

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.

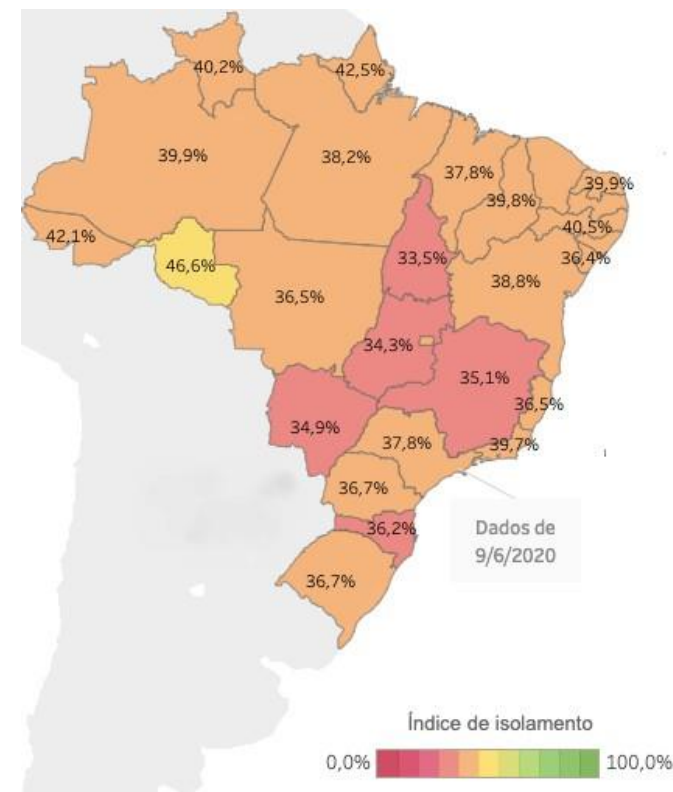
A pandemia causada pelo novo coronavírus (COVID-19) já atingiu mais de 7,2 milhões de casos confirmados e 402 mil mortes¹. Em uma semana, o número de casos cresceu 12% e o de mortos pela doença no mundo, 7,5%. Globalmente, a doença segue crescendo, a um ritmo ligeiramente inferior à semana passada.

No Brasil, o número de casos confirmados cresceu 28% e o de óbitos 19% em uma semana. Até aqui, são cerca de 750 mil casos confirmados e 39 mil óbitos em decorrência da doença². O Brasil já é o segundo país em número de casos e o terceiro em número de mortes acumulados. 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 38%, menor índice desde o início das medidas restritivas (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 9/6.

Fonte: [Inloco](#)



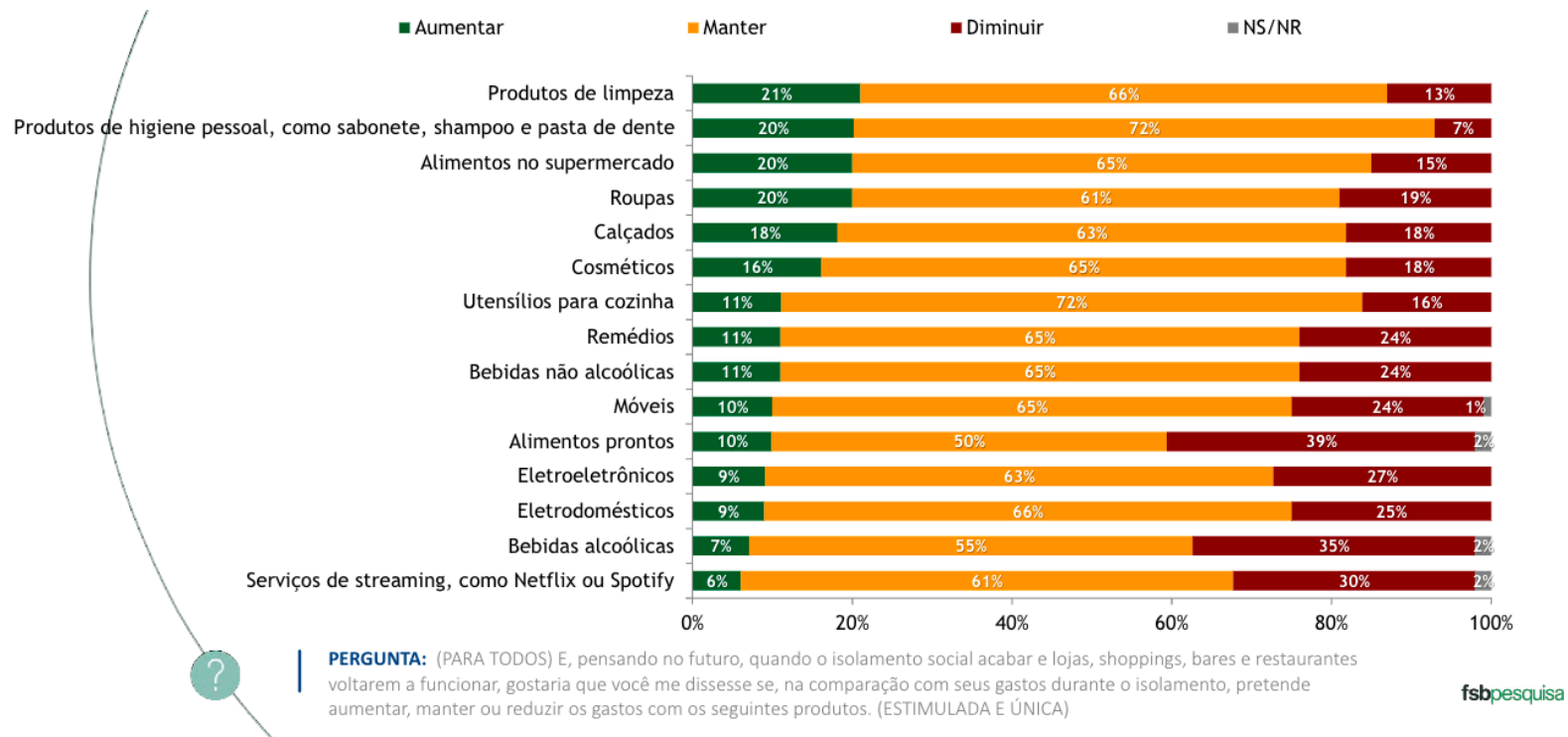
¹ Dados extraídos do [Bing](#) de 10/06/2020.

² Dados extraídos do [Bing](#) de 10/06/2020.

que alguns segmentos devem ser especialmente afetados. Nesses segmentos, há cerca de **13 milhões de pequenos negócios** que empregam **21,5 milhões de pessoas**.

De acordo com pesquisa conduzida com consumidores por FSBPesquisa/CNI, produtos de limpeza, de higiene pessoal, alimentos de supermercados e roupas devem ser os mais beneficiados pelo pós-pandemia. Já o consumo de alimentos prontos, bebidas alcólicas e de serviços de streaming foram os segmentos com maior percentual de consumidores com intenção de diminuir seus gastos quando a pandemia passar.

Figura 2 – Intenção de consumo pós-pandemia, por categoria de produto ou serviço. Fonte: FSBPesquisa/CNI



Com base em [pesquisa do Sebrae](#) com mais de dez mil 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	Entre 31 de maio e 6 de junho, a queda do faturamento das empresas do setor foi de 24%, segundo a Cielo. De acordo com pesquisa do Sebrae com coleta finalizada em 5 de maio, o pequeno negócio do varejo tem sofrido mais, tendo registrado queda de 56% em relação ao período pré-crise	Leve perspectiva de melhora. Comércio eletrônico e delivery em geral tende 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 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 atento com as próximas datas que estão por vir que são o dia das mães e o dia dos namorados.	Sebrae e Cielo .

<p>Moda</p>	<p>De acordo com a Cielo, houve uma pequena melhora no varejo de moda no período entre 31/5 e 6/5, com faturamento das empresas num patamar 55% abaixo do pré-crise. De acordo com pesquisa do Sebrae com coleta finalizada em 5 de maio, os pequenos negócios do segmento como um todo apresentam queda de 67% no faturamento em comparação ao período pré-crise.</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. 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 vídeoconferências. 5) Invista em parcerias com serviços de consultoria de imagens para que possa entregar modelos prontos de looks estimulando o aumento da conversão e do ticket médio.</p>	<p>Sebrae e Cielo.</p>
<p>Serviços de alimentação</p>	<p>De acordo com a Cielo, o faturamento no período entre 31/5 e 6/5, com faturamento das</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</p>	<p>Sebrae e Cielo</p>

	<p>empresas num patamar 55% abaixo do pré-crise. Segundo pesquisa do Sebrae com coleta finalizada em 5 de maio, os pequenos negócios do segmento como um todo apresentam queda de 59% no faturamento em comparação ao período pré-crise.</p>		<p>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.</p>	
<p>Construção civil</p>	<p>O Brasil registrou um aumento de 27% nas vendas de imóveis residenciais novos no 1º trimestre de 2020 em comparação com o mesmo período</p>	<p>Numa avaliação preliminar dos efeitos da crise sanitária, 79% das construtoras pretendem adiar lançamentos que estavam previstos para os próximos meses. Já estudo da McKinsey revelou uma queda de 23% nas vendas de abril em relação à março. Houve</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 (startups) em projetos, manutenção e obras. Intensificar a visibilidade e o atendimento digital e remoto para</p>	<p>Abrainc, FGV, DataZap e Sebrae.</p>

	<p>em 2019. Já os lançamentos de unidade habitacionais 14,8% no mesmo período. A queda nas vendas é menor em regiões com maior presença do Minha Casa Minha Vida.</p>	<p>queda geral de 69,1% no comparativo de lançamentos do 1º trimestre de 2020 (18.388 unidades) com o 4º trimestre de 2019 (59.553 unidades), que foi o melhor trimestre em lançamentos dos últimos dois anos. O valor geral dos lançamentos (VGL) do 1º trimestre de 2020 foi de R\$ 6,3 bilhões e caiu 9,65% em relação ao 1º trimestre de 2019 e 76% em relação ao 4º trimestre de 2020. O índice representa a soma do valor potencial das vendas de todas as unidades que compõem os empreendimentos lançados.</p>	<p>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>	
Beleza	<p>Queda de faturamento dos pequenos negócios do segmento de 59% em comparação ao período 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 <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</p>
Logística e transporte	<p>Queda de receita média dos pequenos negócios de 60%.</p>	<p>GERAL: melhora com o início do relaxamento do isolamento já sinalizado por vários estados,</p>	<p>Pesquisas em outros países afetados pela pandemia tem demonstrado uma tendência da população à reclusão voluntária, mesmo com o</p>	<p>Sebrae e NTC & Logística.</p>

		<p>inclusive São Paulo, que tem grande representatividade para o segmento. DELIVERY: Apesar do aumento dos serviços de entrega para o consumidor e do e-commerce, no geral, o segmento deve continuar com redução na demanda em virtude do receio de contágio por parte do consumidor.</p> <p>CARGA: Reação de 1,5% em relação à semana anterior, quanto à demanda por transporte rodoviário de cargas e registro pela NTC&Logística de redução no percentual de queda do faturamento de -93% para -88%.</p>	<p>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 observado e do momento em que o Brasil se encontra, com a retomada das atividades em vários estados, é muito importante que os empresários se preparem para garantirem 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. 79% das empresas do setor ainda não adotaram nenhuma estratégia de enfrentamento à crise, além disso, poucas aderiram ao meio digital para continuar ou alterar seus serviços prestados. Inovar neste segmento e buscar novas oportunidades frente à nova demanda do mercado é imprescindível. 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, através do site do Sebrae. Outra dica</p>	
--	--	--	--	--

			seria se cadastrar em plataformas de marketplace para o encontro de oportunidades de fretes de grandes e pequenas cargas ou aplicativos de entregas rápidas.	
Oficinas e peças automotivas	<p>Queda de 48% do faturamento médio dos pequenos negócios em relação ao período pré-crise. De acordo com a Cielo, o segmento apresenta queda um pouco menos acentuada, de 8%.</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 a importância da adoção dessa nova forma de trabalhar.</p>	<p>Sebrae e Cielo.</p>
Saúde	<p>Queda de 61% do faturamento médio dos pequenos negócios em relação ao período pré-crise. De acordo com a Cielo, o segmento</p>	<p>O segmento de farmácias e drogarias, embora tenham até tido aquecimento no início da crise, já apresenta faturamento acumulado negativo em 3% se comparado a antes do surto (dados Cielo). Produtos que ajudam a prevenir o</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</p>	<p>Sebrae e Cielo.</p>

	<p>específico de farmácias e drogarias apresenta queda menos acentuada, de 1,5%.</p>	<p>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 fisioterapia e nutrição parecem ter alcançado estabilidade, mas em patamar bem abaixo do faturamento pré-crise.</p>	<p>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 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>	
Educação	<p>O segmento como um todo apresentou queda de 60% do</p>	<p>A suspensão de aulas nas instituições formais mostra uma projeção de aumento e adoção de</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</p>	<p>Sebrae e Google.</p>

	<p>faturamento com relação a uma semana normal, de acordo com última pesquisa do Sebrae, feita no início de maio. Pesquisa da União pelas Escolas Particulares de Médio e Pequeno Porte mostra que em 95% já houve cancelamento de matrículas e a redução do faturamento atingiu 40% dos estabelecimentos em abril e deve ultrapassar 50% em maio.</p>	<p>plataformas de aprendizagem digitais. Percebe-se tendência de aumento no número de pessoas procurando qualificação à distância. No geral, o segmento apresentou uma leve melhora em comparação ao início de abril, como demonstra a última pesquisa do Sebrae.</p>	<p>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>	
Turismo	<p>Queda de 75% no faturamento dos pequenos negócios, de acordo com a pesquisa do Sebrae. De acordo com a Cielo, a queda é</p>	<p>Os empreendedores do setor estão na expectativa da retomada do turismo. Alguns destinos já iniciaram o funcionamento e estão enfrentando desafios.</p>	<p>Os empresários devem estar atentos aos protocolos de segurança e implementá-los para gerar confiança no potencial turista. As normas devem ser adotadas por todos, visando evitar qualquer incidente que comprometa a saúde dos clientes e de toda a sua equipe. Qualquer incidente pode impactar negativamente a sua empresa. É</p>	<p>Sebrae e Cielo.</p>

	ainda mais acentuada, de 85%		importante nesse momento da retomada uma atuação integrada do destino. Cada empresa deve comunicar nos canais as medidas que está adotando, mas isso só resultará em demanda se o destino também adotar um posicionamento claro que gere confiança no mercado. Estimule os primeiros 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.	
Artesanato	Queda de 68% com relação a uma semana normal.	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
Indústria de base tecnológica e Energia	Queda do faturamento de 57% com relação ao pré-crise. Cresce o registro de	O cenário de destaque é o cuidado com a diversidade de realidades. A pandemia impõe um caráter multidisciplinar em busca da superação, dos quais destacamos	O dimensionamento dos Serviços Especializados em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho vincula-se à gradação do risco da atividade principal e ao número total de empregados do estabelecimento conforme NR4 . O	Sebrae , ANAMT , AMBT e Agência Brasília .

	<p>indústrias com atividades suspensas por contaminação em massa das equipes.</p>	<p>no cenário pandêmico e pós pandêmico as questões da prioridade com a vida e o indivíduo, econômicas, gestão de marca e responsabilidade social. Nesse boletim chamamos a atenção para o cuidado com o indivíduo, o que pode impactar em todas as outras áreas. Tem sido popularizada a consciência sobre os cuidados adicionais com os grupos de risco. Mas, apesar de menos debatido, o cuidado com as pessoas com deficiência (PCD) deve ser ajustado conforme a melhor aplicação para o caráter da deficiência dentro e fora das atividades no emprego, sob pena de impactos na vida das pessoas e imagem institucional.</p>	<p>retorno desses serviços é valioso, já que estão habilitados para aplicar os conhecimentos de engenharia de segurança e de medicina do trabalho ao ambiente de trabalho e a todos os seus componentes, de modo a reduzir os riscos ali existentes à saúde do trabalhador. Portanto, é recomendável que o pequeno negócio busque esses serviços organizados pelo sindicato ou associação da categoria econômica correspondente, ou ainda serviços particulares.</p> <p>Para saber o que buscar ao contratar esses serviços, consulte o item 4.12 da NR4, onde está especificado o que compete aos profissionais integrantes dos Serviços Especializados em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho. Outra dica é, mesmo que direcionados à equipe do serviço de Medicina do trabalho, os manuais da ANAMT e ABMT são de leitura rápida e esclarecedora e podem ser consultados por empresários de pequenos negócios para a tomada de decisões sobre cuidados no combate à COVID-19.</p>	
<p>Pet shops e serv. veterinários</p>	<p>Queda no faturamento dos pequenos negócios de 35% em comparação ao 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>

Economia criativa	Queda no faturamento dos pequenos negócios de 77% em comparação ao pré-crise.	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.	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
-------------------	---	--	--	--

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.