

## 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.

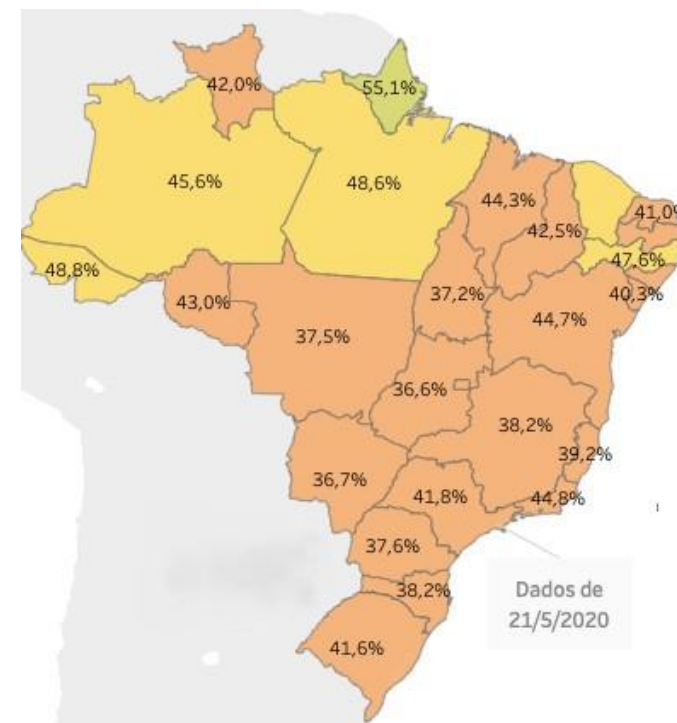
A pandemia causada pelo novo coronavírus (COVID-19) já atingiu 5,2 milhões de casos confirmados e 335 mil mortes<sup>1</sup>. Em uma semana, o número de casos cresceu 19% e o de mortos pela doença no mundo, 9%. Globalmente, a doença segue crescendo, a um ritmo ligeiramente superior à semana passada, muito puxado pelo Brasil e Rússia.

No Brasil, o número de casos confirmados cresceu 32% e o de óbitos 41% em uma semana. Até aqui, são cerca de 320 mil casos confirmados e 20,5 mil óbitos em decorrência da doença<sup>2</sup>. 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 mil 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 42%, 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 que alguns segmentos devem ser

Figura 1 – Índice de isolamento social no dia 21/5.

Fonte: [Inloco](#)



<sup>1</sup> Dados extraídos do [Google](#) de 22/05/2020.

<sup>2</sup> Dados extraídos do [Google](#) de 22/05/2020.

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 pelo Sebrae com 10.384 empresários entre 30 de abril e 5 de maio, demonstrando a evolução de faturamento dos pequenos negócios de 18 segmentos ao longo de três pesquisas feitas com empresários em meados de março, começo de abril e agora, no início de maio. Na média, os pequenos negócios tiveram perda de 60% com relação ao faturamento pré-crise, uma ligeira melhora em comparação abril, quando o índice era de 69%. Os segmentos de economia criativa, turismo e academias foram os mais afetados até aqui. A pesquisa completa e diversos recortes podem ser encontrada em [datasebrae.com.br/corona](https://datasebrae.com.br/corona).

Figura 2 – Evolução do faturamento dos pequenos negócios em 18 segmentos, em comparação ao período pré-crise, de março a maio.

Fonte: *Pesquisa Sebrae sobre os impactos da COVID-19 nos pequenos negócios*



Com base nessa pesquisa 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 10 e 16 de maio, a queda do faturamento das empresas do setor foi de 33%, segundo a Cielo. De acordo com pesquisa do Sebrae, o pequeno negócio do varejo tem sofrido mais, tendo registrado queda de 56% com relação a uma semana normal, de acordo com a pesquisa do Sebrae	Leve perspectiva de melhora ou de estabilização. 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.	<a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Cielo.</a>

<p>Moda</p>	<p>Os pequenos negócios do segmento como um todo apresentam queda de 59% no faturamento em comparação ao período pré-crise. Especificamente no varejo de moda, a queda foi maior, de 73% em relação a uma semana normal, de acordo com a Cielo.</p>	<p>Há uma leve tendência de melhora, mas ainda a níveis significativamente inferiores aos da pré-pandemia</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 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><a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Cielo</a>.</p>
<p>Serviços de alimentação</p>	<p>Queda de 59% no faturamento dos pequenos negócios em comparação ao</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</p>	<p><a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Cielo</a></p>

	<p>período pré-crise. A Cielo apresenta queda um pouco mais acentuada, de 71% para o período entre 10 e 16/5 com relação a uma semana normal, de acordo com a Cielo.</p>		<p>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.</p>	
<p>Construção civil</p>	<p>Queda no faturamento dos pequenos negócios de 51% em comparação ao período pré-crise. De acordo com a</p>	<p>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 funcionando com os devidos</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</p>	<p><a href="#">Cielo</a>, Anamaco; LCA; CBIC; DataZap e <a href="#">Sebrae</a>.</p>

	<p>Cielo, o varejo de materiais de construção teve aumento de faturamento na ordem de 6%</p>	<p>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>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>	
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><a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Google</a>.</p>
Logística e transporte	<p>Queda de receita média dos pequenos negócios de 60%. DELIVERY: Buscas</p>	<p>GERAL: Tendência de melhora gradual devido sinalização de retorno escalonado da economia. DELIVERY: Apesar do aumento dos</p>	<p>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</p>	<p><a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Google</a>.</p>

	<p>por aplicativos de transporte no Google estão cerca de 36% abaixo da média do último ano. Já a busca por delivery se manteve praticamente estável na última semana, mas ainda se encontra cerca de 2 vezes acima da média do último ano.</p>	<p>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.</p>	<p>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 seria se cadastrar em plataformas de <i>marketplace</i> para o encontro de oportunidades de fretes de grandes e pequenas cargas ou aplicativos de entregas rápidas.</p>	
<p>Oficinas e peças automotivas</p>	<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 18%.</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</p>	<p><a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Cielo</a>.</p>



			exemplo o caixa, recepção e, é claro, treinamento e orientação dos funcionários sobre a importância da adoção dessa nova forma de trabalhar.	
Saúde	<p>Queda de 61% do faturamento médio dos pequenos negócios em relação ao período pré-crise. De acordo com a Cielo, o segmento específico de farmácias e drogarias apresenta queda menos acentuada, de 5%.</p>	<p>O segmento de farmácias e drogarias, embora tenham até tido aquecimento no início da crise, já apresenta faturamento acumulado negativo em 2,4% se comparado a antes do surto. 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 fisioterapia e nutrição parecem ter alcançado estabilidade, mas em patamar bem abaixo do faturamento pré-crise.</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 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</p>	<p><a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Cielo</a>.</p>

			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.	
Educação	O segmento como um todo apresentou queda de 60% do faturamento com relação a uma semana normal, de acordo com última pesquisa do Sebrae, feita no início de maio. As buscas por cursos online no Google seguiram estáveis na última semana, mas estão 2% acima da média do último ano.	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. No geral, o segmento apresentou uma leve melhora em comparação ao início de abril, como demonstra a última pesquisa do Sebrae.	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 ainda 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).	<a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Google</a> .
Turismo	Queda de 75% no faturamento dos pequenos negócios, de acordo com a pesquisa do Sebrae.	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	<a href="#">Cielo</a> .

			em segurança para os turistas. Mantenha a atuação nos canais de comercialização.	
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.	<a href="#">Sebrae</a>
Indústria de base tecnológica e Energia	Queda no faturamento semanal tem uma leve melhora de abril (-62%) para o início maio (-57%)	O debate sobre "reconversão industrial", "reindustrialização brasileira" e "êxodo industrial" da China ganha força nos últimos dias para a Indústria de Base Tecnológica. Entidades e até sindicatos de empregados se engajam para repensar rumos do mercado brasileiro, encorajados pela experiência exitosa da indústria brasileira em reconfigurar suas linhas de produção para abastecimento de equipamentos de	Os debates em curso mobilizarão uma série de atores para avançar do diálogo para a prática. No entanto, o que cada pequeno negócio pode fazer de imediato é um trabalho intensivo de avaliação da sua maturidade de transformação digital, presença digital nos canais virtuais, alcance da mentalidade da indústria 4.0, utilização de tecnologias habilitadoras de futuro, avaliação da capacidade de reconfiguração das suas linhas de produção, e um trabalho de cultura com a equipe para engajá-los nesse novo contexto de ambiente de negócio que está em discussão, para que os rumos da empresa se aproximem desse novo mercado pós-pandemia	<a href="#">Sebrae e ABIMAC</a>

		proteção individual e equipamentos de saúde.	e o coloquem na linha de frente de fornecimento e captação de negócios.	
Pet shops e serv. veterinários	Queda no faturamento dos pequenos negócios de 35% em comparação ao pré-crise.	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.	<a href="#">Sebrae</a>
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.	<a href="#">Sebrae</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](http://sebrae.com.br) e veja como podemos te apoiar.