

PEQUENOS NEGÓCIOS E O ENFRENTAMENTO DA CRISE DO CORONAVÍRUS

Pesquisa qualitativa – Resultados 2ª etapa
18/mai/2020 a 16/jun/2020

REALIZADA POR:

Unidade de Gestão Estratégica – **SEBRAE/NA**

Unidade de Competitividade – **SEBRAE/NA**

+ **18 SEBRAE/UF**



*1ª FASE (ABRIL/MAIO) -
DESTAQUES*



Compreensão e apropriação do “**novo contexto** legal, social e econômico... e sanitário”.



A maioria declara “**reservas** financeiras quase **inexistentes**”. Querem investir nisso.



“**Queda brusca no faturamento**” ... a despeito de “**oportunidades passageiras**”.



“**Contratos com o setor público**”, pra muitos, são vitais.



“**Negociações** com fornecedores e dos custos fixos **não satisfatórias**”.



Medidas .gov OK! Mas “**são insuficientes**”... e carecem de mais informações e orientações. “**Crédito é difícil!**”.



Adequar-se ao “**novo poder de compra dos clientes**”.



Atender a “**customizações e produção sob demanda**”.



Gestão agravada: **super ou sub-estoques; equipamentos sem manutenção e uso...**



Mais e melhor acesso a **banda larga e dados**.

Relatórios Setoriais

Boas práticas em Beleza
Resultados pesquisa qualitativa

Abril - Maio 2020



SEBRAE



Boas práticas em Alimentação
Resultados pesquisa qualitativa fase 1



SEBRAE



Boas práticas em turismo
Resultados pesquisa qualitativa fase 1



SEBRAE



Boas Práticas do Segmento de
Saúde e Bem-Estar
Resultados pesquisa qualitativa fase 1



SEBRAE



MODA - Indústria,
Varejo e Serviços
Análise pesquisa qualitativa
fase 1



SEBRAE



Boas práticas em Serviços
Educativos
Resultados pesquisa qualitativa fase 1



SEBRAE



Boas práticas em Economia Digital
Resultados pesquisa qualitativa fase 1



SEBRAE



Boas práticas no Comércio
Varejista
Resultados pesquisa qualitativa



SEBRAE



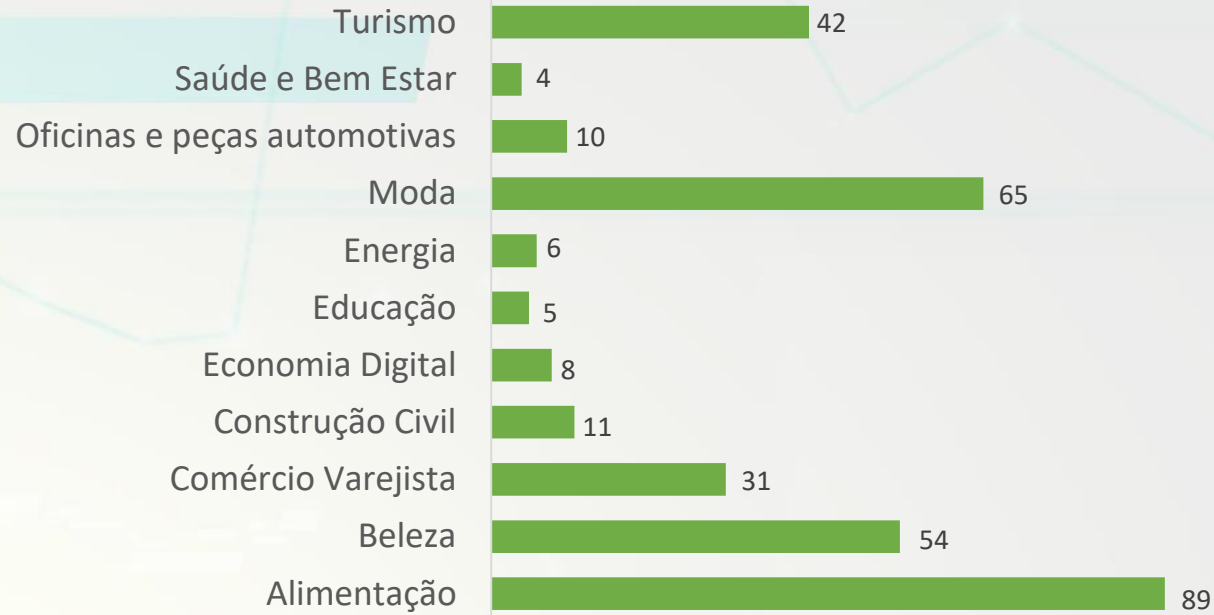
Construção
Resultados pesquisa qualitativa
Fase 1



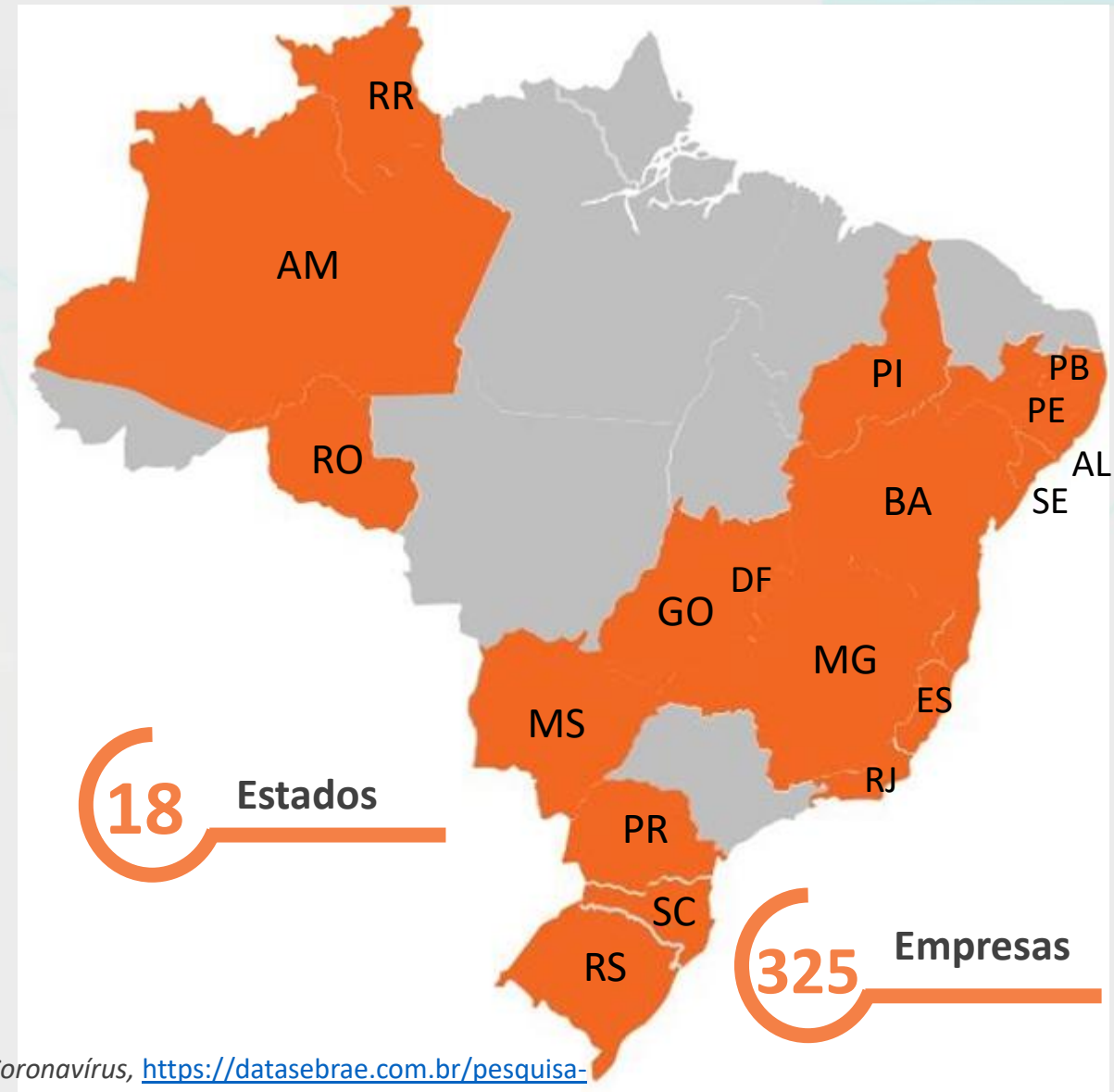
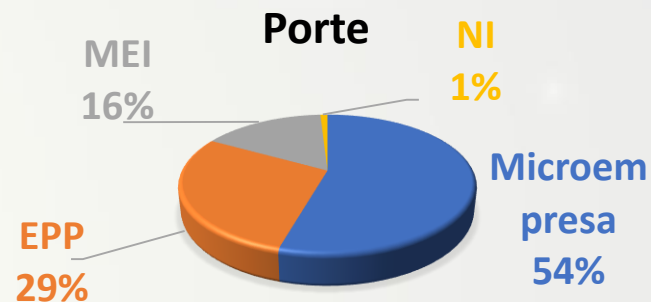
2ª FASE (JUNHO/JULHO)

Participantes

Segmentos



82%
Optantes Simples
Nacional



Iniciativas desde a 1ª fase

1ª Etapa
abril/maio 2020

2ª Etapa
maio/junho 2020

- **Adequar produtos e serviços** aos novos hábitos dos consumidores
- **Delivery, drive-in, take-away** e **aplicativos** estão consolidados. **APPs** tem qualidade **instável**.
- Muitos preferem **aplicativos próprios, terceirização** ou entrega **própria**
- Se relacionar e ouvir o **cliente, sempre**. Atendimento personalizado!
- **Transformação digital** acelerada e aumento do **uso de redes sociais**.
- Redução de **salários e jornadas** foi fundamental. Terá **prorrogação?**

Desafios – Faturamento e Produtividade

Faturamento segue muito **baixo**.

No varejo, **'mix' de produtos** sustentou parcialmente.

No Digital:

- ✓ **conseguir** desenvolver uso de **ferramentas digitais**;
- ✓ dispor de **internet robusta e acessível**



Cientes evitando despesas não essenciais.

Demanda baixa e **cancelamento de contratos**.

Honrar despesas e negociações com **fornecedores**.

Crédito desejado mas, **difícil** conseguir.

Desafios digitais: Internet e Redes Sociais

CULTURA e PRESENÇA DIGITAL

Intensa, **contínua** e criativa.

REDES SOCIAIS

Caminho **definitivo** dos negócios.

PRODUTOS

Necessidade de **novos** produtos e serviços; e **novos formatos** para os já existentes.

ECONOMIA DIGITAL

Capacitar, dispor de **estrutura** (física e lógica) e **consumir dados** para gestão e operação.

VENDAS ONLINE

salvando muitos negócios. Novos canais de **venda e divulgação**.

Desafios digitais 'na prática'

Escolas e a transformação digital

- ✓ Aulas online - **todas** se adequaram. **Docentes** se capacitam. Atenção a dinamizar as **aulas**.
- ✓ **Redes sociais** – uso intenso para divulgar **ações**.

Moda *Online* veio pra Ficar

- ✓ **Adesão** massiva. Forte nas **redes** sociais e **vendas**.
- ✓ **pós-pandemia = híbrido**
Presencial + forte
Vendas e novos mercados “no *online*”

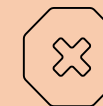
Fintechs

Já utilizam



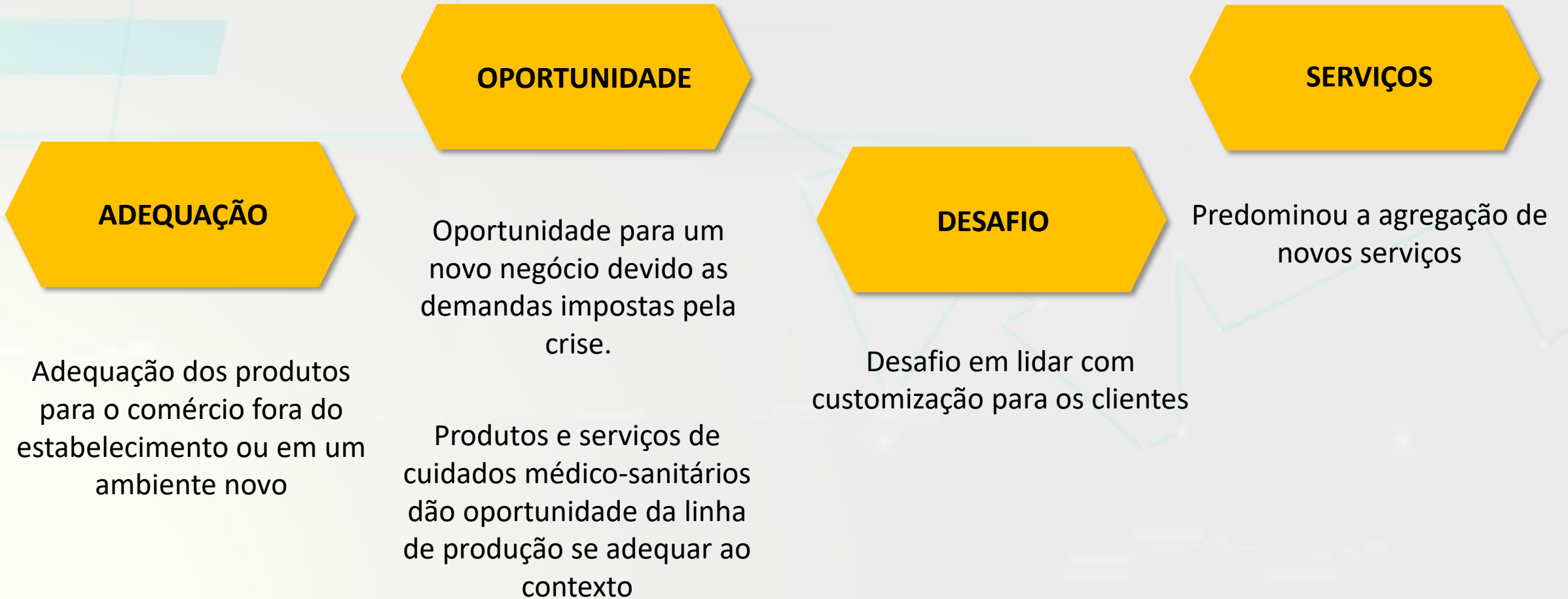
- Muitos são **clientes pessoa física**
- No uso **PJ** associam a vantagens nos **aplicativos de *delivery***
- Frequentes **reclamações** das **taxas** cobradas

Não utilizam



- **Receio** sobre as vantagens e segurança
- Em geral, **desconhecem** seus serviços
- **Abertos** para conhecer e migrar se benefícios **compensarem**

Novos Produtos e Serviços



Novos Produtos e Serviços

TURISMO

- ✓ Do turismo internacional para o **turismo nacional**.
- ✓ Criação de um **consórcio de viagens** e o café com coworking.
- ✓ Incremento de **produtos turísticos regionais**.
- ✓ Criação de **loja virtual** própria evitando a cobrança de taxas por um terceiro.
- ✓ Plataforma on-line para **venda antecipada de vouchers**
- ✓ Oferta de pacotes promocionais de hospedagem com **decoração em datas comemorativas**. Ex.: dia dos namorados.
- ✓ Venda **pratos e porções produzidos pela cozinha do hotel**, via delivery.
- ✓ Locação de **quartos por mês (mensalistas) e home office**.

Apoio de Instituições Empresariais

ENTIDADES EMPRESARIAIS

- **Desiguais** no apoio
- Instituições **nacionais melhor avaliadas**
- Destaques: alimentação, moda e turismo
- Locais e regionais **pouca relevância** durante a crise
- Apoio a **estratégias e gestão** na crise

SEBRAE

- **Sebrae**: “diverso”, “indispensável”, “presente” e “parceiro”
- Destaques: **lives** e **consultorias on-line**
- Demandam **mais objetividade** ...“ir além do conteúdo e ajudar decisões de gestão”

CANAIS E FONTES

- Grupos de **whatsapp** (de instituições empresariais ou não)
- **Contabilistas**
- Demais ‘S’ pouco citados

Sobrevivência e Diferenciais

CLIENTE

Cuidado, Dedicção e Empatia: imagem do negócio.

CRÉDITO

Urgente!

≈ endividamento?
≈ fechar o negócio?

“O que é possível digitalizar?
Como transformar o negócio?”

“Sendo **próprio** o imóvel da empresa, tem-se grande **vantagem**”

EQUIPES

Motivadas, preservadas, qualificadas e especialistas.

NEGÓCIO DIGITAL

ALUGUEL

mas... migrar ou coexistir com **virtual** é inevitável

FINANÇAS

Redução de custos, **gestão** e **reserva** financeira

MERCADO LOCAL

“Nova”
Oportunidade!

Mudanças definitivas nos Negócios

Clientes

- **Relacionamento!** Seguro e ágil
- Mudanças no **perfil** e no **consumo**
- **Oferta** customizada e diversa

Fornecedores

- **Mais** fornecedores
- **Parceria**

Funcionários

- **Saúde**
- Reduzidos, motivados e **multitarefa**s
- Trabalho **remoto**

Gestão

- Novos **usos** (ou **desuso**) dos espaços. **Higiene!**
- **Redução** dos **custos**. Sempre!
- Controle de **estoques**
- Produções enxutas, **produtividade** e não desperdícios
- **Planejamento** financeiro

Vendas e divulgação

- **Redes sociais** e compras online
- **Delivery**. Qualificar **entregadores!**
- Modelo **presencial** e **online**

Boas Práticas Compartilhadas

ESCOLAS: Drive Thru Solidário

Drive Thru Solidário na festa junina. Alunos e familiares passaram no Arraial, montado na frente da escola (sanfoneiros, personagens, decoração), e doaram alimentos, material de higiene etc.

Foco: relacionamento!

CLIENTES E PARCEIROS

- ✓ **“Rastros de Limpeza”** - deixar evidentes a realização das rotinas de higiene e saúde em pontos críticos da **experiência dos usuários**.
- ✓ **Tecnologias** que **dispensem o contato físico** com objetos de uso comum.
- ✓ **Cooperação** entre estabelecimentos do mesmo **segmento e região** para **troca** de informações e experiências.

Percepções e Estratégias na Reabertura dos Negócios

“Vamos vivendo um dia após o outro”



PROCOLOS

Implementação de medidas de higiene e segurança

FOCO

Reconquistar o cliente e transmitir segurança

LENTA

Clientes demorarão a retornar

RUMO

Indefinição da pandemia compromete prazos de planejamento

RISCO

Pode ser o encerramento do negócio, evitando o pior: “endividamento e problemas na justiça”

CONCORRÊNCIA

Maior. Clientes mais seletivos
X
“Quebra na concorrência” é oportunidade de ampliar

MEDIDAS .GOV

Incertezas sobre a manutenção ameaçam seguir em frente

DESPESAS

Aluguéis e salários

FORNECEDORES

Resistem a descontos ou adiamentos.
Ser parceiros.

Reabertura dos Negócios: Tendências e Perspectivas

Alimentação – os clientes devem continuar **mais exigentes** com as medidas de higienização e qualidade dos produtos

Moda - modelo pós-pandemia será **híbrido**, com fortalecimento de experiências no presencial + canal online suportando vendas e abrindo novos mercados.

Sustentabilidade - produções mais enxutas, maior planejamento e melhor controle de insumos e estoque.

Turismo - reconhecimento que os negócios turísticos terão que se reinventar e encontrar **soluções baratas** para os seus custos.

O turismo com **grupos menores** e ao **ar livre** será um forte tendência do setor.

Varejo - a **compra online** passará a ser cultura e deixará de ser tendência;

As compras mudaram o **foco para o básico e essencial**

Percepção do **consumo consciente** - sinalização de esgotamento do antigo modelo de vida.

DataSebrae

DataSebrae Assuntos ▾ Painéis ▾ Meu DataSebrae ▾ Área restrita ▾

Buscar Versões estaduais Sair

Pesquisa Qualitativa

Pequenos negócios e o enfrentamento da crise do coronavírus

Primeira etapa Segunda etapa Terceira etapa

Apresentação

A Pandemia Covid-19, declarada pela OMS, segue entre nós, afetando vidas e economias em todo mundo. Objetivando conhecer e disseminar boas práticas praticadas pelos pequenos negócios no Brasil, o SEBRAE segue com a presente pesquisa, agora implementando sua segunda fase, evoluindo a investigação segundo as mudanças que o cenário de crise nos apresenta, bem como aprofundando o conhecimento acerca das medidas de enfrentamento tomadas pelo público participante da pesquisa.

Foco da Investigação

A abordagem qualitativa e continuada permite-nos, nesta fase, aprofundar o conhecimento sobre como as iniciativas de enfrentamento à crise, de empresários e empreendedores, estão ou não, surtindo efeito em seus pequenos negócios, a fim de sobreviverem aos impactos e/ou aproveitarem novas oportunidades. É o momento de aprofundarmos os 'comos' e 'porques' das iniciativas tomadas e avaliarmos nas empresas e no ambiente em que atuam as mudanças em curso e quais exigências novas estão surgindo.

Conheça também:
[Metodologia da pesquisa](#)

Ferramentas da pesquisa

Inserir respostas

Formulário EP ou GD
Enviar anexos

Painel BI

Biblioteca de resultados

Relatórios da segunda etapa

325 Número de entrevistas realizadas

Pequenos negócios e o enfrentamento da crise do coronavírus - Segunda Etapa
 Período de aplicação da pesquisa: 18/05/2020 a 16/06/2020

Optante pelo Simples?

Sim: 82.2%
Não: 16.9%

Porte

Microempresa: 177
Empresa de P...: 93
MEI: 52

Número de empregados em 13/03/20...

0 a 2: 105
3 a 5: 67
6 a 10: 66
11 a 25: 33
26 a 50: 9
51 a 100: 3
101 a 250: 31
Mais de 250: 11

Qual o tempo de atividade?

0 a 12 meses: 23
13 a 24 meses: 29
25 a 36 meses: 45
37 a 48 meses: 60
49 a 60 meses: 73
Mais de 24 meses: 54
Menos de 1 ano: 13

Conceitos mencionados

utilizar custo ajuda manter mercado redução vender manter produto social negócio conseguir funcionalários grupo online digital

Entrevistas por UF

Mapa de Brasil com entrevistas por UF. Número de 6 respostas.

Resposta as perguntas

Pergunta 1

QUAIS OS MAIORES DESAFIOS VIVIDOS PELA SUA EMPRESA/NEGÓCIO DESDE O INÍCIO DA CRISE PROVOCADA PELA PANDEMIA, EM ESPECIAL QUANTO AO FATURAMENTO E PRODUTIVIDADE?

- Redução drástica do número de contratos fechados, devido a redução de acesso nas casas e condomínios para realização de visita técnica e apresentação de propostas;
 - A redução de fechamentos acarretou na redução de faturamento, não tão expressiva devido o número de contratos fechados no passado.
 As vendas durante a semana, que caíram muito. Porque a cidade parou.
 *Como o nosso negócio depende de duas grandes variáveis, que são a aglomeração de pessoas e a movimentação de pessoas, e essas duas variáveis estão bastante restritas, se não chegar gente aqui nós não temos trabalho. Então nós fomos muito impactados. Os desafios do hotel eu vejo que são duas questões: primeiro os custos fixos muito altos e o segundo que nossa mercadoria é perecível, não temos como estocar um quarto para ser comprado amanhã. Esses são os grandes desafios do nosso ramo. O movimento ainda está longe de

DataSebrae Assuntos ▾ Painéis ▾ Meu DataSebrae ▾ Área restrita ▾

Buscar Versões estaduais Sair

Relatório Geral Relatórios Setoriais Nacionais Relatórios Setoriais Estaduais

Construção – Resultados pesquisa qualitativa 2ª fase

Boas práticas em Alimentação – Resultados pesquisa qualitativa 2ª fase

Boas práticas do Segmento Automotivo/Reparação veicular – Resultados pesquisa qualitativa 2ª fase

Boas práticas em Serviços Educacionais – Resultados pesquisa qualitativa 2ª fase

MODA – Indústria, Varejo e Serviços – Análise pesquisa qualitativa 2ª fase

Boas práticas do Segmento de Saúde e Bem-Estar – Resultados pesquisa qualitativa 2ª fase

Boas práticas em turismo – Resultados pesquisa qualitativa 2ª fase

Boas práticas em Energia – Resultados pesquisa qualitativa 2ª fase

Pequenos Negócios e o Enfrentamento da Crise do Coronavírus

Resultados pesquisa qualitativa – 2ª etapa

SEBRAE NACIONAL – JULHO/2020

Unidade de Competitividade

- Patrícia Mayana Maynart Viana - patricia.mayana@sebrae.com.br

Unidade de Gestão Estratégica

- José Marcelo Goulart de Miranda - jose.marcelo@sebrae.com.br
- Juliana Borges Vaz - Estagiária

