

Retomada pós-Covid-19: como as PMEs estão projetando 2021?



Desafios, inovação e flexibilidade: como as PMEs estão se adaptando para os novos cenários de 2021?

Como as pequenas e médias empresas estão reajustando planos e adaptando seus modelos de operação e negócios ante a lentidão da retomada pós-Covid-19?

Em novembro de 2020, a Serasa Experian realizou uma primeira onda de pesquisa quantitativa em todo o Brasil a fim de identificar desafios, oportunidades e mudanças de comportamento entre as empresas brasileiras, tendo em vista um cenário de melhora no quadro da pandemia.

Com o atraso na vacinação e a nova onda de infecções no início de 2021, quais foram as

principais estratégias adotadas pelas PMEs para se adaptar às novas projeções de isolamento social e ao fechamento de comércio, entre outros setores que dependem majoritariamente de atividades presenciais?

Buscamos responder essas e outras perguntas em uma atualização da pesquisa, desta vez entrevistando 508 empresas de diversos segmentos e em todo o Brasil, entre os dias 8 e 23 de fevereiro deste ano.

Novo cenário, novas resoluções:

- Assim como em 2020, 90% das empresas continuam a enxergar novas oportunidades durante a pandemia.
- Das entrevistadas, 75% foram impactadas pela pandemia, e para 64% delas esses impactos foram mais negativos do que positivos ou neutros.
- As frentes de Finanças e Comercial continuam a ser as mais impactadas (54% e 50%, respectivamente), mantendo os desafios de reduzir despesas e lidar com quedas nas vendas.
- 18% do grupo abordado acredita que a retomada levará mais de um ano para ocorrer.
- 83,1% pretendem continuar a aposta no ambiente digital para realizar seus negócios mesmo quando este cenário acabar.
- Das 508 entrevistadas, 55% declararam que a expectativa é de 'retomar e expandir' os negócios.



Como as PMEs lutam para superar desafios em 2021

Embora haja pouca variação na percepção de impactos gerados pela pandemia, a nova onda da pesquisa traz algumas novidades como a evolução das vendas online. Se em 2020 elas eram vistas como oportunidade de penetração perante o público consumidor, em 2021 as empresas entendem que a experiência de vender por sites e redes sociais fez com que atingissem públicos diferentes daqueles com os quais já se relacionavam. Também crescem desafios em tecnologia para prevenir fraudes e inadimplência e cuidar da segurança cibernética.

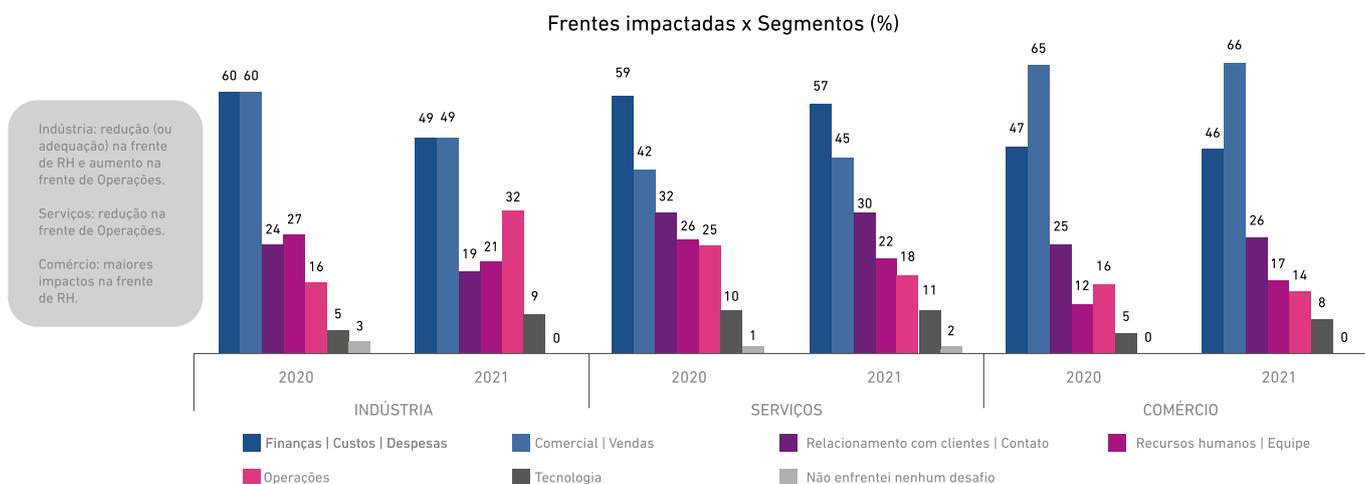
Segmento: Indústria adéqua Operações, enquanto Comércio vê impacto em RH

A Indústria registra uma maior adaptação em relação às Operações, dobrando o percentual das respondentes que registram essa necessidade de adequação:

2020 – 16%
2021 – 32%

Já o Comércio vê aumento do impacto em Recursos Humanos:

2020 – 12%
2021 – 17%



Regiões: Sul sente maiores impactos

Entre as regiões do país, as empresas localizadas no Sul sentem maiores impactos negativos em relação ao ano passado:

2020 – 66%
2021 – 74%

Também na região Sul, uma diferença de perfil registrada é a queda da participação de empresas do ramo de construção civil em 2021 entre as que mais sentiram impactos negativos.

B2B x B2C: poucas alterações

As empresas que vendem ou prestam serviços diretamente para os consumidores (B2C) continuam a registrar impactos negativos apesar da queda de um ponto percentual:

2020 – 68%
2021 – 67%

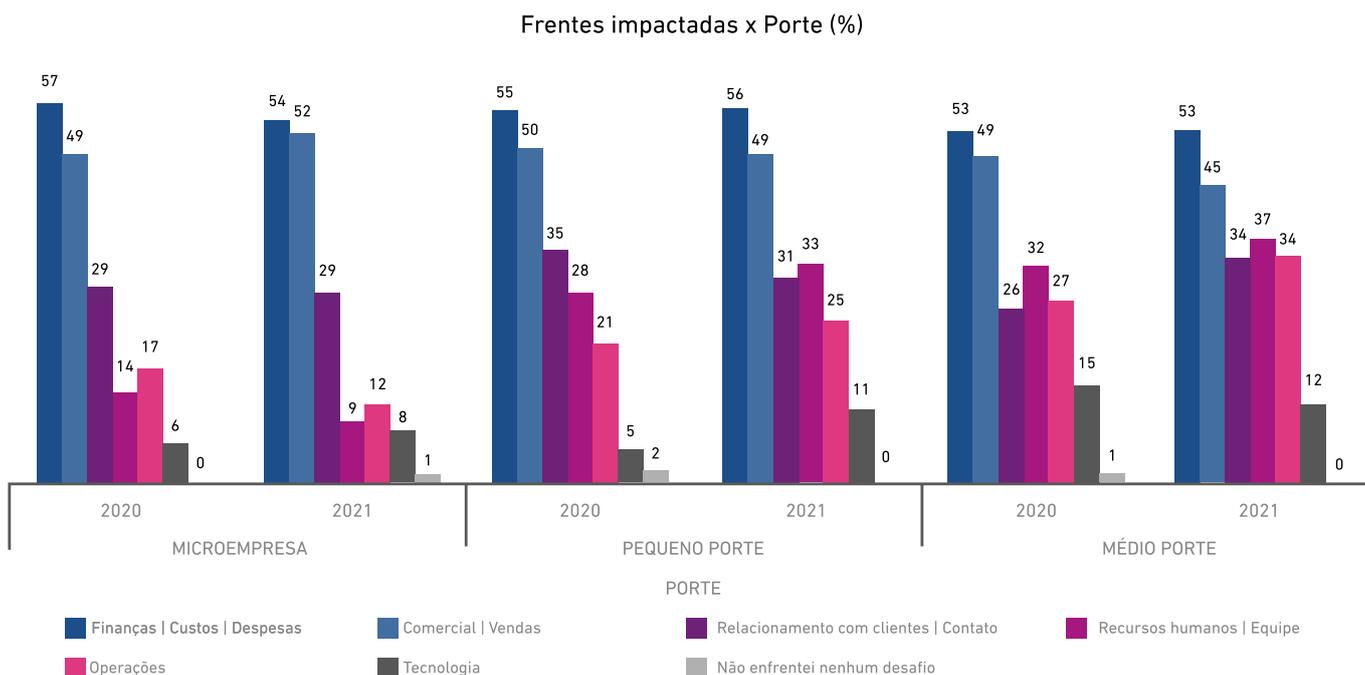
Já entre as companhias que têm outras empresas como clientes (B2B), apesar de se destacarem pelo percentual de impactos que consideram positivos, como a oportunidade de rever contratos e o aumento de vendas online (26%), cresce a quantidade de respondentes que perceberam impactos negativos:

2020 – 65%
2021 – 68%



Porte: pequenas e médias registram maiores mudanças

Em relação ao porte, as pequenas empresas reduzem impacto na frente de Relacionamento com Clientes e sentem aumento em Operações, Recursos Humanos e Tecnologia; enquanto as de médio porte registram aumentos mais significativos em Relacionamento, RH e Operações. Entre as microempresas, poucas alterações na comparação com 2020, com exceção da frente de Operações.



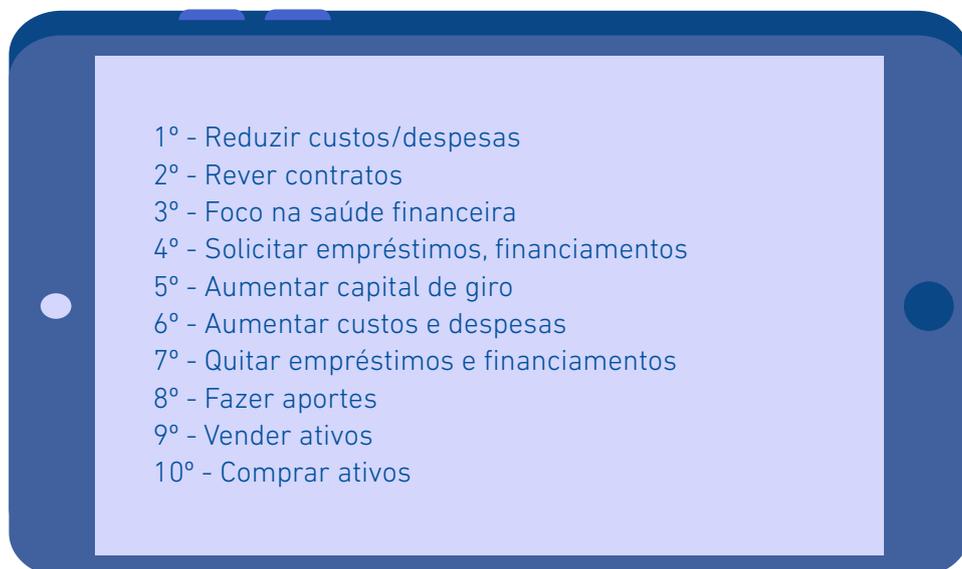
Em 2021, mantém-se o quadro de frentes que sofreram maiores impactos com a pandemia:

As frentes Financeira e Comercial mantêm a dianteira entre as que mais sofreram impactos, com leve crescimento em Tecnologia.

- Finanças, Custos e Despesas: 54%
- Comercial e Vendas: 50%
- Relacionamento ou Contato com Cliente: 30%
- Recursos Humanos e Equipe: 21%
- Operações: 19%
- Tecnologia: 10%
- Nenhuma frente: 1%

\$ Finanças, Custos e Despesas

Dentro desta frente, os grandes desafios apontados foram:

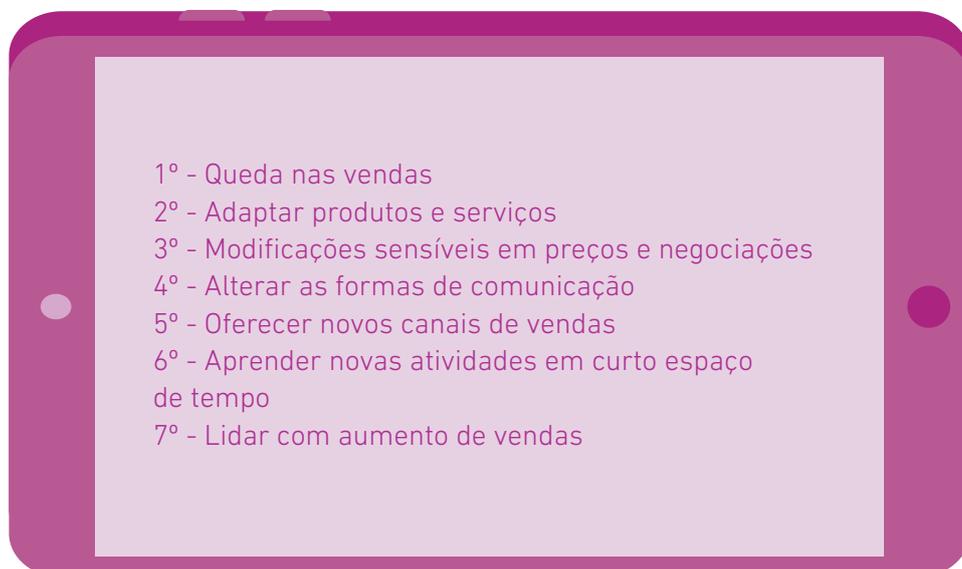


Analisando as duas frentes mais impactadas, notamos poucas mudanças em “Finanças”, com a manutenção do desafio de reduzir custos.

📈 Comercial e Vendas

Aqui, aumenta o impacto sobre preços, formas de comunicação e novos canais de vendas, puxados por pequenas empresas e de perfil B2C.

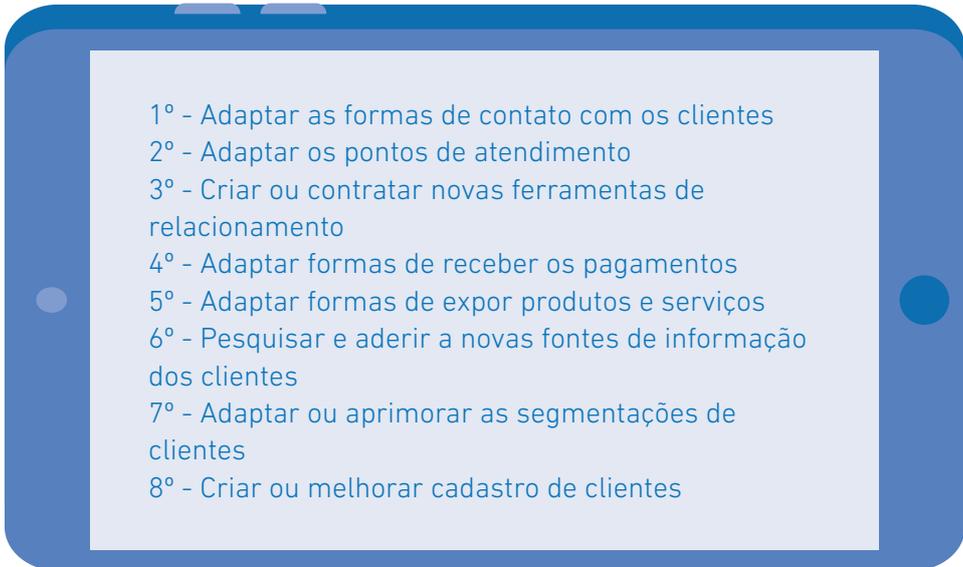
A ordem dos desafios é:



Relacionamento ou Contato com Cliente

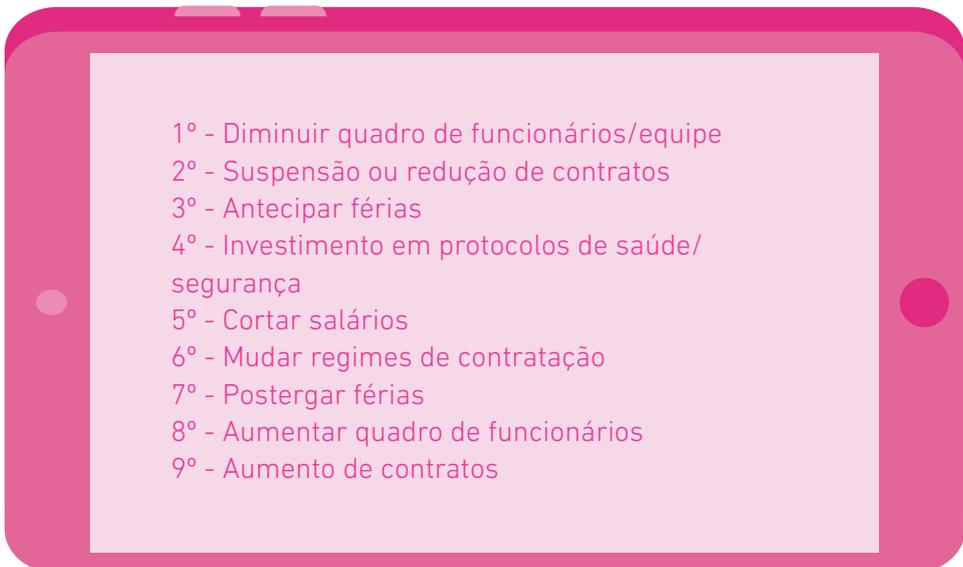
Há uma adequação aos desafios da venda como atendimento e formas de pagamento. Cresce sutilmente a necessidade de expor produtos e segmentar.

Principais desafios:

- 
- 1º - Adaptar as formas de contato com os clientes
 - 2º - Adaptar os pontos de atendimento
 - 3º - Criar ou contratar novas ferramentas de relacionamento
 - 4º - Adaptar formas de receber os pagamentos
 - 5º - Adaptar formas de expor produtos e serviços
 - 6º - Pesquisar e aderir a novas fontes de informação dos clientes
 - 7º - Adaptar ou aprimorar as segmentações de clientes
 - 8º - Criar ou melhorar cadastro de clientes

Recursos Humanos e Equipe

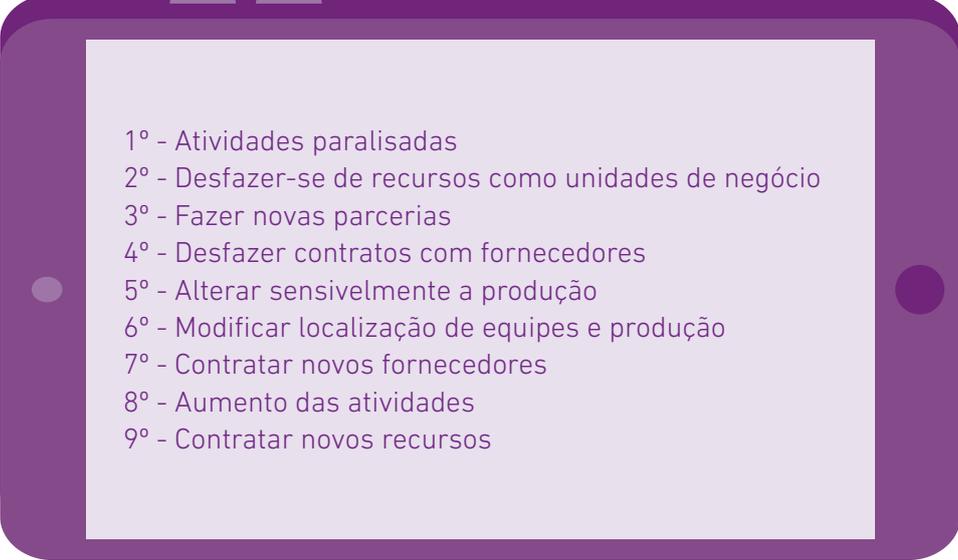
Sem alterações na ordem de prioridade:

- 
- 1º - Diminuir quadro de funcionários/equipe
 - 2º - Suspensão ou redução de contratos
 - 3º - Antecipar férias
 - 4º - Investimento em protocolos de saúde/segurança
 - 5º - Cortar salários
 - 6º - Mudar regimes de contratação
 - 7º - Postergar férias
 - 8º - Aumentar quadro de funcionários
 - 9º - Aumento de contratos

Operações

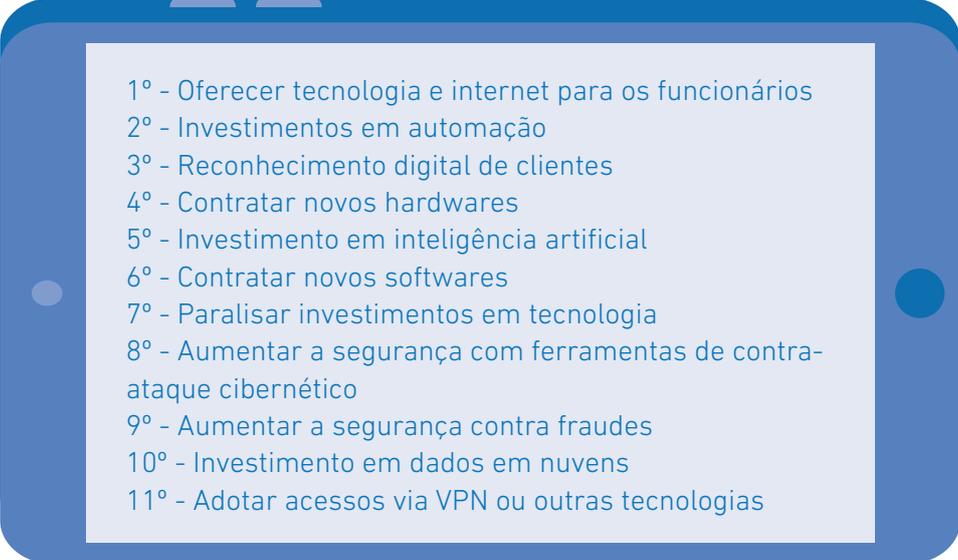
Há menor ênfase em se desfazer de recursos, rever contratos e modificar ou adaptar locais. Cresce sutilmente a necessidade de aumentar atividades (de forma geral).

Ordem de enfrentamentos, segundo as empresas:

- 
- 1º - Atividades paralisadas
 - 2º - Desfazer-se de recursos como unidades de negócio
 - 3º - Fazer novas parcerias
 - 4º - Desfazer contratos com fornecedores
 - 5º - Alterar sensivelmente a produção
 - 6º - Modificar localização de equipes e produção
 - 7º - Contratar novos fornecedores
 - 8º - Aumento das atividades
 - 9º - Contratar novos recursos

Tecnologia

Com a evolução de modalidades de trabalho e atendimento remoto, surgem novos desafios como contratação de novos softwares e investimento em segurança e uso de dados em nuvem:

- 
- 1º - Oferecer tecnologia e internet para os funcionários
 - 2º - Investimentos em automação
 - 3º - Reconhecimento digital de clientes
 - 4º - Contratar novos hardwares
 - 5º - Investimento em inteligência artificial
 - 6º - Contratar novos softwares
 - 7º - Paralisar investimentos em tecnologia
 - 8º - Aumentar a segurança com ferramentas de contra-ataque cibernético
 - 9º - Aumentar a segurança contra fraudes
 - 10º - Investimento em dados em nuvens
 - 11º - Adotar acessos via VPN ou outras tecnologias

Cortes que tiveram que fazer ou fariam com prioridade

A ordem de prioridade dos cortes não se altera em relação a 2020, com pequena elevação no percentual de quem não fez ou não pretende fazer cortes, influenciado pelas microempresas, assim como em 2020:



Cortar pessoas:

2020 – 49%
2021 – 48%



Fornecedores:

2020 – 46%
2021 – 45%



Benefícios:

2020 – 44%
2021 – 42%



**Aluguéis/
Imóveis:**

2020 – 38%
2021 – 39%



Tecnologia:

2020 – 32%
2021 – 33%



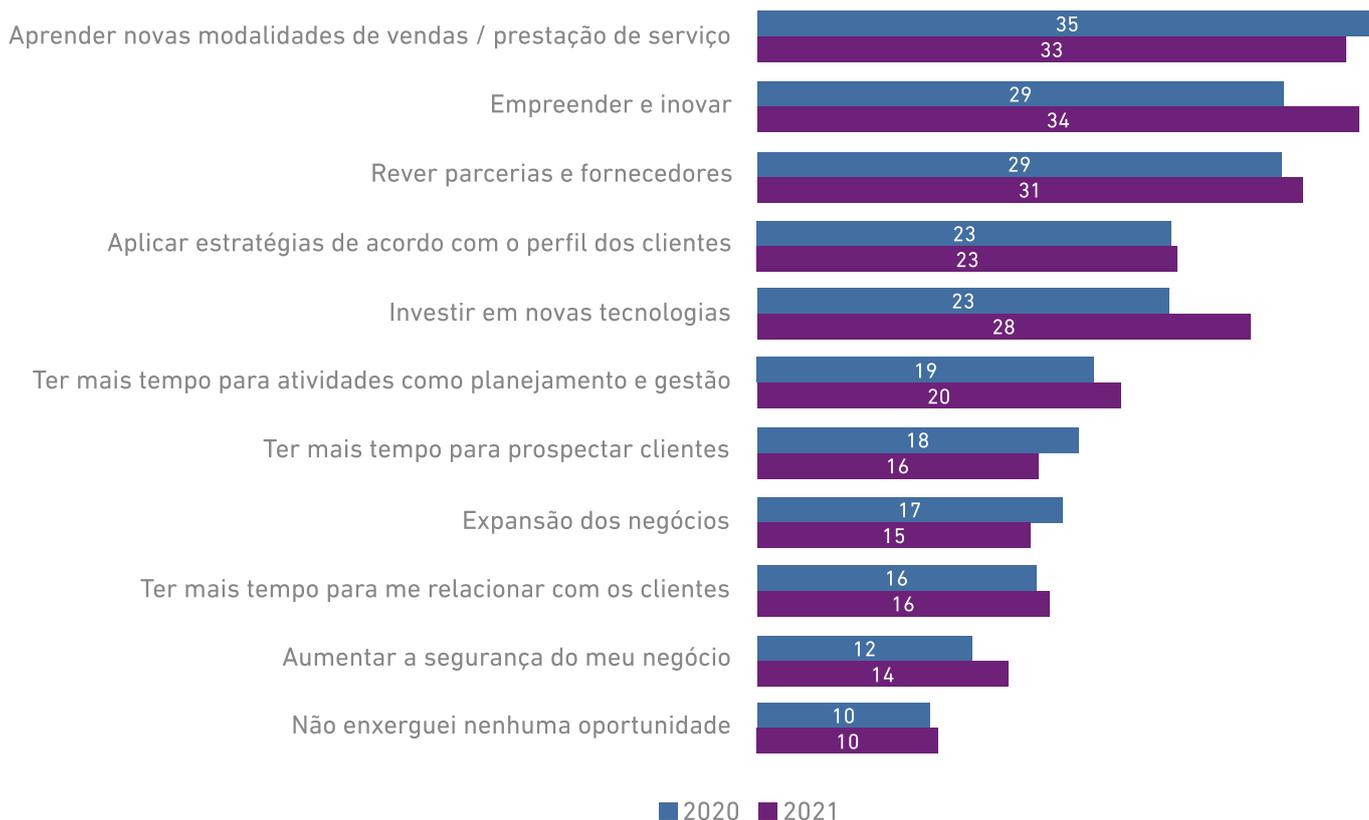
**Não fez e
não pretende
fazer cortes:**

2020 – 30%
2021 – 34%



90% das empresas enxergaram oportunidades em meio à pandemia

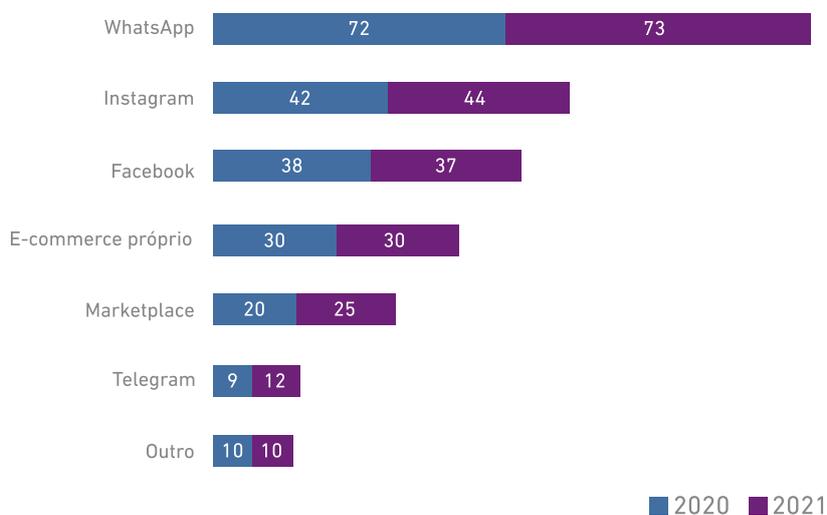
Assim como em 2020, 90% das empresas declaram ter descoberto oportunidades durante a pandemia. A resposta “Empreender e inovar” cresce de 29% para 34% e o “Investimento em novas tecnologias” sobe de 23% para 28%.



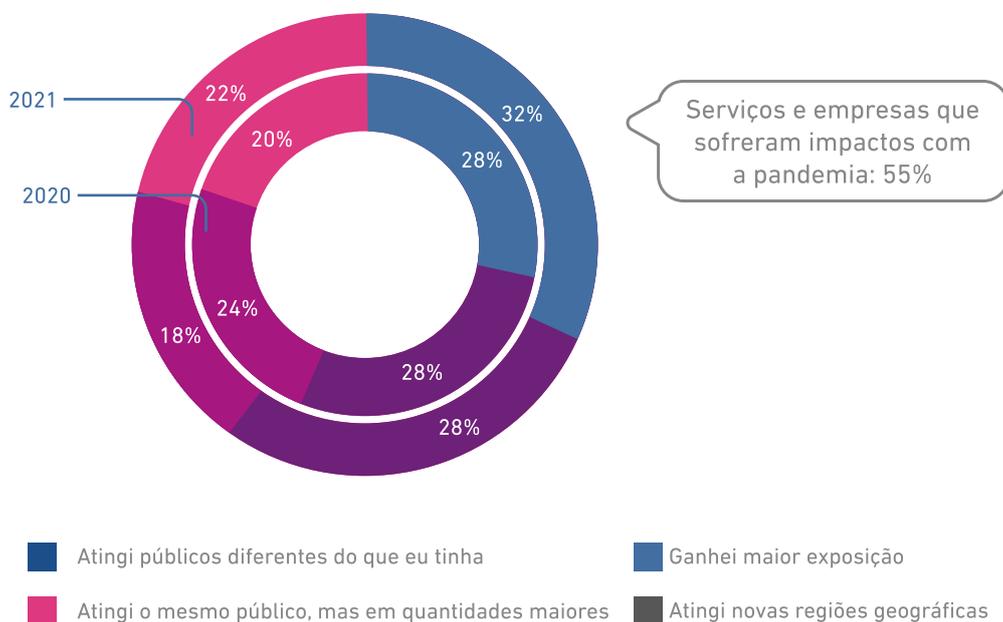
Canais de vendas online: relacionamento com novos públicos

Quase não há mudanças entre a pesquisa de 2020 e a de 2021 em relação aos canais utilizados para venda. Mas aumenta a percepção de que as vendas online atingem novos públicos.

Meios pelos quais fazem as vendas (%)



Em quais aspectos vender online ajudou seu negócio (%)



Inadimplência entre as empresas: impostos e empréstimos à frente

A inadimplência continua a ser uma preocupação em crescimento. Das entrevistadas, 22% declaram ter ficado inadimplentes por conta da pandemia. Em relação à natureza da inadimplência, cresce a participação de impostos e tributos, além de empréstimos e financiamentos:

Impostos e Tributos:

2020 – 38%

2021 – 45%

Empréstimos e Financiamentos:

2020 – 34%

2021 – 38%

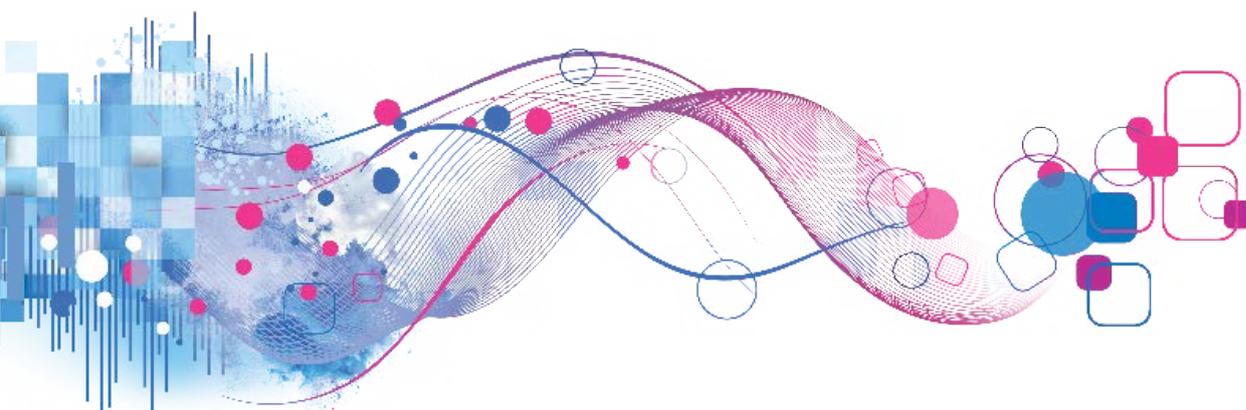
O que diz nosso especialista:

O Economista da Serasa Experian, Luiz Rabi, reforça que o crédito é o motor da economia e fundamental para a retomada de todos os setores, porém explica que é preciso muita cautela e planejamento:

“As empresas de menor porte têm acesso a ofertas destinadas especificamente a elas e puderam aproveitar uma série de incentivos durante a pandemia para recorrer a valores, além do período de baixa histórica da taxa de juros. Porém, é preciso que os empreendedores voltem a ter como prioridade o cuidado com a saúde financeira para manter o fluxo de caixa em dia e evitar cair na inadimplência”.

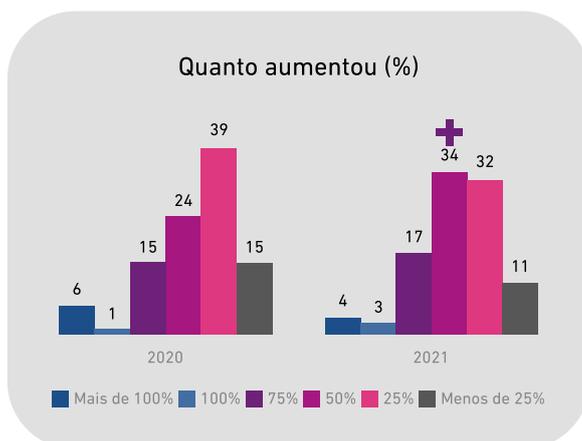
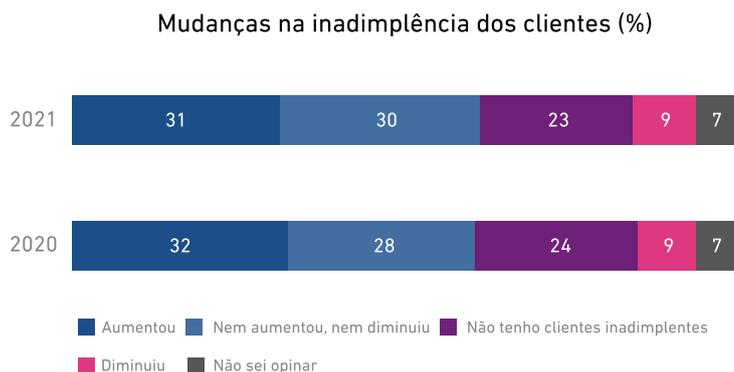


Luiz Rabi, Economista



Inadimplência dos clientes

Entre 2020 e 2021 cresce o número de empresas que registraram aumento de 50% na base de clientes inadimplentes:



Cobrança: como as empresas estão recuperando dívidas?

A cobrança é um desafio que se mantém no cenário de 2021. Empresas de todos os portes passaram a cobrar mais, utilizando desde os métodos tradicionais como carta e telefonema ao protesto de dívidas em cartórios e contratação de birôs de crédito.

Microempresas: há aumento da cobrança pessoal e por cartório de protestos e queda na quantidade de empresas que não utilizam nenhum método de cobrança.

Pequenas: maior uso de escritórios de cobrança.

Médias: além de usar birôs de crédito, aumentam as que protestam títulos em cartórios.

O que diz nossa especialista:

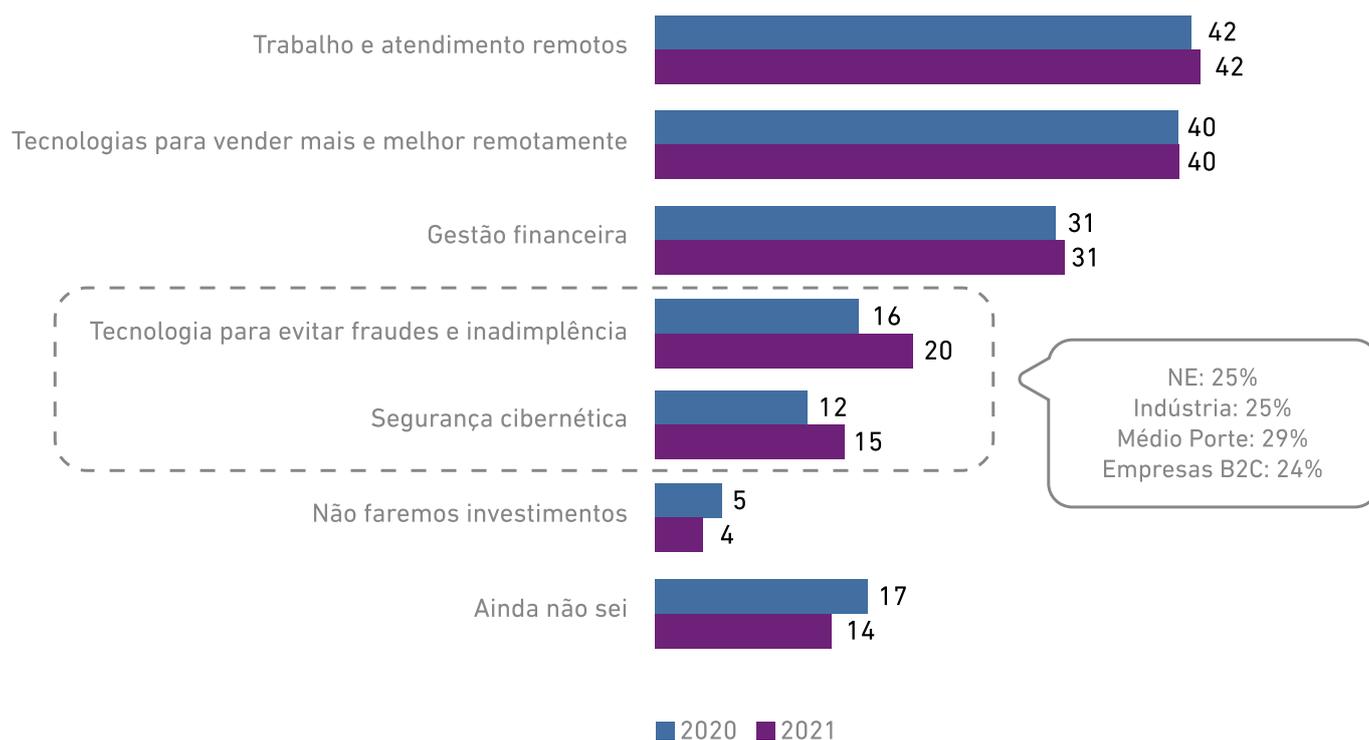


Para Patricia Iyama, Diretora de Soluções de Cobrança da Serasa Experian, as PMEs precisam entender que usar a inteligência dos dados, abordagem multicanal e conhecimento aprofundado da carteira pode acelerar muito a recuperação de dívidas:

“As boas práticas de cobrança começam antes que exista a inadimplência e, para isso, diferentes áreas da companhia devem atuar em conjunto para conhecer profundamente a carteira de clientes. Hoje já existem soluções que utilizam algoritmos com inteligência artificial que combinam estratégias de negócios e preferências de contato dos clientes, personalizando o processo de cobrança e reduzindo os riscos. E, ao contrário do que muitos podem pensar, esse não é um investimento alto diante dos benefícios e resultados que podem ser adquiridos”.

Patricia Iyama, Diretora de Soluções de Cobrança

Em quais opções sua empresa deve investir na pós-pandemia (%)



Este aumento é destacado pelas empresas da região Nordeste (25%), do segmento industrial (25%), de médio porte (29%) e perfil B2C (24%).

O que diz nosso especialista:



O Vice-Presidente de Pequenas e Médias Empresas e Identidade Digital da Serasa Experian, Cleber Genero, conta que a aceleração dos processos digitais para venda e prospecção pode ter pegado alguns empreendedores de surpresa, mas que boa parte deles souberam buscar recursos para manter o negócio funcionando:

“O brasileiro é naturalmente um apaixonado por tecnologia, mas vimos que muitas pequenas empresas precisaram incorporar totalmente o ambiente digital em pouco tempo. No início, esta adoção pode ter sido feita de forma improvisada, mas os negócios têm necessidades distintas e muitos conseguiram encontrar as ferramentas que melhor funcionassem para seu produto, público e região. Hoje o mercado também já entendeu essa necessidade das empresas de menor porte e oferece soluções direcionadas para este segmento, o que vai facilitar cada vez mais a adesão e digitalização”.

Cleber Genero, Vice-Presidente de PMEs e Identidade Digital

Otimismo persiste: mais da metade acredita na retomada e expansão de negócios

Apesar de conviverem há mais de um ano com os efeitos da pandemia, mais da metade das empresas respondentes acreditam na retomada e expansão da atividade econômica.

- Dos 508 entrevistados, 55% declararam que a expectativa é de 'retomar e expandir' os negócios.
- Para 26% a retomada já teve início.

Perfil das empresas entrevistadas:

Foram entrevistados 508 representantes de empresas de até médio porte em todo o Brasil.

Porte



Médias: 20%



Pequenas: 26%



Microempresas: 54%

Segmentos de atuação



Serviços:

Microempresas – 58%
Pequenas – 24%
Médias – 18%



Comércio:

Microempresas – 64%
Pequenas – 20%
Médias – 16%



Indústria:

Microempresas – 25%
Pequenas – 41%
Médias – 34%



Outros:

Microempresas – 54%
Pequenas – 24%
Médias – 22%

Regiões do Brasil



Sudeste: 51%



Nordeste: 18%



Sul: 17%



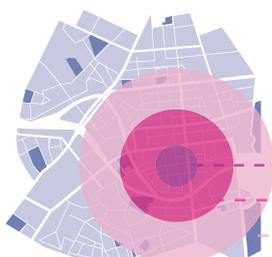
Norte



Centro-Oeste

14%

Desse total, também destacamos a divisão entre capitais, regiões metropolitanas e interior dos estados:



56%: Capitais

21%: Regiões Metropolitanas

23%: Interior dos Estados



PME na Serasa Experian

Utilizando o poder dos dados para trazer mais assertividade e segurança na tomada de decisão dos negócios, a Serasa Experian possui uma área voltada exclusivamente para atender as necessidades das micro, pequenas e médias empresas brasileiras. São soluções adequadas para quem precisa crescer a carteira de clientes, proteger o negócio, monitorar clientes e fornecedores e recuperar dívidas. Além disso, a área promove uma série de conteúdos e webinars gratuitos, auxiliando os empresários a encontrarem oportunidades e a enfrentarem os desafios do mercado.

Para mais informações, visite www.serasaexperian.com.br.





Serasa Experian

A Serasa Experian é líder na América Latina em serviços de informações para apoio na tomada de decisões das empresas. No Brasil, é sinônimo de solução para todas as etapas do ciclo de negócios, desde a prospecção até a cobrança, oferecendo às organizações as melhores ferramentas. Com profundo conhecimento do mercado brasileiro, conjuga a força e a tradição do nome Serasa com a liderança mundial da Experian. Criada em 1968, uniu-se à Experian Company em 2007. Responde on-line/real-time a 6 milhões de consultas por dia, auxiliando 500 mil clientes diretos e indiretos a tomar a melhor decisão em qualquer etapa de negócio.

Constantemente orientada para soluções inovadoras, a Serasa Experian vem contribuindo para a transformação do mercado de soluções de informação, com a incorporação contínua dos mais avançados recursos de inteligência e tecnologia.

Para mais informações, visite www.serasaexperian.com.br

Experian

A Experian é líder mundial em serviços de informação. Nos grandes momentos da vida – desde comprar um carro, passando por mandar seu filho para a faculdade, até a crescer o negócio se conectando com novos clientes – nós empoderamos consumidores e empresas a gerenciarem seus dados com confiança. Nós ajudamos as pessoas a tomarem o controle de suas vidas e acessarem serviços financeiros, os negócios a tomarem decisões mais inteligentes e prosperarem, os credores a emprestarem de forma mais responsável e as organizações a prevenirem fraude de identidade e crime.

Empregamos cerca de 17.500 pessoas em 44 países e a cada dia estamos investindo em novas tecnologias, profissionais talentosos e inovação para ajudar todos os clientes a maximizarem cada oportunidade. A Experian plc está listada na Bolsa de Valores de Londres (EXPN) e compõe o índice FTSE 100.

Saiba mais em www.experianplc.com ou visite o nosso hub de conteúdo global para as últimas notícias sobre a empresa.