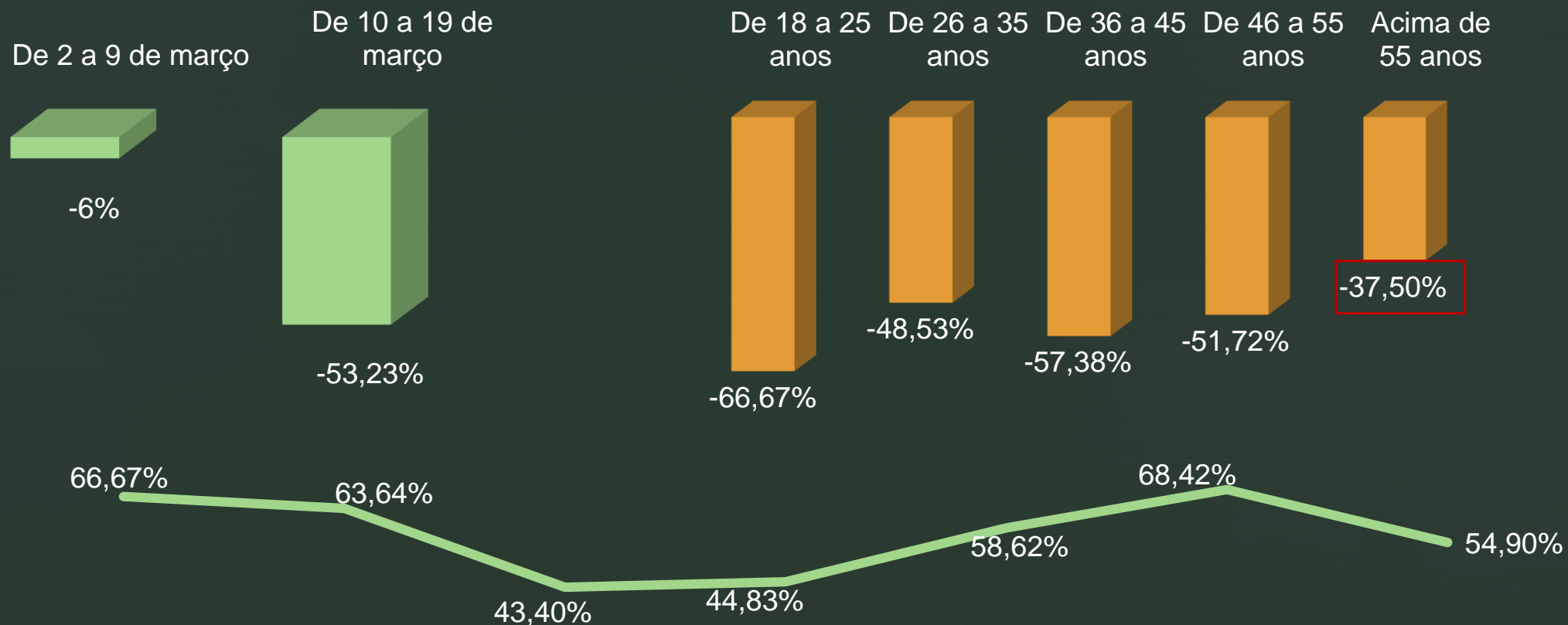


IMPACTOS DO CORONAVÍRUS SOBRE O COMÉRCIO DE CAMPO GRANDE/MS

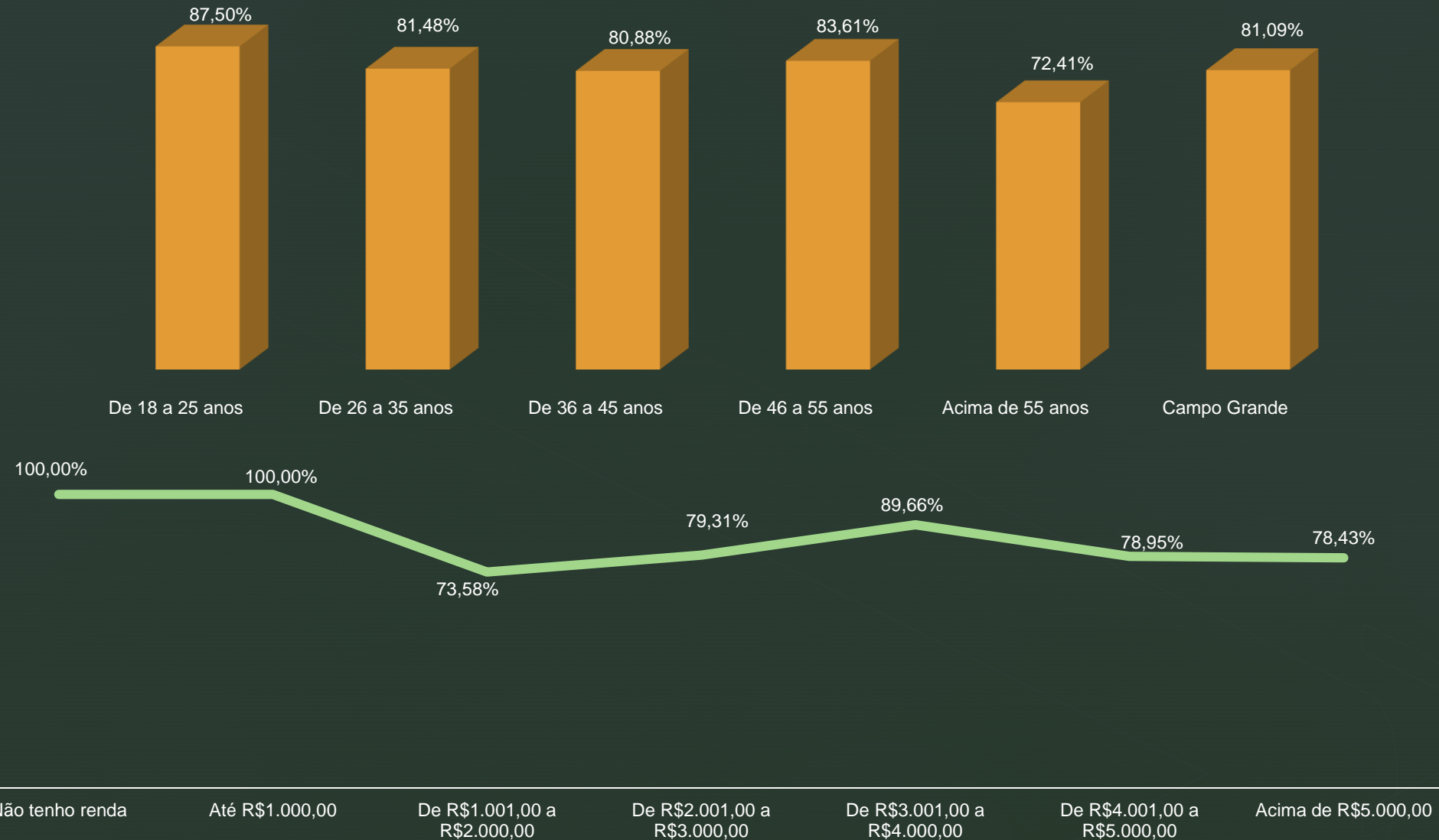


INTENÇÃO DE CONSUMO – COMÉRCIO EM GERAL

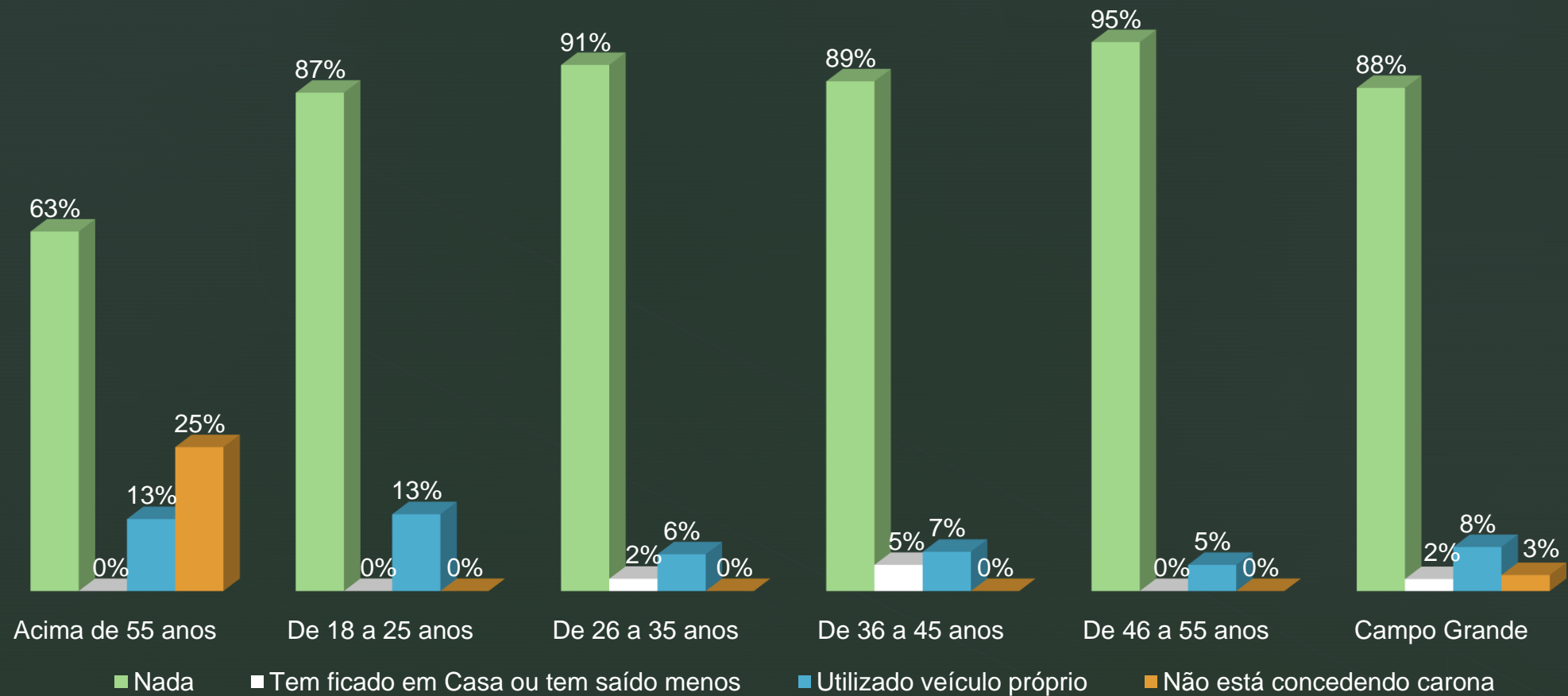


Não tenho renda Até R\$1.000,00 De R\$1.001,00 a R\$2.000,00 De R\$2.001,00 a R\$3.000,00 De R\$3.001,00 a R\$4.000,00 De R\$4.001,00 a R\$5.000,00 Acima de R\$5.000,00

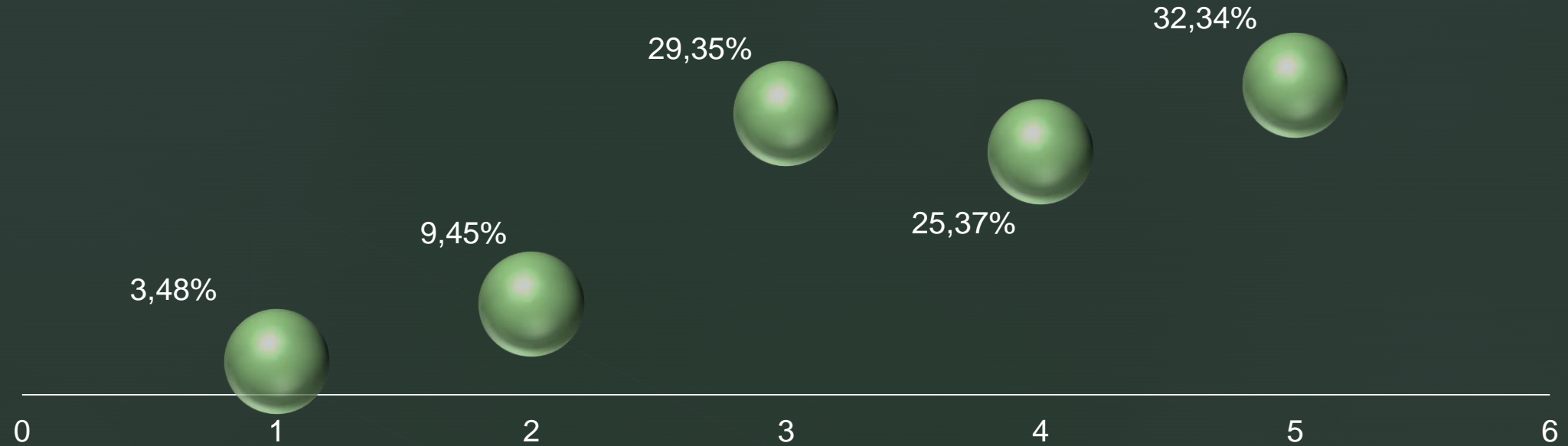
PREFERÊNCIA PELA REALIZAÇÃO DE REFEIÇÕES EM CASA



O QUE MUDOU NA LOCOMOÇÃO?



GRAU DE MEDO DA POPULAÇÃO



Grau de medo	De 18 a 25 anos	De 26 a 35 anos	De 36 a 45 anos	De 46 a 55 anos	Acima de 55 anos
1	3,70%	2,94%	3,28%	3,45%	6,25%
2	3,70%	10,29%	9,84%	10,34%	12,50%
3	18,52%	32,35%	26,23%	31,03%	43,75%
4	37,04%	23,53%	31,15%	17,24%	6,25%
5	37,04%	30,88%	29,51%	37,93%	31,25%

DE QUE OUTRAS FORMAS O CORONAVÍRUS TEM INTERFERIDO NA ROTINA DIÁRIA?

Medidas	Campo Grande	De 18 a 25 anos	De 26 a 35 anos	De 36 a 45 anos	De 46 a 55 anos	Acima de 55 anos
Deixou de participar ou reduziu a participação em reuniões de trabalho	30,85%	14,81%	33,82%	31,15%	44,83%	18,75%
Desmarcou ou adiou uma viagem de lazer/férias	16,42%	25,93%	10,29%	16,39%	17,24%	25,00%
Deixou de viajar ou reduziu a quantidade de viagens a trabalho	36,32%	33,33%	26,47%	40,98%	51,72%	37,50%
Não mudou nada na rotina	14,43%	14,81%	14,71%	14,75%	6,90%	25,00%
Melhorou a higienização pessoal	72,64%	59,26%	79,41%	75,41%	79,31%	43,75%
Deixou de ter ou reduziu momentos de lazer/entretenimento fora de casa	57,21%	51,85%	60,29%	62,30%	51,72%	43,75%
Deixou de ir ou tem visitado menos pais/avós	24,38%	7,41%	26,47%	32,79%	27,59%	6,25%
Deixou de ir ou tem ido menos a academia	24,38%	22,22%	29,41%	19,67%	31,03%	12,50%
Deixou de fazer ou está fazendo menos exercícios físicos	12,44%	7,41%	19,12%	9,84%	10,34%	6,25%
Comprou ou pretende comprar mais produtos nos supermercados e similares	32,34%	33,33%	35,29%	21,31%	41,38%	43,75%
Alterou as formas de cumprimento (abraços, beijos, apertos de mãos...)	26,37%	18,52%	29,41%	31,15%	20,69%	18,75%

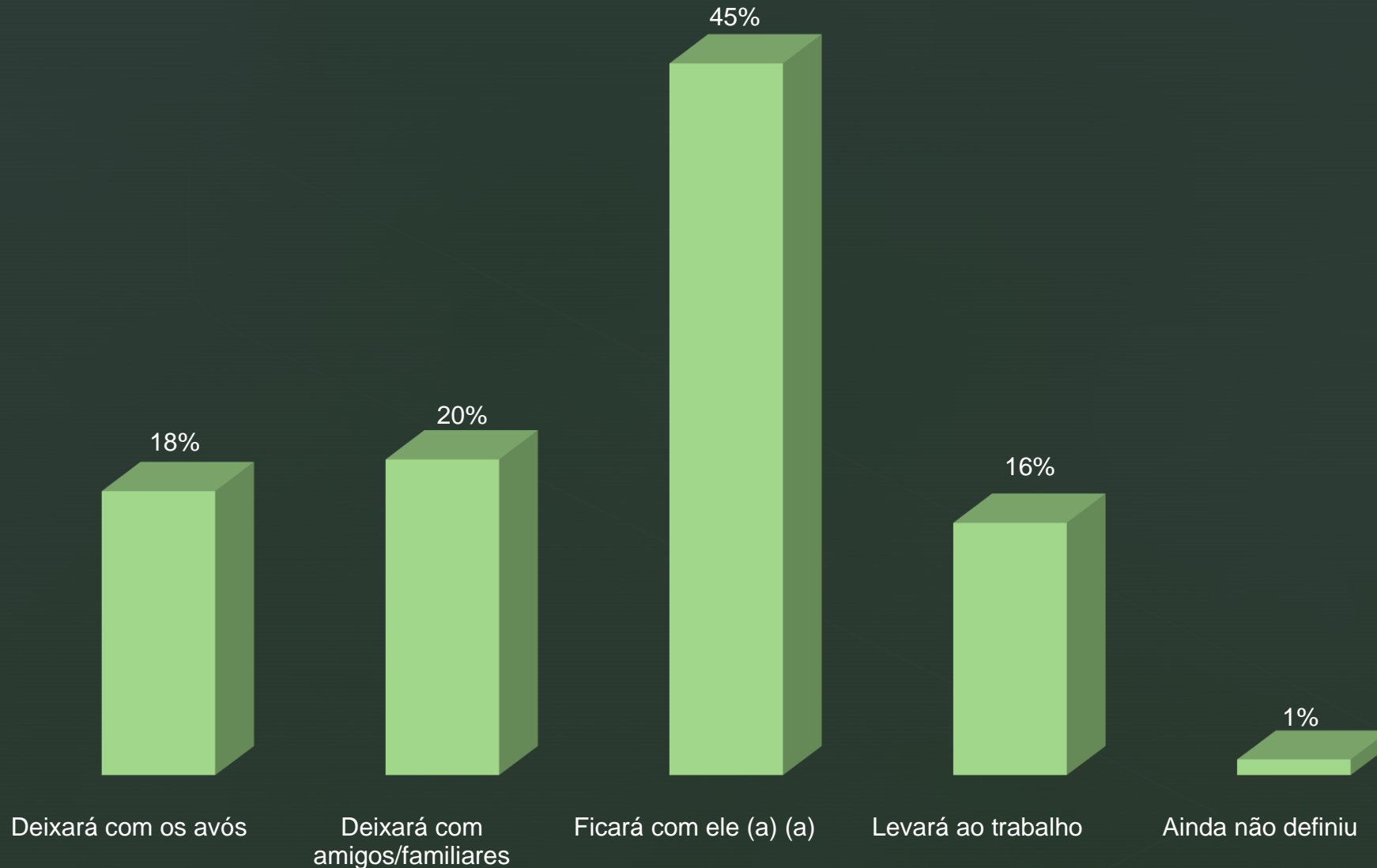
DE QUE OUTRAS FORMAS O CORONAVÍRUS TEM INTERFERIDO NA ROTINA DIÁRIA?

Medidas	Até R\$1.000,00	De R\$1.001,00 a R\$2.000,00	De R\$2.001,00 a R\$3.000,00	De R\$3.001,00 a R\$4.000,00	De R\$4.001,00 a R\$5.000,00	Acima de R\$5.000,00
Deixou de participar ou reduziu a participação em reuniões de trabalho	9,09%	26,42%	31,03%	27,59%	47,37%	39,22%
Desmarcou ou adiou uma viagem de lazer/férias	9,09%	11,32%	20,69%	17,24%	21,05%	19,61%
Deixou de viajar ou reduziu a quantidade de viagens a trabalho	18,18%	28,30%	37,93%	31,03%	42,11%	50,98%
Não mudou nada na rotina	0,00%	18,87%	17,24%	27,59%	5,26%	3,92%
Melhorou a higienização pessoal	72,73%	73,58%	68,97%	58,62%	84,21%	84,31%
Deixou de ter ou reduziu momentos de lazer/entretenimento fora de casa	45,45%	43,40%	65,52%	48,28%	84,21%	64,71%
Deixou de ir ou tem visitado menos pais/avós	9,09%	16,98%	24,14%	24,14%	31,58%	35,29%
Deixou de ir ou tem ido menos a academia	18,18%	20,75%	27,59%	10,34%	26,32%	35,29%
Deixou de fazer ou está fazendo menos exercícios físicos	18,18%	3,77%	24,14%	10,34%	15,79%	15,69%
Comprou ou pretende comprar mais produtos nos supermercados e similares	54,55%	15,09%	34,48%	31,03%	63,16%	35,29%
Alterou as formas de cumprimento (abraços, beijos, apertos de mãos...)	36,36%	28,30%	27,59%	24,14%	36,84%	21,57%

AS MULHERES MUDARAM MAIS OS HÁBITOS, EM RELAÇÃO AOS HOMENS

Medidas	Feminino	Masculino
Deixou de participar ou reduziu a participação em reuniões de trabalho	33,57%	24,14%
Desmarcou ou adiou uma viagem de lazer/férias	19,58%	8,62%
Deixou de viajar ou reduziu a quantidade de viagens a trabalho	39,16%	29,31%
Não mudou nada na rotina	10,49%	24,14%
Melhorou a higienização pessoal	76,92%	62,07%
Deixou de ter ou reduziu momentos de lazer/entretenimento fora de casa	65,03%	37,93%
Deixou de ir ou tem visitado menos pais/avós	26,57%	18,97%
Deixou de ir ou tem ido menos a academia	23,78%	25,86%
Deixou de fazer ou está fazendo menos exercícios físicos	13,29%	10,34%
Comprou ou pretende comprar mais produtos nos supermercados e similares	35,66%	24,14%
Alterou as formas de cumprimento (abraços, beijos, apertos de mãos...)	29,37%	18,97%

COM QUEM OS FILHOS FICARÃO, DIANTE DA SUSPENSÃO DAS AULAS?



IMPACTOS POR SEGMENTO (2 A 19 DE MARÇO)

88% DOS EMPRESÁRIOS DO COMÉRCIO DE BENS E SERVIÇOS ADMITIRAM QUEDA NAS VENDAS

Segmentos	Queda média	Queda Máxima registrada
Acessórios	-45%	-50%
Automotivo	-20%	-20%
Beleza	-70%	-100%
Comércio em geral	-50%	-100%
Construção Civil	-40%	-80%
Floricultura	-40%	-40%
Moda	-40%	-80%
Ótica	-50%	-60%
Restaurantes, bares, lanchonetes e similares	-50%	-90%
Serviços	-50%	-90%
Eventos	-95%	-100%

ESTIMA-SE, ENTRE OS DIAS 2 E 19 DE MARÇO, UMA QUEDA NA MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO SUPERIOR A **R\$90 MILHÕES** EM CAMPO GRANDE.

EM **UM MÊS**, CONSIDERANDO A SUSPENSÃO DO ATENDIMENTO PRESENCIAL DO COMÉRCIO DE CAMPO GRANDE (A PARTIR DE 21 DE MARÇO, A QUEDA PODERÁ SUPERAR OS **R\$270 MILHÕES**.

NO **MS** PODERÁ SUPERAR **R\$300 MILHÕES**.

ESSES VALORES PODERIAM SER AINDA MAIS RELEVANTES.

O AUMENTO DA DEMANDA POR PRODUTOS NOS SUPERMERCADOS E SIMILARES AMENIZOU OS IMPACTOS, VISTO QUE ESSE SEGMENTO CORRESPONDE A CERCA DE 50% DO PIB DA CAPITAL E DO MS.

DE ACORDO COM A **AMAS** (ASSOCIAÇÃO SUL-MATO-GROSSENSE DE SUPERMERCADOS) NÃO FALTARÃO PRODUTOS. POR ISSO, RESSALTA-SE QUE A COMPRA DEVE SER DO NECESSÁRIO, NÃO É PRECISO ESTOCAR.

-AINDA QUE FOSSE NECESSÁRIO ESTOCAR, UMA DEMANDA EXAGERADA, PODERIA OCASIONAR A FALTA DE PRODUTOS A OUTRAS PESSOAS;

-OS PRODUTOS, PRINCIPALMENTE, ALIMENTÍCIOS PODEM ESTRAGAR;

-UM AUMENTO EXAGERADO DA DEMANDA, PODE PROVOCAR O AUMENTO DOS PREÇOS, DADA A DIFICULDADE DE ENCONTRAR PRODUTOS ESPECÍFICOS.

“O MOMENTO É DE EMPATIA”

MEDIDAS ADOTADAS PELOS EMPRESÁRIOS ANTES DO DIA 21/03

No caso de possuir mais de uma loja que oferte os mesmos produtos, deixará apenas uma funcionando	1,68%
Tem renegociado prazos e pagamentos com fornecedores	13,41%
Tem realizado entregas de produtos em casa	29,05%
Tem realizado vendas a distância	30,17%
Tem permitido que os colaboradores trabalhem em casa	2,79%
Tem permitido que os colaboradores façam mais revesamentos no horário de almoço	4,47%
Tem realizado vendas a distância	5,03%
Os colaboradores estão utilizando máscaras	5,03%
Alterou o horário do funcionamento do estabelecimento	2,79%
Mudou o cumprimento (abraços, beijos, apertos de mãos...) com colaboradores e clientes	70,39%
Disponibilizou álcool para colaboradores e clientes	73,18%
Diminui/adiou/cancelou as viagens à trabalho	29,61%
Não adotou nenhuma medida	8,38%

EXPECTATIVAS EMPRESARIAIS PARA OS PRÓXIMOS DIAS ANTES DA SUSPENSÃO DO ATENDIMENTO PRESENCIAL DO COMÉRCIO

Redução do fluxo de pessoas	64,25%
Redução das vendas	69,27%
Fechamento temporário das lojas	23,46%
Redução do número de colaboradores	24,58%
Recuperação da economia	6,70%
Intensificação das vendas a distância	25,14%