

Impactos e tendências da COVID-19 nos pequenos negócios

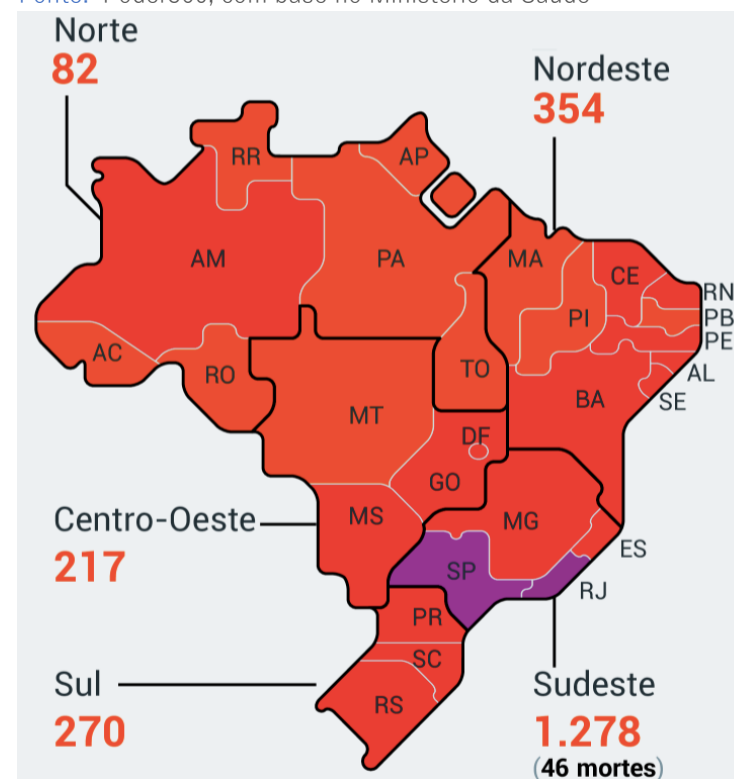
A pandemia causada pelo novo Coronavírus (COVID-19) já se espalhou por mais de 160 países, tendo mais de 400 mil casos confirmados e 18.500 mortes¹. Desde que o surto começou a se espalhar, no começo de 2020, a doença tem causado respostas contundentes e inéditas dos países afetados, desde fechamento de fronteiras até quarentenas de populações inteiras. Tais medidas, necessárias para desacelerar o ritmo exponencial de contágio, tem tido grandes efeitos econômicos e sociais.

No Brasil, já são mais de 2.200 casos confirmados e 46 óbitos em decorrência da doença². Grandes cidades como São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília têm tomado medidas como o fechamento de comércio, bares e restaurantes e restrição de movimento para conter a epidemia.

Apesar de ainda ser cedo para fazer projeções definitivas, dado o grau de incerteza da duração e escala da pandemia e das políticas públicas que virão em sua resposta, é certo que toda a economia será

Figura 1 - Número de casos confirmados de COVID-19 até 24/3.

Fonte: Poder360, com base no Ministério da Saúde



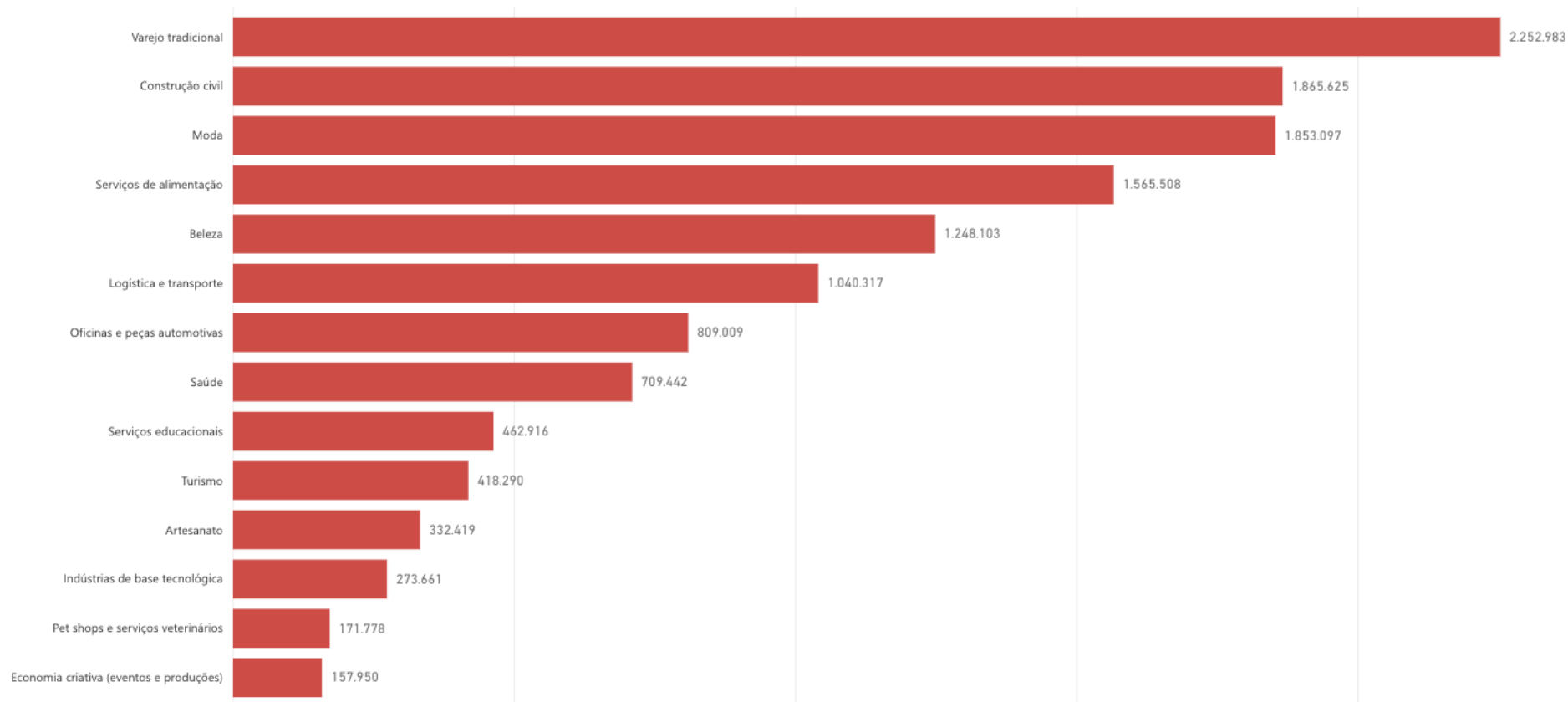
¹ Dados da Organização Mundial da Saúde (OMS) de 24/03/2020

² Dados do Ministério da Saúde de 24/03/2020.

afetada. [Alguns economistas](#) já falam até em queda de 4,4% do PIB em 2020, o que seria o pior resultado anual desde 1962.

Com base nas características da crise e observando o que tem acontecido em países como China, Coreia do Sul, Itália e Irã, que tiveram uma explosão de casos antes do 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** e uma **massa salarial de mais de R\$ 611 bilhões** anuais. Por possuírem menor capital, esses negócios e as famílias que dependem deles estão especialmente vulneráveis neste momento.

Figura 2 - Número de pequenos negócios nos segmentos mais vulneráveis à crise do COVID-19. Fonte: Sebrae, com base em dados da Receita Federal.



Os segmentos de varejo tradicional, moda, alimentação fora do lar, construção civil, beleza, logística e transporte são os que mais concentram pequenos negócios entre as atividades que devem ser mais afetadas, como é possível ver no gráfico acima.

Com base em pesquisas de mercado, já é possível ver os seguintes efeitos econômicos no Brasil.

Segmento	Impacto já observado no Brasil	Tendência	Ações que podem minimizar o impacto	Fonte
Varejo tradicional	No geral, queda de 6% na segunda semana de março, por conta das medidas restritivas e de comportamento por parte do consumidor que quer evitar contato físico. O segmento de supermercados apresentou crecimento de 14% nas primeiras semanas de março	Queda ainda maior, levando-se em conta que as medidas restritivas tendem a ficar mais duras e os consumidores mais conscientes nos próximos dias. A exceção a isso são os supermercados, mercados e mercearias que tendem a crescer ainda, com a busca por estoque. Nos países que estão mais avançados na epidemia, produtos como alimentos em geral e não-perecíveis, congelados e instantâneo em específico, bebidas, produtos de limpeza e higiene pessoal tendem a ter forte aumento de procura.	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.	Cielo.

Moda	Queda de 3% na primeira quinzena de março.	Queda ainda maior, pois com o agravamento da situação sanitária, os consumidores tendem a focar seus gastos em bens mais essenciais. Na Itália e Espanha, países “mais à frente” na pandemia, as buscas por produtos de moda caiu mais de 40%.	Para o varejo de moda, apostar em serviços complementares, como por exemplo entrega delivery ou até mesmo o serviço do provador delivery, na qual o cliente prova e compra só aquelas peças que interessar. Essas estratégias podem estar combinadas a parcerias com aplicativos de entrega. Ter uma rede social atualizada e com conteúdo é fundamental para manter o relacionamento com os clientes e divulgar novos produtos e serviços. Para as confecções, uma ideia é renegociar com fornecedores e cliente e buscar construir contratos futuros de produção, buscando formar um fluxo mínimo de caixa agora para compensação futura. Outra possibilidade é verificar a possibilidade e necessidade em sua região de produzir roupas e acessórios de proteção para os profissionais de saúde. Mas é preciso se informar pois esse tipo de produto tem normas	Google.
-------------	--	--	--	---------

			específicas de produção e de tipo de tecido.	
Serviços de alimentação	<p>A Abrasel estimou a queda em 15% em meados de março, mas os impactos já foram muito mais acentuados na segunda quinzena. Entidades do setor estimam que março pode encerrar com queda de 80% no faturamento em algumas Unidades da Federação.</p>	<p>No geral, a queda já se intensificou e tende a ser ainda maior a partir do final de março. Há três principais situações diferentes nos estabelecimentos: que decidiram fechar; que não atuavam com delivery e passaram a realizá-lo; que já faziam entrega e decidiram intensificar. Aqueles que atuarem com retirada de alimentos ou com entrega podem minimizar a queda nas próximas semanas.</p>	<p>Os estabelecimentos que decidiram fechar devem minimizar custos, renegociando prazos com fornecedores e reduzindo a equipe por meio de férias e banco de horas. As dicas envolvem, ainda: se capacitar para adequação aos requisitos dos aplicativos; atuar com retirada de alimentos; comunicar com clareza os serviços e produtos; comprar de fornecedores locais; reforçar as Boas Práticas de Fabricação; orientar entregadores e clientes sobre os cuidados com higiene; agregar produtos diferenciados de parceiros locais ao cardápio; oferecer pacotes para aniversários e Páscoa; fazer venda antecipada (vouchers); implementar novidades de interação com o cliente (ex. <i>lives</i> ensinando receitas).</p>	<p>Abrasel/Agência Brasil, Sebrae, Correio Brasiliense, Exame</p>

<p>Construção civil</p>	<p>Queda de 6% nas buscas por itens de decoração, 10% nas buscas por móveis e 29% nos serviços de reparo e reforma</p>	<p>No geral, a queda tende a ser maior, por não serem produtos e serviços considerados essenciais em momento de pandemia. Na Itália, a busca por móveis caiu mais de 40% com o avanço da epidemia.</p>	<p>Apostar em parcerias com pintores, mestre-de-obras, eletricitas, marceneiros, decoradores e arquitetos e também aplicativos de prestação de serviços. Redes sociais do segmento também devem ser aproveitadas e usadas para o momento de poucos clientes. Nesse momento em que as pessoas estão em casa, pode ser uma oportunidade que eles observem a necessidade e queiram fazer pequenas reformas ou a troca do mobiliário. Manter a comunicação com o cliente pode ser uma possibilidade de ser lembrado.</p>	<p>Google e GetNinjas</p>
<p>Beleza</p>	<p>Queda de 46% nas buscas por serviços de beleza e de até 26% em itens de beleza.</p>	<p>No geral, a queda tende a ser maior, por não serem produtos e serviços considerados essenciais em momento de pandemia. Porém, alguns produtos tendem a observar aumento de demanda por conta da estocagem que precede o</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</p>	<p>Google, Nielsen e GetNinjas.</p>

		<p>período de maior restrição de movimentos. Com base nos países em estágio mais avançado de contaminação, os seguintes produtos devem ter aumento de demanda: sabonete, papel higiênico, lenços umedecidos, lenços faciais e fraldas.</p>	<p>cosméticos home care, elaborando kits de produtos que atendam às necessidades das clientes. Melhor ainda se forem personalizados, conforme histórico de procedimentos dos clientes;</p>	
Logística e transporte	<p>Crescimento de 15% na busca por aplicativos de entrega e de 30% em entregas em algumas plataformas. Plataformas de e-commerce também relatam crescimento de 15% nas primeiras semanas de março.</p>	<p>Apesar do aumento dos serviços de entrega para o consumidor e do e-commerce, no geral, o segmento deve sofrer queda por conta da maior restrição de movimentação e fechamento de lojas e estabelecimentos. Além disso, serviços de transporte individual têm caído até 70% em países mais avançados no contágio.</p>	<p>Inserir mais restaurantes e bares nas plataformas de venda e entrega (para aumento de demanda tanto para o segmento de logística e transporte quanto para os vendedores). Motoristas de aplicativos podem passar a fazer entregas para que não tenha que parar de rodar em tempos de quarentena.</p>	<p>MercadoLivre, Exame, Estadão, Uber, Rappi, RankMyApp, O Tempo e Poder360.</p>

Peças automotivas	Queda de 14% na busca por oficinas e autopeças na última semana.	A tendência é de queda e postergação da contratação de serviços considerados não essenciais. A produção de peças deve ser especialmente afetada pela queda de demanda. Montadoras no Brasil já estão anunciando demissões e férias coletivas.	Provavelmente haverá um aumento da utilização do delivery em vários segmentos, o que poderá aumentar a procura de peças de motocicletas. O empresário deverá estar atento a isso e também aumentar a prática da entrega por delivery ou incentivar o consumidor a encomendar e buscar no local.	Google, Carros-ig.
Serviços de Saúde	Crescimento de 17% no faturamento das farmácias e drogarias. Ainda não há dados para os serviços médicos não emergenciais.	A tendência é de o segmento de farmácias e drogarias seguir aquecido, em especial por produtos que ajudam a prevenir o contágio ou remédios mais utilizados no dia-a-dia. Com base no que tem ocorrido no Brasil e nos outros países mais avançados na epidemia, os seguintes produtos devem continuar com alta demanda: álcool gel, máscaras, suplementos e vitaminas, kits	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 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	Cielo e Nielsen.

		<p>de primeiros socorros, termômetros, antissépticos e remédios que não necessitam de receita médica. Os serviços médicos não urgentes tendem a observar queda na demanda. Telemedicina deve crescer no período.</p>	<p>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.</p>	
<p>Serviços educacionais</p>	<p>Queda de 38% nas buscas por aulas particulares em plataformas.</p>	<p>Com o fechamento de escolas e a proibição de aglomeração de pessoas, o segmento como todo deve seguir apresentando queda. Há, porém, uma tendência de aumento no número de pessoas procurando qualificação a distância, dados que muitos estarão sem atividades e sem poder sair de casa no momento. Na educação formal há uma tendência de aumento de uso</p>	<p>Substituir excepcionalmente as aulas presenciais por virtuais, tendo como apoio o uso de ferramentas tecnológicas. Sugere-se, inclusive, que esta opção de atendimento ao aluno seja contabilizada como atividade letiva.</p> <p>Para as escolas que não têm plataforma de ensino à distância, deve-se analisar a possibilidade de uso em caráter emergencial. Isso poderá inclusive ser uma oportunidade para o futuro.</p>	<p>GetNinjas</p>

		de plataformas de aprendizagem digitais.		
Turismo	<p>Queda de 41% nos gastos com turismo e de 30% na demanda por voos domésticos e 50% nos voos internacionais.</p> <p>Cancelamento de mais de 90% das reservas de hotel e 85% dos voos.</p>	<p>Com a adoção de medidas restritivas de circulação de pessoas e medo do contágio, esse segmento deve ser fortemente afetado pela crise. O segmento de eventos (MICE) teve o calendário do 1º semestre impactado diretamente, com eventos inicialmente remarcados. Redes de hotéis já anunciam planos de demissão em massa.</p>	<p>Antecipe-se e negocie com o cliente: incentive a remarcação das reservas dos serviços ao invés do cancelamento ou a remarcação de eventos como congressos, feiras e eventos afins. Amplie os seus canais de vendas online.</p> <p>Avalie oportunidades de melhoria na sua empresa: redução de custos e aumento da produtividade da equipe.</p> <p>Fortaleça a presença nas mídias digitais para manter-se conectado com o seu cliente.</p>	<p>Cielo, El País, O Globo, ABEOC, ABEAR</p>
Artesanato	<p>Queda de 20% na procura por artesanato</p>	<p>Com a queda do turismo e o foco do consumidor em produtos essenciais, o segmento deve seguir apresentando forte queda.</p>	<p>Repense expectativas de vendas, evitando compras desnecessárias.</p> <p>Caso trabalhe com encomenda negocie pagamento a 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</p>	<p>Google.</p>

			<p>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>Indústrias de base tecnológica</p>	<p>Ainda não há dados a respeito do efeito no segmento, mas como ele tem alta dependência de insumos vindos da Ásia e com o aumento do câmbio, as margens tendem a diminuir, assim como a procura por bens não essenciais.</p>	<p>Em geral, o segmento deve sofrer com o achatamento de margem e a queda de demanda por bens não essenciais. Indústrias que fornecem insumos hospitalares e medicamentos devem observar aumento de demanda.</p>	<p>Nesse momento de baixa, a indústria deve analisar se existe alguma forma de alterar a sua produção para fornecer produtos hospitalares mais demandados, como por exemplo os ventiladores pulmonares.</p>	<p>ABINEE.</p>
<p>Pet shops e serviços veterinários</p>	<p>Ainda não há dados a respeito do setor.</p>	<p>Com a restrição de funcionamento do comércio em várias cidades e a busca por distanciamento social, no geral, o segmento deve apresentar queda nas</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</p>	<p>Google</p>

		<p>próximas semanas. A exceção serão os empreendimentos que ofereçam produtos (e até alguns serviços, como consulta) a distância. Haverá uma busca por ração e outros produtos essenciais num primeiro momento, como forma de estocamento. Na Itália, a busca por produtos pet pré-fechamento do comércio cresceu mais de 50%.</p>	<p>comercialização por meio de plataformas digitais.</p>	
<p>Economia criativa (eventos e produção)</p>	<p>Queda de 66% na busca por serviços de eventos em algumas plataformas de serviços.</p>	<p>Com a restrição ao movimento e aglomerações, esse segmento deve ser um dos mais afetados. Praticamente todos os eventos de grande porte programado para os próximos meses estão sendo cancelados ou adiados. A pequena exceção a isso</p>	<p>Uma opção interessante é transformar eventos presenciais em transmissões online, alinhadas ao movimento dos MOOCS (<i>Massive Open Online Courses</i>) ou fazer distribuição de conteúdo via serviços de streaming.</p>	<p>GetNinjas e Google</p>

		serão aqueles serviços e eventos que podem ser realizados a distância.		
--	--	--	--	--

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 <https://www.sebrae.com.br/coronavirus> e veja como podemos te apoiar.