

Impactos e tendências da COVID-19 nos pequenos negócios

Este boletim traz os principais impactos da COVID-19 nos pequenos negócios, principalmente nos 14 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 atingiu 26,4 milhões de casos confirmados e 871 mil mortes¹. Nas duas últimas semanas, o número de casos cresceu 15% e o de mortos pela doença no mundo, 9%. Globalmente, a doença segue crescendo, a um ritmo relativamente menor .

No Brasil, o número de casos confirmados cresceu 13% e o de óbitos 9% no mesmo período. Na data desta publicação o país atingiu a marca de 4 milhões de casos confirmados e 125 mil óbitos em decorrência da doença². A média móvel semanal de novos casos tem se mantido próxima de 40 mil nas últimas semanas, mas o número de novos óbitos tem demonstrado queda nos últimos 40 dias, tendo chegado ao menor nível desde maio. Apesar de ainda ser cedo para comemorar, é possível que o pior tenha ficado para trás.

Com base nas características da crise e observando o que tem acontecido em países que tiveram um crescimento de casos anterior ao Brasil, é possível considerar que alguns segmentos devem ser especialmente afetados. Nesses segmentos, há cerca de **13 milhões de pequenos negócios** que empregam **21,5 milhões de pessoas**.

¹ Dados extraídos do [Bing](#) de 4/9/2020.

² Dados extraídos do [Bing](#) de 4/9/2020.

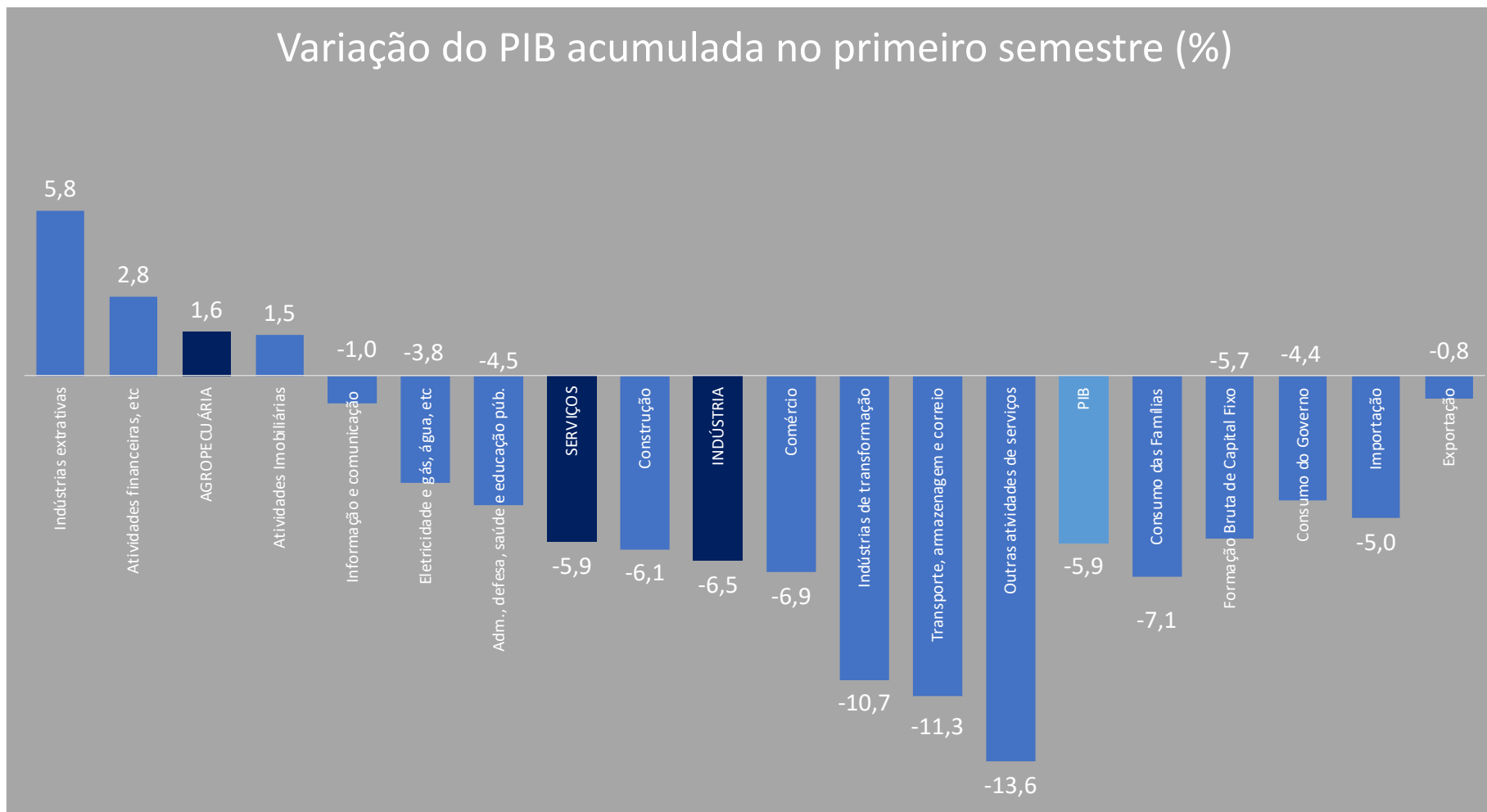
Figura 1- Dados da pandemia no Brasil.
Fonte: Folha de S. Paulo



Na última semana, o IBGE apresentou os dados do PIB do segundo trimestre de 2020, fase mais aguda das políticas de distanciamento social, e a queda foi de 9,7% em comparação ao primeiro trimestre, pior resultado da série histórica iniciada em 1996. Com o segundo trimestre seguido de queda na atividade, o Brasil entrou oficialmente em recessão. Abaixo, nós trazemos os dados acumulados para todo o primeiro semestre, em comparação ao mesmo período de 2019.

Como é possível ver, apenas indústrias extrativas, atividades financeiras, agropecuária e atividades imobiliárias apresentaram crescimento no período. No lado da oferta, outras atividades de serviços (que incluir serviços prestados às famílias), transporte, armazenagem e correio e as indústrias de transformação foram os segmentos que apresentaram pior queda. Destaca-se que tanto a indústria, quanto os serviços, que representam 95% do PIB, apresentaram quedas expressivas. Enquanto a indústria e o comércio já apresentaram alguma reação no mês de julho, segundo pesquisas mais recentes do IBGE e o CAGED, os serviços, principalmente os voltados para as famílias, seguem significativamente abaixo do pré-crise. Este setor, que é quase inteiramente dependente da demanda interna, será chave para a recuperação e dependerá fortemente da retomada do consumo.

Figura 2 – Variação do PIB acumulada no primeiro semestre de 2020. Fonte: IBGE



Com base nas [pesquisas do Sebrae](#) com empresários e em relatórios de mercado, é possível ver os seguintes efeitos econômicos no Brasil, e seus desdobramentos em 14 segmentos, apresentados na tabela abaixo.

Segmento	Impacto já observado no Brasil	Cenário e tendências	Dicas e boas práticas	Fonte
Comércio varejista	Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 41% abaixo do pré-crise. Já o relatório semanal produzido pela Cielo aponta que desde o início do surto de COVID-19 (01/mar) até o mês de agosto, houve uma queda de 23,1% do varejo total no Brasil.	Leve perspectiva de melhora. Com o distanciamento social, o consumidor aprendeu e passou a adquirir bens e produtos por meio dos canais digitais, isso é o que demonstra a 42a. pesquisa Webshoppers, com a sinalização de intenção de compra sendo 6,7 pp. a mais que o mesmo período de 2019 e dependendo da categoria apresentando um crescimento quadruplicado em relação ao mesmo período de 2019. 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, continua crescente e recorrente a compra online.	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. Apesar do distanciamento, o consumidor tem mantido os hábitos de consumos ligados às datas comemorativas. Foi possível acompanhar o aumento das vendas, principalmente de produtos específicos, na páscoa, dia das mães e dia dos namorados. Considere ações específicas para as datas comemorativas que estão por vir, como por exemplo a Semana Brasil, que será uma grande ação promovida por diversas entidades representativas, redes empresárias, e sociedade empresarial, com objetivo de estimular o consumo e aquecer o comércio. Esta ação acontecerá no período de 03 até 13 de setembro.	Sebrae , Cielo , ebit Nielsen e GS1
Moda	Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor	Há uma leve tendência de melhora, mas ainda a níveis significativamente	O movimento para a retomada é uma grande oportunidade para o varejo físico e passa a fazer parte do contexto pós-isolamento em algumas regiões. Entretanto, a reabertura de portas não	Sebrae e Cielo .

	<p>está 50% abaixo do pré-crise. Segundo os dados da Cielo para a última semana de agosto, a queda do varejo de vestuário foi menos acentuada, 23%. Esse resultado pode significar que os pequenos negócios estão sofrendo mais que a média no segmento.</p>	<p>inferiores aos da pré-pandemia</p>	<p>significa o retorno imediato dos clientes às lojas e, por isso, é fundamental que, além de todas as medidas de segurança, o empresário se preocupe com o comportamento de seus clientes nesse novo momento. Associar a aplicação das recomendações dos protocolos e o atendimento diferenciado pode ser a chave para uma retomada de sucesso. Algumas dicas que os empresários podem por em prática nesse momento são: 1) deixe o consumidor à vontade. Ofereça opções que valorizem sua experiência na loja e invista em opções de exposição que valorizem o autosserviço. 2) Receptividade e ouvidos abertos: acolher o cliente demonstrando o quão importante é a visita dele. Você pode recepcionar seus clientes com impressos calorosos que expliquem as medidas tomadas, entregue uma mensagem humanizada e os convide às compras. 3) Conexões phydigital: a combinação dos canais físicos e digitais é fundamental nessa retomada. Os canais de venda online não deverão ser abandonados pelos consumidores tão cedo. Portanto, manter suas redes sociais ativas, continuar dedicando energia para construir relacionamento e vendas pela internet é uma estratégia que não deve ser esquecida. Aproveite para fortalecer os dois ambientes, por exemplo, divulgando via redes sociais as adaptações da sua loja para melhor receber o cliente. Ofereça a possibilidade do cliente comprar online e fazer a retirada na loja física no esquema de drive-thru, crie interações entre os dois ambientes como, por exemplo, combinar as peças do feed com a vitrine de loja, são algumas opções de permanecer e potencializar os dois espaços.</p>	
<p>Serviços de alimentação</p>	<p>Na última pesquisa do Sebrae, o faturamento de serviços de alimentação foi de - 50% em comparação</p>	<p>Agosto encerrou com uma sinalização de processo de retomada, ainda que insuficiente para cobrir os prejuízos recentes. A</p>	<p>Esse é um momento de preparação para a reabertura e de reposicionamento do negócio. Avalie qual é seu maior diferencial competitivo e planeje o seu modelo de atuação no pós-crise. Avalie, também, sua estrutura de custos, reduzindo-os ao máximo e prezando pela produtividade. Renegocie contratos e acompanhe as possibilidades de aderir a medidas do governo, como a prorrogação</p>	<p>Sebrae, Cielo, e Abrasel</p>

ao pré-crise. Segundo a Cielo, o pico da crise foi em abril e maio, quando as vendas estavam cerca de 70% inferiores nessa comparação. No acumulado de março a agosto, a queda é de 57,6%, em média. Já na última semana de agosto, as vendas foram 39,2% menores do que antes da crise.

expectativa é de que setembro siga no mesmo ritmo, de leve melhora a cada semana. Na prática, o faturamento segue muito abaixo de antes da crise, mas as recentes melhoras trazem expectativas um pouco mais otimistas. Ainda há o risco de muitos negócios terem suas operações impossibilitadas, e aguardam a continuidade de medidas de apoio. Sobre a reabertura o processo foi regulamentado e autorizado na maior parte do Brasil e, aos poucos, os estabelecimentos se reposicionam e reconquistam o consumidor. No geral, as vendas via delivery e take away continuam importantes, especialmente para refeições mais convencionais.

da possibilidade de redução de salários e acordos salariais (nova medida baseada na MP 936). Os cuidados com a segurança dos alimentos não mudaram, mas devem ser reforçados. Por isso, aprimore as boas práticas e cuidados de higiene no estabelecimento, junto aos fornecedores e entregadores, e ainda demonstre esses cuidados ao cliente. Além disso, esteja atento a todas as exigências locais e orientações nacionais (inclusive do Sebrae e parceiros) sobre a retomada segura. Realize a reabertura apenas quando for autorizada, se você estiver confiante e seu estabelecimento com as adequações implantadas. Zele pela saúde financeira do negócio, realizando uma reabertura cautelosa, com atenção ao comportamento do consumidor e com planos de ação no caso de, após abertura, ainda houver recuos na retomada local por questões de saúde pública. Também para cuidar do seu fluxo de caixa, os estoques devem ser cuidadosamente gerenciados, e o cardápio deve ser ajustado e inteligente. Ou seja, avalie o que vende melhor em cada modalidade de venda, e perceba a necessidade atual do consumidor. Isso envolve definir seu público-alvo e ter produtos e soluções mais assertivos (ex. compra ocasional, do dia-a-dia, do tipo rotisserie). Além de plataformas ou aplicativos especializados, podem ser utilizados também canais mais convencionais (ex. WhatsApp e telefone): avalie como seu cliente prefere te contatar. A logística de entrega de alimentos segue um grande desafio, mas a cada dia surgem novos possíveis parceiros: acompanhe esse movimento na sua região. Promoções são muito bem-vindas, especialmente com apelos de datas comemorativas. Em 15 de setembro, por exemplo, tem o Dia do Cliente: que tal oferecer algo especial para seu principal parceiro? Outras dicas são: venda antecipada (vouchers); parcerias com empresas; promoções de fidelização; personalização de produtos; pacotes para ocasiões especiais (ex. aniversários para 2, 4, 6 pessoas); interação online. Aproveite para se capacitar nos cursos online da parceria do Sebrae com a Abrasel disponíveis em 3 trilhas: [Gestão de bares e restaurantes](#); [Gestão de pessoas](#); e [Gestão da qualidade](#)

Construção civil	<p>Sondagem da Ind. da construção CNI/CBIC revela crescimento da Utilização da Capacidade Operacional de 58%, o maior índice para o mês em cinco anos. O índice de confiança do empresário do setor aumentou 7,7 pontos. É a quarta alta consecutiva sugerindo retomada do otimismo, das expectativas setoriais e intenção de investimentos. Continua a discussão e "queda de braço" acerca da alta de preços de materiais de construção. Já há casos de Sinduscons registrando queixas em Procons e órgãos de defesa do consumidor. Varejo acusa Atacado, que acusa Indústria que informa sobre escassez internacional de insumos básicos.</p>	<p>O Lançamento do programa "Casa verde e amarela" gerou repercussão positiva. Até 2024, há expectativas de beneficiar 1,6 mi. de famílias, gerar 2,4 mi. de empregos e reformar cerca de 400 mil moradias. Para 2021, serão destinados R\$ 2,4 bi. para a retomada de obras paradas em 296 mil unidades habitacionais. O novo programa prevê juros mais baixos para as regiões Norte e Nordeste, historicamente com os maiores déficits habitacionais e menor renda. O crescimento na venda de determinados itens de materiais de construção continua. A meta de regularização fundiária urbana promete aquecer o mercado de reformas e reparos, tanto no varejo quanto no segmento de serviços, onde há mais de 900 mil MEIs. A meta do programa é a readequação de 400 mil moradias, movimentando R\$ 1,4 bilhão de reais até 2024.</p>	<p>Ficar atento e buscar maiores informações sobre o Programa "Casa verde e amarela" é importante, tanto para o segmento de obras, quanto para o de varejo e de serviços. Intensificar e aprimorar a gestão financeira e de custos é essencial. O aumento de preços exige maior competência em compras e negociação com fornecedores, além da busca de novas fontes de insumos. Pode ser um bom momento para compras em conjunto e fortalecimento das centrais de negócios. O conhecimento e a adoção de medidas prescritas nos protocolos de retomada são essenciais. O Sebrae preparou guias para a retomada na indústria da construção, lojas de material de construção, indústria de móveis, loja de móveis e escritórios de engenharia, arquitetura e projetos. O conhecimento da jornada digital do cliente será fundamental, bem como 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. Use o movimento Compre no Bairro/Compre do pequeno. O varejo deve buscar a venda online e a implementação de novas tecnologias de venda remota. Para os MEI, a inserção em marketplaces específicos e a presença digital podem atenuar os impactos negativos da demanda.</p>	CNI CBIC MDR-SNH e Sebrae .
------------------	---	--	--	---

<p>Beleza</p>	<p>Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 55% abaixo do pré-crise.</p>	<p>Leve melhora, ainda bastante abaixo do período pré-crise.</p>	<p>O empresário pode intensificar o uso dos canais digitais: TikTok, Instagram, WhatsApp, Facebook e outras plataformas e aplicativos de venda. Manter o contato com os clientes aquecido enviando: dicas de beleza; ofertas de produtos; curadoria de influencers interessantes para seguir. Promover a venda delivery de cosméticos homecare, elaborando kits de produtos que atendam às necessidades das clientes.</p>	<p>Sebrae</p>
<p>Logística e transporte</p>	<p>Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 58% abaixo do pré-crise. Transporte Escolar continua suspenso pela interrupção das aulas escolares na maioria dos estados.</p>	<p>GERAL: Muitas cidades estão com o comércio reaberto, o que pode gerar demanda para o setor. DELIVERY: Tendência de crescimento do modelo de negócio de "cozinha invisível", com impacto positivo na demanda pelo delivery. Expectativa de crescimento de 30% em 2020. CARGA: Reação um pouco maior do que na semana passada, alcançando melhora pela 5ª semana consecutiva. Porém, o índice de recuperação continua em -18% em cargas fracionadas. A demanda por transporte rodoviário de cargas também teve melhora, mas a variação semanal na demanda continua negativa em 26%. Quanto ao faturamento, 77% de empresas do setor ainda registram queda. ESCOLAR: Cenário ainda muito instável, vide constante alteração das datas de reinício das aulas.</p>	<p>Pesquisas em outros países afetados pela pandemia têm demonstrado uma tendência da população à reclusão voluntária, mesmo com o relaxamento das medidas de distanciamento social, em virtude do receio de contágio pelo coronavírus, o que gera a redução na demanda por bens e serviços e impacto econômico negativo. Diante desse cenário, é muito importante que os empresários se preparem para garantir a sua segurança e de seus clientes no desempenho de suas atividades, 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, gerando a confiança do 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. Informe-se a respeito no site do Sebrae.</p>	<p>Sebrae NTC&Logística (Associação Nacional de Transporte de Carga e Logística)</p>

Oficinas e peças automotivas	Segundo os dados do Sebrae do final de julho, o faturamento do setor está 41% abaixo do pré-crise. Já a Cielo aponta que o setor estava apenas 5% abaixo do pré-crise no final de agosto.	Segundo a "Automotive Business", ao totalizar US\$ 467 mi. em junho, as importações de autopeças mantiveram retração interanual ao redor de 45%, próxima à dos meses de abril e maio. Na passagem mensal, a contração se mostrou mais intensa do que à do mês anterior, aproximando-se de 18%. Esse resultado reflete os seguintes fatores: i) alta do dólar; ii) retomada interna incipiente; iii) substituição por fornecedores locais e; iv) interrupção da produção de linhas/famílias de produtos no país. O mercado de veículos usados voltou a demonstrar forte recuperação em julho, segundo números do Renavam consolidados pela Fenabrave. Quase todos os segmentos, incluindo automóveis, comerciais leves, caminhões, ônibus e motos tiveram crescimento nas transações na casa de 50% sobre junho, mas ainda persistem as retrações causadas pela crise na comparação anual.	Muitas cidades autorizaram a reabertura de vários segmentos, aumentando a movimentação nas ruas de carros, motos, etc. A venda de carros usados também aumentou, com essa dinâmica é importante rever seus processos, preparar e treinar sua equipe para receber os clientes de forma adequada e segura, planejar seu fluxo de caixa e sempre negociar com seus fornecedores e distribuidores para uma construção de uma relação ganha-ganha. Não se esqueça de acompanhar as orientações relacionadas aos protocolos de saúde.	Sebrae , Cielo , Fenabrave e ABInteligência
------------------------------	---	---	---	---

Saúde	Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 36% abaixo do pré-crise.	Aos poucos a retomada vem acontecendo. Para as farmácias, os produtos que ajudam a prevenir o contágio continuam sendo muito procurados. Álcool gel, máscaras, suplementos e vitaminas devem continuar com alta demanda. Já os serviços médicos não urgentes iniciam uma retomada da procura, mas ainda não atingiram patamares de antes da crise. A telemedicina continua sendo muito demandada quando não há necessidade de atendimento presencial. As atividades econômicas voltadas mais a bem-estar, clínicas de fisioterapia e nutrição estão retomando, mas em patamares abaixo do faturamento pré-crise. As academias estão voltando às atividades, mas com perda de muitos alunos e com clientes que continuam somente nas atividades virtuais.	Farmácias devem garantir o suprimento de medicamentos específicos mais procurados e materiais de proteção individual necessários e devem colaborar para a educação em saúde e gerenciamento colaborativo com hospitais e unidades de saúde. Serviços de Saúde não emergenciais devem se adequar a tendências como telemedicina e atendimentos remotos que, em grande medida, já eram uma tendência e vieram para ficar. Além disso, é um momento em que se deve organizar os controles financeiros: custos fixos e variáveis, adaptando à redução temporária da demanda. Os itens a seguir são exemplos do que pode ser reduzido: plano de internet, plano de telefone, consumo de energia elétrica, consumo de água, consumo de insumos para os atendimentos que porventura ocorram. Já para as atividades econômicas voltadas a bem-estar, a saída é tentar se reinventar para passar pela crise com menos impactos. Além disso, quando for possível o atendimento remoto, invista nessa tendência que deve perdurar até mesmo depois da crise. Academias de ginástica estão personalizando as gravações de treinos e algumas viram como solução o aluguel de equipamentos para garantir fluxo de caixa. Algumas clínicas odontológicas estão se adaptando para atender nas próprias residências e tomando todos os cuidados para os atendimentos nos consultórios. Já os nutricionistas estão produzindo conteúdos para atrair clientes na estratégia de marketing de conteúdo e também realizando atendimento remoto. Os atendimentos por videoconferências e plataformas digitais vem sendo a saída encontrada pelos profissionais de psicologia para enfrentar a crise. Vejam mais exemplos de boas práticas ao final do estudo disponível aqui .	Sebrae e Cielo .
Educação	Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor	A suspensão de aulas nas instituições formais mostra uma projeção de aumento e	Neste momento alguns estados estão planejando o retorno das aulas e as empresas que atuam com serviços educacionais devem se preparar para o retorno	Sebrae e Associação Brasileira de

	<p>está 54% abaixo do pré-crise.</p>	<p>adoção de plataformas de aprendizagem digitais. Percebe-se tendência de aumento no número de pessoas procurando qualificação à distância. Dados do Sebrae demonstram a intensificação da implantação de protocolos de retomada das atividades onde 83% dos empresários informaram conhecer e terem implementado ou estão implementando.</p>	<p>dos alunos, assim como adequações ao calendário escolar formal a ser definido pelo Conselho de Educação. Devem atentar para a continuidade 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. Algumas escolas relatam que a intensificado a comunicação com pais e alunos têm sido fundamental para manter as mensalidades, ainda que com descontos.</p>	<p>Ensino à Distância</p>
<p>Turismo</p>	<p>Segundo dados do Sebrae, o faturamento do setor está 74% abaixo do pré-crise.</p>	<p>Alguns destinos turísticos retomaram as atividades e estão buscando atrair turistas, enquanto outros têm previsão para só retornar em outubro. Apesar da retomada em alguns destinos, há receio dos potenciais turistas em relação à segurança sanitária. Neste contexto, destinos de pequeno porte populacional com perfil de produtos e serviços com foco em bem-estar, atividades ao ar livre e contato com a natureza estão entre os mais procurados pelas pessoas que</p>	<p>Dependendo do porte do seu empreendimento e dos seus custos fixos, avalie o momento mais adequado para voltar a funcionar. Constatamos, por exemplo, que o percentual de ocupação na hotelaria é baixo. Por isso avalie se é economicamente viável para a sua empresa voltar a funcionar de imediato. Atue de forma integrada com os demais empreendedores da cadeia do turismo do seu destino para que todos estejam comprometidos com a implantação dos protocolos de segurança. Os empresários devem ter clareza que segurança passou a ser um item fundamental na experiência do turista. Portanto, é fundamental uma comunicação integrada dos empresários e do destino para os potenciais viajantes, principalmente, nos meios digitais. Usar vídeos é um bom meio para gerar confiabilidade no potencial cliente. Acesse a página do Sebrae e veja os protocolos do seu segmento. Acesse o site do Ministério do Turismo e informe-se sobre o Selo. Lembre-se que tão importante quanto comunicar</p>	<p>Sebrae</p>

		<p>já voltaram a viajar ou que pretendem viajar nos próximos dias. Destinos de sol e praia seguem como objeto de desejo dos viajantes.</p>	<p>de forma transparente é o turista atestar, ao usar os serviços, que estes traduzem o que lhes foi comunicado nos meios digitais. É importante lembrar que entre os dias 27 de setembro de outubro ocorrerá virtualmente a ABAV Collab. É importante participar. O evento será um marco no retorno das atividades turísticas.</p>	
Artesanato	<p>Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 47% abaixo do pré-crise.</p>	Estabilidade	<p>Repense expectativas de vendas, evitando compras desnecessárias. Caso trabalhe com encomenda negocie pagamento à vista. Caso tenha contas em aberto com fornecedores, renegocie prazos e pagamentos. Reduza sua oferta (mix) de produtos, trabalhando apenas com aqueles que garantem boa margem de lucro, priorizando acabar com o estoque acumulado e não ter que fazer novas compras. Quem trabalha com sistema de entregas pode ampliar esse foco. Quem ainda não iniciou esse processo pode implantar rapidamente com auxílio de aplicativos, redes sociais e parcerias especializadas.</p>	Sebrae
Indústria de base tecnológica e Energia	<p>De acordo com o Sebrae, o faturamento dos pequenos negócios do setor segue 35% abaixo do pré-crise. 24% das empresas estão com empréstimos em atraso, menor percentual entre todos os setores pesquisados. Do total do setor, 47% das empresas procuraram empréstimo,</p>	<p>O número de empresas do setor que estavam operando saltou de 23% para 81% em 5 meses. A maioria dos negócios das IBT operam em campo ou plantas próprias (75%). 29% das empresas estão faturando o mesmo ou mais que antes da crise. O segmento apresentou uma</p>	<p>Estão compreendidas no setor as atividades econômicas relacionadas a: metal-mecânicos; químicos; eletroeletrônicos e automação; indústria gráfica; movimentação de carga; micrologística e hardwares para inteligência. São negócios que precisam conhecer como pesquisar, desenvolver e inovar, além de escalar sua produção.</p> <p>Portanto, a principal dica é atenção para a presença digital e uso de ferramentas de negociação online: Apenas 45% usam WhatsApp Business, é o mais baixo</p>	Sebrae

	mas apenas 16% dessas conseguiram crédito.	melhora considerável em comparação ao final de junho. Apenas 9% das empresas do setor não conhecem ou estão com dificuldade para implementar os protocolos de segurança exigidos pelo poder público. Esses dados parecem apontar para uma forte recuperação em curso	do grupo pesquisado. Apenas 21% usam Google Meu Negócio, é o mais baixo do grupo pesquisado. Em compensação, o setor é o que mais se utiliza de automação de processos (36%).	
Pet shops e serv. veterinários	Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 37% abaixo do pré-crise.	Estabilidade com possível leve melhora, mas ainda em níveis inferiores aos da pré-crise.	Apostar em parcerias com aplicativos de entrega, assim como manutenção de relacionamento com os clientes por meio das redes sociais é essencial para o momento de baixa. Aumentar a comercialização por meio de plataformas digitais.	Sebrae
Economia criativa	Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 73% abaixo do pré-crise.	Apesar de ser um dos segmentos mais afetados, este segmento aparenta ter chegado à estabilidade (num patamar bastante inferior ao pré-crise), e até uma ligeira melhora com relação ao começo da crise, de acordo com a última pesquisa do Sebrae.	Uma opção interessante é transformar eventos presenciais em lives (transmissões online) ou fazer distribuição de conteúdo via serviços de streaming. Para audiovisual este momento pode ser focado em etapas do projeto que não necessite de aglomerações, como elaboração de novos projetos, elaboração de roteiro, pesquisas, prestações de contas, edição de sonorização e imagens. Para o setor de games, já estão tendo eventos visuais de playtest. onde esportistas e o público podem testar seu jogo através de plataformas e códigos para liberação.	Sebrae

De modo geral, toda a economia está sofrendo com a crise. É preciso ter flexibilidade e planejamento para se preparar para os próximos meses. Negociação de prazos e preços com fornecedores, mudança de modelo de negócio para prestação de serviços a distância, a busca por crédito e qualificação podem ser caminhos para aguentar a tempestade e se preparar para a retomada da normalidade. O Sebrae está aqui para ajudar você e seu negócio neste tempo de crise. Acesse sebrae.com.br e veja como podemos te apoiar.