

Covid-19 e Pequenos Negócios: impactos e tendências

21ª edição

2 de outubro de 2020



Sumário

- 1 [Introdução](#)
- 3 [Comércio Varejista](#)
- 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 [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 atingiu mais de 34 milhões de casos confirmados e 1 milhão de mortes. Nas duas últimas semanas, o número de casos cresceu 14% e o de mortos pela doença no mundo, 8%. Globalmente, a doença segue crescendo, a um ritmo relativamente menor.

No Brasil, o número de casos confirmados cresceu 8% e o de óbitos 7% no mesmo período. Na data desta publicação o país atingiu a marca de 4,8 milhões de casos confirmados e 145 mil óbitos em decorrência da doença. Tanto em número de casos, quanto em número de óbitos, a pandemia vinha em ritmo de queda até recentemente, mas, nos últimos dez dias, a média móvel de novos óbitos parece ter se estabilizado por volta de 690 e a de casos em 26,5 mil.¹

Nos últimos dias, o Sebrae divulgou sua 7ª pesquisa “O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios”, com mais de 6,5 mil pequenos empresários entrevistados. Apesar de ainda apresentar um quadro crítico, 18 dos 21 segmentos pesquisados tiveram melhora de faturamento.

Até mesmo os segmentos mais afetados, como turismo, economia criativa e academias, apresentaram melhora em agosto. Entretanto, cabe ressaltar que, na média, os pequenos negócios ainda estão faturando 40% menos que antes da pandemia. No gráfico apresentado abaixo, é possível ver a reação generalizada – apesar de ainda insuficiente – dos pequenos negócios.

Figura 1- Dados da pandemia no Brasil.

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

Pandemia no Brasil

Brasil	Total	Hoje*	Varição**	Estágio
Casos	4,8 mi	27,1 mil	-12,2%	
Óbitos	144,8 mil	696	-9,7%	Estável

Estágios da pandemia

-  Acelerado
-  Estável
-  Desacelerado
-  Reduzido

Mais óbitos

	Total
1º São Paulo	 35,8 mil
2º Rio de Janeiro	 18,6 mil
3º Ceará	 9 mil

Nos municípios

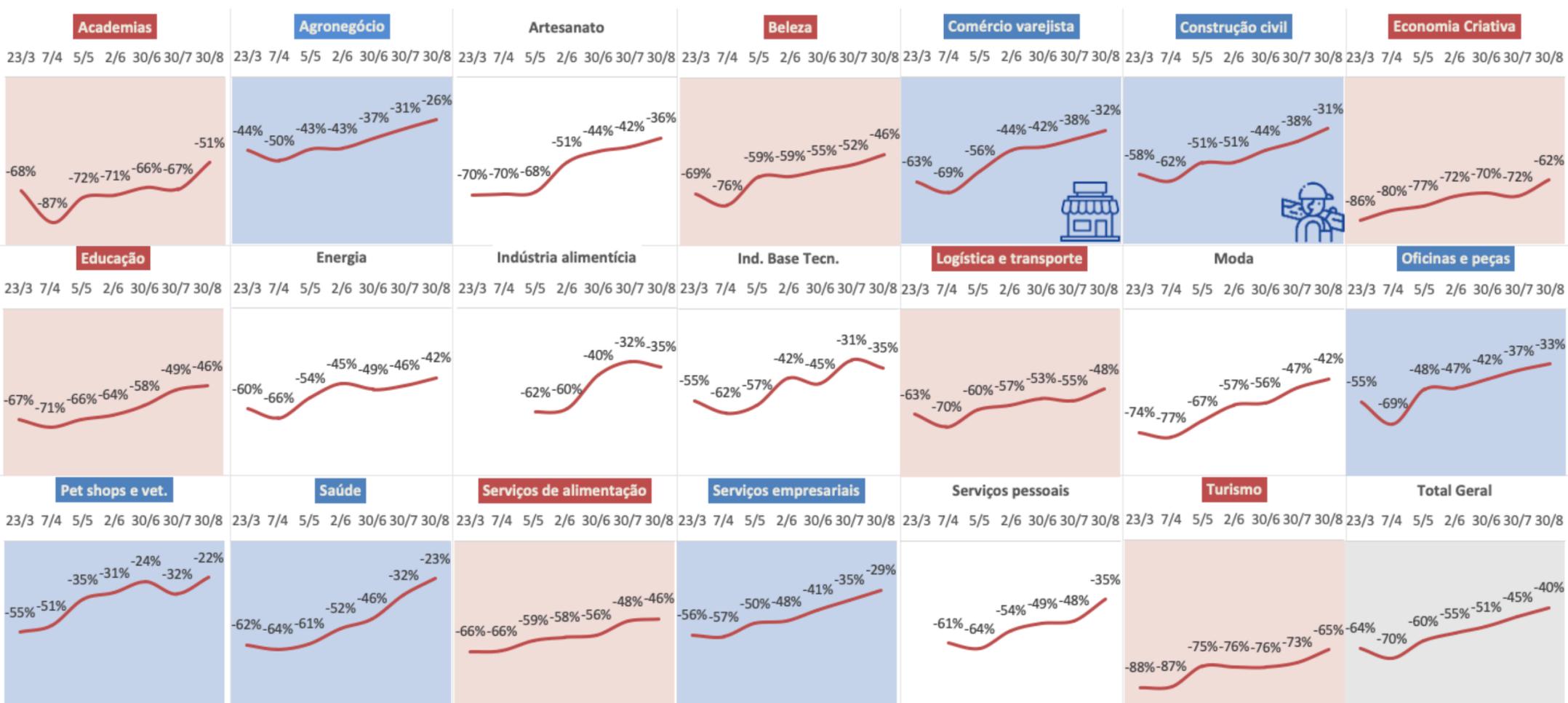
 Acelerados	 Estáveis
Manaus (AM)	Curitiba (PR)
Goiânia (GO)	São Luís (MA)
Uberlândia (MG)	Belo Horizonte (MG)
Guarujá (SP)	Porto Alegre (RS)

Dados das 08h de 02.out *Média móvel de 7 dias **Em relação a 14 dias



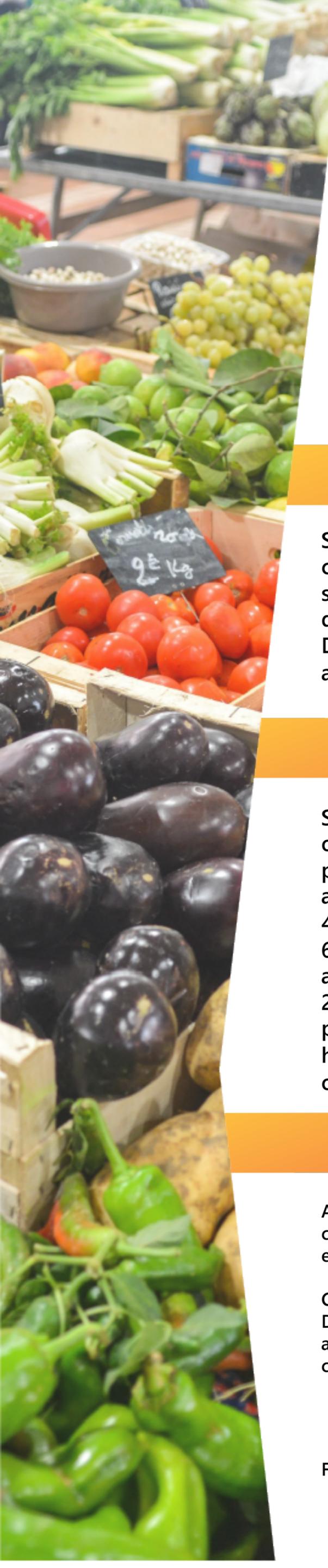
1. Dados da pandemia retirados de [Bing](#) em 2/10.

Faturamento do segmento em comparação ao pré-crise – março a agosto



Fonte: [Sebrae: "O impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios – 7ª edição.](#)





Comércio Varejista

Impacto já observado no Brasil

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 setembro, houve uma queda de 20,9% do varejo total no Brasil, ficando 6,3% abaixo do período pré-pandemia. Diversos segmentos do varejo, sejam bens duráveis ou não duráveis, já estão alcançando patamares de faturamento semelhantes ao período pré-covid.

Cenário e Tendências

Segundo o Índice de Confiança do Comércio, o empresário tem demonstrado otimismo ponderado, com o ICOM alcançado os mesmos patamares do período pré-crise. 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.

Boas Práticas

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 o Dia das Crianças. Busque caminhos para se conectar com seu cliente e proponha sugestões de atividades a serem desenvolvidas com os familiares. A proposta é estreitar o relacionamento com o consumidor e engajar com o propósito da loja.

Serviços de Alimentação

Impacto já observado no Brasil

Na 7ª pesquisa do Sebrae, o faturamento de serviços de alimentação foi de -46% em comparação ao pré-crise. Trata-se de uma recuperação lenta e gradual. Atualmente, 86% dos negócios ainda registram queda. Segundo a Cielo, em setembro (até 26/9) a queda nas vendas é de 35,1%, se consolidando como o melhor resultado desde março.

Cenário e Tendências

A expectativa é de que outubro seja melhor do que setembro, devido à consolidação da reabertura no País. É preciso, porém, manter todos os cuidados, haja vista a possibilidade de os casos de covid-19 voltarem a aumentar, como tem acontecido em Manaus (AM). Além disso, a recuperação gradativa de faturamento ainda não alivia o setor, o que mantém os empresários em alerta e com acúmulo de dívidas. Assim, o cenário sinaliza a importância de continuar com a operação 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

Se você tem um estabelecimento no ramo de alimentação, provavelmente atuou com *delivery* ao longo de 2020. E fortalecer o *delivery* segue uma boa estratégia, seja com entrega própria ou via aplicativos. Abaixo, o Sebrae reúne algumas dicas para um bom planejamento de atuação nos aplicativos:

- Configure sua loja virtual de maneira precisa, alinhada à categoria que mais bem representa seu negócio;
- Repense seu cardápio, garantindo que seus produtos sejam adequados para a viagem;
- Otimize seu menu online e faça boas fotos próprias. Veja [este e-book](#) que o Sebrae/SP e a Cielo fizeram com dicas práticas de como fotografar;
- Avalie o preço da concorrência, mas cobre pela sua qualidade e diferencial. Isso demanda uma precificação correta e consciente;
- Teste o tempo de preparo e entrega do produto e reduza esse intervalo ao máximo.

Confira algumas reflexões destacadas neste texto clicando [aqui](#).

Fontes: [Sebrae](#), [Cielo](#), [IFB](#), [Imprensa](#)



Construção Civil

Impacto já observado no Brasil

Segundo a Cielo, o varejo de materiais de construção já está faturando 34% mais que no pré-pandemia. Tal aquecimento ajuda a explicar a alta de preços no setor. Em agosto, o preço do tijolo subiu 9,3% e os de cimento, 5,4%.

Em agosto, a inflação da construção civil divulgada pelo Sinapi saltou para 3,8%. Nas regiões Norte e Nordeste já há falta de materiais básicos e de acabamento.

Cenário e Tendências

O Lançamento do programa "Casa verde e amarela" continua sendo pauta importante e está sendo "digerido" e entendido pelo setor. 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. Em termos gerais, estão previstos quase R\$ 29 bilhões em investimentos. O volume de lançamentos no mercado imobiliário caiu 43% no semestre, com apenas 2,2% de redução das vendas, revelando que o estoque de imóveis se reduziu significativamente. Isso, aliado aos aumentos de insumos setoriais pode antever aumentos de preços no curto prazo.

Boas Práticas

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.

Fontes: [Cielo](#), Ministério da Economia, [Brain Inteligência](#) e [Smartus](#)



Beleza

Impacto já observado no Brasil

O mercado de Beleza ainda segue apresentando queda acentuada no faturamento: -46% em relação ao faturamento antes do período da pandemia. A recuperação se mostrava lenta mas deu um salto de 9% positivo (-55% nas duas aferições anteriores, passando a -46% nesta), o que pode representar uma retomada mais rápida, a verificar nas próximas edições do monitoramento Sebrae a consolidação desse movimento. 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.

Cenário e Tendências

Leve melhora, ainda bastante abaixo do período pré-crise.

Boas Práticas

Os protocolos de retomada publicados pelo Sebrae estão se mostrando uma boa estratégia 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. 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.



Logística e Transporte

Impacto já observado no Brasil

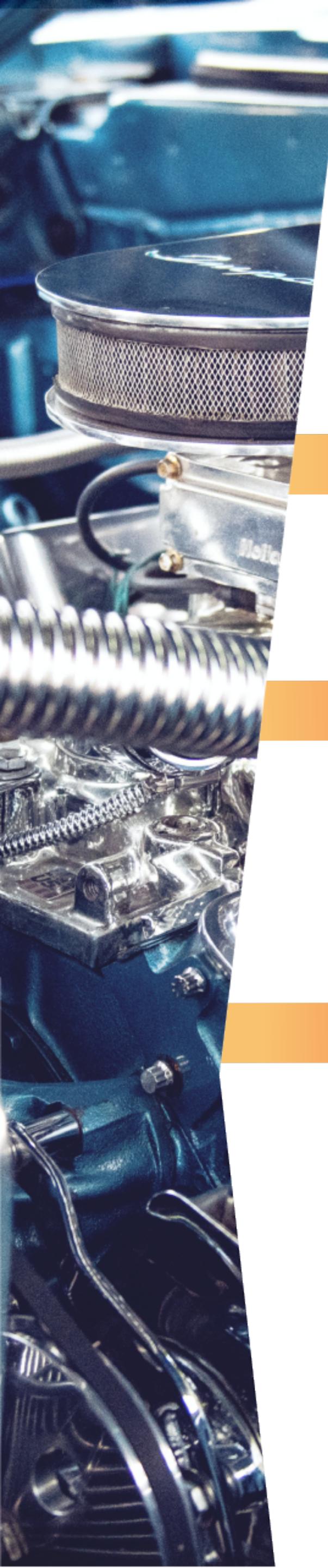
Segundo os dados do Sebrae, o faturamento dos pequenos negócios do setor está 48% abaixo do pré-crise.

Cenário e Tendências

GERAL: o setor de varejo lidera os índices de recuperação seguido da indústria e pelo serviços. No setor agropecuário pode-se dizer que não houve retomada, pois o setor foi o único a apresentar expansão durante a pandemia. **DELIVERY:** Tendência de crescimento do modelo de negócio de "cozinha invisível", com impacto positivo na demanda pelo delivery. **CARGA:** Recuperação gradual em função da retomada da maioria das atividades. E-commerce também tem puxado o aumento de transporte de produtos e mercadorias. Com a greve dos Correios, ocorreu uma maior visibilidade de outras plataformas que realizam simulações gratuitas no frete de mercadorias como Melhor Envio, Jadlog, Azul Cargo e Latam Cargo o que pode estimular uma melhoria do segmento de Logística e Transporte. **ESCOLAR:** Cenário instável, vide constante alteração das datas de reinício das aulas, e de forma escalonada dos estudantes, o que gera oscilação de demanda, sendo ainda mais importante o planejamento das rotas.

Boas Práticas

Diante do crescimento do e-commerce durante a pandemia, 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. Com a retomada do transporte escolar, uma dica importante é verificar as instruções do Protocolo de Retomada da atividade desenvolvido pelo Sebrae e parceiros. Informe-se a respeito no [site](#) do Sebrae.



Oficinas e Peças Automotivas

Impacto já observado no Brasil

Segundo os dados do Sebrae, o faturamento dos pequenos negócios do setor está 33% abaixo do pré-crise. Já a Cielo aponta que o setor estava apenas 0,4% abaixo do pré-crise no final de agosto.

Cenário e Tendências

Em junho, as importações de autopeças seguiram com queda de 45% na comparação anual. Na comparação mensal, a queda foi de 18%. O mercado de veículos usados voltou a demonstrar forte recuperação em julho, segundo números do Renavam consolidados pela Fenabreve. Quase todos os segmentos, incluindo automóveis, comerciais leves, caminhões, ônibus e motos tiveram crescimento de cerca de 50% sobre junho, mas ainda persistem as retrações causadas pela crise na comparação anual.

Boas Práticas

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.

Fontes: [Sebrae](#), [Cielo](#), [Fenabreve](#) e [ABInteligência](#).

Saúde

Impacto já observado no Brasil

Segundo os dados do Sebrae, o faturamento dos pequenos negócios do setor está 23% abaixo do pré-crise. Segundo a Cielo, o segmento de farmácias está com vendas 7% abaixo do pré-crise

Cenário e Tendências

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.

Boas Práticas

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. 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 se adaptaram 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. De forma geral, é um momento em que todos negócios devem organizar detalhadamente 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.

Educação

Impacto já observado no Brasil

Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 46% abaixo do pré-crise e 85% das empresas relataram queda no faturamento mensal.

Cenário e Tendências

A suspensão de aulas nas instituições formais mostra uma projeção de aumento e adoção de plataformas de aprendizagem digitais. 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 alguns estados autorizaram o retorno das aulas presenciais (AM, PA, MA, CE, RN, SP, RS e DF) e as empresas que atuam com serviços educacionais devem se preparar para o retorno dos alunos, assim como adequações 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 matrículas 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 65% abaixo do pré-crise. Já o faturamento do setor como um todo, de acordo com a Cielo, está 53% abaixo de antes.

Cenário e Tendências

Encerra nessa sexta-feira, dia 02 de outubro, o [ABAV Collab](#), o evento está ocorrendo virtualmente e marca a retomada das atividades turísticas. E no último dia ocorrerá o Black Friday de Viagens. É a oportunidade de empresas e destinos se posicionarem no mercado. A cadeia do turismo está participando em peso do evento. Será um momento único na história do turismo brasileiro.

Boas Práticas

É fundamental as empresas participarem do Black Friday de Viagens do ABAV Collab como uma ação complementar a comunicação que está fazendo com o mercado. A inscrição no evento é gratuita. Organize-se para participar e, principalmente, para conversar com o público de interesse do seu negócio. O evento possibilita a interação com agências de viagens, operadores, parceiros e com o consumidor final. É a oportunidade para o empresário da cadeia de turismo comunicar quais as medidas de segurança adotou na sua empresa e gerar confiabilidade do mercado. Tenha foco no posicionamento do seu negócio, visando o alcance de resultados no médio prazo. Lembre-se que o evento também conta com uma programação de palestras relevantes para os empreendedores do setor.

Fontes: [Sebrae](#), [Cielo](#) e [ABAV](#)

Ficha Técnica

Unidade de Competitividade – Sebrae Nacional

Gerente: César Rissete

Gerente Adjunto: Carlos Eduardo Pinto Santiago

Coordenação técnica: Rafael Moreira

Equipe:

Varejo: Flávio Petry

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

Construção civil: Ênio Queijada e Edlamar da Silva

Beleza: Andrezza Torres

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

Oficinas e Peças Automotivas: Gustavo Melo e João Périco

Saúde: Geraldo Costa e Lucia Buson

Educação: Patrícia Mayana

Turismo: Ana Clévia Guerreiro e Germana Magalhães

Projeto gráfico: Tahak Meneguzzo