

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 Competitividade – **SEBRAE/NA**

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

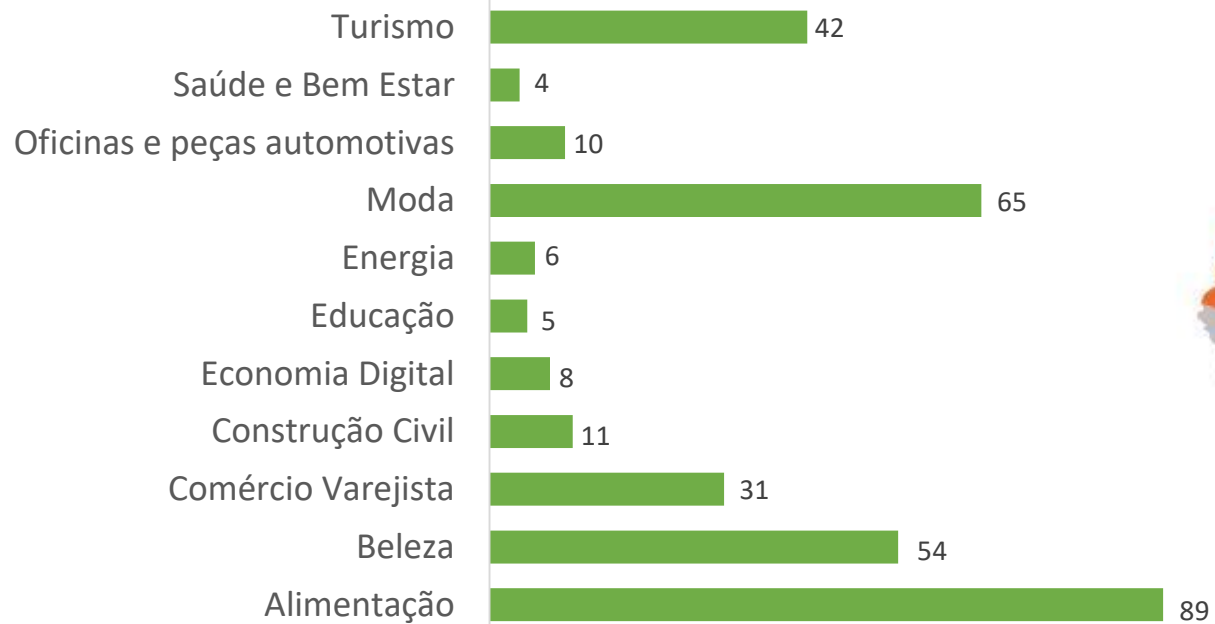
SEBRAE: **AM, AL, BA, DF, ES, GO, MG, MS, PB, PE, PI, PR, RJ, RO, RR, RS, SC, SE.**





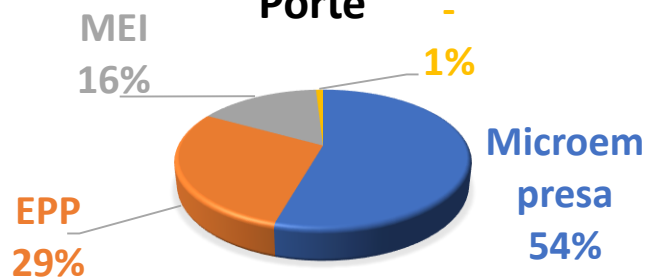
Participantes

Segmento

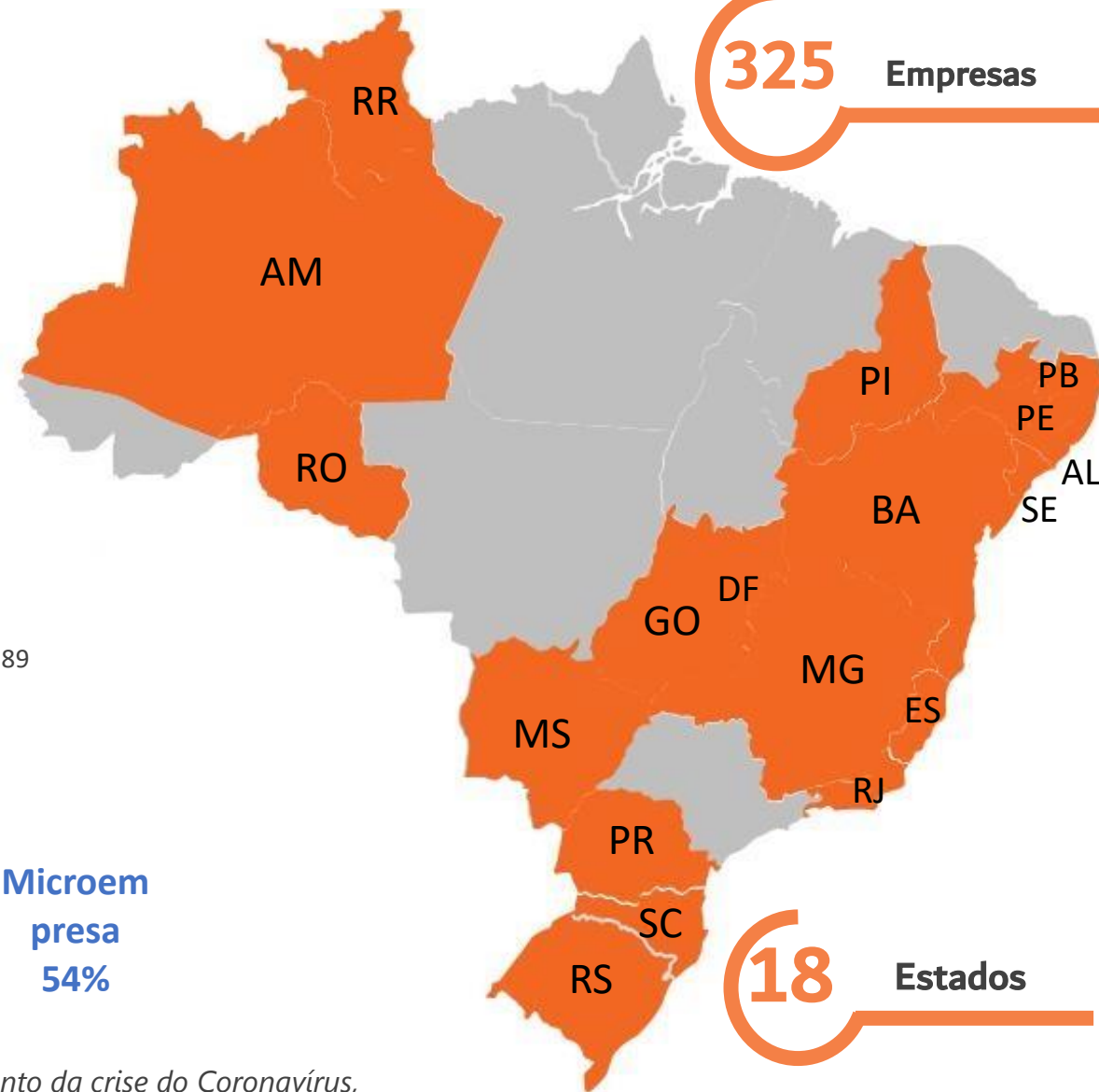


Porte

82%
Optantes Simples
Nacional



325 Empresas



18 Estados



Página 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.

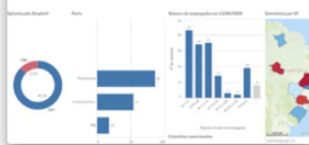
Conheça também:
Metodologia da pesquisa

Ferramentas da pesquisa

Inserir respostas

Formulário EP ou GD
Enviar anexos

Painel BI



Biblioteca de resultados

Relatórios da segunda etapa

Número de entrevistas realizadas

325

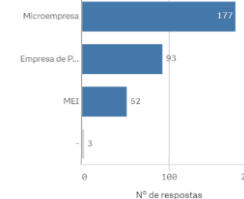
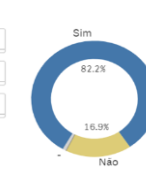
Pequenos negócios e o enfrentamento da crise do coronavírus - Segunda Etapa
Período de aplicação da pesquisa: 15/05/2020 a 16/06/2020

FILTROS

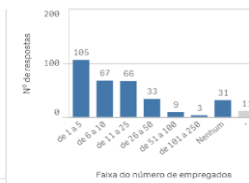
Porte
Número de empreg...
Estado
Opante Sim...
Não
Sim

Segmento

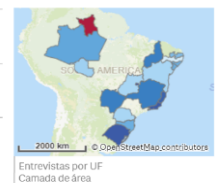
Entrevistador
Id
Pergunta
Id



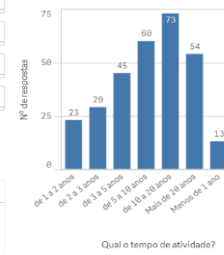
Número de empregados em 13/03/20...



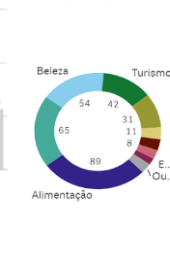
Entrevistas por UF



Qual o tempo de atividade?



Nº de respostas por Se...



Conceitos mencionados



Conceitos mencionados

Palavra	Ocorr...
Totais	41908
cliente	1187
produto	632
gente	548
venda	492
social	443
momento	421
conseguir	379
continuar	357

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





Iniciativas e 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 de **uso de redes sociais**.
- Redução de **salários e jornadas** foi fundamental. Terá **prorrogação?**



Desafios digitais: Internet, Redes Sociais e Inteligência de Dados





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*”



“Numa economia e sociedades digitais serão o caminho...”

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

ADEQUAÇÃO

Adequação dos produtos para o comércio fora do estabelecimento ou em um ambiente novo

OPORTUNIDADE

Oportunidade para um novo negócio devido as demandas impostas pela crise.

Produtos e serviços de cuidados médico-sanitários dão oportunidade da linha de produção se adequar ao contexto

DESAFIO

Desafio em lidar com customização para os clientes

SERVIÇOS

Predominou a agregação de novos 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

- Muito **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 palestras *online***
- Demandam **mais objetividade** ...“ir além do conteúdo e ajudar decisões de gestão”

INFORMAÇÃO

Grupos de **whatsapp** (de instituições empresariais ou não): informação, orientação e ideias. **Contabilistas** presentes. 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?”

NEGÓCIO DIGITAL

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

EQUIPES

Motivadas, preservadas, qualificadas e especialistas.

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!** Com segurança e ágil
- **Mudanças** no perfil e no consumo
- **Oferta** customizada e diversa

“Incertezas e desconhecimento do ‘novo normal’”
“Momento de observar e sobreviver à crise”

GESTÃO

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

FUNCIONÁRIOS

- **Saúde**
- Equipes reduzidas, motivadas e **multitarefa**s
- **Trabalho remoto**

VENDAS E DIVULGAÇÃO

- **Redes sociais** e compras online
- **Delivery** qualificar entregadores
- Modelo **presencial** e online

FORNECEDORES

- **Mais** fornecedores
- **Maior parceria**



Boas Práticas Compartilhadas

ESCOLAS: Drive Thru Solidário

Durante a festa junina que é um movimento cultural muito forte na região, foi realizado um **Drive Thru Solidário** onde os alunos com seus familiares passaram no Arraial montado na frente da escola (com sanfoneiros, colaboradores vestidos a caráter) e deixar alimentos, material de higiene, rações para gatos e cachorros.

RELACIONAMENTO PRESENCIAL

- ✓ **“Rastros de Limpeza”** -procedimento, que consiste em deixar evidências da realização das rotinas de higiene e saúde sanitária em pontos críticos da experiência dos usuários
- ✓ **Cooperação** entre os estabelecimentos do mesmo segmento na mesma região, formando um grupo para troca de informações e experiências.



Boas Práticas Compartilhadas

SERVIÇO VIRTUAL

- **Conversão** de serviços presenciais em serviços virtuais.

RELACIONAMENTO PRESENCIAL

- Espaços seguros a **saúde**
- **Tecnologias** que dispensem o contato físico com objetos de uso comum

MANUTENÇÃO DO NEGÓCIO

- Desenvolvimento de **equipe**
- Cuidados com a **saúde de todos**
- **Parceria** com fornecedores
- **Engajamento social** = retorno de imagem

RENTABILIDADE

- **Controle rigoroso dos custos**



Estratégias para 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 DO GOVERNO

Incertezas sobre a manutenção ameaçam seguir em frente

DESPESAS

Aluguéis e salários

FORNECEDORES

Resistem a descontos ou adiamentos.
Devem ser parceiros.



Reabertura dos Negócios... na prática!

“EDUCAÇÃO – novos serviços e protocolos de convivência.”

ALIMENTAÇÃO – sem problemas pra se adaptar às medidas recomendadas. “já fazíamos”.

TURISMO
“...negócios turísticos terão que se reinventar.. baratear os custos.”

“...grupos menores e **ar livre** serão fortes tendências.”



Pequenos negócios e o enfrentamento da crise do Coronavírus

Resultados pesquisa qualitativa – 2ª etapa

SEBRAE NACIONAL

Unidade de Gestão Estratégica

- José Marcelo Goulart de Miranda - jose.marcelo@sebrae.com.br

Unidade de Competitividade

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

