



COVID-19 no Brasil

Impacto no segmento de pequenas
e médias empresas (PMEs)





Conteúdo

04 | **Introdução**

05 | **Impacto do COVID-19 nas PMEs**

06 | **Ações que as PMEs estão tomando**

08 | **O futuro pós-Covid 19**

09 | **Now**

11 | **Next**

13 | **Beyond**

14 | **Abordagem metodológica**

Introdução

O Brasil está entrando no segundo semestre de 2020 em meio a um cenário de desaceleração econômica mundial e continuação da crise na saúde. Mesmo com a flexibilização das medidas de distanciamento social em algumas regiões, a experiência de outros países indica que a volta à normalidade pré-COVID-19 está longe de ser realidade. Enquanto não houver uma vacina ou tratamento próprio para a doença, o Brasil deve passar por períodos de flexibilização como está acontecendo, intercalados por períodos de reforço das medidas de distanciamento social. Esta sanfona econômica tem criado períodos de alívio para a maioria dos setores impactados pela crise.

Grande parte da economia brasileira é composta por pequenas e médias empresas (PMEs). As PMEs são o principal motor de geração de empregos do país e movimentam grande parte do PIB brasileiro. De acordo com um estudo do Sebrae, este segmento representa mais de 20 milhões de empresas e emprega mais de 50% da mão de obra do país¹. No Brasil, as PMEs movimentam mais de 27% do PIB, valor ainda inferior ao visto em outros países desenvolvidos², mas ainda assim representam uma parte importante da economia brasileira³. Este segmento enfrenta desafios específicos, que se agravaram durante a pandemia, como a dificuldade de acesso ao crédito, e o baixo nível de profissionalização e digitalização das empresas.

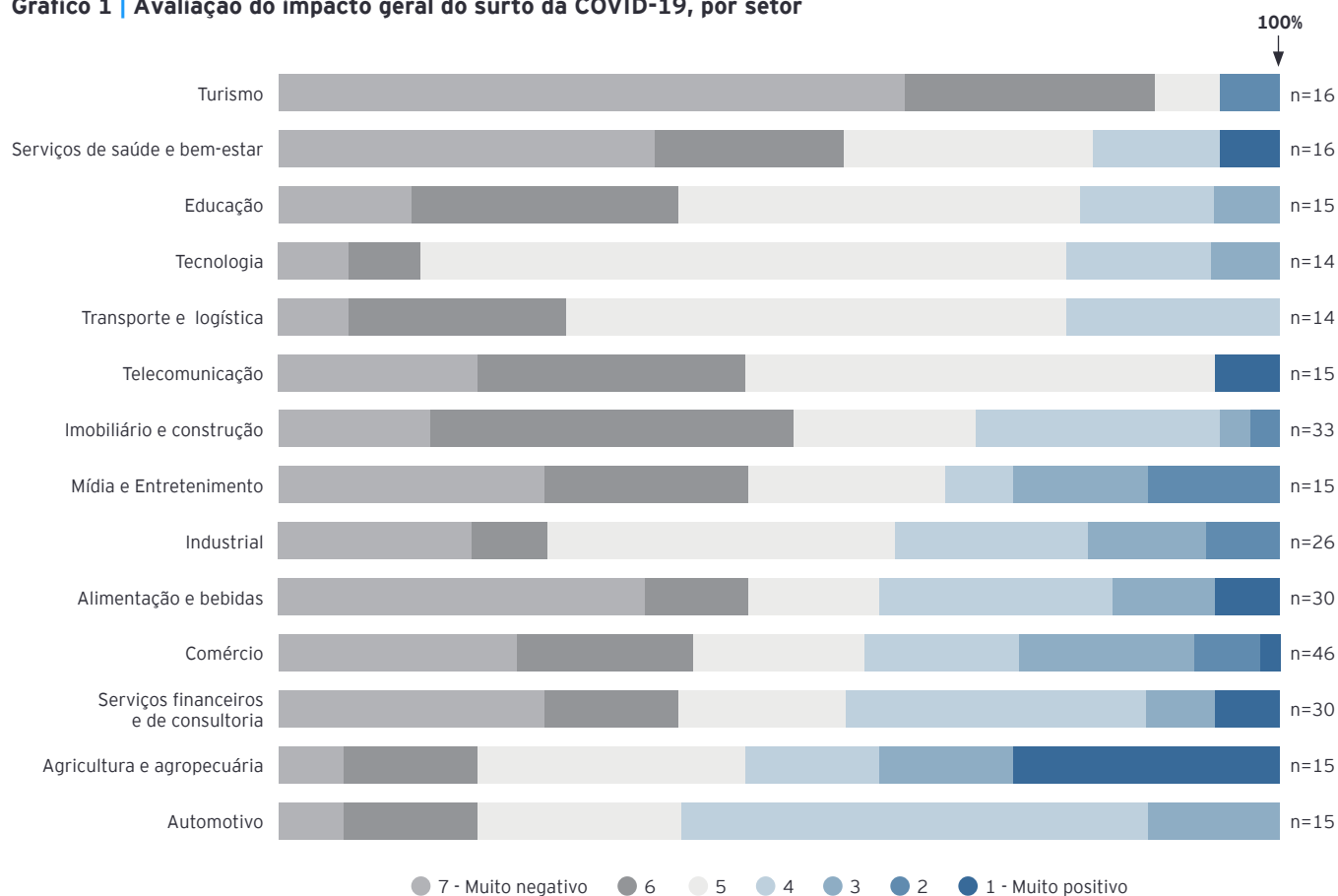
A **EY-Parthenon** desenvolveu uma pesquisa com trezentas PMEs para entender melhor os desafios deste segmento, os setores que estão sendo mais impactados e as medidas que as empresas estão tomando para amenizar os efeitos da crise. A pesquisa também ajuda a ilustrar o futuro pós-crise e as expectativas de recuperação das PMEs.

-
1. Considera empresas que tem um faturamento de até R\$ 4,8 milhões por ano
 2. Como Reino Unido, Alemanha, Itália e Holanda. Nestes países o segmento das PMEs representa mais de 50% do PIB
 3. Panorama pequenas e médias empresas: impactos da COVID-19 e os passos para retomada (Webinar Insper)

Impacto da crise na população brasileira

As PMEs têm sido fortemente impactadas pela crise da COVID-19. A maioria das empresas avaliou o impacto da crise como negativo, sendo que aproximadamente 1 em 4 indicaram um impacto muito negativo⁴ para suas empresas. Os principais impactos financeiros foram a redução de caixa para investimentos e queda no faturamento.

Gráfico 1 | Avaliação do impacto geral do surto da COVID-19, por setor

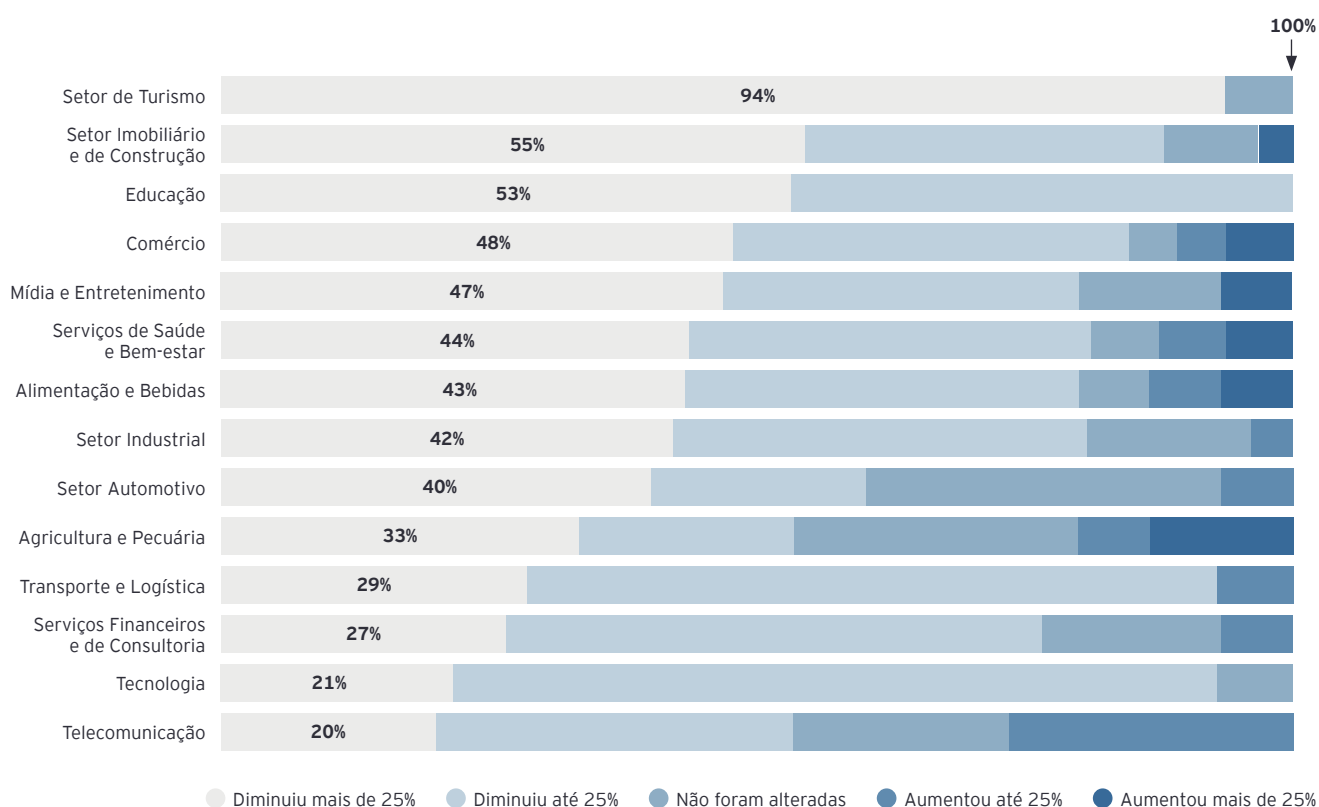


4. Empresas que avaliaram o impacto como um 7 em uma escala de 1 a 7, onde 1 significa "Muito Positivo" e 7 significa "Muito Negativo"

Como não podia deixar de ser, os resultados da pesquisa mostraram que alguns setores sofreram mais com a crise - setores de turismo, educação, transporte e logística relataram um impacto negativo mais acentuado, enquanto outros tiveram um desempenho melhor - agricultura e pecuária.

A desvalorização do real ajudou a aumentar a competitividade de produtos agrícolas no mercado internacional, mesmo com o aumento no custo de alguns insumos importados. Na pesquisa, **40%** das empresas de agricultura e pecuária relataram que a crise gerou um impacto positivo na variação cambial, e **60%** indicaram um impacto positivo no quadro de funcionários.

Gráfico 2 | Impacto do surto da COVID-19 no faturamento, por setor

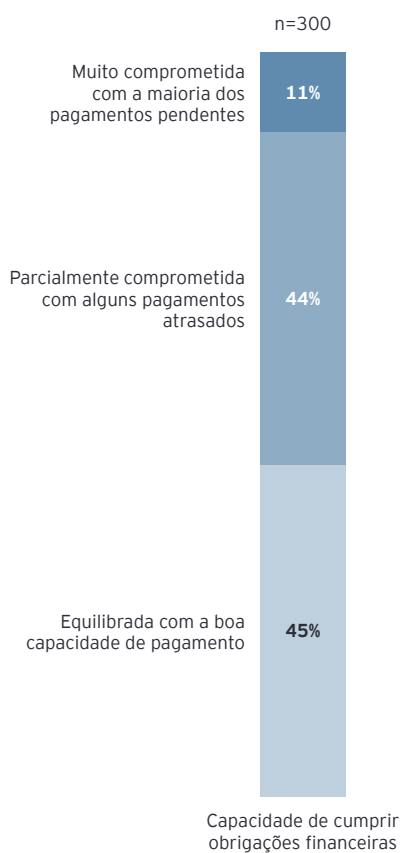


O indicador que mais foi impactado durante a crise foi o faturamento das empresas. A maioria das empresas (**80%**) tiveram uma redução no faturamento, sendo que **43%** tiveram uma redução de mais de **25%**. O turismo foi o setor mais impactado, com **94%** das empresas tendo uma redução de **25%** ou mais no faturamento, seguido pelos setores imobiliário e de educação, onde **50%** das empresas viram seu faturamento diminuir mais de **25%**.

Para diminuir o impacto da queda no faturamento, muitas empresas reduziram custos, mas a maioria não conseguiu acompanhar a redução no faturamento. Enquanto o faturamento diminuiu para **80%** das empresas, somente **40%** conseguiram reduzir custos durante a crise.

Nos setores de agricultura, telecomunicações e, mídia e entretenimento a redução de custos foi mais difícil. As PMEs também precisarão postergar prazos de contas a receber e a pagar, principalmente as empresas que indicaram capacidade muito comprometida de cumprir com obrigações financeiras (gráfico 3).

Gráfico 3 | Impacto do surto da COVID-19 na capacidade de cumprir obrigações financeiras

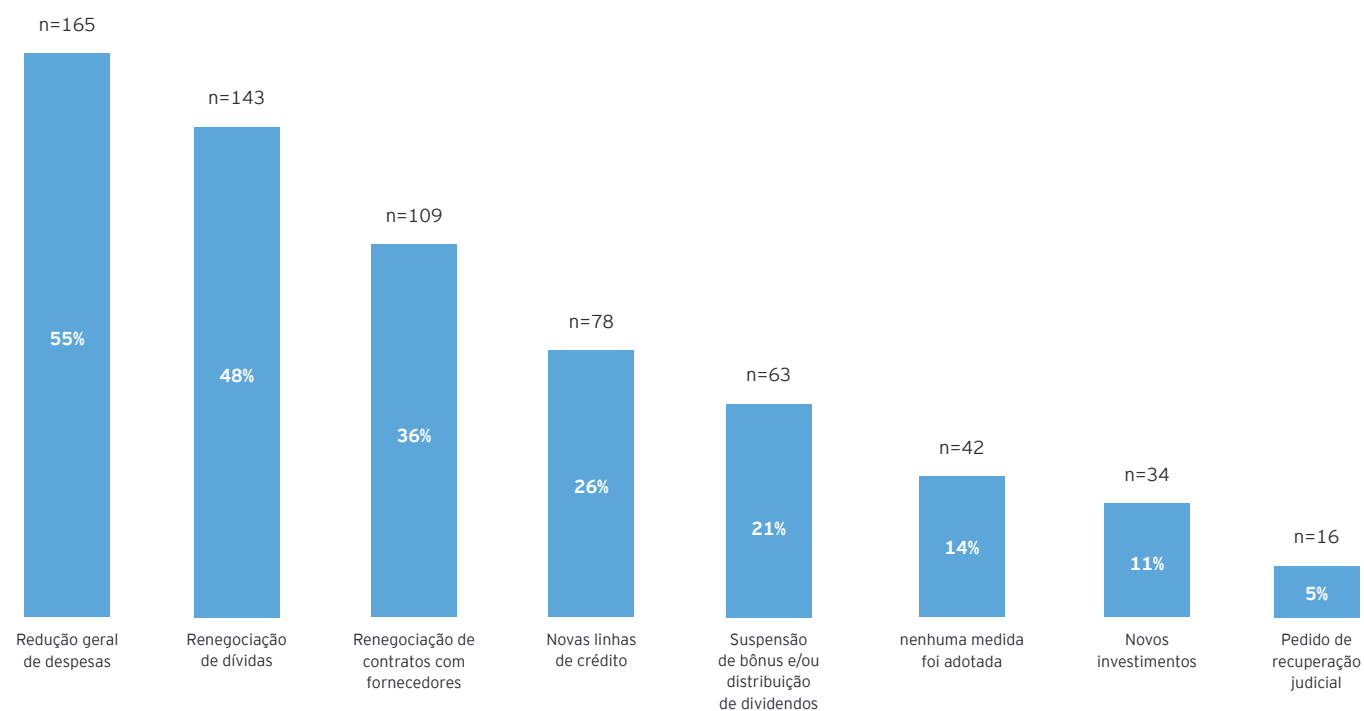


Ações que as PMEs estão tomando

As PMEs tomaram algumas medidas financeiras durante o surto da COVID-19 para reduzir o impacto da crise em suas operações. Aproximadamente uma em quatro PMEs reduziu despesas e renegociou dívidas, e uma em cinco renegociou contratos com fornecedores. Muitas empresas viram uma

queda no faturamento durante a crise por diversas razões - fechamento de estabelecimentos comerciais, redução na demanda, entre outras - o que impactou o fluxo de caixa, e consequentemente algumas empresas precisaram recorrer aos empréstimos.

Gráfico 4 | Principais medidas financeiras tomadas durante o surto de COVID-19



Durante a crise, **26%** das PMEs buscaram novas linhas de crédito, principalmente através de bancos tradicionais (**45%**), seguido por bancos digitais (**20%**) e fornecedores ou parceiros comerciais (**20%**). Imagina-se que o acesso ao crédito tenha sido facilitado para ajudar as PMEs a seguirem operando, no entanto, das empresas que buscaram novas linhas de crédito, **23%** relataram que o processo está mais difícil do que antes do surto e **27%** acreditam que o processo continua difícil como antes do surto. Somente 1 em 4 empresas buscou novas linhas de crédito, o que pode indicar que as medidas tomadas pelo governo para promover e facilitar o acesso ao crédito não tenham sido adequadas para este segmento.

Entretanto, vale notar que algumas PMEs se beneficiaram, durante a crise, das medidas promulgadas pelo governo e pelas instituições financeiras. Dentre as principais medidas que ajudaram as PMEs vale destacar:

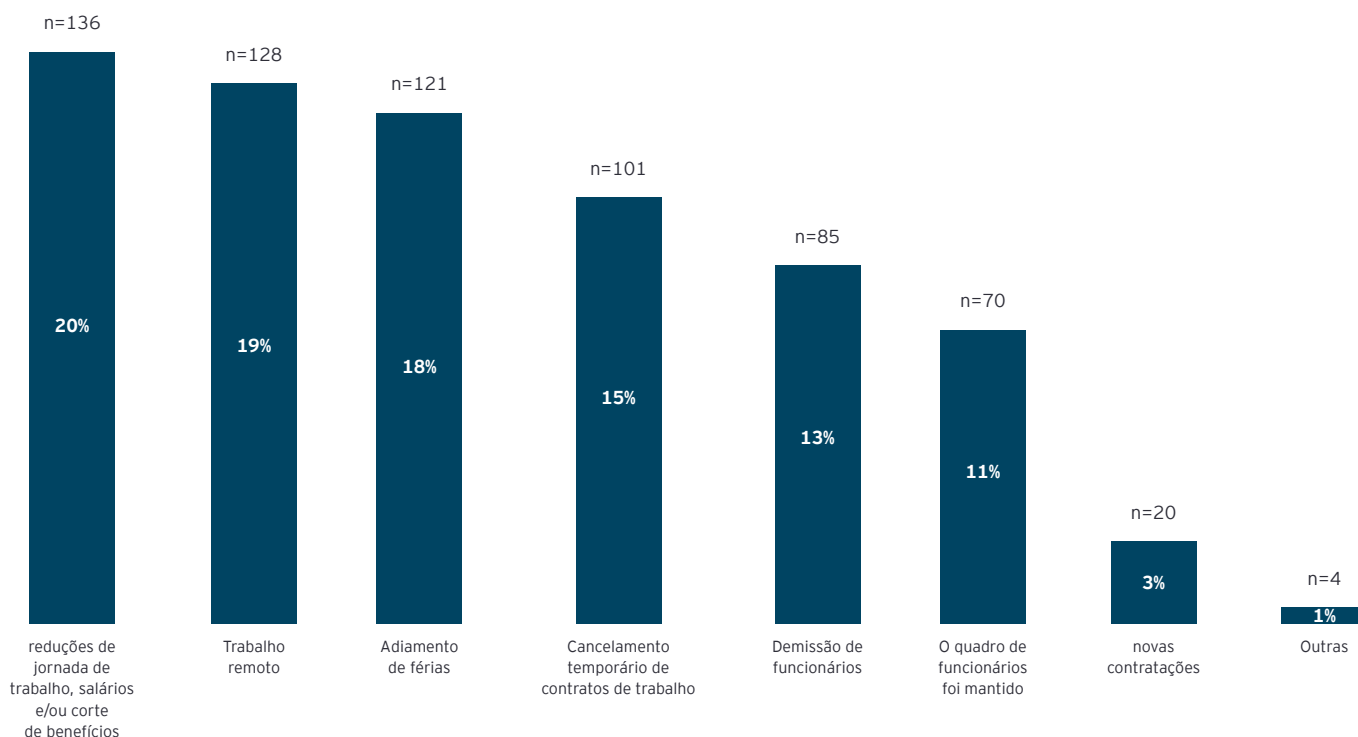
- I. a redução, adiamento ou cancelamento de taxas de impostos (**50%**), e
- II. a redução de custos e flexibilização de prazos de financiamento ou alívio parcial da dívida (**36%**).

Outro fator importante que beneficiou as PMEs foi a medida provisória que permitiu a redução da jornada de trabalho e de salários - 1 em 5 empresas optou por esta opção. Ainda assim, **28%** das PMEs demitiram funcionários e dessas, **~50%** demitiram entre **11%** e **25%** do número total de empregados.

Medidas menos drásticas também foram adotadas durante este período. A adesão ao trabalho remoto e o adiantamento de férias foram utilizados por **~20%** das empresas para se adaptarem às medidas de distanciamento social e acomodar um cenário de baixa demanda.

Ao contrário de grandes empresas que já adotavam o trabalho remoto e tinham um processo padronizado, as PMEs enfrentaram desafios como a necessidade de reforçar a infraestrutura de TI e a capacitação dos funcionários para iniciarem o trabalho remoto. Mesmo com os inúmeros desafios que este segmento tinha, **43%** das empresas aderiram ao home office.

Gráfico 5 | Principais medidas relacionadas ao quadro de funcionários tomadas durante o surto de COVID-19



A close-up photograph of a woman with short, light brown hair, wearing blue-rimmed glasses and a white button-down shirt. She is smiling and looking down at her hands, which are clasped together. The background is dark and out of focus, with some warm, bokeh light spots.

O futuro pós-Covid 19

Nossa pesquisa com PMEs analisou as expectativas deste segmento para o futuro pós-crise. Uma das principais conclusões é que a retomada das operações não se dará de maneira uniforme. Alguns setores saíram mais rápido da crise, enquanto outros sofrerão os efeitos dos impactos em suas operações por muito mais tempo.

O período pós-crise deverá ser caracterizado por uma alta de ativos no mercado, o que pode trazer oportunidades para consolidação em alguns setores. Em nosso ponto de vista, o governo e as instituições financeiras irão desempenhar um papel importante na recuperação das PMEs. A importância do desenvolvimento de uma estratégia específica para este segmento da economia será vital para remediar os problemas financeiros e a baixa demanda dos próximos meses.

I Now

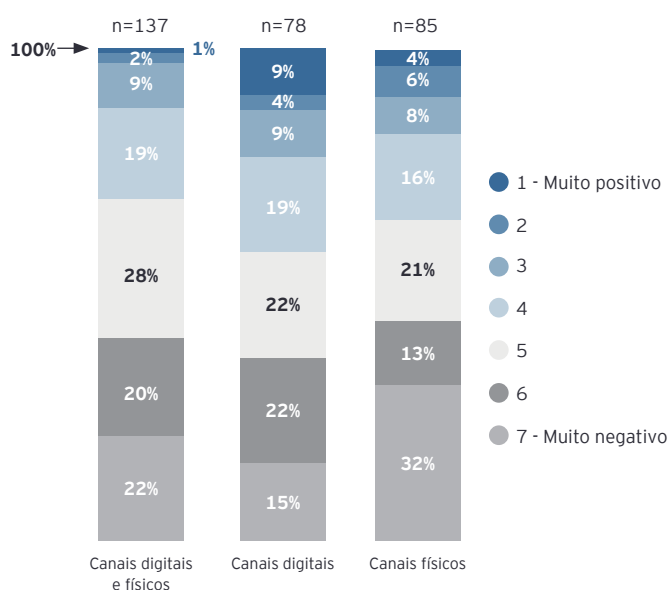
1. Empresas vão migrar para um modelo de negócios mais digital

As medidas de distanciamento social deram o impulso que muitas empresas precisavam para migrarem para modelos de negócios mais digitais. Para se manterem em operação durante a crise, as PMEs precisaram adotar canais de vendas digitais e expandir a divulgação de seus serviços e produtos online, principalmente através das mídias sociais.

As empresas que entraram na crise⁵ mais digitalizadas foram menos impactadas. Entre as PMEs que foram mais impactadas pela crise, **40%** utilizavam canais físicos como o principal canal de venda, em contrapartida, somente **19%** das PMEs neste grupo vendiam principalmente através de canais digitais. A crise incentivou a adesão a canais de vendas e meios de divulgação digitais que devem se manter pós-pandemia - **58%** das PMEs devem utilizar mais canais de vendas digitais e **66%** vão expandir o marketing digital pós-pandemia.

O aumento da digitalização das empresas reflete uma tendência também vista na mudança dos hábitos dos consumidores. Os consumidores passaram a utilizar mais canais digitais para compras e para acessar conteúdo, e aderiram a meios de pagamentos digitais, principalmente cartões de crédito no e-commerce, contactless, e nos pontos de venda. Estes novos hábitos de consumo devem se manter pós-pandemia e as empresas precisarão se adaptar para se manterem relevantes.

Gráfico 6 | Impactos do surto de COVID-19, por principal canal de venda antes da crise



5. Empresas que indicaram nota 7 de impacto em uma escala de 1 a 7, 1 sendo impacto "muito positivo" e 7 sendo "muito negativo"

I Next

2. O pós-crise terá setores ganhadores e perdedores

Consumidores passaram a acessar mais conteúdos de divulgação digitais, e esta tendência deve continuar pós-pandemia, principalmente através das mídias sociais. Empresas precisam investir em marketing digital para conhecer melhor seus clientes atuais e potenciais, e personalizar ofertas, aumentando as chances de conversão de vendas. Este processo de segmentação também pode informar decisões logísticas como disponibilidade de produtos por região, tipos de entrega para compras online e oferta de métodos de pagamento. O marketing digital também ajuda na captura de dados para continuamente aprimorar a segmentação da base de clientes e oferecer conteúdo direcionados.

A manutenção das medidas de distanciamento social e a recuperação mais lenta da economia trarão maior dificuldade para os setores de turismo, imobiliário e de construção, e educação. Principalmente para as PMEs focadas em produtos de baixo valor agregado. A maioria das empresas nestes setores tiveram queda de **25%** ou mais no faturamento durante a crise, o que impactou significativamente o fluxo de caixa. A queda do faturamento também dificultou a capacidade das empresas de cumprir com obrigações financeiras. No setor de turismo por exemplo, mais de **25%** das empresas estão com capacidade muito comprometida de cumprir pagamentos.

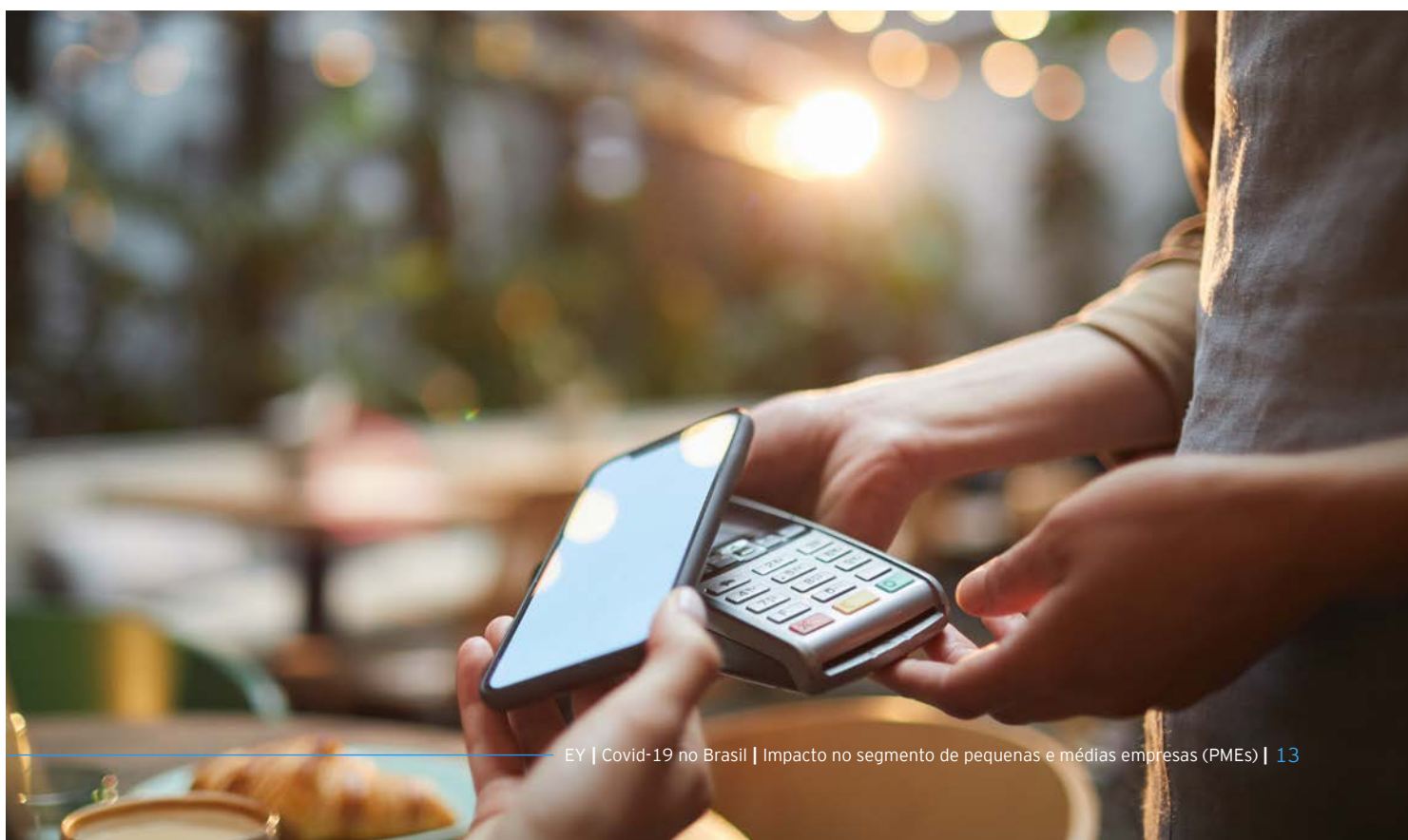
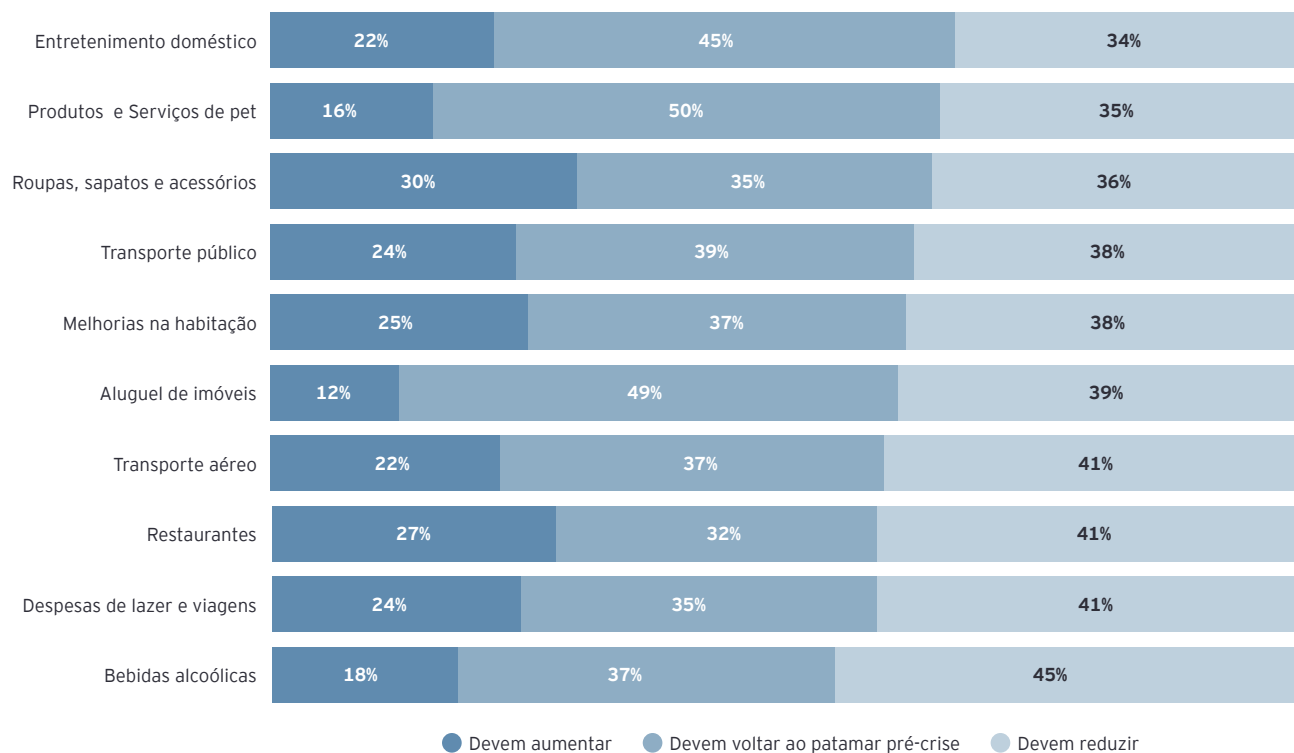
Alguns segmentos da economia foram menos impactados durante a crise. PMEs nos setores automotivo, de

agricultura e pecuária, e telecomunicações estão mais otimistas quanto o futuro pós-crise. Em média **70%** das empresas nestes setores acreditam em uma recuperação total no médio prazo (de 1 a 2 anos), **20%** mais empresas que nos outros segmentos. Estas PMEs tiveram impacto mais ameno no fluxo de caixa durante a crise - **47%** indicaram ter caixa para manter as operações por 6 meses, comparado a **19%** das empresas em outros setores. Este impacto moderado se repete também no faturamento. Menos empresas nos setores automotivo, de agricultura e de telecomunicações tiveram reduções de mais de **25%** no faturamento durante a crise. As PMEs dos setores que foram menos impactados pela crise devem conseguir retornar a patamares pré-Covid 19 com mais agilidade.

O principal desafio para todas as PMEs retornarem a níveis operacionais similares ao período antes do surto é a retomada da capacidade financeira dos seus clientes e o fim das restrições de mobilidade urbana. O segundo desafio já está sendo remediado em grande parte do país com a flexibilização do isolamento social, no entanto, o primeiro desafio será mais difícil superar em alguns setores onde consumidores esperam reduzir gastos. De acordo com outra pesquisa da **EY-Parthenon**⁶, a expectativa é que consumidores diminuam os gastos com produtos e serviços não essenciais como despesas com lazer e viagens e transporte aéreo, o que deve impactar fortemente o setor de turismo.

6. Pesquisa com 2000 consumidores ouvidos durante a crise

Gráfico 7 | Principais segmentos de consumo que devem ter redução de gastos após o surto de COVID-19



Beyond

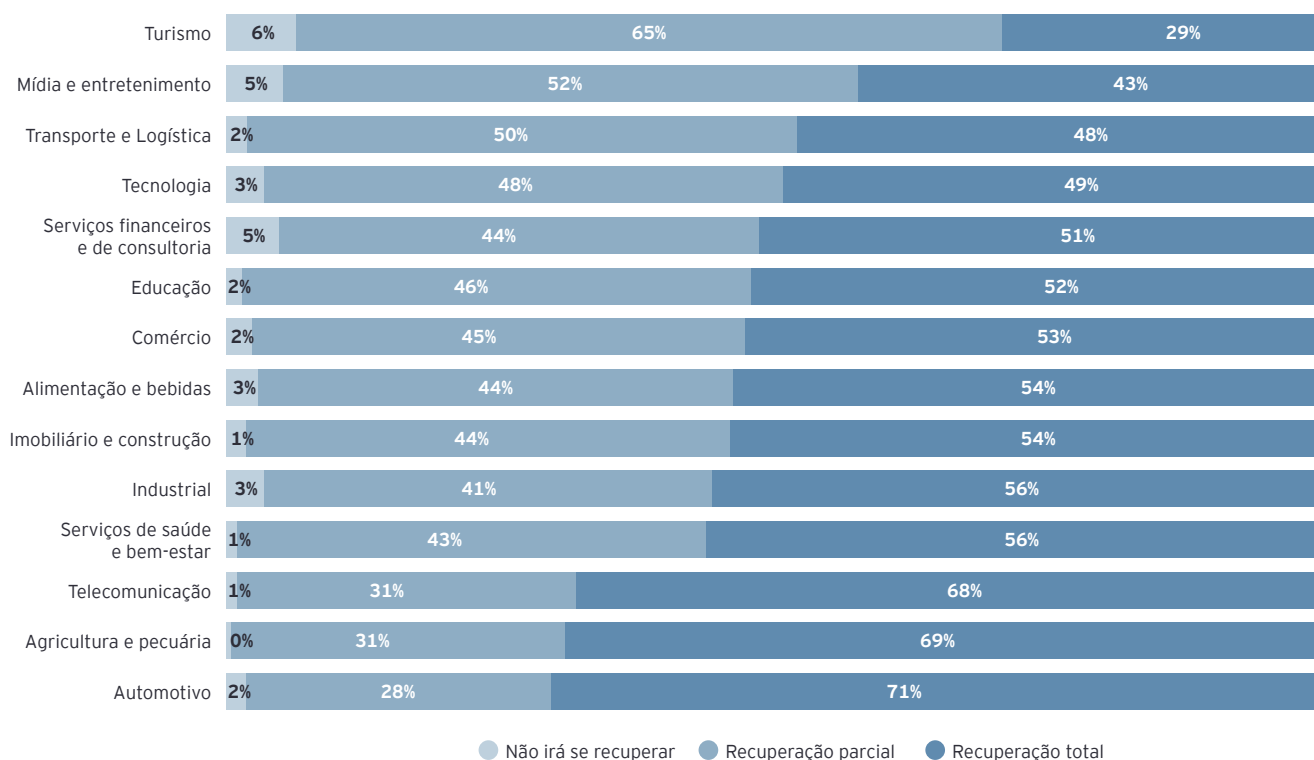
3. Deve haver mais oportunidades para compra de ativos

Praticamente todos os setores da economia foram impactados negativamente pela crise. Um estudo do Ministério da Economia mostrou que, desde o início da pandemia, 39 dos 41 setores da economia brasileira tiveram impacto negativo no faturamento⁷. Os setores que tiveram pior desempenho foram alojamento (-90%), transporte aéreo (-79%), fabricação de veículos automotores (-74%) e transporte de passageiros (-66%). Somente dois setores, saúde privada e indústrias extrativas, tiveram aumento nas vendas. Praticamente todas as PMEs na nossa pesquisa tiveram um impacto financeiro considerável durante a crise e 5% do segmento entrou com pedido de recuperação judicial. A maioria destes pedidos foram por empresas nos setores imobiliário e de construção, e serviços financeiros e de consultoria.

Os pedidos de recuperação judicial foram o último recurso depois de uma série de medidas financeiras tomadas anteriormente, como renegociação de dívidas e de contratos com fornecedores. As empresas que entraram com pedidos de recuperação judicial já estavam mais fragilizadas pela crise quando comparadas a outras PMEs - 50% tiveram uma redução de 25% ou mais no faturamento e 87% reduziram em mais de 10% o número de funcionários.

Em um cenário de retomada da economia setores que sofreram mais com a crise e que tiveram mais pedidos de recuperação judicial devem ter uma disponibilidade maior de ativos no mercado. O período pós-crise pode trazer oportunidades de consolidação de mercado.

Gráfico 8 | Expectativas quanto à recuperação após o surto de COVID-19, por setor



4. As PMEs vão precisar de uma rede de apoio diferenciada para superarem a crise

Algumas medidas de suporte do governo e das instituições financeiras foram efetivas em ajudar as PMEs a se manterem operacionais durante a crise. A ampliação do crédito, principalmente para ajudar no capital de giro das empresas foi importante para este segmento, no entanto, a burocracia para acessar o crédito ainda é uma barreira substancial. A redução, adiamento ou cancelamento de taxas de impostos foi utilizada por **50%** das PMEs, enquanto outras medidas como a redução da jornada de trabalho, tiveram uma adesão bem inferior (**20%**).

No futuro pós-crise, será necessária uma rede de apoio, que inclua tanto o governo quanto instituições financeiras, que busque medidas específicas para este segmento da economia. A ampliação do crédito será importante, já que a maioria das PMEs está com o fluxo de caixa comprometido no curto prazo (1 a 3 meses). O acesso ao crédito terá que ser facilitado para aumentar a adesão do segmento que relatou muita burocracia neste aspecto.

Outra principal barreira para que as PMEs saiam da crise é a retomada da capacidade financeira dos consumidores. De maneira geral, os consumidores esperam gastar menos pós-crise, mas esta tendência é agravada em alguns setores como turismo, imobiliário e educação. Para remediar a queda na demanda, o governo precisará pensar em medidas que aumentem o poder de compra dos consumidores, como ajudar no financiamento de alguns produtos ou serviços, principalmente em setores altamente impactados.

7. Considera as vendas fechadas de meados de março até 21 de abril. Dados compilados pela Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade

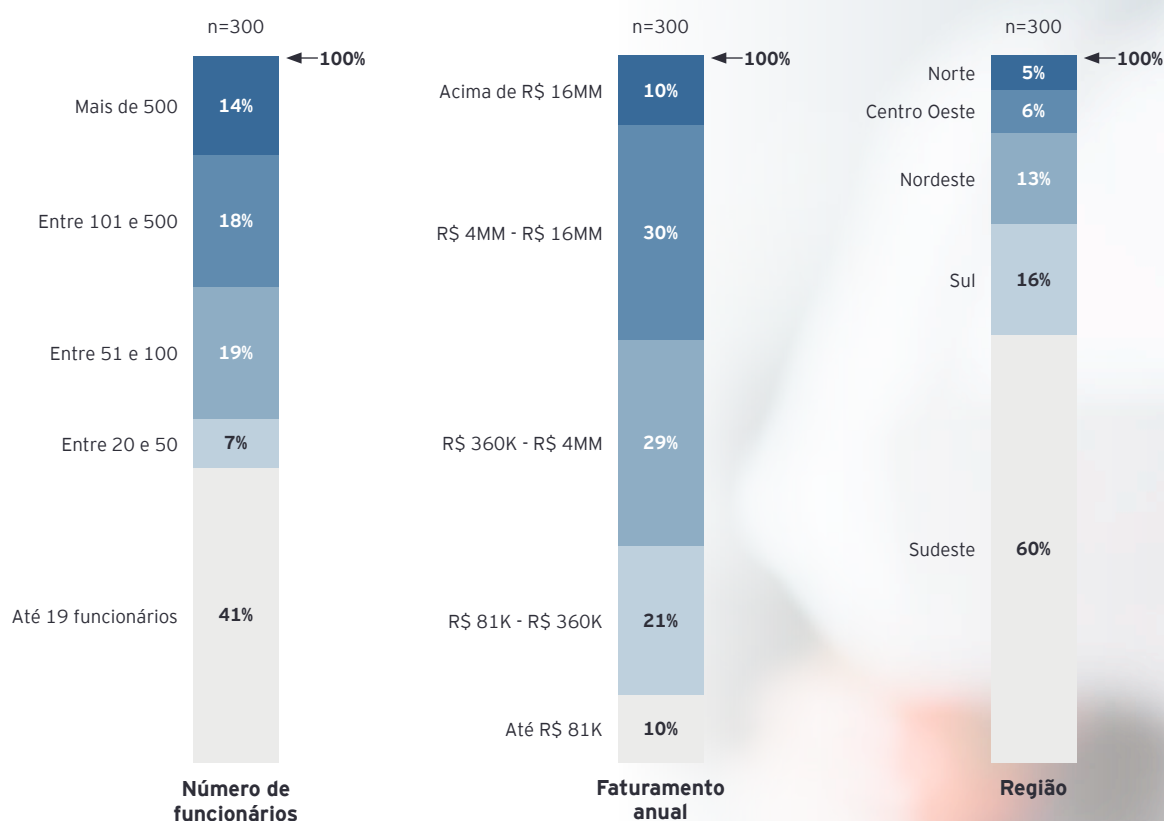


Abordagem Metodológica

A pesquisa com PMEs contou com a participação de trezentas empresas com representatividade em todas as regiões do Brasil. O estudo também abrangeu empresas de diversos portes, desde microempresas até médias

empresas com mais de 500 funcionários e faturamento acima de **R\$ 16.000.000**. O gráfico abaixo mostra a distribuição de tamanho, faturamento e regiões da amostra. Pesquisa realizada de **10/06/2020** à **20/06/2020**.

Gráfico 9 | Distribuição de número de funcionários, faturamento e região da amostra



Contatos



Rodolfo Taveira

Vice-presidente da EY Parthenon
rodolfo.taveira@parthenon.ey.com



Ivo Godoi Jr.

Sócio Líder de Estratégia &
Operações | América do Sul
ivo.godoi@parthenon.ey.com



Sobre a EY-Parthenon

A EY-Parthenon é líder global em consultoria estratégica, especializada em apoiar clientes em cenários complexos, auxiliar na reestruturação de carteiras de investimentos e nas transformações necessárias para um mundo de negócios melhor.

Com conectividade em escala global, as equipes das EY-Parthenon trazem inovação para a estratégia das organizações, ajudando os CEOs a gerenciarem desafios e a maximizarem as oportunidades, promovendo valor em longo prazo. A EY-Parthenon é uma marca sob a qual várias unidades da EY em todo o mundo prestam serviços de consultoria estratégica e de inteligência de mercado.

Para mais informações, acesse [**ey.com/parthenon**](https://ey.com/parthenon)