

USO INTERNO

SEBRAE MINAS

PESQUISA QUALITATIVA

PEQUENOS NEGÓCIOS E O ENFRENTAMENTO DA CRISE DO CORONAVÍRUS

RELATÓRIO CONSOLIDADO - 2020



UNE - UNIDADE INTELIGÊNCIA EMPRESARIAL

PEQUENOS NEGÓCIOS E O ENFRENTAMENTO DA CRISE DO CORONAVÍRUS

RELATÓRIO CONSOLIDADO



UNE
UNIDADE INTELIGÊNCIA EMPRESARIAL
SEBRAE MINAS
SETEMBRO DE 2020

INTRODUÇÃO

Diante da pandemia declarada pela OMS (Organização Mundial de Saúde) relativa ao Coronavírus (Covid-19) e, como consequência, diante de todas as perturbações já conhecidas e estimadas na sociedade, a presente pesquisa teve como objetivo apurar junto aos pequenos negócios suas principais iniciativas para enfrentarem o atual momento de crise. Ao realizarmos o monitoramento de tais iniciativas, foi possível obter informações e conhecimentos que podem aprimorar nosso atendimento, por meio da disseminação, dentre o público em geral do Sebrae, de boas práticas identificadas.

A pesquisa foi uma iniciativa do Sebrae Nacional e contou com a participação de 17 UFs mais o Distrito Federal. Cada UF escolheu quais segmentos econômicos gostaria de pesquisar. O Sebrae Minas teve como foco os segmentos de Moda e Construção Civil.

Foi utilizada a técnica de Entrevista em Profundidade – EP, por meio de vídeo na plataforma Microsoft Teams. O roteiro de perguntas foi o mesmo para todos os entrevistados, em todas as etapas da pesquisa. Foram promovidos ajustes e atualizações no mesmo para a segunda e a terceira etapas.

Para cada segmento, foram entrevistados 6 empresários, com intervalo de cerca de 25 dias entre a primeira e a segunda abordagens, e intervalo de aproximadamente 40 dias entre a segunda e a terceira. Interagimos com os mesmos empresários do início até o final da pesquisa, de modo que pudemos acompanhar como evoluíram os ‘cases’, bem como tomarmos conhecimento de parte dos resultados das iniciativas de enfrentamento adotadas pelos pesquisados. Ao todo, foram cerca de 30 horas de conversa.

As entrevistas aconteceram entre 4 de maio e 27 de julho. Optamos por não revelar a identidade dos participantes, para que a expectativa da exposição não influenciasse o que seria compartilhado.

SUMÁRIO

03 INTRODUÇÃO

07 CONSTRUÇÃO CIVIL
FATURAMENTO

09 HOME OFFICE

10 INOVAÇÃO E MERCADOS PROSPECTADOS

12 INTERNET

13 MEDIDAS GOVERNAMENTAIS, CRÉDITO FACILITADO E CONTROLE
FINANCEIRO

15 FINTECS

15 INFORMAÇÕES E CONHECIMENTOS

16 EXPECTATIVAS DE RETORNO E RECUPERAÇÃO

17 UMA BOA PRÁTICA DE DESTAQUE

19 MODA

FATURAMENTO E PRODUTIVIDADE

20 CRIAÇÃO DE NOVAS COLEÇÕES E PRODUTOS

21 INTERNET

23 MEDIDAS GOVERNAMENTAIS, CRÉDITO FACILITADO E CONTROLE
FINANCEIRO

24 FINTECHS

25 INFORMAÇÕES E ORIENTAÇÕES CRÍTICAS

26 EXPECTATIVAS DE RETORNO E RECUPERAÇÃO

27 UMA BOA PRÁTICA DE DESTAQUE

28 BOAS PRÁTICAS

BOAS PRÁTICAS MAIS COMPARTILHADAS (AMBOS SEGMENTOS)

29 FICHA TÉCNICA

1

PESQUISA QUALITATIVA

CONSTRUÇÃO CIVÍL

PERFIL DOS ENTREVISTADOS:

SEIS PROPRIETÁRIOS DE ESCRITÓRIOS DE PROJETOS DE ENGENHARIA E ARQUITETURA

SÃO TODOS MUITO ATUANTES EM ENTIDADES DO SETOR E TÊM TRABALHADO JUNTO AO SEBRAE COMO PARCEIROS, PALESTRANTES, CONSULTORES OU INSTRUTORES.

FATURAMENTO

Dois dos seis entrevistados continuaram tendo bons resultados mesmo durante a crise, e isso foi observado nas três fases da pesquisa. Um deles é o da empresa de maior porte, que possui o marketing e a inovação muito profissionalizados. Essa empresa, que possui mais de

50 empregados em CLT, chegou a ter algumas demandas com grande potencial de faturamento represadas, porém, não deixaram de ter lucro, ainda que pequeno. Apresentaram queda de faturamento, mas também redução significativa de despesas e custos. Possuem gama diversificada de atuação, que inclui Minha Casa Minha Vida, edifícios comerciais, obras públicas importantes (como museus) e empreendimentos luxuosos.

O outro empresário que parece estar passando com tranquilidade pela crise possui expertise em cálculos estruturais complexos, aparentemente com pouca concorrência. Tratam-se de estruturas mais difíceis, com arquiteturas mais arrojadas, de arquitetos renomados. Ele já possui um mercado direcionado, tem grande expertise e seus trabalhos são muito específicos.

Os demais tiveram uma queda no faturamento bastante considerável, como consequência da paralização de projetos, cancelamentos e diminuição da quantidade de novas demandas. Outro fator que afetou o faturamento foi a queda dos preços dos novos projetos que, segundo uma das entrevistadas, foi de cerca de 50%.

Apesar de terem sentido uma melhora progressiva na demanda do início da crise até a nossa última entrevista, aparentemente, foi no momento da terceira abordagem que esses empresários mais estavam sentindo os efeitos da crise, porque nos meses anteriores ainda haviam projetos a serem finalizados e mais reservas de recursos. Essa melhora progressiva da demanda foi sentida um pouco também na Moda, mas na Construção Civil ela aconteceu mais intensamente porque os serviços de engenharia não foram paralisados por determinação governamental e por isso puderam ser beneficiados assim que a demanda ia se restabelecendo. Além disso, alguns segmentos se mantiveram em alta durante a crise e o período de seca (inverno) também favorece, pois é o adequado para a realização de obras e existem aquelas inadiáveis, que precisam ser resolvidas com urgência.

De acordo com os entrevistados, alguns segmentos de mercado cuja demanda se manteve, mesmo durante o período de distanciamento social foram: supermercados, clínicas médicas, residências (interiores, principalmente), hotelarias, empreendimentos luxuosos, sedes de algumas empresas, obras públicas, patologias e manutenção preventiva em geral e treinamentos e consultorias on line.

HOME OFFICE

A produtividade também foi abalada, apesar de em bem menor grau. O fator que mais impactou a produtividade foi a adaptação ao home office. A maioria dos entrevistados da Construção Civil vê o home office de forma bastante positiva. Três deles acham que a produtividade aumentou, citando questões como: menos “ladrões de tempo” (perderia-se, em casa, menos tempo com cafezinhos e reuniões desnecessárias), trabalho por maior período do dia e mudança na forma de avaliação dos trabalhos, sendo que o trabalho presencial é medido por horas trabalhadas e, agora, no home office, é medido por produtividade. Um vê um grande potencial no home office, está muito satisfeito com o engajamento da

“ DE FORMA GERAL, O QUE EU VEJO EM TODOS OS ESCRITÓRIOS, E NO MEU TAMBÉM, É... TAVA MEIO ASSUSTADOR. AS PESSOAS ESTAVAM PREOCUPADAS COMO QUE IA FUNCIONAR, AÍ VOCÊ TINHA O PROBLEMA DOS IMPACTOS DE AJUSTAR A INTERNET... E ACHO QUE AQUELES PRIMEIROS 10 DIAS FOI PARA FAZER... OPERACIONALIZAR ASSIM...NÉ? MAS DEPOIS QUE PASSOU AQUELE TEMPO, QUE AS COISAS JÁ ESTAVAM OPERACIONALIZADAS, VOCÊ JÁ TINHA CAPACIDADE DE ACESSO DE INTERNET, AÍ EU VOU TE DIZER PRA VOCÊ QUE A PRODUTIVIDADE ATÉ AUMENTOU. PORQUE AS PESSOAS EM CASA QUEREM SE OCUPAR, NÉ? QUEREM TRABALHAR O TEMPO TODO... E AÍ ACABA QUE TEM ESSE LADO DA COISA, NÉ?”

Entrevistado da construção Civil

“

MAS DO PONTO DE VISTA GERENCIAL, O HOME WORKING EU ACHO QUE EU NÃO VEJO COMO NEGATIVO NÃO, EU ACHO QUE ESTÁ SENDO MUITO POSITIVO, MAS É LÓGICO QUE VOCÊ TEM QUE AUMENTAR O SEU NÍVEL DE CONTROLE DE GESTÃO NOVAMENTE, EU ACHO QUE É ISSO...

Entrevistado da construção civil

equipe e com os novos processos adotados (citou metodologias novas da transformação digital), e apenas frisou uma preocupação especial com o estado emocional da equipe neste momento, mas não por causa especificamente do home office, mas sim pelo momento de pandemia. Um deles disse que houve um efeito negativo somente nas duas primeiras semanas, para adaptação.

Os outros dois entrevistados apontaram ressalvas no home office. Uma empresária acha que é difícil a avaliação do home office neste momento porque estamos vivendo um período muito diferente do normal. Ela reabriu o escritório em junho e, segundo ela, todos quiseram ir trabalhar presencialmente, e isso se manteve. Ela acredita que seu serviço perde eficiência no home office, porque presencialmente a comunicação flui melhor. Outro empresário falou que no regime home office é preciso ter um controle mais eficiente dos projetos, serviços e cronogramas e a realização de reuniões diárias é importante. Mas, com exceção da empresária cuja equipe não se adaptou ao home office, todos os demais consideraram praticamente certa a adoção do home office total ou parcial/optativo como algo que veio pra ficar, mesmo no pós pandemia.

INOVAÇÃO E MERCADOS PROSPECTADOS

Todos os entrevistados não deixaram de criar e ofertar novos produtos e serviços durante todo o período da pesquisa. Essa tem sido uma ação essencial para a superação da crise. Há uma diversidade de atuação nesse sentido, mas é geral o investimento em novas tecnologias (digitais e maquinários).

A maior empresa está com um produto “carro chefe” muito inovador em engenharia de sistemas prediais, que utiliza tecnologias de 4D, 5D, BIM e é uma solução integrada (atende o projeto de forma completa, e o

cliente não precisa contratar várias empresas). É uma novidade que está surpreendendo muito positivamente seus clientes e potenciais clientes. Esse empresário tem a intenção de expandir o atendimento para o setor público.

O empresário que lida com projetos estruturais manteve o investimento em novas tecnologias, incluindo atualizações em softwares da área, assim como em equipamentos (drones e robôs). Estava criando novas soluções para o mercado a partir desses investimentos. Pretende passar a atender mais o setor industrial, com tecnologias de execução de obra mais rápida, inspeção e manutenção de estruturas e do sistema energético.

Uma empresária criou dois novos serviços desde o início da crise: um de planejamento de manutenção preventiva em condomínios e outro, mais recente, de monitoramento de obras executadas por moradores de condomínios, ambos ofertados para administradoras de condomínios. Ela afirmou que está sendo um momento extremamente benéfico para diversificação de atuação e de reestruturação e, com certeza, voltará mais forte quando o mercado retomar o crescimento. Ela pretende investir, num futuro próximo, em equipamentos para inspeção predial, como ultrassom e testes de infiltração.

Uma outra criou um novo braço para a empresa, para atender especificamente clínicas médicas e tem sido bem demandado. Como possuem expertise na área da saúde, uniram experiências e conhecimentos e montaram um escritório que oferece soluções de arquitetura de interiores, observando conjuntamente questões normativas e técnicas. Quer ter um foco maior no segmento corporativo e comercial, com um atendimento mais completo. Acredita que muitas empresas efetuarão mudanças na arquitetura de suas sedes, seja pelas medidas de contenção à propagação do novo vírus, seja devido a um aumento do home office.

Três dos entrevistados estão abrindo novas frentes de trabalho no meio digital, ofertando treinamentos e consultorias que antes ofereciam presencialmente ou criando produtos novos. Um é consultor do Sebrae e está criando um curso à distância de base tecnológica (metodologia BIM), voltado para a indústria de produtos (insumos) da construção civil (novo segmento para ele), com proposta de oferecer em parceria com o Sebrae. Também pretende passar a realizar todos os seus serviços baseado na metodologia BIM, mesmo que para isso seja necessário mudar de público-alvo.

INTERNET

“

SEM DÚVIDA, EU NÃO TINHA ESSE ENVOLVIMENTO COM AS REDES SOCIAIS IGUAL EU TÔ TENDO AGORA NOS ÚLTIMOS MESES. ISSO É FATO.

Entrevistado da construção civil

De modo geral, o distanciamento social e a crise econômica intensificaram o uso da internet pelos entrevistados para o marketing, oferta de novos serviços e relacionamento com clientes, parceiros e funcionários (home office). No entanto, quando olhamos cada empreendedor de forma particular, percebemos diferenças.

Um dos entrevistados é muito ativo na internet (Instagram, blog, e-mails MKT, ferramenta de CRM) e possui um funcionário em tempo integral para o marketing. Duas empresárias vêm aprimorando o marketing digital de sua empresa (reformulando site, utilizando mais as redes sociais, criando materiais de orientação/divulgação ou contratando empresa especializada). Uma delas, porém, afirmou não ter tido sucesso com a

“

“EU TENHO PERCEBIDO QUE TODA A CADEIA DA CONSTRUÇÃO ESTÁ SE MOVIMENTANDO MUITO E SE READEQUANDO PARA CONTINUAR... PARA CONTINUARMOS VIVOS, NÉ? INCLUSIVE É MUITO GRATIFICANTE, NÉ, PERCEBER ESSE SENSO DE COLABORAÇÃO QUE SE INSTALA E A CAPACIDADE DE ADAPTAÇÃO DO SER HUMANO DE FORMA GERAL. É MUITO LEGAL, E À VEZES A GENTE TÁ NUMA SALA DE ZOOM, COM O PESSOAL DO SINDUSCON, A GENTE VÊ AQUELE TANTO DE CABEÇA BRANCA SE ADAPTANDO ALI NO ZOOM E GOSTANDO E ACHANDO A MELHOR COISA DO MUNDO ESTAR ALI NAQUELA REUNIÃO DO ZOOM INVÉS DE TER QUE PEGAR O CARRO E IR LÁ PRA FIEMG, IR LÁ PRA CIC, ENTÃO... E TÁ TODO MUNDO SE ADAPTANDO MUITO BEM.”

Entrevistado da construção Civil

“

O QUE NÓS VAMOS
TER UM CUSTO
MAIOR AGORA,
QUE NÓS VAMOS
REVERTER O QUE
A GENTE ESTAVA
GASTANDO COM
OUTRAS COISAS E
VAMOS COMEÇAR A
INVESTIR, E ESTAMOS
INVESTINDO, É
NA PARTE DE
TECNOLOGIA DE
INFORMAÇÃO
MESMO, QUE NÓS
VAMOS TER QUE
AMPLIAR, ENTÃO
NÓS JÁ ESTAMOS
COMEÇANDO A
PREVER ESSES
GASTOS AÍ..

Entrevistado da
construção civil

criação de alguns encartes com orientações para lojas e restaurantes no meio digital.

Os outros dois empresários, porém, afirmam conscientemente não atuar no marketing digital de suas empresas. Ambos não acham interessante; segundo eles, há um volume muito grande de pessoas se promovendo. Um deles disse que sua empresa nunca fez uma live e nenhum webinar, apesar de atuar muito no meio digital enquanto vice-presidente de MKT de uma associação nacional do setor. Outro, na contramão da tendência, está usando menos as redes sociais, pois está procurando, por outras vias, “atirar mais no alvo”, obtendo pedidos de propostas que gerem efetivamente contratos. Segundo ele, quando os clientes chegam por indicação é muito mais certo que eles vão fechar negócio.

Três dos entrevistados aprimoraram muito a oferta de treinamentos e consultorias pelo meio digital, sendo que essa tem se tornado uma fonte de renda muito significativa e importante neste momento. Uma das empresárias inclusive está reavaliando sua carreira: se continua executando obras ou foca exclusivamente na oferta de produtos on line. Outra está fazendo lives diárias (criou um canal no YouTube), o que acaba sendo uma ótima forma de marketing também.

Todos citaram a facilidade e a economia de recursos (tempo e dinheiro) que estão conseguindo realizando reuniões com clientes e participando de seminários pela internet.

MEDIDAS GOVERNAMENTAIS, CRÉDITO FACILITADO E CONTROLE FINANCEIRO

Apenas uma empresária adotou medidas relativas aos contratos de trabalho, diminuindo temporariamente jornadas e salários. Os demais não precisaram, na maioria dos casos porque muitas (senão todas) das pessoas que trabalham com eles não são contratadas por CLT (são sócios ou estagiários). Três se utilizaram do recurso de adiar pagamento de imposto.

“ASSIM, NINGUÉM ESPERAVA QUE FOSSE FICAR TANTOS MESES” ... “ENTÃO, TANTO É QUE O PESSOAL QUE TAVA COMIGO, QUE EU ESTAVA SEGURANDO, SEGURANDO, EU JÁ TÔ, EU JÁ TÔ DISPENSANDO. EU FALEI: NÃO, EU VOU DISPENSAR QUE É MELHOR EU CONTRATAR DE NOVO ASSIM QUE COMEÇAR... COMEÇAR AS ATIVIDADES.”

Entrevistado da construção Civil

Quase todos demonstraram interesse pelo Pronampe. Dois entrevistados tentaram essa linha de crédito, porém foram informados que o dinheiro havia acabado. Uma empresária ainda estava tentando; outra disse que estava aguardando o banco em que tinha conta aderir, mas que não tinha pressa (teria receita para se manter por mais uns 4 meses, com a demanda atual) e outra afirmou que o recurso não estava chegando até as empresas menores. Eles consideraram as condições dessa linha especial de crédito muito boas.

Cinco dos empresários já realizavam um bom controle antes da crise, sendo que não chegaram a aprimorá-lo. Provavelmente isso se deve a um viés amostral, com os entrevistados escolhidos para participar da pesquisa possuindo gestão empresarial acima da média. Apenas uma empresária afirmou que sentiu necessidade de aprimorar o controle mas não o fez e, agora, que a situação está pior, acredita que estaria mais eficiente se tivesse se dedicado a isso.

FINTECS

No quesito fintech, com exceção de um entrevistado, todos são clientes do banco Inter, e dois do Nubank. Uma acabou de abrir a conta e, os demais, que já são clientes há mais tempo, elogiaram muito os serviços: sem taxas, tudo pelo aplicativo (investimento na bolsa, em fundos imobiliários, previdência privada etc), assinatura eletrônica, aplicativo de qualidade muito superior. A única que não é cliente de fintech disse que pode se tornar, pois pesquisa e sabe que eles oferecem ótimos serviços.

INFORMAÇÕES E CONHECIMENTOS

Quase todos todos acreditam que as associações/federações empresariais, cooperativas, sindicatos ou similares estão fazendo um bom trabalho neste período, fornecendo apoio e orientação suficientes, assim como atuando ativamente junto ao meio político. Apenas uma empresária afirmou que, de modo geral, estão deixando a desejar, com exceção da ASBEA e do SEBIM.

Todos os entrevistados já foram, são ou pretendem ser parceiros do Sebrae ou atuarem como consultores ou instrutores para o Sebrae. Um já contratou Sebraetec há um tempo atrás, para fazer o site da empresa, e disse que foi muito bom. Uma disse que tem interesse em fazer o Empretec. Um empresário, todavia, contou que uma vez procurou uma consultoria do Sebrae que fosse em sua empresa, mas não encontrou o caminho.

Como conhecimentos mais importantes neste momento, os mais mencionados foram os relacionados a inovação e novas tecnologias, inclusive ferramentas digitais (tanto diretamente relacionadas à área de projetos de engenharia, como o BIM, quanto softwares que facilitam o trabalho no meio digital).

“ EU DIRIA QUE DE FORMA GERAL O GRANDE E PRINCIPAL DESAFIO É A CAPACIDADE QUE NÓS VAMOS TER AGORA DE ADAPTAÇÃO, NÉ? EU DIRIA QUE NÃO DÁ MAIS PRA FALAR, PRA USAR AS AÇÕES QUE FORAM NECESSÁRIAS PARA O SUCESSO ATÉ ANTES DESSA PANDEMIA E DIZER QUE ESSAS AÇÕES VÃO SER RESULTADO DE SUCESSO DAQUI PRA FRENTE. ENTÃO A GENTE REALMENTE ESTÁ NO MOMENTO DE SE REINVIENTEAR. E A NECESSIDADE DE REVER TODO O NOSSO NEGÓCIO. E IR PRA FRENTE, NÉ? EU ACHO QUE O MUNDO NÃO SERÁ COMO ANTES, MAIS DO QUE NUNCA. O DESAFIO É ESSE.

——— Entrevistado da construção Civil

EXPECTATIVAS DE RETORNO E RECUPERAÇÃO

A construção civil não parou completamente, apesar de enfrentar um período de baixa em alguns segmentos de mercado. Uma entrevistada afirmou, no entanto, que sua associação experimentou queda de 40% dos serviços. Portanto, apesar de algumas empresas estarem passando pela crise com tranquilidade financeira, muitas estão fragilizadas.

Dentre os entrevistados nessa situação, não há clareza sobre expectativa de melhoria da situação econômica. Foi comentada uma provável recuperação neste segundo semestre e, mais efetiva, no próximo ano. Apenas um dos empresários arriscou que sua empresa deve atingir o mesmo nível de faturamento pré-crise somente daqui dois ou três anos.

UMA BOA PRÁTICA DE DESTAQUE

Na Construção, várias foram as boas práticas observadas dentre os entrevistados. Destacamos um projeto que uma empresária tirou da gaveta neste período de crise, de planejamento e monitoramento da manutenção em condomínios. Eles fazem um planejamento específico para cada condomínio, de modo que os condôminos conseguem se organizar e prever seus gastos, além de fazerem uma manutenção preventiva, que acaba saindo mais em conta e segura. Ela já estava atendendo 38 condomínios com essa nova solução.

Essa mesma empresária, representando o Instituto Feminino de Engenharia, citou um projeto para que a engenharia possa ser utilizada de forma mais efetiva em melhorias dos sistemas sanitários dos municípios do país. Algo muito oportuno, considerando este período de pandemia por um coronavírus.

2

PESQUISA QUALITATIVA

MODA

PERFIL DOS ENTREVISTADOS:

QUATRO PROPRIETÁRIAS DE FÁBRICAS DE JOIAS/BIJUTERIAS, UMA DE CALÇADOS E BOLSAS DE COURO E UMA DE ROUPAS (ESTA PARTICIPOU APENAS DA 1ª FASE) AS FABRICANTES DE JOIAS/BIJUTERIAS PARTICIPAM DO PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DO SETOR DE GEMAS, JOIAS E BIJUTERIAS DE BELO HORIZONTE E REGIÃO, DO SEBRAE MINAS

“

CADA RESULTADO A GENTE CONSIDERA UM MILAGRE. A QUESTÃO TODA É... CRUCIAL... SÃO AS VENDAS. OK? QUASE TIRAR LEITE DE PEDRA. ENTENDEU? NA ATUAL CONJUNTURA.

Entrevistado
da moda

FATURAMENTO E PRODUTIVIDADE

No faturamento, o efeito negativo foi muito forte, com uma pequena melhora com o passar do tempo desde o início da crise. As lojas continuaram fechadas durante todo o período da pesquisa, que são quase a totalidade da clientela dessas empresas. Observamos que conseguiram um faturamento bem abaixo do “normal”, vendendo um volume pequeno de peças que já estava estocado ou produzindo em escala reduzida.

Quanto à produtividade, algumas entrevistadas da moda citaram dificuldades com alguns fornecedores, especificando empresas que trabalham com o “banho” das peças e metalúrgicas. Uma empresária chegou a começar a fazer alguns testes para produzir sua própria matéria-prima, de forma a reduzir custos e ter uma produção mais independente. Porém, percebeu que seria necessário investimento em equipamento adequado e no momento não possui capital.

CRIAÇÃO DE NOVAS COLEÇÕES E PRODUTOS

“ E AÍ, ENTÃO ESSA SEMANA PARTINDO PRO ESTOQUE DE MATÉRIA-PRIMA É QUE VAI SER UM GRANDE DESAFIO, (...) PORQUE EU QUERO APROVEITAR AO MÁXIMO, NÉ... NO MÍNIMO 80% DA MATÉRIA-PRIMA DA PRÓXIMA COLEÇÃO, QUE ELA SAIA DO NOSSO ESTOQUE, NÉ, QUE É ALTÍSSIMO QUE A GENTE TEM AQUI, SABE? ENTÃO ESSE AÍ É O NOSSO DESAFIO.

——— Entrevistado da moda

Sobre inovação, a empresa com diferencial em sustentabilidade está fazendo prospecção de tendências na Alemanha. A empresária de calçados continuou produzindo brindes e teve resultados muito bons com a venda de uma bolsa higienizável e reutilizável que ela inventou, para que suas clientes logistas levem seus produtos até a casa de suas próprias clientes. Ela acredita que este será um nicho forte no mercado: o de tornar as embalagens mais higiênicas e seguras. Também passou a produzir EPIs hospitalares, criando uma nova linha de produção fora da fábrica, com ótima aceitação e procura. Idealizou e fabricou também uma edição limitada de um novo modelo de tênis, utilizando os insumos em estoque (couro, enfeite e tecido).

“ EM TERMOS DE RESULTADO FINANCEIRO, NÓS NÃO TIVEMOS NADA. ESSA SEMANA, EU COMECEI A DIVULGAR, E AÍ VENDI PARA ALGUMAS CLIENTES AMIGAS, NO VAREJO. MAS FOI UMA COISA TÃO INTERESSANTE, PORQUE (...) EU ATENDI 6 MULHERES E TODAS QUERIAM A MESMA COISA. É... SÃO RESPOSTAS, NÉ, (...) COMO QUE É FORTE A QUESTÃO DA DIGITAL INFLUENCER, SABE? COMO QUE ELA, ELA REALMENTE... ENTÃO TODO MUNDO QUER CORRENTE, TODO MUNDO QUER CORRENTE.

Entrevistado da moda

Uma fabricante de bijuterias deixou seu estoque finalizado de lado, porque se tratava basicamente de produtos para festas, e investiu numa nova linha de produtos de um modelo cuja procura está em “alta” e tem tido sucesso nessa venda. Também começou a produzir máscaras utilizando insumos de sua fábrica de bijuterias como adornos. Ainda não começou a vender, mas tem boas expectativas e acredita que ainda serão usadas por um bom tempo... As outras duas empresárias também têm investido tempo e esforço em elaborar suas novas coleções.

INTERNET

O uso da internet se intensificou e aprimorou com a crise. A empresária que fabrica joias com o diferencial de sustentabilidade tem atuado no meio digital por um marketing mais discreto (porque acredita que o seu perfil de clientes está mais contido no momento), com presença em

eventos de nicho e Instagram. Todas citam o Instagram e o WhatsApp para contatos com os clientes. Uma falou sobre a criação e divulgação de vídeos pelo WhatsApp, feitos de forma simples por ela mesma, mostrando novos produtos, que foram muito bem recebidos.

Foi citada também a necessidade de criar conteúdo para gerar engajamento e a compra se seguir como uma atitude natural. Interessante

Entrevistado
da moda

“ ESSAS REUNIÕES, QUE EU ESTOU ACHANDO SENSACIONAIS, SABE? ESTOU ACHANDO SUPER PRODUTIVAS. NOSSA, AINDA MAIS EU QUE MORO EM (CIDADE PRÓXIMA A BH). VOCÊ TEM QUE SAIR DAQUI... ÀS VEZES TEM REUNIÃO LÁ NO SINDICATO (...), EU TENHO QUE SAIR DAQUI ÀS 7 DA MANHÃ PRA ESTAR LÁ NA REUNIÃO ÀS 9. É... O RAPAZ MESMO QUE CUIDA DO NOSSO SITE... NO SÁBADO ANTERIOR A ESSE, ELE VEIO, FICOU AQUI COM A GENTE DE 9 ÀS 19:30 DA NOITE. AÍ, SÁBADO AGORA, ELE NÃO CONSEGUIU ENTRAR NA CIDADE, QUE O TRÂNSITO ESTAVA TODO PARADO... ELE VOLTOU ... (...) EU ACHEI EXCELENTE... PORQUE AÍ A GENTE FICOU EM REUNIÃO... AÍ FICOU UM TEMPO O MEU MARIDO COM ELE, OUTRA HORA FOI EU... E A GENTE TRABALHOU SÁBADO... ELE TRABALHOU LÁ DA CASA DELE... A GENTE TRABALHOU AQUI, A GENTE TRABALHOU SÁBADO O DIA INTEIRO E FOI MUITO MAIS PRODUTIVO! ENTÃO... EU ACHO QUE ISSO VEIO PRA FICAR. ESSA É UMA DAS COISAS QUE VIERAM PARA FICAR GRAÇAS A DEUS. ISSO AÍ É UMA GRANDE ECONOMIA... DE ENERGIA, DE TEMPO, DE DINHEIRO, COMBUSTÍVEL... TUDO... NÉ? EU ACHO QUE FOI UMA DAS GRANDES COISAS ESSAS REUNIÕES. EU ACHO QUE ELAS VIERAM PRA FICAR.

uma experiência da empresária fabricante de roupas, que contou que haviam começado a realizar lives com dicas sobre como ser produtivo durante a quarentena, mas, segundo ela, esse assunto não deu “ibope”. Então voltaram a falar sobre roupas e moda e as lives voltaram a ter audiência.

Uma das empreendedoras tem estreitado a proximidade com os clientes pelo Instagram e passou a utilizar a rede social como forma de obter feedback deles em tempo real. Falou sobre o lançamento de uma coleção mais colorida e muitos dos clientes via redes sociais interagiram com a empresa e disseram gostar dos produtos por apresentarem um visual alegre em um momento tão “sem cor” como o atual.

Mas percebe-se, às vezes, desconhecimento sobre funcionamentos dessas ferramentas. Por exemplo, nem sempre o WhatsApp Business é o utilizado e uma das empresárias não sabe postar as fotos no Instagram, precisando que uma colaboradora faça isso para ela. Foi citada, por outra, a preocupação com a contratação de funcionário específico para trabalhar com o marketing e a venda pela internet.

Tem havido um movimento forte para o e-commerce, que é o que tem garantido alguma renda muitas vezes. Por serem indústria, isso requer uma adaptação do negócio, para vendas diretas ao cliente final. Ainda há certa resistência de uma delas por certo comodismo, já que tem vendido bem por outros meios; e outra se recusa por não querer concorrer no varejo com os lojistas. Há uma sensação geral de atraso, mas quase todas reconhecem que precisam se atualizar e evoluir na venda digital seja por segurança neste momento de pandemia, tendência de compra dos consumidores e até por conforto próprio.

MEDIDAS GOVERNAMENTAIS, CRÉDITO FACILITADO E CONTROLE FINANCEIRO

Em geral, as medidas que o governo propiciou são consideradas cruciais. A entrevistada que não chegou a utilizar nenhuma das medidas não precisou por ser uma empresa familiar, ter um controle financeiro muito

aprimorado (sem dívidas) e não ter gasto com aluguel de imóvel para a fábrica.

Todas que possuem empregados deram férias compulsórias e diminuíram jornadas e/ou suspenderam contratos e gostariam de poder contar com mais meses dessas medidas, enquanto a demanda não se recuperar. Essa é considerada por elas a mais vital das medidas disponibilizadas. Três pegaram empréstimos, sendo que duas conseguiram o Pronampe. Duas delas relataram dificuldade para acessar o crédito facilitado e também que ouviram dizer sobre essa adversidade por parte de outros empresários.

Sobre o controle financeiro, todas as empresárias afirmaram que já possuíam um bom controle antes da crise. Assim como no caso dos entrevistados da Construção Civil, isso se justifica pelo perfil das empresas escolhidas para participarem da pesquisa. Apesar disso, três disseram que agora estão precisando analisar com maior frequência e precisão a situação financeira da empresa, e estão inclusive fazendo um treinamento dessa temática do Sebrae.

Da primeira fase da entrevista até a última, vimos um crescente na busca por crédito. Nas demais medidas governamentais, a adesão já era grande desde o início.

FINTECHS

Nenhuma das entrevistadas teve dúvida sobre o que são as fintechs. Porém, quase todas não são clientes e, por isso, não sabem opinar. Uma delas acabou de se tornar cliente do banco Original. Em sua opinião, as fintechs oferecem facilidades, todavia, o contato pessoal com o seu gerente e a possibilidade de ir a uma agência ainda são pontos positivos das agências tradicionais. Os diferenciais das fintechs, ainda segundo ela, seriam menores custos (tarifas menores, cartões sem anuidades etc) e maiores rentabilidades.

INFORMAÇÕES E ORIENTAÇÕES CRÍTICAS

As empresárias entrevistadas avaliam que estão obtendo apoio, orientação e informações suficientes de associações/federações empresariais, cooperativas, sindicatos ou similares. As instituições de referência mais citadas, em termos de onde buscam ou de onde recebem informações e orientações, além do Sebrae, são a FIEMG e o Sindijóias. Ainda foram citadas: ACMinas, IBGM, Sindicato de Calçados e escola Conquer.

Todas as fabricantes de joias ou bijuterias participam do Projeto de Desenvolvimento do Setor de Gemas, Joias e Bijuterias de Belo Horizonte e Região, do Sebrae Minas, sendo que por isso têm recebido atendimento constante e o consideram importante neste momento de crise, tendo citado capacitações em finanças, em marketing digital e e-commerce (foi mencionada a parceria com a Dafiti que o Sebrae está propiciando). Apenas a fabricante de calçados não recebeu atendimento do Sebrae nos últimos meses.

Duas das entrevistadas consideraram a resiliência e a capacidade de adaptação as habilidades mais essenciais atualmente; o conhecimento em marketing digital também foi citado duas vezes. Também foram mencionados: formação de custo, produção mais eficiente e conhecimento da empresa e dos clientes.

EXPECTATIVAS DE RETORNO E RECUPERAÇÃO



ENTÃO AGORA É A
GENTE VER O QUE
QUE VAI FAZER COM
O QUE A GENTE TEM.

Entrevistado
da moda

Quase todas as empresárias demonstram ansiedade pelo retorno do funcionamento das lojas físicas, sua principal clientela. Duas deixaram claro que acreditam que as lojas já deveriam ter reaberto ou que nem deveriam ter sido fechadas, porém frisam a importância de serem tomados todos os cuidados, seguindo os protocolos. Uma acha que dentro de 6 meses será possível retomar. Nenhuma das demais tem expectativa de quando esse retorno acontecerá.

Quanto às expectativas para quando o faturamento e produção devem retornar ao patamar pré-crise, três das entrevistadas acreditam que seria em 2021, sendo que uma delas indicou que deve acontecer apenas no segundo semestre. As outras disseram não ter ideia. Além da incerteza de quando se dará a abertura, existe a incerteza quanto ao comportamento dos clientes e a consciência de que será preciso que primeiro o lojista tenha demanda e consiga faturar para que então invista na renovação de seus produtos. Há uma forte tendência em se acreditar em uma retomada lenta.

A maioria citou maior uso do e-commerce e da atuação no meio digital como algo permanente. Duas mencionaram a maior racionalização da compra como uma tendência de longo prazo. Uma, entretanto, não acredita que haverá uma mudança tão brusca na forma de consumir, principalmente produtos cujo preço não compromete o orçamento, continuando comum a compra por impulso e a procura pelo que está “na moda”.

“

APESAR DA GENTE TER UM PRODUTO DE LUXO, A GENTE ENTENDE QUE, ACABANDO A PANDEMIA, NUM FUTURO MAIS PRA FRENTE, A GENTE ACREDITA QUE O NOSSO PRODUTO TEM UM APELO SUSTENTÁVEL E OS CLIENTES DEVEM SER MAIS CONSCIENTES NESSA HORA DA COMPRA E VÃO PROCURAR POR PRODUTOS QUE NÃO IMPACTAM NA NATUREZA. ENTÃO NOSSA EMPRESA VAI SER MUITO FAVORECIDA COM ESSE TIPO DE ATITUDE QUE JÁ ERA, DESDE O COMEÇO, O CONCEITO DA EMPRESA.”

————— Entrevistado da moda

UMA BOA PRÁTICA DE DESTAQUE

As empresárias entrevistadas da Moda, de modo geral, são exemplos de empresárias que continuaram se reinventando durante o período em que mantivemos contato. São todas inspiradoras. Vale destacar uma ação da fabricante de roupas, que, já em abril, lançou um projeto em que 25% do faturamento foi direcionado como doação para um projeto social. Eles conseguiram impactar 150 famílias de uma comunidade de Belo Horizonte com uma doação de R\$ 10 mil e aumentaram suas vendas no varejo. Ela comentou sobre a tendência de conscientização social por parte dos consumidores.

BOAS PRÁTICAS

”

A GENTE QUERIA AJUDAR ALGUÉM. A GENTE QUERIA FAZER ALGUMA AÇÃO DE DOAÇÃO. SÓ QUE A GENTE TAMBÉM ESTÁ NUMA FASE MUITO DELICADA, ENTÃO A GENTE VINCULOU ISSO A VENDAS, ENTÃO, TIPO ASSIM, SE EU TIVER VENDAS DURANTE ESSE PERÍODO, UMA PARTE DESSAS VENDAS EU VOU ME COMPROMETER EM DOAR. E AÍ DEU CERTO (...)

Perguntamos aos empresários qual boa prática eles gostariam de compartilhar e os “conselhos” mais citados foram: ser resiliente; atuar em cooperativismo e associativismo (compartilhar ideias e participar de grupos é um aprendizado, gera negócios, gera referência e crescimento); valorizar os funcionários (se preocupar com as pessoas de seu time como seres humanos, com a questão emocional de cada um, dando autonomia e estimulando sensação de pertencimento); diminuir desperdícios envolvidos na produção, com enfoque no ambiental (reaproveitando produtos, peças e insumos, incluindo recursos naturais); e, por fim, apoiar e dar preferência por comprar dos pequenos negócios e de negócios nacionais e regionais.

FICHA TÉCNICA

© 2020. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais - SEBRAE/MG

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

É permitida a reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio, desde que divulgada a fonte.

INFORMAÇÕES E CONTATOS

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais - SEBRAE/MG

Unidade de Inteligência Empresarial | Unidade de Indústria, Comércio e Serviços

Av. Barão Homem de Melo, 329, Nova Granada - CEP 30.431-285 - Belo Horizonte - MG.

Telefone: 0800 570 0800 Home:www.sebrae.com.br/minasgerais

SEBRAE/MG

Presidente do Conselho Deliberativo

ROBERTO SIMÕES

Diretor Superintendente

AFONSO MARIA ROCHA

Diretor Técnico

JOÃO CRUZ REIS FILHO

Diretor de Operações

MARDEN MÁRCIO MAGALHÃES

UNIDADE DE INTELIGÊNCIA EMPRESARIAL

Gerente | Felipe Brandão de Melo

Equipe Técnica | Paola La Guardia Zorzin – Coordenação e

Autoria | Jefferson Soares Ferreira – Projeto Gráfico | José

Walter de Lima Mota | Rafael Alves de Oliveira da Cunha |

Lucas Henrique Sobrinho

UNIDADE INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS

Gerente | Márcia Valéria Cota Machado

Equipe Técnica | Jefferson Dias Santos | Juliana Carla

Orsetti Vianna de Freitas | Adrienne Maria Zenobio Franco |

Celia Cristina Fontes

Z88 Zorzin, Paola La Guardia

Pesquisa qualitativa: Pequenos Negócios e o Enfrentamento da Crise do Coronavírus – Relatório Consolidado. / Paola La Guardia Zorzin. - Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2020.

29p.: il.

1. Pesquisa. 2. Pandemia. I. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais. II. Título.

CDU: 338.1:349.243

CRB6:3329 – Elisa Bohm Vaz Dobrilovich



SEBRAE MINAS
Av. Barão Homem de Melo, 329 Nova
Granada / Belo Horizonte - MG
CEP 30431-285