

Impactos e tendências da COVID-19 nos pequenos negócios

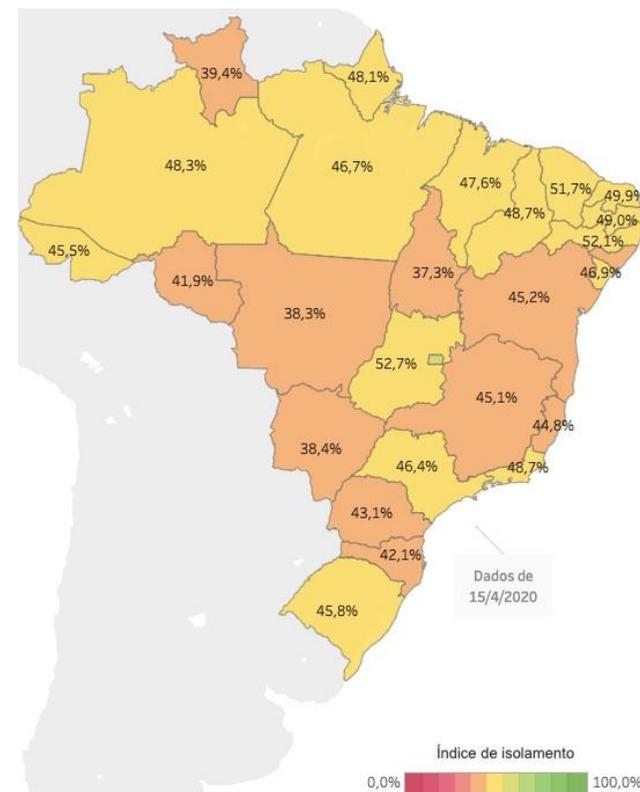
Este boletim, de periodicidade semanal, traz os principais impactos da COVID-19 nos pequenos negócios, principalmente nos 14 segmentos identificados como os mais diretamente afetados. Além disso, trazemos cenários e dicas para que o pequeno empresário possa se planejar e diminuir os impactos negativos da crise.

A pandemia causada pelo novo coronavírus (COVID-19) já chegou a 210 países, com cerca de 2,2 milhões de casos confirmados e 150 mil mortes¹. Em uma semana, o número de casos cresceu 23% e o de mortos pela doença no mundo, 45%.

No Brasil, o número de casos confirmados cresceu 60% e o de óbitos dobrou em uma semana. Até aqui, são cerca de 33 mil casos confirmados e 2,1 mil óbitos em decorrência da doença². Como forma de desacelerar o contágio, governos estaduais e prefeituras têm tomado medidas de isolamento social. De acordo com levantamento da empresa [Inloco](#), o índice de isolamento social oscilou em torno de 50% na última semana, ficando em 47% no dia 15/04. Alguns estados já discutem levantar as restrições de movimentação nos próximos dias. Cabe ressaltar, porém, que dados de outros países mostram que, mesmo quando as quarentenas são levantadas, o consumo não costuma voltar da mesma forma que antes, por medo de contágio por parte do consumidor.

De acordo com a segunda rodada de pesquisa com empresários feita pelo Sebrae, os pequenos negócios têm sido fortemente afetados. Com coleta feita entre

Figura 1 – Índice de isolamento social no dia 15/4.
Fonte: [Inloco](#)



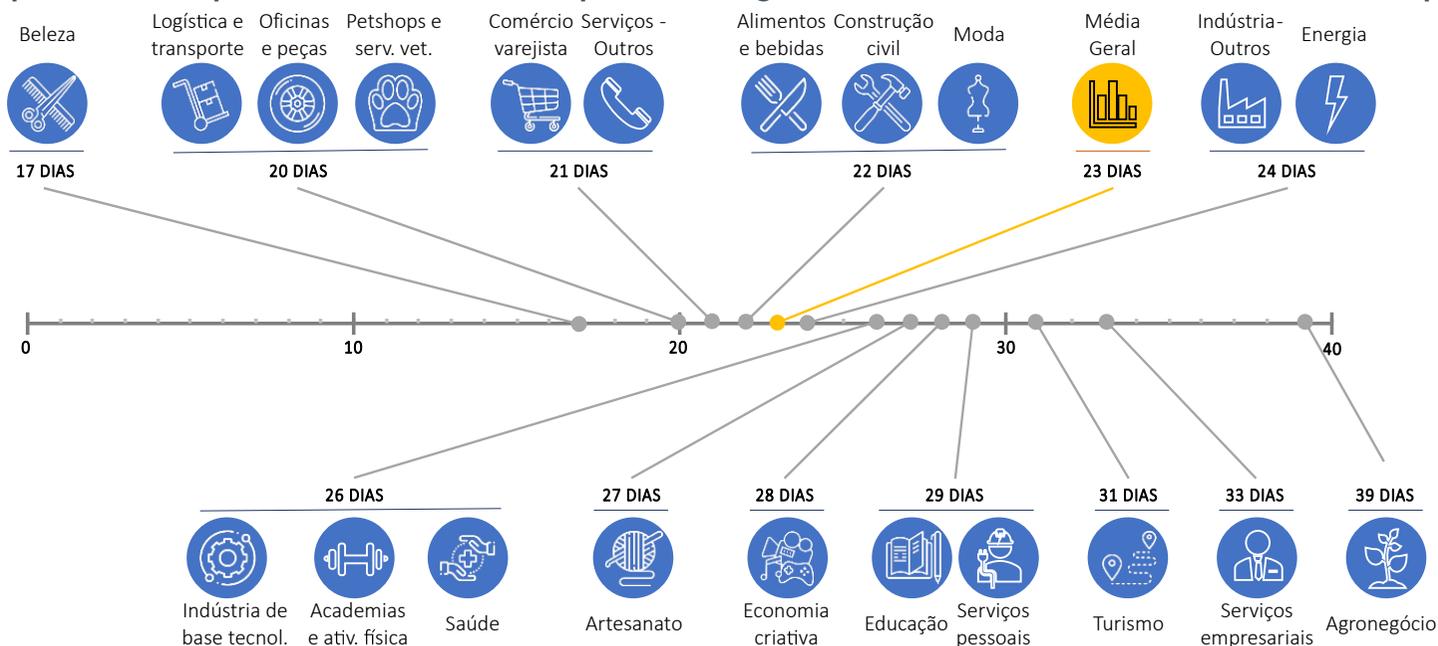
¹ Dados extraídos do [Google](#) de 17/04/2020.

² Dados do Ministério da Saúde de 17/04/2020.

os dias 3 e 7 de abril, os empresários declararam queda de faturamento semanal de **69%** com relação a uma semana normal, com 88% deles declarando terem tido queda no faturamento. Apesar desses resultados negativos, com cerca de um mês de quarentena, alguns segmentos têm se estabilizado (em patamares inferiores ao pré-crise) e, segundo relatório da e-bit/Nielsen aponta que o comércio eletrônico tem crescido com a crise. Entre 7/4 e 13/4, as vendas online tiveram crescimento de **3,6%**.

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 mais de **13 milhões de pequenos negócios** que empregam **21,5 milhões de pessoas**. Abaixo, apresentamos um resultado importante da última pesquisa feita pelo Sebrae sobre fôlego financeiro dos pequenos negócios. Na média, um pequeno negócio tem caixa para aguentar apenas 23 dias fechado.

Pergunta: Por quantos dias aproximadamente sua empresa consegue ficar fechada e ainda assim ter dinheiro para pagar as contas?



Fonte: [Sebrae - 2a. Pesquisa "O impacto da pandemia de coronavirus nos pequenos negócios"](#), com coleta entre 3 e 7 de abril de 2020.

Com base na Pesquisa “[O impacto do Coronavírus nos Pequenos negócios](#)” realizada pelo Sebrae com mais de 6 mil empresários e em pesquisas de mercado, é possível ver os seguintes efeitos econômicos no Brasil, e seus desdobramentos.

Segmento	Impacto já observado no Brasil	Cenário e tendências	Dicas e boas práticas	Fonte
Comércio varejista	Desde o início do surto, o varejo brasileiro já apresenta uma queda de 27% no faturamento. De acordo com pesquisa do Sebrae, o pequeno negócio do varejo tem sofrido um mais, tendo registrado queda de 69% com relação a uma semana normal. Já o comércio eletrônico cresceu 3,6% nos últimos dias.	Com a continuidade da quarentena, as pessoas começam a estabilizar seus hábitos de consumo, com alguma tendência de queda por conta do aumento do desemprego e redução da renda. Comércio eletrônico e delivery em geral tendem a seguir com algum crescimento. Percebe-se que devida a operação limitada de alguns segmentos específicos do comércio, certas categorias de produtos passaram a ter maior participação no varejo tradicional, movimento causado pela concentração de consumos nos estabelecimentos que estão possibilitados a operar com suas lojas físicas abertas para atendimento.	Adaptar o negócio para entrega direta ou utilizando serviço de delivery é uma alternativa interessante para o varejo. Mesmo que o empresário tenha que fechar sua loja física, deve manter contato com os clientes pelos canais digitais e oferecer serviços e manter a comunicação para manter a lembrança do cliente. Um caminho alternativo são os vouchers. Neste modelo, o comércio realiza uma venda antecipada e disponibiliza um crédito para aquisição de produtos. Outro caminho é a venda de kits por assinatura, possibilitando a recorrência de vendas. É importante que o pequeno varejista avalie seu <i>mix</i> de produtos e concentre esforços nos itens que lhe proporcionam maior vantagem competitiva (custo, exclusividade, conveniência, etc).	Sebrae , Cielo e e-bit/Nielsen.
Moda	Queda de 77% com relação a uma	Queda ainda maior, pois com o agravamento da situação sanitária e a	Num momento de ansiedade e incerteza, é preciso lutar contra a perda do apelo de	Sebrae , McKinsey e

	<p>semana normal (vs. 74% na pesquisa anterior). Especificamente no comércio eletrônico de moda, o segmento apresentou crescimento de 15% nos últimos dias.</p>	<p>queda do emprego e da renda, os consumidores tendem a focar seus gastos em bens essenciais. Relatório da McKinsey aponta que, se a quarentena durar entre dois e três meses, 80% dos negócios do segmento devem passar por dificuldades financeiras.</p>	<p>compra e alcançar clientes em estado de cautela, que priorizam as necessidades mais básicas de consumo. A mentalidade positiva e humanizada é uma alternativa para acertar no discurso e no tom de voz no relacionamento com os clientes. 1) Tenha uma postura ativa: esteja presente, não espere o cliente precisar, apresente alternativas, estimule a curiosidade e mostre oportunidades. Use as redes sociais para essa aproximação; 2) Fortalecimento da Marca e Sobrevivência: explore o delivery como experiência que vai além da venda e da entrega de produtos, mas como uma extensão da sua loja física. 3) Desconstrua crenças de consumo: crie um discurso de empatia, mas produza um conteúdo de utilidade atemporal, criando oportunidades para além da crise. 4) Faça vendas consultivas por meio de WhatsApp e vídeochamadas. 5) Invista em parcerias com serviços de consultoria de imagens para que possa entregar modelos prontos de <i>looks</i> estimulando o aumento da conversão e do tíquete médio.</p>	<p>e-bit/Nielsen.</p>
<p>Alimentos e bebidas</p>	<p>Queda de 66% em relação a uma semana normal. Na</p>	<p>O setor de alimentos e bebidas, representado principalmente pelo ramo de serviços de alimentação, foi um dos</p>	<p>Reduzir os custos ao máximo: renegociar contratos; avaliar MP 936.</p>	<p>Sebrae</p>

	<p>pesquisa anterior (há duas semanas), a queda declarada em comparação com uma semana normal foi de 67%.</p>	<p>primeiros afetados pelas determinações de restrições de funcionamento pelas autoridades. A tendência é que, nas próximas semanas, os estabelecimentos que servem refeições sigam operando apenas com entrega (delivery) ou take-out (retirada). Como essas estratégias são desafiadoras e têm sido suficientes apenas para impedir quedas ainda mais acentuadas, parte dos estabelecimentos tem decidido fechar temporariamente.</p>	<p>Gerenciar estoques: realizar pré-preparos e porcionamentos; rever o cardápio ofertado.</p> <p>Segmentar: comunicar com clareza seus produtos e serviços, em acordo com o perfil do cliente e sua necessidade (ex. compra ocasional, do dia-a-dia, do tipo rotisserie).</p> <p>Reforçar a segurança dos alimentos: aprimorar as boas práticas no estabelecimento, junto aos fornecedores e entregadores; demonstrar e comunicar esses cuidados com o cliente. Avaliar forma de venda: plataformas ou aplicativos especializados; canais mais convencionais (WhatsApp e telefone); parceiro logístico local; entrega com equipe própria. Reforçar parcerias com fornecedores: agregar produtos locais e diferenciados ao cardápio.</p> <p>Comunicar-se com clientes: venda antecipada (vouchers), parcerias com empresas; promoções de fidelização; personalização de produtos; pacotes para ocasiões especiais; interação online.</p> <p>Reposicionar seu negócio: avaliar qual é seu maior diferencial competitivo e planejar o seu modelo de atuação no pós-crise.</p>	
<p>Construção civil</p>	<p>Queda de 62% com relação a uma semana normal (vs.</p>	<p>Alguns estados e municípios estão permitindo obras públicas ou emergenciais. A Caixa anunciou medidas</p>	<p>Buscar cursos específicos para gerenciar seus estoques nesse período de crise; buscar informações com pessoas técnicas que</p>	<p>Anamaco; Caixa; CBIC;</p>

	<p>58% há duas semanas).</p>	<p>complementares de apoio à retomada de obras e auxílio financeiro, totalizando R\$ 154 bi. até aqui. Estima-se que essa medida preserve 1,2 mi. de empregos. As lojas de material de construção continuam ampliando sua permissão para funcionar em diversos municípios, e começa agora o movimento pela reabertura de lojas de itens do lar. Pesquisa do mercado imobiliário revela que negócios de compra, venda e locação continuam com restrições em função de insegurança financeira e impossibilidade de realizar visitas. Já os MEI do setor (pedreiros, pintores, etc) permanecem a reboque da forte queda na demanda por pequenas reformas e obras de autoconstrução.</p>	<p>conheçam do setor; se possível, implementar BIM (Modelagem da Informação da Construção). Isso reduz custos, os desperdícios e torna os serviços mais eficientes. Intensificar as modalidades de fretes para as entregas; criar grupos de WhatsApp específicos para clientes, fornecedores e lojistas nas comunidades. Use o movimento Compre do Pequeno. As construtoras deverão aderir cada vez mais ao <i>lean construction</i>. O varejo deve buscar a venda <i>online</i>. No mercado imobiliário, a busca por maior visibilidade e presença digital pode nortear a reorganização e digitalização do portfólio e da carteira, e a implementação de novas tecnologias de venda remota. Para os MEI, a inserção em <i>marketplaces</i> específicos e a presença digital podem atenuar os impactos negativos da demanda.</p>	<p>DataZap e Sebrae.</p>
<p>Beleza</p>	<p>De maneira geral, queda de 76% com relação a uma semana normal (vs. 69% há duas semanas). As vendas online de perfumaria e</p>	<p>Com exceção dos produtos de higiene pessoal, a demanda pelo setor tende a seguir baixa, por não ser essencial.</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 <i>influencers</i> interessantes para seguir. Promover a venda <i>delivery</i> de cosméticos <i>homecare</i>, elaborando</p>	<p>Sebrae, Cielo e e-bit/Nielsen.</p>

	cosméticos cresceram 3,7% nos últimos dias.		kits de produtos que atendam às necessidades das clientes.	
Logística e transporte	Queda de 70% com relação a uma semana normal (vs. 63% há duas semanas)	Apesar do aumento dos serviços de entrega para o consumidor e do e-commerce, no geral, o segmento deve continuar com baixa demanda por conta da maior restrição de movimentação e fechamento de lojas e estabelecimentos.	Inserir mais restaurantes e bares nas plataformas de venda e entrega. Motoristas de aplicativos podem passar a fazer entregas para que não tenha que parar de rodar em tempos de quarentena.	Sebrae
Oficinas e peças automotivas	Queda de 69% no faturamento dos pequenos negócios com relação a uma semana normal (vs. 55% há duas semanas). Os pequenos parecem estar sofrendo queda maior do que as grandes, já que o segmento como um todo apresenta queda de 28%, de acordo com a Cielo.	A tendência segue de queda, com um grande contingente de pessoas utilizando o carro de maneira consideravelmente reduzida.	Para não ficar parado, importante que as oficinas que ainda possam funcionar ajam de maneira proativa e busquem seus clientes. Nesse momento, oferecer a busca e entrega do veículo em casa e uma possibilidade de revisão para carros que ficarão por semanas parados pode ser uma boa estratégia. Importante também apostar no marketing digital.	Sebrae e Cielo.
Saúde	Queda de 64% com relação a uma semana normal (vs. 62% há duas	A tendência é de que o segmento de farmácias, embora tenham até tido aquecimento no início da crise, possa começar a apresentar queda,	Farmácias: devem garantir o suprimento de medicamentos específicos mais procurados e materiais de proteção individual necessários e devem colaborar para a educação em	Sebrae

	<p>semanas). O segmento de farmácias, especificamente, está tendo queda consideravelmente menor, de acordo com a Cielo: 15%.</p>	<p>principalmente se comparada às vendas do início da pandemia. No entanto, produtos que ajudam a prevenir o contágio continuarão sendo muito procurados. Exemplos de produtos que devem continuar com alta demanda são: álcool gel, máscaras, suplementos e vitaminas. Para os serviços médicos não urgentes a tendência continua sendo de queda na demanda. Telemedicina continua com tendência de crescer nesse período. Já as atividades econômicas voltadas mais a bem-estar, como academia, clínicas de fisioterapia e nutrição parecem ter alcançado estabilidade, mas em patamar bem abaixo do faturamento pré-crise.</p>	<p>saúde e gerenciamento colaborativo com hospitais e unidades de saúde em momentos de crise em saúde pública. Serviços de Saúde não emergenciais: Aproveite o período de menor procura para organizar os controles financeiros: custos fixos e variáveis, adaptando à redução temporária da demanda. Veja o 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 as atividades econômicas voltadas a bem-estar, a saída é tentar se reinventar para passar pela crise com menos impactos. 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 no 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</p>	
--	--	---	---	--

			encontrada pelos profissionais de psicologia para enfrentar a crise.	
Educação	Queda de 71% com relação a uma semana normal (vs. 67% há duas semanas)	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. O segmento aparentou ter entrado num momento de estabilização (em um patamar inferior), como demonstra a última pesquisa do Sebrae.	As escolas que não têm plataforma de ensino a distância devem analisar a possibilidade de uso em caráter emergencial. Isso poderá inclusive ser uma oportunidade para o futuro. As escolas devem se mobilizar por meio de suas organizações representativas para possíveis negociações relacionadas à redução de mensalidade. Importante atentar para a medida que permite a suspensão de contratos de trabalho e redução da jornada com compensação por parte do governo (MP 963).	Sebrae
Turismo	Queda no faturamento dos pequenos negócios de 87% com relação a uma semana normal (vs. 88% há duas semanas). Esses números estão próximos da queda verificada pela Cielo – 92%.	O cenário atual em que São Paulo, estado que detém a maior economia do país, reforça as medidas de isolamento social sinaliza para os negócios do turismo que a retomada ainda não tem data prevista. Mesmo que estados menores tomem medidas de relaxamento das medidas de isolamento há uma comunicação clara que a economia do turismo ainda seguirá sendo a mais impactada com a crise. conforme demonstra a pesquisa do Sebrae.	Atuar para ampliar os canais de comercialização. Os hotéis podem negociar com governos estaduais e municipais para hospedar idosos ou profissionais da área de saúde que precisam se manter isolados de suas famílias. Outros empreendimentos tomaram a iniciativa de oferecer diretamente a profissionais de saúde serviço de hospedagem com tarifário diferenciado. O empresário deve avaliar o que é mais viável do ponto de vista econômico. Também é importante avaliar que categorias profissionais tiveram que se manter na ativa e que têm potencial para adquirir serviço de	Sebrae e Cielo.

			<p>hospedagem em locais que estejam mais próximos do local de trabalho e que minimizem sua exposição a riscos. Neste casos, a empresa deve adotar todas as medidas de segurança orientadas pelas autoridades sanitárias.</p>	
Artesanato	<p>Queda de 70% com relação a uma semana normal (vs. 70% há duas semanas)</p>	<p>O segmento pode ter chegado à estabilidade (em um nível consideravelmente inferior ao pré-crise) na sua queda.</p>	<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
Indústrias de base tecnológica	<p>Queda de 62% com relação a uma semana normal (vs. 55% há duas semanas)</p>	<p>Apesar do achatamento das margens em decorrência do câmbio, escassez de insumos e da queda de demanda, há oportunidades. Recursos de parceria do Sebrae com EMBRAPPI poderão ser utilizados por startups, micro e pequenas empresas associadas ou não à médias ou grandes empresas em projetos de</p>	<p>A indústria de adaptação de veículos para <i>food trucks</i>, que estava aquecida em algumas regiões, pode explorar a adaptação de veículos para todo tipo de entregas, com diferentes necessidades de acondicionamento. Empresas do segmento estão ajustando sua linha de produção para atender às demandas por equipamentos que</p>	Sebrae

		<p>inovação. As soluções podem envolver o diagnóstico e o tratamento da doença. As tecnologias incluem <i>softwares</i>, sistemas inteligentes, hardware, peças e equipamentos médicos, entre outros. São 3 categorias: desenvolvimento tecnológico, encadeamento tecnológico e inovação aberta.</p>	<p>ajudam no combate à doença, já que a importação desses materiais tem se tornado alvo de disputas entre países. Avalie a possibilidade de adaptação, sempre atentando às exigências legais e normativas.</p>	
Pet shops e serv. veterinários	<p>Queda de 51% com relação a uma semana normal (vs. 55% há duas semanas)</p>	<p>O segmento parece ter alcançado estabilidade (em patamar de metade das vendas do pré-crise), e até uma certa melhora com relação ao começo da crise, de acordo com a última pesquisa do Sebrae.</p>	<p>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.</p>	<p>Sebrae</p>
Economia criativa	<p>Queda de 80% com relação a uma semana normal (vs. 86% há duas semanas)</p>	<p>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.</p>	<p>Uma opção interessante é transformar eventos presenciais em lives (transmissões online) ou fazer distribuição de conteúdo via serviços de streaming. Nas últimas semanas, o mercado de lives tem alcançado recordes.</p>	<p>Sebrae</p>

De modo geral, toda a economia sofrerá 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.