



ANÁLISE DAS ENTREVISTAS DO SEGMENTO DA MODA

Metodologia

Pesquisa qualitativa realizada por intermédio de **entrevistas em profundidade - EP**. Todas à distância, por meio de ferramentas de videoconferência.



Detalhamento dos entrevistadores

Na Paraíba, a pesquisa foi realizada pelos gerentes e analistas técnicos das agências regionais e unidades finalísticas.

Entrevistador	Cargo	Núm. EP
Humara Lopes Martins de Medeiros	Gerente da unid. de Educação Empreendedora	1
Lucio Magno Almeida Wolmer	Gerente das regionais Sousa e Pombal	2
Maria Madalena Arruda de Andrade	Gerente da regional Monteiro	1
Anna Stefania Rodrigues Sousa	Gerente das regionais Patos e Itaporanga	1
Maria Gorete Cirino	Analista da regional de João Pessoa	1
Joao Alberto Miranda Leite	Gerente da regional de Campina Grande	1
Germana Espinola Brito	Analista da unidade de Gestão da Inovação	1



Detalhamento do público alvo

Foram realizadas 8 entrevistas em profundidade com donos de Pequenos Negócios do segmento de Moda da Paraíba.

- 63% dos entrevistados tinham até 5 funcionários antes do dia 13/03/2020.
- 50% têm tempo de atividade superior a 10 anos.
- 63% dos respondentes são microempresa.

Resultados

Principais preocupações dos empresários durante a pandemia:

- Como adaptar a loja a essa nova realidade: implementação do “online”;
- Como honrar compromissos com fornecedores e colaboradores; e
- Quanto tempo a crise irá durar.

Como a crise do Coronavírus impactou a empresa?

Positivamente:

- Canais alternativos e melhorar o relacionamento com o cliente: **“O que senti como primeiro impacto foi a forma de vender, voltar a ser “sacoleira”, uma coisa que vi como impacto essencial foi contatar meus clientes e buscar me aproximar mais.”**
- Implantação das vendas online e Delivery.

Negativamente:

- Redução de faturamento em torno de 80% a 90%;
- Segmento impactado principalmente por trabalhar com produtos não essenciais;

Principais ações tomadas para conter a crise:

- Renegociação de custos fornecedores (principalmente aluguel);
- Fortalecimento das vendas online;
- Criação e campanhas e ofertas com foco nas linhas de produtos que possuem maior giro.

Quais ações não surtiram efeito:

- A venda online não tem surtido efeito significativo; e
- A maioria dos entrevistados ainda está avaliando os efeitos das ações implementadas.

O que mais impacta a sobrevivência do seu negócio neste momento:

- Folha de pessoal, estoque parado, aluguéis e aumento da inadimplência (em algumas regiões ainda trabalham com o “fiado”) foram os principais fatores que impactam na sobrevivência do negócio citados pelos entrevistados.

A empresa tinha reservas financeiras ou outras medidas e recursos para enfrentar uma crise aguda como a atual ou outra em geral?

- 7 dos 8 entrevistados afirmaram ter alguma reserva financeira que está ajudando ao enfrentamento da crise. Entretanto, eles enfatizam que esse quadro pode mudar dependendo da duração da pandemia.

Já buscou (ou pretende) e teve acesso a alguma medida de apoio anunciada pelos governos (federal, estadual e municipal) ou por outras instituições e ou parceiros?

- 7 dos 8 entrevistados já solicitaram ou irão solicitar alguma medida de apoio. Foram citadas: postergação de pagamentos de impostos, redução de salário e jornada de trabalho e a suspensão do contrato com alguns colaboradores.

As entidades de classe, a associação empresarial, cooperativa ou outra desta natureza estão tendo alguma atuação importante durante esse período de crise?

- Apenas 3 dos 8 entrevistados reconhecem a atuação de alguma entidade durante esse período. Foram citadas: CDL e Sebrae.

Como essas entidades poderiam, efetivamente, ajudar em uma crise como essa?

- *“Elas poderiam estar buscando levantar informações de como as empresas estão, se aproximar, mas aqui isso não acontece”;*
- *“Atuando junto as autoridades para flexibilização da abertura do comércio”;*
- *“Promover campanhas permanentes de conscientização do consumidor e campanhas de prêmios, em parceria com a prefeitura e estado”;* e
- *“Incentivando a população a comprar produtos produzidos no país”*

Quais são os principais desafios que uma crise como essa pode oferecer?

- Inovar e sair da zona de conforto;
- Manutenção e sobrevivência da empresa; e
- Repensar o modelo tradicional de vendas e fomentar o modelo online.

Como os pequenos negócios no Brasil poderiam se precaver contra crises como essa?

- Ter reservas financeiras;
- Ter um fluxo de caixa saudável;
- Ter organização e planejamento; e
- Trabalhar em rede com outros empreendedores.

Principal lição ou oportunidade que essa crise lhe apontou com relação à gestão do seu negócio?

- Organização financeira e o investimento no e-commerce foram as principais lições citadas pelos entrevistados: ***“Se organizar na gestão financeira é uma das maiores lições aprendidas, bem como a entrada no E-commerce se mostrou como uma grande oportunidade para os pequenos negócios.”***

