

# Covid-19 e Pequenos Negócios: impactos e tendências

24<sup>a</sup> edição

13 de novembro de 2020



# Sumário

- 1 [Introdução](#)
- 3 [Comércio varejista](#)
- 4 [Serviços de alimentação](#)
- 5 [Construção civil](#)
- 6 [Saúde](#)
- 7 [Logística e transporte](#)
- 8 [Educação](#)
- 9 [Turismo](#)
- 10 [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 mais de 53 milhões de casos confirmados e quase 1,3 milhão de mortes. Nas duas últimas semanas, o número de casos cresceu 17% e o de mortos pela doença no mundo, 10%. Globalmente, a doença segue crescendo, a um ritmo mais rápido que há duas semanas, puxado principalmente pela segunda e terceira ondas da Europa e EUA, respectivamente, e pelo contínuo crescimento de casos na Índia.

No Brasil, o número de casos confirmados cresceu 5% e o de óbitos 3% no mesmo período. Na data desta publicação o país atingiu a marca de 5,7 milhões de casos confirmados e 164 mil óbitos em decorrência da doença. Desde o dia 7 de novembro, a média semanal do número de novos casos subiu 16 mil para 24 mil novos casos diários, um aumento de 50%. Já a média semanal de novos óbitos segue próxima à do final de abril, em 357.<sup>1</sup>

Quanto aos impactos econômicos, a Cielo [passou a divulgar](#) dados sobre o e-commerce durante a pandemia. E, conforme outros relatórios de mercado, e os próprios dados das últimas pesquisas do Sebrae, fica claro que o comércio eletrônico foi essencial para garantir algum alívio às empresas.

Como é possível ver abaixo, no total do e-commerce, o faturamento chegou no seu nível de faturamento em abril, ficando 30% abaixo do pré-crise. Em outubro, o setor chegou a -22% abaixo de antes. Porém, há uma clara influência do setor de turismo e transporte, muito mais afetado que a média da economia.

Este subsetor do comércio eletrônico, assim como no setor de turismo como um todo, foi um dos mais afetados pela COVID-19. Em abril e maio, manteve-se 90% abaixo de antes da pandemia, mas vem, desde então, lentamente se recuperando, tendo chegado a -65% em comparação ao pré-crise.

Excluindo-se o e-commerce de turismo e transporte, o setor de comércio eletrônico deu um salto em abril e, desde então, se mantém consideravelmente acima do pré-pandemia. No final de outubro, o faturamento médio do comércio eletrônico sem turismo e transporte estava 32% acima do pré-crise. Esse dado mostra a relevância do pequeno empresário seguir investindo nas estratégias digitais, já que dificilmente o comércio eletrônico perderá relevância, mesmo no pós-pandemia.

Figura 1- Dados da pandemia no Brasil.  
Fonte: [Folha de S. Paulo](#)

## Pandemia no Brasil

Brasil	Total	Hoje*	Variação**	Estágio
Casos	5,8 mi	24,2 mil	-0,7%	 Desacelerado
Óbitos	164,3 mil	365	-16,7%	

## Estágios da pandemia

-  Acelerado
-  Estável
-  Desacelerado
-  Reduzido

## Mais óbitos

	Total
1º São Paulo	 40,2 mil
2º Rio de Janeiro	 21,1 mil
3º Ceará	 9,4 mil

## Nos municípios

 Acelerado	 Estável
Porto Velho (RO)	Fortaleza (CE)
Rio Branco (AC)	Belém (PA)
Indaiatuba (SP)	Porto Alegre (RS)
Tucuruí (PA)	São Luís (MA)

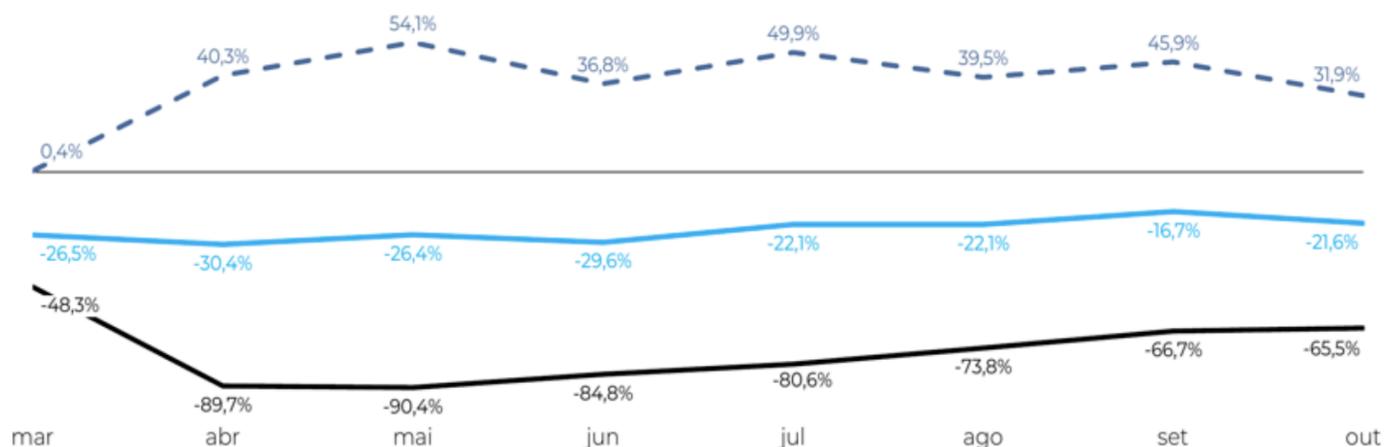
Dados das 08h de 13.nov \*Média móvel de 7 dias \*\*Em relação a 14 dias

1. Dados da pandemia retirados de [Bing](#) e [CONASS](#) em 13/11.

# Variação do faturamento nominal do comércio eletrônico em comparação ao pré-crise

## Faturamento Nominal - Comparação frente ao período antes do surto de COVID-19

— E-commerce Total — E-commerce s/ Turismo e Transporte — E-commerce - Apenas Turismo e Transporte



Fonte: Cielo | ICVA - Índice Cielo do Varejo Ampliado

1) Período de 01/mar/20 a 24/out/20.

2) Comparação com dias equivalentes de fev/20, com ajuste de calendário (ex: Carnaval, Páscoa, feriados, semana do Dia das Mães).

Fonte: [Cielo](#).





# Comércio Varejista

## Impacto já observado no Brasil

Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 28% abaixo do pré-crise. Já o relatório semanal produzido pela Cielo aponta que, desde o início do surto de COVID-19 até a segunda quinzena de outubro, houve uma queda de 19% do varejo total no Brasil. Na última semana, esse índice ficou 6% abaixo do período pré-pandemia. Diversos segmentos do varejo, sejam bens duráveis ou não duráveis, já alcançaram patamares de faturamento semelhantes ao período pré-COVID e alguns estão sofrendo de desabastecimento devido à alta demanda.

## Cenário e Tendências

Um estudo realizado pela Google aponta que em 2020 o brasileiro aumentou suas pesquisas para diversas categorias de produtos, com o índice de busca superior ao pico de 2019, ocasionado pela Black Friday. Um estudo realizado pela Neotrust projeta um aumento de 77% nas vendas do *e-commerce* brasileiro para a Black Friday (aprox. R\$ 6,9 Bi). Quanto ao consumo no varejo físico, dados do Waze apontam que o consumidor tem retornado a circular nos ambientes das lojas, mas ainda não no mesmo patamar do período pré-covid. Já a pesquisa qualitativa realizada pelo Sebrae com pequenos varejistas sinaliza que, com a retomada gradual de algumas atividades comerciais, o consumidor passa a valorizar as empresas que estão adotando os protocolos de segurança e higiene em suas operações, todavia, a compra online continua crescente e recorrente.

## Boas Práticas

Adaptar o modelo de negócio para a venda online com retirada em loja ou por sistema de delivery. Adequar a operação do negócio respeitando os protocolos de segurança, higiene e saúde para uma retomada segura. Com a proximidade das festividades de final de ano, aumenta a propensão ao consumo. O consumidor está com alta expectativa para as ações promocionais de Black Friday e Natal. Mais do que só bons descontos, o brasileiro precisa da segurança que está fazendo bons negócios. Mais dicas de como aumentar suas vendas no site [www.sebrae.com.br/blackfriday](http://www.sebrae.com.br/blackfriday)

# Serviços de Alimentação

## Impacto já observado no Brasil

Na 8ª pesquisa do Sebrae de impactos da COVID-19 nos pequenos negócios, com coleta no final de setembro, o faturamento de serviços de alimentação foi 40% menor que antes da pandemia. Trata-se de uma recuperação lenta e gradual. Atualmente, 79% dos negócios ainda registram queda. Segundo a Cielo, no final de outubro, a queda nas vendas foi de 26% em relação ao pré-crise.

## Cenário e Tendências

Outubro tem se mostrado melhor do que setembro, que já havia sido o melhor mês desde o início da crise. Isso ocorre pela consolidação da reabertura no país. É preciso, porém, manter todos os cuidados, já que existe a possibilidade de os casos de Covid-19 voltarem a aumentar, como tem acontecido em algumas cidades. Além disso, a recuperação gradativa de faturamento ainda não alivia o setor, o que mantém os empresários em alerta e ainda com dívidas. Assim, o cenário sinaliza a importância de continuar com operações bem feitas, dentre as quais a de delivery. Projeções iniciais indicam que o delivery deve crescer 150% em 2020, passando a representar mais de 15% do mercado. Em 2019, segundo o IFB, essa modalidade havia crescido 23% e correspondia a 9% do ramo.

## Boas Práticas

Fortalecer o delivery segue sendo uma boa estratégia, seja com entrega própria ou via aplicativos. No entanto, a operação do delivery precisa de cuidados para que seja uma ação de sucesso no seu empreendimento. Abaixo, citamos alguns deles:

1. Você já tem uma base de clientes? Então comunique que você está nos aplicativos de entrega! Tanto nas mídias digitais quanto nas impressas, se for o caso. O boca-a-boca também funciona muito bem.
2. Ao receber pedidos, aceite-os o mais rápido que conseguir. Para isso, treine sua equipe, que precisa estar preparada para dias com muitos pedidos. Lembre-se que atrasos e falhas podem diminuir sua nota nos aplicativos.
3. Evite ao máximo cancelar os pedidos. Então, além da operação, foque no seu estoque! É frustrante para o cliente pedir um prato e depois descobrir que está em falta no restaurante.
4. Garanta que a entrega ocorra no tempo prometido. Assim, você proporciona uma boa experiência e avaliações positivas, fidelizando ainda mais seus clientes.
5. Que tal enviar um mimo ou um bilhete junto com o pedido? Nele, você pode agradecer a preferência e ainda informar o telefone de contato e/ou o endereço de suas redes sociais.
6. Tenha certeza de que está enviando os pedidos corretos para os clientes, estabelecendo uma dupla checagem. Se errar, resolva de forma ágil e surpreenda o cliente com um "algo a mais", acompanhado de um pedido sincero de desculpas.

Este conteúdo é parte do material que pode ser acessado [aqui](#)

# Construção Civil

## Impacto já observado no Brasil

Segundo os dados da Cielo, o segmento de varejo de construção já está 37,5% acima do pré-crise, enquanto o de móveis, eletro e lojas de departamento, está 1,6% acima. A desoneração da folha de pagamento continua até dezembro de 2021, fato comemorado pelo setor, que continua pressionado pela inflação setorial de insumos específicos e matérias primas.

## Cenário e Tendências

A MP 996, que instituiu o programa habitacional "Casa Verde e Amarela" recebeu mais de 500 emendas, o que sinaliza alto interesse na temática, mas também mais tempo para tramitação, discussão e aprovação. A baixa taxa de juros tem provocado uma concorrência entre os bancos. Simulação do banco Inter indica que 5 milhões de novas famílias se tornaram elegíveis para financiar a residência com a redução dos juros médios de 11% em 2016 para 7% atualmente (já há bancos oferecendo 5,39%). Esse processo, aliado à ressignificação da casa própria e o crescimento do home office, abre diversas oportunidades para negócios do setor como um todo.

## Boas Práticas

Conhecer a jornada digital do comprador de móveis e imóveis é fundamental. Além disso conhecer e se ajustar à LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) será essencial para as empresas do setor. O conhecimento e a adoção de medidas prescritas nos protocolos de retomada são essenciais. O Sebrae [preparou guias para todo o setor](#). Empresas do setor devem continuar a aceleração da digitalização para atendimento, vendas e entregas para os clientes; criar grupos de WhatsApp específicos para clientes, fornecedores e lojistas nas comunidades. Para os MEI, a inserção em marketplaces específicos e a presença digital podem atenuar os impactos negativos da demanda.

# Saúde

## Impacto já observado no Brasil

Segundo os dados do Sebrae, o faturamento dos pequenos negócios do setor está 25% abaixo do pré-crise. De acordo com a Cielo, o segmento de drogarias e farmácias está com um faturamento médio 1,7% abaixo de antes da crise.

## Cenário e Tendências

No segmento de clínicas de saúde cresce o número de empresas que adotam o atendimento remoto como opção para muitas consultas. Nas farmácias, os produtos que ajudam a prevenir o contágio continuam sendo requisitados, com uma demanda mais constante, mas continuam representando percentual significativo das vendas. As atividades econômicas voltadas mais a bem-estar, principalmente as academias, estão retomando as atividades, mas a recuperação tem sido gradual.

## Boas Práticas

A inovação sempre é um bom caminho para enfrentar os cenários adversos. 37% dos empresários do segmento de saúde inovaram na crise com venda de novos produtos ou serviços. O êxito da inovação é comprado porque na média, os que inovaram tiveram menor queda de faturamento (-32% versus -39%). Nessa linha, muitas clínicas de saúde vem adotando um atendimento híbrido (presencialmente e remotamente). Essa vem sendo uma saída para que adaptação aconteça de forma gradual. Academias de ginástica estão personalizando as gravações de treinos e passam a acompanhar a evolução do aluno mesmo à distância. Algumas clínicas odontológicas se adaptaram para atender nas próprias residências e tomando todos os cuidados para os atendimentos nos consultórios.



# Logística e Transporte

## Impacto já observado no Brasil

Segundo os dados do Sebrae, o faturamento dos pequenos negócios do setor em geral é praticamente metade do ano anterior. Apesar do aumento de 27% em relação ao trimestre anterior, estudos da ANPTrilhos/CNT demonstraram baixa demanda de passageiros nos sistemas coletivos (trens urbanos, metrô, VLT), em níveis de lotação inferiores a 50% daqueles de antes da pandemia. Tais números demonstram uma recuperação lenta e com graves impactos econômicos (aprox. R\$7,4 bilhões, segundo a estimativa). Segundo o monitor do PIB da FGV, o setor de serviços foi o mais impactado pela crise (queda de 9,8%), reduzindo a demanda por transporte público coletivo de trabalhadores e consumidores, afetando diretamente o segmento de logística e transporte. O avanço dos serviços de delivery ajudaram a atenuar os impactos no setor, mas não foram suficientes para melhorar os números gerais do setor.

## Cenário e Tendências

Cada vez mais, o digital ganha relevância para o consumidor final, que ainda prefere evitar deslocamentos desnecessários. E, mesmo quando ocorre o consumo em lojas físicas, percebe-se uma mudança no perfil deste deslocamento (agora rápido e focado) e do consumo (redução de supérfluos). Segundo dados da Fenabreve, houve aumento de venda de motos puxado pelo aumento dos serviços de entrega, mas a produção nacional não está conseguindo atender totalmente a demanda. O setor de varejo lidera os índices de recuperação, com tendência à verticalização das operações, pois a oferta de grandes marketplaces e o custo da entrega geraram oportunidades de negócios especializados. Para o transporte escolar, o cenário é instável, alguns municípios e estados seguem com restrição ao retorno às aulas em 2020, com constantes alterações das datas de reinício das aulas, e de forma escalonada, o que gera oscilação de demanda e mudança na relação com o cliente.

## Boas Práticas

Diante do crescimento do *e-commerce* durante a pandemia, é muito importante que o empresário garanta a sua segurança e de seus empregados e clientes, seguindo as orientações para a retomada e contribuindo com o controle da disseminação da doença. Esse momento será uma grande oportunidade para aqueles que conseguirem prestar um serviço seguro e de qualidade, passando confiança no consumidor. Uma outra tendência é o uso de tecnologias embarcadas no frete de produtos, seja para reduzir custos ou para otimizar os percursos e viagens. Também têm surgido oportunidades de fretes e transporte de produtos para autônomos e transportadoras por meio de *marketplaces*. A maioria dos empresários tem dificuldade de acessar o crédito, com muito desconhecimento dos processos e dos procedimentos existentes, sendo importante conhecer dicas de planejamento financeiro, fluxo de caixa, linhas de crédito e condições de acesso disponíveis. Com a retomada do transporte escolar, uma dica importante é verificar as instruções do protocolo de retomada da atividade desenvolvido pelo Sebrae e parceiros, o infográfico é uma opção visual que facilita a assimilação das informações fundamentais de prevenção. Informe-se a respeito no [site do Sebrae](#).

# Educação

## Impacto já observado no Brasil

Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 44% abaixo do pré-crise.

## Cenário e Tendências

O retorno das aulas na maioria dos estados intensificou a preocupação com a adoção de protocolos de segurança. 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. Percebe-se tendência de aumento no número de pessoas procurando qualificação à distância. Dados do Sebrae demonstram que 50% dos negócios estão funcionando.

## Boas Práticas

Neste momento, 17 estados autorizaram o retorno das aulas presenciais: AM, CE, DF, ES, GO, MA, MT, MS, PA, PI, RJ, RN, RO, RS, SC, SP e TO. 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. Devem atentar para a continuidade de algumas atividades online em paralelo com as presenciais durante algum tempo. As escolas devem intensificar a gestão financeira para mitigar efeitos da redução das mensalidades provocadas por atrasos, descontos e inadimplência. Além da retomada de atividades, as empresas devem operacionalizar as rematrículas para 2021, assim como estabelecer estratégias para o processo de captação de novos alunos.

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



# Turismo

## Impacto já observado no Brasil

Segundo dados do Sebrae, o faturamento dos pequenos negócios do setor está 63% abaixo do pré-crise. Já de acordo com a Cielo, o faturamento total do setor em outubro estava um pouco acima do dos pequenos negócios: - 51% em relação ao pré-crise

## Cenário e Tendências

A pesquisa "O Impacto da pandemia de coronavírus nos Pequenos Negócios - 8ª edição", realizada no final de setembro e início de outubro, apontou que mais de 60% dos negócios de turismo ainda não haviam voltado a funcionar. No entanto, na primeira semana de novembro, de 05 a 09, ocorreu o Festuris em Gramado, o primeiro evento presencial do segmento de turismo. O evento trouxe novas perspectivas para os empresários que participaram. De toda forma, o momento é de cautela, devido à 2ª onda de COVID-19 que levou muitos países europeus a adotarem medidas restritivas. Nesta segunda semana de novembro, Nova Iorque também adotou medidas restritivas, visando conter esta 2ª onda. Nessa terça-feira, dia 10, o Ministério do Turismo realizou o Lançamento da Aliança pela Retomada do Turismo.

## Boas Práticas

Intensificar o monitoramento da aplicação dos protocolos para assegurar a saúde dos seus clientes e da sua equipe. Os turistas estão cientes do *lockdown* nos países europeus e, possivelmente, pode provocar um sentimento de insegurança em quem estava decidindo se iria viajar ou não nas próximas semanas. Siga rigorosamente os protocolos e comunique aos atuais e potenciais clientes o compromisso da sua empresa com a segurança de todos. É fundamental uma atuação integrada das empresas e entidades públicas dos destinos para evitar uma segunda onda no país. A atuação integrada da governança dos destinos com foco no turismo seguro, nesse período próximo às férias de final de ano, é fundamental para o fortalecimento do setor turístico e assegurar o efetivo processo de retomada.

# Ficha Técnica

## Unidade de Competitividade – Sebrae Nacional

**Gerente:** César Rissete

**Gerente Adjunto:** Carlos Eduardo Pinto Santiago

**Coordenação técnica:** Rafael Moreira

### Equipe:

**Comércio varejista:** Flávio Petry, Fabianni Silveira Melo e Vicente Scalia Neto

**Serviços de alimentação:** Mayra Viana, Luiz Carlos Rebelatto e Carmen Sousa

**Construção civil:** Ênio Queijada e Edlamar da Silva

**Saúde:** Geraldo Costa e Lucia Buson

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

**Educação:** Patrícia Mayana

**Turismo:** Ana Clévia Guerreiro, Analuiza Lopes e Germana Magalhães

**Projeto gráfico:** Tahak Meneguzzo