



**IMPACTOS DO CORONAVÍRUS  
(COVID-19) NO COMÉRCIO DE  
BENS E SERVIÇOS DE MATO  
GROSSO DO SUL:**

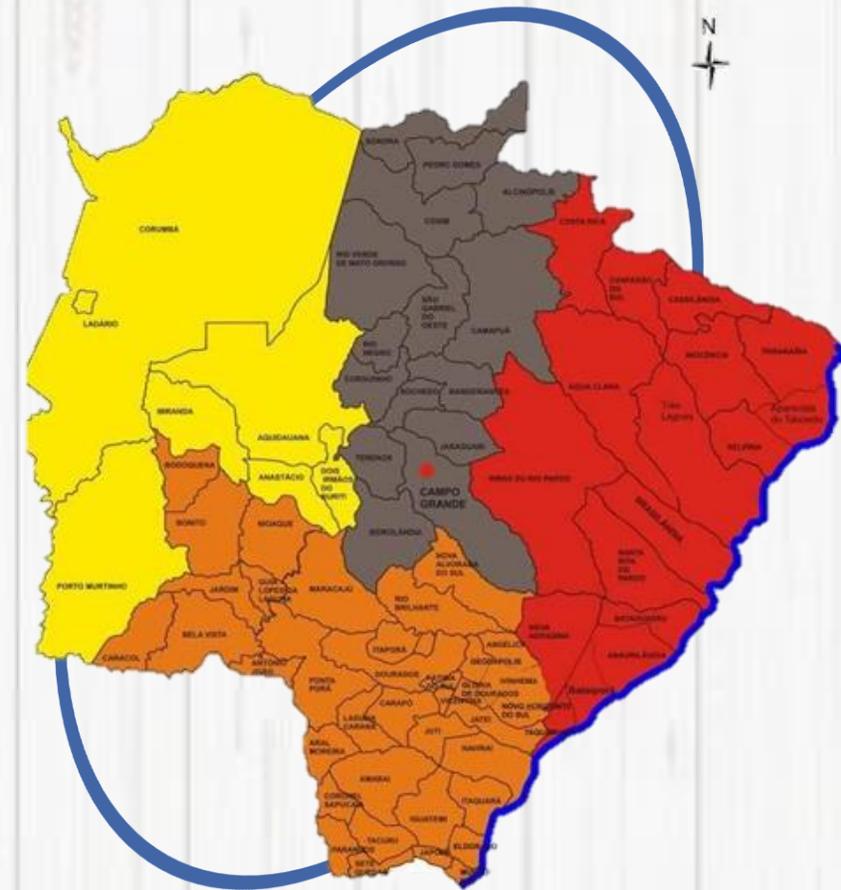
---

**CENÁRIOS, PERSPECTIVAS E PERCEPÇÕES  
DE EMPRESÁRIOS E CONSUMIDORES**

Será que os impactos do coronavírus (Covid-19) foram os mesmos em todas as mesorregiões de Mato Grosso do Sul?

Houve alguma peculiaridade? Estratégias e expectativas diferentes?

Qual o cenário atual e as expectativas para o MS?

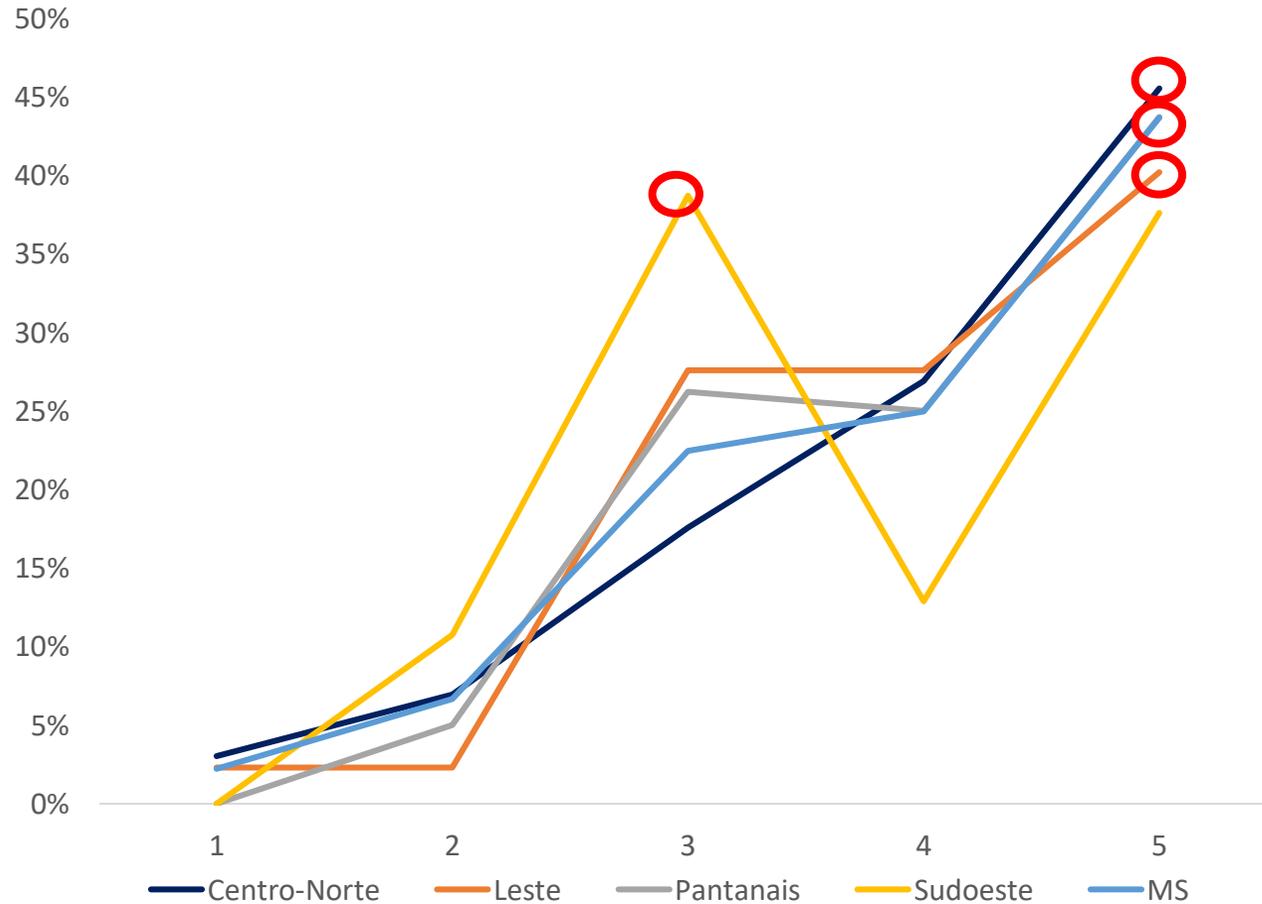


**LEGENDA**

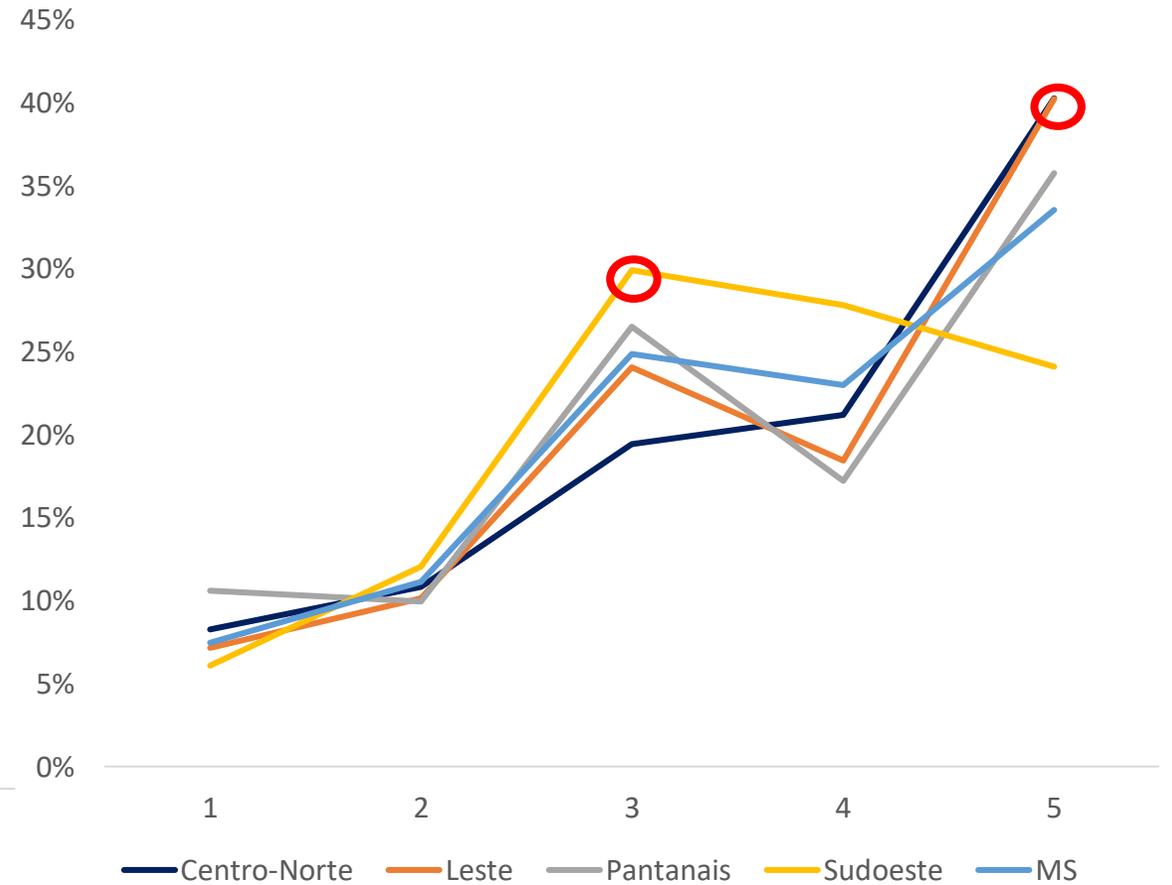
- Pantanais: Eixo Corumbá/Ladário
- Centro-Norte: Eixo Campo Grande e Coxim
- Leste: Eixo Três Lagoas
- Sudoeste: Eixo Dourados e Bonito

# Grau de medo/receio em função do Coronavírus (Covid-19) - 1 nada de medo; 5 muito medo

## Empresários

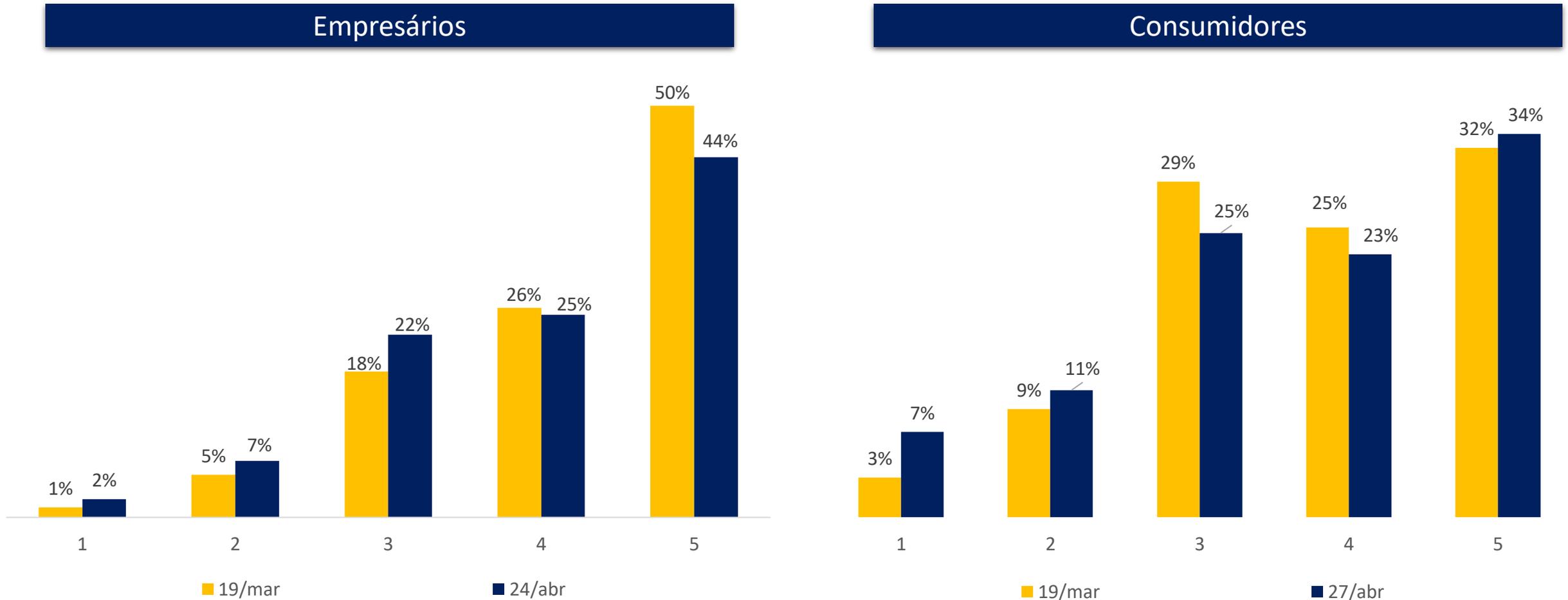


## Consumidores



Há um comportamento similar entre empresários e consumidores, visto que o menor nível de medo se concentrou no Sudoeste. Já no que tange ao maior nível de medo, ganhou destaque o Centro-Norte e, também no caso dos consumidores o Leste.

# Mas esse grau de medo/receio tem aumentado ou reduzido com o decorrer da pandemia do Coronavírus (Covid-19)?



Observa-se, que o nível de medo dos empresários em abril, na comparação a março deteve uma leve redução, já para os consumidores, o sentido foi contrário e, houve um singelo aumento. No entanto, quando se compara o percentual voltado ao nível 5, há destaque aos empresários (44%). Diante disso, pode-se dizer que os empresários possuem um maior receio/medo, que os consumidores, o que pode estar fortemente relacionado as preocupações acerca da sobrevivência dos negócios, principalmente, para as micro e pequenas empresas.

## O medo voltado a sobrevivência do negócio decorre, principalmente, do fato de que houve variações nas vendas e nas prestações de serviços...

Mas é necessário frisar que os comportamentos foram diferentes, a depender do segmento

Variações nas vendas	Centro-Norte	Leste	Pantanaís	Sudoeste	MS
Não houve alterações significativas	9%	16%	5%	3%	8%
Sim, houve aumento	4%	12%	10%	3%	7%
Sim, houve redução	87%	<b>72%</b>	86%	<b>93%</b>	85%

Segmentos	Não houveram alterações significativas	Sim, houve aumento	Sim, houve redução
Beleza	5%	<b>15%</b>	80%
Hotéis e eventos	8%	0%	92%
Nutrição e saúde	<b>25%</b>	<b>15%</b>	60%
Restaurantes e similares	0%	8%	92%
Roupas, sapatos e acessórios	5%	0%	<b>95%</b>
Supermercados e similares	<b>10%</b>	10%	81%

O Sudoeste, é a mesorregião com menor nível de medo, mas a que deteve os piores resultados. Já as com maior medo, como o Leste no caso dos consumidores, foi a que registrou o resultado menos pior. No que tange ao segmentos, o turismo e a moda foram os que apresentaram maiores reduções. Em beleza, nutrição, saúde, supermercados e similares houve a possibilidade de aumentos pontuais.

Apesar disso, os empresários, em sua grande maioria, não fizeram alterações no quadro de colaboradores:

Centro-Norte: 59%

Leste: 50%

Pantaneais: 67%

Sudoeste: 43%

MS: 56%

## Ao tentarem adotar algumas medidas para evitar demissões...

Concederam férias	1%
Optaram pela suspensão temporária de alguns contratos de trabalho	26%
Permitiram que os colaboradores trabalhem em casa	15%
Parte dos colaboradores foi dispensada momentaneamente, mas continuam pagando os salários ou parte dos salários	17%
Permitiram que os colaboradores façam revezamentos de horário	20%
Renegociaram os salários com os colaboradores	11%
Alteraram a carga horária dos colaboradores	31%
Fizeram alterações nos canais de venda e divulgação	71%

Os empresários também indicaram os mecanismos que poderiam amenizar os resultados negativos com as vendas:



**\*71% fizeram alterações nos canais de venda**

**\*54% pretendem manter essas alterações no pós crise**

**Indo até o cliente, medidas sanitárias, marketing, atendimento, vendas a distância**



# Mesmo assim, 38% dos empresários precisaram demitir e a queda média do faturamento foi de 46%

## Variações do quadro de colaboradores

A média de demissões foi de 2,3 empregos

Variações	Beleza	Hotéis e eventos	Nutrição e saúde	Restaurantes e similares	Roupas, sapatos e acessórios	Supermercados e similares
Entre -1 e -2	67%	44%	67%	22%	53%	46%
Entre -3 e -9	33%	44%	17%	78%	29%	23%
Entre -10 e -20	0%	0%	0%	0%	0%	23%
Entre -21 e -49	0%	11%	0%	0%	6%	0%
Acima de -49	0%	0%	0%	0%	12%	0%
Até 3	0%	0%	17%	0%	0%	8%

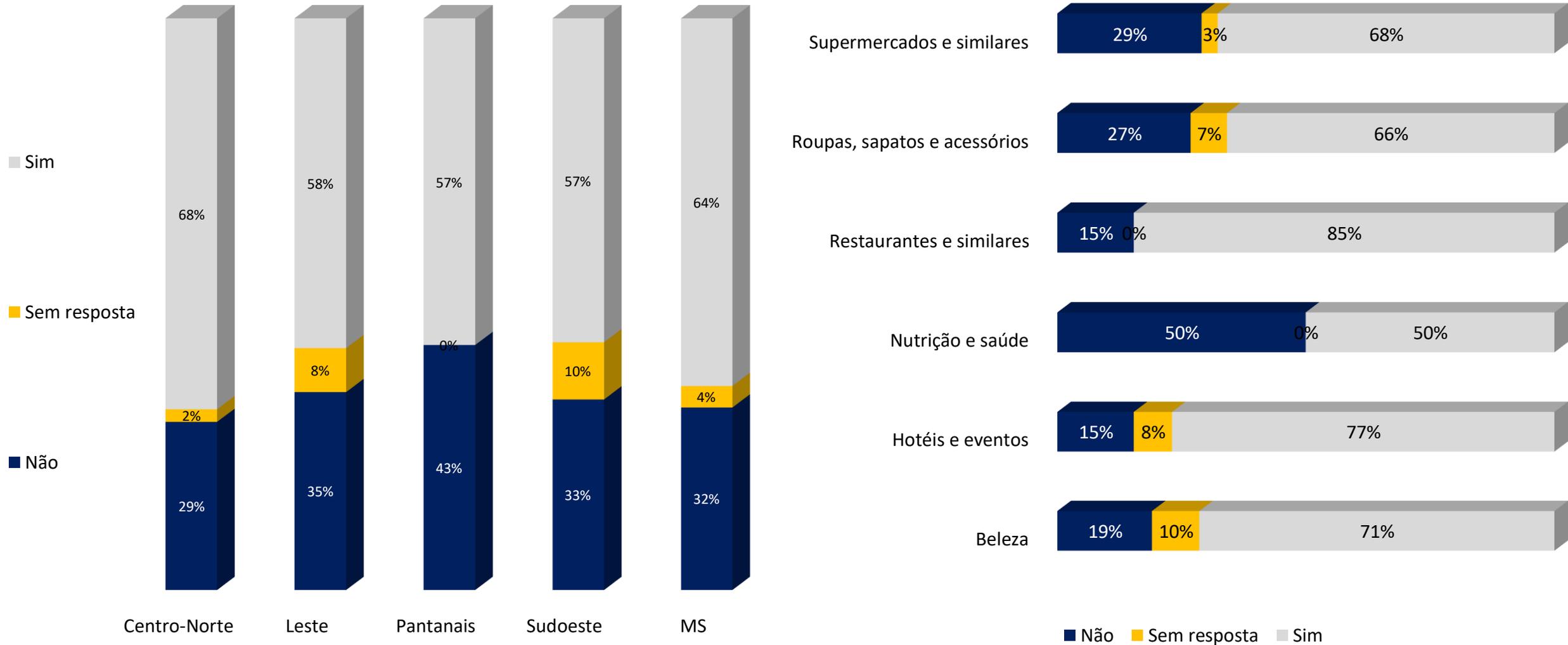
## Variações do faturamento

\*Os segmentos que tiveram mais impactos negativos sobre o faturamento foram os segmentos de hotéis, eventos, restaurantes e similares, cujas variações ultrapassaram 50%;

\*Os menores impactos ocorreram sobre o segmento de nutrição e saúde, bem como nos supermercados e similares, que tiveram alguns aumentos pontuais entre 10% e 50%.

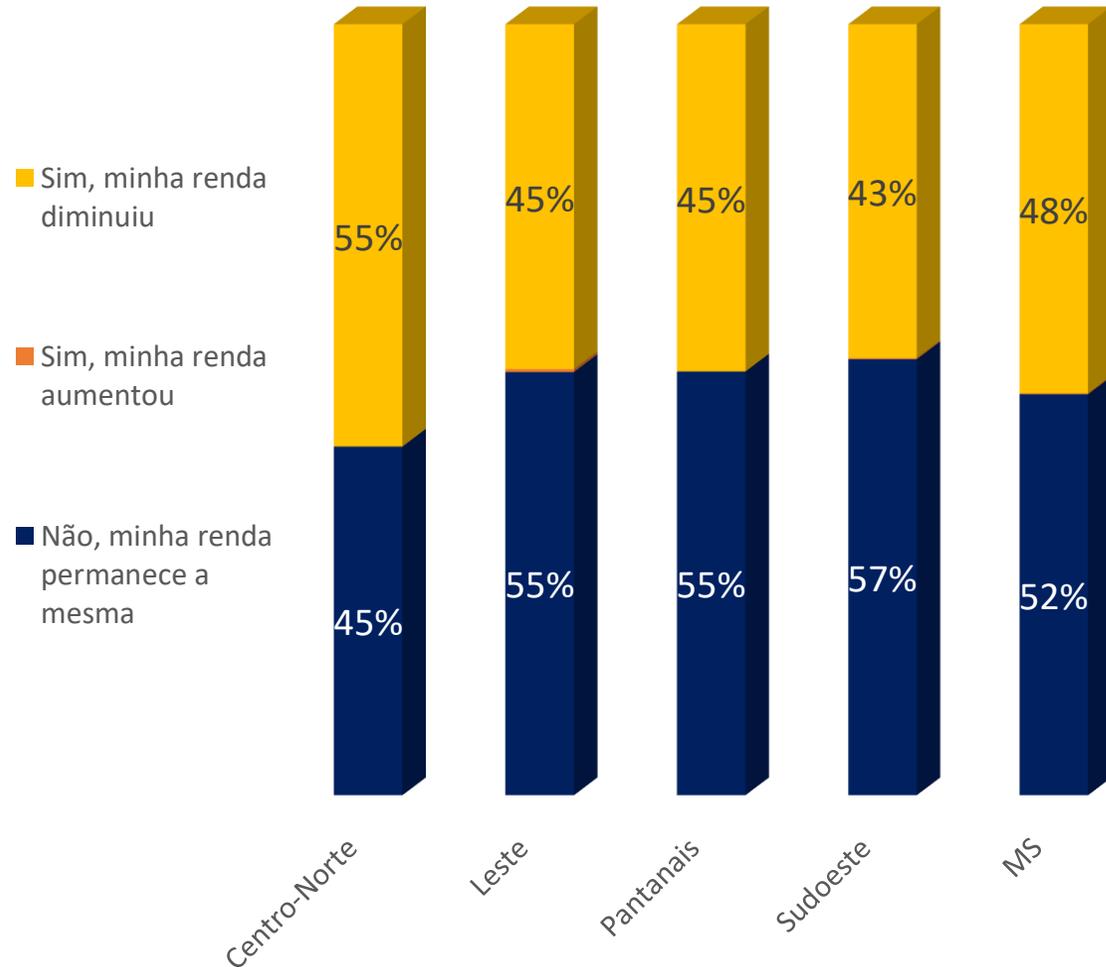
# Para esses empresários há ainda a possibilidade de utilização de crédito...

## Pretendem adquirir crédito:

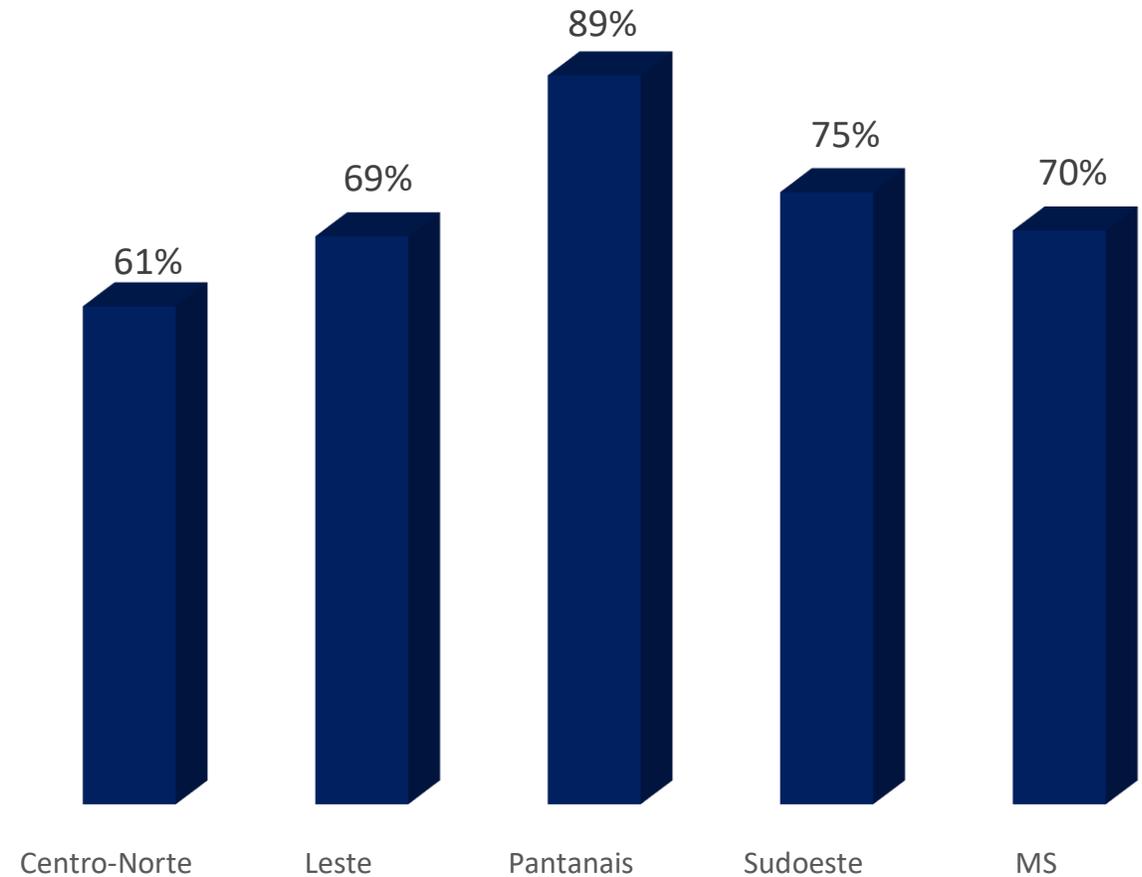


# Já do lado do consumidor...

## Variação da renda



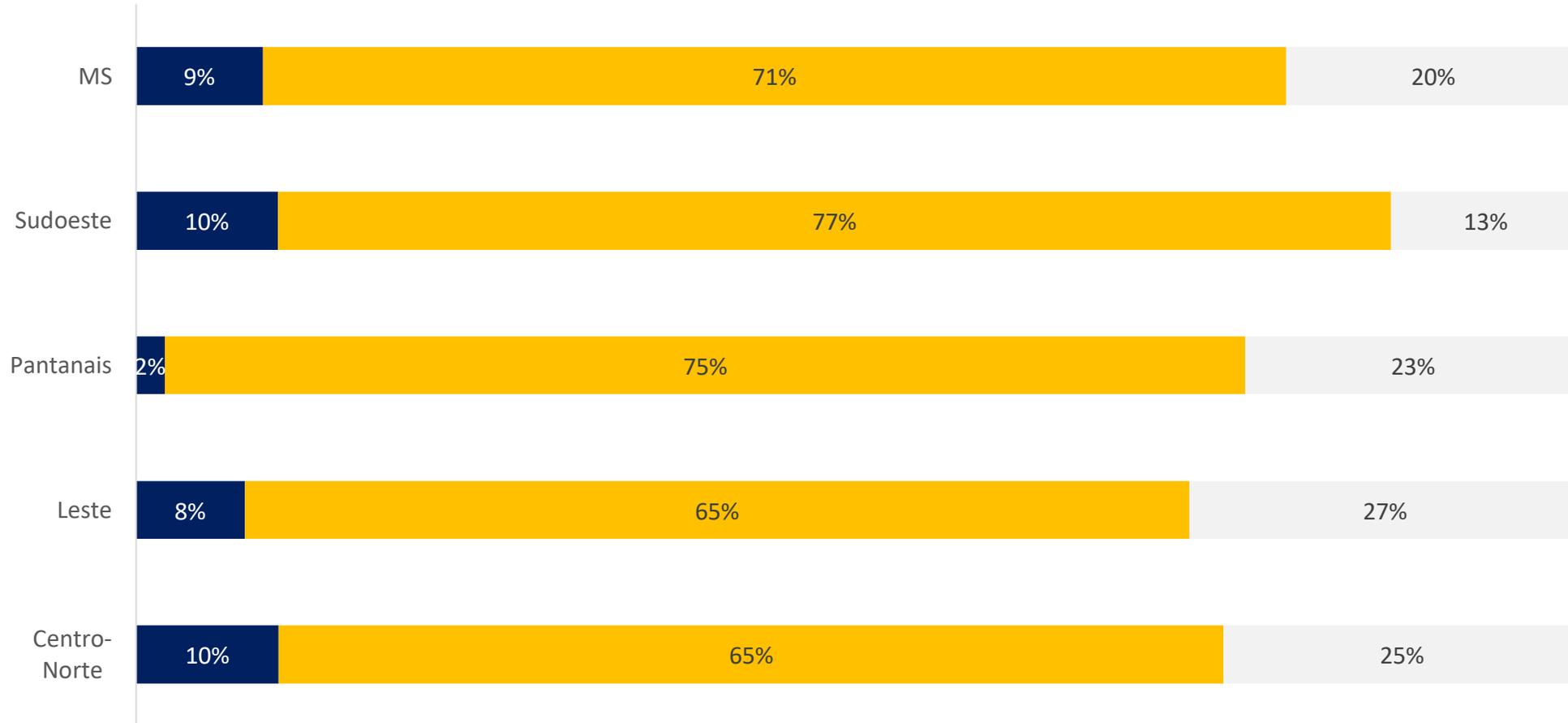
## No entanto, não precisarão de auxílio emergencial:



17% acreditam que manterão o mesmo nível de consumo, 77% estão revendo o nível de gastos

# Mas como está o comportamento do consumidor?

## Em quais momentos sai de casa?



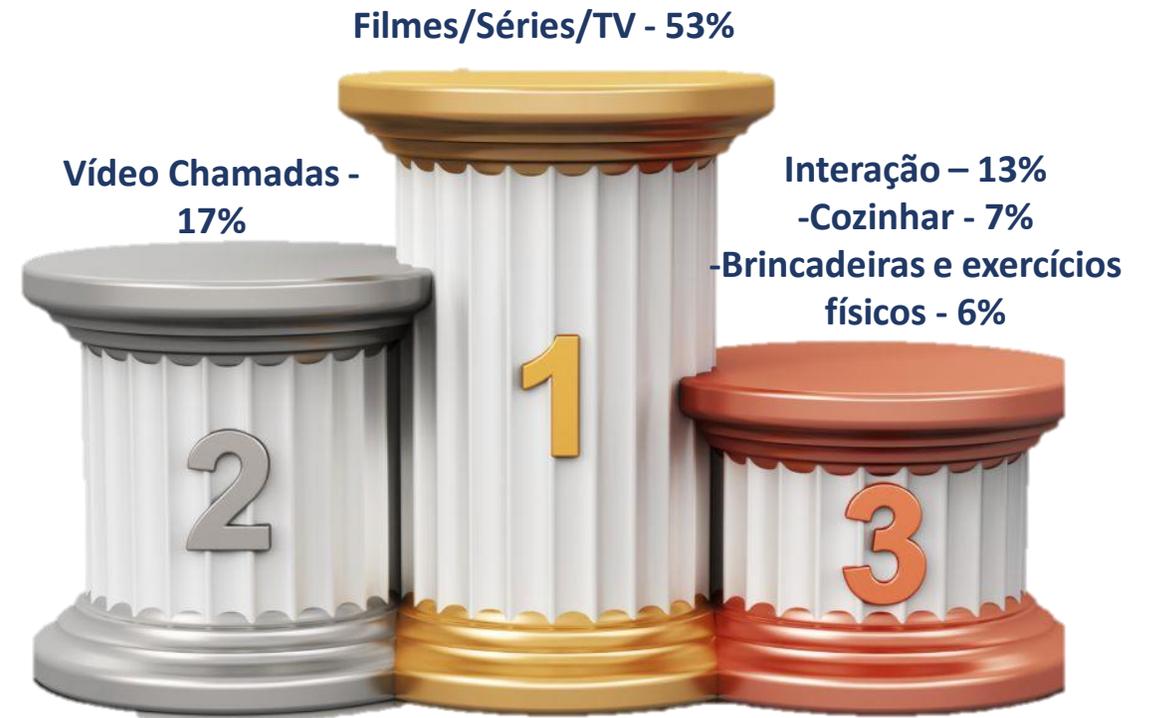
■ Não saio de casa em hipótese nenhuma ■ Saio apenas para atividades básicas, como ir ao supermercado, médico ou farmácia ■ Saio de casa normalmente

# Como está a rotina e os momentos de lazer dos consumidores?

## Top 3 – as maiores mudanças na rotina



## Top 3 – principais atividades nos momentos de lazer



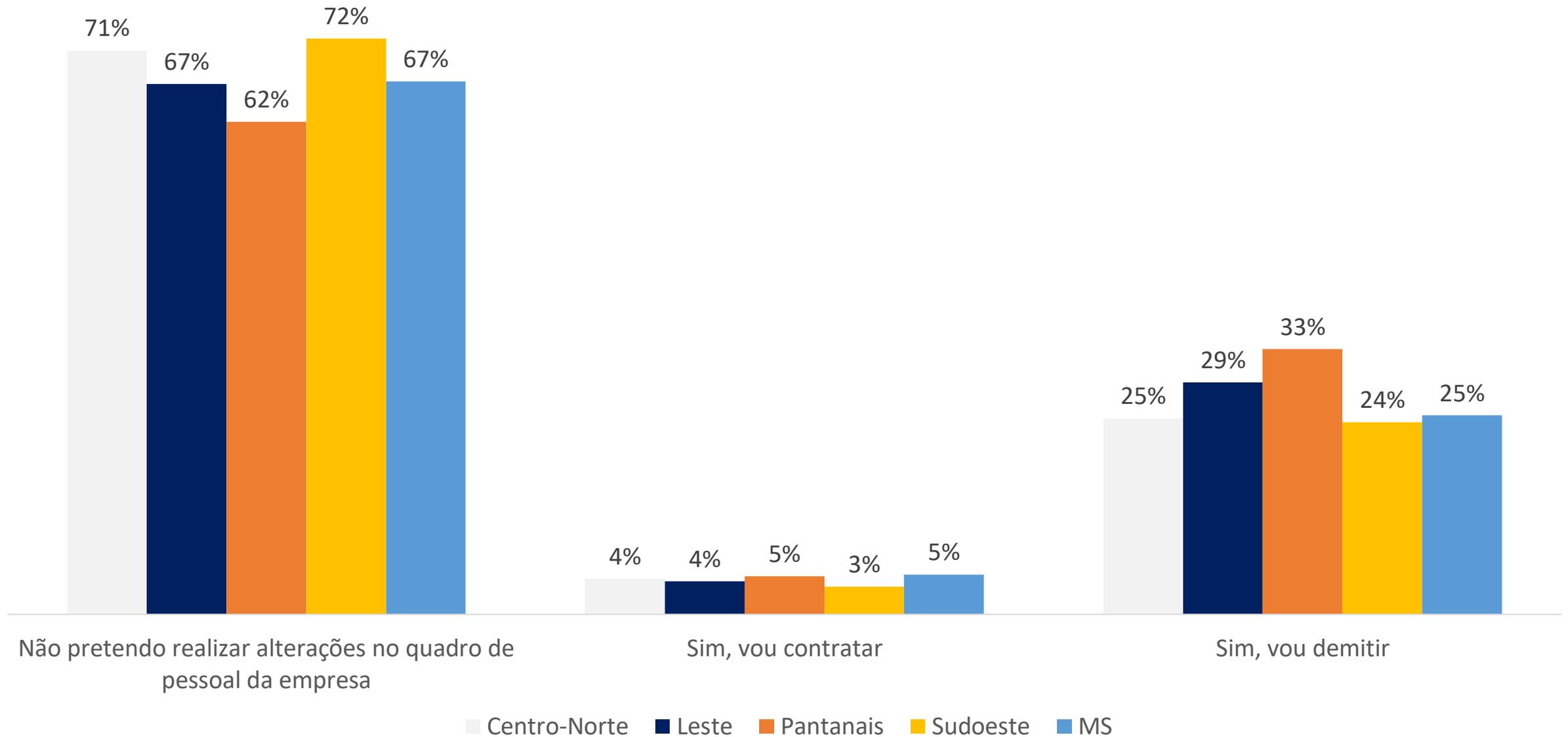
# Como os consumidores estão realizando as suas compras?

---

Mesorregiões	Canais Virtuais	Priorização comércio local, mesmo que a distância	Compraria voucher (compra futura)
Centro-Norte	40%	82%	52%
Leste	32%	83%	<b>68%</b>
Pantanaís	26%	<b>89%</b>	47%
Sudoeste	<b>42%</b>	76%	40%
MS	39%	80%	49%

---

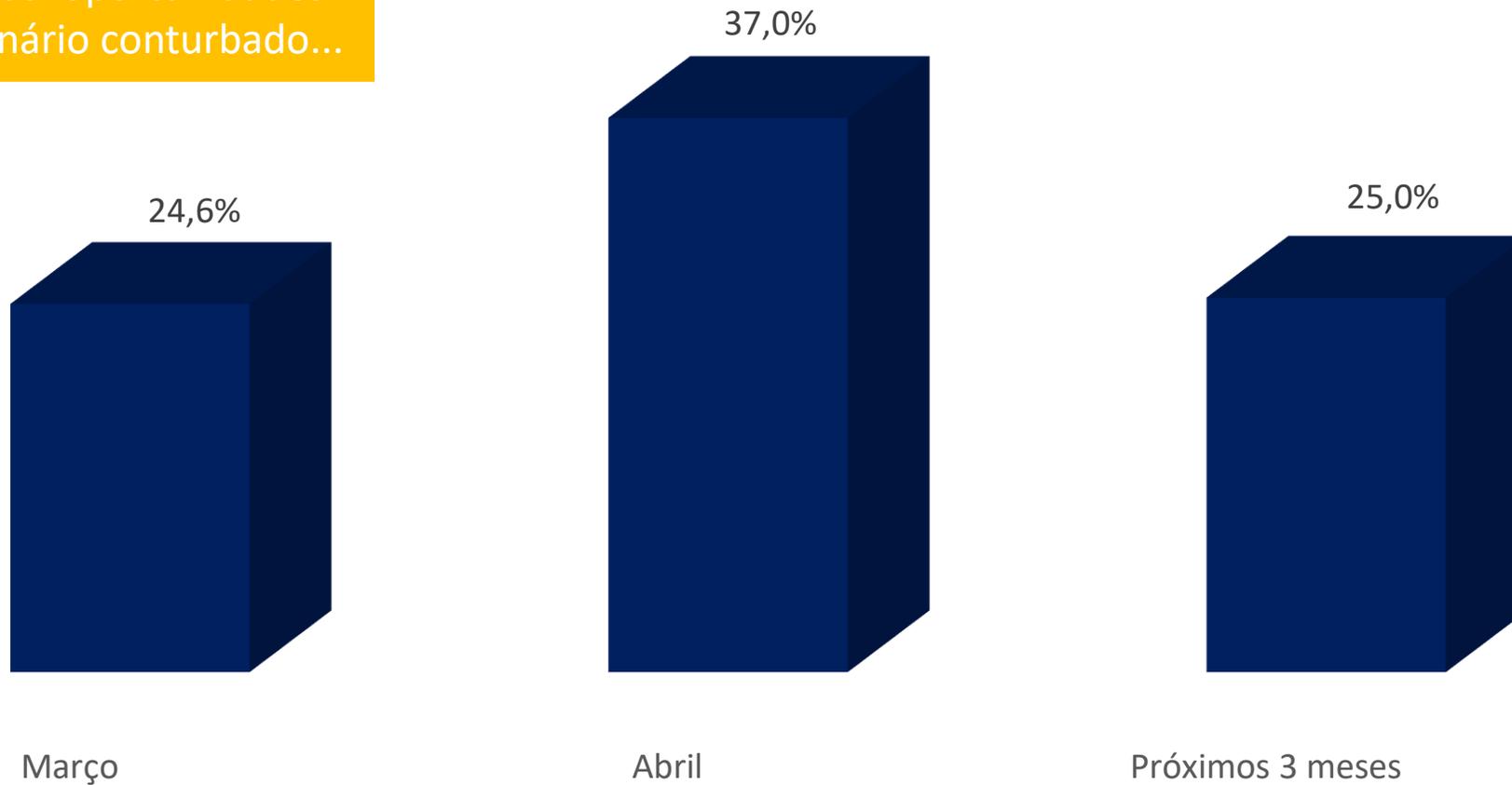
# Perspectivas da empregabilidade para os próximos 3 meses, na visão empresarial...



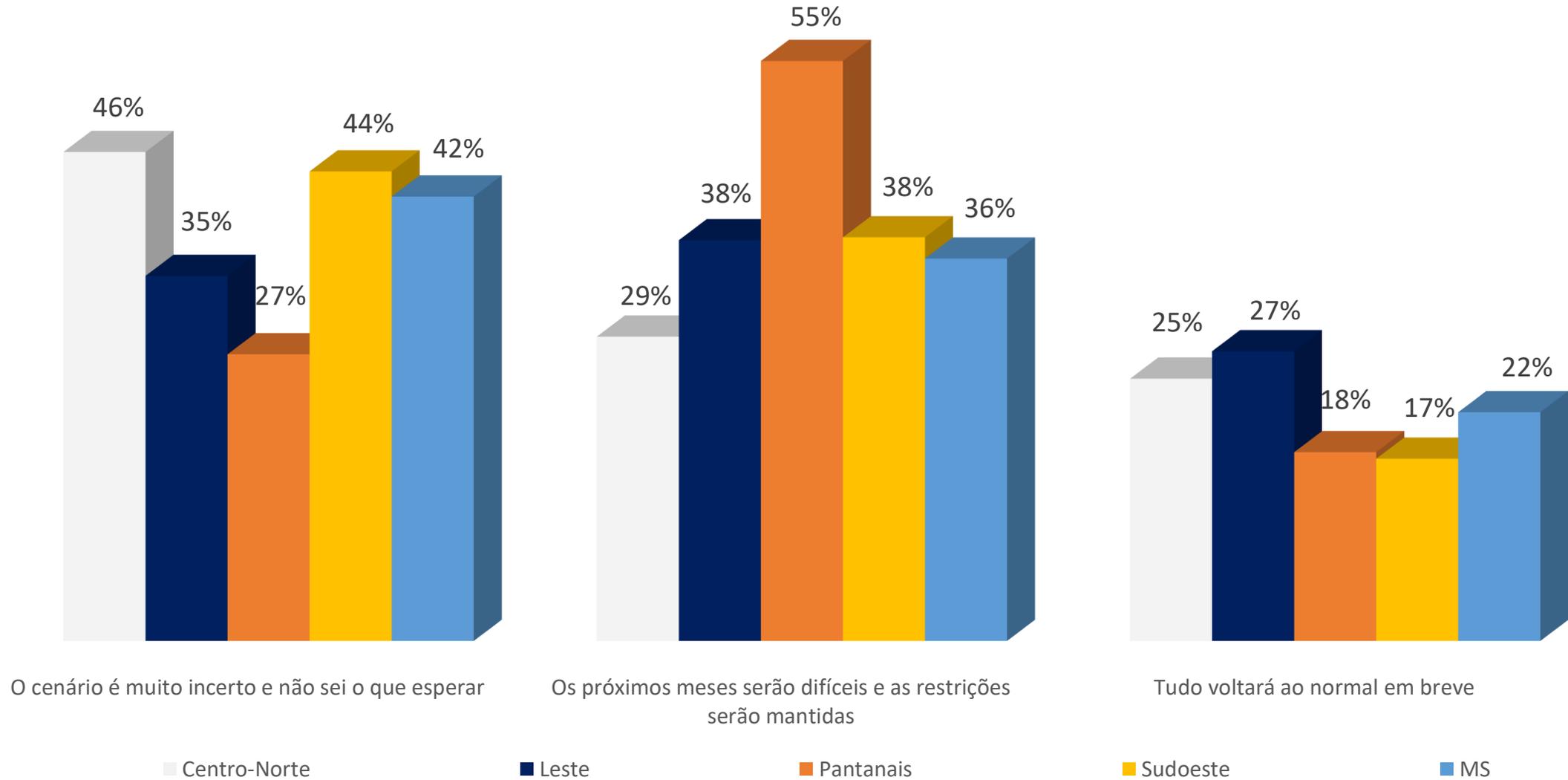
# Logo, as demissões deverão perder força para os próximos meses...

O que pode ser uma notícia positiva, pois com menos gente sendo demitida, mais renda garantida se tem no mercado, de forma a possibilitar o consumo e recuperação econômica...

Outra importante notícia é que pelo menos 5% devem contratar nos próximos 3 meses...portanto existem singelas oportunidades em meio ao cenário conturbado...



# Perspectivas de consumo para os próximos 3 meses...



# Perspectivas sobre a economia e os negócios...

Cenário econômico - próximos 3 meses	Centro-Norte	Leste	Pantaneais	Sudoeste	MS
<b>A economia será profundamente impactada e a recuperação será lenta</b>	88%	88%	90%	87%	88%
Haverá impacto econômico, mas quando as coisas voltarem à normalidade a recuperação será rápida	10%	8%	10%	13%	11%
Não haverá impacto econômico significativo	1%	0%	0%	0%	0,5%
Não sabe	1%	4%	0%	0%	1%

Abertura do comércio	Centro-Norte	Leste	Pantaneais	Sudoeste	MS
Concordo com a reabertura dos estabelecimentos, depois de passados os riscos e quando a pandemia estiver controlada	18%	23%	14%	33%	20%
<b>Concordo com a reabertura dos estabelecimentos, desde que sejam tomadas medidas preventivas e que evitem a aglomeração de pessoas</b>	70%	65%	81%	53%	68%
Concordo com a reabertura dos estabelecimentos, no Estado a pandemia está controlada	11%	12%	5%	13%	11%
Sem resposta	1%	0%	0%	0%	1%

# E passada a pandemia, o que os consumidores pretendem fazer?

Mesorregiões	Me manteria em casa o máximo do tempo possível até o fim da pandemia	Voltaria a frequentar apenas alguns lugares até que eu me sentisse seguro para voltar a sair de casa	Voltaria a frequentar estes locais e consumir normalmente
Centro-Norte	52%	34%	14%
Leste	39%	51%	10%
Pantanaís	25%	61%	15%
Sudoeste	33%	57%	10%
MS	40%	48%	12%

Diante dessa perspectiva no âmbito do consumidor, as predisposições mais rápidas ao retorno do consumo pós pandemia ocorrerá na mesorregião dos Pantanaís. Ficando evidente a necessidade de um maior esforço para a recuperação da confiança e expectativas dos consumidores, principalmente, na mesorregião Centro-Norte.

## Mesorregião Pantanais – Eixo Corumbá- Ladário

-  Nível de medo/receio em função do coronavírus igual a média do Estado
-  Houve redução nas vendas para 86% dos empresários
-  57% dos empresários pretendem adquirir crédito
-  67% não alteraram o quadro de colaboradores, o melhor resultado estadual
-  Para os 3 meses seguintes, 62% tentarão continuar com o quadro de colaboradores
-  90% dos empresários alteraram os canais de comercialização, o maior percentual do Estado
-  48% manterão essas alterações
-  43% alteraram a carga horária dos colaboradores
-  Passada a pandemia, a recuperação econômica tenderá a ser mais rápida, na comparação as demais mesorregiões



## Mesorregião Centro-Norte: Eixo Campo Grande/Coxim

-  Maior nível de medo/receio em função do coronavírus do Estado
-  Houve redução nas vendas para 87% dos empresários
-  68% pretendem adquirir crédito
-  59% não alteraram o quadro de colaboradores
-  Para os 3 meses seguintes, 71% tentarão continuar com o quadro de colaboradores
-  65% dos empresários alteraram os canais de comercialização
-  56% manterão essas alterações
-  32% alteraram a carga horária dos colaboradores
-  Passada a pandemia, a recuperação econômica será gradativa, haverá a necessidade de um resgate da confiança dos consumidores mais intensa, na comparação a outras mesorregiões



## Mesorregião Sudoeste: Eixo Dourados/Bonito

- Menor nível de medo/receio do Estado, em função do coronavírus
- Houve redução nas vendas para 93% dos empresários, a maior redução do Estado
- 57% pretendem adquirir crédito
- 43% não alteraram o quadro de colaboradores
- Para os 3 meses seguintes, 72% tentarão continuar com o quadro de colaboradores
- 83% dos empresários alteraram os canais de comercialização
- 63% manterão essas alterações
- 27% alteraram a carga horária dos colaboradores
- Passada a pandemia, a recuperação econômica será gradativa, até haver o resgate total da confiança da população



## Mesorregião Leste: Eixo Três Lagoas

-  Nível de medo/receio sobre o coronavírus abaixo da média nacional, mas significativa
-  Houve redução nas vendas para 72% dos empresários, a menor redução do Estado
-  58% pretendem adquirir crédito
-  50% não alteraram o quadro de colaboradores
-  Para os 3 meses seguintes, 67% tentarão continuar com o quadro de colaboradores
-  73% dos empresários alteraram os canais de comercialização
-  42% manterão essas alterações
-  27% alteraram a carga horária dos colaboradores
-  Passada a pandemia, a recuperação econômica será gradativa, até haver o resgate total da confiança da população



# PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

**Etapa consumidores: 1.717 questionários aplicados de 06 a 27 de abril, por telefone, 95% de nível de confiança e 5% de margem de erro**

**Etapa empresários: 217 questionários aplicados de 15 a 22 de abril, por meio do *google forms*, 95% de nível de confiança e 6,5% de margem de erro**  
**-Participação de 18 municípios.**

**Dados secundários: Impactos do coronavírus (março) – IPF, CDL e Sindivarejo de Campo Grande**

# REALIZAÇÃO



## COORDENAÇÃO E ANÁLISE DA PESQUISA

Daniela Teixeira Dias – IPF/MS

Vanessa Schmidt - SEBRAE/MS

## EQUIPE TÉCNICA – APOIO

Leandro Lins– ÓTIMA Consultoria e Inteligência de Mercado

Rodrigo Maia Marcelo Pirani – SEBRAE/MS

Sandra Amarilha – SEBRAE/MS

Isabela Carvalho Fernandes – SEBRAE/MS

Priscila Amanda Ducatti – SEBRAE/MS

Valmira Gomes Carvalho – FEECOMÉRCIO/MS

Priscila Ferraz – FECOMÉRCIO/MS