

A large crowd of people at a concert, seen from behind, with their hands raised in the air. The scene is dimly lit, with bright stage lights creating a hazy, atmospheric effect. The text is overlaid on a teal rectangular box in the upper half of the image.

Impactos do Coronavírus no setor de eventos em Santa Catarina

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
de Santa Catarina

Impactos do Covid-19

Impactos do Coronavírus no setor de
eventos em Santa Catarina

Sumário

Introdução	3
Perfil das empresas entrevistadas	4
Impacto na cadeia produtiva	5
Negociações com clientes e fornecedores	6
Aprendizado – novas práticas sanitárias	7
Mudanças no comportamento dos consumidores	8
Perspectiva – cenários futuros	9
Considerações finais	10

Introdução

A pandemia causada pelo COVID-19 está causando grandes impactos na vida e nos negócios de várias maneiras. Uma das restrições impostas no período foi a suspensão de eventos públicos e grandes aglomerações, atingindo diretamente o mercado de eventos.

A cadeia produtiva deste setor envolve muitas empresas e trabalhadores, pessoas físicas e jurídicas, principalmente micro e pequenas empresas. Empresas que, por sua natureza de negócio, ficaram totalmente vulneráveis.

Neste contexto, a Fecomércio SC em parceria com a Ablutec e o Blumenau e Vale Europeu Convention Bureau desenvolveram uma série de entrevistas para compreender os impactos da pandemia de coronavírus no setor de eventos em Santa Catarina, compreender suas ações e expectativas de enfrentamento a esta pandemia.

As entrevistas foram realizadas entre os dias 03 e 13 de abril, com base em um questionário semiestruturado, com questões abertas e fechadas, possibilitando análises qualitativas e quantitativas. A seleção dos entrevistados levou em conta a atuação no setor de eventos do Vale Europeu e de cidades do estado com grande relevância neste mercado, sendo que podem ser considerados especialistas nos quesitos setor e abrangência. Os empresários manifestaram suas opiniões respondendo on-line a esta investigação.

Perfil das empresas entrevistadas

Foram entrevistados 28 empresários do setor de organização de eventos com empresas em cidades de Santa Catarina ou de outros estados com atuação em SC.

Distribuição das empresas por sede

Sede	Quantidade	%
Blumenau SC	14	50%
Joinville SC	3	11%
Itajaí SC	1	4%
Florianópolis SC	1	4%
São Bento do Sul SC	1	4%
Chapecó SC	1	4%
São José SC	1	4%
Pomerode SC	1	4%
Porto Alegre RS	2	7%
Tramandaí RS	1	4%
São Paulo SP	1	4%
Brasília DF	1	4%
Total	28	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Estas empresas entrevistadas respondem por 2.825 empregos diretos, têm diversos portes, de 0 a mais de mil pessoas empregadas.

Distribuição das empresas por porte

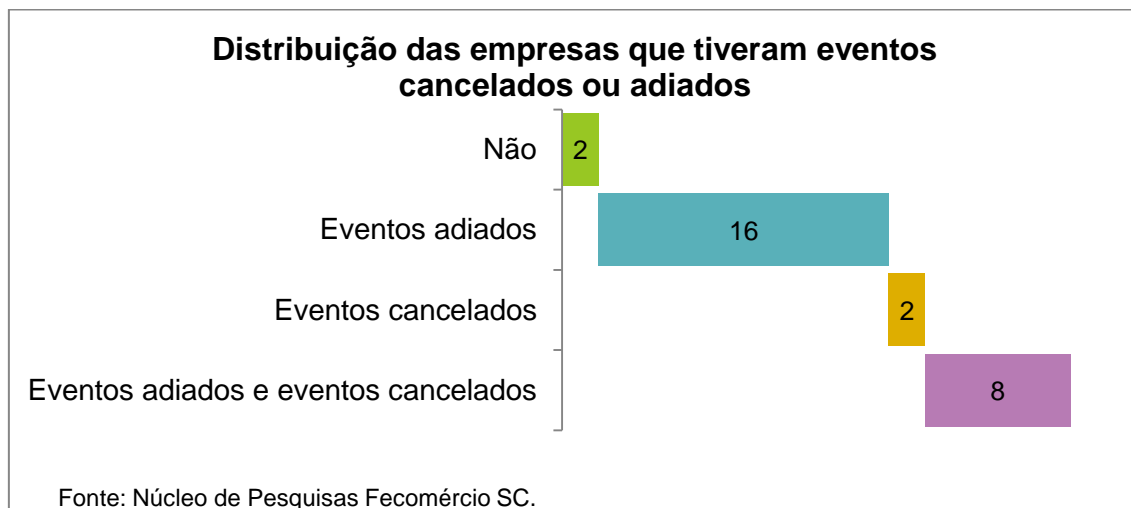
Porte	Quantidade	%
0 empregado	1	4%
De 1 a 4	8	29%
De 5 a 9	8	29%
De 10 a 19	3	11%
De 20 a 49	4	14%
De 100 a 249	3	11%
1.000 ou mais	1	4%
Total	28	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Segundo dados do Ministério do Trabalho apurados na Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), cuja última atualização refere-se ao ano de 2018, no Brasil existe 1.387 empresas organizadoras de eventos, com 40.906 pessoas empregadas. No estado de Santa Catarina são 386 empresas com 7.843 pessoas empregadas. Tanto no Brasil, como no Estado, 60% destas empresas têm de 1 a 4 pessoas empregadas. Apesar de seu pequeno porte é comum uma organizadora de eventos terceirizar a maior parte dos serviços, como tradução, recepção, áudio visuais, alimentação. Portanto, a cadeia produtiva deste setor pode ter uma dimensão exponencial por conta da sua abrangência na geração de emprego e renda.

Impacto na cadeia produtiva

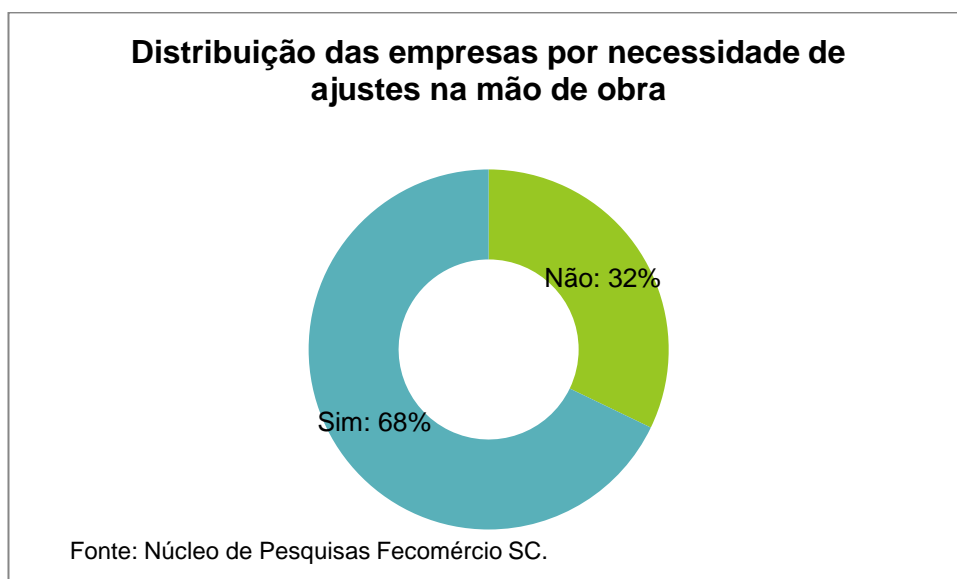
Em decorrência das restrições do coronavírus, muitas empresas tiveram eventos cancelados ou adiados. Nas entrevistas, a maioria dos empresários (16) afirmaram que tiveram eventos de suas agendas adiados, outros oito organizadores de eventos tiveram eventos adiados e também cancelados, apenas dois entrevistados não tiveram eventos cancelados ou adiados e, por fim, duas empresas tiveram eventos cancelados.



Esses números dizem muito sobre os reflexos nas empresas organizadoras de eventos. Além disso, a quantidade de eventos e o porte deles dá a noção do tamanho deste impacto. Foram **57 eventos adiados**, envolvendo um público estimado de **117.775 pessoas**. E com maior impacto, foram **18 eventos cancelados** com público estimados de **26.560 pessoas**.

O **impacto financeiro** estimado por estes empresários é de quase 23 milhões.

Como efeito direto no mercado de trabalho, mais da metade destas empresas preveem a necessidade de ajustes da mão de obra em decorrência do período da pandemia.



Dentre os ajustes citados, muitos não envolvem perdas significativas para os empregados, como a concessão de férias individuais, compensação de horas e trabalho remoto. No entanto, também foram citadas medidas que afetam o rendimento dos trabalhadores, como a redução de jornada com redução de salário e principalmente as demissões.

Distribuição das ações/ajustes previstos para a mão de obra

Ajustes mão de obra	Quantidade	%
Demissões/suspensão de contrato de trabalho	8	24%
Concessão de férias individuais (para aqueles empregados com período de aquisição vencido)	8	24%
Compensação de horas	7	21%
Redução de jornada com redução de salário	6	18%
Concessão de férias coletivas	4	12%
Trabalho remoto/Home Office.	1	3%
Total	34	100%

Os empresários que mencionaram as demissões como uma possibilidade de ajuste na mão de obra respondem por 8 empresas, todas com menos de 20 pessoas empregadas (pequeno porte) e contabilizaram a necessidade de 20 demissões no total. Contando que respondem por 56 empregos, isso representa 36% dos seus quadros funcionais, tornando este número mais expressivo.

Negociações com clientes e fornecedores

A principal orientação neste período de perdas e restrições tem sido a negociação dos contratos caso a caso, e os empresários do setor de eventos manifestaram algumas previsões com base nestes acertos. A maior parte dos eventos adiados que tiveram datas negociadas foram remarcados para o próximo semestre (17), 15 não tiveram agendamento de nova data e 4 eventos foram marcados para o próximo ano. Os demais não foram negociados.

Distribuição das negociações com clientes

Previsão de realização dos eventos adiados	Quantidade	%
No próximo semestre	17	47%
Não foi estabelecida nova data	8	22%
Assim que a situação permitir	7	19%
No próximo ano	4	11%
Total	36	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Estabelecendo a comparação com o total de eventos adiados ou cancelados (75) temos um montante de 48% dos eventos com algum tipo de perspectiva ou negociação. O que parece ser um percentual baixo pode indicar simplesmente postura do mercado de aguardar, uma vez que toda a cadeia terá que se reorganizar. A citação de um dos empresários entrevistados demonstra muito bem esta postura:

“O evento será realizado no segundo semestre, mas já estamos recebendo cancelamentos de contratos e negativa de potenciais expositores. Ainda não temos como mensurar o tamanho real do impacto que sofreremos.”

Nas negociações com fornecedores das empresas organizadoras de eventos também é possível perceber o clima de incertezas do setor. Muitos contratos foram adiados ou cancelados, um espelhamento das negociações com os clientes.

Distribuição das negociações com fornecedores

Negociações com os fornecedores	Quantidade	%
Adiamento de contratos	14	47%
Cancelamentos de contratos	6	20%
Tivemos alguns cancelamentos e alguns adiamentos de contrato	1	3%
Suspensão de contratos em andamento e renegociação de pagamentos para próximo ano	1	3%
Renegociação com toda cadeia de fornecedores também com clientes.	1	3%
Congelamento das negociações em andamento	1	3%
Atrasos de pagamentos	1	3%
Transferências hospedagens.	1	3%
Só estavam agendados	1	3%
Nenhuma ainda	3	10%
Total	30	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Outra questão muito relevante para o setor são as negociações entre organizadores e administradores de centros de eventos, logo, foram questionadas as medidas que os Centros de Eventos poderiam tomar para impulsionar a retomada das atividades do setor. Ao todo foram 23 citações, 7 envolvendo questões sanitárias e de higiene e também controle de acesso nos centros de eventos; outras 7 fazendo referencia às questões financeiras, como redução de custos e isenção de taxas, 2 falam das negociações e incentivos aos organizadores de eventos, como facilitar as negociações e agregar valor aos centros de eventos; 4 outras menções às questões de divulgação e de inovação. Um registro muito interessante abordou o tema de planejamento estratégico:

“Trabalhar com cenários de períodos até liberação da realização de eventos, para auxiliar no planejamento de eventos.”

Aprendizado – novas práticas sanitárias

Como consequência de um período de epidemia, algumas mudanças de paradigma são esperadas, e novas práticas sanitárias são iminentes. Para a realização de eventos futuros, grande parte das respostas cita o uso do álcool gel como prática sanitária a ser adotada. A segunda prática mais citada diz

respeito às recomendações legais e de órgãos de saúde, o que pode ser muito mais abrangente.

Distribuição das práticas sanitárias previstas

Práticas sanitárias para futuros eventos	Quantidade	%
Álcool gel e uso de equipamentos de proteção individual (luvas, máscaras)	9	35%
Seguir as recomendações legais e dos órgãos de saúde	8	31%
Controle de público/controle de acesso	3	12%
Higienização	3	12%
Sinalização/informações	2	8%
Instalações adequadas e alimentação saudável	1	4%
Total	26	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Além das preocupações com questões de higiene, limpeza e proteção individual, alguns empresários manifestaram a preocupação com o controle de pessoas. A citação a seguir resume bem esta noção:

“Nova forma de registro dos visitantes para evitar grandes aglomerações. Aumentar a equipe para que a limpeza seja feita constantemente, álcool gel em lugares estratégicos e assim por diante.”

Mudanças no comportamento dos consumidores

Muitas hipóteses acerca das mudanças no comportamento dos consumidores pós-pandemia estão sendo formuladas, as mais citadas pelos especialistas considerados nesta investigação foram: a preferências por eventos locais ou regionais para que o público possa evitar grandes deslocamentos aéreos, evitar a aglomeração de pessoas e a reavaliação do propósito dos eventos. Ainda assim alguns acreditam que o comportamento dos consumidores em relação aos eventos não será afetado.

Distribuição mudanças do comportamento consumidor

Mudanças no comportamento dos consumidores	Quantidade	%
Preferências por eventos locais ou regionais/evitar grandes deslocamentos aéreos	12	26%
Evitar aglomeração de pessoas	11	23%
Reavaliação dos propósitos dos eventos	11	23%
Acredito que o comportamento do consumidor não vai mudar	8	17%
Eventos para indústria com tecnologias sempre serão visitados	2	4%
Consumidor irá mudar regras de convívio, ainda difícil de prever.	1	2%
Haverá migração para eventos digitais	1	2%
Higienização e maior espaço entre os participantes	1	2%
Total	47	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Perspectiva – cenários futuros

Considerando os cenários futuros foi explorada a opinião dos organizadores de eventos quanto aos principais impactos da crise no setor em Santa Catarina e nas próprias empresas. Foram recorrentes as citações:

- Redução no número de eventos;
- Baixa no número de participantes nos eventos;
- Redução de investimento por parte dos expositores;
- Demissões;
- Impacto financeiro (recessão).

Um depoimento resumiu muito bem o cenário de recessão previsto pelos especialistas:

“Não haverá crescimento dos eventos, haverá uma grande redução de investimento por parte dos expositores, e uma desistência significativa de empresas expositoras.”

A seguir um depoimento emblemático desta visão:

“Em curto prazo, novos cancelamentos, e em longo prazo volta à normalidade se os promotores, montadoras e locais dos eventos se adequaram ao novo mercado, pois lojas não irão vender o mesmo que vinham vendendo, logo não irão comprar mais, assim expositores irão vender menos e não pagarão o que os promotores pedirem. Todos terão que se ajustar para se manter, algo muito difícil devido os custos.”

Outras declarações foram mais otimistas e consideraram um cenário futuro apenas com adiamentos e a retomada gradual dos eventos, e o seu replanejamento.

Considerações finais

A cadeia produtiva do negócio de eventos envolve inúmeros agentes de setores distintos. Quando uma empresa organiza eventos, uma rede de serviços de diversos tipos é utilizada, tais como locação de espaços, locação de equipamentos áudio visuais, serviços de alimentação, hotelaria, mão de obra para todos os setores envolvidos, transporte e logística e muitos outros que possam proporcionar uma experiência única para o cliente e seus convidados. Logo, o impacto direto dos efeitos da pandemia do coronavírus serão replicados por toda a cadeia, atingindo muitas empresas e pessoas.

As entrevistas com especialistas, empresários do setor de organização de eventos, mostram um cenário de insegurança e instabilidade, mas, apesar disso, de resiliência. A maior parte dos eventos promovidos por estas empresas foi adiada, o que demonstra uma intenção dos promotores de retomar os negócios, e a perspectiva de novo agendamento destes eventos para o próximo semestre reforça esta noção.

No setor de eventos a negociação é ferramenta fundamental para o sucesso do negócio, como prova disso muitas delas foram realizadas e citadas, com fornecedores, clientes (promotores) e centros de eventos. Mesmo assim, com eventos cancelados e adiados, as perdas financeiras estimadas por estes empresários foram muito elevadas e, em decorrência, algumas demissões foram inevitáveis.

Muitos ajustes e negociações com os atores desta cadeia produtiva já foram realizados visando mitigar os impactos da pandemia no setor de eventos, mas as perspectivas para este setor são muito incipientes, pois dependem de respostas às questões epidemiológicas, de comportamento dos consumidores e impactos financeiros, questões que ainda não são claras. O que mais se destaca, reunindo as opiniões dos especialistas, é que o setor está disposto a realizar as mudanças necessárias para retomar as atividades e, mais do que isso, está disposto a se reinventar.