

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 19 milhões de casos confirmados e 712 mil mortes¹. Nas duas últimas semanas, o número de casos cresceu 21% e o de mortos pela doença no mundo, 12%. Globalmente, a doença segue crescendo, a um ritmo relativamente estável.

No Brasil, o número de casos confirmados cresceu 25% e o de óbitos 16% no mesmo período. Na data desta publicação o país está perto de atingir a marca de 3 milhões de casos confirmados e 100 mil óbitos em decorrência da doença². O Brasil oscila (com os EUA) entre o primeiro e o segundo país do mundo em número de óbitos diários e entre primeiro e terceiro em número de casos diários (com EUA e Índia). Apesar dos altos números de casos e óbitos, a pandemia parece estar crescendo a um ritmo constante de cerca de mil mortes diárias há quase dois meses. Alguns estados parecem já estarem em um caminho de queda de novos casos e óbitos, principalmente no norte, nordeste e sudeste, enquanto que a pandemia cresce principalmente no sul e centro-oeste.

Figura 1- Dados da pandemia no Brasil.

Fonte: Folha de S. Paulo

Pandemia no Brasil

Brasil	Total	Hoje*	Varição**	Estágio
Casos	2,9 mi	43,4 mil	10,4%	
Óbitos	98,6 mil	1.038	-1,6%	

Estágios da pandemia

- Acelerado
- Estável
- Desacelerado
- Reduzido



Mais óbitos

	Total
1º São Paulo	24,4 mil
2º Rio de Janeiro	13,9 mil
3º Ceará	7,9 mil

Nos municípios

Acelerado	Estável
Brasília (DF)	São Paulo (SP)
Campinas (SP)	Salvador (BA)
Teresina (PI)	Guarulhos (SP)
São Bernardo do Campo (SP)	João Pessoa (PB)

Dados das 20h de 06.ago *Média móvel de 7 dias **Em relação a 14 dias

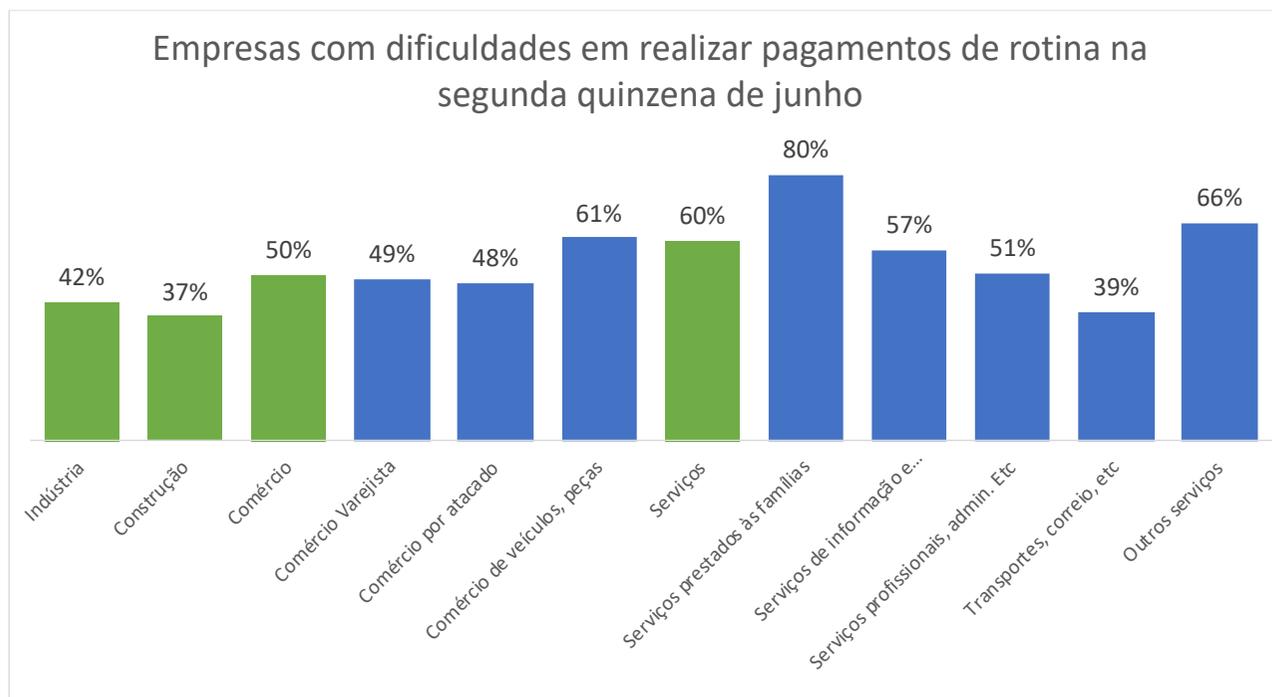
¹ Dados extraídos do [Bing](#) de 7/8/2020.

² Dados extraídos do [Bing](#) de 7/8/2020.

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**.

Segundo dados da nova pesquisa Pulso Empresa, do IBGE, 53% das empresas brasileiras enfrentaram dificuldade em realizar pagamentos de rotina, como tributos, fornecedores, salários, aluguéis, etc. Esse quadro é pior para o setor de serviços, com percentual de 60%. Tal quadro acende o alerta para uma possível onda de inadimplência e disputas judiciais a respeito de passivos acumulados durante a pandemia.

Figura 2 - Percentual de empresas com dificuldade de realizar pagamentos de rotina na segunda quinzena de junho, por segmentos - Fonte: 2ª Pesquisa Pulso Empresa (IBGE, 2020).



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	De acordo com a Cielo, a queda entre 26/7 e 1/8 foi de 13% em relação ao pré-crise, o que pode sinalizar que os pequenos negócios estão sofrendo queda mais acentuada.	Leve perspectiva de melhora. Com o distanciamento social, o consumidor aprendeu e passou a adquirir bens e produtos no meio dos canais digitais. 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.	Sebrae , Cielo , eBit Nielsen , GS1 e Cielo .
Moda	De acordo com a Cielo, a queda do varejo de vestuário entre 26/7 e 1/8 foi	Há uma leve tendência de melhora, mas ainda a níveis significativamente inferiores aos da pré-pandemia	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 significa o retorno imediato dos clientes às lojas e, por isso, é fundamental que, além de todas as medidas de segurança, o	Sebrae e Cielo .

	<p>de 30% em relação ao pré-crise.</p>		<p>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>De acordo com a Cielo, a queda entre 26/7 e 1/8 foi de 49% em relação ao pré-crise.</p>	<p>O cenário atual é de estabilização, após uma ligeira melhora em comparação com início da crise. Com a interrupção abrupta dos serviços, houve esforços de empresários com o delivery e</p>	<p>Reduzir os custos ao máximo, o que inclui aumentar a produtividade. Renegociar contratos; avaliar MP 936; otimizar operação. Gerenciar estoques: realizar pré-preparos e porcionamentos; rever o cardápio ofertado (foco em itens com CMV mais adequados e naqueles que viajam bem pelo delivery). Segmentar: comunicar com clareza seus produtos e serviços, em acordo com</p>	<p>Sebrae e Cielo</p>

		<p>take away, observando-se um maior uso de aplicativos e comunicação em redes sociais. No geral, isso tem sido suficiente apenas para amenizar a queda, que segue em patamares preocupantes. Um aumento do faturamento é esperado para quando acontecer a retomada efetiva nos territórios, com abertura do atendimento no salão por um período prolongado. Essa recuperação será gradual, conforme se estabelecer a confiança do consumidor em se alimentar fora de casa. É importante observar que, onde já houve reabertura, observou-se pouca adesão de consumidores, e muitos locais recuaram na retomada por piora na pandemia.</p>	<p>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 e cuidados de higiene 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 ocasiões especiais (kits conforme o calendário do varejo); interação online. Retomada: observar as exigências locais e orientações nacionais (inclusive do Sebrae e parceiros) sobre a retomada segura; realizar a reabertura apenas quando for autorizada, estiver seguro e com as adequações implantadas; zelar 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 haver recuos na retomada local por questões de saúde pública. 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>Em junho, a construção civil registrou saldo de 17 mil novos empregos, primeiro saldo positivo desde o início da pandemia. Segundo a Abecip, o número de unidades financiadas via SBPE no</p>	<p>De março a julho, construtoras de todo o país tiveram aumento no preço de materiais de construção. Dos itens consultados, o cimento foi o que teve maior aumento: 95% das empresas identificaram alteração nos valores cobrados, segundo a CBIC.</p>	<p>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</p>	<p>IBGE, Cielo, Euromonitor, eBrain e Sebrae.</p>

	<p>1º sem. de 2020 chegou a 160,7 mil unidades, melhor resultado desde 2015. No mesmo período, o volume de empréstimos avançou 29%, atingindo R\$ 43,35 bi.</p>	<p>Esse aumento pode complicar o reaquecimento gradual do setor, tanto pela questão tributária, como pela ampliação da carência do pagamento de parcelas do crédito imobiliário. Juros terão pressão baixista com a queda contínua da SELIC e com a regulamentação da MP 992, que permite o uso do mesmo imóvel como garantia em mais de uma operação de crédito</p>	<p>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>	
Beleza	<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>
Logística e transporte	<p>Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 53% abaixo do pré-crise.</p>	<p>GERAL: Relaxamento das medidas de isolamento pode demandar retorno da atividade econômica mais acentuada. DELIVERY: Tendência de crescimento do modelo de negócio de "cozinha invisível", sem grandes investimentos para atendimento direto ao consumidor, com impacto</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</p>	<p>Sebrae. NTC&Logística (Associação Nacional de Transporte de Carga e Logística)</p>

		<p>positivo na demanda pelo delivery. Expectativa de crescimento de 30% em 2020. CARGA: Reação um pouco menor do que na semana passada, representando 2 pontos na comparação semanal, alcançando melhora pela 5ª semana consecutiva. Porém, o índice de recuperação continua negativa em 18% em cargas fracionadas. A demanda por transporte rodoviário de cargas também teve melhora, e a variação semanal na demanda continua negativa em 26%. Quanto ao faturamento, 77% de empresas do setor ainda registram queda.</p>	<p>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>Oficinas e peças automotivas</p>	<p>De acordo com a Cielo, a queda do segmento entre 26/7 e 1/8 foi de 7% em relação ao pré-crise.</p>	<p>Segundo a "Automotive Business Inteligência" a venda de automóveis e comerciais leves usados em junho somou 546,5 mil unidades, revelando alta de 72% sobre maio. O crescimento foi motivado pela reabertura de Detrans e revendas, mas ainda</p>	<p>Hora de repensar quais são os serviços e peças de maior rentabilidade e formas de fidelizar seus clientes para aquela revisão que não foi feita e atrair novos para seu negócio. Importante rever preços, negociar com seus fornecedores e distribuidores para uma construção de uma relação ganha-ganha. Não se esqueça de acompanhar as orientações relacionadas ao que abre e fecha em sua localidade.</p>	<p>Sebrae, Cielo e ABInteligência</p>

		<p>está bem abaixo do ritmo normal. A comparação com junho de 2019 revela queda de 32%. Uma tendência é que com uma quantidade maior de carros usados circulando podem demandar serviços de manutenção ou acessórios.</p>		
<p>Saúde</p>	<p>Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 46% abaixo do pré-crise. No ramo de drograrias e farmácias, em específico, a queda é bem menos acentuada, de 5%, segundo a Cielo</p>	<p>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. Telemedicina continua com tendência de crescer nesse período. As atividades econômicas voltadas mais a bem-estar, como academia,</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 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</p>	<p>Sebrae e Cielo.</p>

		<p>clínicas de fisioterapia e nutrição parecem ter alcançado estabilidade, mas em patamar bem abaixo do faturamento pré-crise.</p>	<p>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 no link a seguir: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/boletim_MPE_13-04-2020-v5.pdf</p>	
Educação	<p>Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 58% abaixo do pré-crise. Com relação à situação financeira das empresas do segmento, 36% não têm dívidas ou empréstimos, enquanto que das que têm algum empréstimo ou dívida, 28% estão em dia e 36% estão em atraso.</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. 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>Neste momento alguns 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. 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>Sebrae e Associação Brasileira de Ensino à Distância</p>

Turismo	<p>Segundo dados do Sebrae do final de junho, o faturamento do setor está 76% abaixo do pré-crise. Dados da Cielo para o período entre 26/7 e 1/8 mostram queda de 69% em relação ao pré-crise.</p>	<p>Alguns destinos turísticos retomaram as atividades permitindo que os empreendimentos turísticos voltassem a funcionar, enquanto outros tem previsão de retomada em agosto. Apesar da retomada em alguns destinos, os potenciais turistas em razão do cenário atual da pandemia no país não se sentem seguros para viajar. Neste contexto destinos de pequeno porte populacional e com perfil de bem-estar e contato com natureza tem uma maior probabilidade de atrair visitantes.</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 evitar abrir e ter que fechar. Este tipo de situação passa a imagem para os viajantes que o destino não é seguro. Os empresários que já estão com as empresas funcionando devem estar atentos ao cumprimento rigoroso dos protocolos de segurança. É fundamental uma comunicação integrada dos empresários e do destino para os potenciais viajantes, principalmente, nos meios digitais informando que as empresas e o destino como um todo adotaram os protocolos de segurança 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 que tão importante quanto comunicar de forma transparente é o turista atestar, ao usar os serviços, que estes estão em sintonia, ou seja, traduzem o que lhes foi comunicado nos meios digitais. Os protocolos de segurança devem ser implantados por todas as empresas do destino, no intuito de evitar qualquer incidente que ponha em risco a saúde do turista e a imagem das empresas e do destino turístico. Qualquer incidente impactará negativamente toda a cadeia de negócios turísticos do destino. Todos são responsáveis pela imagem que o destino construirá nesse momento estratégico da retomada. Estimule os clientes a compartilharem nas redes sociais os pontos positivos que encontrou no seu empreendimento e no destino, isto influenciará outros potenciais turistas nas suas decisões.</p>	<p>Sebrae e Cielo.</p>
---------	---	---	---	--

<p>Artesanato</p>	<p>Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 44% abaixo do pré-crise.</p>	<p>Pequena melhora</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>	<p>Sebrae</p>
<p>Indústria de base tecnológica e Energia</p>	<p>Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 45% abaixo do pré-crise.</p>	<p>49% dos empresários do segmento de eletroeletrônicos esperam crescimento das vendas em junho de 2020. Muito tem se discutido sobre reindustrialização brasileira e reconversão industrial de linhas de produção. A indústria brasileira tem sido demandada para prontidão em ocasiões como, por exemplo, o cenário do plástico de uso único: na pandemia passou de vilão a solução, sendo</p>	<p>Migrar de ser um elo de estrutura de custo para ser um elo de agregação de valor nas cadeias produtivas globais. Adoção de agendas como: uma nova configuração de associativismo e cooperativismo nos territórios; Economia circular; transformação digital e 4.0; manufatura aditiva; e revolução industrial, na busca de concretizar perspectivas de reindustrialização brasileira e reconversão industrial de linhas de produção. As Indústrias de Base Tecnológica (IBT) são um grupo com interfaces em quase todos os setores e segmentos econômicos. Desde maquinário e equipamentos; peças e ferramentas (antigos metal mecânico); eletroeletrônicos e automação; automotores e movimentação de carga (carrocerias, trailers, micrologística como bicicletas e motos, etc.); indústrias gráficas; químicos, plásticos e saneantes. São</p>	<p>Sebrae, ABINEE, ANAMT, AMBT</p>

		<p>elemento de proteção à vida nas cadeias de alimentação, higiene e saúde. Com isso, ressurgiu a expectativa de ser vanguarda nas questões ambiental, logística reversa, cultura do reuso e upcycling, consumo consciente e incentivo à coleta seletiva.</p>	<p>indústrias que estão sendo demandadas a carregar no seu DNA os requisitos de inovar para nascer, sobreviver, escalar e competir.</p>	
<p>Pet shops e serv. veterinários</p>	<p>Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 24% abaixo do pré-crise.</p>	<p>Estabilidade com possível leve melhora, mas ainda em níveis inferiores aos da pré-crise.</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>
<p>Economia criativa</p>	<p>Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 70% abaixo do pré-crise.</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. 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 pode testar seu jogo através de plataformas e códigos para liberação.</p>	<p>Sebrae</p>

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.