

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 22,6 milhões de casos confirmados e 790 mil mortes¹. Nas duas últimas semanas, o número de casos cresceu 18% e o de mortos pela doença no mundo, 10%. Globalmente, a doença segue crescendo, a um ritmo relativamente menor .

No Brasil, o número de casos confirmados cresceu 13% e o de óbitos 13% no mesmo período. Na data desta publicação o país atingiu a marca de 3,5 milhões de casos confirmados e 112 mil óbitos em decorrência da doença². O Brasil segue em terceiro lugar (atrás de EUA e Índia) em número de novos casos e em segundo em novos óbitos. Apesar dos altos números de casos e óbitos, na última semana, houve leve queda no número de óbitos e casos em comparação com duas semanas antes. Alguns estados parecem já estarem em um caminho de queda de novos casos e óbitos, principalmente no norte e nordeste, enquanto que a pandemia cresce principalmente no sul, centro-oeste e partes do sudeste.

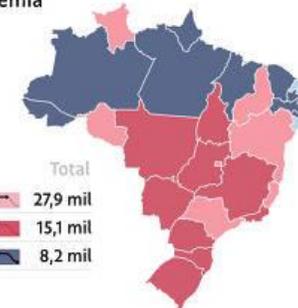
Figura 1- Dados da pandemia no Brasil.
Fonte: Folha de S. Paulo

Pandemia no Brasil

Brasil	Total	Hoje*	Variação**	Estágio
Casos	3,5 mi	39,3 mil	-9,5%	
Óbitos	112,4 mil	976	-5,5%	

Estágios da pandemia

- Acelerado
- Estável
- Desacelerado
- Reduzido



Mais óbitos

	Total
1º São Paulo	27,9 mil
2º Rio de Janeiro	15,1 mil
3º Ceará	8,2 mil

Nos municípios

- Acelerados
 - Desacelerados
- | | |
|----------------------------|--------------|
| Goiânia (GO) | Natal (RN) |
| São José dos Campos (SP) | Maceió (AL) |
| Campos dos Goytacazes (RJ) | Aracaju (SE) |
| Contagem (MG) | Cuiabá (MT) |

Dados das 08h de 21.ago *Média móvel de 7 dias **Em relação a 14 dias

¹ Dados extraídos do [Bing](#) de 21/8/2020.

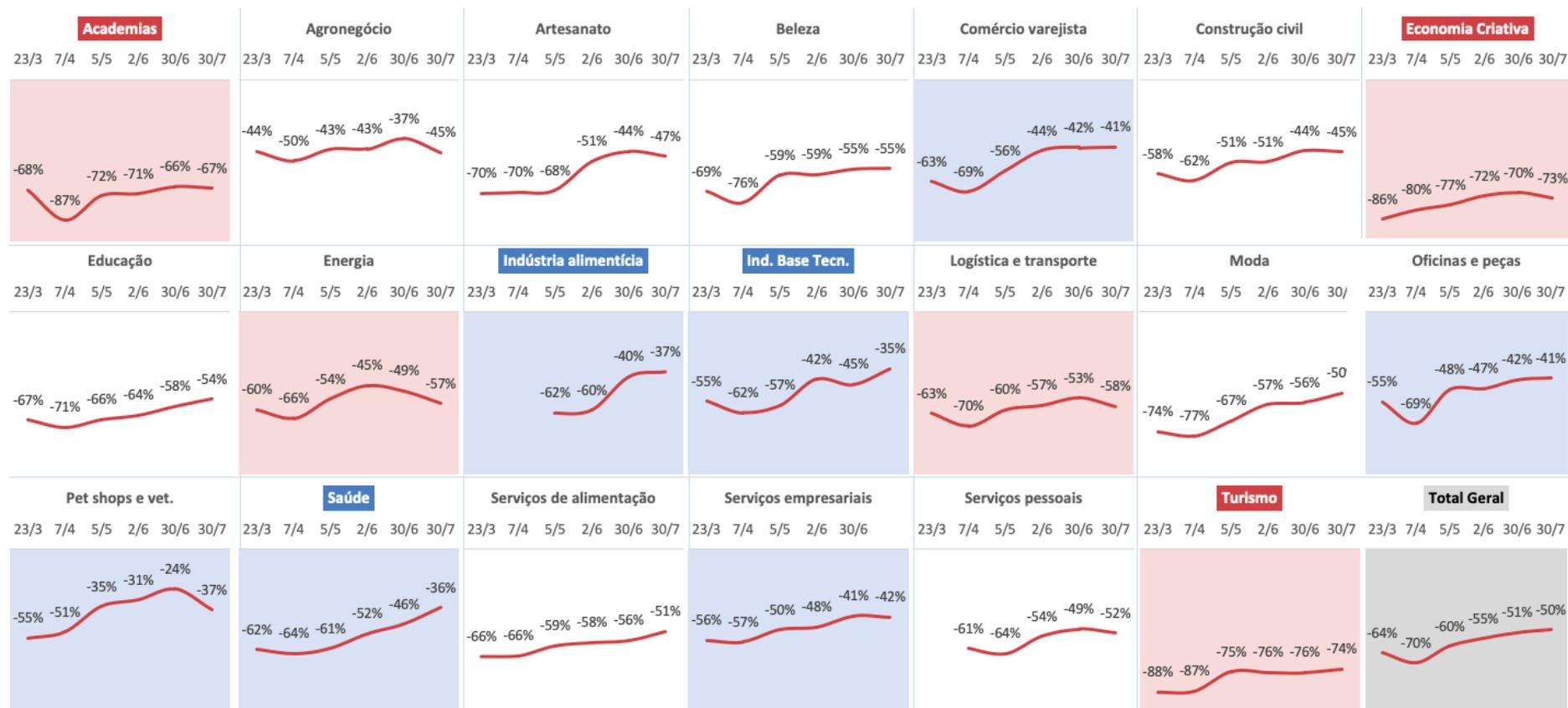
² Dados extraídos do [Bing](#) de 21/8/2020.

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 cerca de **13 milhões de pequenos negócios** que empregam **21,5 milhões de pessoas**.

Na 6ª edição da [pesquisa](#) “Impactos da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios”, feita pelo Sebrae com mais de 6,5 mil empresários, é possível observar que o ritmo de melhoria do faturamento desses negócios desacelerou em julho. Mais do que isso, a pesquisa mostrou que a recuperação tem sido (e deverá continuar sendo) heterogênea. Como é possível ver nos gráficos abaixo, não há padrão claro de recuperação setorial: alguns estão se recuperando continuamente desde abril, outros melhoraram e depois estagnaram e alguns até registraram piora na última pesquisa.

Sem a melhora consistente do faturamento e aumento considerável da tomada de crédito por parte dessas empresas, a tendência é que os passivos das micro e pequenas empresas (MPEs) sigam aumentando, o que pode gerar uma segunda onda de fechamentos de empresas e disputas judiciais. Estudo do Sebrae estimou que, até julho, as MPEs já haviam acumulado cerca de R\$ 106 bilhões em dívidas.

Figura 2 - Faturamento dos pequenos negócios em comparação ao pré-crise. Fonte: Pesquisa Sebrae – *O impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios – 6ª edição.*



Com base nas [pesquisas do Sebrae](#) com 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	Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 41% abaixo do pré-crise.	Leve perspectiva de melhora. Com o distanciamento social, o consumidor aprendeu e passou a adquirir bens e produtos no meio dos canais digitais. Com a retomada gradual de algumas atividades comerciais, o consumidor passa a valorizar as empresas que estão adotando os protocolos de segurança e higiene em suas operações, todavia, continua crescente e recorrente a compra online.	Adaptar o modelo de negócio para a venda online com retirada em loja ou por sistema de delivery. Adequar a operação do negócio respeitando os protocolos de segurança, higiene e saúde para uma retomada segura. Apesar do distanciamento, o consumidor tem mantido os hábitos de consumos ligados às datas comemorativas. Foi possível acompanhar o aumento das vendas, principalmente de produtos específicos, na páscoa, dia das mães e dia dos namorados. Considere ações específicas para as datas comemorativas que estão por vir.	Sebrae e GS1
Moda	Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 50% abaixo do pré-crise.	Há uma leve tendência de melhora, mas ainda a níveis significativamente inferiores aos da pré-pandemia	O movimento para a retomada é uma grande oportunidade para o varejo físico e passa a fazer parte do contexto pós-isolamento em algumas regiões. Entretanto, a reabertura de portas não significa o retorno imediato dos clientes às lojas e, por isso, é fundamental que, além de todas as medidas de segurança, o	Sebrae e Cielo .

			<p>empresário se preocupe com o comportamento de seus clientes nesse novo momento. Associar a aplicação das recomendações dos protocolos e o atendimento diferenciado pode ser a chave para uma retomada de sucesso. Algumas dicas que os empresários podem por em prática nesse momento são: 1) deixe o consumidor à vontade. Ofereça opções que valorizem sua experiência na loja e invista em opções de exposição que valorizem o autosserviço. 2) Receptividade e ouvidos abertos: acolher o cliente demonstrando o quão importante é a visita dele. Você pode recepcionar seus clientes com impressos calorosos que expliquem as medidas tomadas, entregue uma mensagem humanizada e os convide às compras. 3) Conexões phydigital: a combinação dos canais físicos e digitais é fundamental nessa retomada. Os canais de venda online não deverão ser abandonados pelos consumidores tão cedo. Portanto, manter suas redes sociais ativas, continuar dedicando energia para construir relacionamento e vendas pela internet é uma estratégia que não deve ser esquecida. Aproveite para fortalecer os dois ambientes, por exemplo, divulgando via redes sociais as adaptações da sua loja para melhor receber o cliente. Ofereça a possibilidade do cliente comprar online e fazer a retirada na loja física no esquema de drive-thru, crie interações entre os dois ambientes como, por exemplo, combinar as peças do feed com a vitrine de loja, são algumas opções de permanecer e potencializar os dois espaços.</p>	
<p>Serviços de alimentação</p>	<p>Na última pesquisa do Sebrae, o faturamento de serviços de alimentação foi de - 50% em comparação ao pré-crise. Para a Cielo, o setor de bares</p>	<p>O cenário atual é de breve recuperação. O faturamento segue muito abaixo de antes da crise, mas apresenta pequena melhora a cada semana. Muitas localidades já observam reabertura, operando</p>	<p>Esse é um momento de preparação para a reabertura e de reposicionamento do negócio. Avalie qual é seu maior diferencial competitivo e planeje o seu modelo de atuação no pós-crise. Avalie, também, sua estrutura de custos, reduzindo-os ao máximo e prezando pela produtividade. Renegocie contratos e acompanhe as possibilidades de aderir a medidas do governo, como a prorrogação da possibilidade de redução de salários e</p>	<p>Sebrae, Cielo, Sodexo e Abrasel</p>

	<p>e restaurantes está com vendas 46% menores que antes da crise. Outro dado interessante é o da Sodexo. Pelas vendas via vale refeição, entre abril e junho, foi observada queda de faturamento bem acima de 50% para bairros com maior densidade comercial, enquanto bairros considerados residenciais constataram estabilidade ou alta.</p>	<p>no salão abaixo da capacidade, e reconquistando o consumidor aos poucos. No geral, não se considera que houve uma retomada efetiva e consistente. Por isso, segue intenso também o esforço de vendas via delivery e take-away. Vale lembrar que o setor vem de grande endividamento, o que inclui dificuldade, desde abril, com despesas fixas e folha de pagamento. Além disso, a concessão de crédito está aquém do ideal. Com isso, a melhora gradual do faturamento não é suficiente para que os estabelecimentos fiquem recuperados da crise. Pelo contrário, muitos ainda estão em risco de ter a continuidade de suas operações impossibilitada, e aguardam a continuidade de medidas de apoio.</p>	<p>acordos salariais (nova medida baseada na MP 936). Os cuidados com a segurança dos alimentos não mudaram, mas devem ser reforçados. Por isso, aprimore as boas práticas e cuidados de higiene no estabelecimento, junto aos fornecedores e entregadores, e ainda demonstre esses cuidados ao cliente. Além disso, esteja atento a todas as exigências locais e orientações nacionais (inclusive do Sebrae e parceiros) sobre a retomada segura. Realize a reabertura apenas quando for autorizada, se você estiver confiante e seu estabelecimento com as adequações implantadas. Zele pela saúde financeira do negócio, realizando uma reabertura cautelosa, com atenção ao comportamento do consumidor e com planos de ação no caso de, após abertura, ainda houver recuos na retomada local por questões de saúde pública. Também para cuidar do seu fluxo de caixa, os estoques devem ser cuidadosamente gerenciados, e o cardápio deve ser ajustado e inteligente. Ou seja, avalie o que vende melhor em cada modalidade de venda, e perceba a necessidade atual do consumidor. Isso envolve definir seu público-alvo e ter produtos e soluções mais assertivos (ex. compra ocasional, do dia-a-dia, do tipo rotisserie). Além de plataformas ou aplicativos especializados, podem ser utilizados também canais mais convencionais (ex. WhatsApp e telefone): avalie como seu cliente prefere te contatar. A logística de entrega de alimentos segue um grande desafio, mas a cada dia surgem novos possíveis parceiros: acompanhe esse movimento na sua região. Promoções são muito bem-vindas, especialmente com apelos de datas comemorativas. Em 15 de setembro, por exemplo, tem o Dia do Cliente: que tal oferecer algo especial para seu principal parceiro? Outras dicas são: venda antecipada (vouchers); parcerias com empresas; promoções de fidelização; personalização de produtos; pacotes para ocasiões especiais (ex. aniversários para 2, 4, 6 pessoas); interação online. Aproveite</p>	
--	--	---	---	--

			para se capacitar nos cursos online da parceria do Sebrae com a Abrasel disponíveis em 3 trilhas: Gestão de bares e restaurantes ; Gestão de pessoas ; e Gestão da qualidade	
Construção civil	De acordo com o Sebrae, os pequenos negócios do segmento estão faturando 45% menos que antes da crise. Cerca de 94% das empresas brasileiras afirmam que atingiram ou superaram suas expectativas de resultados com o home office. Mesmo assim, 70% planejam encerrar a prática ou reduzi-la quando a pandemia acabar. Isso é um alento ao mercado imobiliário corporativo, apesar de ser frontalmente contrário à percepção dos empregados. Pesquisa paralela conduzida pelo professor André Fischer, também da FIA, apontou que 70% das pessoas gostariam de permanecer em regime de home office, integral ou parcial.	Discussões sobre o destino de recursos do FGTS, desoneração da folha de pagamentos e retomada de obras paradas têm sido a pauta dos últimos dias. Além disso o aumento no preço de materiais de construção continua forte e presente entre os vários elos do setor. Esse aumento pode gerar inflação setorial e atrapalhar parte da retomada do setor, já combatido por outros fatores, mas que antes da pandemia estava em moderado crescimento. Verifica-se crescimento na venda de determinados itens de materiais de construção, e o faturamento de julho sobre o mês anterior foi de 8,3%, segundo a Abrammat. A venda de imóveis, tanto de alto e médio padrão, como os populares continua em alta.	Intensificar e aprimorar a gestão financeira e de custos é essencial. O aumento de preços exige maior competência em compras e negociação com fornecedores, além da busca de novas fontes de insumos. Pode ser um bom momento para compras em conjunto e fortalecimento das centrais de negócios. 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. O conhecimento da jornada digital do cliente será fundamental, bem como continuar a aceleração da digitalização para atendimento, vendas e entregas para os clientes; 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.	Abramat, FIA/USP, CBIC e Sebrae .

<p>Beleza</p>	<p>Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 55% abaixo do 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 influencers interessantes para seguir. Promover a venda delivery de cosméticos homecare, elaborando kits de produtos que atendam às necessidades das clientes.</p>	<p>Sebrae</p>
<p>Logística e transporte</p>	<p>Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 58% abaixo do pré-crise. Transporte Escolar continua suspenso pela interrupção das aulas escolares.</p>	<p>GERAL: Muitas cidades estão com o comércio aberto, o que pode demandar retorno da atividade econômica de forma gradual. DELIVERY: Tendência de crescimento do modelo de negócio de "cozinha invisível", com impacto positivo na demanda pelo delivery. Expectativa de crescimento de 30% em 2020. CARGA: Reação um pouco maior do que na semana passada, representando 2 pontos na comparação semanal, alcançando melhora pela 5ª semana consecutiva. Porém, o índice de recuperação continua negativa em 18% em cargas fracionadas. A demanda por transporte rodoviário de cargas também teve melhora, mas a variação semanal na demanda</p>	<p>Pesquisas em outros países afetados pela pandemia têm 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, é muito importante que os empresários se preparem para garantirem 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. Uma outra tendência é o uso de tecnologias embarcadas no frete de produtos, seja para reduzir custos ou para otimizar os percursos e viagens. Também têm surgido oportunidades de fretes e transporte de produtos para autônomos e transportadoras por meio de marketplaces. A maioria dos empresários tem dificuldade de acessar o crédito, com muito desconhecimento dos processos e dos procedimentos</p>	<p>Sebrae. NTC&Logística (Associação Nacional de Transporte de Carga e Logística)</p>

		<p>continua negativa em 26%. Quanto ao faturamento, 77% de empresas do setor ainda registram queda. ESCOLAR: Cenário ainda muito instável, vide constante alteração, por deliberações governamentais e judiciais, das datas de reinício das aulas presenciais. E, quando efetivado, expectativa do retorno gradual das faixas etárias dos estudantes.</p>	<p>existentes, sendo importante conhecer dicas de planejamento financeiro, fluxo de caixa, linhas de crédito e condições de acesso disponíveis. Informe-se a respeito no site do Sebrae.</p>	
Oficinas e peças automotivas	<p>Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 41% abaixo do pré-crise.</p>	<p>Segundo a "Automotive Business Inteligência" a venda de automóveis e comerciais leves usados em junho somou 546,5 mil unidades, revelando alta de 72% sobre maio. O crescimento foi motivado pela reabertura de Detrans e revendas, mas ainda está bem abaixo do ritmo normal. A comparação com junho de 2019 revela queda de 32%. Uma tendência é que com uma quantidade maior de carros usados circulando</p>	<p>Hora de repensar quais são os serviços e peças de maior rentabilidade e formas de fidelizar seus clientes para aquela revisão que não foi feita e atrair novos para sei negócio. Importante rever preços, negociar com seus fornecedores e distribuidores para uma construção de uma relação ganha-ganha. Não se esqueça de acompanhar as orientações relacionadas ao que abre e fecha em sua localidade.</p>	<p>Sebrae, Cielo e ABInteligência</p>

		podem demandar serviços de manutenção ou acessórios.		
Saúde	Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 36% abaixo do pré-crise.	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>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.</p> <p>Serviços de Saúde não emergenciais devem se adequar a tendências como telemedicina e atendimentos remotos que, em grande medida, já eram uma tendência e vieram para ficar. Além disso, é um momento em que se deve organizar os controles financeiros: custos fixos e variáveis, adaptando à redução temporária da demanda. Os itens a seguir são exemplos do 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 para 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 remoto, 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 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. Vejam mais exemplos de boas práticas ao final do estudo disponível aqui.</p>	Sebrae e Cielo .

<p>Educação</p>	<p>Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 54% abaixo do pré-crise.</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. Dados do Sebrae demonstram a intensificação da implantação de protocolos de retomada das atividades onde 83% dos empresários informaram conhecer e terem implementado ou estão implementando.</p>	<p>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 intensificado a comunicação com pais e alunos têm sido fundamental para manter as mensalidades, ainda que com descontos.</p>	<p>Sebrae e Associação Brasileira de Ensino à Distância</p>
<p>Turismo</p>	<p>Segundo dados do Sebrae, o faturamento do setor está 74% abaixo do pré-crise.</p>	<p>Alguns destinos turísticos retomaram as atividades permitindo que os empreendimentos turísticos voltassem a funcionar, enquanto outros tem previsão de retomada em agosto. Apesar da</p>	<p>Dependendo do porte do seu empreendimento e dos seus custos fixos, avalie o momento mais adequado para voltar a funcionar. Constatamos, por exemplo, que o percentual de ocupação na hotelaria é baixo. Por isso avalie se é economicamente viável para a sua empresa voltar a funcionar de imediato. Atue de forma integrada com os demais empreendedores da cadeia do turismo do seu destino para evitar abrir e ter que fechar. Este tipo de situação passa a imagem para os viajantes que o destino não é seguro. Os empresários que já estão com as empresas</p>	<p>Sebrae</p>

		<p>retomada em alguns destinos, os potenciais turistas em razão do cenário atual da pandemia no país não se sentem seguros para viajar. Neste contexto destinos de pequeno porte populacional e com perfil de bem-estar e contato com natureza tem uma maior probabilidade de atrair visitantes.</p>	<p>funcionando devem estar atentos ao cumprimento rigoroso dos protocolos de segurança. É fundamental uma comunicação integrada dos empresários e do destino para os potenciais viajantes, principalmente, nos meios digitais informando que as empresas e o destino como um todo adotaram os protocolos de segurança para gerar confiabilidade no potencial cliente. Acesse a página do Sebrae e veja os protocolos do seu segmento.</p> <p>Acesse o site do Ministério do Turismo e informe-se sobre o Selo. Lembre-se que tão importante quanto comunicar de forma transparente é o turista atestar, ao usar os serviços, que estes estão em sintonia, ou seja, traduzem o que lhes foi comunicado nos meios digitais. 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 impactará negativamente toda a cadeia de negócios turísticos do destino. Todos são responsáveis pela imagem que o destino construirá nesse momento estratégico da retomada.</p> <p>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.</p>	
Artesanato	<p>Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 47% abaixo do pré-crise.</p>	Estabilidade	<p>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</p>	<p>Sebrae</p>

			iniciou esse processo pode implantar rapidamente com auxílio de aplicativos, redes sociais e parcerias especializadas.	
Indústria de base tecnológica e Energia	De acordo com o Sebrae, o faturamento dos pequenos negócios do setor segue 35% abaixo do pré-crise. 24% das empresas estão com empréstimos em atraso, menor percentual entre todos os setores pesquisados. Do total do setor, 47% das empresas procuraram empréstimo, mas apenas 16% dessas conseguiram crédito.	O número de empresas do setor que estavam operando saltou de 23% para 81% em 5 meses. A maioria dos negócios das IBT operam em campo ou plantas próprias (75%). 29% das empresas estão faturando o mesmo ou mais que antes da crise. O segmento apresentou uma melhora considerável em comparação ao final de junho. Apenas 9% das empresas do setor não conhecem ou estão com dificuldade para implementar os protocolos de segurança exigidos pelo poder público. Esses dados parecem apontar para uma forte recuperação em curso	Estão compreendidas no setor as atividades econômicas relacionadas a: metal-mecânicos; químicos; eletroeletrônicos e automação; indústria gráfica; movimentação de carga; micrologística e hardwares para inteligência. São negócios que precisam conhecer como pesquisar, desenvolver e inovar, além de escalar sua produção. Portanto, a principal dica é atenção para a presença digital e uso de ferramentas de negociação online: Apenas 45% usam WhatsApp Business, é o mais baixo do grupo pesquisado. Apenas 21% usam Google Meu Negócio, é o mais baixo do grupo pesquisado. Em compensação, o setor é o que mais se utiliza de automação de processos (36%).	Sebrae
Pet shops e serv. veterinários	Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor	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	Sebrae

	está 37% abaixo do pré-crise.		de baixa. Aumentar a comercialização por meio de plataformas digitais.	
Economia criativa	Segundo os dados do Sebrae, o faturamento do setor está 73% abaixo do 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. Para audiovisual este momento pode ser focado em etapas do projeto que não necessite de aglomerações, como elaboração de novos projetos, elaboração de roteiro, pesquisas, prestações de contas, edição de sonorização e imagens. Para o setor de games, já estão tendo eventos visuais de playtest, onde esportistas e o público pode testar seu jogo através de plataformas e códigos para liberação.	Sebrae

De modo geral, toda a economia está sofrendo 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.