

## Impactos e tendências da COVID-19 nos pequenos negócios

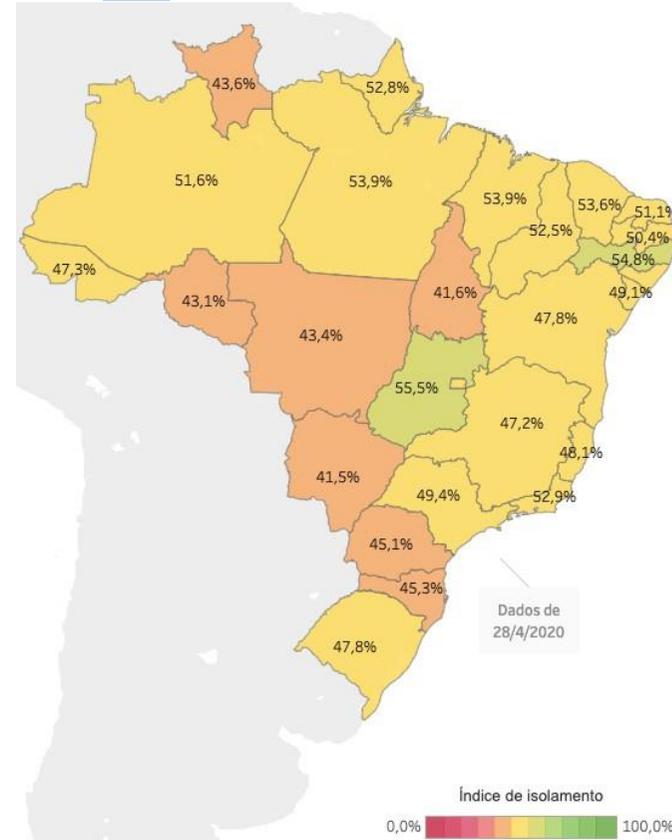
Este boletim, de periodicidade semanal, traz os principais impactos da COVID-19 nos pequenos negócios, principalmente nos 14 segmentos identificados como os mais diretamente afetados. Além disso, trazemos cenários e dicas para que o pequeno empresário possa se planejar e diminuir os impactos negativos da crise.

A pandemia causada pelo novo coronavírus (COVID-19) já atingiu 3,3 milhões de casos confirmados e 230 mil mortes<sup>1</sup>. Em uma semana, o número de casos cresceu 21% e o de mortos pela doença no mundo, 20%. Globalmente, a doença segue crescendo, mas a uma velocidade um pouco menor.

No Brasil, o número de casos confirmados cresceu 64% e o de óbitos cresceu 78% em uma semana. Até aqui, são cerca de 81 mil casos confirmados e 5,6 mil óbitos em decorrência da doença<sup>2</sup>. Nos últimos dias, pela primeira vez, o Brasil passou dos 400 óbitos diários, ficando atrás apenas de Estados Unidos e Reino Unido em número de mortes por dia em decorrência da doença. Apesar de alguns estados e municípios terem iniciado processos de reabertura da economia, o avanço da doença tem feito com que o nível de isolamento social seguisse por volta de 50%, de acordo com levantamento da empresa [Inloco](#). Esse dado está em linha, portanto, com os dados de outros países que mostram que, mesmo quando as quarentenas são levantadas, o consumo não costuma voltar da mesma forma que antes, por medo de contágio por parte do consumidor.

Figura 1 – Índice de isolamento social no dia 28/4.

Fonte: [Inloco](#)



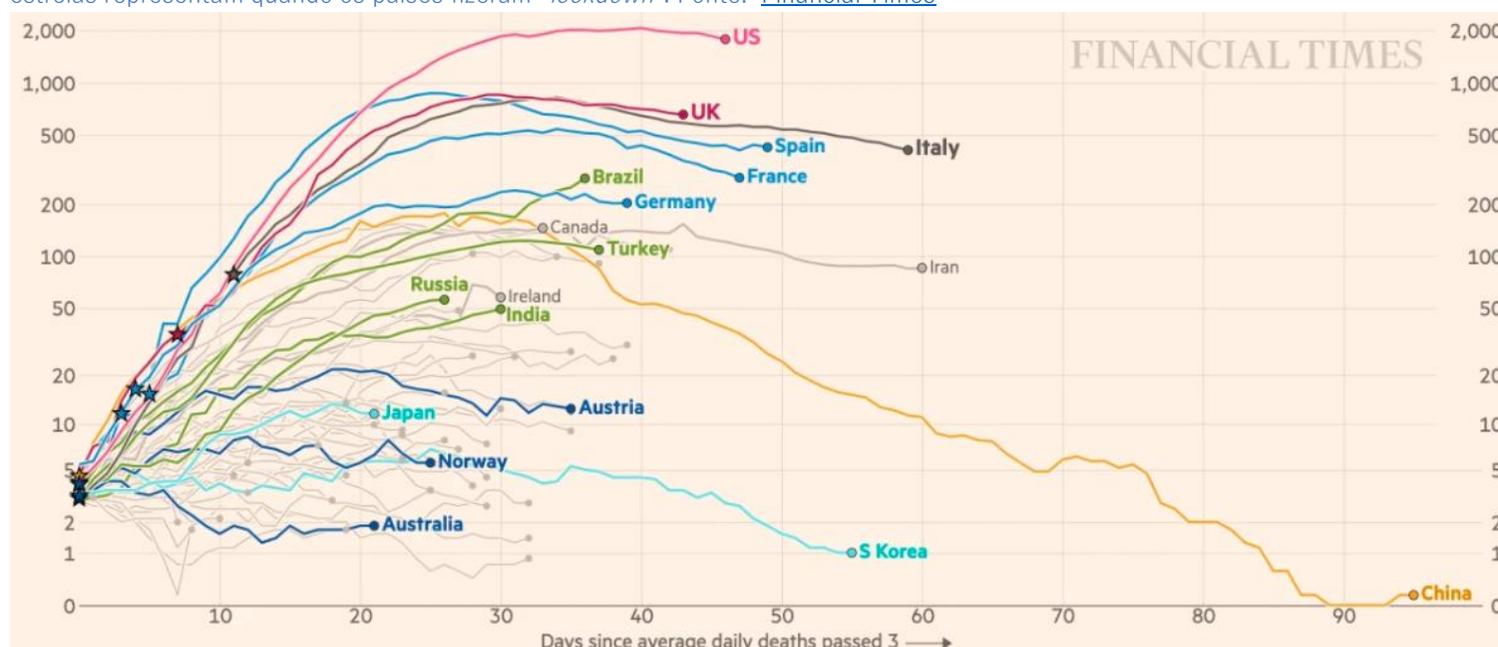
<sup>1</sup> Dados extraídos do [Google](#) de 30/04/2020.

<sup>2</sup> Dados do [Google](#) de 30/04/2020.

De acordo com a segunda rodada de pesquisa com empresários feita pelo Sebrae, os pequenos negócios têm sido fortemente afetados. Com coleta feita entre os dias 3 e 7 de abril, os empresários declararam queda de faturamento semanal de **69%** com relação a uma semana normal, com 88% deles declarando terem tido queda no faturamento.

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**. Abaixo, apresentamos um comparativo da evolução do número de óbitos em decorrência da COVID-19 em diversos países que mostra que, enquanto outros países já apresentam curva descendente, o Brasil ainda segue em ascendente, o que demonstra que ainda parecemos longe da “normalidade” e da superação da crise.

Figura 2 – Número de óbitos diários (média móvel dos últimos 7 dias) a partir do primeiro dia que cada país chegou a 3 óbitos. As estrelas representam quando os países fizeram “lockdown”. Fonte: [Financial Times](#)



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 26 e 28 de abril, a queda foi de 39%. 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 as medidas de confinamento, o consumidor tem	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.	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	<a href="#">Sebrae</a> , <a href="#">Cielo</a> , Nielsen e e-bit.

	<p>alterado seus hábitos e os itens do varejo alimentar têm ganhado cada vez mais espaço no orçamento.</p>		<p>no período de páscoa. O varejista deve estar 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 26 e 28/4, a queda no varejo de moda, em relação a uma semana normal foi de 80%.</p>	<p>Queda ainda maior, pois com o agravamento da situação sanitária e a queda do emprego e da renda, os consumidores tendem a focar seus gastos em bens essenciais. Relatório da McKinsey aponta que, se a quarentena durar entre dois e três meses, 80% dos negócios do segmento devem passar por dificuldades financeiras.</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 vídeochamadas. 5) Invista em parcerias com serviços de consultoria de imagens para que</p>	<p><a href="#">Sebrae</a>, <a href="#">Cielo</a>, McKinsey e e-bit/Nielsen.</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 26 e 28/4 com relação a uma semana normal.</p>	<p>O setor de alimentos e bebidas, representado principalmente pelo ramo de serviços de alimentação, foi um dos primeiros afetados pelas determinações de restrições de funcionamento pelas autoridades. A tendência é que, nas próximas semanas, os estabelecimentos que servem refeições sigam operando apenas com entrega (delivery) ou take-out (retirada). Como essas estratégias são desafiadoras e têm sido suficientes apenas para impedir quedas ainda mais acentuadas, parte dos estabelecimentos tem decidido fechar temporariamente.</p>	<p>Reduzir os custos ao máximo: renegociar contratos; avaliar MP 936; otimizar operação.</p>	<p><a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Cielo</a></p>
<p>Construção civil</p>	<p>Pela primeira vez desde o início da crise, a busca por materiais de construção cresceu (4,9%) com relação a uma semana normal, o que pode significar alguma retomada</p>	<p>Alguns estados e municípios estão permitindo obras públicas ou emergenciais. A Caixa anunciou medidas complementares de apoio à retomada de obras e auxílio financeiro, totalizando R\$ 154 bi. até aqui. Estima-se que essa medida preserve 1,2 mi. de empregos. As lojas de material de construção continuam ampliando sua permissão para funcionar em diversos</p>	<p>Buscar cursos específicos para gerenciar seus estoques nesse período de crise; buscar informações com pessoas técnicas que conheçam do setor; se possível, implementar BIM (Modelagem da Informação da Construção). Isso reduz custos, os desperdícios e torna os serviços mais eficientes. Intensificar as modalidades de fretes para as entregas; criar grupos de WhatsApp específicos para clientes, fornecedores e lojistas nas comunidades. Use o</p>	<p><a href="#">Cielo</a>, Anamaco; Caixa; CBIC; DataZap e <a href="#">Sebrae</a>.</p>

	para o segmento como um todo.	municípios, e começa agora o movimento pela reabertura de lojas de itens do lar. Pesquisa do mercado imobiliário revela que negócios de compra, venda e locação continuam com restrições em função de insegurança financeira e impossibilidade de realizar visitas. Já os MEI do setor (pedreiros, pintores, etc) permanecem a reboque da forte queda na demanda por pequenas reformas e obras de autoconstrução.	movimento <a href="#">Compre do Pequeno</a> . As construtoras deverão aderir cada vez mais ao <i>lean construction</i> . O varejo deve buscar a venda <i>online</i> . No mercado imobiliário, a busca por maior visibilidade e presença digital pode nortear a reorganização e digitalização do portfólio e da carteira, 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.	
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 47% abaixo da média do último ano.	Com exceção dos produtos de higiene pessoal, a demanda pelo setor tende a seguir baixa, por não ser essencial.	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 <i>delivery</i> de cosméticos <i>homecare</i> , elaborando kits de produtos que atendam às necessidades das clientes.	<a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Google</a> .
Logística e transporte	Na última semana, as buscas por	Apesar do aumento dos serviços de entrega para o consumidor e do e-	Inserir mais restaurantes e bares nas plataformas de venda e entrega. Motoristas de	<a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Google</a> .

	<p>aplicativos de transporte no Google estavam cerca de 50% abaixo da média do último ano. Já a busca por delivery caiu 2% com relação a última semana, mas ainda se encontra cerca de 2 vezes acima da média. Queda de 70% com relação a uma semana normal (último dado, do começo de abril).</p>	<p>commerce, no geral, o segmento deve continuar com baixa demanda por conta da maior restrição de movimentação e fechamento de lojas e estabelecimentos.</p>	<p>aplicativos podem passar a fazer entregas para que não tenha que parar de rodar em tempos de quarentena.</p>	
<p>Oficinas e peças automotivas</p>	<p>Entre 26 e 28/4, a queda no faturamento das empresas de serviços automotivos e autopeças, em relação a uma semana normal foi de 20%. Entre os</p>	<p>A tendência segue de queda, com um grande contingente de pessoas utilizando o carro de maneira consideravelmente reduzida.</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</p>	<p><a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Cielo</a>.</p>

	<p>pequenos empresários, a queda é bem mais acentuada, de acordo com os dados da última pesquisa com empresários feita pelo Sebrae (-69%).</p>		<p>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>Saúde</p>	<p>Entre 26 e 28/4, a queda no faturamento das farmácias, em relação a uma semana normal foi de 12%. 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</p>	<p>A tendência é de que o segmento de farmácias, embora tenham até tido aquecimento no início da crise, possa começar a apresentar queda, principalmente se comparada às vendas do início da pandemia. No entanto, 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. Para os serviços médicos não urgentes a tendência continua sendo de queda na demanda. Telemedicina continua com tendência de crescer nesse período. Já as atividades econômicas voltadas mais a bem-estar, como academia, clínicas</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 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 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. Academias de ginástica estão</p>	<p><a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Cielo</a>.</p>

	<p>começo de abril (-64%).</p>	<p>de fisioterapia e nutrição parecem ter alcançado estabilidade, mas em patamar bem abaixo do faturamento pré-crise.</p>	<p>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>	
<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, porém, caíram 2% com relação à</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</p>	<p><a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Google</a>.</p>

	última semana, mas estão 56% acima da média do último ano.		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 91% no faturamento entre 26 e 28/4 com relação a uma semana normal.	O cenário atual em que Estados retardam a suspensão das medidas de isolamento demonstram que os negócios turísticos seguirão sendo os mais impactados.	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.	<a href="#">Cielo.</a>
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 4% 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.	<a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Google.</a>

Indústrias de base tecnológica	Queda de 62% com relação a uma semana normal na última pesquisa do Sebrae (começo de abril)	Algumas regiões do país se preparam para a retomada gradual das atividades empresariais, conforme decretos locais. A previsão é de elevação de demanda por produtos saneantes e de higiene pessoal, em razão das medidas de prevenção recomendação da OMS e decretos locais para funcionamento das atividades empresariais, além de necessidade de manutenção de equipamentos para retomada do funcionamento, além da reposição de insumos eletroeletrônicos. Como houve relato de 68% das indústrias de base tecnológica (saneantes, químicos, maquinário, automotores, eletroeletrônicos), o cenário é de atenção para retomada do relacionamento com clientes e abastecimento do mercado.	Dica importante é o encorajamento da equipe para o novo formato de relacionamento com clientes e fornecedores. A ABIQUIM publicou um comunicado com recomendações valiosas para motoristas e destinatários no transporte, como a adoção de pontos de inspeção, local para manuseio de documentos de conferência de cargas, horários e planejamento de recebimento e embarque de cargas, bem como sinalização de fronteiras para pessoas internas e externas. O momento requer a interpretação de cenários com variáveis multidisciplinares, assim, recomenda-se a aproximação com as entidades representativas dos segmentos para fortalecimento das empresas e entendimentos comuns sobre pleitos setoriais tendo em vista as novas condições do mercado. Definir uma agenda de interesse e pleitos de políticas públicas é essencial e estratégico para a atuação empresarial, já que 62% dos pesquisados pelo Sebrae sinalizam que as políticas públicas necessárias para o momento são os empréstimos sem juros, ao lado de outros 49% mencionaram a necessidade de redução de impostos e taxas, além disso, 41% precisam de ajuda para pagar os salários. Outra dica é dedicar tempo para avaliar as medidas já tomadas pelo governo, que podem ajudar na	<a href="https://sebrae.com.br">Sebrae</a>
--------------------------------	---	--	--	--

			definição de rumos e reduzir algumas preocupações na gestão do negócio, em especial: linhas de crédito, MP do trabalho e auxílio emergencial.	
Pet shops e serv. veterinários	A busca por “pet shops” no Google estão 4% acima da média do último ano, mas de acordo com a última pesquisa com empresários do Sebrae (começo de abril), os pequenos negócios do segmento estão atuando com um faturamento 51% menor do que a média.	O segmento parece ter alcançado estabilidade (em patamar de metade das vendas do pré-crise), e até uma certa melhora com relação ao começo da crise, de acordo com a última pesquisa do Sebrae.	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.	<a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Google</a> .
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.	<a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Google</a> .

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](https://sebrae.com.br) e veja como podemos te apoiar.