

Covid-19 e Pequenos Negócios: impactos e tendências

29^a edição

14 de abril de 2021



Sumário

1. [Introdução](#)
2. [Comércio varejista](#)
3. [Moda](#)
4. [Serviços de alimentação](#)
5. [Construção civil](#)
6. [Beleza](#)
7. [Logística e transporte](#)
8. [Oficinas e peças automotivas](#)
9. [Saúde](#)
10. [Educação](#)
11. [Turismo](#)
12. [Artesanato](#)
13. [Indústria de base tecnológica](#)
14. [Pet Shops e Veterinárias](#)
15. [Economia Criativa](#)
16. [Ficha Técnica](#)

Introdução

Este boletim traz os principais impactos da COVID-19 nos pequenos negócios, principalmente nos segmentos identificados como os mais vulneráveis à crise. Além disso, trazemos cenários e dicas para que o pequeno empresário possa se planejar e diminuir os impactos negativos da crise.

A pandemia causada pelo novo coronavírus (COVID-19) já acumula quase 140 milhões de casos confirmados e mais de 2,9 milhões de mortes. No último mês, o número de casos cresceu 13,8% e o de mortos pela doença no mundo cresceu 10,8%. Até o momento 840 milhões de doses de vacinas já foram administradas. Considerando a população mundial, 6% foram totalmente imunizados e 2,37% recebeu pelo menos uma dose da vacina.

No Brasil, o número de casos confirmados cresceu 16,2% e o de óbitos 23,6% no mesmo período. Na data desta publicação o país atingiu a marca de 13,7 milhões de casos confirmados e 366 mil óbitos em decorrência da doença. A média móvel semanal do número de novos casos foi de 67,4 mil, com 80,5 mil novos casos diários.¹

Em relação à vacinação no Brasil, 31,7 milhões de doses foram administradas. 11,38% da população brasileira foi totalmente imunizada e 3,53% recebeu pelo menos uma dose da vacina

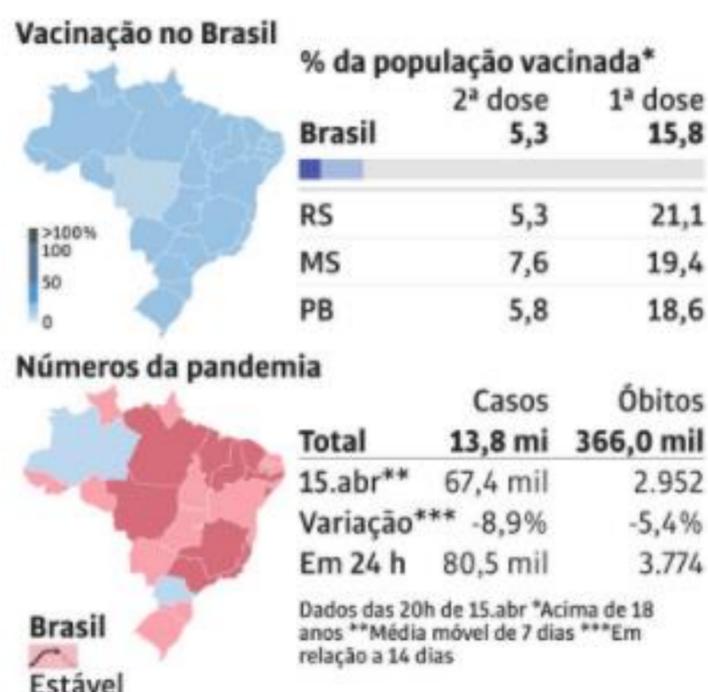
Segundo a OMS, novos casos de COVID-19 subiram pela sétima semana consecutiva, com mais de 4,5 milhões de novos casos notificados na última semana. O número de novas mortes aumentou pela quarta semana consecutiva, aumentando 7% em relação à semana passada, com mais de 76 mil novas mortes relatadas.

Segundo o Ministro da Economia, medidas adicionais de apoio ao setor produtivo para o enfrentamento dos efeitos da pandemia deverão ser lançadas, mas com responsabilidade fiscal. “Vem aí também a antecipação do abono salarial, a antecipação do 13º do benefício de aposentados e pensionistas”, afirmou. Com estas iniciativas econômicas e a aceleração da vacinação, os impactos da pandemia serão bem menores em 2021, permitindo ao Brasil rápida retomada do caminho do crescimento sustentado, baseado em investimentos externos.

Segundo estudo do Sebrae, se o ritmo de vacinação no País for acelerado, 54% dos pequenos negócios, o correspondente a 9,5 milhões de empresas, poderão retomar o faturamento para um nível pré-pandemia até o dia 18 de agosto. Nesse grupo, estão empresas que atuam principalmente nos setores menos atingidos pela crise e que, por isso, podem ter uma reação mais rápida, como comércio de alimentos, saúde e educação.

Figura 1- Dados da pandemia e vacinação no Brasil.

Fonte: [Folha de S. Paulo](#)



1. Dados da pandemia retirados de [Bing](#) em 15/4/2021.

Nova queda da confiança em abril

O ICEI foi a 53,7 pontos, após queda de 0,7 ponto em abril. É a quarta queda consecutiva do índice, que acumula recuo de 9,4 pontos no período. Apesar das quedas dos últimos meses, o ICEI ainda mostra confiança por parte dos empresários.

14/04/2021

Série histórica

Índice de difusão*

- ICEI
- Média histórica
- Linha divisória

*O índice varia de 0 a 100. Valores acima de 50 pontos indicam confiança do empresário e quanto mais acima de 50 pontos, maior e mais disseminada é a confiança. Valores abaixo de 50 pontos indicam falta de confiança do empresário e quanto mais abaixo de 50 pontos, maior e mais disseminada é a falta de confiança.



Fonte: CNI.





Comércio Varejista

Impacto já observado no Brasil

Apesar das vendas no varejo fecharem o ano de 2020 com alta de 1,2%, os últimos meses performaram em queda, sendo que os oito segmentos pesquisados pela PMC (Pesquisa Mensal do Comércio) apresentaram queda no mês de dezembro. A situação pode se agravar ao considerar o aumento da curva de contágio, que já vem trazendo medidas restritivas no funcionamento do comércio. Ainda no primeiro bimestre do ano, nas cinco regiões do país, diversos municípios já alteraram suas classificações de alerta.

Cenário e Tendências

Apesar de um novo anúncio de auxílio emergencial, o valor e periodicidade previstas são menores que a anterior. Segundo a sondagem do comércio, realizado pela FGV IBRE, o cenário nesse início do ano não é muito animador para o setor. O Índice de Confiança do Comércio (ICOM) se acomodou após uma sequência de quatro quedas consecutivas. Assim é preciso ter cautela, considerando que os empresários do setor avaliam uma piora no ritmo de vendas, o ambiente continua se apresentando muito desafiador para o Empreendedor. Os decretos estaduais e municipais, na sua maioria, se prorrogaram ou se tornaram mais rigorosos. O consumidor se assustou com os números da pandemia, o que fez com que o consumo ficasse somente focado nos produtos essenciais, tendo alguns estados proibido a venda de produtos não essenciais. Além disso, o poder público aprovou o auxílio emergencial de R\$ 150,00 a R\$ 350, para cerca de 40 milhões de famílias - um valor menor para um público menor. Já a retomada da suspensão subsidiada dos contratos de trabalho ainda continua em discussão.

Boas Práticas

Adaptar o modelo de negócio para a venda online com retirada em loja, entrega no carro ou por sistema de delivery. Adequar a operação do negócio respeitando os protocolos de segurança, higiene e saúde para uma retomada segura. Fique atento as datas comemorativas e planeje uma campanha direcionada. O consumidor está cada vez mais habituado com as compras online, tornando-as cada vez mais recorrentes. Para tanto, o uso de estratégias de marketing digital são muito importantes para que sua empresa esteja na cabeça do cliente.

Acesse a página de mercados digitais no portal do Sebrae em

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/mercadodigital>

Notícias

<https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/E-commerce/noticia/2021/03/pegn-e-commerce-sobe-41-em-2020-e-atinge-r-874-milhoes-alta-e-a-maior-em-13-anos.html>

<https://www.supervarejo.com.br/materias/60-dos-shoppers-ja-consomem-de-forma-hibrida>

<http://sbvc.com.br/magazine-luiza-b21w-e-via-varejo-fecham-24-compras-na-pandemia/>

Fontes: [Sebrae](https://www.sebrae.com.br), [IBGE](https://www.ibge.gov.br), FGV IBRE

Moda

Impacto já observado no Brasil

O número de empresários aflitos e preocupados com o futuro, aumentou em todos os setores, e na moda não foi diferente. Segundo pesquisa realizada pela FGV em parceria com o Sebrae, no setor da moda, mais de 60% dos entrevistados sentem esta preocupação. Número 3% acima da média geral.

Os entrevistados acreditam que levará cerca de 16 meses para a situação econômica voltar ao normal. Este cenário reforça a percepção que 47% dos entrevistados têm de que é necessário a extensão das linhas de crédito. E aqui vale analisar detidamente as variáveis de cada empreendimento, pois acessar uma linha de crédito sem pensar em uma estratégia pode não ser um bom negócio.

Cenário e Tendências

É evidente que a COVID trouxe muitas mudanças e acelerou outras tantas que já estavam prestes a acontecer. O consumidor está revendo não só os hábitos de compra, mas também de vida. E esta mudança afetará significativamente todos os negócios. Das empresas entrevistadas, 63% afirmaram que já estão funcionando com mudanças por causa da crise. Aquela compra que antes acontecia muito mais no PDV hoje migrou para o digital e a empresa que não trouxer para a sua jornada esta facilidade certamente ficará para trás. A mudança no comportamento de consumo deve ser acompanhada por modificação no posicionamento da marca e na postura de venda. O momento pede relacionamento!

Boas Práticas

- Inspire seus clientes por meio das redes sociais. Utilize esta ferramenta nas etapas iniciais de relacionamento da jornada do consumidor;
- Crie emoções positivas durante a jornada, seja ela física ou online. As pessoas, mais do que nunca, estão precisando de reforço de emoções positivas;
- Revisite periodicamente a jornada do cliente com o seu negócio. Sempre há formas de torna-la mais criativa, acessível e rentável;
- Tornar mais digital o relacionamento da empresa com o cliente não implica em falta de afetividade

É fato que por conta de mudanças sociais, econômicas, políticas e tecnológicas, os brasileiros reduziram seus gastos gerais com moda. No entanto, restringir o orçamento não significa, necessariamente, que os brasileiros deixarão de consumir moda, mas sim que vão estar mais atentos a como usam seu dinheiro. As marcas de moda que estiverem mais alinhadas com a jornada do consumidor atual e entregam real valor, certamente serão mais bem-sucedidas.



Serviços de Alimentação

Impacto já observado no Brasil

O impacto da crise sobre o ramo de alimentação preocupa. Houve um ciclo de recuperação de faturamento ao longo do segundo semestre de 2020, que estacionou no final do ano. Em 2021, a preocupação dos empresários é com a nova onda da pandemia, que faz com que novos processos de fechamento e limitações de funcionamento sejam implantados. Sobre o impacto da crise, de acordo com dados da RFB, em 2020, abriram 37 mil novas empresas de serviços de alimentação dos portes ME e EPP, 16% a menos do que em 2019. Em se tratando de MEI, o ramo de alimentação se tornou uma grande oportunidade de empreender em meio à pandemia (ex. marmitas). Com isso, houve mais de 346 mil novos MEI de serviços de alimentação em 2020, 26% mais que no ano anterior. Se considerados todos os demais segmentos empresariais, somados, o número de novos CNPJ de ME e EPP teve aumento de 0,84% e de novos MEI cresceu em 5,96%. Esses dados reforçam que o impacto da crise sobre os serviços de alimentação (ME e EPP) foi acima da média, e muitos CNPJ devem ser baixados neste início de 2021.

Cenário e Tendências

O ano de 2021 começou com empresários de alimentação em alerta, dada a nova aceleração do contágio. Agora, entre o final de fevereiro e o início de abril/21, muitos estados e prefeituras têm adotado medidas mais rígidas, em proporções semelhantes às aplicadas no segundo trimestre de 2020. No entanto, desta vez, as perspectivas de medidas de apoio estão ainda mais escassas, o que preocupa empresários que seguem com dívidas em instituições bancárias e com dificuldade de fluxo de caixa. Além disso, a perspectiva dos próprios empresários do setor é de que a situação econômica só volta ao normal em 18 meses, segundo a pesquisa setorial feita pelo Sebrae em março de 2021. Outro ponto da pesquisa, é que 68% dos donos de negócios de alimentação estão com muita dificuldade em manter seus negócios vivos.

Boas Práticas

Conteúdos e orientações para o ramo de alimentação seguem sendo distribuídos gratuitamente pelo Sebrae. Uma dica para vender mais é ter atenção às oportunidades, tais como aquelas decorrentes de datas comemorativas. A Páscoa, por exemplo, foi positiva e gerou renda para empreendedores de alimentação, mesmo com a pandemia. Ainda temos muitas datas comemorativas pela frente, como dia das mães, dia dos namorados, dia dos pais e natal, e é preciso se organizar desde já para atender os clientes com segurança e trazer sempre novidades. O cenário atual deve fazer com que o ramo de alimentação retome os esforços de prestação de serviços de take-out e delivery. De acordo com levantamento da Abrasel, não há um padrão das regras de funcionamentos entre os diferentes estados e municípios. Também não é possível estimar a duração dos decretos atuais, que são dinâmicos e passam por revisões conforme a realidade do território. Assim, é fundamental reforçar as medidas de higiene, assegurar uma gestão eficiente e planejar o negócio para 2021, sempre levando em conta o cenário local e as perspectivas nacionais.

Notícias

<https://www.istoedinheiro.com.br/10-perguntas-para-paulo-solmucci-junior/>

Fontes: [Sebrae](#), [Abrasel](#) e RFB



Construção Civil

Impacto já observado no Brasil

No início de março foi lançada a "Nova metodologia e resultados do déficit habitacional e inadequação de moradias no Brasil", estudo realizado pela Fundação João Pinheiro (MG) em atendimento ao convênio com o Ministério do Desenvolvimento Regional e o Governo de Minas Gerais. Para 2019, o déficit total ficou em 5,88 milhões de unidades habitacionais. Já o volume de domicílios inadequados foi de 24,89 milhões. A Construção Civil gerou 43.498 novos postos de trabalho com carteira assinada em janeiro, conforme os dados do Novo Caged, divulgados pela Secretaria Especial de Previdência e Trabalho do Ministério da Economia. Esse foi o segundo melhor resultado para janeiro desde o início da série histórica do Caged, em 1992. O total de novas vagas geradas pela Construção no primeiro mês de 2021 só ficou inferior ao observado em 2010, quando 54.330 novos postos de trabalho foram criados. Nos últimos 12 meses (fevereiro/20-janeiro/21), a Construção Civil criou 117.467 novas vagas. Em janeiro/21 o número de trabalhadores formais no setor era de 2,317 milhões, o que correspondeu a uma alta de 5,34% em relação ao observado em igual mês do ano anterior. Cabe ressaltar o desempenho positivo na comercialização de imóveis. Em 2020 as vendas de apartamentos novos apresentaram incremento de 9,8% em relação a 2019.

Cenário e Tendências

O índice de Confiança do Empresário Industrial da Indústria da Construção (ICEI-Construção) registrou queda de 5,5 pontos em relação a fevereiro, com 52,2 pontos. Apesar de se manter acima da linha divisória de 50 pontos, o índice se encontra abaixo de sua média histórica, de 53,6 pontos. Além da preocupação com o desabastecimento e preço dos insumos, a evolução da pandemia no início do ano e as medidas de restrição à circulação abalaram a confiança do empresário com o "novo" cenário de incerteza. O índice de intenção de investir da Indústria da Construção registrou um novo recuo em março, de 3,2 pontos, mais intenso que o recuo observado entre janeiro e fevereiro. Ainda assim, vale notar que esse comportamento ocorre tipicamente no mês de março e que a posição do índice ainda é superior à média histórica, de 34,8 pontos. A Utilização da Capacidade Operacional (UCO) se manteve em 61%, na mesma situação em que se encontrava em janeiro e 1 ponto percentual a mais em relação a fevereiro de 2020. É a maior utilização da capacidade operacional para meses de fevereiro desde 2014, quando seu percentual chegou a 69%.

Boas Práticas

Negociação continua na ordem do dia. Tanto pelo lado dos fornecedores de insumos como com o poder público. Apesar do Decreto Federal autorizando a operação normal, tanto nos canteiros de obra como no varejo de material de construção. Apesar disso, Prefeituras e Governos Estaduais divergem e causam certa confusão juntos aos empresários. Importante conhecer a situação local e buscar se adaptar a ela, usando de ferramentas digitais, tele-entrega e, quando possível a implantação do take out, conforme foi determinado em algumas praças específicas.

A continuidade com os cuidados e recomendações nos protocolos de saúde e segurança continuarão na ordem do dia até que a fase do "pós vacina" esteja consolidada e uma nova realidade esteja configurada e consolidada.

Notícias

Aumento no custo de materiais de construção pressiona preço dos imóveis.

https://correio braziliense.lugarcerto.com.br/app/noticia/ultimas/602,61,601,62/2021/03/22/interna_noticias,50823/aumento-no-custo-de-materiais-de-construcao-pressiona-preco-dos-imoveis.shtml

Fontes: [Sebrae](#), CBIC/Senai, Folha de São Paulo, Correio Braziliense



Beleza

Impacto já observado no Brasil

ABRIL 2021: Muito afetado pelo recente agravamento da pandemia, o setor de serviços de beleza e estética vive momento crítico. Com os estabelecimentos fechados há necessidade urgente de crédito facilitado e da liberação da segunda edição da MP do BEm (Benefício Emergencial). Enquanto aguardam, os negócios seguem, em sua maioria, atravessando dificuldades em manter a atividade. A mais recente pesquisa de monitoramento dos impactos da pandemia feita pelo Sebrae registrou queda de 71% do faturamento de 2020 em relação à 2019 e a retomada ainda é lenta e estacionou num faturamento negativo de 47%. Apuramos também que 40% dos negócios de beleza aguardam a extensão do Auxílio Emergencial.

Fonte: [Cenários e tendências setoriais - Sebrae](#)

Cenário e Tendências

O crédito continua um desafio grande e deve seguir sem atender às expectativas dos empreendedores da área já que tivemos apenas 14% dos que solicitaram crédito atendidos no segmento. Quanto ao futuro, 64% dos empreendedores da beleza estão aflitos e preocupados. Eles preveem que o mercado deverá se normalizar somente em julho de 2022.

Boas Práticas

Os protocolos de retomada publicados pelo Sebrae se mostraram essenciais para de trazer o cliente de volta à sua rotina de serviços de beleza. A adoção de ações de segurança sanitária e a comunicação intensiva desses protocolos aos clientes deve ser prioritária.

Acessar: [Retomada Segura das Atividades: Setor de Beleza - Sebrae](#)



Logística e Transporte

Impacto já observado no Brasil

Desde o início da pesquisa realizada pelo Sebrae, em abril/2020, o número de empresas que demonstraram uma reação positiva foi crescente, no entanto essa tendência reverteu-se a partir de novembro/2020. Enquanto na pesquisa de abril/20 só 36% das empresas do segmento estavam operando, quase dez meses depois (março de 2021), este percentual ampliou para 74%, mesmo com novas medidas de lockdown em alguns estados.

Cenário e Tendências

Em pesquisa recente realizada pelo Sebrae (Mar/2021), 83% dos empresários do segmento de logística e transporte declararam redução no seu faturamento em comparação ao período pré pandemia, representando em média uma queda de 42%. Esse cenário é decorrente da segunda onda da pandemia, na qual vários estados decretaram lockdown e/ou medidas restritivas, que impactaram na recuperação da economia em geral, afetando vários segmentos, inclusive o de logística e transporte. Entretanto a grande expectativa na logística de distribuição das vacinas de Covid-19 continua, visto que a vacinação em massa ainda não ocorreu. Um retrato desse cenário são os 42% dos empresários entrevistados, que estão esperançosos com o futuro do setor, apesar de acreditarem em uma lenta recuperação.

Boas Práticas

Recomenda-se a intensificação de aplicação dos protocolos de segurança sugeridos pelo Sebrae em virtude do aumento dos casos de contaminação de Covid-19 na operação dos negócios que encontram-se em atividade no momento. Acesse o site do Sebrae e informe-se a respeito. Aos empresários do segmento recomenda-se também observar as regiões com previsão de grandes investimentos privados, como expansão da exportação de commodities do agronegócio, implantação de novas plantas agroindustriais, bem como a ampliação de portos, aeroportos e ferrovias que demandarão serviços de logística nestas regiões. Além disso, reforça-se a inclusão dos segmentos no uso de soluções e ambientes digitais que estão facilitando as conexões de mercado e rapidez/agilidade das operações (marketplaces). O Programa de incentivo à Cabotagem (BR do Mar) do Governo Federal, deve estimular o uso da cabotagem, aumentando a frota nacional aquaviária e equilibrando a matriz de transportes nacional.

Notícias

<https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br>

<https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/noticias/com-leilao-de-terminais-infra-week-garante-r-10-bilhoes-em-investimento>

<https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/noticias/governo-federal-garante-r-6-1-bilhoes-de-investimentos-e-arrecada-r-3-3-bilhoes-em-outorga>

<https://clickpetroleogas.com.br/empresa-de-mineracao-da-bahia-adquire-trecho-da-foi-que-promete-redesenhar-a-economia-baiana/>



Oficinas e Peças Automotivas

Impacto já observado no Brasil

Mesmo sendo o segundo segmento menos afetado pela pandemia, conforme pesquisa realizada pelo Sebrae, a reparação de veículos teve uma retração no faturamento na ordem de 29%, comparado com uma semana normal de trabalho. Mas já dá para ver oportunidades em futuro próximo, segundo a Fenabrave, houve uma alta de 15,78% nas vendas de carros novos, com relação a março de 2020, e de 13,16% se comparado com fevereiro/2021. Como estamos passando por um aumento significativo nos casos de Covid-19, a utilização dos protocolos, disponibilizados também pelo Sebrae, é de suma importância para a manutenção das portas dos empreendimentos abertas.

Cenário e Tendências

Mesmo em meio a segunda onda do Covid-19, somos o segundo segmento menos afetado e as vendas de carros cresceram em março/2021. Com a vacinação crescente, que deverá ocorrer nos próximos meses, a tendência é de melhoria e da volta ao novo normal.

Boas Práticas

Os protocolos publicados pelo Sebrae se mostraram essenciais para gerar maior segurança aos clientes e trazê-los até a empresa. Manter o contato com os clientes felicitando pelo aniversário, lembrando da próxima revisão ou outro, poderá ampliar significativamente o faturamento da empresa. Devemos lembrar que as redes sociais são uma realidade e devem ser utilizadas para divulgar os produtos e serviços das empresas.

Acessar Protocolo: [Retomada Segura das Atividades: Setor Automotivo - Sebrae](#)

Saúde

Impacto já observado no Brasil

Em meio à pandemia de Covid-19, o setor de saúde foi bem menos atingido do que outros. A 10ª edição da Pesquisa Online Sebrae, realizada entre 25/02/2021 e 01/03/2021, investigou a situação atual e o impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios. Os resultados mostraram que os pequenos negócios da área de saúde sofreram menos, em termos de faturamento, do que outros setores, ficando em segundo lugar, atrás apenas do agronegócio. A perda registrada no setor de saúde foi de 19% em relação ao mesmo período do ano de 2019. Posição inversa ao dos setores mais impactados, como o de turismo, que perdeu 61% no mesmo período.

Cenário e Tendências

Formado por clínicas pequenas, médias e grandes, laboratórios de exames clínicos, de imagens e outros, consultórios de diferentes especialidades médicas, paramédicas e estéticas, academias, hospitais, farmacêuticas, serviços de home care e outros, é um mercado promissor e em franca expansão, inclusive com startups de saúde. Assim, da mesma forma que ter saúde mobiliza tempo, energia e esforços concretos, o mercado de saúde também pode ser definido como um sistema complexo, no sentido que há diversas variáveis e serviços envolvidos, em diferentes áreas, que compõem a totalidade do que chamamos de saúde. Mesmo em momentos de crise, as pessoas dão grande valor à saúde e procuram meios de garantir o investimento necessário à sua conquista ou manutenção. Dessa forma as profissões e negócios ligados a esse mercado ficam, se não protegidos, bastante resguardados em comparação a outros setores.

Boas Práticas

De acordo com a pesquisa realizada pela DOCTORALIA e TUO TEMPO mais de 70% das instituições de saúde, em especial, consultórios médicos já disponibilizam o atendimento via telemedicina a seus pacientes. Dentre elas, 24% já aderiram à prática plenamente e 48% tiveram adesão de parte dos profissionais. Somente 28% das instituições de saúde ainda não disponibilizam o atendimento online. A ANVISA realiza consultas públicas visando regulamentar a possibilidade de farmácias aplicarem vacinas na população em geral. Essa autorização possibilitará ao segmento dar uma prestação de serviço que aumentará a possibilidade de maior

Notícias

Futuro da telemedicina: A consulta online é um caminho sem volta. Variações desta frase já foram citadas por diversos profissionais renomados da saúde e esta pesquisa confirma que o futuro será híbrido, ou seja, atendimentos presenciais e à distância coexistirão na rotina dos estabelecimentos médicos. Ao serem questionados se continuarão oferecendo – ou no caso de quem ainda não é adepto, se passarão a oferecer – telemedicina, caso a modalidade seja regularizada no Brasil após a pandemia, 65% das pessoas responderam que sim. Conheça as healthtechs, que oferecem soluções para a saúde e conquistam espaço no país, considerado o 8º maior mercado mundial do setor.

Leia mais em: <https://vocesa.abril.com.br/mercado/o-crescimento-das-startups-de-saude-no-brasil/>

Educação

Impacto já observado no Brasil

Segundo os dados do Sebrae, 79% das empresas do setor sofreram queda no faturamento. Enquanto na pesquisa de abril de 2020 só 23% das empresas do segmento estavam operando, quase dez meses depois, 81% estavam de portas reabertas, mesmo com novas medidas de lockdown em alguns estados.

Cenário e Tendências

A projeção de aumento de adoção de plataformas de aprendizagem digitais permanece pois alguns alunos ainda se manterão no ensino online e as instituições de ensino perceberam a necessidade e caminham para adotar ou aprimorar o ensino híbrido em suas metodologias. Na pesquisa do Sebrae, a média dos empresários do setor afirmou que esperam que a situação econômica só volte ao normal em 18 meses.

Boas Práticas

Neste momento a maioria dos estados autorizaram o retorno das aulas presenciais, algumas unidades federativas determinaram a suspensão das aulas presenciais : AP, BA, CE, ES, MA, MT, MS, MG, PA, PB, PI, RN, RS e TO. Há três modelos adotados pelos estados para retorno: híbrido(aulas on-line e presenciais), 100% presencial e 100% on-line. As empresas que atuam com serviços educacionais devem se preparar para o retorno dos alunos, assim como se adequar ao calendário escolar formal a ser definido pelo Conselho de Educação. As escola devem oferecer as modalidades de ensino híbrido e presencial, nos locais onde for permitido a retomada pelos governos estaduais e municipais.

Notícias

<http://www.oecd.org/publications/a-caminho-da-era-digital-no-brasil-45a84b29-pt.htm>

<https://revistaeducacao.com.br/2020/12/15/educacao-2021-cne/>

Fontes: [Sebrae](#), [ABED](#) e [FENEP](#)



Turismo

Impacto já observado no Brasil

A manutenção das medidas restritivas e números de casos de Covid 19 mantém a maioria dos negócios turísticos fechados no país. Mesmo os destinos que não estão fechados operam em baixa pelo temor dos viajantes.

Cenário e Tendências

Com o grave quadro da pandemia no país e a falta de perspectiva da retomada, os negócios turísticos enfrentam o pior momento deste o início da pandemia em março de 2020. Os pequenos negócios turísticos estão descapitalizados e as raras empresas que tiveram acesso ao crédito não dispõem de recursos para quitá-lo junto aos agentes financeiros. O número de empresas que está fechando as portas em definitivo aumenta a cada dia. Faz-se necessário urgentes medidas governamentais direcionadas para o setor turístico. O Governo edita medidas gerais que também beneficiam o turismo, mas no contexto atual o setor demanda medidas específicas para viabilizar a manutenção dos negócios.

Boas Práticas

É necessário que as empresas turísticas intensifiquem a aplicação dos protocolos para assegurar a saúde dos seus clientes e da sua equipe, ao mesmo tempo, também é fundamental que os viajantes cumpram as normas sanitárias.

É fundamental uma atuação integrada das empresas e entidades públicas dos destinos para manter a atividade do turismo no país com segurança.

Enquanto a vacina não atender toda a população, o rigoroso cumprimento dos protocolos é a alternativa para viabilizar o funcionamento dos negócios e destinos turísticos.

O Turismo movimenta muitos negócios e gera renda para as comunidades locais, portanto é extremamente importante a manutenção do seu funcionamento para a economia dos destinos e do país.

Artesanato

Impacto já observado no Brasil

Segundo os dados do Sebrae , mesmo com novas medidas de lockdown e com os impactos da pandemia, 71% do segmento de artesanato já se encontra de portas abertas. Houve um aumento de reabertura do negócio de 34% em relação ao mês de abril do ano passado. No segmento do Artesanato, 81% apresentaram queda no faturamento, comparado a abril de 2020 (90%), percebe-se então que, com a reabertura dos negócios, a situação do faturamento tem melhorado gradativamente. As vendas online aumentaram ao longo da pandemia, mas pararam de crescer. As vendas utilizando redes sociais, aplicativos ou internet deram uma caída de 2%, mas ainda permanece alta, com 81% das empresas optando por esta modalidade. Apesar de 56% das empresas relatarem estar com dificuldades de manter seus negócios, 12% acham que o pior já passou, 21% acham que os desafios trouxeram mudanças positivas e 11% estão animados com as novas possibilidades

Cenário e Tendências

Para 2021, espera-se que o artesanato se fortaleça cada vez mais no e-commerce, se posicionando como um produto de valor agregado, trazendo aconchego e representação cultural, com atendimentos personalizados e de aproximação afetiva diante dos clientes. A busca por parcerias "casadas" a outros produtos e serviços podem contribuir com o aumento da produção e distribuição de peças exclusivas.

Deve-se continuar em busca de novos nichos de mercado, e também de capacitação em gestão e marketing digital.

Boas Práticas

Aproveite os meses de maio e junho para desenvolver produtos em homenagem ao dia das mães, dia dos namorados e festejos Juninos. Procure parceiros com produtos e serviços para oferecer sua peça como um diferencial (mimo) para divulgar sua arte. Invista no marketing digital, crie nas redes sociais campanhas de sensibilização para encantar seus clientes e potencializar suas vendas neste período. Para esse público ofereçam produtos voltados para vestuário, adornos, decorativos e religiosos. A hora é agora, conquiste novos clientes!

Indústria de Base Tecnológica e Energia

Impacto já observado no Brasil

De maneira geral, quase todos os segmentos tiveram interrupção no ciclo de recuperação. Na média das Indústrias de Base Tecnológica, os empresários declararam que o faturamento está 35% abaixo do pré-crise. Com esse percentual, o setor apresentou piora com relação a novembro de 2020. Em comparação ao resto da economia, o setor segue melhor que a média dos setores, que foi de -40%.

Cenário e Tendências

A agenda da inovação para a indústria tende a desenvolver caminhos e alternativas para os três desafios atuais do segmento:

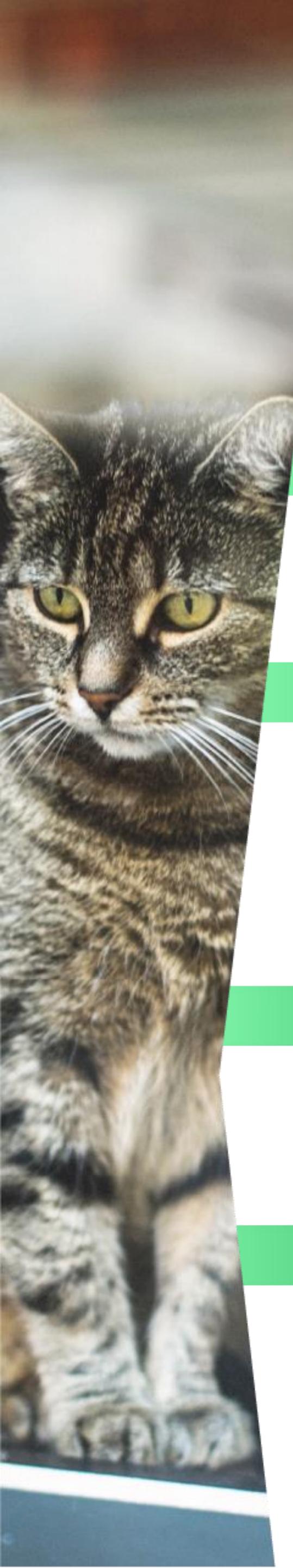
- 1) lidar com a falta de insumos (aço, plástico, papelão, variação cambial, alta de combustível e energia);
- 2) lidar com a falta de demandas tradicionais e ter que rapidamente personalizar atendimento a novas configurações de demandas;
- 3) lidar com limitações internas para atender e entregar, como por exemplo a nova dinâmica das cidades no isolamento social (mobilidade, toque de recolher, saúde dos funcionários e familiares, luto das famílias sejam funcionários, clientes e fornecedores, queda de produtividade, descontinuidade na produção, etc.)"

Boas Práticas

- 1) A empresa Eletromatrix <https://www.eletromatrix.com.br/>, administrada pela empresária Erica Cristina de Fatima Teixeira Machado de Melo, atendida pelo projeto MetalMecânico do Sebrae RJ, fazem testagem em massa, tem protocolo rigoroso no enfrentamento à Covid e desde março-2020 não tiveram nenhum caso de funcionários infectados. É um case e referência para o desafio sobre lidar com limitações para atender demandas por limitações internas, realidade de muitas indústrias atualmente. O Sebrae mantém a campanha #continuecuidando com o objetivo de continuar orientando os pequenos negócios para reduzirem o impacto de perdas em todos os sentidos.
- 2) A pequena indústria de alimentos, atendida pelo Sebrae SC, em Jaraguá do Sul, a Pront Pani, listada como uma das sete melhores da região <https://setemelhores.com/jaragua-do-sul/lugares/pront-pani/> com página oficial em <https://pt-br.facebook.com/pg/prontpani/about/>, também precisou desenvolver excelência no cenário atual, além de alimentos e relacionamento diário com clientes no balcão a família também é proprietária de uma escola infantil,

Notícias

"Coronavírus faz fábrica na RMC criar turnos extras e quase dobrar maquinário" A empresa atendida pelo Sebrae PR, Betel Uso Único, fundada e dirigida por Edgar Pereira da Silva, lidou com os desafios de falta de insumos (maquinário e matéria prima) e também possíveis dificuldades de produzir (falta de funcionários e turnos) pois teve que lidar com a alta exponencial de demanda de máscaras. Contornou a situação inovando em decisões sobre parcerias com outras fábricas e estratégia de negócios, leia mais em <https://www.bemparana.com.br/noticia/coronavirus-faz-fabrica-na-rmc-criar-turnos-extras-e-quase-dobrar-numero-de-maquinarios#.YEu1AWWhKg2w>



Pet Shops e Veterinárias

Impacto já observado no Brasil

Considerado um serviço essencial, Negócios Pet tem sido um dos 5 segmentos menos impactado pela crise da pandemia, com 28% a menos de faturamento dentre todos os segmentos pesquisados pelo Sebrae e 8% de aumento.

Porém, é importante destacar que durante o último trimestre, mesmo os segmentos menos afetados apresentaram piora em desempenho, aumentando por exemplo o número de demissões e de inadimplência. Os empresários de Negócios Pet são os mais aflitos e que creditam mais tempo para o retorno à normalidade em seu segmento.

Cenário e Tendências

Desde o início da pandemia, uma série de pesquisas e estudos tem sido realizados (pelo Sebrae e demais instituições) acerca da dinâmica do mercado neste período. Um dos caminhos que se configura como boa alternativa para mitigar impactos e apresentar algum crescimento é o da inovação e vendas on line, que no caso dos Negócios Pet apresenta grande participação, com 72% dos pesquisados pelo Sebrae, realizando operações on line. De forma geral, todo o segmento de Negócios Pet apresentou crescimento de 13,5% em 2020, com relação a 2019, movimentando R\$40 bi. A pandemia e o isolamento social trouxeram a necessidade de reforçar vínculos entre tutores e pet, intensificando o consumo para além da tradicional ração. O principal desafio é estender esses números ao longo da cadeia produtiva, de forma que micro e pequenos negócios também compartilhem destes resultados.

Boas Práticas

Micro e pequenas empresas, assim como microempreendedores individuais devem buscar a profissionalização do modelo de gestão do seu negócio, além de investir em inovação, especialmente na relação com seus clientes e no desenvolvimento de novos produtos e serviços. Programas como o Aprimora Pet, lançado em 2021 pelo Sebrae/SP são feitos sob medida para o segmento e caso não haja disponibilidade nas próximas turmas, as capacitações on line do Sebrae, tanto no EAD como no whatsapp, podem ser um excelente caminho para esta profissionalização.

Notícias

<https://exame.com/bussola/mercado-sem-crise-com-alta-de-135-em-ano-de-pandemia-o-setor-pet-crescera-mais-em-2021/>

<https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2021/03/faturamento-do-mercado-pet-no-pais-aumenta-135-em-2020.shtml>

<https://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/mercado/31066/novas-tendencias-geram-oportunidades-para-o-mercado-pet.html>

<https://valorinveste.globo.com/objetivo/gastar-bem/noticia/2021/01/01/gastos-brasileiros-com-pets-aumenta-quase-10percent-em-um-ano.ghtml>



Economia Criativa

Impacto já observado no Brasil

Segundo pesquisa de impacto da pandemia do Sebrae, o setor de economia criativa continua sendo o mais impactado com a crise pandêmica, atrás de Turismo. Apesar da pesquisa apontar que 89% estão com o faturamento pior que em 2019, com a reabertura de boa parte das empresas, houve um aumento de faturamento de 4% em relação ao ano passado. Em abril de 2020, apenas 37% das empresas do segmento estavam operando, quase dez meses depois, 53% estavam de portas reabertas. As vendas de produtos e serviços aumentaram ao longo da pandemia e 72% já realizam vendas online. Ainda que a crise siga grave para a maior parte dos empresários, para alguns, a melhora do faturamento tem se traduzido em aumento no quadro de funcionários. Apesar de 8% dos empresários do segmento terem demitido, 11% contrataram trabalhadores com carteira assinada no último mês. Com relação à situação financeira das empresas do segmento, 40% estavam com dívidas ou empréstimos em atraso. Do total do setor, 39% das empresas procuraram empréstimo, mas apenas 30% dessas efetivamente conseguiram crédito.

Cenário e Tendências

A recuperação deste setor é difícil, pois a maioria das atividades dependem de aglomeração e podem ser fechados por Decreto Governamental, o que inviabiliza qualquer atividade cultural funcionando. O cenário demonstra uma ligeira melhora em comparação ao início da pandemia. A tendência é ser gradual e lenta e seu retorno ser com responsabilidade e se valendo dos protocolos de segurança. A tendência agora é promover encontros híbridos e formatos de trabalhos remotos. Pode surgir novos formatos de processos de trabalho e também de roteiro, tanto de cinema, peças teatrais e de eventos culturais com a nova realidade de isolamento e menor número de pessoas na produção (palco e público)

Boas Práticas

Uma opção interessante é transformar eventos, cinema, peças teatrais, festas no formato drive-in, ou formatos de ilhas e grandes espaços, porém alguns estabelecimentos estão funcionando de forma presencial sendo intensificado os protocolos de segurança como nos cinemas, teatros e eventos culturais. Os formatos online, como as lives, seguem uma tendência que deve perdurar, ganhando força e adeptos. Outra opção é a realização de eventos híbridos (presencial/virtual) assim pode atender a todo o público alvo. Para audiovisual, além da utilização dos protocolos de segurança, é importante fazer uso de tecnologias e incentivar a redução de profissionais no set de filmagem, sem perda de qualidade, o que já está trazendo uma nova abordagem de consumo. O momento pede foco em atividades que não necessitem de aglomerações, como construção de novos projetos, elaboração de roteiro, pesquisas, prestações de contas, edição de sonorização e imagens. Para o setor de games, já estão acontecendo eventos visuais de playtest, nos quais esportistas e o público podem testar os jogos por meio de plataformas e códigos para liberação. Este momento é uma ótima oportunidade para revisar o modelo da sua empresa e inovar, com novos produtos e serviços que atendam a nova realidade.

Ficha Técnica

Unidade de Competitividade - Sebrae Nacional

Gerente: César Rissete

Gerente Adjunto: Carlos Eduardo Pinto Santiago

Coordenação técnica: Lúcia Buson

Equipe:

Varejo: Flávio Petry e Vicente Scalia

Moda: Anny Santos

Serviços de alimentação: Mayra Viana, Luiz Carlos Rebelatto e Bianca Amazonas

Construção civil: Enio Queijada

Beleza: Andrezza Cintra Torres

Logística e Transporte: Cláudia Stehling, Victor Ferreira e Ludovico Riva

Oficinas e Peças Automotivas: João Pérsico

Saúde: Flávio Barros

Educação: Patrícia Mayana

Turismo: Ana Clévia Guerreiro, Analuiza Lopes e Germana Magalhães

Artesanato: Durcelice Mascene e Jane Blandina

Indústria de base tecnológica: Juliana Borges – Sebrae/NA, Flávia Silva – Sebrae/RJ, Adriana Kalinowski – Sebrae/PR e Celso Pirman – Sebrae/SC

Pet Shops e Veterinárias: Hannah Salmen

Economia criativa: Denise Marques e Jane Blandina

Projeto gráfico: Tahak Meneguzzo