





Fecomercio-RN - 04/05/2020

Comércio digital é a saída para vendas



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Autor: Ricardo Araújo

A pandemia de coronavírus mudou o mundo, as relações trabalhistas e a comercialização de produtos e serviços. Com medidas de fechamento de lojas e empreendimentos diversos, os empresários buscaram nas redes sociais uma aliança para continuar vendendo, mesmo que em percentuais inferiores às vendas físicas. Enquanto uns empresários comemoram a sustentação e até a ampliação dos negócios via plataformas de entregas como iFood, Rappi e Uber Eats, outros tantos sequer iniciaram o

processo de oferta de produtos na internet. Segundo a Associação de Empresários do Bairro do Alecrim (AEBA), 54,3% das empresas instaladas no maior centro comercial de rua do Estado não fazem vendas on-line.

?Poucas lojas e poucos lojistas se preocupavam com essa temática, com essa abordagem de vender utilizando a internet, as plataformas digitais, o e-commerce. Se tem ainda uma dificuldade nesse trabalho. O pessoal acha que não é necessário, que não há vantagem de vender na internet ou que a burocracia é muito grande e acreditam que não irão vender ou cadastrar os produtos. Ainda há uma barreira em relação à internet?, comenta o vice-presidente da AEBA, Matheus Feitosa, que é proprietário da empresa M Impressões Gráfica Rápida, instalada no bairro do Alecrim. Há pelo menos quatro anos, ele efetua venda de produtos e serviços através da rede mundial de computadores.

No caso do Alecrim, cuja maioria dos negócios pertence a pequenos empresários instalados no bairro há algumas décadas, o uso das plataformas digitais ainda é um tabu. Conforme pesquisa da AEBA, somente 34,3% das empresas com sedes ou filiais no bairro fazem vendas online. Matheus Feitosa que esse percentual deveria ser de 100%, não somente por causa do isolamento social, mas pelas novas dinâmicas de **mercado**. ?Mesmo com todo o isolamento, com a dificuldade em realizar as vendas, ainda existem lojistas que não pretendem vender pela internet através das plataformas digitais. Algumas pessoas não acreditam e outras só irão começar a vender

quando outros lojistas, concorrentes e vizinhos fizerem sucesso?, destaca Matheus Feitosa. Conforme a AEBA, cerca de 11,4% das empresas do bairro do Alecrim não têm interesse em vendas em plataformas digitais.

Mais conectado à era digital e de olho nas transformações impostas pelos consumidores, que cada vez mais buscam as redes sociais para pesquisar antes de comprar nas lojas físicas, quando essa decisão ocorre em detrimento da compra virtual, Matheus Feitosa decidiu criar uma plataforma, em parceria com a startup Fly Tecnologia Agência Digital, batizada de 'Alecrim Na Web'. O canal de e-commerce, porém, teve pouca adesão dos empresários locais. Somente 12 lojas aderiram à plataforma que cobra pela efetivação da venda e pelo pagamento do suporte técnico. ?Poderia ter mais lojas nesse e-commerce. As ferramentas estão aí. Principalmente agora nesse período do isolamento, foi o assunto mais falado depois da Covid-19 em si. A gente fica admirado porque algumas pessoas ainda se interessaram ou não implementaram em suas empresas?, declara Matheus Feitosa.

Rede social como aliada

As vitrines continuam recheadas de bolos, tortas, docinhos e salgadinhos na loja física. As imagens de dar água na boca logo ganharam as redes sociais e o atendimento presencial deu lugar ao virtual, na Confeitaria Mr. Cupcake, em Candelária. Após uma queda de 50% nas vendas presenciais na primeira semana de isolamento social, os empresários César Rodrigues e Thiago Guerreiro decidiram investir nas plataformas digitais de comercialização para não sucumbirem. A decisão foi certa.

?Com as vendas online, conseguimos manter o faturamento mensal em 95%. Em contrapartida, entra um outro custo que não tínhamos de comissão do i-Food e taxa de entrega?, comenta César Rodrigues. Mesmo com os custos adicionais, as encomendas da Páscoa foram tão grandes que sustentaram o funcionamento da empresa e resultaram num faturamento maior que o registrado na mesma data comemorativa em 2019. Isso contribuiu para que nenhum dos colaboradores da confeitaria fosse desligado, o que é comemorado por Rodrigues e Guerreiro.

?Fechamos com o iFood uma semana antes de sair o decreto para fecharmos o salão. No início foi bem diferente, pois estávamos acostumados ao movimento da loja e com o contato com os clientes. Tivemos que adaptar o cardápio de acordo com as sobremesas e bolos que poderiam ser transportados por motoboys. Tem muitos clientes que preferem fazer o pedido por whatsapp e já efetuam o pagamento online e passa na loja para retirar os pedidos no balcão ou em alguns casos preferem que as atendentes levem os pedidos diretamente no carro quando chegam na confeitaria?, relata Rodrigues. Para garantir a clientela, todos os pedidos entregues via plataformas digitais são acompanhados de um mimo.

Formado em Marketing, César Rodrigues avalia que hoje as redes sociais se tornaram aliadas do seu negócio. ?As redes sociais, principalmente o Insta-gram, é nosso principal aliado, onde divulgamos os produtos de uma forma geral. O Instagram sempre foi a nossa principal vitrine, onde conseguimos interagir com os clientes de uma forma rápida e pessoal. Como gostamos muito de inovar é uma

experiência nova que acreditamos que irá mudar muito o comportamento do consumidor?, avalia o empresário.

Assuntos e Palavras-Chave: FECOMÉRCIO-RN - ECONOMIA

Retomada ainda divide



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Autor: Luiz Antônio Felipe -
laf@tribunadonorte.com.br

O Ministro da **Economia**, Paulo Guedes diz que a retomada econômica pode ser rápida, 'vamos surpreender o mundo'. Como ministro, ele tem a função também de ser otimista. A Associação dos Lojistas de Shopping Centers (Alshop) quer um plano para reabertura gradual do comércio. O economista da Messer Investimentos, Álvaro Villa, acredita que a recuperação da **economia** brasileira será mais rápida do que em crises anteriores, ao analisar a estimativa do Fundo Monetário Internacional (FMI) de que o PIB nacional deverá encolher 5,3% este ano. Para ele, "o Brasil atual é completamente diferente

daquela época, principalmente em termos sociais, infraestrutura e renda básica. Amanhã, às 17h, a FIERN vai fazer uma videoconferência para lançar o 'Plano de Retomada Gradual da **Economia** Potiguar'. Uma série de propostas. É aguardar.

Assuntos e Palavras-Chave: FECOMÉRCIO-RN - ECONOMIA

Comércio em plataformas digitais amplia negócios de empresas no RN



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Ricardo Araújo

Editor de **Economia**

A pandemia de coronavírus mudou o mundo, as relações trabalhistas e a comercialização de produtos e serviços. Com medidas de fechamento de lojas e empreendimentos diversos, os empresários buscaram nas redes sociais uma aliança para continuar vendendo, mesmo que em percentuais inferiores às vendas físicas. Enquanto uns empresários comemoram

a sustentação e até a ampliação dos negócios via plataformas de entregas como iFood, Rappi e Uber Eats, outros tantos sequer iniciaram o processo de oferta de produtos na internet. Segundo a Associação de Empresários do Bairro do Alecrim (AEBA), 54,3% das empresas instaladas no maior centro comercial de rua do Estado não fazem vendas on-line.

Créditos: Adriano Abreu Thiago Guerreiro e César Rodrigues adequaram sistema de vendas da confeitaria às plataformas digitais e ampliaram faturamento

'Poucas lojas e poucos lojistas se preocupavam com essa temática, com essa abordagem de vender utilizando a internet, as plataformas digitais, o e-commerce. Se tem ainda uma dificuldade nesse trabalho. O pessoal acha que não é necessário, que não há vantagem de vender na internet ou que a burocracia é muito grande e acreditam que não irão vender ou cadastrar os produtos. Ainda há uma barreira em relação à internet', comenta o vice-presidente da AEBA, Matheus Feitosa, que é proprietário da empresa M Impressões Gráfica Rápida, instalada no bairro do Alecrim. Há pelo menos quatro anos, ele efetua venda de produtos e serviços através da rede mundial de computadores.

No caso do Alecrim, cuja maioria dos negócios

pertence a pequenos empresários instalados no bairro há algumas décadas, o uso das plataformas digitais ainda é um tabu. Conforme pesquisa da AEBA, somente 34,3% das empresas com sedes ou filiais no bairro fazem vendas online. Matheus Feitosa que esse percentual deveria ser de 100%, não somente por causa do isolamento social, mas pelas novas dinâmicas de **mercado**. 'Mesmo com todo o isolamento, com a dificuldade em realizar as vendas, ainda existem lojistas que não pretendem vender pela internet através das plataformas digitais. Algumas pessoas não acreditam e outras só irão começar a vender quando outros lojistas, concorrentes e vizinhos fizerem sucesso', destaca Matheus Feitosa. Conforme a AEBA, cerca de 11,4% das empresas do bairro do Alecrim não têm interesse em vendas em plataformas digitais.

Mais conectado à era digital e de olho nas transformações impostas pelos consumidores, que cada vez mais buscam as redes sociais para pesquisar antes de comprar nas lojas físicas, quando essa decisão ocorre em detrimento da compra virtual, Matheus Feitosa decidiu criar uma plataforma, em parceria com a startup Fly Tecnologia Agência Digital, batizada de 'Alecrim Na Web'. O canal de e-commerce, porém, teve pouca adesão dos empresários locais. Somente 12 lojas aderiram à plataforma que cobra pela efetivação da venda e pelo pagamento do suporte técnico. 'Poderia ter mais lojas nesse e-commerce. As ferramentas estão aí. Principalmente agora nesse período do isolamento, foi o assunto mais falado depois da Covid-19 em si. A gente fica admirado porque algumas pessoas ainda se interessaram ou não implementaram em

suas empresas', declara Matheus Feitosa.

Rede social como aliada

As vitrines continuam recheadas de bolos, tortas, docinhos e salgadinhos na loja física. As imagens de dar água na boca logo ganharam as redes sociais e o atendimento presencial deu lugar ao virtual, na Confeitaria Mr. Cupcake, em Candelária. Após uma queda de 50% nas vendas presenciais na primeira semana de isolamento social, os empresários César Rodrigues e Thiago Guerreiro decidiram investir nas plataformas digitais de comercialização para não sucumbirem. A decisão foi certa.

'Com as vendas online, conseguimos manter o faturamento mensal em 95%. Em contrapartida, entra um outro custo que não tínhamos de comissão do iFood e taxa de entrega', comenta César Rodrigues. Mesmo com os custos adicionais, as encomendas da Páscoa foram tão grandes que sustentaram o funcionamento da empresa e resultaram num faturamento maior que o registrado na mesma data comemorativa em 2019. Isso contribuiu para que nenhum dos colaboradores da confeitaria fosse desligado, o que é comemorado por Rodrigues e Guerreiro.

'Fechamos com o iFood uma semana antes de sair o decreto para fecharmos o salão. No início

foi bem diferente, pois estávamos acostumados ao movimento da loja e com o contato com os clientes. Tivemos que adaptar o cardápio de acordo com as sobremesas e bolos que poderiam ser transportados por motoboys. Tem muitos clientes que preferem fazer o pedido por whatsapp e já efetuam o pagamento online e passa na loja para retirar os pedidos no balcão ou em alguns casos preferem que as atendentes levem os pedidos diretamente no carro quando chegam no confeitaria', relata Rodrigues. Para garantir a clientela, todos os pedidos entregues via plataformas digitais são acompanhados de um mimo.

Formado em Marketing, César Rodrigues avalia que hoje as redes sociais se tornaram aliadas do seu negócio. 'As redes sociais, principalmente o Instagram, é nosso principal aliado, onde divulgamos os produtos de uma forma geral. O Instagram sempre foi a nossa principal vitrine, onde conseguimos interagir com os clientes de uma forma rápida e pessoal. Como gostamos muito de inovar é uma experiência nova que acreditamos que irá mudar muito o comportamento do consumidor', avalia o empresário.

Glebe Duarte: 'A maioria vai mudar a atuação na internet'

Glebe, quais lições os empresários podem tirar de uma pandemia como a que estamos enfrentando atualmente quando se analisa o comércio digital?

Uma das maiores lições que podemos ter dentro do cenário digital durante a pandemia, é que provavelmente a grande parte dos empresários não estava preparado para ela. E mesmo que todos estivessem trabalhando com suas redes sociais e tudo o mais, nunca foram voltadas para uma estratégia correta de vendas. Então, a gente viu a necessidade de atuar de uma maneira diferente, voltada para resultado de fato, sem ficar voltado pensando apenas em curtidas e seguidores, mas sim em resultado efetivo para o seu negócio. Momentos como esse mostram que é disso que a gente precisa para sobreviver.

Irá sobreviver, no ambiente de negócios, a empresa que souber anunciar e vender via redes sociais? Quais são as mais importantes na atualidade para comercialização de produtos e serviços?

Nunca foi tão importante usar a internet para vender como agora. Com toda certeza, os negócios após a pandemia vão ter um visão totalmente diferente de como se comercializa os produtos e serviços. Não existe mais um cenário que a gente não utiliza essas ferramentas como uma parte fundamental de uma estratégia de um bom resultado para o seu negócio.

O empresariado potiguar está bem conectado

às possibilidades de vendas via comércio digital, do seu ponto de vista?

A maioria dos negócios, hoje, está dentro de uma rede social. Mas a maioria deles não consegue extrair nenhum tipo de resultado positivo porque nunca trabalharam da forma correta. O que a gente percebe é que a maioria acordou para perceber que realmente precisam de um bom resultado agora e vão mudar, sim, a sua atuação na internet a partir desse momento.

Como saber lidar com o mundo digital de compra e venda sem se perder em anúncios que não geram compras? Como identificar o público-alvo de um negócio?

A primeira coisa que o empresário deve fazer, que qualquer empreendedor deve começar a buscar, é identificar claramente o seu público-alvo para que sua estratégia de conteúdo e de anúncio possa ser mais assertiva. No momento em que ele não tem essa visão clara, nem daquilo que é a real necessidade do seu público nem como ele vai atuar produzindo os seus conteúdos que precisam ser mais intensos nesse período de pandemia, se ele não consegue identificar esses pontos ele vai ter muito mais dificuldade. Então estude, identifique a sua faixa etária, aquilo que o cliente mais tem desejo, o sexo predominante, se forem os dois qual é a principal dificuldade que o seu público tem e que você pode resolver. Você precisa identificar esse público

para produzir melhor o seu conteúdo e produzir anúncios que sejam mais assertivos e aí ter o resultado que deseja.

Assuntos e Palavras-Chave: FECOMÉRCIO-RN - ECONOMIA

Movimento em lojas físicas do comércio recua 20% em um mês



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Em um levantamento feito especialmente para observar os 30 dias dos efeitos da quarentena imposta para combater a Covid-19, a Boa Vista refez os cálculos do seu tradicional Indicador de Movimento do Comércio para o período em questão. Eles mostram que o movimento do comércio cedeu 20,1% no primeiro mês das restrições (17 de março até o dia 15 de abril), na comparação com os 30 dias imediatamente anteriores (16 de fevereiro a 16 de março). O último levantamento mensal do indicador, que acompanha o desempenho das vendas no varejo em todo o Brasil, já havia apontado queda de 5,1% em março na variação contra o mês de fevereiro, feitos os ajustes sazonais.

Os dados refletem os efeitos das medidas de isolamento social e restrições impostas ao comércio com a chegada da pandemia do novo coronavírus e indicam uma desaceleração do setor nos próximos meses. O resultado está em linha com as expectativas de **mercado** que já sugerem queda de 3,3% na atividade econômica em 2020.

Créditos: Adriano Abreu Apesar das lojas do comércio de rua terem sido reabertas com a adoção de práticas de segurança, movimento ainda é pequeno

saiba mais

Comércio em plataformas digitais amplia negócios de empresas no RN

Na análise parcial, o segmento de 'Móveis e Eletrodomésticos' apresentou queda de 56,2% após já ter recuado 13,5% em março, descontados os efeitos sazonais. Sendo o segmento mais afetado pelas medidas de isolamento no período.

A atividade de 'Supermercados, Alimentos e Bebidas' foi a única que evitou perdas mais significantes, caindo apenas 0,5% no levantamento parcial.

Já a categoria de 'Tecidos, Vestuários e Calçados' recuou 7,8% no período, após também ter apresentado retração no último levantamento divulgado (-1,1%).

Por fim, o segmento de 'Combustíveis e Lubrificantes' apresentou retração de 9,9% no período de quarentena. No levantamento de março o indicador já havia recuado 6,7%.

Confiança dos empresários recua

A crise provocada pela pandemia do novo coronavírus afetou fortemente o otimismo dos empresários do comércio em abril. O Índice de Confiança do Empresário do Comércio (Icec), apurado pela **Confederação Nacional do Comércio** de Bens, Serviços e Turismo (**CNC**), caiu 5,3% neste mês, em comparação com março. Esta foi a segunda retração mensal consecutiva do índice e a maior queda percentual desde abril de 2015 (-6,4%). Com 120,7 pontos, porém, o indicador permaneceu no patamar de satisfação (acima dos 100 pontos). Este foi o primeiro Icec realizado após o início da pandemia de Covid-19 no País. A coleta dos dados ocorreu entre 20 de março e 5 de abril.

Créditos: Alex Régis Vendas do setor de móveis e eletrodomésticos sofreu o maior recuo do período analisado: -56,2%

Apesar de ter permanecido como o maior entre os subíndices do Icec (153,5 pontos), o indicador referente às expectativas dos comerciantes foi o que registrou as reduções mais expressivas: -6,3% em relação a março e -7,5% em relação a abril de 2019. Especificamente sobre as expectativas para a **economia**, mais que dobrou o total de empresários que esperam piora econômica: 15,3%, ante 6,9% no mês anterior e 5,7% em abril de 2019 - a proporção é a mais elevada desde novembro de 2018.

O presidente da **CNC**, José Roberto Tadros, lembra que este item passou a cair de forma mais acirrada ainda na passagem de fevereiro para março. 'O canal das expectativas no curto prazo foi o primeiro através do qual os varejistas começaram a sentir os impactos da crise. O fechamento dos estabelecimentos em vários Estados e cidades tem imposto redução drástica no faturamento das lojas, em especial dos negócios de menor porte e sem presença nos canais digitais de venda, como o e-commerce', observa Tadros, ressaltando que, 'diante das incertezas associadas à evolução do vírus e à eficiência das medidas de combate, os cenários para a atividade econômica estão obscuros'.

Zona de pessimismo

Em relação à satisfação quanto às condições atuais do empresário do comércio (105,1 pontos), houve retração mensal de 5,1% e anual de 1,1%. Os resultados interrompem uma sequência de alta do indicador, que vinha melhorando gradualmente desde novembro do ano passado, em todos os aspectos:

economia, setor do comércio e desempenho da própria empresa. Com queda mensal de 7,2%, o item referente às condições atuais da **economia**, que permanecia no nível de satisfação desde janeiro deste ano, voltou ao patamar de pessimismo, atingindo 97,9 pontos.

Já em relação às intenções de investimento (103,3 pontos), a queda foi de 3,2%, no comparativo com março último. O item chegou a seu menor nível desde agosto de 2019. A economista da **CNC** responsável pela pesquisa, Izis Ferreira, chama a atenção para a situação atual dos estoques, que, para a maior parte dos empresários, encontra-se ainda em nível adequado (61,2%). 'O indicador dos estoques alcançou 92,4 pontos, com uma ligeira queda de 0,2% em relação a março, mas um aumento de 4,2% em comparação com abril de 2019', destaca a economista.

Assuntos e Palavras-Chave: FECOMÉRCIO-RN - Confederação Nacional do Comércio, ECONOMIA

Thiago Dantas: 'Todas as economias estão sendo afetadas'



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Ricardo Araújo

Editor de **Economia**

O Banco do Nordeste no Rio Grande do Norte tem um novo superintendente. Thiago Dantas e Silva é caicoense e assumiu a gestão do BNB no Estado há poucos dias. Na entrevista a seguir, com exclusividade para a TRIBUNA DO NORTE, o gestor discorre sobre os impactos da pandemia de coronavírus na **economia** e garante que os recursos destinados ao Estado

via Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste (FNE) para o público prioritário do Banco do Nordeste, que consiste nas micro e pequenas empresas e no mini e pequeno produtor rural, não sofrerão reduções. Além disso, destaca que mesmo em meio à pandemia, o volume de financiamentos de empreendimentos continua crescendo. Acompanhe.

Créditos: Divulgação/BNB Novo superintendente do Banco do Nordeste no RN analisa atual situação econômica e garante que recursos destinados aos financiamentos no Estado via FNE serão mantidos

Como o senhor avalia o atual cenário da **economia** e quais deverão ser os principais impactos da pandemia de coronavírus nesse setor?

Seguramente, vivenciamos um dos maiores desafios de todos os tempos para os agentes econômicos. Os vários indicadores apontam para impactos profundos decorrentes das medidas de enfrentamento à Covid-19 que serão observados em toda a **economia**. As crises econômicas experimentadas em passado recente, geralmente, comprometiam de forma mais intensa, ou o lado da oferta, ou o lado da demanda. Na atual, temos um comprometimento muito forte dos dois lados da

equação econômica. Do ponto de vista de impacto, projetam-se cenários semelhantes aqueles ocorridos na crise de 1929 ou nas ocasiões imediatamente após as grandes guerras. Mas, mesmo analisando com a referência daqueles cenários, os números têm sido maiúsculos. Para ficar apenas em um indicador divulgado recentemente, o initial claims dos EUA, equivalente ao nosso pedido de seguro-desemprego, alcançou, em meados de abril, com números das quatro últimas semanas, aproximadamente 22 milhões de pedidos, o que equivale a mais do que todos os postos criados de 2010 até aqui, após a crise financeira iniciada em 2008 também nos EUA. Todas as economias, em maior ou menor grau, estão sendo afetadas a exemplo da maior **economia** do mundo. No Brasil, também tem havido preocupação quanto à uma provável retração do PIB e em que montante isso ocorreria, embora, é importante frisar que os últimos dados ainda não indicaram crescimento dos pedidos de seguro desemprego quando comparado ao mesmo período de 2019. Ainda utilizando a referência aos cenários de guerra, é preciso registrar que temos uma perspectiva melhor, uma vez que naqueles os meios de produção são fisicamente destruídos, enquanto, na atual crise os meios de produção não são fisicamente atingidos e o desafio de todos - Estado, gestores públicos, entidades representativas, setor produtivo e sociedade - é justamente assegurar os meios para que as atividades possam ser retomadas tão logo seja seguro para fazê-lo. Outro fator que contribui para um prognóstico mais favorável é a capacidade de atuação do setor financeiro. Nas crises econômicas observadas no final do século passado e começo deste século, seu marco 'zero' geralmente estava relacionado com algum ator financeiro. Dessa vez, a crise

tem um causador externo e, por esse motivo, o setor financeiro goza de uma relativa saúde para contribuir com a retomada.

Há risco de redução nos valores destinados ao FNE ao longo deste ano em decorrência da pandemia? Quais setores deverão ser impactados?

Não haverá redução de aporte do Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste para o público prioritário do Banco do Nordeste, que consiste nas micro e pequenas empresas e no mini e pequeno produtor rural. O que ocorre, no entanto, é que parte do orçamento do FNE para um exercício advém da previsão de reembolsos dos créditos já concedidos. Mesmo considerando as medidas de renegociação em curso, o que posterga o reembolso do FNE e consequentemente a retroalimentação do Fundo, ainda assim, estima-se que contaremos com orçamento superior a R\$ 25 bilhões para nossa área de atuação. O Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste possui o volume de recursos e as condições necessárias para apoiar o setor produtivo no ano em curso, especialmente, aqui no Estado do RN.

Em relação ao Rio Grande do Norte, houve queda no volume de contratação de financiamentos via BNB nos meses de março e abril?

Não. Na verdade, quando comparado ao mesmo período do ano passado, houve um incremento de 18,3% na aplicação, principalmente, para as Micro e Pequenas Empresas. Ainda que timidamente, no período pré-pandemia, observava-se um incremento da atividade produtiva e, conseqüentemente, uma maior demanda por crédito. Após o início da crise essa demanda ainda é existente, apenas mudou sua causa. Atualmente, as empresas demandam mais capital de giro para suportar o período de 'travessia', de modo que possam voltar a operar quando do retorno à 'normalidade'.

E a inadimplência, aumentou? Como o BNB está lidando com essa problemática e quais possibilidades de negociação existem em curso?

Qualquer medição de inadimplência, neste momento, será imprecisa, uma vez que estão em curso no BNB medidas que visam assegurar conforto no fluxo de caixa das empresas mediante renegociação das prestações vincendas neste período. O Banco, ainda no dia 17/03, ou seja, no início dos primeiros efeitos, anunciou um conjunto de medidas que demonstrava exatamente sensibilidade aos novos dias que se iniciavam e já davam os primeiros sinais que seriam duros. Naquela ocasião, já concedemos seis meses de carência de principal e **juros** nos financiamentos contraídos com o Banco, mediante solicitação do cliente, o que poderia ocorrer via homebanking. O cliente somente voltaria a pagar prestações no sétimo mês a

partir da renegociação e esse prazo de carência de seis meses poderia ser acrescido ao final do contrato. Fruto de uma recente resolução publicada pelo Banco Central, a 4.798/20, o prazo de suspensão dos pagamentos de parcelas (carência) estendeu-se para dez/20, ou seja, o cliente somente volta a pagar em jan/21. É importante destacar que essas medidas alcançam o ativo normal do Banco, ou seja, aqueles clientes que a potencial inadimplência seria causada pelos efeitos da Covid-19 e não representavam ativo com problemas anteriores.

O senhor teme que haja queda nas contratações de financiamentos da linha de infraestrutura? Quantos negócios foram fechados ao longo deste ano para esse segmento no RN e qual a previsão até o fim do ano?

Não. Por enquanto, esse não é o cenário. Os pleitos de crédito que ora tramitam no Estado já haviam sido objeto de aprovação de suas condições negociais e orçamento em oportunidades pretéritas e, por enquanto, estamos nos esforçando para contratá-los. Estima-se que até o final do ano contrataremos R\$ 1,3 bilhão em operações de infraestrutura. O investimento em infraestrutura ainda é um dos grandes desafios do país e, em períodos de crise, essa necessidade só aumenta. No Nordeste, temos esta oportunidade enorme de atração de investimentos relacionados ao setor de energia, tanto geração quanto transmissão.

Os volumes de contratos esperados para o Estado serão revisados por causa da Covid-19? Quais setores ainda estão contratando financiamentos no RN em meio à pandemia?

Não pretendemos revisar o orçamento para o Estado. Embora tenha mudado a causa (superar o desafio imposto pela Covid-19), empresas de todos os setores continuam demandando o crédito do Banco do Nordeste. Talvez, tenhamos uma revisão da distribuição dos recursos entre crédito para capital de giro e crédito para investimento, uma vez que, no atual momento, o primeiro está sendo mais demandado justamente por se tratar de reforço de caixa das empresas. Além disso, outro fator sinaliza para manutenção das contratações. A mesma resolução 4.798 do Bacen também criou condições para que o BNB opere linhas de capital de giro e investimento com taxa de **juros** de 2,5% a.a. e prazos de 36 meses para o primeiro e 60 meses para o segundo. Essas condições são muito atrativas mesmo para os negócios cujo fluxo de caixa não tenha sofrido impacto tão significativo.

O senhor vislumbra quais tipos de oportunidades em meio a esse cenário de incertezas? Quais setores estão crescendo ou podem crescer num curto intervalo de tempo?

Negócios que possam rapidamente se adaptar a um processo de digitalização, que já vinha acelerado, atravessarão melhor esse momento

e também desfrutarão de um retorno mais rápido pós-pandemia. A gente vem observando que empreendimentos em diversos setores imprimiram velocidade a esse processo de mudança da plataforma presencial para a plataforma digital, a exemplo de alimentação pronta, supermercados e similares, perfumaria e cosméticos, entre outros. Os serviços sob demanda também estão observando crescimento, a exemplo das plataformas de streaming provedoras de entretenimento. O setor de comunicações pode também sair fortalecido diante da demanda colossal de tráfego de dados que a redução da mobilidade social passa a exigir em virtude da mudança do perfil de consumo. Entre os setores convencionais, algumas indústrias identificam oportunidades de manutenção dos seus negócios e até mesmo de expansão, modificando sua planta industrial para produção de produtos com demanda aquecida, a exemplo de EPI's e álcool em gel, inclusive aqui no Rio Grande do Norte. Mesmo entre os setores mais impactados, a exemplo de turismo e entretenimento, vem sendo observado estratégias que minimizem os impactos da crise no caixa das empresas, como as vendas antecipadas de pacotes para utilização em médio e longo prazo. É muito importante ao empreendedor, neste momento, manter-se atento às oportunidades de reinvenção. Mesmo aqueles negócios com características muito cartesianas certamente admitem modificações para atravessar melhor esse período. Não identificar uma oportunidade de reinvenção imediata não quer dizer necessariamente que ela não exista. O momento exige persistência e resiliência. O setor produtivo é um grande propulsor do desenvolvimento da sociedade e merece a atenção de todos os agentes.

**Assuntos e Palavras-Chave: FECOMÉRCIO-
RN - ECONOMIA**

Turismo: o grito por socorro no RN



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Autor: Rodrigo Freire

Foto: reprodução

Se o setor empresarial do turismo, uma das indústrias fortes na **economia** potiguar, amarga prejuízos nesses tempos de coronavírus, vocês imaginem os funcionários e os autônomos que sobrevivem exclusivamente das atividades turísticas.

Um exemplo são os guias de turismo. A

situação é tão crítica, que o Sindicato dos Guias de Turismo do Rio Grande do Norte (Singtur) criou uma campanha para arrecadar alimentos para esses profissionais que vivem, e sobrevivem, em guiar visitantes por roteiros turísticos do nosso estado?um dia turístico

Foram os primeiros a serem atingidos por essa cruel epidemia. E provavelmente os últimos a serem reinseridos ao **mercado**.

A campanha conta com um traller, cedido pelo Sinditransur no RN (Sindicato das Empresas transportadoras Turísticas), está estacionado em frente ao Hotel Praiamar Express, ao lado do Restaurante Camarões, na Av. Roberto Freire, em Ponta Negra, para arrecadar alimentos que são destinados aos guias, aberto das 8h às 18h.

Presidente do Singtur, Júnior Lima diz que os poderes públicos e o chamado trade turístico ainda não indicaram providência para superar este momento crítico. 'Os guias estão à deriva e com o único apoio de seu sindicato que está captando recursos'.

Em conversa com o portaldaaabelhinha, diz que as expectativas são as 'piores possíveis', que este é um **mercado** que 'sofrerá uma forte

lentidão na sua recuperação, pois turismo não é tido como prioridade', lamenta.

Sobre ações das secretarias de Turismo do estado e do município, é taxativo:

- Estão apáticas e inertes, o setor agonizando e sem nenhuma proposta plausível.

Sobre o empresariado do setor:

- A situação do empresariado é a pior possível, um verdadeiro abandono, falta diálogo do poder público local, incentivos e nenhuma expectativa. Um caos.

Sobre parcerias para superar a crise:

- Poucas. A Prefeitura de Natal, através da Semtas, fez uma doação de cestas básicas à nossa categoria, por meio do vereador Felipe Alves. Assim como o portaldabelhinha, o blogueiro Bruno Giovanni, o empresário André Dantas, através da Banda Saia Rodada e do cantor Luan Estilizado; anônimos que se comovem com a situação dos guias e instituição beneficente.

De perspectivas:

- Não existem perspectivas, tampouco planos para os nossos profissionais, pois quase que a sua totalidade é formada por autônomos e depende diretamente do turismo.

Por Eliana Lima

Assuntos e Palavras-Chave: FECOMÉRCIO-RN - ECONOMIA