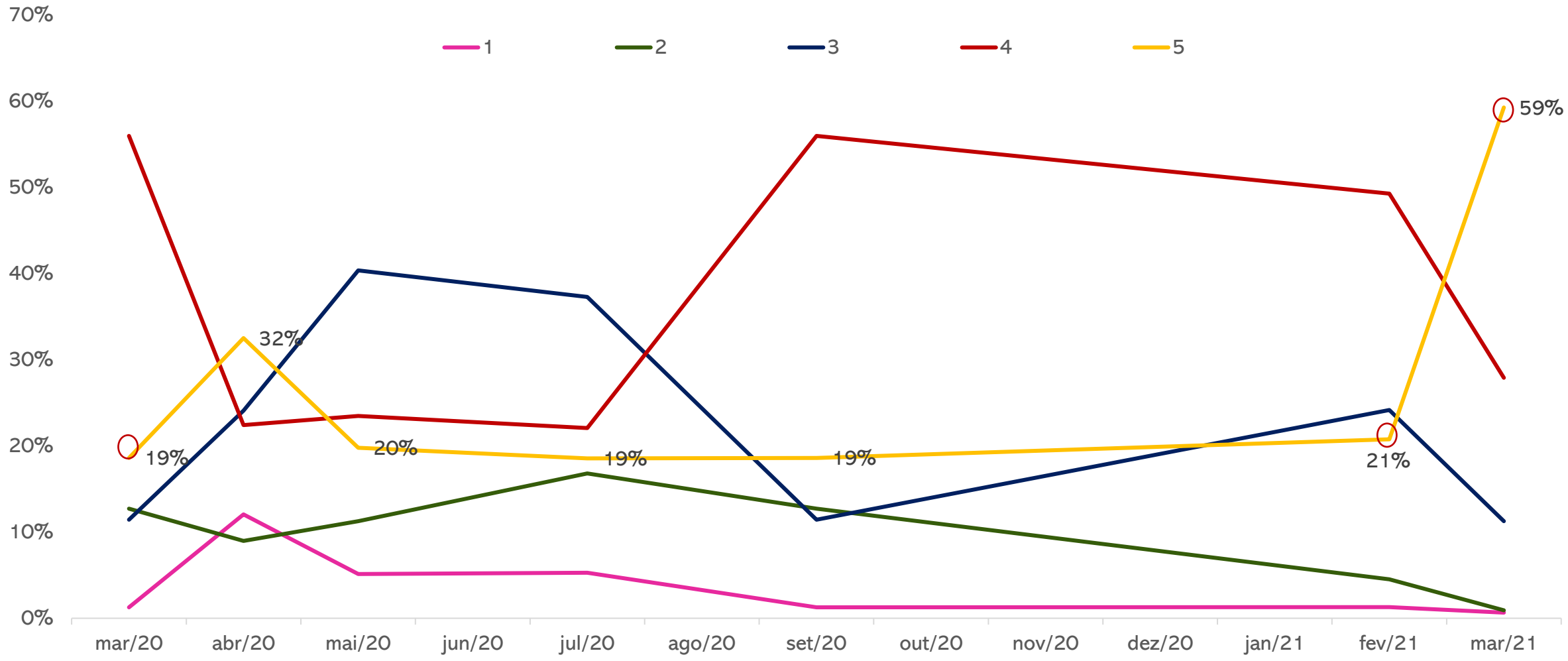
Cenário Mais Restritivo em meio a Pandemia do Coronavírus (Covid-19): Percepções Empresariais e dos Consumidores de Campo Grande/MS

Abril de 2021

Diante do aumento do número de contágios e do número de mortes em função da pandemia do coronavírus, bem como a necessidade de medidas mais restritivas que levaram a suspensão do atendimento presencial do comércio, o **nível de medo de grau 5 (muito medo)** do coronavírus e de seus efeitos sobre a economia, **aumentou em março + de 30 p.p.**, em relação a fevereiro de 2021...O maior nível já registrado durante a pandemia!



Apesar disso, 65% da população acredita que o ano de 2021 poderá ser melhor, que o de 2020...O maior nível de confiança está entre àqueles que possuem entre 51 e 60 anos.

65% acreditam que o ano de 2021 será melhor que o ano de 2020. Principalmente, devido ao início da vacinação.

35% acreditam na piora ou de que o ano de 2021 possa ser igual ao ano de 2020

Em meio a esse cenário, como foi a semana de trabalho da população durante o período de antecipação de feriado em Campo Grande?

- 2% - demitido (a)
- 36% não trabalharam
- 6% trabalharam em horário reduzido
- 34% ficaram em home office
- 26% trabalharam presencialmente

E o consumo nesse período?

O que as pessoas fizeram durante o período de antecipação do feriado?

- 13% foram a algum lugar mais calmo, como chácara, fazenda e outros ambientes, para uma maior contato com a natureza
- 14% continuaram saindo da mesma forma que durante semanas anteriores
- 3% aproveitaram a semana para momentos de lazer com amigos e/ou familiares
- 30% visitaram/ajudaram algum parente, familiar e/ou amigos mais próximos
- 39% não saíram durante a semana

Do que as pessoas sentiram mais falta durante o período de suspensão do atendimento presencial do comércio?

Restaurantes e similares (26%)

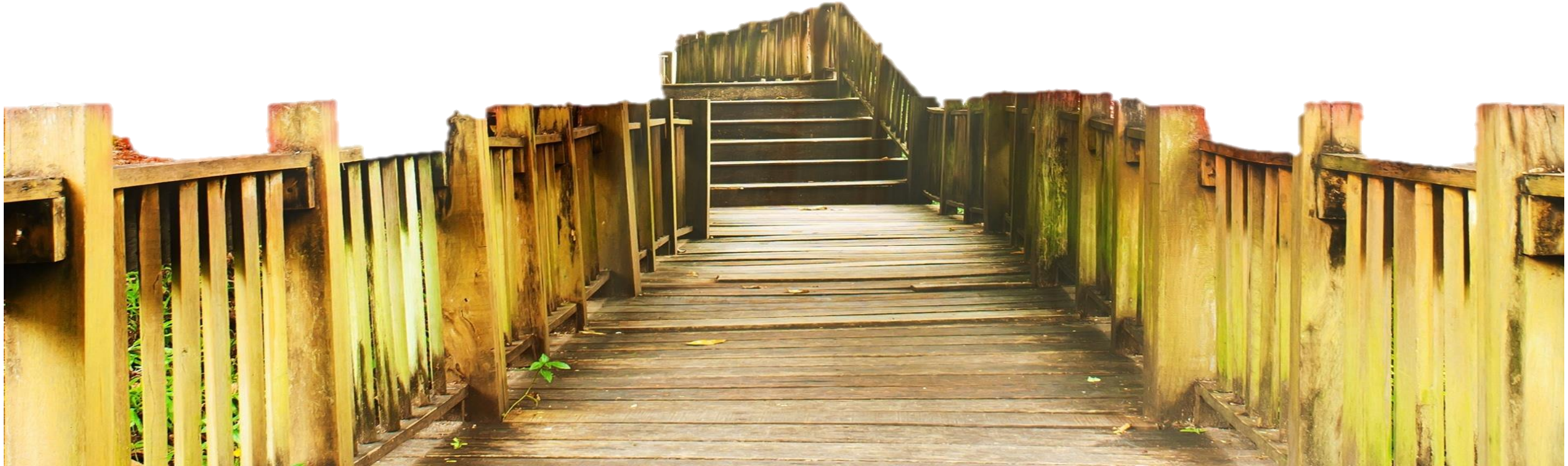
Materiais de construção (13%)

Academias (exercício físico) (29%)

Salões de Beleza (22%)

Móveis/eletrodomésticos/ eletrônicos (5%)

Roupas/calçados/acessórios (8%)



Será que os serviços de delivery ajudaram a população? Houve algum tipo de dificuldade?

31% optaram pelo delivery

Dificuldades:
-Apenas 14% tiveram algum tipo de dificuldade, com atendimento ou prazo

Apesar de 31% dos consumidores terem consumido a partir do delivery, uma parcela mais significativa de empresas, a depender do segmento, estava preparada para as entregas em domícilio...57% dos empresários devem manter essa estratégia no pós pandemia.

Estavam preparados:

*77% dos bares, restaurantes e similares;

*53% do comércio de artigos dos vestuários, acessórios e calçados;

*20% do comércio de decoração de presentes, tecidos e aviamentos

Para àqueles que não estavam preparados

- Não houve tempo para adesão (14%)
- Os serviços de delivery não atendem ao tipo de negócio (51%) e para 10% não surtiriam o efeito desejado

E os resultados?

- Para 34% dos empresários o delivery conseguiu amenizar as quedas de faturamento
- Para 57% essa amenização foi de até 10%
- Para 35% a amenização foi entre 11% e 30%
- Para 8% a amenização foi entre 51% e 70%
- Para os bares, restaurantes e similares, 41% conseguiram reduzir as perdas entre 11% e 30% e 47% em até 10%

WWW.ULTRACOLORINGPAGES.COM

Na percepção dos empresários, na comparação às semanas anteriores:

*Para 21%, o comportamento dos consumidores não se alterou significativamente;

*Para 53%, diminui o número de consumidores dispostos a comprar/consumir e para 24% houve aumento;

*Para 18% houve uma maior procura por alimentos e produtos de limpeza e para 5% essa procura foi menor;

*Para 21% houve um maior consumo de refeições prontas e para 11%, o consumo foi menor.

Dentre as principais dificuldades empresariais para o período de suspensão do atendimento presencial, estiveram:

- Folha de pagamento (84%)
- Capital de giro (40%)
- Direitos dos colaboradores (29%)
- Impostos (40%)
- Horário de trabalho dos colaboradores (21%)
- Entendimento dos Decretos (18%)

REALIZAÇÃO

Apoio nos pleitos do Setor Produtivo e no enfrentamento à Covid-19

COORDENAÇÃO E ANÁLISE DA PESQUISA

Daniela Teixeira Dias – IPF/MS

Vanessa Schmidt - SEBRAE/MS

OBJETIVO DA PESQUISA

Levantar as percepções Empresariais e dos Consumidores de Campo Grande/MS acerca da Pandemia do Coronavírus no cenário mais restritivo de suspensão do atendimento presencial do comércio, durante o mês de março de 2021.

MÉTODO

*Quantitativo;

Aplicação de 366 questionários com consumidores e de 77 com empresários. Utilizou-se para tanto o google forms – de 26 a 31 de março

-Parceria entre IPF, SEBRAE, SENAC, SESC, SEBRAE, Sindivarejo Campo Grande, CDL, FCL, ACICG, AMAS, SINDSUPER, ABRASEL, equipe e apoio do Vereador Dr. Sandro Benites.

-Cenário **COM** medidas mais restritas de combate a pandemia do coronavírus – suspensão do atendimento presencial do comércio em março de 2021

*95% de confiança e 5% de margem de erro;