

Impactos e tendências da COVID-19 nos pequenos negócios

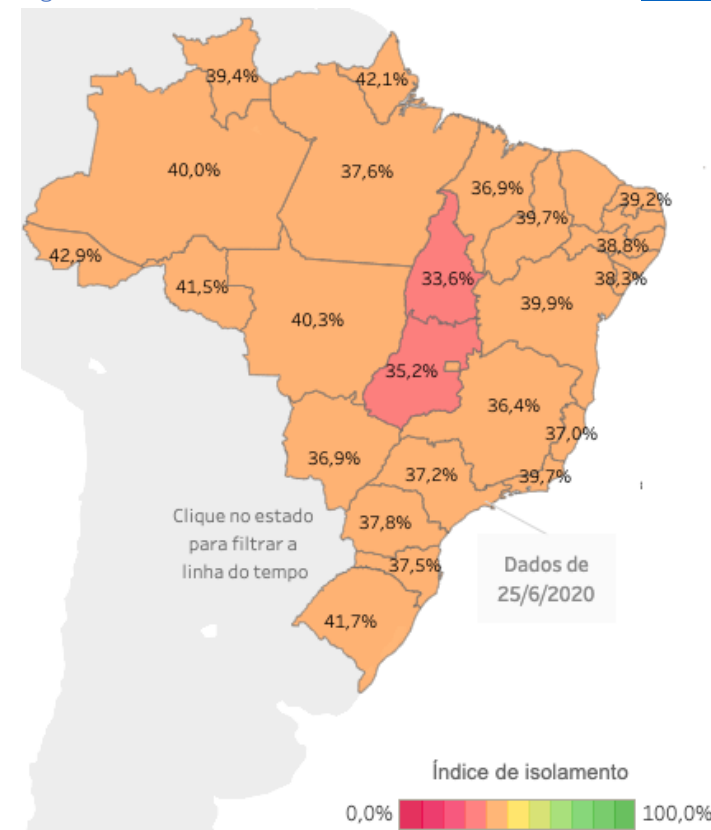
Este boletim traz os principais impactos da COVID-19 nos pequenos negócios, principalmente nos 14 segmentos identificados como os mais vulneráveis à crise. Além disso, trazemos cenários e dicas para que o pequeno empresário possa se planejar e diminuir os impactos negativos da crise.

A pandemia causada pelo novo coronavírus (COVID-19) já atingiu mais de 9,6 milhões de casos confirmados e 490 mil mortes¹. Em uma semana, o número de casos cresceu 13% e o de mortos pela doença no mundo, 7,8%. Globalmente, a doença segue crescendo, a um ritmo ligeiramente superior ao da semana passada.

No Brasil, o número de casos confirmados cresceu 20% e o de óbitos 13% em uma semana. Na data desta publicação o país atingiu a marca de 1,2 milhão de casos confirmados e 55 mil óbitos em decorrência da doença². O Brasil é o primeiro país em número de casos diários e agora também o segundo em número de mortes acumuladas. 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 muitas cidades continuam mantendo o índice de isolamento social em tendência de queda, atingindo os menores patamares 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

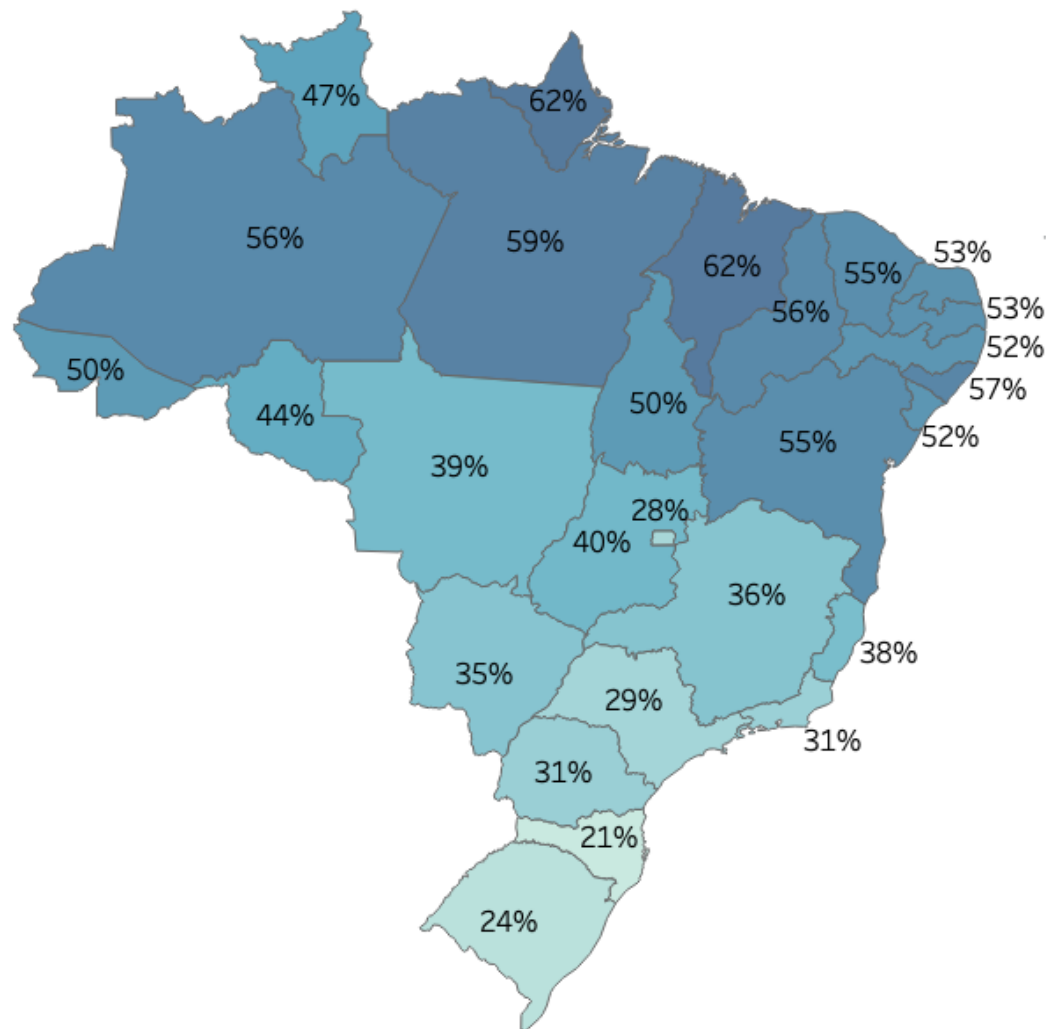
Figura 1 – Índice de isolamento social no dia 25/06. Fonte: [Inloco](#).



¹ Dados extraídos do [Bing](#) de 26/06/2020.

² Dados extraídos do [Bing](#) de 26/06/2020.

Figura 2 – Percentual de domicílios que estão recebendo o Auxílio Emergencial. Fonte: PNAD COVID-19 (IBGE, maio 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 a nova Pesquisa Nacional de Amostragem por Domicílios – COVID-19 (PNAD COVID-19), 38,7% dos domicílios brasileiros estão recebendo o auxílio emergencial de R\$ 600 a R\$ 1.200, aprovado em decorrência da pandemia. O Norte e Nordeste têm os maiores percentuais de domicílios beneficiários, com o Amapá e Maranhão chegando a 62% dos lares contemplados. Tais percentuais podem ajudar parcialmente a recuperação, ainda que tímida, que temos visto nas pesquisas do Sebrae.

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 14 e 20 de junho, a queda do faturamento das empresas do setor foi de 21%, com relação ao pré-crise, segundo a Cielo.	Leve perspectiva de melhora. 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 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 próximas datas que estão por vir que são o dia das mães e o dia dos namorados.	Sebrae e Cielo.
Moda	Entre 14 e 20 de junho, a queda do faturamento das	Há uma leve tendência de melhora, mas ainda a níveis	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	Sebrae e Cielo.

	<p>empresas do setor foi de 46%, com relação ao pré-crise, segundo a Cielo.</p>	<p>significativamente inferiores aos da pré-pandemia</p>	<p>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 vídeo-chamadas. 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 tíquete médio.</p>	
<p>Serviços de alimentação</p>	<p>Entre 14 e 20 de junho, a queda do faturamento das empresas do setor foi de 65%, com relação ao pré-crise, segundo a Cielo.</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 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</p>	<p>Sebrae e Cielo</p>

			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	Na construção houve forte desaceleração da produtividade do setor, com crescimento da produtividade no primeiro trimestre de 2020 de apenas 0,2%, após alta expressiva de 1,8% no quarto trimestre	Os Estados do Piauí e de Sergipe são os únicos com restrições às obras, bem como Porto Alegre na semana de 22 a 28 de junho. De acordo com a pesquisa CNI, os empresários continuam pessimistas, mas pouco a pouco vão aumentando a confiança. O índice que mede a confiança do setor alcançou 42,6 pontos nesta edição, um aumento de 5 pontos em relação ao estudo passado.	O conhecimento e a adoção de medidas prescritas nos Protocolos de retomada são essenciais. O Sebrae preparou guias para a retomada na indústria da construção, lojas de material de construção, indústria de móveis, loja de móveis e escritórios de engenharia, arquitetura e projetos. Necessidade de gestão financeira eficaz e de conhecer ferramentas digitais para 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	Abrainc, FGV, DataZap e Sebrae .

	<p>de 2019. Embora tenha apresentado baixo crescimento no primeiro trimestre de 2020, o bom desempenho da produtividade do setor ao longo dos últimos trimestres tem impedido que o resultado agregado da indústria fosse ainda pior. Segundo a Sondagem da CNI, a UCO, Utilização da Capacidade Operacional do setor está em 53%, 9% abaixo da média histórica da construção civil.</p>	<p>Antes, o indicador já havia crescido 2,8 pontos em frente ao mês anterior. Ainda assim, o índice permanece relativamente distante da linha divisória(50,0 pontos), o que aponta para uma falta de confiança da parte dos empresários do setor.</p> <p>Os empresários seguem projetando queda da atividade, novos empreendimentos e serviços, compras de matérias-primas e número de empregados nos próximos seis meses. Além disso, a intenção de investir permanece baixa.</p>	<p>movimento Compre no Bairro/Compre do pequeno.</p> <p>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>A busca por “salão de beleza” no Google estão apenas 11% abaixo da média do último ano.</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 influencers interessantes para seguir. Promover a venda delivery</p>	<p>Sebrae e Google</p>

	<p>De acordo com a última pesquisa do Sebrae, com coleta finalizada em 5 de maio, os pequenos negócios estavam faturando 59% em comparação ao pré-crise.</p>		<p>de cosméticos homecare, elaborando kits de produtos que atendam às necessidades das clientes.</p>	
<p>Logística e transporte</p>	<p>A busca por “entrega” está 6% acima da média do último ano, e a busca por aplicativos de transporte individual está 25% abaixo da média. Queda de receita média dos pequenos negócios de 60%, de acordo com a última pesquisa do Sebrae, com coleta finalizada em 5 de maio.</p>	<p>GERAL: com o início do relaxamento do isolamento em vários estados, inclusive São Paulo, que tem grande representatividade. DELIVERY: apesar do aumento dos serviços de entrega para o consumidor e do e-commerce, o segmento deve continuar com redução na demanda em virtude do receio de contágio. CARGA: Reação de 5 pontos na comparação semanal, alcançando o melhor índice desde o início da pandemia. Percebe-se que a abertura de alguns shoppings e comércio em geral pode ter contribuído nessa recuperação, mas a variação na demanda continua negativa em</p>	<p>Pesquisas em outros países afetados pela pandemia tem demonstrado uma tendência da população à reclusão voluntária, mesmo com o 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 garantir 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</p>	<p>Sebrae e NTC & Logística.</p>

		<p>31,23%. A demanda por transporte rodoviário de cargas teve melhora de 2 pontos e a variação semanal na demanda continua negativa em 37% conforme registrado pela NTC&Logística. TRANSPORTE DE PESSOAS: As empresas já começam a colocar em prática ideias e soluções para redistribuir os assentos, buscando maior isolamento dos passageiros.</p>	<p>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 seria se cadastrar em plataformas de marketplace 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>Entre 10 e 14 de junho, o faturamento do setor estava 10% abaixo do normal. De acordo com a última pesquisa do Sebrae, com coleta finalizada em 5 de maio, os pequenos negócios estavam faturando 48% em comparação ao pré-crise.</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,</p>	<p>Sebrae e Cielo.</p>

			recepção e, é claro, treinamento e orientação dos funcionários sobre a importância da adoção dessa nova forma de trabalhar.	
Saúde	<p>Entre 10 e 14 de junho, o faturamento do segmento específico de farmácias estava 7% abaixo do normal.</p> <p>De acordo com a última pesquisa do Sebrae, com coleta finalizada em 5 de maio, os pequenos negócios estavam faturando 61% em comparação ao pré-crise.</p>	<p>O segmento de farmácias e drogarias, embora tenham até tido aquecimento no início da crise, já apresenta faturamento acumulado negativo em 4% 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 fisioterapia e nutrição parecem ter alcançado estabilidade, mas em patamar</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 nos consultórios. Já os nutricionistas estão</p>	<p>Sebrae e Cielo.</p>

		bem abaixo do faturamento pré-crise.	produzindo conteúdos para atrair clientes na estratégia de marketing de conteúdo e 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. 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	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 intensificar a gestão financeira para mitigar efeitos da redução das mensalidades provocadas por atrasos, descontos e inadimplência. Algumas escolas relatam que a intensificação da comunicação com pais e alunos tem sido fundamental para manter as mensalidades, ainda que com descontos.	Sebrae e União pelas Escolas Particulares de Médio e Pequeno Porte

	ultrapassar 50% em maio.			
Turismo	Entre 10 e 14 de junho, o faturamento do setor estava 83% abaixo do normal. De acordo com a última pesquisa do Sebrae, com coleta finalizada em 5 de maio, os pequenos negócios estavam faturando 75% em comparação ao pré-crise.	Poucos destinos brasileiros reabriram, mas há um número significativo de destinos que têm previsão de retomada das atividades em julho. Então, há um clima de expectativa nos empreendedores do setor turístico.	Os empresários que já estão com as empresas funcionando devem estar atentos ao cumprimento rigoroso dos protocolos de segurança. É fundamental comunicar ao cliente, principalmente, nos meios digitais que a empresa adotou os protocolos de segurança para gerar confiabilidade no potencial cliente. Tão importante quanto comunicar é o turista atestar ao usar os serviços que a comunicação feita pela empresa está em sintonia com o que ocorre na empresa. Os protocolos de segurança devem ser implantados por todas as empresas do destino, no intuito de evitar qualquer incidente que ponha em risco a saúde do turista e a imagem das empresas e do destino turístico. Qualquer incidente pode impactar negativamente toda a cadeia de negócios turísticos do destino. É importante nesse momento da retomada uma atuação integrada do destino. Todos são responsáveis pela imagem que o destino construirá nesse momento estratégico da retomada. Estimule os 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.	Sebrae e Cielo.
Artesanato	Queda de 68% com relação a uma semana normal.	O segmento pode ter chegado à estabilidade (em um nível	Repense expectativas de vendas, evitando compras desnecessárias. Caso trabalhe com encomenda negocie pagamento à vista. Caso tenha contas em	Sebrae

		consideravelmente inferior ao pré-crise) na sua queda.	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.	
Indústria de base tecnológica e Energia	De acordo com a Associação Brasileira de Indústria Elétrica e Eletrônica, em maio, 70% das empresas do segmento registraram queda nas vendas. Segundo pesquisa do Sebrae do início de maio, os pequenos negócios do setor registraram queda de 57% em relação ao pré-crise	49% dos empresários do segmento de eletroeletrônicos esperam crescimento das vendas em junho de 2020.	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 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. 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,	Sebrae , ABINEE , ANAMT , AMBT e Agência Brasília .

			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.	
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.	Sebrae
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.