



ANÁLISE DAS ENTREVISTAS DO SEGMENTO DE COMÉRCIO VAREJISTA – 2º ETAPA

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
Anna Stefania Rodrigues Sousa	Gerente das regionais Patos e Itaporanga	1
Heloísa Mirelli Diniz da Conceição Moura	Gerente da regional Araruna	1
João Alberto Miranda Leite	Gerente da regional Campina Grande	1
Talles Vasconcelos Medeiros	Gerente da regional Cajazeiras	1



Detalhamento do público alvo

Foram realizadas 4 entrevistas em profundidade com donos de Pequenos Negócios do segmento de comércio varejista da Paraíba.

- 75% dos entrevistados tinham entre 1 e 5 funcionários antes do dia 13/03/2020.
- 50% têm tempo de atividade superior a 10 anos.
- 75% dos respondentes são microempresa.

Resultados

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? Se você fechou a empresa, considera reabri-la no futuro, no mesmo ramo de atividades ou outro?

- O cliente afirmou que manter as despesas e a receita equilibrada sem demitir funcionário, foram os maiores desafios. Informou que teve que fechar a empresa na primeira semana para que ele pudesse planejar e adotar medidas necessárias para enfrentar a crise.
- As vendas caíram 50%.
- Nosso maior desafio é tentar continuar pagando em dia nossas despesas básicas, custos fixos, como água, energia, aluguel, funcionários, tentando se reinventar diariamente.
- Faturamento não teve queda, porque implementou novos produtos. A produtividade não teve queda.

2. Das principais ações implantadas, citadas na 1ª fase, como você avalia os resultados desde então? Você descontinuou alguma? Realizou ajustes e melhorias na implementação delas? Acredita que tais ações sustentarão seu negócio por mais trinta dias de crise, como ela se apresenta hoje?

- “As ações implantadas na empresa para os clientes: segurança de que o estabelecimento estava apto a continuar em funcionamento, com os devidos cuidados preventivos. Não foi descontinuada nenhuma ação voltada para esses devidos cuidados. De acordo com o empresário, dá pra sustentar por mais 30 dias de crise. Apesar do faturamento ter diminuído, a empresa se apresenta sólida no cenário de crise atual.”
- “Não tive muita opção, esperei as coisas acontecerem. Não tive ações pelo WhatsApp ou de marketing digital não. Foi mais tratando bem e atendendo na loja mesmo.”

- “Continuamos com as ações de Delivery Livro e Kits Infantis, inclusive aperfeiçoamos o delivery e nossas vendas aumentaram, estamos mandando livros para outros municípios, cidades circunvizinhas, os Kits infantis foram aumentados também, estamos fazendo várias promoções, mas não posso dizer se essas ações irão segurar meu negócio por 30 dias, tudo está muito incerto, se meus clientes vão continuar comprando, nossa ideia de continuar lutando até o fim. Nosso E-commerce e App ainda não estão concluídos, mas em breve estará no ar.”
- “Continuou. Sempre está ajustando para criação de novos produtos.”

3. Descreva como o uso da internet, em especial as redes sociais, podem ou já estão transformando seu negócio. Como está sendo essa experiência, em especial quanto a conhecimentos, equipamentos e pessoal necessários? O que pode e deve ser melhorado nesse sentido?

- A maior parte das empresas entrevistadas descrevem algum tipo de ganho com a utilização da internet como canal de vendas;
- Os empresários reconhecem a importância dos canais digitais e que precisam aperfeiçoar a experiência;
- Os empresários reconhecem um tipo de transformação com a experiência e adaptação diante da necessidade.

4. Para enfrentar a crise sua empresa desenvolveu ou está desenvolvendo e/ou oferecendo novos produtos e/ou serviços no mercado? Conte como isso está ocorrendo.

- Empresa investiu em novos equipamentos;
- As empresas reforçaram os cuidados com o atendimento
- Utilização de delivery e adoção de meios de pagamentos digitais.
- Todas as empresas entrevistadas reconhecem que precisaram fazer alterações nos produtos e serviços oferecidos

5. Das questões que mais impactavam o negócio na 1ª fase desta pesquisa, quais soluções você está adotando para enfrentar a crise?

- Os entrevistados relatam sobre as mudanças na forma de relacionamento com utilização massiva das redes sociais e adequações em produtos;
- Os entrevistados admitem buscar auxílios emergenciais oferecidos às empresas pelo governo federal

6. Considerando que você buscou apoio nas medidas anunciadas pelos governos, desde a 1ª fase desta pesquisa, descreva como foi o acesso a elas, se você já as implementou e como avalia a contribuição das mesmas para garantir a sobrevivência do seu negócio. Se você ainda não buscou, considera buscar? Em qual frente da gestão do negócio?

- 50% dos entrevistados recorreram à ajuda do governo federal para auxílio na folha salarial.
- Um dos entrevistados buscou crédito e não obteve êxito;
- Um dos entrevistados afirmou não precisar buscar financiamento bancário.

7. No momento você está obtendo apoio, orientação ou informações de associações ou federações empresariais, cooperativas, sindicatos ou similar? Se sim, quais as instituições mais recorrentes e relevantes?

- 50% dos entrevistados relatam que a única instituição por onde obteve apoio foi o Sebrae.
- Demais entrevistados relatam não ter tido apoio institucional

8. As entidades do Sistema S estão sendo buscadas por você e seus funcionários nesta crise? Quais os principais serviços que vocês acessam? No caso do Sebrae, você demandou atendimento? Em quais temas e como foi a experiência?

- 50% dos entrevistados já receberam algum tipo de consultoria especializada do Sistema Sebrae (Em especial do Sebrae)
- Demais entrevistados não procuraram o Sebrae e reconhecem a necessidade de consultorias em temas como Marketing Digital

9. Comparando seu negócio a outros do mesmo ramo ou região, como você avalia a capacidade dele sobreviver? Quais diferenciais você acredita ser capaz de explorar?

- Os empresários entrevistados demonstram uma forte crença generalizada de que haverá sobrevivência de seus negócios principalmente com a adoção de novas práticas de comércio eletrônico e canais digitais.

10. Durante a crise estão ocorrendo mudanças no seu negócio, que você acredite serão permanentes? Descreva quais e como você imagina que o seu negócio seguirá funcionando?

- “Creio que com o retorno das atividades, aos poucos vai normalizando e o faturamento vai voltar ao normal. No meu caso, a venda pela internet não faz sentido ainda, devido minha clientela que é tradicional. Mas vou ficar atento as mudanças.”
- “Acredito que a principal mudança é o digital, vejo com um caminho sem volta, vamos continuar com a presença digital e aprimorando a cada dia, aumentar nosso mix de produtos como: camisetas com frases e fotos de livros, canecas com frases e fotos de livros, de filósofos, enfim trazer produtos que agreguem ao nosso produto principal que é o livro.”
- Novos produtos. Divulgação em redes sociais. A venda online.

11. Como você avalia os serviços que as 'fintechs'* estão oferecendo para empresas como a sua nesse momento? Quais serviços você mais utiliza? São essenciais para manter o funcionamento do negócio na crise? Se não é cliente de uma 'fintech', considera se tornar?

- 75% das empresas não são clientes/usuárias e creem que poderão utilizar os serviços de fintechs em breve,

12. Para enfrentar esta crise, qual boa prática na sua empresa você gostaria de compartilhar com empresários do país? Descreva-a e, se possível, forneça-nos materiais e dicas para sua divulgação.

- Investir na empresa e explorar o potencial que ela pode alcançar para melhor satisfazer os clientes.
- Ser mais humano e flexível com o cliente. Mesmo diante das crises quem é bem atendido, continua com você e divulga pra outros.
- A boa prática que podemos divulgar é a qualidade de nosso atendimento que é humanizado, tratando sempre as pessoas bem, com dignidade. Vários de nossos clientes vão na livraria para bater papo, pois se sentem em casa.
- Incentivar a criação de novos produtos. Se adaptar às novas tecnologias. Redes sociais, internet e outros.

13. Diante os anúncios de reabertura da economia, você já definiu ações, planos e prioridades para retomar as atividades da sua empresa? Como você avalia que fornecedores e clientes irão se comportar?

- Cada região e cada empresa precisam se adaptar à realidade.
- A economia precisa voltar a funcionar e logo, todos com responsabilidade e os devidos cuidados. Não se mantém um país sem a economia rodar.
- Ainda não planejamos nossa retomada, acredito que nossos fornecedores estejam abertos a negociações mais flexíveis e sabemos que a retomada com nossos clientes será de forma gradativa, havendo necessidade de uma reconquista com parte das empresas para os clientes se sentirem seguros em voltar a consumir.
- “Minha empresa não fechou. Pensando em novas ações para quando a economia retornar. Os clientes ainda precisam se adequar a essa nova realidade.”

14. Você já consegue observar mudanças nos hábitos de consumo e relacionamento de seus clientes? Relate alguns exemplos.

- Todas as empresas entrevistadas reconhecem uma profunda mudança nos hábitos de consumo;
- “Algumas sim, os clientes estão mais seguros nas compras, estão com contenção de gastos devido a crise e esta tendência é de continuar um pouco, mesmo depois da crise.”
- “Sim, os clientes já estão adaptados a comprar online.”