

# 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.

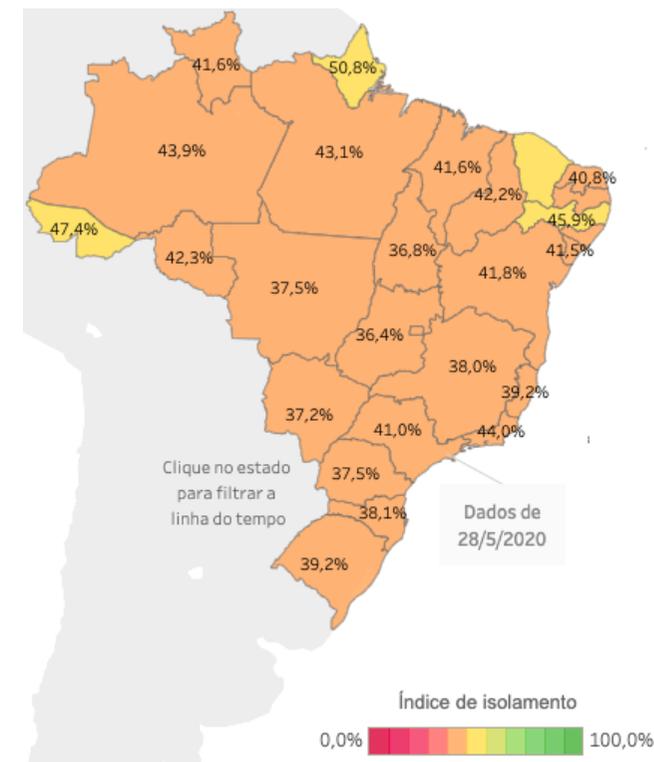
A pandemia causada pelo novo coronavírus (COVID-19) já atingiu 5,8 milhões de casos confirmados e 362 mil mortes<sup>1</sup>. Em uma semana, o número de casos cresceu 18% e o de mortos pela doença no mundo, 8%. Globalmente, a doença segue crescendo, a um ritmo ligeiramente inferior à semana passada.

No Brasil, o número de casos confirmados cresceu 36% e o de óbitos 29% em uma semana. Até aqui, são cerca de 450 mil casos confirmados e 27 mil óbitos em decorrência da doença<sup>2</sup>. Nos últimos dias, o Brasil se tornou o segundo em número de mortes diárias e em casos totais, ficando atrás apenas dos EUA 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 41%, 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 28/5.

Fonte: [Inloco](#)



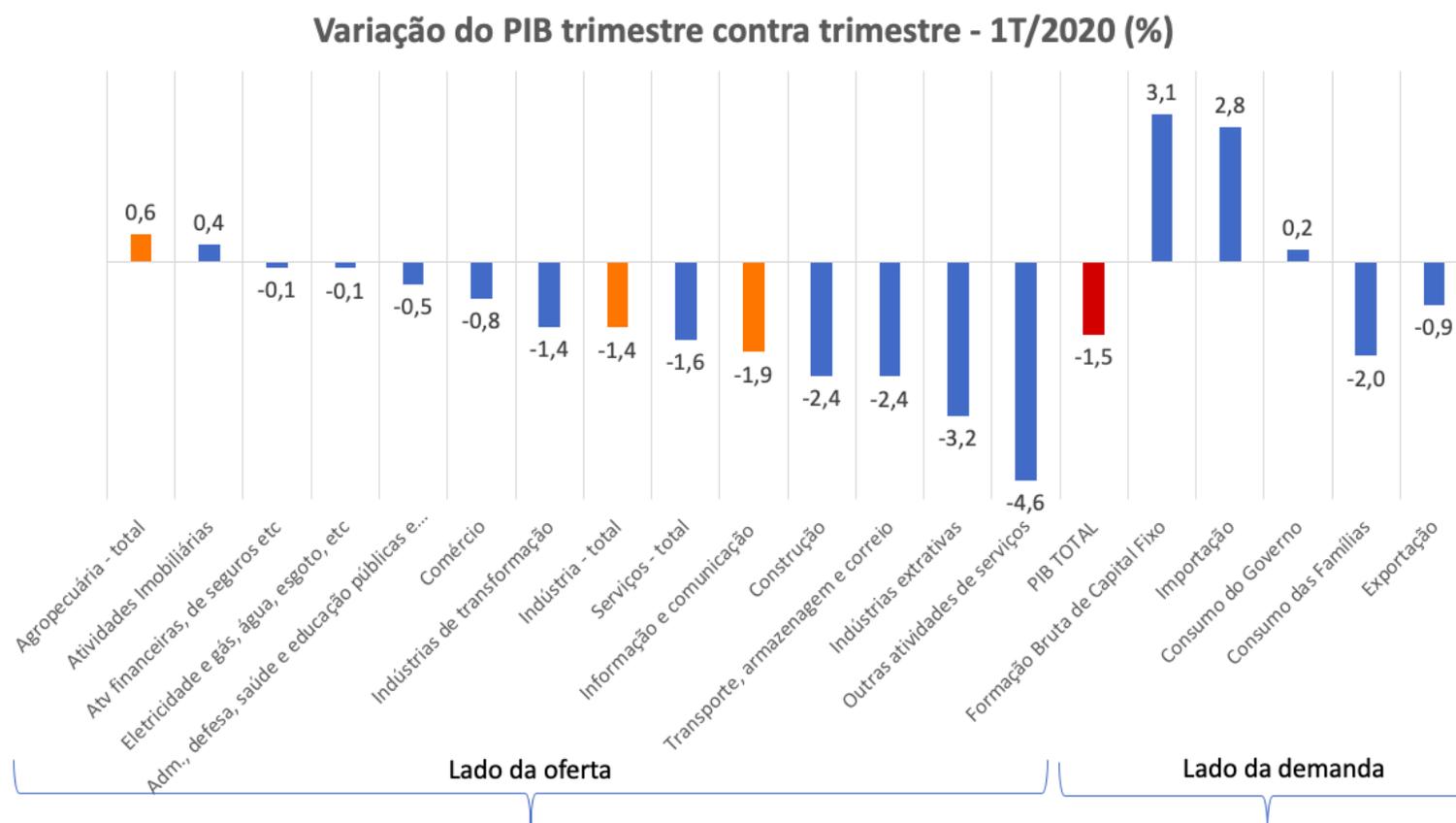
<sup>1</sup> Dados extraídos do [Google](#) e Bing de 29/05/2020.

<sup>2</sup> Dados extraídos do [Google](#) e Bing de 29/05/2020.

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

Nesta semana, o IBGE divulgou os resultados do PIB do primeiro trimestre de 2020, que capta o início da pandemia no Brasil (26/2) e das medidas de isolamento social (meados de março). Apesar de o IBGE

Figura 2 – Variação do PIB do primeiro trimestre contra o trimestre imediatamente anterior, pelo lado da oferta e da demanda. Fonte: IBGE



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 17 e 23 de maio, a queda do faturamento das empresas do setor foi de 32%, segundo a Cielo. De acordo com pesquisa do Sebrae, o pequeno negócio do varejo tem sofrido mais, tendo registrado queda de 56% em relação ao período pré-crise	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 atendo 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 67% no faturamento em comparação ao período pré-crise. Especificamente no varejo de moda, a queda foi maior, de 70% 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>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 vídeochamadas. 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><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 período pré-crise. A</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><a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Cielo</a></p>

	<p>Cielo apresenta queda um pouco mais acentuada, de 70% para o período entre 17 e 23/5 com relação a uma semana normal, de acordo com a Cielo.</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>Apesar do leve aumento da Confiança, não é possível afirmar que o pior momento da crise deflagrada pela Covid já passou. Os impactos</p>	<p>Segundo a amostra da 9ª rodada da pesquisa da Abrainc com as 36 maiores incorporadoras do país, somente 5% das obras estão paradas, ao contrário dos 14% da primeira rodada, em 27/03. O Índice de Confiança da Construção (ICST), da Fundação</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 vender e entregar</p>	<p>Abrainc, FGV, DataZap e <a href="#">Sebrae</a>.</p>

	<p>negativos sobre o setor da construção continuam bastante intensos, atingindo os negócios em andamento em todos os segmentos. Em maio 51% das empresas indicaram diminuição da atividade e 63% que o ambiente de negócios está fraco.</p>	<p>Getulio Vargas, avançou 3,0 pontos em maio, atingindo 68,0 pontos. Apesar do resultado positivo, o índice acumula queda de 26,2 pontos em relação a janeiro de 2020 (94,2 pontos, o maior valor desde maio de 2014). O Índice de Expectativas (IE-CST) cresceu 9,8 pontos, para 69,7 pontos. Apesar desta ser a maior variação mensal positiva da série, recupera apenas parte da perda de 44,3 pontos entre janeiro e abril desse ano.</p>	<p>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></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, inclusive São Paulo, que tem grande representatividade para o segmento. DELIVERY: Apesar do</p>	<p>Pesquisa realizada pela Associação Nacional do Transporte de Cargas e Logística no período de 18 a 24 de maio revelou um retorno da queda no volume de cargas para 41%, tanto para carga lotação, quanto para carga fracionada. Esse percentual havia chegado a -39% no início de maio, mas na última</p>	<p><a href="#">Sebrae</a> e NTC &amp; Logística.</p>

		<p>aumento dos 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>CARGA: Manutenção da queda, com expectativa de melhora em junho.</p>	<p>semana retraiu um pouco.</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 neste segmento e buscar novas oportunidades frente à nova demanda do mercado é imprescindível.</p> <p>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>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 22%.</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,</p>	<p><a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Cielo</a>.</p>

			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.	
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 10%.</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 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</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</p>	<p><a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Cielo</a>.</p>

		e nutrição parecem ter alcançado estabilidade, mas em patamar bem abaixo do faturamento pré-crise.	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.	
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,	Estabilidade com possível leve melhora, mas ainda em níveis	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	<a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">Cielo</a> .

	de acordo com a pesquisa do Sebrae. De acordo com a Cielo, a queda é ainda mais acentuada, de 87%	consideravelmente inferiores aos da pré-crise.	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.	
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	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	<a href="#">Sebrae</a> e <a href="#">ABIMAC</a>

		indústria brasileira em reconfigurar suas linhas de produção para abastecimento de equipamentos de proteção individual e equipamentos de saúde.	nesse novo contexto de ambiente de negócio que está em discussão, para que os rumos da empresa se aproximem desse novo mercado pós-pandemia 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.