

Coronavírus já fez comércio perder R\$ 53,3 bilhões até o momento

"Com o impedimento da operação de estabelecimentos comerciais no País, é preciso dar às empresas as condições para que possam atravessar este difícil momento, mantendo seus negócios e preservando os empregos"

Segundo estudo da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), as perdas diretas impostas ao comércio pela crise do Coronavírus devem chegar a R\$ 53,3 bilhões nesta terça-feira, dia 7 de abril, em dez unidades da Federação: Amazonas, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Minas Gerais, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo (responsáveis por 72,5% do volume de vendas do varejo nacional). O valor representa uma retração de 46,1% no faturamento do setor, em comparação com o mesmo período do ano passado.

O presidente da CNC, José Roberto Tadros, reforça que a Confederação enviou ao Governo Federal um documento com sugestões de medidas que possibilitem minimizar os impactos negativos da crise nas empresas, visando a manutenção dos empregos. "Com o impedimento da operação de estabelecimentos comerciais no País, é preciso dar às empresas



Muitos estabelecimentos comerciais tiveram que fechar.

as condições para que possam atravessar este difícil momento, mantendo seus negócios e preservando os empregos", afirma Tadros. "A CNC vem cumprindo o seu papel de buscar e propor soluções para que os empresários possam enfrentar esta crise sem precedentes"

Em São Paulo, onde o Governo do Estado decretou o fechamento de lojas de diversos segmentos do comércio a partir de 20 de março, a CNC estima que a perda no volume de vendas chegue a R\$ 25,64 bilhões. Já no Rio de Janeiro, as perdas devem alcançar R\$ 6,75

bilhões, em decorrência de decreto estadual estabelecendo o fechamento de shopping centers desde o dia 17 de março e de decisão da prefeitura da capital fluminense – "no fim de março – "obrigando o fechamento de todo o comércio, exceto os considerados essenciais. Minas Gerais (R\$ 8,34 bilhões), Santa Catarina (R\$ 4,8 bilhões) e Rio Grande do Sul (R\$ 2,15 bilhões) fecham a lista das cinco UFs que mais registrarão queda do faturamento no período.

De acordo com o serviço de georreferenciamento do Google, a mobilidade de pessoas nos estabeleci-

mentos comerciais ao final de março foi reduzida drasticamente. No varejo de rua, em shopping centers, livrarias e cinemas, houve queda de 71% na circulação de consumidores, em todo o Brasil. As maiores quedas regionais ocorreram nos Estados de Santa Catarina (-80%), Sergipe (-78%) e Alagoas (-77%). "Mesmo no varejo essencial, como supermercados, minimercados, mercearias e farmácias, o número de visitantes encolheu 35% em relação à movimentação usual", destacou Fabio Bentes, economista da CNC responsável pelo estudo (Gecom/CNC).

Empreendedor: aproveite o momento para avaliar seu negócio

Haroldo Matsumoto (*)

Nos últimos dias, a maior parte dos empreendedores brasileiros foram impactados por notícias negativas a respeito da disseminação do novo Coronavírus

Isso acarretou a paralisação das atividades e, consequentemente, da nossa economia. No entanto, este não é momento de quem tem uma micro, pequena ou média empresa estagnar. Ao contrário, é hora de retomar o controle. Sei que boa parte dos empresários está em desespero pelas contas que vêm pela frente, para honrar os pagamentos dos colaboradores e fornecedores e até para não precisar tomar medidas mais drásticas.

Sei que não é simples e não é fácil, mas este é o momento ideal de parar e olhar para dentro da sua empresa. Que tal fazer o que ninguém fazia enquanto o barco estava cheio de gente e, ao mesmo tempo, repleto de problemas? Agora é hora de arregañar as mangas e analisar aquele controle financeiro, contabilizar de forma minuciosa o que entra e o que sai, fazer a análise de cada despesa, verificar o controle dos gastos, estudar as metas de redução, negociar com fornecedores, calcular o preço do seu serviço ou produto, pensar novas estratégias de precificação e avaliar novos canais de vendas. Pode não parecer, mas agora é a hora de ponderar e, principalmente, planejar!

Você se lembra que a qualidade e desempenho da sua equipe incomodavam, mas não havia tempo para ver onde estavam as falhas? Então! Este é o momento de estudar ponto a ponto: os processos de produção, as técnicas de vendas, o controle de estoque, os processos de logística, o pós-venda e o atendimento. Agora que o fluxo de atividades é menor, vale criar planos de ação para começar a executá-los de um jeito novo e mais assertivo assim que a rotina voltar ao normal.

Agora é o momento de enxergar novas oportunidades e preparar o lançamento de produtos e serviços. Se antes você não vendia pela internet, agora precisa vender, porque o cliente não vem até você. Não tem estrutura para entregar? Encontre o caminho para desenvolver e precificar essa entrega na porta do cliente. Seu produto ou serviço não

pode ser entregue na casa das pessoas? Atenção! Essa foi a mesma afirmação feita pelo Blockbuster quando escuto a ideia da Netflix. O problema que você enfrenta hoje será a mola propulsora para fazê-lo avançar. Depois desse período, você se tornará melhor e maior.

É tempo de separar o joio do trigo. É hora de entender quem tem empresa e quem é empreendedor. O primeiro "toca" o negócio e, quando há mudança do mercado, paralisa e não encontra caminho a seguir. Seus objetivos mudam e sua decisão é fechar as portas para evitar mais prejuízos. O segundo empreende e sabe que o negócio é o caminho para um objetivo maior, por isso ele busca se adaptar às mudanças e aos obstáculos. Trabalha para encontrar soluções a fim de manter a empresa e decide continuar até atingir seu objetivo.

Agora é hora de se fortalecer. Aqueles que não suportarem ou não estiverem dispostos ao enfrentamento vão fechar as portas. Consequentemente, entregarão os clientes que ficarem desamparados "de bandeja" àqueles que permanecerem no mercado. É comum que em momentos como esse, algumas empresas cresçam com o fechamento de outras.

Para finalizar, queria contar um pouco a você sobre as carpas, aqueles lindos peixes ornamentais muito apreciados pela cultura oriental e encarados como símbolos de sorte, perseverança e força. As carpas vivem 70 anos. Algumas chegam a 200 anos. Elas sobrevivem aos mais diversos ambientes e podem resistir a temperaturas abaixo de 0 e acima de 28°. Elas, inclusive, são parte de uma lenda chinesa muito inspiradora. Essa lenda diz que na época da desova, as carpas nadam contra a correnteza e sobem cascatas. Assim que ela enfrenta todas as dificuldades e atinge seu objetivo, que é chegar ao topo, ela se transforma em um dragão. Esse é o reconhecimento por sua bravura e determinação.

Sejamos como as carpas no mundo dos negócios. Com bravura e determinação, sem dúvidas poderemos superar as adversidades que se apresentam e encontrar nosso reconhecimento em um futuro próximo!

(*) - É especialista em gestão de negócios e sócio-diretor da Próspera Educação Corporativa, consultoria multidisciplinar com forte atuação entre empresas de diversos portes e setores da economia.



Vencedores - Prêmio Péter Murányi 2020 Alimentação

Em virtude da impossibilidade de realizar a cerimônia pública da entrega do Prêmio Péter Murányi 2020 - Alimentação, em função do avanço da pandemia do Coronavírus, a Fundação Péter Murányi participa ao público em geral os três trabalhos vencedores, desta que foi a 19ª edição do seu prêmio.

1º

"LEITE HUMANO EM PÓ COMO MEDIDA ALTERNATIVA PARA OS BANCOS DE LEITE"

De Jesuí V. Visentainer e Vanessa Javera. Indicado pela Universidade Estadual de Maringá (UEM).



"DESROTULANDO: PLATAFORMA DIGITAL DE EDUCAÇÃO NUTRICIONAL"

De Carolina Costa Grehs e Gustavo Grehs. Indicado pela Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSA).

2º

3º

"BIOFORTIFICAÇÃO AGRONÔMICA DO FEIJÃO- CAUPI COM SELÊNIO"

De André R. dos Reis e Vinícius M. da Silva. Indicado pela Universidade Estadual Paulista "Júlio Mesquita Filho" (UNESP).



Mais informações em nosso site: www.fundacaopetermuranyi.org.br

Apoio:



Vacinação contra febre aftosa será mantida

A primeira etapa da campanha nacional de vacinação contra febre aftosa será realizada de 1º a 31 de maio para imunização de bovinos e bubalinos de todas as idades, para a maioria dos estados brasileiros, conforme o Calendário Nacional 2020. Diante das preocupações com a ocorrência do novo Coronavírus (Covid-19), o Ministério da Agricultura emitiu orientações sobre procedimentos e cuidados para que a vacinação ocorra satisfatoriamente sem colocar em risco a saúde dos produtores rurais e dos servidores do serviço veterinário oficial.

"As vacinações serão mantidas, uma vez que se trata de atividade essencial e que há necessidade de manutenção dos compromissos com as zonas reconhecidas como livre de febre aftosa com vacinação perante à Organização Internacional de Saúde Animal (OIE), instituição que já havia recomendado a manutenção das vacinações dos animais com interesse econômico e em saúde pública no cenário de pandemia da Covid-19", ressalta o diretor do Departamento de Saúde Animal da Secretaria de Defesa Agropecuária, Geraldo Moraes (AI/Mapa).