

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.

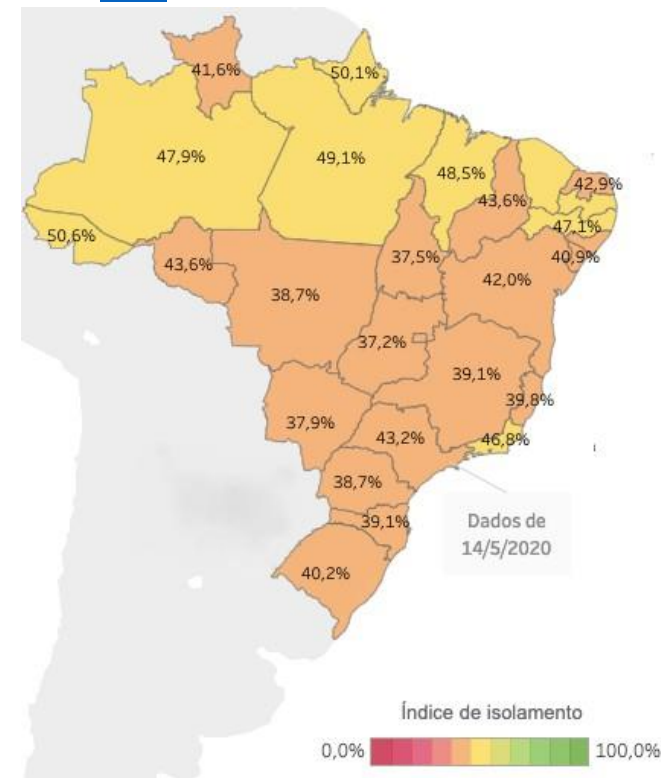
A pandemia causada pelo novo coronavírus (COVID-19) já atingiu 4,6 milhões de casos confirmados e 307 mil mortes¹. Em uma semana, o número de casos cresceu 15% e o de mortos pela doença no mundo, 11%. Globalmente, a doença segue crescendo, mas a uma velocidade menor.

No Brasil, o número de casos confirmados e de óbitos cresceram 45% em uma semana. Até aqui, são cerca de 212 mil casos confirmados e 14,5 mil óbitos em decorrência da doença². Nos últimos dias, o Brasil se tornou o segundo em número de mortes diárias, ficando atrás apenas de Estados Unidos e passando a marca de 880 óbitos em um dia. Apesar da curva nacional de casos e óbitos ainda estar na ascendente, a fadiga por conta da duração da 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](#)).

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

Figura 1 – Índice de isolamento social no dia 14/5.

Fonte: [Inloco](#)



¹ Dados extraídos do [worldometers](#) de 15/05/2020.

² Dados do [worldometers](#) de 15/05/2020.

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 recorte de pesquisa feita pela Globo com consumidores entre os dias 1 e 3 de maio a respeito de suas intenções pós flexibilização das medidas de isolamento social ou pós fim da pandemia. De acordo com o levantamento, ir a parques e praças (32%), shoppings e comércio de rua (28%) e restaurantes, cafés e bares (28%) são as intenções mais citadas. Vale ressaltar, porém, que um percentual grande desses consumidores só pretendem voltar às atividades normais quando a epidemia realmente acabar. De acordo com a pesquisa, atividades que exijam aglomeração como festas, cinema e shows são aquelas que devem ter maior dificuldade de retomar em um primeiro momento.

Figura 2 – O que os consumidores querem fazer pós-quarentena ou pós-epidemia. Fonte: Globo



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 29% no faturamento. Entre 3 e 9 de maio, a queda foi de 29%. 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.	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 tende 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 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 atendo com as	Sebrae e Cielo .

			próximas datas que estão por vir que são o dia das mães e o dia dos namorados.	
Moda	Entre 3 e 9/5, a queda no varejo de moda, em relação a uma semana normal foi de 73%, de acordo com a Cielo.	Há uma leve tendência de melhora, mas ainda a níveis significativamente inferiores aos da pré-pandemia	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. 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.	Sebrae e Cielo .
Serviços de alimentação	Queda de 71% no faturamento de restaurantes entre 3	Tendência de estabilização ou até ligeira melhora (ainda em	Reduzir os custos ao máximo: renegociar contratos; avaliar MP 936; otimizar operação. Gerenciar estoques: realizar pré-preparos e porcionamentos;	Sebrae e Cielo

	e 9/5 com relação a uma semana normal, de acordo com a Cielo.	patamares muito abaixo dos de antes da crise)	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 ocasiões especiais; interação online. Reposicionar seu negócio: avaliar qual é seu maior diferencial competitivo e planejar o seu modelo de atuação no pós-crise.	
Construção civil	Crescimento no varejo de materiais de construção de 8% entre 3 e 9/5 com relação ao mesmo período de 2019	As obras públicas continuam em ritmo quase normal, exceto nas capitais e regiões metropolitanas onde e um leve o governo decretou <i>lockdown</i> total. As lojas de material de construção continuam	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 (startups)	Cielo , Anamaco; LCA; CBIC; DataZap e Sebrae .

		<p>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 refresco 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>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 marketplaces específicos e a presença digital podem atenuar os impactos negativos da demanda.</p>	
<p>Beleza</p>	<p>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 23% abaixo</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 <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.</p>	<p>Sebrae e Google.</p>

	da média do último ano.			
Logística e transporte	Na última semana, as buscas por aplicativos de transporte no Google estavam cerca de 32% abaixo da média do último ano. Já a busca por delivery se manteve praticamente estável na última semana, mas se encontra 33% acima da média do último ano.	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 .
Oficinas e peças automotivas	Entre 3 e 9/5, a queda no faturamento das empresas de serviços automotivos e autopeças, em relação a uma semana normal foi de 15%. Entre os pequenos	Leve tendência de melhora, com a flexibilização das medidas de isolamento social em São Paulo e em outras cidades.	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	Sebrae e Cielo .

	<p>empresários, a queda é bem mais acentuada, de acordo com os dados da última pesquisa com empresários feita pelo Sebrae (-69%).</p>		<p>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 a importância da adoção dessa nova forma de trabalhar.</p>	
<p>Saúde</p>	<p>Entre 3 e 9/5, a queda no faturamento das farmácias, em relação a uma semana normal foi de 3%. 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>	<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. Telemedicina continua com tendência de crescer nesse período. As atividades econômicas voltadas mais a bem-estar, como academia, clínicas de</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</p>	<p>Sebrae e Cielo.</p>

		<p>fisioterapia e nutrição parecem ter alcançado estabilidade, mas em patamar bem abaixo do faturamento pré-crise.</p>	<p>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 encontrada pelos profissionais de psicologia para enfrentar a crise.</p>	
<p>Educação</p>	<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 seguiram estáveis na última semana, mas estão 11% acima da média do último ano.</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 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</p>	<p>Sebrae e Google.</p>

			calendário escolar formal a ser definido pelo Conselho de Educação.	
Turismo	Queda de 88% no faturamento entre 3 e 9/5 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 caíram 8% na última semana.	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 ampliar esse foco. Quem ainda não iniciou esse processo pode implantar rapidamente com auxílio de aplicativos, redes sociais e parcerias especializadas.	Sebrae e Google.
Indústria de base tecnológica e Energia	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	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	Sebrae e ABIMAC

		de interesse estratégico nesse momento.	técnica para recuperação de equipamentos parados.	
Pet shops e serv. veterinários	A busca por “pet shops” no Google está 8% 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.