

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.

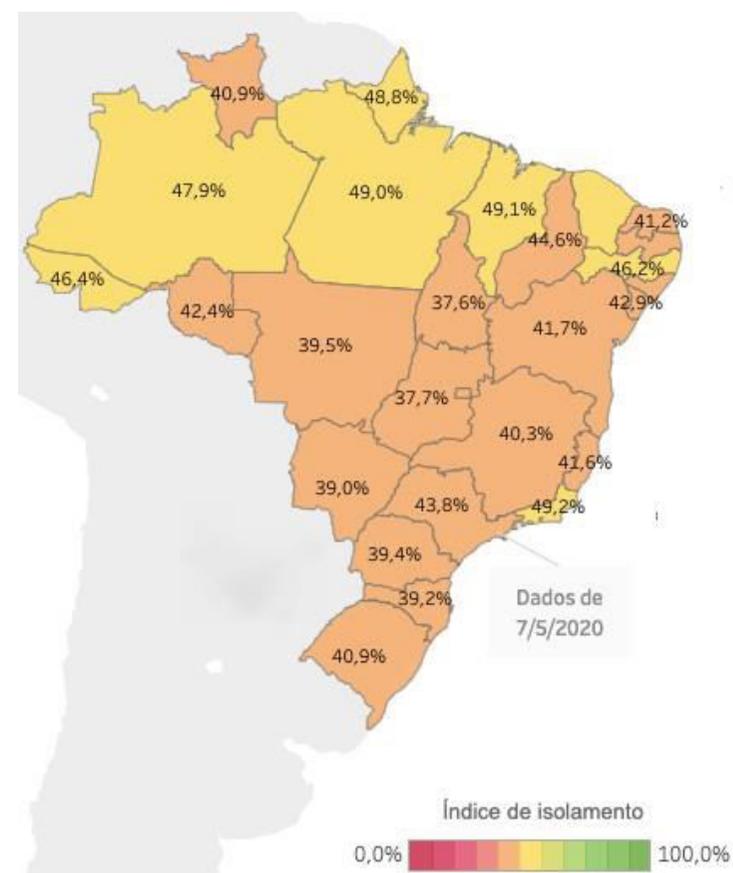
A pandemia causada pelo novo coronavírus (COVID-19) já atingiu 3,9 milhões de casos confirmados e 270 mil mortes¹. Em uma semana, o número de casos cresceu 22% e o de mortos pela doença no mundo, 15%. Globalmente, a doença segue crescendo, mas a uma velocidade estável.

No Brasil, o número de casos confirmados e de óbitos cresceram 50% em uma semana. Até aqui, são cerca de 141 mil casos confirmados e 9,6 mil óbitos em decorrência da doença². Nos últimos dias, pela primeira vez, o Brasil passou dos 600 óbitos diários, ficando atrás apenas de Estados Unidos e Reino Unido em número de mortes por dia em decorrência da doença. Apesar da curva nacional de casos e óbitos ainda estar na ascendente, a fadiga por conta da duração da

¹ Dados extraídos do [Google](#) de 08/05/2020.

² Dados do [Google](#) de 08/05/2020.

Figura 1 – Índice de isolamento social no dia 7/5. Fonte: Inloco



quarentena e o relaxamento das medidas de restrição em algumas cidades fez com que o índice de isolamento social chegasse a 43%, número próximo daquele de 20/3, no início da pandemia (. índice acordo com levantamento da empresa (fonte: [Inloco](#)).

Figura 2 – Estimativas de impacto no faturamento do varejo ampliado em abril, por UF. Na coluna 2, variação em termos anuais. Na coluna 3, variação em termos mensais. Fonte: Santander

Unidades da Federação	% a/a	% m/m
Rondônia	-39.6	-8.8
Acre	-50.1	-30.2
Amazonas	-67.9	-49.1
Roraima	-59.4	-36.1
Pará	-52.3	-24.6
Amapá	-47.9	-22.8
Tocantins	-41.3	-12.9
Maranhão	-48.9	-35.2
Piauí	-88.7	-75.1
Ceará	-80.8	-70.1
Rio Grande do Norte	-81.9	-62.2
Paraíba	-83.8	-62.9
Pernambuco	-61.5	-39.7
Alagoas	-77.1	-53.9
Sergipe	-18.9	-16.9
Bahia	-42.1	-25.1
Minas Gerais	-49.4	-23.6
Espírito Santo	-27.7	-16.5
Rio de Janeiro	-54.1	-34.6
São Paulo	-53.5	-24.1
Paraná	-58.4	-29.5
Santa Catarina	-32.8	-10.5
Rio Grande do Sul	-56.7	-28.5
Mato Grosso do Sul	-72.5	-3.9
Mato Grosso	-27.5	-18.6
Goiás	-49.6	-28.9
Distrito Federal	-70.4	-44.8
Brasil	-53.0	-26.8

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**.

À direita, apresentamos estimativas estaduais do Santander, com base em dados da GetNet, do resultado do mês de abril para as empresas de varejo. Com relação a abril de 2019, a queda estimada é de 53%, com grande variação regional. De acordo com essas estimativas, Sergipe (-18,9%) e Mato Grosso (-27,5%) foram os menos impactados economicamente até aqui, enquanto que Piauí (-88,7%), Paraíba (-83,8%) e Rio Grande do Norte (-81,9%) foram os estados com as quedas mais expressivas.

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	<p>Desde o início do surto, o varejo brasileiro já apresenta uma queda de 29% no faturamento. Entre 3 e 5 de maio, a queda foi de 32%. De acordo com pesquisa do Sebrae, o pequeno negócio do varejo tem sofrido mais, tendo registrado queda de 69% com relação a uma semana normal.</p>	<p>Com a continuidade da quarentena, as pessoas começam a estabilizar seus hábitos de consumo, com alguma tendência de leve 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 devido à 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 consumo nos estabelecimentos que estão possibilitados a operar com suas lojas físicas abertas para atendimento.</p>	<p>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 ser lembrado. Um caminho alternativo são os <i>vouchers</i>. 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 mix de produtos e concentre esforços nos itens que lhe proporcionam maior vantagem competitiva (custo, exclusividade, conveniência, etc). Apesar do distanciamento, o consumidor tem mantido os hábitos de consumos ligados às datas comemorativas. Isso foi percebido com o aumento sazonal de determinadas categorias no período de páscoa. O varejista deve estar</p>	<p>Sebrae e Cielo.</p>

			<p>atendo com as próximas datas que estão por vir que são o dia das mães e o dia dos namorados.</p>	
<p>Moda</p>	<p>Entre 3 e 5/5, a queda no varejo de moda, em relação a uma semana normal foi de 75%, de acordo com a Cielo.</p>	<p>Há uma leve tendência de melhora, mas ainda a níveis significativamente inferiores aos da pré-pandemia</p>	<p>Num momento de ansiedade e incerteza, é preciso lutar contra a perda do apelo de 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.</p> <p>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 videochamadas. 5) Invista em parcerias com serviços de consultoria de imagens para que</p>	<p>Sebrae e Cielo.</p>

			<p>possa entregar modelos prontos de <i>looks</i> estimulando o aumento da conversão e do tíquete médio.</p>	
<p>Serviços de alimentação</p>	<p>Queda de 71% no faturamento de restaurantes entre 3 e 5/5 com relação a uma semana normal, de acordo com a Cielo.</p>	<p>Tendência de estabilização ou até ligeira melhora (ainda em patamares muito abaixo dos de antes da crise)</p>	<p>Reduzir os custos ao máximo: renegociar contratos; avaliar MP 936; otimizar operação. Gerenciar estoques: realizar pré-preparos e porcionamentos; rever o cardápio ofertado. 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). 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. Comunicar-se com clientes: venda antecipada (vouchers), parcerias com empresas; promoções de fidelização; personalização de produtos; pacotes para</p>	<p>Sebrae e Cielo</p>

			<p>ocasiões especiais; interação online. 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>Crescimento no varejo de materiais de construção de 15% entre 3 e 5/5 com relação ao mesmo período de 2019</p>	<p>As obras públicas continuam em ritmo quase normal, exceto nas capitais e regiões metropolitanas onde o governo decretou <i>lockdown</i> total. As lojas de material de construção continuam funcionando com os devidos ajustes e protocolos sanitários, o mesmo ocorrendo com lojas de móveis e eletroeletrônicos em parte do país. Segundo projeção da consultoria LCA, o setor da construção civil pode encolher até 10% em 2020, isso depois de um encolhimento de 30% entre 2014 a 2018 e um breve frescor de 1,6% em 2019. No segmento de reformas, reparos e serviços domésticos (pedreiros, eletricitistas, etc) permanece a forte queda na demanda por pequenas reformas e obras de autoconstrução.</p>	<p>Buscar cursos específicos para gestão financeira; buscar informações sobre as linhas de crédito, sobretudo da Caixa Federal, responsável por 70% do crédito no setor; conhecer o BIM (Modelagem da Informação da Construção) e as novas ferramentas digitais das construtechs (<i>startups</i>) em projetos, manutenção e obras. Intensificar a visibilidade e o atendimento digital e remoto para vender e entregar no cliente; 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 <i>marketplaces</i> específicos e a presença digital podem atenuar os impactos negativos da demanda.</p>	<p>Cielo, Anamaco; LCA; CBIC; DataZap e Sebrae.</p>

Beleza	De maneira geral, queda de 76% com relação a uma semana normal (último dado disponível, do começo de abril). Na última semana, as buscas por “salão de beleza” no Google estavam cerca de 28% abaixo da média do último ano.	Leve melhora, ainda bastante abaixo do período pré-crise.	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 delivery de cosméticos <i>homecare</i> , elaborando kits de produtos que atendam às necessidades das clientes.	Sebrae e Google .
Logística e transporte	Na última semana, as buscas por aplicativos de transporte no Google estavam cerca de 36% abaixo da média do último ano. Já a busca por delivery se manteve	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 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 e Google .

	<p>praticamente estável na última semana, mas ainda se encontra cerca de 2 vezes acima da média.</p>			
<p>Oficinas e peças automotivas</p>	<p>Entre 3 e 5/5, a queda no faturamento das empresas de serviços automotivos e autopeças, em relação a uma semana normal foi de 12%. Entre os pequenos empresários, a queda é bem mais acentuada, de acordo com os dados da última pesquisa com empresários feita</p>	<p>Leve tendência de melhora, com a flexibilização das medidas de isolamento social em São Paulo e em outras cidades.</p>	<p>Paulatinamente algumas cidades estão repensando o retorno das atividades econômicas locais e as oficinas e lojas de peças automotivas não estão fora desse cenário. Com esse retorno, mesmo que lento, teremos um aumento dos carros e motos que circulam pelas ruas e muitos desses irão precisar de manutenção, reparos, revisão, etc. Nesse sentido, é importante a adequação dos processos da empresa, visando um atendimento qualificado, protegendo a saúde dos funcionários e de seus clientes. Hora de repensar local para recebimento de peças e veículos, procedimentos de higienização na recepção e devolução dos carros e motos, sinalização em espaços de fluxo de pessoas, por exemplo o caixa, recepção e, é claro, treinamento e orientação dos funcionários sobre</p>	<p>Sebrae e Cielo.</p>

	pelo Sebrae (-69%).		a importância da adoção dessa nova forma de trabalhar.	
Saúde	Entre 3 e 5/5, a queda no faturamento das farmácias, em relação a uma semana normal foi de 4,5%. Entre os pequenos empresários do segmento como um todo, a queda é bem acentuada, de acordo com os dados da última pesquisa com empresários feita pelo Sebrae no começo de abril (-64%).	<p>O segmento de farmácias e drogarias, embora tenham até tido aquecimento no início da crise, já apresenta faturamento acumulado negativo em -2,2 pontos percentuais se comparado a antes do surto (dados Cielo). 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. Já os serviços médicos não urgentes tendem a estabilizar-se após queda da demanda ocorrida.</p> <p>Telemedicina continua com tendência de crescer nesse período. 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>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: 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. Além disso, quando for possível o atendimento telepresencial, 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</p>	Sebrae e Cielo .

			<p>equipamentos para garantir fluxo de caixa.</p> <p>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 encontrada pelos profissionais de psicologia para enfrentar a crise.</p>	
Educação	<p>O segmento como um todo apresentou queda de 71% com relação a uma semana normal, de acordo com última pesquisa do Sebrae, feita no início de abril. As buscas por cursos online no Google</p>	<p>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.</p>	<p>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 que têm surgido em alguns estados. 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). Neste momento alguns</p>	<p>Sebrae e Google.</p>

	seguiram estáveis na última semana, mas estão 19% acima da média do último ano.		estados estão planejando o retorno das aulas 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.	
Turismo	Queda de 89% no faturamento entre 3 e 5/5 com relação a uma semana normal.	Estabilidade com possível leve melhora, mas ainda em níveis consideravelmente inferiores aos da pré-crise.	Manter uma comunicação ativa por meio das mídias sociais. Comunicar as medidas positivas que o Destino que a sua empresa faz parte está tomando e que no presente visam o bem-estar dos cidadãos, mas que, no futuro próximo, se reverterão em segurança para os turistas. Mantenha a atuação nos canais de comercialização.	Cielo.
Artesanato	Queda de 70% com relação a uma semana normal (último dado da pesquisa do Sebrae, no começo de abril). As buscas por “artesanato” no Google cresceram	O segmento pode ter chegado à estabilidade (em um nível consideravelmente inferior ao pré-crise) na sua queda.	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	Sebrae e Google.

	2% na última semana.		ampliar esse foco. Quem ainda não iniciou esse processo pode implantar rapidamente com auxílio de aplicativos, redes sociais e parcerias especializadas.	
Indústria de base tecnológica	Queda de 62% com relação a uma semana normal na última pesquisa do Sebrae (começo de abril)	Há evidências de resposta ao aumento do interesse pelo desenvolvimento e pesquisa nacional, dada a clara demonstração de que há setores de interesse estratégico nesse momento.	A indústria vem apoiando com as suas engenharias, tecnologias e infraestruturas os fabricantes de equipamentos de saúde no aumento da produção, nas iniciativas de desenvolvimento de estudos e projetos de inovação e na assistência técnica para recuperação de equipamentos parados.	Sebrae e ABIMAC
Pet shops e serv. veterinários	A busca por “pet shops” no Google está 19% abaixo da média do último ano.	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 e Google .
Economia criativa	Queda de 80% com relação a uma semana normal de acordo com a última pesquisa do Sebrae (começo de abril).	Apesar de ser um dos segmentos mais afetados, este segmento aparenta ter chegado à estabilidade. Além disso, a busca por “lives” está no seu pico histórico, de acordo com o Google.	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.	Sebrae e Google .

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.