estabelecimentos por área, subdividindo-os conforme queda/manutenção ou elevação da receita – Ponta Grossa – abril 2020

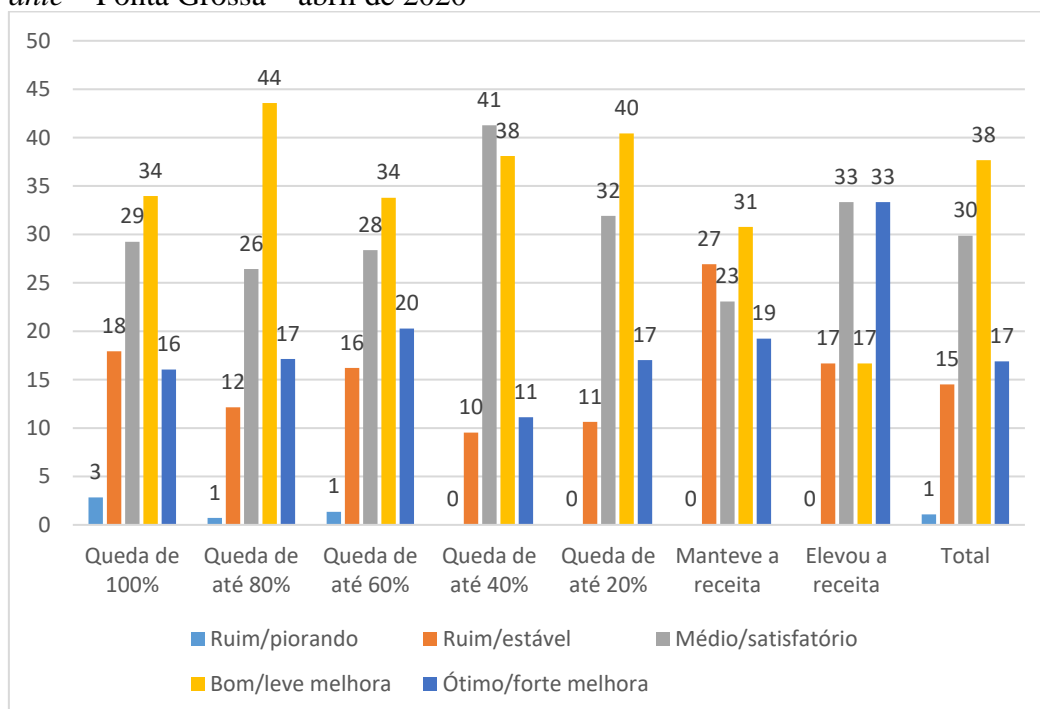
	Queda de 100%	Queda de até 80%	Queda de até 60%	Queda de até 40%	Queda de até 20%	Manteve a receita	Elevou a receita	Média
Artesanato	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0
Academias	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	-60
Agronegócio	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3	0
Transportes de Cargas	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	-40
Beleza/Estética	20.0	60.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	-76
Comércio Atacadista	0.0	0.0	28.6	57.1	14.3	0.0	0.0	-43
Transportes de pessoas	37.5	25.0	25.0	12.5	0.0	0.0	0.0	-78
Imobiliária	20.0	40.0	30.0	0.0	10.0	0.0	0.0	-72
Saúde	18.2	36.4	27.3	18.2	0.0	0.0	0.0	-71
Comunicação	0.0	15.4	15.4	23.1	15.4	23.1	7.7	-32
Educação	0.0	15.4	30.8	15.4	30.8	7.7	0.0	-43
Turismo/Hotelaria/Atrativos	46.7	53.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-89
Assessoria e Consultoria/Contabil/ADM	10.5	15.8	10.5	21.1	26.3	10.5	5.3	-42
Manutenção	4.2	29.2	16.7	12.5	29.2	8.3	0.0	-48
Eventos	90.6	9.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-98
Construção Civil	10.5	23.7	21.1	23.7	13.2	7.9	0.0	-54
Indústria	8.9	24.4	17.8	15.6	20.0	13.3	0.0	-49
Gastronomia/Bares/Restaurantes	34.0	34.0	17.0	8.5	2.1	2.1	2.1	-75
Outros Serviços	15.5	29.3	17.2	20.7	12.1	3.4	1.7	-60
Comércio Varejista	23.9	44.0	14.7	10.1	4.6	1.8	0.9	-73

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 algumas empresas tinham a percepção de um cenário econômico ruim/péssimo antes do distanciamento social, e esses basicamente auferiram uma queda de mais de 60% do seu faturamento no período de restrição às atividades econômicas em Ponta Grossa.

Entretanto, entre aqueles que tiveram uma queda menor da sua receita, ou a mantiveram, ou até mesmo a elevaram, também tinham algum grau de percepção ruim/estável sobre o período anterior. Nesse sentido, não há uma correlação significativa entre a percepção que tinham do período *ex ante* versus o faturamento que obtiveram com as medidas de restrição, ressaltando que a correlação entre essas variáveis é praticamente nula (0,02).

Gráfico 8: Percentual de estabelecimento que mantiveram, elevaram ou diminuíram o seu faturamento no período de distanciamento social conforme a sua percepção do período *ex ante* – Ponta Grossa – abril de 2020



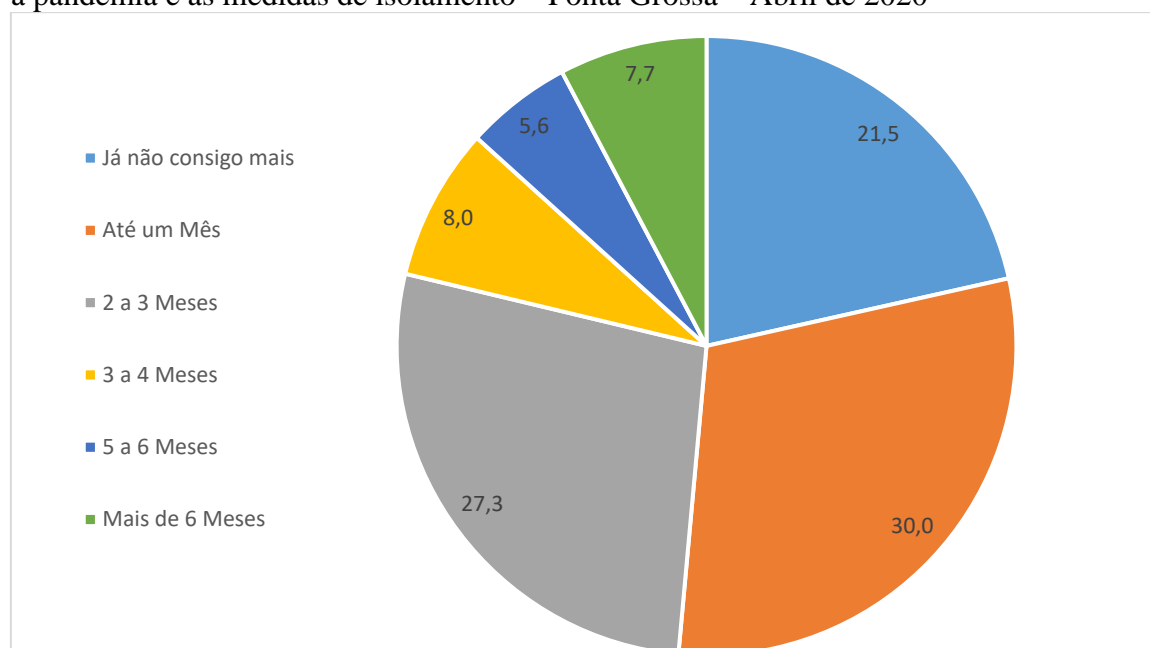
Fonte: Resultado da pesquisa

A pesquisa questionou os empresários acerca do tempo que conseguem manter o seu negócio, antes de fechá-lo permanentemente, caso se mantenha a pandemia e as medidas de isolamento social se prolonguem, supondo que não acesse nenhum incentivo governamental. Os dados demonstram que 21,5% dos estabelecimentos não conseguem manter sua atividade se medidas de isolamento forem mantidas/retornadas. “Por mais um mês”, 30% acreditam que conseguem manter suas atividades e 27,3% responderam suportar até três meses (Gráfico 9). Na média, o tempo que as atividades econômicas suportariam às medidas de isolamento seria de apenas **2,2 meses**⁴, existindo áreas que sobreviveriam por um período maior (Tabela 3), como é o caso do agronegócio, comércio atacadista e Assessoria e Consultoria/Contabil/ADM, os quais tem, respectivamente, 67%, 29% e 26% dos seus estabelecimentos que sobreviveriam mais de 6 meses de medidas de distanciamento, **ressaltando existir também estabelecimentos que não conseguiriam sobreviver a esse período, como Eventos (38% dos estabelecimentos), Transporte de cargas (33%), academias (33%), Gastronomia/Bares/Restaurantes (30% dos estabelecimentos), dentre outros.**

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

Importante ressaltar que praticamente todas as atividades tiveram estabelecimentos que argumentaram não ter como suportar novas medidas de isolamento, com destaque negativo para Eventos, Transportes de Cargas, Academias e Gastronomia/Bares/Restaurantes. Essas atividades estão no limite e precisam de uma atenção especial, seja para revigorá-las como também para que se tenham medidas mais assertivas se novas medidas forem implementadas.

Gráfico 9: Percentual de estabelecimentos em relação ao tempo que conseguem se manter à pandemia e as medidas de isolamento – Ponta Grossa – Abril de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Tabela 3: Percentual de estabelecimentos – por área – e o tempo que conseguem se manter à pandemia e as medidas de isolamento – Ponta Grossa – Abril de 2020

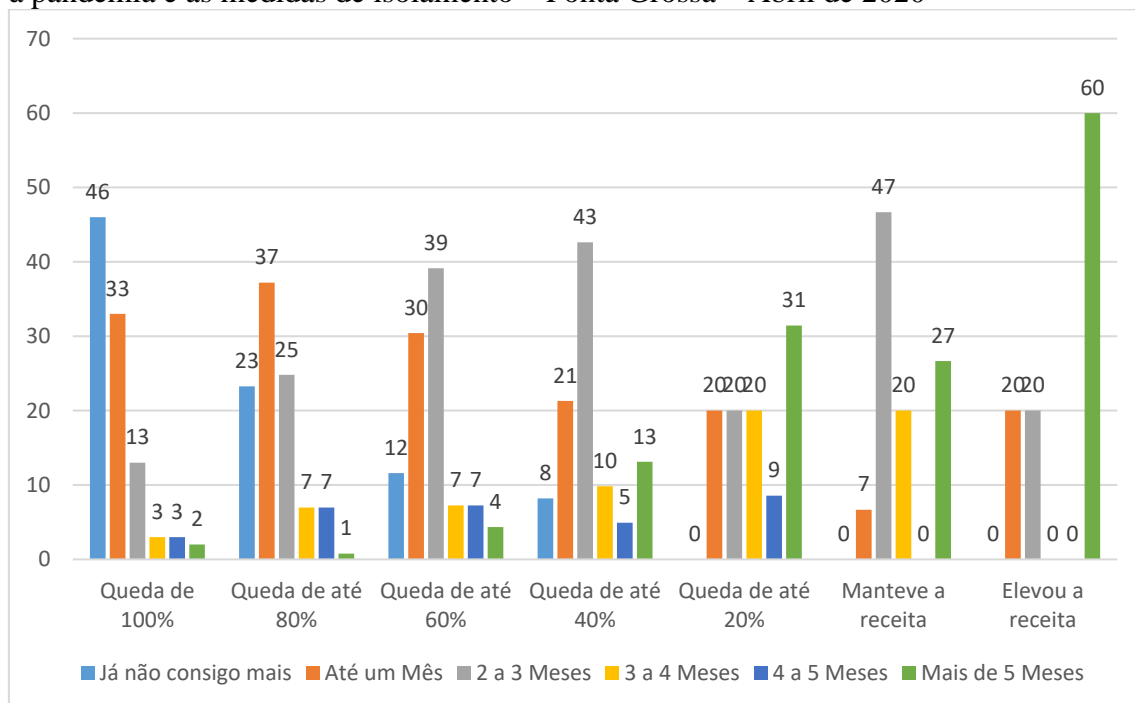
	Já não consigo mais	Até um Mês	2 a 3 Meses	3 a 4 Meses	5 a 6 Meses	Mais de 6 Meses	Não sabe
Artesanato	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
Academia	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7
Agronegócio	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3
Transportes de Cargas	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
Beleza/Estética	20.0	20.0	40.0	0.0	0.0	0.0	20.0
Comércio Atacadista	0.0	0.0	28.6	14.3	14.3	28.6	14.3
Transportes de pessoas	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Imobiliária	0.0	40.0	40.0	0.0	10.0	0.0	10.0
Saúde	9.1	45.5	9.1	9.1	9.1	9.1	9.1
Comunicação	0.0	7.7	46.2	0.0	7.7	0.0	38.5
Educação	7.7	23.1	46.2	0.0	7.7	7.7	7.7
Turismo/Hotelaria/Atrativos	13.3	33.3	33.3	20.0	0.0	0.0	0.0
Assessoria e Consultoria/Contabil/ADM	21.1	10.5	15.8	15.8	5.3	26.3	5.3
Manutenção	16.7	25.0	29.2	12.5	0.0	8.3	8.3

Eventos	37.5	25.0	15.6	0.0	3.1	3.1	15.6
Construção Civil	13.2	26.3	18.4	13.2	10.5	7.9	10.5
Indústria	11.4	9.1	36.4	4.5	9.1	18.2	11.4
Gastronomia/Bares/Restaurantes	30.4	32.6	17.4	8.7	2.2	6.5	2.2
Outros Serviços	10.3	25.9	34.5	10.3	3.4	1.7	13.8
Comércio Varejista	27.3	36.4	17.3	5.5	4.5	2.7	6.4

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 interessante que aqueles que argumentaram não conseguir mais sobreviver se for mantido o isolamento são estabelecimentos que tiveram quedas do seu faturamento em mais de 40%. No caso daqueles que tiveram 100% de queda do seu faturamento, 46% afirmaram que não sobreviverão no mercado se tiver novas medidas de isolamento. Em oposição, aqueles que conseguiram elevar suas receitas nesse período são os que afirmam permanecer nas suas atividades por mais de 5 meses, o que é justificável, tendo em vista que são, na sua maioria, atividades essenciais que não paralisam 100%.

Gráfico 9: Percentual de estabelecimentos em relação ao tempo que conseguem se manter à pandemia e as medidas de isolamento – Ponta Grossa – Abril de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Considerando a média das respostas, os que tiveram queda de 100% do seu faturamento afirmaram não aguentar nem um mês de medidas restritivas; os que tiveram queda do seu faturamento de até 80%, na média, aguentariam 1,5 mês; os que tiveram queda de até 60% e até 40% sobreviveriam, na média, dois meses; os que tiveram queda de receita de até 20% e os que mantiveram seu faturamento, na média, sobreviveria por três meses, e; por fim, os que elevaram suas receitas nesse período de isolamento aguentariam, na média, até 4 meses.

No que se refere ao emprego⁵, em torno de 50% dos estabelecimentos demitiu algum funcionário, em que, a média foi de 2.21 empregos, chegando a ter estabelecimentos que demitiram até 50 empregados. Importante destacar que mesmos nos estabelecimentos essenciais ocorreram demissões, bem próximo do observado no setor não essencial.

Tabela 4: Estatísticas descritivas referentes as demissões

Percentual que demitiu			Média de demissão		
Total	Essencial	Não essencial	Total	Essencial	Não essencial
49,51	48,3	50,2	2,21	2,17	2,26

Fonte: Resultado da pesquisa

Analisando o tamanho das empresas, quanto menor o porte maior foi o percentual de estabelecimentos que tenderam a demitir, de modo que as empresas de pequeno porte e microempresas tiveram mais de 50% dos seus estabelecimentos com a efetivação de alguma demissão, enquanto que dentre as empresas de grande porte, apenas 16,7% romperam com o contrato de trabalho. **Importante destacar que esses menores percentuais de demissão das empresas de maior porte provem, provavelmente, da assessoria jurídica que apresentam, a qual, possivelmente, as fazem acessar mais as medidas de ajuda do governo quanto a providencias para acessar o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego.**

Assim, não só as empresas de menor porte são as mais sensíveis no que se refere a manter suas receitas, como também elas detêm menor flexibilidade para manter seus postos de trabalho.

⁵ Aqui só se considerou as empresas que tinham algum emprego antes da crise e que tinham todos os dados referentes aos postos de trabalho, totalizando 391 estabelecimentos.

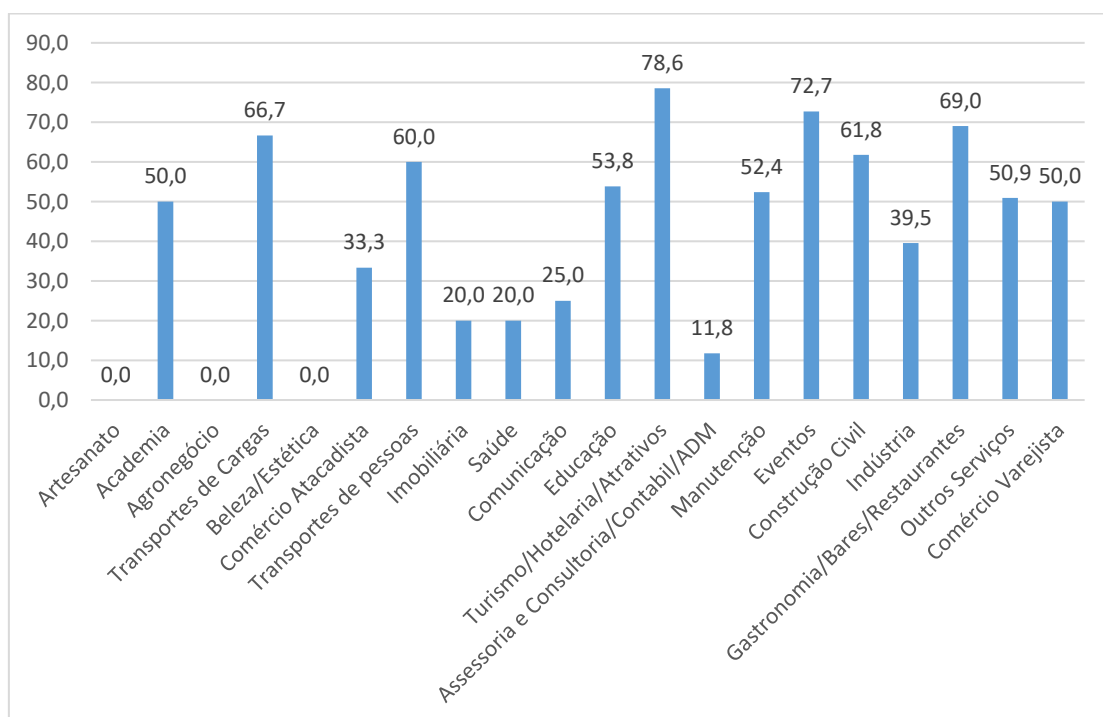
Tabela 5: Percentual de estabelecimento que efetivaram alguma demissão no período de distanciamento social – Ponta Grossa – abril de 2020

Tamanho do estabelecimento	Percentual
Mei	44.4
Microempresas	51.8
Pequeno Porte	55.1
Médio Porte	23.5
Grande Porte	16.7

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, Gastronomia/Bares/Restaurantes). Novamente, os estabelecimentos do agronegócio – que tiveram incrementos nas suas receitas nesse período – foi um dos setores que não registrou nenhum estabelecimento com demissão.

Gráfico 10: Percentual de estabelecimentos que tiveram alguma demissão nesse período de distanciamento social – Ponta Grossa – Abril de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Importante destacar que dentre aqueles que acessaram alguma medida de ajuda para a manutenção do emprego (52%), o número de empregos perdidos foi de 2,50; enquanto que dentre aqueles que não acessaram foi igual a 1,80. Ou seja, entre os que acessaram foi ainda maior a queda do emprego e, ao aplicar o método Propensity Score

Matching⁶ não identificou um efeito dessas medidas (coeficiente igual a 0,29, com estatística z igual a 0,49, não apresentando significância estatística) no número de demissão.

Por fim, questionou-os acerca das possíveis demissões que poderão ser feitas nos próximos meses, e o cenário não é positivo, tendo em vista que 72% dos estabelecimentos tem essa pretensão, com uma média de 5 demissões por estabelecimento.

Tabela 6: Estatísticas descritivas referentes as possíveis demissões

Percentual de estabel. que poderão demitir			Média das possíveis demissões		
Total	Essencial	Não essencial	Total	Essencial	Não essencial
71,8	73,5	70,9	4,5	5,6	3,8

Fonte: Resultado da pesquisa

Analisando essa expectativa pelo porte das empresas, tem-se que as pequenas e médias são as que mais terão chances de efetivar demissões nos próximos meses. No caso das MEISs, é compreensível terem menores chances, dado o limitador de empregos dessa classificação (máximo de um posto de trabalho), além do que, muitas já efetivaram suas demissões.

⁶ No Propensity Score Matching tem-se um grupo de tratamento (os que receberam algum ajuda do governo no que se refere para manter o emprego) e um grupo de controle (os que não receberam), além de utilizar algumas variáveis para o pareamento (idade da empresa, porte, se é essencial, cenário antes da crise), utilizando o modelo logit. Por fim, compara-se o efeito médio dos tratados versus os de controle no que se refere ao faturamento no período de crise.

Tabela 7: Percentual de estabelecimento que poderão efetivar alguma demissão– Ponta Grossa – abril de 2020

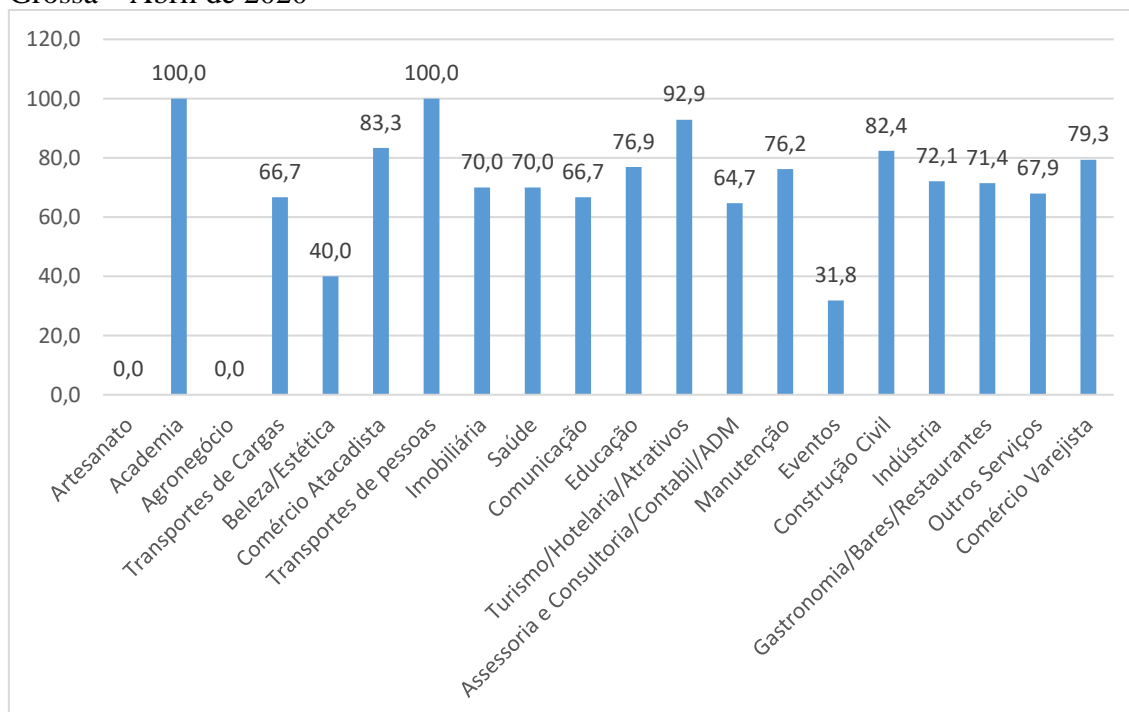
Tamanho do estabelecimento	Percentual
Mei	38.9
Microempresas	75.6
Pequeno Porte	87.7
Médio Porte	76.5
Grande Porte	33.3

Fonte: Resultado da pesquisa

Em termos de área, fica mais explícito a expectativa negativa de boa parte das atividades, em que, em alguns casos, se chega a 100% a expectativa de demissão (Academias e Transportes de Pessoas), além do que, a grande maioria das demais áreas tem expectativa de mais de 60% de demissões (Gráfico 11).

Enfim, tem-se um diagnóstico negativo quanto à manutenção de empregos no município caso se mantenha medidas restritivas ao funcionamento das atividades econômicas, cenário que corrobora com os resultados anteriores acerca do tempo que os empresários estimam de sobrevivência da empresa no mercado.

Gráfico 11: Percentual de estabelecimentos que poderão ter alguma demissão– Ponta Grossa – Abril de 2020



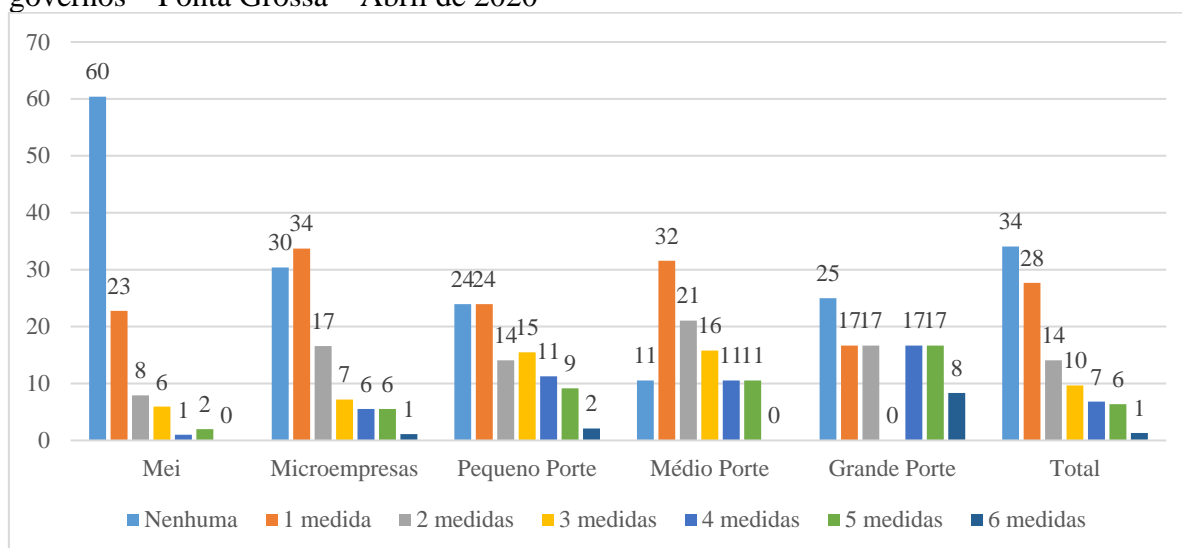
Fonte: Resultado da pesquisa

Um 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. Em contrapartida, no caso das empresas de grande porte, tem um percentual maior de estabelecimentos que acessa até seis ajudas. Enfim, esses dados demonstram a necessidade de maior atenção 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.

Um dos canais de apoio que as micro e pequenas empresas podem consultar é o SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas empresas, uma entidade privada sem fins lucrativos e está fortemente apoiando os empresários a superarem essa fase de COVID-19 com a campanha estadual “Superar! Esse negócio a gente faz juntos”. Os empresários podem ter acesso às informações, boletins, atendimento, consultoria gratuita online e conteúdo em vários canais: WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Youtube, central de relacionamento pelo 0800-570-0800 e páginas na internet, tanto nacional quanto estadual que direciona aos locais. Especificamente falando dessas linhas de crédito para o Paraná, há um campo com a lista de todas as medidas e instituições que estão concedendo. O Sebrae Paraná, está aportando recurso nas Sociedades Garantidoras de Crédito (SGCs) para aumentar a capacidade de operação. As garantidoras facilitam ao acesso ao crédito, fornecendo garantias para a obtenção de recursos financeiros de forma mais ágil e taxas menores que o mercado.

O Sebrae Nacional, está disponibilizando também o Fampe, fundo que concede aval financeiro complementar aos pequenos negócios. Quando o empreendimento não tem todas as garantias necessárias para conseguir um financiamento, é o Fampe que os complementa. O fundo está disponível para o MEI, microempresas e empresas de pequeno porte e é operacionalizado exclusivamente por instituições financeiras conveniadas ao Sebrae. O empresário pode procurar a instituição financeira e verificar se ela é conveniada ao Sebrae/ Fampe.

Gráfico 12: Percentual de estabelecimentos que acessaram medidas de ajuda dos governos – Ponta Grossa – Abril de 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

E quais das medidas anunciadas foram as mais acessadas? Conforme os entrevistados, o adiantamento de férias, a suspensão de contrato de trabalho, o adiamento de imposto/tributo e a diminuição da jornada de trabalho, foram os itens mais acessados pelas empresas (Tabela 8).

Tabela 8: Percentual de acesso às medidas de ajuda do governo federal e estadual

Medida	Percentual de acesso
Empréstimo a juros da poupança da família	0.1
Auxílio emergencial	0.1
Liberação de subsidio da minha casa minha vida	0.1
Recursos da caixa econômica	0.1
Redução sistema S	0.1
Não faltar produto GLP	0.3
Antecipação de feriados	3.2
Empréstimo para folha de pagamento	5.0
Uso de banco de horas	5.6
Teletrabalho/Home Office	7.5
Adiamento de dívidas	9.2
Empréstimo de Capital de Giro	9.8
Diminuição de Jornada 30% 50% 70%	12.7
Adiamento de impostos/tributos	14.2
Suspensão de Contrato de Trabalho	14.2
Adiantamento de férias	17.7

Fonte: Resultado da pesquisa

De todos os estabelecimentos que tentaram acessar algumas das medidas e não conseguiram, o principal item foi o empréstimo, em que, de todos os que tentaram e não

conseguiram, 64% correspondeu à negativa de empréstimos, seja de capital de giro como também para a folha de pagamento (Tabela 9).

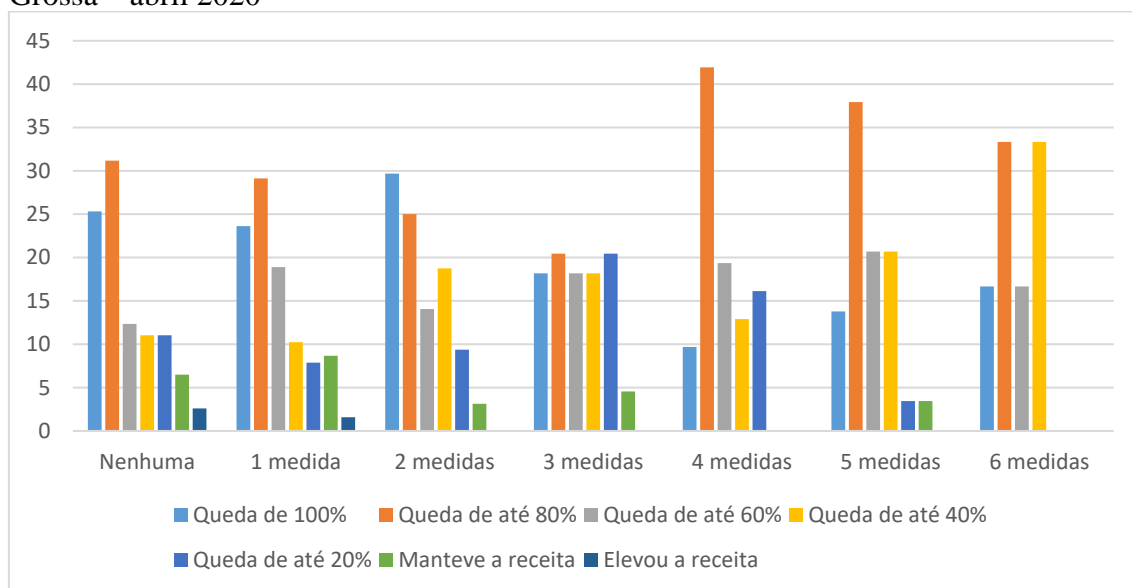
Tabela 9: Percentual de estabelecimentos que tentaram acessar alguma medida e não conseguiram

Medida	Percentual
Empréstimo / financiamento regular com taxas acessíveis	0.78
Uso de banco de horas	0.78
Adiantamento de férias	1.55
Ajuda do 600 reais	1.55
Teletrabalho/Home Office	1.55
Adiamento de impostos/tributos	2.33
Antecipação de feriados	2.33
Diminuição de Jornada 30% 50% 70%	3.88
Suspensão de Contrato de Trabalho	3.88
Adiamento de dívidas	7.75
Adiamento de dívidas, Empréstimo de Capital de Giro	9.30
Empréstimo para folha de pagamento	10.08
Empréstimo de Capital de Giro	54.26

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 número de ajudas governamentais e o faturamento dos estabelecimentos. Talvez porque o principal mecanismo de ajuda que as empresas demandariam nesse período de crise seria os empréstimos, especialmente o de capital de giro, exatamente a medida que menos conseguiram acessar nesse período (Tabela 9).

Gráfico 13: Percentual de estabelecimento conforme o número de medidas de ajuda do governo que utilizou relacionando com a queda/manutenção/elevação da receita – Ponta Grossa – abril 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Para ratificar esse impacto nulo das políticas implementadas (seja a nível federal como estadual) sobre o faturamento das empresas, utilizou-se o método Propensity Score Matching⁷. O resultado (Tabela 10) indica não haver diferença estatística no faturamento de quem participou de alguma medida de ajuda *versus* os que não participaram, ressaltando que por essa metodologia foram controladas as características individuais dos estabelecimentos. Uma das possíveis explicações para esse resultado refere-se ao pouco tempo que essas medidas foram implementadas, além do que, teve-se um baixo acesso aos empréstimos, o que também pode ter interferido na falta de efeito das medidas. Além disso, as medidas de ajuda afetaram basicamente a diminuição dos custos e não a elevação das receitas, dado que as receitas estavam contidas pelo isolamento

É importante que os governos analisem esse acesso, tendo em vista que nesse período de crise a ação estatal será fundamental, mas para isso, precisam ativar de fato suas ferramentas visando o alcance especialmente dos empresários que mais precisam de ajuda para sobreviverem no mercado.

⁷ No Propensity Score Matching tem-se um grupo de tratamento (os que receberam algum benefício do governo) e um grupo de controle (os que não receberam), além de utilizar algumas variáveis para o pareamento (idade da empresa, porte, se é essencial, cenário antes da crise), utilizando o modelo logit. Por fim, compara-se o efeito médio dos tratados *versus* os de controle no que se refere ao faturamento no período de crise.

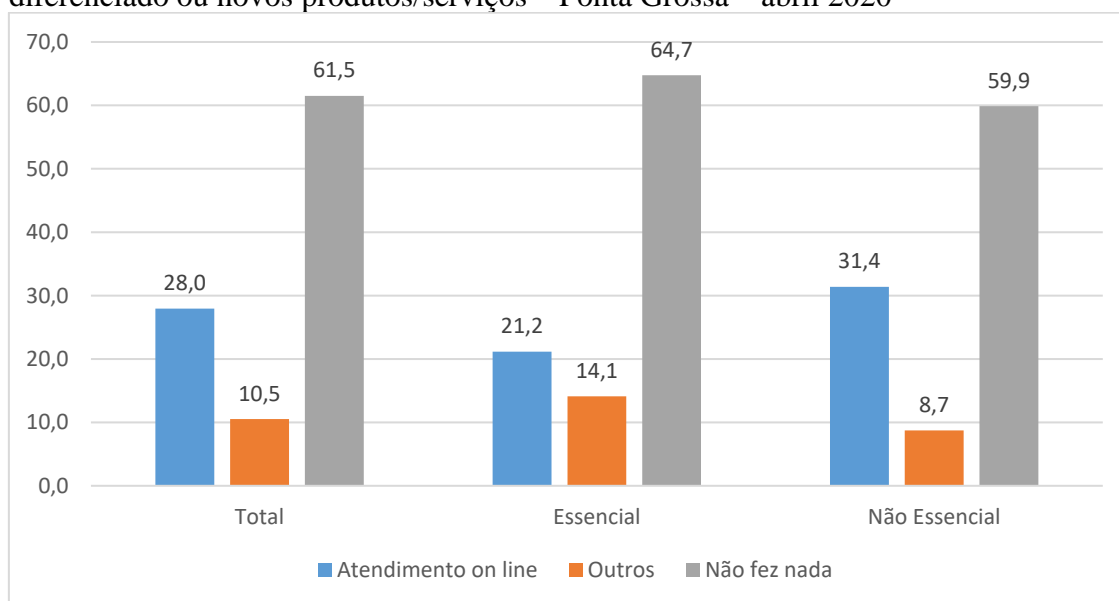
Tabela 10 – Efeito médio das medidas de ajuda – federal e estadual – no faturamento das empresas no período de distanciamento social – Ponta Grossa – abril de 2020

Variável resultado	Efeito médio	Std. Err.	p-valor
Faturamento	0,05	0,14	0,88

Fonte: Estimação 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 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, 39,5% inferiram que sim, em que boa parte desses utilizaram do atendimento online, por meio da implantação de home office, atendimento remoto, utilizando e fortalecendo as estratégias com os dispositivos como: telefone, vídeo chamadas, WhatsApp, e-mail, site, e-commerce e outras mídias sociais, como Facebook e o Instagram, além de potencializar ou implantar o delivery (para venda e entrega) de forma particular com MKT próprio, ou com o apoio de aplicativos com o iFood e Marketing Place. Interessante verificar que aqueles que tiveram retorno, fizeram estratégias e ações mais personalizadas, como atualização de cadastro de clientes, enviando promoções virtuais direcionadas em mídias sociais e usando o WhatsApp. Dessa forma tem uma aproximação maior com o cliente, tornando a empresa mais ativa, melhorando a comunicação com seus clientes e novos clientes captados, por meio desses canais online. Dessa forma mostram o cuidado que a empresa tem com o cliente, fazendo com que eles sintam se mais seguros para consumir o produto ou serviço, principalmente nesse período de pandemia. Outros seguiram somente as regras, comunicando que estão atendendo, mas de forma mais segura, com toda a higienização e obedecendo as normas com álcool gel, passados a todo momento, atendimento diferenciados, horários marcados para evitar aglomerações e utilização de máscaras. Fizeram mudança de equipe, revezamentos, escalas e formas de redução de custos, férias, entre outros. Teve também criações de outros produtos, vendo a pandemia como uma oportunidade. Foi citado a criação de máscaras, forma de atuar com a gastronomia de buffet para prato feito e servido de forma individualizada, também a fabricação de marmitas, descontos de 30%, 50%, promoções, drive thru, investimento em rádio, venda antecipada, agendamentos, criação de kits, mudança de local, entre outros.

Gráfico 14: Percentual de estabelecimento que implementou um plano de atendimento diferenciado ou novos produtos/serviços – Ponta Grossa – abril 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Relacionando a implementação de uma alternativa (seja venda on line, novos produtos, serviços etc) com o faturamento das empresas, obteve-se uma correlação de 0,10, valor não tão alto, mas que exprime uma tendência de queda menos acentuada do faturamento para quem conseguiu se diferenciar. Se dividir por segmento essencial versus não essencial, esse último obteve uma correlação de 0,13, enquanto que o essencial foi de 0,08. Ou seja, “fazer algo diferenciado durante a pandemia e o distanciamento” é mais importante para minimizar os efeitos no faturamento daqueles setores não essenciais do que para aqueles setores essenciais.

Com efeito, ao questionar os empresários sobre o percentual de faturamento que deixou de perder por atender de forma diferenciada, observou que a maioria (75%) percebeu um impacto, seja minimizando o prejuízo ou até mesmo elevando o seu faturamento. Isso demonstra que essas ações diferenciadas/inovativas os ajudou no amortecimento econômico da crise. E essa percepção dos empresários foi ratificada pelos resultados do Propensity Score Matching (Tabela 11). Com efeito, controlada as características de cada estabelecimento, identificou que aqueles que conseguiram fazer ações diferenciadas conseguiram, na média, ter uma queda menor ou uma elevação maior do seu faturamento, sendo estatisticamente significativa a diferença entre o grupo que fez as medidas diferenciadas no seu negócio e o grupo que não as efetuou⁸.

⁸ No Propensity Score Matching tem-se um grupo de tratamento (os que fizeram alguma medida diferenciada no seu negócio) e um grupo de controle (os que não fizeram), além de utilizar algumas variáveis para o

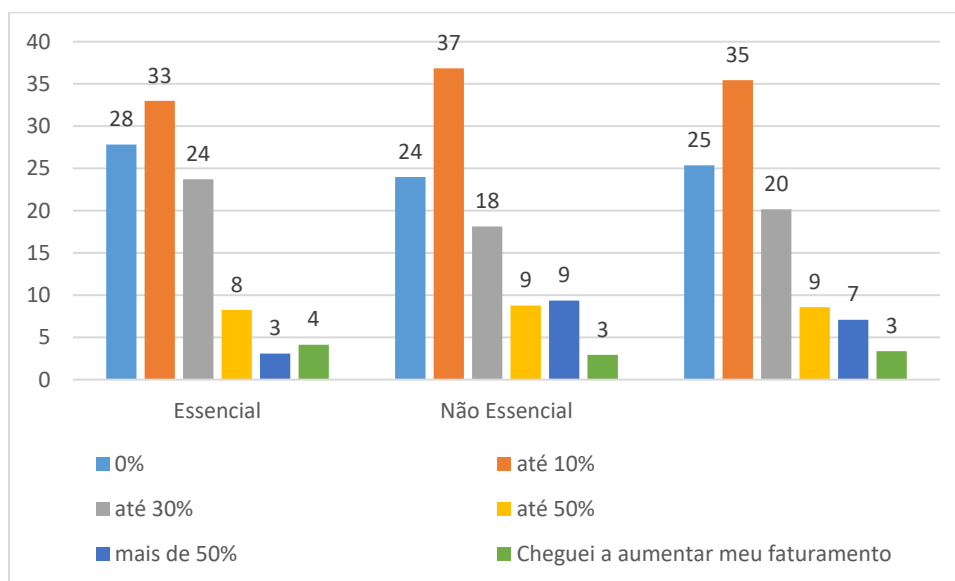
Tabela 11 – Efeito médio das ações diferenciadas de cada empresa no faturamento das empresas no período de distanciamento social – Ponta Grossa – abril de 2020

Variável resultado	Efeito médio	Std. Err.	p-valor
Faturamento	0,74	2,04	0,04

Fonte: Estimção da pesquisa.

Analizou-se também o efeito dessas medidas diferenciadas entre os segmentos essenciais e não essenciais, ressaltando que este último teve um menor percentual de empresários que não identificou melhoras nos seus resultados financeiros após fazer essas ações diferenciadas. Ratifica-se, assim, a importância maior dessas ações para quem não está categorizado como essencial.

Gráfico 15: Percentual de estabelecimento conforme sua percepção quanto aos resultados da implementação de um plano de atendimento diferenciado ou de novos produtos/serviços – Ponta Grossa – abril 2020



Fonte: Resultado da pesquisa

Diante desses resultados, questionou-se acerca dos fatores que impactaram no faturamento das empresas de Ponta Grossa nesse período de distanciamento social. Os

pareamento (idade da empresa, porte, se é essencial, cenário antes da crise), utilizando o modelo logit. Por fim, compara-se o efeito médio dos tratados versus os de controle no que se refere ao faturamento no período de crise.

resultados encontram-se na Tabela 12⁹. Destarte, a idade da empresa e o cenário anterior à crise, não exerceram efeitos, na média, sobre o faturamento das empresas. No caso das medidas de ajuda do governo, ratificou-se os resultados anteriores, demonstrando novamente não significância dessa ação para mitigar os efeitos do distanciamento social sobre o faturamento das empresas de Ponta Grossa, e, por isso, se reafirma a necessidade de aperfeiçoamento dessas medidas para que de fato elas beneficiem as atividades produtivas.

Agora, quanto maior é o porte da empresa maior foi o seu faturamento ou menor foi a queda do seu faturamento nesse período de crise. Assim, o porte das empresas é um elemento importante na passagem desse período difícil da pandemia e, portanto, um olhar especial deve ser dado para aqueles estabelecimentos menores, tendo em vista que, quanto menor é o porte dessas empresas mais frábil estão frente a crise do distanciamento social.

Ademais, ser do segmento essencial também se apresentou positivo para manter ou mitigar as quedas no faturamento, o que já era esperado, tendo em vista que esses estabelecimentos mantêm certo fluxo operacional mesmo durante a crise. Portanto, deve-se dar atenção superior para aquelas atividades não essenciais, pois, estatisticamente, elas são fortemente atingidas pelo distanciamento social.

O último elemento que se apresentou significativo e com efeito positivo sobre o faturamento das empresas, foi as medidas efetuadas internamente em cada negócio, ratificando a relevância de inovar/diferenciar para vencer esse período de crise.

Tabela 12: Estimativa econométrica – variável dependente: Faturamento – Ponta Grossa – abril de 2020

Variável	Coefficiente	Desvio padrão
Porte da empresa	0,40	0,17*
Idade da empresa	-0,0001	0,09
Cenário econômico ex ante do distanciamento	0,07	0,14
Acesso as Medidas de ajuda do governo	-0,31	0,30
Se é um segmento essencial	1,87	0,31*
Se fez alguma medida diferenciada no seu negócio	0,74	0,28*

Fonte: Resultado da Pesquisa

Nota: *: estatisticamente significativo a 5%.

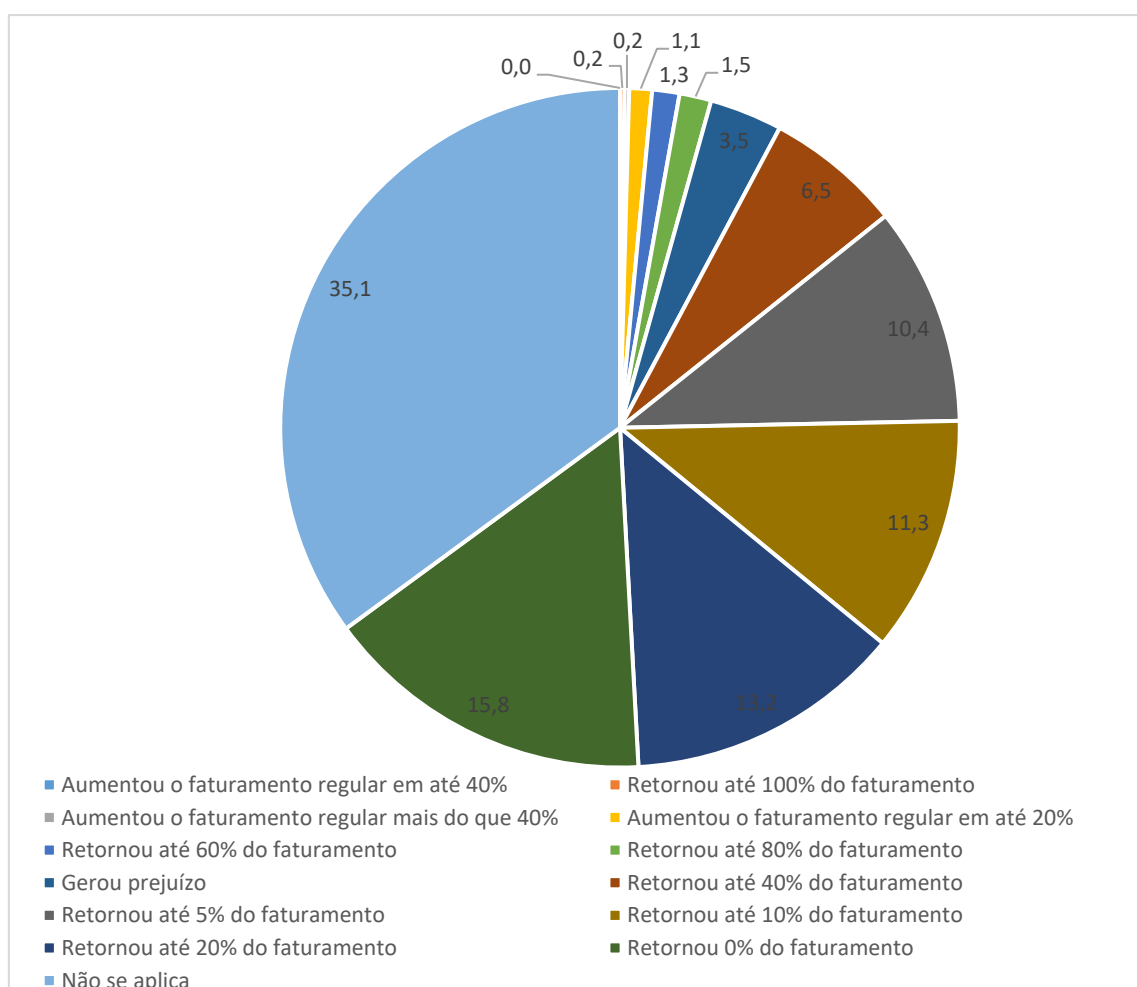
⁹ Estimou-se um modelo econométrico por MQO, onde a variável dependente correspondeu ao faturamento, e as explicativas foram: porte da empresa, idade da empresa, percepção acerca do cenário econômico antes do distanciamento, acesso a ajuda do governo, ser um segmento essencial e, se fez ações diferenciadas no seu negócio. O modelo estimado não apresentou nenhum problema econométrico, e o seu grau de ajustamento correspondeu a 42%.

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

Após 15 dias de medidas restritivas das atividades produtivas em Ponta Grossa, teve a retomada parcial em 06 de Abril. Nessa pesquisa se avaliou qual o efeito dessa retomada no faturamento das empresas pontagrossenses.

Conforme exposto no Gráfico 16, 16% dos estabelecimentos não retomaram nada o faturamento, ou seja, estão com a mesma dinâmica que quando estavam durante as medidas restritivas e 3,5% geraram prejuízos. Já 41% dos estabelecimentos retomaram entre 5 a 40% do faturamento normal, 3% retomaram entre 60 e 80% e 1,5% dos estabelecimentos não só conseguiram retomar 100%, como alguns até já conseguiram elevar sua receita. Especialmente no caso desses últimos, é uma esperança – embora bem tímida – quanto ao potencial que existe em Ponta Grossa para se reativar a economia.

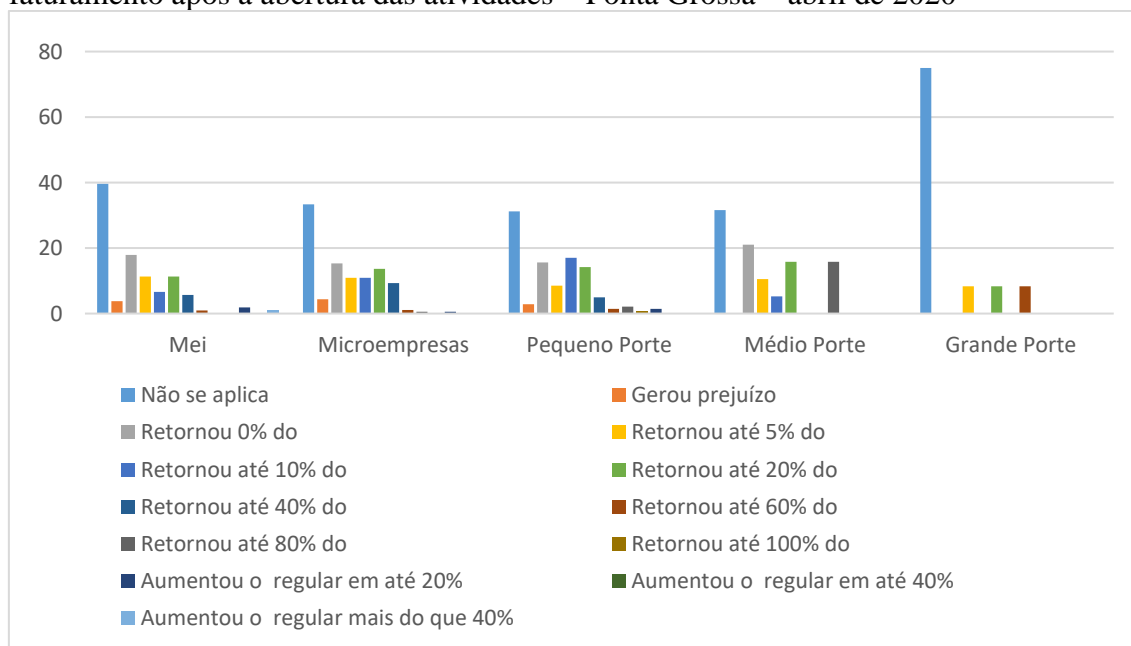
Gráfico 16: Percentual de estabelecimentos conforme desempenho do seu faturamento após a abertura das atividades – Ponta Grossa – abril de 2020



Fonte: Resultado da Pesquisa

Analisando por porte das empresas, observa-se que aquelas que tiveram prejuízos são as MEIs e as pequenas empresas. Ou seja, 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. Ao contrário das empresas de grande porte, onde todas já começaram a retomar o seu faturamento.

Gráfico 17: Percentual de estabelecimentos por porte conforme desempenho do seu faturamento após a abertura das atividades – Ponta Grossa – abril de 2020



Fonte: Resultado da Pesquisa

Na análise mais específica por área, verifica-se que “Beleza/Estética”, “Transporte de Cargas” e “Gastronomia/Bares/Restaurantes”, são as atividades que tem os maiores percentuais de estabelecendo com prejuízo, ressaltando que estas atividades também apresentaram grandes dificuldades durante as medidas restritivas. Assim, elas já vêm de um cenário negativo, com perdas anteriores e, por isso, são elas sensíveis da atividade produtiva em Ponta Grossa e precisa de uma atenção especial.

Gráfico 13: Percentual de estabelecimentos por área conforme desempenho do seu faturamento após a abertura das atividades – Ponta Grossa – abril de 2020

Área	Não se aplica	Gerou prejuízo	Retornou o faturamento								Aumentou o Faturamento			
			0%	5%	10%	20%	40%	60%	80%	100%	20%	40%	>40%	
Artesanato	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Academia	67	0	33	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Agronegócio	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Transportes de Cargas	67	0	0	0	33	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Beleza/Estética	0	20	0	0	0	40	40	0	0	0	0	0	0	0
Comércio Atacadista	29	14	0	0	14	29	0	0	14	0	0	0	0	0
Transportes de pessoas	75	0	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Imobiliária	40	0	10	20	0	10	10	0	0	0	10	0	0	0
Saúde	27	0	9	18	9	9	27	0	0	0	0	0	0	0
Comunicação	46	8	8	15	0	15	0	8	0	0	0	0	0	0
Educação	31	0	8	15	8	31	0	0	0	8	0	0	0	0
Turismo/Hotelaria/Atrativos	27	0	33	13	20	7	0	0	0	0	0	0	0	0
Assessoria e Consultoria/ Contabil/ADM	58	0	21	5	0	0	5	0	11	0	0	0	0	0
Manutenção	38	0	8	13	21	8	13	0	0	0	0	0	0	0
Eventos	50	3	41	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Construção Civil	47	5	13	0	11	16	3	3	3	0	0	0	0	0
Indústria	49	0	16	9	9	7	2	2	4	0	2	0	0	0
Gastronomia/Bares/Restaurantes	37	9	15	13	9	11	4	0	2	0	0	0	0	0
Outros Serviços	32	5	11	11	11	19	9	0	0	0	4	0	0	0
Comércio Varejista	13	3	16	16	20	19	10	3	0	0	1	0	0	0

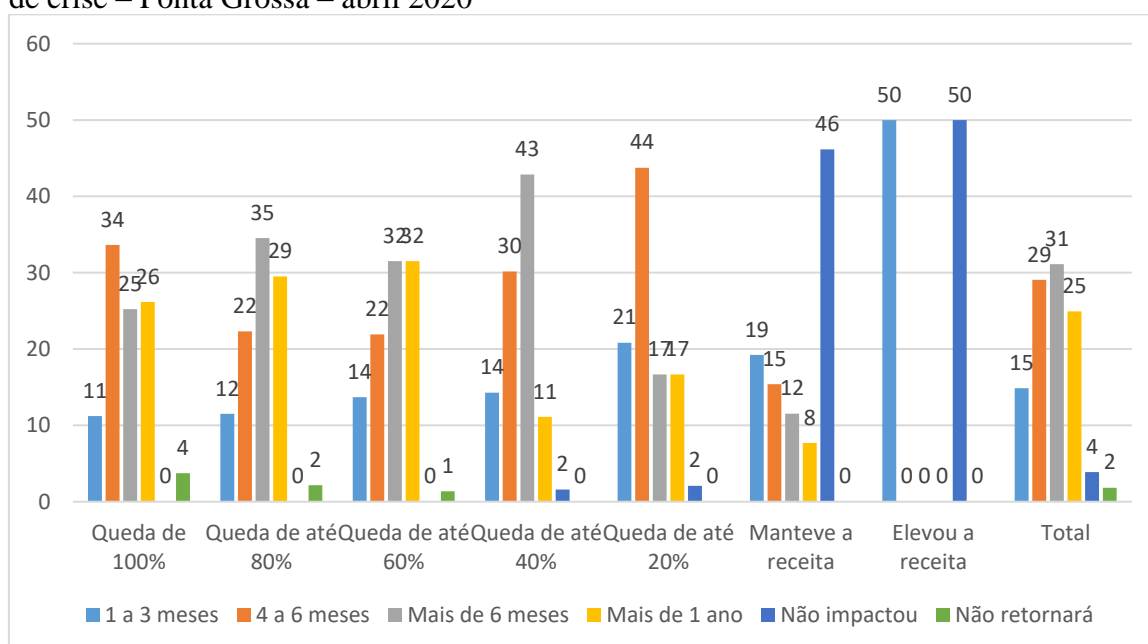
Fonte: Resultado da Pesquisa

Analisou-se também quanto tempo os empresários acreditam que irão demorar para a retomada completa dos negócios, após o retorno à "normalidade". Observa-se que 14% acredita que levará entre 1 a 3 meses, 27% de 4 a 6 meses, 29% mais de 6 meses, 24% mais de um ano, 4% inferiu que não impactou seu negócio e 2% afirmou que não retornará.

Analisando as respostas conforme a alteração que cada empresa teve no seu faturamento, tem-se que aqueles que tiveram elevação das suas receitas no período da crise, 50% acreditam que até 3 meses já terão voltado a normalidade e os demais não foram impactados. Aqueles que mantiveram suas receitas no período do distanciamento, também 50% afirmou que a crise não impactou no seu negócio. Ademais, entre aqueles que tiveram queda entre 20 e 40% do seu faturamento, 4% afirmaram que também não foram impactados. Agora, acima dessa queda nas receitas, todos os estabelecimentos foram impactados e a maioria estima uma recuperação de mais de 6 meses.

Destarte, pegando apenas aqueles estabelecimentos que alegaram ter tido impacto da crise (independente da queda no faturamento que tiveram no período de crise), a média do tempo de recuperação é de 4 meses.¹⁰

Gráfico 18: Percentual de estabelecimento conforme a estimativa que tem acerca do tempo de recuperação versus a queda/manutenção/elevação do faturamento no período de crise – Ponta Grossa – abril 2020



Fonte: Resultado da Pesquisa

¹⁰ Como as respostas estavam em classes, fez-se média ponderada.

Por fim, questionou acerca das medidas pensadas pós pandemia pelos empresários para retomar o crescimento no seu negócio. Basicamente as respostas giraram em torno de três categorias: Atendimento digital (MKT e Vendas); Planejamento; Adequação de acordo com a realidade atual.

Da categoria atendimento digital (MKT e vendas), os empresários apontam a importância de investir em MKT online, promoções, trabalhar com vouchers, parcelamentos maiores para seus produtos e serviços, descontos e o fortalecimento do atendimento virtual. Outro item que verificou nessa categoria foi a oferta de novos produtos, cobrar valores diferenciados para clientes que cancelaram ou adiaram uma compra. Aumentar os anúncios e promoções e propor formas diferentes de venda. Alguns mencionaram que adotarão o delivery como principal atividade e take away (retirada no próprio empreendimento, mas consumido outro lugar), divulgação nas mídias sociais, focando nas vendas, diversificação de mercado, reestruturação dos canais de venda. Também teve a continuidade do home office, vendas por telefone e fortalecimento do site, programa de fidelidade, programas diferenciados, entre outros. Acreditam que o atendimento virtual veio para ficar e ser intensificado.

Muitos tem aproveitado o momento para planejamento, readequação e novas estratégias. Planejar formas de aumentar o mercado, novos clientes, oferta e diversificação de novos produtos e serviços, reposicionamento da empresa, desenvolvimento de novos projetos e projeções de investimentos, devido a mudança de mercado. Mencionaram também a mudança de toda a estratégia da empresa, até de foco e investimentos em imóveis próprios, para fugir do aluguel. Investir na mudança de atendimento personalizado, aumentando a aproximação com o cliente. Quando retomar o atendimento presencial, mudar a forma de atender. Inovar nos serviços, estando mais conectados com soluções de compartilhamento e economia circular.

A continuidade de medidas realizadas de acordo com a realidade atual, as normas postas pela pandemia. Como a adesão de álcool gel na entrada, higienização de sapatos, ambiente mais ventilado, evitando aglomerações, entre outros. Redução de custos e estrutura, como férias, banco de horas, mão de obra e lucro. Continuar com as medidas tomadas nesse momento. Foi citado também a abertura em feriados, aumento de jornada de trabalho e finais de semana, valorizando o cliente, cada vez mais, com o atendimento personalizado, entre outras.

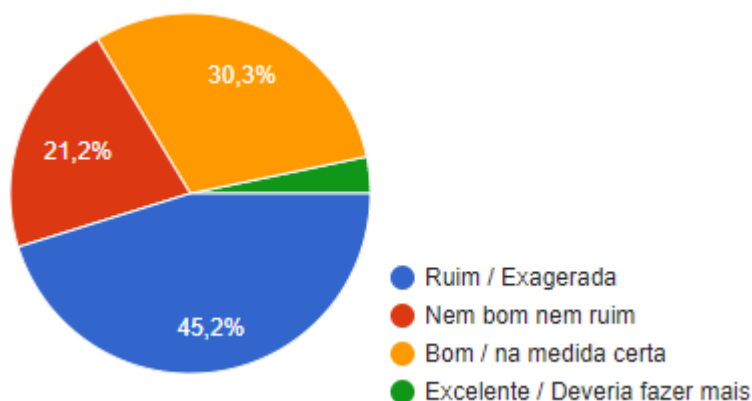
No geral, apenas 31% das empresas tem já uma estratégia pós pandemia para retomar seu negócio. Destes, 38% irão tomar medidas no sentido de fazer atendimento

digital (MKT e Vendas); 36% vão investir no planejamento; e 26% vão tomar medidas no sentido de adequação de acordo com a realidade atual.

4 - Percepção da crise e das medidas tomadas

Na última parte desse relatório buscou-se trazer a percepção dos empresários frente às medidas tomadas pelas autoridades. Observa-se que quase metade (Gráfico 19) dos estabelecimentos consideram ruins e exagerada as medidas tomadas, tendo 30% que acreditam ser boa e 3% como excelente as ações.

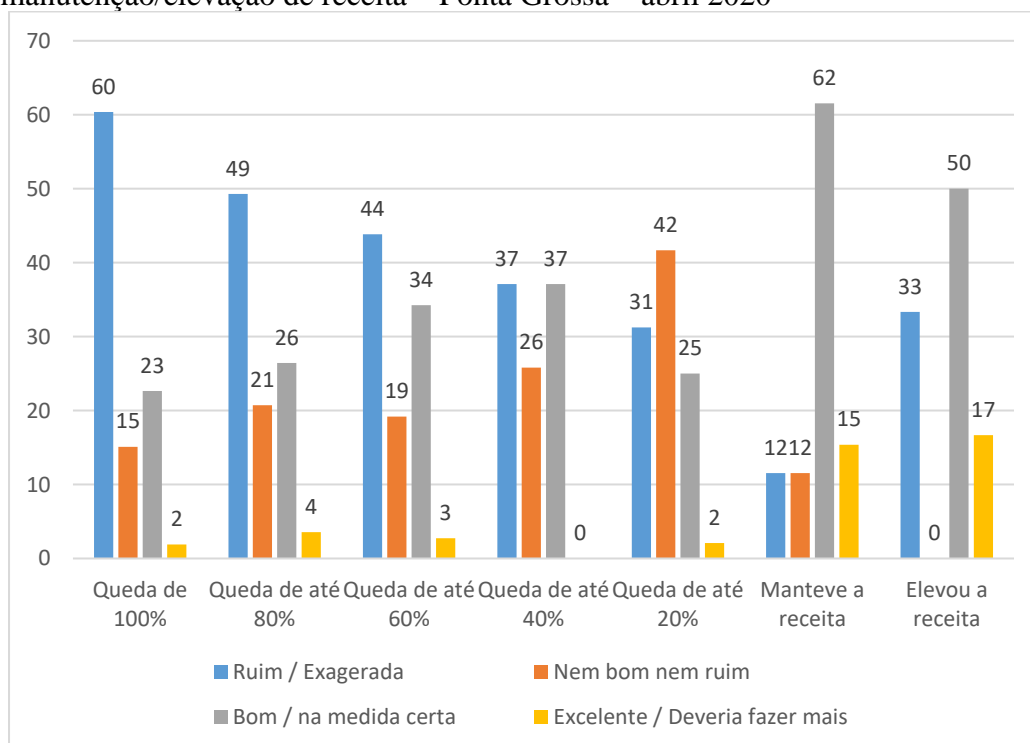
Gráfico 19: Percentual de estabelecimento segundo a opinião acerca das ações governamentais de isolamento social e fechamento de comércio



Fonte: Resultado da Pesquisa

A maioria dos estabelecimentos que elevaram as suas receitas ou mantiveram seu faturamento entenderam como “bom/na medida certa” e “excelente/deveria fazer mais” as medidas restritivas. Agora, dentre aqueles que perderam 100% do seu faturamento, 60% identificaram como ruim/exagerada as medidas tomadas. Assim, é importante essa ressalva, evidenciando que, quem de fato entendeu como assertiva às medidas foram, na sua maioria, segmentos que não foram prejudicados pelas ações restritivas (ou seja, as maiorias referem-se as empresas de maior porte e essencial).

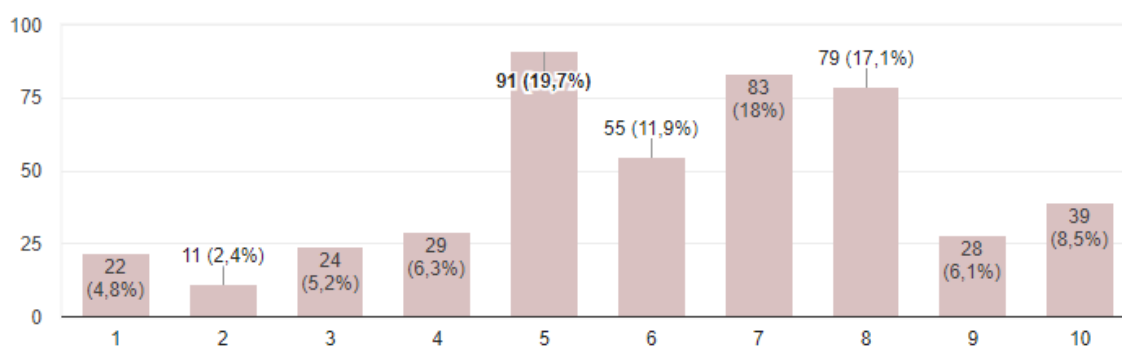
Gráfico 20: Percentual de estabelecimento segundo a opinião acerca das ações governamentais de isolamento social e fechamento de comércio versus a queda/manutenção/elevação de receita – Ponta Grossa – abril 2020



Fonte: Resultado da Pesquisa

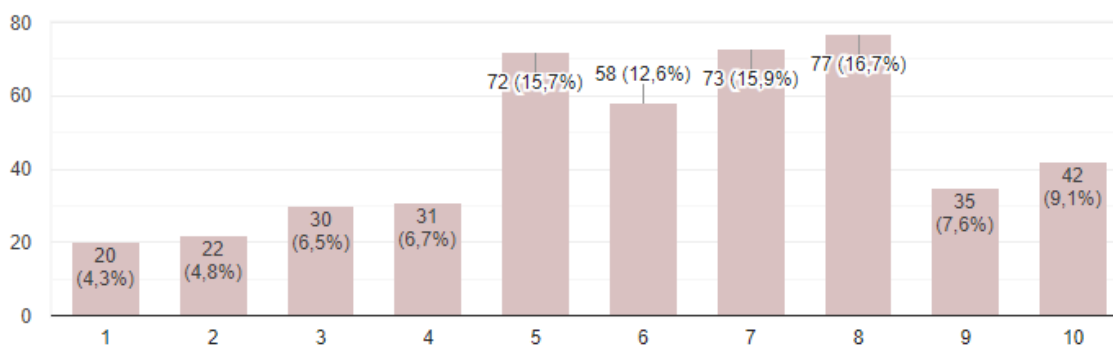
Também foi questionado acerca da expectativa futura dos empresários. Inicialmente, focando no seu negócio, a maioria apresentou uma expectativa razoável sobre o cenário futuro, o que indica acreditar no seu negócio e na sua área de atuação (Gráfico 21, Gráfico 22). Isso é muito importante, pois, à medida que os empresários e empreendedores criam boas expectativas, eles tendem a investir e lutar por seus projetos.

Gráfico 21: Grau de Esperança Para o Futuro do seu negócio



Fonte: Resultado da Pesquisa

Gráfico 22: Grau de Esperança quanto o Futuro da sua área de atuação



Fonte: Resultado da Pesquisa

No Gráfico 23, é apresentada a esperança que cada estabelecimento tem do seu negócio, considerando as diferentes áreas. Percebe-se que a academia e o agronegócio têm 100% dos seus estabelecimentos com uma esperança acima de 9 pontos. Na contramão, transportes de pessoas, imobiliária, educação manutenção, eventos, construção civil, gastronomia/bares/restaurantes, outros serviços e comércio varejista, tiveram percentuais dos seus estabelecimentos com avaliação 1 e 2, sendo as piores.

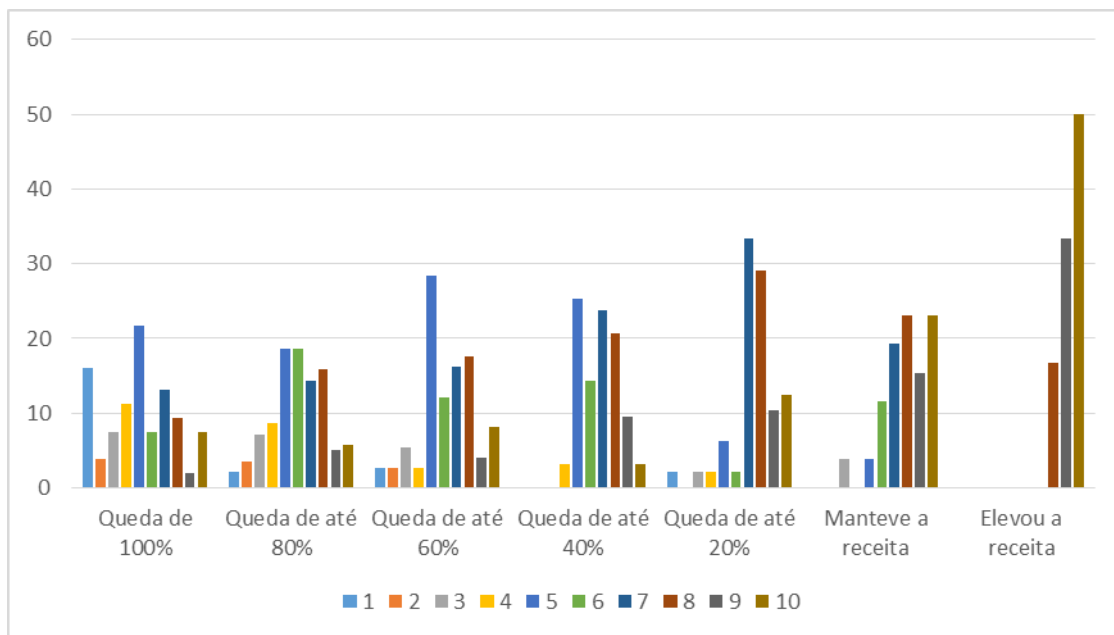
Gráfico 23: Grau de Esperança Para o Futuro do seu negócio – Por área

Área	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Artesanato	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
Academia	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3
Agronegócio	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3
Transportes de Cargas	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
Beleza/Estética	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	20.0	0.0	0.0	0.0	40.0
Comércio Atacadista	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6	28.6	28.6	0.0	14.3	0.0
Transportes de pessoas	12.5	0.0	0.0	37.5	12.5	12.5	0.0	12.5	12.5	0.0
Imobiliária	0.0	10.0	0.0	20.0	10.0	20.0	20.0	10.0	0.0	10.0
Saúde	0.0	0.0	0.0	9.1	9.1	9.1	27.3	36.4	0.0	9.1
Comunicação	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	23.1	15.4	23.1	7.7	23.1
Educação	7.7	0.0	7.7	0.0	15.4	15.4	15.4	23.1	15.4	0.0
Turismo/Hotelaria/Atrativos	0.0	0.0	0.0	6.7	13.3	26.7	33.3	6.7	6.7	6.7
Assessoria e Consultoria/Contabil/ADM	0.0	0.0	0.0	5.3	5.3	15.8	15.8	26.3	21.1	10.5
Manutenção	0.0	4.2	8.3	4.2	16.7	4.2	20.8	29.2	4.2	8.3
Eventos	19.4	0.0	6.5	9.7	25.8	9.7	12.9	6.5	3.2	6.5
Construção Civil	2.6	5.3	2.6	2.6	28.9	0.0	15.8	26.3	0.0	15.8
Indústria	0.0	0.0	4.4	2.2	13.3	6.7	33.3	17.8	11.1	11.1
Gastronomia/Bares/Restaurantes	8.5	2.1	14.9	6.4	23.4	10.6	4.3	14.9	8.5	6.4
Outros Serviços	5.2	3.4	5.2	6.9	15.5	20.7	17.2	13.8	5.2	6.9
Comércio Varejista	6.4	3.7	5.5	6.4	25.7	11.9	16.5	17.4	2.8	3.7

Fonte: Resultado da pesquisa

Analisando por queda/manutenção/elevação de receita, tem-se o gráfico 24. 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.

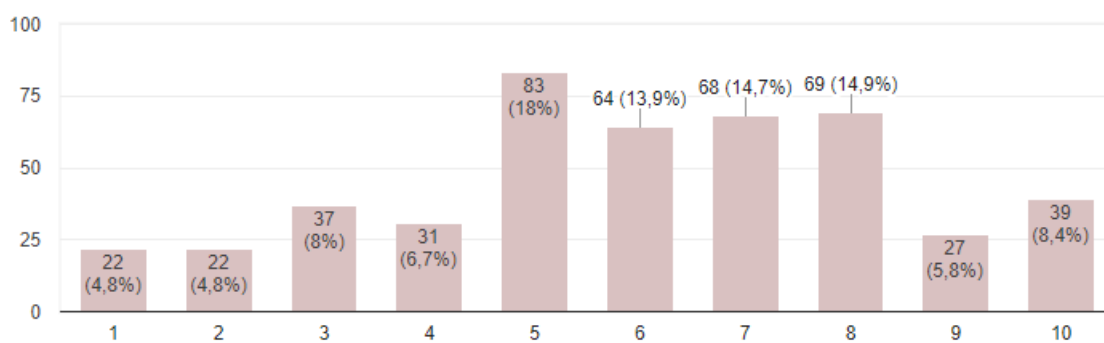
Gráfico 24: Grau de Esperança Para o Futuro do seu negócio – Por queda/manutenção/elevação de receita



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 entre 5 e 8 pontos (Gráfico 25).

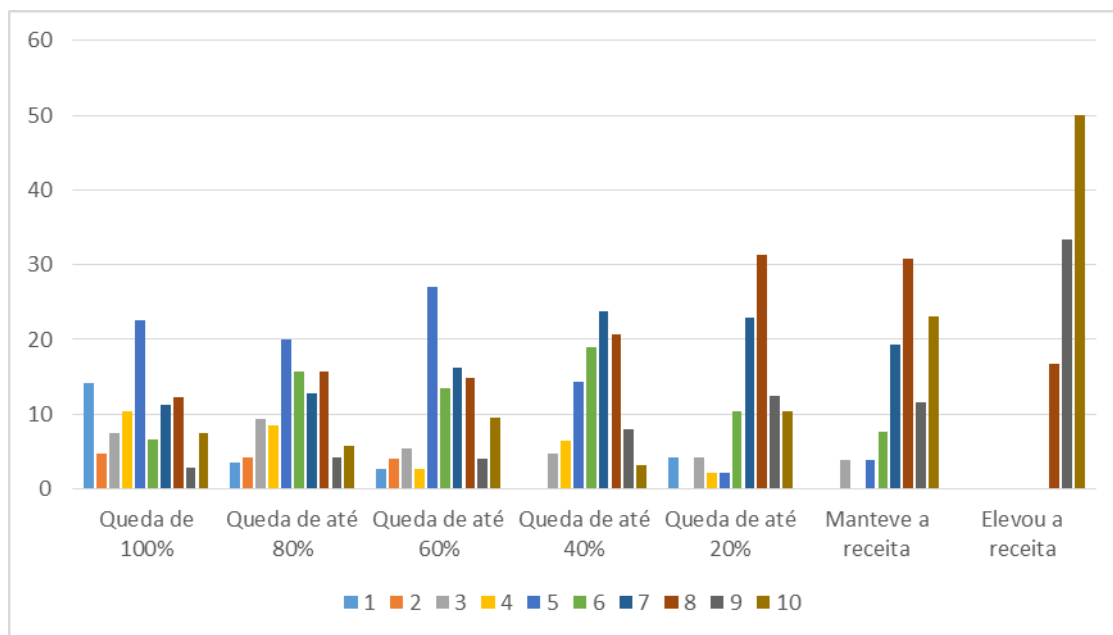
Gráfico 25: Grau de Esperança para o seu sustento pessoal



Fonte: Resultado da Pesquisa

O ponto negativo é que existem alguns estabelecimentos (24%) que tem uma avaliação baixa quanto à percepção do seu sustento futuro (pontuação menor que 5). Assim, investigou-se quem seriam esses com avaliação menor (Gráfico 26), sendo fundamentalmente aqueles que tiveram as maiores quedas do seu faturamento.

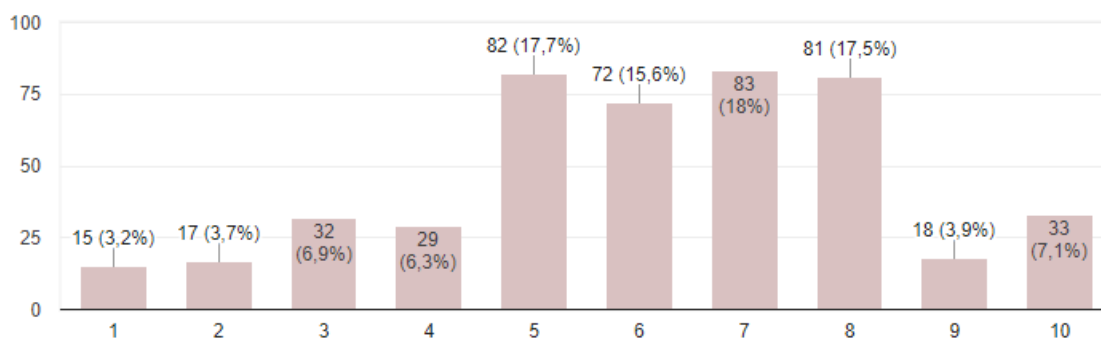
Gráfico 26: Grau de Esperança para o seu sustento pessoal – Por queda/manutenção/elevação de receita



Fonte:

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 27). De fato, antes da crise, a região dos Campos Gerais vinha apresentando ótimos resultados tanto em relação ao seu crescimento econômico como também do seu mercado de trabalho, com índices de crescimento superiores às médias do Paraná e do Brasil. A região se diferencia especialmente pelo seu grau elevado de industrialização obtido nos últimos anos (resultado principalmente da atuação do Programa Paraná Competitivo na região), pela sua alta competitividade do agronegócio e pela sua base exportadora. Assim, a expectativa positiva dos empresários é um reflexo da dinâmica diferenciada que a região e a cidade de Ponta Grossa vinham tendo.

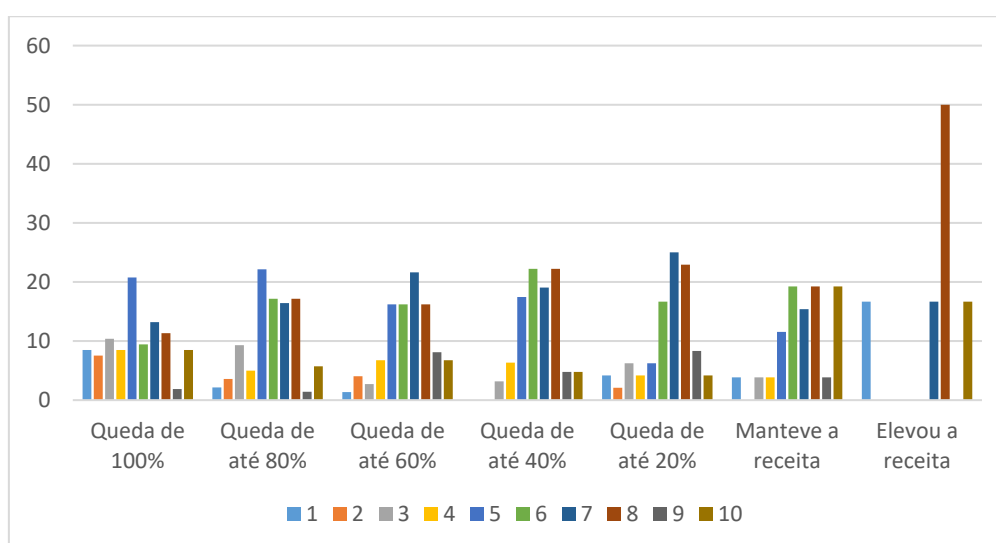
Gráfico 27: Grau de Esperança para o futuro da sua cidade/região



Fonte: Resultado da Pesquisa

Novamente, se 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 28) versus o futuro do sustento próprio (Gráfico 26) e do seu negócio (Gráfico 24), que se refere ao percentual daqueles que perderam 100% do seu faturamento respondendo 1 ou 2 (as piores avaliações), que no caso da cidade/região foi um menor percentual do que para as demais dimensões (sustento e negócio). 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 28: Grau de Esperança para o futuro da sua cidade/região -Por queda/manutenção/elevação de receita



Fonte: Resultado da pesquisa

APÊNDICE 1: QUESTIONÁRIO

Pesquisa de Impactos e Resultados - Covid-19 - Ponta Grossa PR

Pesquisa da Câmara Técnica de Comércio e Serviços do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Ponta Grossa. Favor responder apenas 1 vez por empresa.

1- Qual a área do seu negócio/empresa?

- Educação
- Turismo/Hotelaria/Atrativos
- Gastronomia/Bares/Restaurantes
- Eventos
- Indústria
- Construção Civil
- Comércio Atacadista
- Comércio Varejista
- Transportes de Pessoas
- Transportes de Cargas
- Manutenção
- Outro:

2- O seu negócio foi considerado "Essencial" pelos decretos governamentais?

- Sim
- Não

3- Quantos empregados tinha a sua empresa antes da pandemia?

4- Qual o porte da sua empresa?

- () MEI - Faturamento até R\$ 81mil
- () Micro Empresa - Faturamento até R\$ 360mil
- () Empresa de Pequeno Porte - Faturamento até R\$ 4,8 milhões
- () Empresa de Médio Porte - Faturamento acima de R\$ 4,8 milhões e até 99 empregados
- () Empresa de Grande Porte - Faturamento acima de R\$ 4,8 milhões e mais de 100 empregados

5- Quantos anos de existência tem a sua empresa?

6- Antes da pandemia de Covid-19 como estava o seu negócio?

- () Ruim/Piorando
- () Ruim porém estável
- () Médio/Satisfatório
- () Bom/Leve Melhora
- () Ótimo/Forte Melhora

7- Quanto tempo você consegue manter o seu negócio, antes de fechá-lo permanentemente, caso se mantenha a pandemia e as medidas de isolamento social? (Sem adesão à nenhum incentivo governamental)

- () 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

8- Quantas demissões o seu negócio já fez por causa da atual situação?

9- Quantas demissões o seu negócio deve realizar nos próximos meses caso a situação não se normalize?

10- Quais incentivos dos governos salvaram empregos no seu negócio? (pode marcar mais de uma)

- Adiantamento de férias
- Diminuição de Jornada 30% 50% 70%
- Suspensão de Contrato de Trabalho
- Antecipação de feriados
- Teletrabalho/Home Office
- Uso de banco de horas
- Empréstimo para folha de pagamento
- Adiamento de impostos/tributos
- Adiamento de dívidas
- Empréstimo de Capital de Giro
- Nenhuma das opções

Outro:

11- Quais destes incentivos seu negócio tentou acessar e não conseguiu?

- Adiantamento de férias
- Diminuição de Jornada 30% 50% 70%
- Suspensão de Contrato de Trabalho
- Antecipação de feriados
- Teletrabalho/Home Office
- Uso de banco de horas
- Empréstimo para folha de pagamento
- Adiamento de impostos/tributos
- Adiamento de dívidas
- Empréstimo de Capital de Giro
- Não tentei nenhuma das opções
- Outro:

12- Existe algum incentivo/auxílio que você está esperando dos governos para ajudar a superar essa crise? Qual?

13- Qual a sua opinião sobre as ações governamentais de isolamento social e fechamento de comércio?

- Ruim / Exagerada
- Nem bom nem ruim
- Bom / na medida certa
- Excelente / Deveria fazer mais

14- Qual foi o impacto que as ações de isolamento social e fechamento do comércio tiveram em relação ao faturamento do seu negócio.

- Teve aumento de receita
- Manteve a mesma receita
- Queda de até 20%
- Queda de até 40%

- Queda de até 60%
- Queda de até 80%
- Queda de 100%

15- Com a abertura parcial do comércio, qual foi o resultado?

- Não se aplica
- Gerou prejuízo
- Retornou 0% do faturamento
- Retornou até 5% do faturamento
- Retornou até 10% do faturamento
- Retornou até 20% do faturamento
- Retornou até 40% do faturamento
- Retornou até 60% do faturamento
- Retornou até 80% do faturamento
- Retornou até 100% do faturamento
- Aumentou o faturamento regular em até 20%
- Aumentou o faturamento regular em até 40%
- Aumentou o faturamento regular mais do que 40%

16- O seu negócio conseguiu implementar um plano de atendimento diferenciado ou um novo formato de produto/serviço, durante a pandemia?

- Sim
- Não
- Sim, parcialmente
- Interrompi completamente minhas operações

17- Conte-nos o que você fez diferente e quais foram os resultados

18- Qual o percentual de faturamento que o seu negócio DEIXOU DE PERDER por atender de forma diferenciada? (Entregas, drive-thru, etc)

- 0%
- até 10%
- até 30%
- até 50%
- mais de 50%
- Cheguei a aumentar meu faturamento
- Não implementei nenhum atendimento diferenciado / Não se aplica

19- Quanto tempo você acredita que irá demorar para a retomada completa do seu negócio, após o retorno à "normalidade"?

- 1 a 3 meses
- 4 a 6 meses
- Mais de 6 meses
- Mais de 1 ano
- Não impactou
- Não retornará

20- O seu negócio já pensou em alguma estratégia para o PÓS pandemia?

- Sim
- Não

21- Conte-nos um pouco sobre essa estratégia.

22- Qual o seu grau de esperança para o futuro DO SEU NEGÓCIO

1 a 10 (muito ruim/excelente)

23- Qual o seu grau de esperança para o futuro DO SEU SUSTENTO PESSOAL

1 a 10 (muito ruim/excelente)

24- Qual o seu grau de esperança para o futuro DA CIDADE/REGIÃO

1 a 10 (muito ruim/excelente)

25- Qual o seu grau de esperança para o futuro DA SUA ÁREA DE ATUAÇÃO

1 a 10 (muito ruim/excelente)

26- De quais Associações/Entidades/Sindicato a sua empresa participa?
