

Covid-19 e Pequenos Negócios: impactos e tendências

22ª edição

16 de outubro de 2020



Sumário

- 1 [Introdução](#)
- 3 [Comércio Varejista](#)
- 4 [Serviços de alimentação](#)
- 5 [Construção civil](#)
- 6 [Beleza](#)
- 7 [Saúde](#)
- 8 [Educação](#)
- 9 [Turismo](#)
- 10 [Artesanato](#)
- 11 [Indústria de base tecnológica e energia](#)
- 12 [Economia Criativa](#)
- 13 [Ficha Técnica](#)

Introdução

Este boletim traz os principais impactos da COVID-19 nos pequenos negócios, principalmente nos segmentos identificados como os mais vulneráveis à crise. Além disso, trazemos cenários e dicas para que o pequeno empresário possa se planejar e diminuir os impactos negativos da crise.

A pandemia causada pelo novo coronavírus (COVID-19) já atingiu mais de 39 milhões de casos confirmados e 1,1 milhão de mortes. Nas duas últimas semanas, o número de casos cresceu 13% e o de mortos pela doença no mundo, 7%. Globalmente, a doença segue crescendo, a um ritmo ligeiramente menor que há duas semanas.

No Brasil, o número de casos confirmados cresceu 6% e o de óbitos 5% no mesmo período. Na data desta publicação o país atingiu a marca de 5,1 milhões de casos confirmados e 152 mil óbitos em decorrência da doença. Tanto em número de novos casos, quanto em número de novos óbitos, a pandemia vem em ritmo de queda, com cerca de 20 mil novos casos/dia e 500 novos óbitos/dia, menores níveis desde maio.¹

Nos últimos dias, o CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados) mostrou, pelo segundo mês consecutivo, recuperação. No saldo do mês de agosto, foram criadas quase 250 mil novas vagas de emprego formal, com todos os grandes setores registrando saldo positivo. A indústria de transformação gerou 93 mil vagas, a construção civil, 50 mil, o comércio, 49 mil, os serviços, 45 mil e a agropecuária, 11 mil.

No acumulado do ano, porém, o país registra perda de cerca de 850 mil vagas, com destaque negativo para os serviços (-489 mil), comércio (410 mil) e indústria (107 mil). Já a agropecuária e a construção civil geraram 98 mil e 58 mil novas vagas.

Para além dos setores, é interessante notar as ocupações que mais perderam empregos formais no período, pois essas potencialmente serão fonte de empreendedores por necessidade no curto ou médio prazos. De acordo com estatísticas da Receita Federal, já foram criados mais de 1,5 milhão de novos microempreendedores individuais em 2020. Enquanto a economia não se recuperar totalmente, é provável que esse número siga crescendo.

Na tabela abaixo, trazemos as 15 ocupações que mais perderam empregos formais em 2020. Destaca-se a presença de várias ocupações ligadas ao comércio e aos serviços, como vendedores, garçons, auxiliares administrativos e cozinheiros.

Figura 1- Dados da pandemia no Brasil.

Fonte: [Folha de S. Paulo](#)

Pandemia no Brasil

Brasil	Total	Hoje*	Variação**	Estágio
Casos	5,2 mi	20,2 mil	-25,3%	 Desacelerado
Óbitos	152,5 mil	496	-28,7%	

Estágios da pandemia

-  Acelerado
-  Estável
-  Desacelerado
-  Reduzido

Mais óbitos

	Total
1º São Paulo	37,7 mil
2º Rio de Janeiro	19,6 mil
3º Ceará	9,2 mil

Nos municípios

-  Acelerado

Fortaleza (CE)
Indaiatuba (SP)
Vitória da Conquista (BA)
Uberaba (MG)

-  Estável

Rio de Janeiro (RJ)
Manaus (AM)
Porto Alegre (RS)
Teresina (PI)

Dados das 08h de 16.out *Média móvel de 7 dias **Em relação a 14 dias

15 ocupações que mais perderam empregos com carteira assinada de janeiro a agosto de 2020

atividade	saldo de vagas
vendedores e demonstradores em lojas ou mercados	-249 674
garçons, barmen, copeiros e sommeliers	-131 693
escriturários em geral, agentes, assistentes e auxiliares administrativos	-92 706
cozinheiros	-62 474
trabalhadores auxiliares nos serviços de alimentação	-45 353
caixas e bilheteiros (exceto caixa de banco)	-43 859
repcionistas	-37 320
motoristas de ônibus urbanos, metropolitanos e rodoviários	-31 997
operadores de máquinas para costura de peças do vestuário	-26 730
trabalhadores nos serviços de manutenção de edificações	-22 458
camareiros, roupeiros e afins	-20 958
supervisores de serviços administrativos (exceto contabilidade, finanças e controle)	-19 014
técnicos de vendas especializadas	-18 997
fiscais e cobradores dos transportes públicos	-16 367
gerentes de marketing, comercialização e vendas	-14 051

Fonte: [G1 a partir de dados do CAGED \(Ministério da Economia\)](#).





Comércio Varejista

Impacto já observado no Brasil

Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 41% abaixo do pré-crise. Já o relatório semanal produzido pela Cielo aponta que desde o início do surto de COVID-19 (01/mar) até a primeira semana de outubro, houve uma queda de 19,9% do varejo total no Brasil, ficando 6,2% abaixo do período pré-pandemia. Diversos segmentos do varejo, sejam bens duráveis ou não duráveis, já estão alcançando patamares de faturamento semelhantes ao período pré-COVID.

Cenário e Tendências

Segundo o Índice de Confiança do Comércio, os empresários têm demonstrado otimismo ponderado, com o ICOM alcançado os mesmos patamares do período pré-covid. Um estudo realizado pela Google aponta que em 2020 o brasileiro aumentou suas pesquisas para diversas categorias de produtos, com o índice de busca superior ao pico de 2019, ocasionado pela Black Friday. Dados do Waze apontam que o consumidor tem retornado a circular nos ambientes do varejo físico, mas ainda não no mesmo patamar do período pré-covid. Já a pesquisa qualitativa realizada pelo Sebrae com pequenos varejistas sinaliza que, com a retomada gradual de algumas atividades comerciais, o consumidor passa a valorizar as empresas que estão adotando os protocolos de segurança e higiene em suas operações, todavia, a compra online continua crescente e recorrente.

Boas Práticas

Adaptar o modelo de negócio para a venda online com retirada em loja ou por sistema de delivery. Adequar a operação do negócio respeitando os protocolos de segurança, higiene e saúde para uma retomada segura. Apesar do distanciamento, o consumidor tem mantido os hábitos de consumos ligados às datas comemorativas. Foi possível acompanhar o aumento das vendas, principalmente de produtos específicos, na páscoa, dia das mães, dia dos namorados e dia das crianças.

Com a proximidade das festividades de final de ano, aumenta a propensão ao consumo. O consumidor está com alta expectativa para as ações promocionais de Blackfriday e Natal, mas ainda desconfiado sobre o direcionamento dos gastos. Mais do que só bons descontos, o brasileiro precisa da segurança que está fazendo bons negócios.

Serviços de Alimentação

Impacto já observado no Brasil

Na 7ª pesquisa do Sebrae, o faturamento de serviços de alimentação foi de -46% em comparação ao pré-crise. Trata-se de uma recuperação lenta e gradual. Atualmente, 86% dos negócios ainda registram queda. Segundo a Cielo, em setembro, a queda nas vendas foi de 34,3%, com perspectiva de melhora. Neste início de outubro (até o dia 10), a queda em comparação com antes da crise é de 24,5%.

Cenário e Tendências

Outubro tem se mostrado melhor do que setembro, que já havia sido o melhor mês desde o início da crise. Isso ocorre pela consolidação da reabertura no país. É preciso, porém, manter todos os cuidados, já que existe a possibilidade de os casos de Covid-19 voltarem a aumentar, como tem acontecido em algumas cidades. Além disso, a recuperação gradativa de faturamento ainda não alivia o setor, o que mantém os empresários em alerta e ainda com dívidas. Assim, o cenário sinaliza a importância de continuar com operações bem feitas, dentre as quais a de delivery. Projeções iniciais indicam que o delivery deve crescer 150% em 2020, passando a representar mais de 15% do mercado. Em 2019, segundo o IFB, essa modalidade havia crescido 23% e correspondia a 9% do ramo.

Boas Práticas

Fortalecer o delivery segue sendo uma boa estratégia, seja com entrega própria ou via aplicativos. No entanto, a operação do delivery precisa de cuidados para que seja uma ação de sucesso no seu empreendimento. Abaixo, citamos alguns deles:

1. Você já tem uma base de clientes? Então comunique que você está nos aplicativos de entrega! Tanto nas mídias digitais quanto nas impressas, se for o caso. O boca-a-boca também funciona muito bem.
2. Ao receber pedidos, aceite-os o mais rápido que conseguir. Para isso, treine sua equipe, que precisa estar preparada para dias com muitos pedidos. Lembre-se que atrasos e falhas podem diminuir sua nota nos aplicativos.
3. Evite ao máximo cancelar os pedidos. Então, além da operação, foque no seu estoque! É frustrante para o cliente pedir um prato e depois descobrir que está em falta no restaurante.
4. Garanta que a entrega ocorra no tempo prometido. Assim, você proporciona uma boa experiência e avaliações positivas, fidelizando ainda mais seus clientes.
5. Que tal enviar um mimo ou um bilhete junto com o pedido? Nele, você pode agradecer a preferência e ainda informar o telefone de contato e/ou o endereço de suas redes sociais.
6. Tenha certeza de que está enviando os pedidos corretos para os clientes, estabelecendo uma dupla checagem. Se errar, resolva de forma ágil e surpreenda o cliente com um "algo a mais", acompanhado de um pedido sincero de desculpas.

Este conteúdo é parte do material que pode ser acessado [aqui](#)



Construção Civil

Impacto já observado no Brasil

Em agosto, o saldo de empregos na construção civil foi de 50,5 mil, resultado 20% maior que julho e 63% menor que o de agosto de 2019. No acumulado do ano, o saldo é positivo em 60 mil vagas. Segundo a ABECIP, em julho, os financiamentos imobiliários com recursos das cadernetas do Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimo atingiram R\$ 10,8 bi e viabilizaram a aquisição e a construção de 36,8 mil imóveis. Segundo a Caixa, as operações de financiamento imobiliário com recursos do FGTS em 2020 (até julho) foram de R\$ 31,6 bi., viabilizando 282 mil unidades.

Cenário e Tendências

O reaquecimento das vendas e dos lançamentos no mercado imobiliário sinalizam o retorno à trajetória ascendente do setor, que nos últimos anos tem sido puxada pelo mercado residencial. A regulamentação do Programa Casa Verde e Amarela continuará gerando maior segurança aos agentes financeiros, construtoras, incorporadoras e imobiliárias na promoção de investimentos e inversões financeiras para crédito e financiamentos de unidades residenciais, tanto as populares como as de médio e alto padrão. No varejo de material de construção, continuam os problemas relativos à escassez de algumas matérias-primas e, como consequência disso, conflitos entre canais e agentes e aumentos expressivos de preços. Pesquisa índice da Abrammat/FGV revelam alta de 1,1% em setembro comparado a agosto. O desempenho levou a uma revisão da projeção para 2020: retração de 2,8%, melhora significativa em relação aos 7% de queda projetados no auge da crise.

Boas Práticas

O conhecimento da nova jornada digital do comprador de imóveis é fundamental. Além disso conhecer e se ajustar à LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) será essencial para as empresas do setor. Conhecer a regulamentação do Programa Casa Verde e Amarela é importante. Intensificar e aprimorar a gestão financeira e de custos é essencial. O aumento de preços exige maior competência em compras e negociação com fornecedores, além da busca de novas fontes de insumos. Pode ser um bom momento para compras em conjunto e fortalecimento das centrais de negócios. O conhecimento e a adoção de medidas prescritas nos protocolos de retomada são essenciais. O Sebrae preparou guias para todo o setor. O conhecimento da jornada digital do cliente será fundamental, bem como continuar a aceleração da digitalização para atendimento, vendas e entregas para os clientes; criar grupos de WhatsApp específicos para clientes, fornecedores e lojistas nas comunidades. O varejo deve buscar a venda online e a implementação de novas tecnologias de venda remota. Para os MEI, a inserção em marketplaces específicos e a presença digital podem atenuar os impactos negativos da demanda.

Fontes: [Cielo](#), ABECIP, ABRAMAT, Caixa Econômica Federal, [Sebrae](#), Ministério da Economia, [Brain Inteligência](#) e [Smartus](#)



Beleza

Impacto já observado no Brasil

O mercado de Beleza ainda segue apresentando queda acentuada no faturamento: -46% em relação ao faturamento antes do período da pandemia. A recuperação se mostrava lenta mas deu um salto de 9% positivo (-55% nas duas aferições anteriores, passando a -46% nesta), o que pode representar uma retomada mais rápida, a verificar nas próximas edições do monitoramento Sebrae a consolidação desse movimento. O crédito continua um desafio grande e deve seguir sem atender às expectativas dos empreendedores da área já que tivemos apenas 14% dos que solicitaram crédito atendidos no segmento.

Cenário e Tendências

Leve melhora, ainda bastante abaixo do período pré-crise.

Boas Práticas

Os protocolos de retomada publicados pelo Sebrae estão se mostrando uma boa estratégia de trazer o cliente de volta à sua rotina de serviços de beleza. A adoção de ações de segurança sanitária e a comunicação intensiva desses protocolos aos clientes deve ser prioritária. O empresário pode intensificar o uso dos canais digitais: TikTok, Instagram, WhatsApp, Facebook e outras plataformas e aplicativos de venda. Manter o contato com os clientes aquecido enviando: dicas de beleza; ofertas de produtos; curadoria de *influencers* interessantes para seguir. Promover a venda *delivery* de cosméticos *homecare*, elaborando kits de produtos que atendam às necessidades das clientes.



Saúde

Impacto já observado no Brasil

Segundo os dados do Sebrae, o faturamento dos pequenos negócios do setor está 23% abaixo do pré-crise. Enquanto isso, a média dos pequenos negócios é de 40% abaixo do período antes da pandemia. Ou seja, o segmento de saúde e bem-estar, no momento, menos afetado que a média dos pequenos negócios.

Cenário e Tendências

A retomada acontece aos poucos. No entanto, já com novos processos inseridos. No segmento de clínicas de saúde, por exemplo, muitas adotam o atendimento remoto como opção para muitas consultas. Para as farmácias, os produtos que ajudam a prevenir o contágio continuam sendo muito procurados. Álcool gel, máscaras, suplementos e vitaminas continuam sendo demandados. As atividades econômicas voltadas mais a bem-estar, principalmente as academias, estão retomando as atividades mas em patamares muito abaixo do faturamento pré-crise.

Boas Práticas

Muitas clínicas de saúde vem adotando um atendimento híbrido (presencialmente e remotamente). Essa vem sendo uma saída para que adaptação aconteça de forma gradual. Academias de ginástica estão personalizando as gravações de treinos e passam a acompanhar a evolução do aluno mesmo à distância. Algumas clínicas odontológicas se adaptaram para atender nas próprias residências e tomando todos os cuidados para os atendimentos nos consultórios. Os atendimentos por videoconferências e plataformas digitais continuam sendo a saída encontrada pelos profissionais de psicologia para enfrentar a crise.

Educação

Impacto já observado no Brasil

Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 46% abaixo do pré-crise e 85% das empresas relataram queda no faturamento mensal.

Cenário e Tendências

A suspensão de aulas nas instituições formais mostra uma projeção de aumento e adoção de plataformas de aprendizagem digitais. Percebe-se tendência de aumento no número de pessoas procurando qualificação à distância. Dados do Sebrae demonstram que 50% dos negócios estão funcionando.

Boas Práticas

Neste momento 17 estados autorizaram o retorno das aulas presenciais: AM, CE, DF, ES, MA, MT, MS, PA, PB, PE, PI, RJ, RN, RS, SC, SP e TO. As empresas que atuam com serviços educacionais devem se preparar para o retorno dos alunos, assim como se adequar ao calendário escolar formal a ser definido pelo Conselho de Educação. Devem atentar para a continuidade de algumas atividades *online* em paralelo com as presenciais durante algum tempo. As escolas devem intensificar a gestão financeira para mitigar efeitos da redução das mensalidades provocadas por atrasos, descontos e inadimplência. Além da retomada de atividades, as empresas devem operacionalizar as rematrículas para 2021, assim como estabelecer estratégias para o processo de captação de novos alunos.

Fontes: [Sebrae](#), [ABED](#) e [FENEP](#)



Turismo

Impacto já observado no Brasil

Segundo dados do Sebrae, o faturamento do setor no final de agosto estava 65% abaixo do pré-crise. Já dados da Cielo do começo de outubro mostram queda um pouco menos acentuada, de 54%.

Cenário e Tendências

O setor de turismo já apresenta um retorno das suas atividades com a liberação pelos governos estaduais e municipais de quase todos os atrativos e operações turísticas. Os destinos se preparam para o período de férias de final de ano, e a expectativa é positiva. Porém o comportamento do turista demanda um alerta para os cuidados, que precisarão ser redobrados. O turismo em áreas naturais, regional e de curta distância ainda predominará. Entre 5 e 9 de novembro, haverá o primeiro evento presencial em Gramado, Festuris, que será um teste de como os protocolos funcionarão para grandes eventos.

Boas Práticas

É importante intensificar a implementação e monitoramento dos protocolos e comunicar aos turistas as regras de uso e comportamento. É preciso manter a sustentabilidade e a segurança sanitária dos destinos para não correr o risco de um novo fechamento.

Recomenda-se participação no Festuris, pois este será o 2º maior evento do setor, seguido do ABAV Collab, ambos fortalecendo a retomada e o retorno do setor. O Festuris Connection-Meeting será um evento híbrido (presencial e a distancia) que vai acontecer nos dias 6 e 7 de novembro, em Gramado, junto à Feira Internacional de Turismo de Gramado. As temáticas que serão discutidas no evento serão: Empreendedorismo, Inovação, Tecnologia, Marketing, Segurança Sanitária, Sustentabilidade e Espiritualidade.

A Feira será um momento de conversar com o público de interesse do seu negócio. O evento possibilita a interação com agências de viagens, operadores e parceiros. É a oportunidade para o empresário da cadeia de turismo comunicar quais as medidas de segurança adotou na sua empresa e gerar confiabilidade do mercado. Tenha foco no posicionamento do seu negócio, visando o alcance de resultados no médio prazo.

Artesanato

Impacto já observado no Brasil

No segmento de artesanato, 76% dos empresários registraram queda no faturamento mensal, um aumento de 4 pontos percentuais em relação à pesquisa anterior.

Cenário e Tendências

Desde a pesquisa com coleta no início de abril, vem aumentando o número de empresas que estão reabrindo as portas. Enquanto na pesquisa de abril só 23% das empresas do segmento estavam operando, quase seis meses depois, 58% já estavam de portas reabertas. Cerca de 4% dos empresários do segmento demitiram funcionários, enquanto 2% contrataram trabalhadores com carteira assinada no último mês. A pesquisa também mostrou que 74% dos empresários de artesanato não têm funcionários. A tendência agora é aumentar a produção que havia sido reduzida para inserção de produtos no mercado, visando disponibilidade de artesanato para as feiras e demandas natalinas.

Boas Práticas

Aproveite o período natalino para começar a produzir e buscar mercado. Busque parcerias com outras empresas para possibilidade de vendas casadas. Outra alternativa é investir em temas natalinos e aproveitar as datas comemorativas para poder divulgar seus produtos. Invista no marketing digital, crie nas redes sociais campanhas de sensibilização para encantar seus clientes e potencializar suas vendas neste período.

Indústria de Base Tecnológica e Energia

Impacto já observado no Brasil

De acordo com o Sebrae, há uma forte recuperação em quase todos os segmentos, o que sinaliza retomada de ritmo para as indústrias de base tecnológica. Além disso, as próprias IBT, que já chegaram a uma queda de 62% de faturamento em relação a um período "normal", atualmente estão com -35%, o que sinaliza significativa melhora, embora ainda abaixo do desejado.

Cenário e Tendências

[A baixa oferta de aço tem gerado preocupação sobre o descompasso com a retomada da economia nos segmentos das IBT.](#) Também está em pauta um debate intenso sobre a reforma tributária para os segmentos de IBT. A ABIMAQ preparou uma [lista](#) das principais perguntas para esclarecer sobre o tema. Feiras presenciais, webinar de oportunidades e negócios virtuais aquecem o mercado com perspectivas concretas de negócios, casos de destaque:

[Presencial: Mercopar 2020, Feira de Inovação Industrial, 17 a 19 de novembro de 2020 13h às 20h Caxias do Sul- RS](#)

[Virtual: Webinar Metal-Mecânico - Perspectivas de fornecimento ao setor elétrico, 15 de outubro de 2020 Rio de Janeiro – exclusivo para participantes do projeto](#)

[Virtual: Interplas – Sindimec – Feira online ao vivo • Virtual: Rodadas de Negócios Online](#) – Várias datas, responsável:

Adriana Kalinowski (Sebrae/PR), inscrições de demandantes e ofertantes com lea@lk2eventos.com.br (41) 9149-6739.

- 19 e 20/10 – Londrina - Construção Civil
- 22 e 23/10 – Maringá - Multissetorial
- 26 e 27/10 - Pato Branco - Moveleira
- 03 e 04/11 - Curitiba – Metalmecânica
- 05 e 06/11 - Ponta Grossa – Industrial
- 10 e 11/11 - Curitiba – Acomac
- 11/11 - Maringá - Confecção
- 12 e 13/11 - Curitiba – Eletroeletrônico
- 18 e 19/11 - Cascavel – Industrial
- 20/11 - Curitiba - Investimentos – Startup
- 23 e 24/11 - Curitiba - Plásticos/Embalagens
- 25 e 26/11 - Curitiba – Arquitetura
- 27/11 - Apucarana - Confecção e Brindes
- 30/11 - Ponta Grossa - Construção Civil
- 01/12 - Ponta Grossa - Construção Civil

Boas Práticas

Pode não estar normal, mas é importante saber se está legal. Acesse a [Escola Nacional de Inspeção do Trabalho](#). Atenção para as mudanças na legislação das Normas Regulamentadoras já publicadas em março de 2020 e vigentes a partir de março de 2021. É possível fazer também um autodiagnóstico para receber gratuitamente orientações básicas sobre o cumprimento da legislação aplicável ao seu tema ou setor econômico. Estar legal abre caminho para oportunidades de negócios, já que regularidade fiscal e viabilidade econômica são requisitos para participar como fornecedor de grandes cadeias. Estão compreendidas no setor as atividades econômicas relacionadas a IBT: metalmecânicos; químicos; plásticos; eletroeletrônicos e automação; indústria gráfica; movimentação de carga; micrologística e hardwares para inteligência. São negócios que precisam conhecer como pesquisar, desenvolver e inovar, além de escalar sua produção.

Fontes: [Sebrae](#), [ENIT](#) e [ABIMAQ](#)

Economia Criativa

Impacto já observado no Brasil

Segundo os dados do Sebrae, 88% registraram queda no faturamento mensal, nível um pouco menor em relação à pesquisa anterior, que foi de 93%. Houve uma leve recuperação do faturamento, mas este continua sendo um dos segmentos mais afetados na pandemia.

Cenário e Tendências

A recuperação deste setor é difícil, pois a maioria das atividades dependem de aglomeração. Na pesquisa de abril, só 23% das empresas do segmento estavam operando, quase seis meses depois, a melhora foi muito discreta: 29% estavam de portas reabertas. Ainda que a crise siga grave para a maior parte dos empresários, para alguns, a melhora do faturamento tem se traduzido em aumento no quadro de funcionários. Apesar de 5% dos empresários do segmento terem demitido, 0,4% contrataram trabalhadores com carteira assinada no último mês.

Boas Práticas

Uma opção interessante é transformar eventos, cinema, peças teatrais, festas no formato drive-in, ou formatos de ilhas e grandes espaços. Os formatos online, como as *lives*, seguem uma tendência que deve perdurar, ganhando força e adeptos. Para audiovisual, além da utilização dos protocolos de segurança, é importante fazer uso de tecnologias e incentivar a redução de profissionais no set de filmagem, sem perda de qualidade, o que já está trazendo uma nova abordagem de consumo. O momento pede foco em atividades que não necessitem de aglomerações, como construção de novos projetos, elaboração de roteiro, pesquisas, prestações de contas, edição de sonorização e imagens. Para o setor de *games*, já estão acontecendo eventos visuais de *playtest*, nos quais esportistas e o público podem testar os jogos por meio de plataformas e códigos para liberação.

Ficha Técnica

Unidade de Competitividade – Sebrae Nacional

Gerente: César Rissete

Gerente Adjunto: Carlos Eduardo Pinto Santiago

Coordenação técnica: Rafael Moreira

Equipe:

Comércio varejista: Flávio Petry, Fabianni Silveira Melo e Vicente Scalia Neto

Serviços de alimentação: Mayra Viana, Luiz Carlos Rebelatto e Carmen Sousa

Construção civil: Ênio Queijada e Edlamar da Silva

Beleza: Andrezza Torres

Saúde: Geraldo Costa e Lucia Buson

Educação: Patrícia Mayana

Turismo: Ana Clévia Guerreiro, Analuiza Lopes e Germana Magalhães

Artesanato: Durcelice Mascene e Jane Blandina

Indústria de base tecnológica e energia: Juliana Borges, Andrea Faria e Taís Gomide

Economia Criativa: Jane Blandina e Denise Marques

Projeto gráfico: Tahak Meneguzzo