

Pesquisa



Retomada Pós-Covid-19: otimismo com avanço da vacinação impulsiona vendas de fim de ano



Otimismo marca novo momento das PMEs no caminho da retomada econômica

No Brasil, 2021 ficou marcado pela velocidade alcançada pela vacinação a partir do final do primeiro semestre. Até o início de dezembro, cerca de 58,9% da população já havia completado o esquema de imunização, algo equivalente a 64,27% da população. Em alguns estados como São Paulo, este índice já se aproxima dos 100%.

À medida que as restrições de funcionamento do comércio, da indústria e de serviços vão sendo flexibilizadas, o apetite pela retomada econômica cresce e gera alguns questionamentos: como as pequenas e médias empresas estão se preparando para as oportunidades de negócios trazidas pelas comemorações de final de ano? Quais são os atuais desafios e as oportunidades neste cenário?

É o que a Serasa Experian foi descobrir com a 4ª onda da pesquisa Retomada PME, realizada em setembro de 2021 com 551 representantes de empresas de portes e segmentos diversos. Dos aprendizados adquiridos com a experiência de quase dois anos testando desde os novos modelos de gestão, produção e renda aos atuais formatos de relacionamento com o consumidor, a tendência é de otimismo.

Confira nossas principais descobertas:

O que já mudou:

- Para 61% das empresas, houve uma migração de impactos negativos para positivos ao longo da pandemia.
- Essa avaliação positiva pode estar ligada ao aprendizado nas vendas online: para 39% das empresas, as vendas online já representam 50% ou mais do total.
- Mais de 59% das empresas acreditam que as vendas do último trimestre serão melhores que em 2020.
- Cresce a contratação de ferramentas e consultorias de prospecção de clientes, especialmente no segmento de Serviços.
- Houve uma redução nos cortes, indicando uma estabilização dos negócios.
- As empresas estão otimistas com as vendas do final do ano: 65% acreditam que o Natal de 2021 será melhor que o de 2020.
- 48% das entrevistadas já fizeram ou farão contratações para o final do ano.
- 82% afirmam que manterão ou acreditam que manterão essas novas contratações em 2022.



Confira a evolução, em três momentos anteriores, das percepções das PMEs sobre a retomada econômica ao longo de 2020 e 2021:



Um ano depois: quais são os aprendizados e as expectativas das pequenas e médias empresas para a retomada econômica?

CONFIRA!



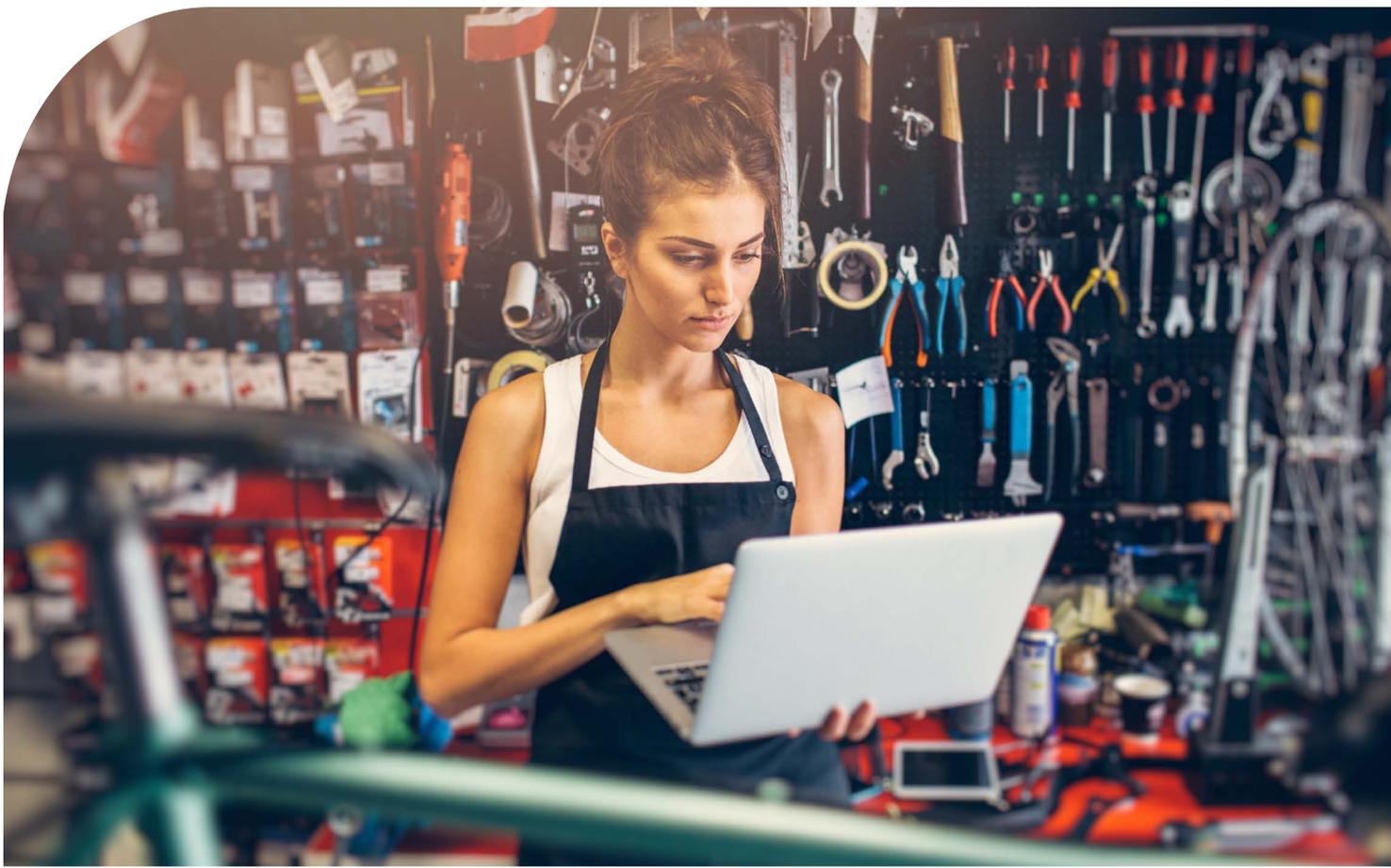
Retomada econômica: como as pequenas e médias empresas estão se adaptando aos novos cenários da pandemia?

CONFIRA!



Retomada Pós-Covid-19: entenda os desafios e as oportunidades atuais para as PMEs

CONFIRA!



Perfil das empresas entrevistadas

Porte



Microempresas: 57%



Pequenas: 26%



Médias: 18%

Segmentos de atuação



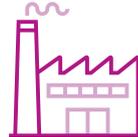
Serviços:
53%



Comércio
Varejista:
22%



Outros:
8%



Indústria:
11%



Comércio
Atacadista:
7%

Regiões do Brasil



Sudeste: 47%



Nordeste: 24%



Sul: 15%



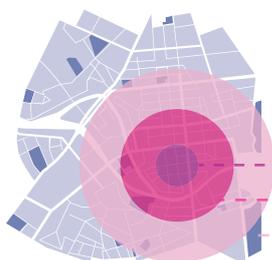
Norte



Centro-Oeste

14%

Em relação à divisão entre capitais, regiões metropolitanas e interior dos estados, os respondentes da pesquisa dividem-se em:



56%: Capitais

20%: Regiões Metropolitanas

24%: Interior dos Estados

Boas notícias: expectativas de vendas para os últimos meses de 2021

O otimismo nas respostas reflete-se na esperança de vender mais nas datas estratégicas dos últimos meses do ano.



Para a Black Friday, as respondentes da pesquisa afirmaram que:

- 59% esperavam vender mais do que em 2020.
- 33% acreditavam que venderiam o mesmo que no último ano.
- 8% achavam que o desempenho seria pior do que no ano passado.

No Natal, as expectativas são:

- 65% esperam um desempenho em vendas melhor do que em 2020.
- 28% acreditam que venderão o mesmo que no último ano.
- 7% esperam vender menos que no ano passado.



O período após o Natal também foi investigado:

- Para 61% as vendas serão melhores que em 2020.
- 32% esperam vender tanto quanto no último ano.
- 7% têm visão pessimista: acreditam que venderão menos que no ano passado.

O que diz nosso especialista:

“Com o avanço da vacinação e as pessoas voltando a circular com maior frequência, os empresários estão resgatando certa confiança e, de fato, precisam apostar no aumento das vendas, especialmente mirando as oportunidades trazidas pela Black Friday e pelo próprio período de fim de ano, como o Natal. Teremos nos próximos meses um bom termômetro para avaliar com mais eficiência a retomada das empresas de menor porte em 2022”.



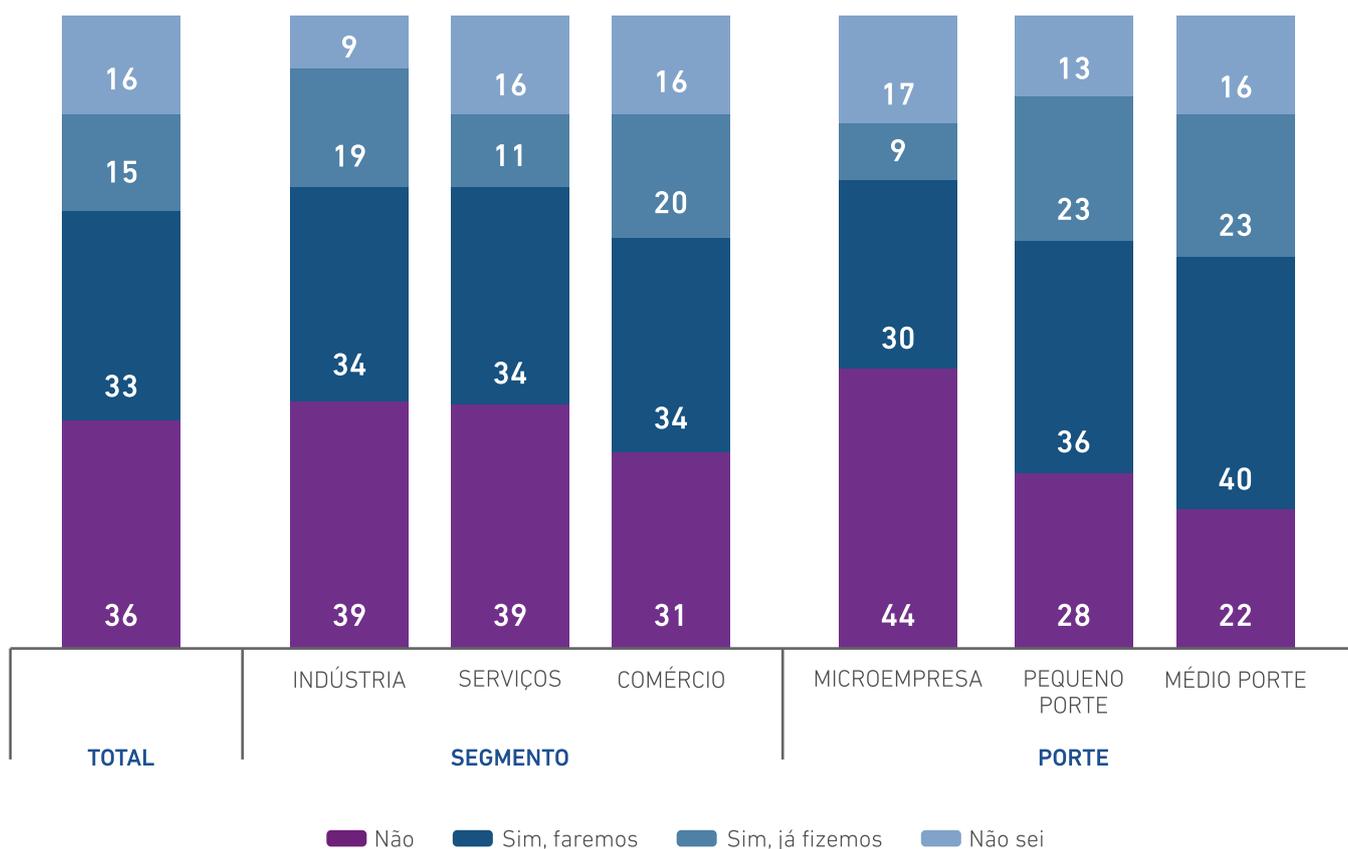
Cleber Genero
Vice-Presidente de PMEs e e Identidade Digital da Serasa Experian

Otimismo se reflete na contratação de profissionais

Quase a metade das empresas entrevistadas farão ou já fizeram contratações para as vendas do último trimestre. Empresas de pequeno e médio porte da Indústria e do Comércio lideram esse movimento:

- 40% afirmam com certeza que manterão as contratações após o período.
- 42% dizem que também manterão.
- 15% não sabem.
- Apenas 3% afirmam que não continuarão com essas novas contratações.

Pretende fazer contratações pensando nas vendas do último trimestre de 2021? (%)



Com a palavra, nosso especialista:



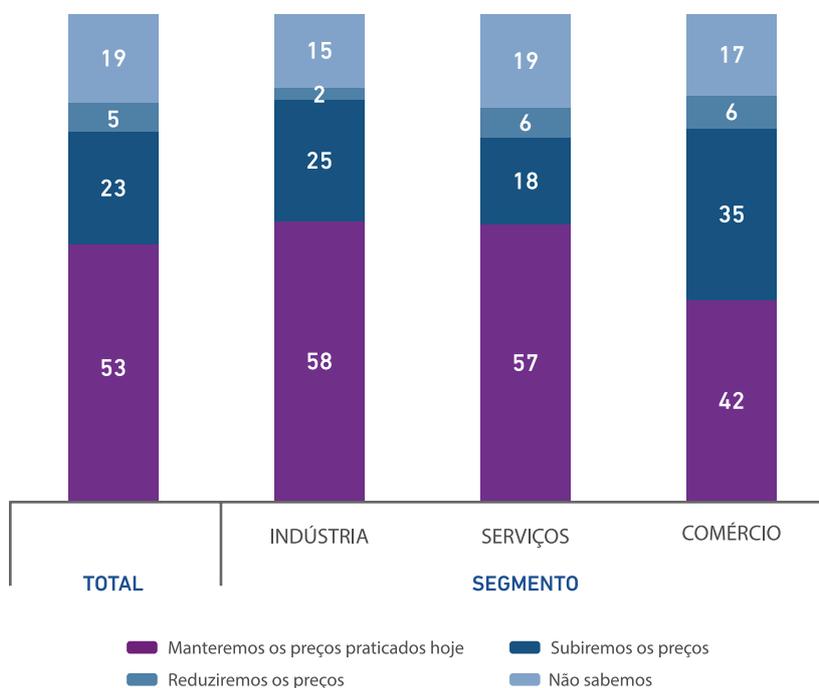
“O clima de insegurança que os empresários vivenciaram há pouco tempo fez com que tivessem cautela e segurassem as contratações. Neste momento, com o avanço da vacinação diminuindo cada vez mais as chances de novos lockdowns, já é possível fazer planos, por isso as empresas estão com grandes expectativas e investindo no crescimento de seus negócios. Após um longo período de incerteza, elas já estão voltando a planejar a curto, médio e longo prazo, e isso é essencial para manter as atividades”.

Luiz Rabi, Economista-Chefe da Serasa Experian

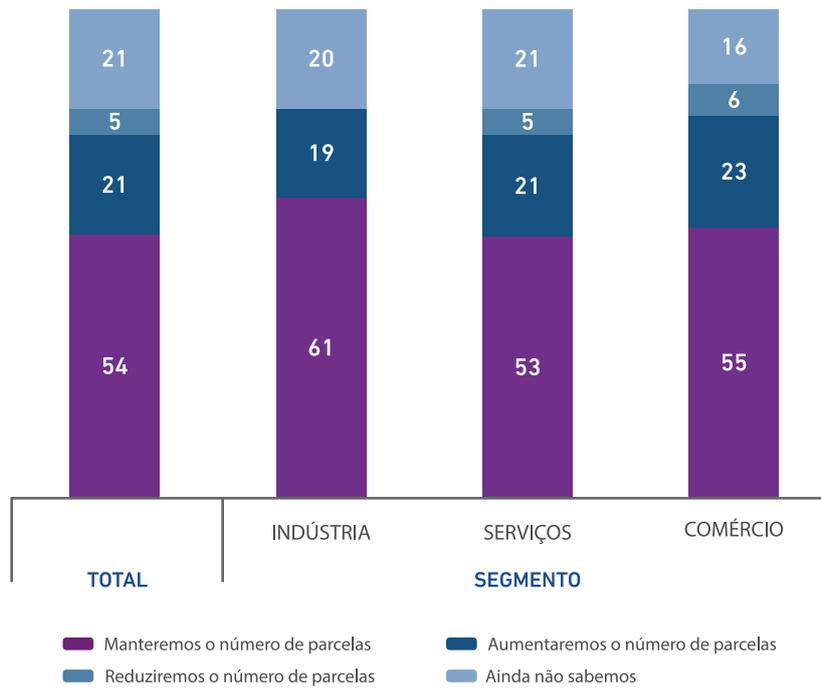
Vendas do final do ano: preços, parcelamento e crédito

A maioria das entrevistadas pretende manter os preços, exceto o Comércio, que já prevê um aumento. Da mesma forma, a maioria também prevê manter o número de parcelas ou aumentá-lo, em especial a Indústria. Já o Comércio é o segmento que mais buscará crédito, ao contrário das microempresas.

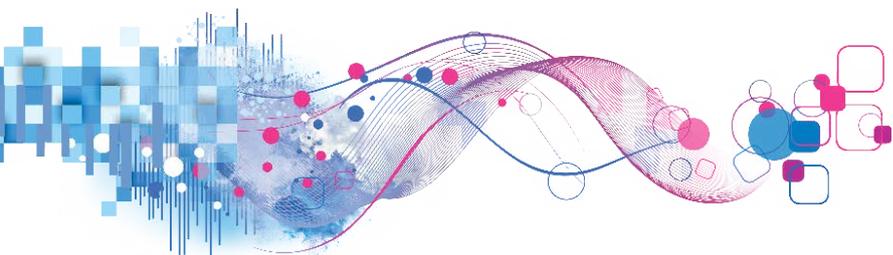
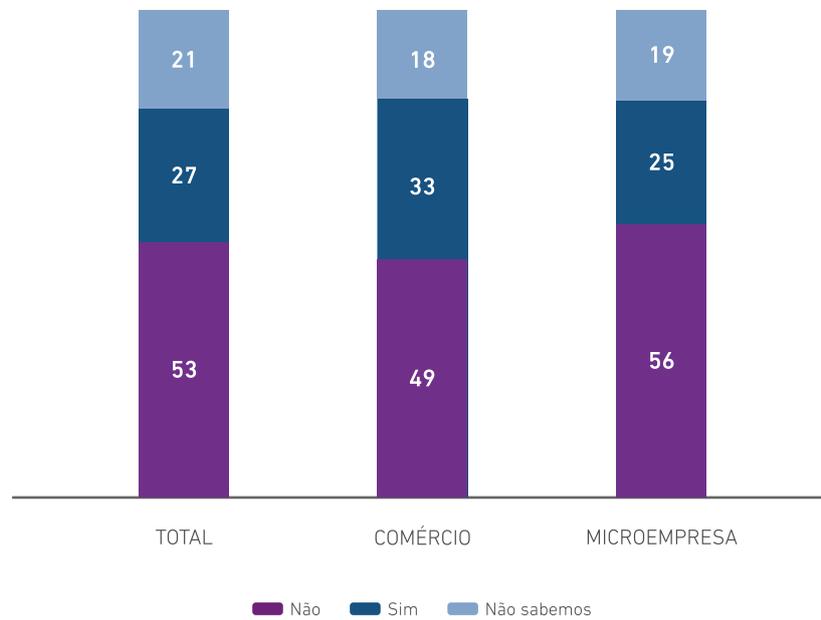
Precificação (%)



Parcelamento (%)



Busca por crédito (%)



Depois das melhores notícias, um olhar mais aprofundado para os impactos destes anos de pandemia

Percentual de empresas que sofreram impactos na pandemia mantém-se estável: 73%

Com a extensa duração da pandemia, nesta 4ª onda da pesquisa, pedimos às entrevistadas que avaliassem os tipos de impactos conforme o período.

O ano de 2020 manteve a predominância dos impactos negativos. Ao longo de 2021, há um crescimento expressivo nos impactos positivos, que atualmente são maioria.



Tipos de impactos

Março a dezembro de 2020:

77% – Negativos
13% – Positivos
10% – Nem negativos, nem positivos

Janeiro a junho de 2021:

49% – Negativos
28% – Positivos
23% – Nem negativos, nem positivos

Junho a setembro de 2021:

50% – Positivos
25% – Negativos
25% – Nem negativos, nem positivos

Tipos de impactos variam de acordo com o perfil das empresas

A evolução das avaliações negativas para positivas é geral. Mas, se em 2020 o Comércio se destacava com uma visão mais positiva dos impactos, a Indústria assumia essa posição na 1ª metade de 2021. Entre junho e setembro de 2021, são as empresas de pequeno porte que ganham relevância nesta resposta.

Frentes que sofreram maiores impactos com a pandemia

“Comercial e Vendas” foi a frente que mais cresceu em impacto ao longo da pandemia, embora “Finanças, Custos e Despesas” mantenha a primeira posição. Tecnologia permanece como a menos impactada. Há uma evolução constante da multiplicidade, ou seja, a cada onda, mais frentes relatam impactos.



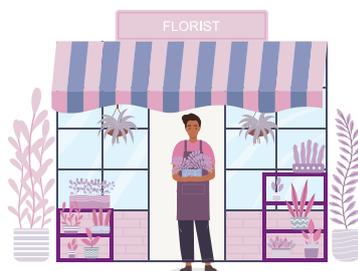
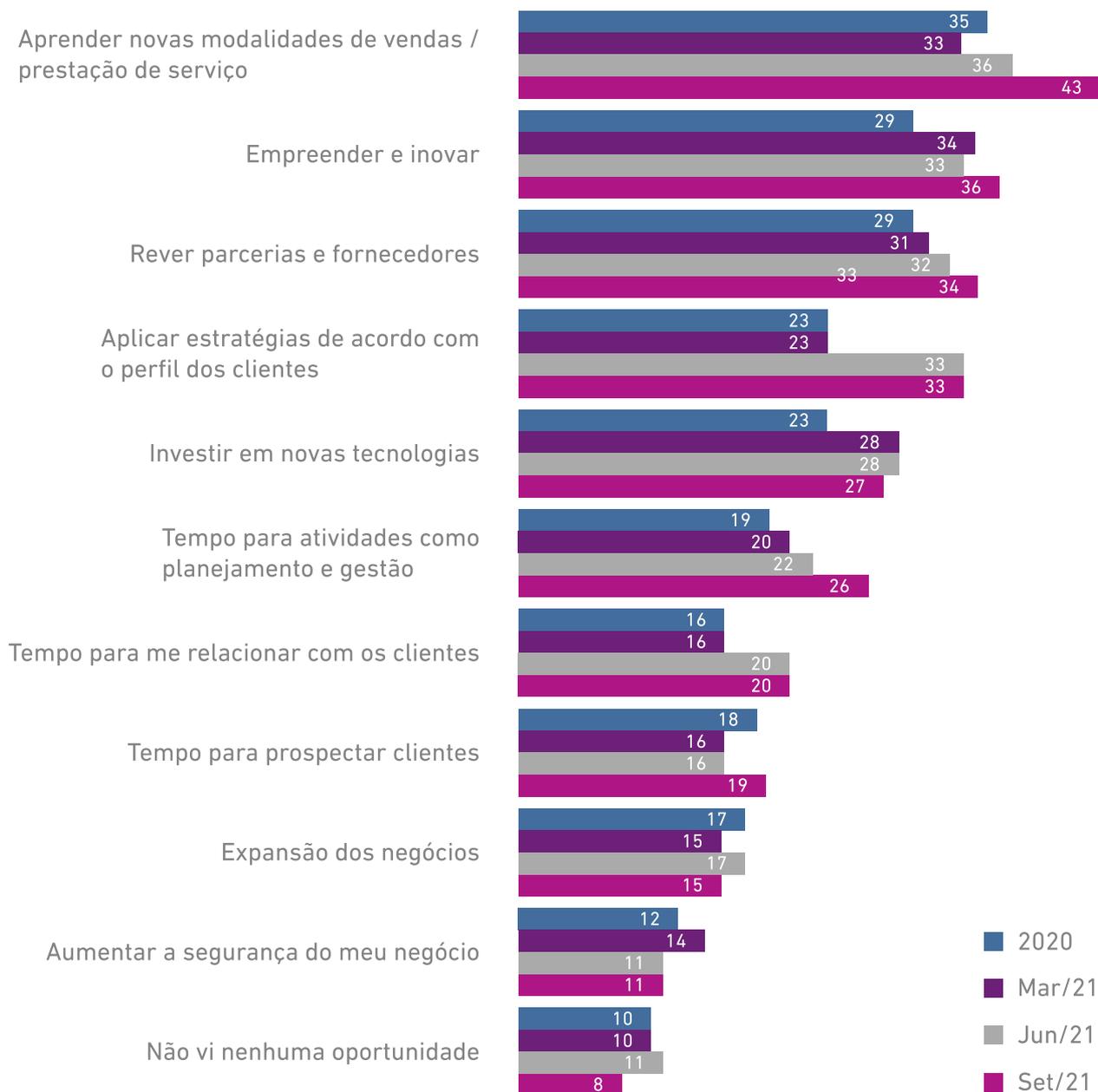
Cortes que tiveram que fazer ou fariam com prioridade

Nesta 4ª onda, há uma redução nos cortes, o que pode sinalizar um momento de possível estabilização nos negócios. Sempre preservada durante a pandemia, a frente de Tecnologia mantém-se como a que menos sofreu reduções. Não foram registradas diferenças significativas por porte ou segmento.



Oportunidades descobertas durante os últimos meses da pandemia

Crescem as oportunidades de aprender novas modalidades de vendas e ter tempo para planeamento e gestão.



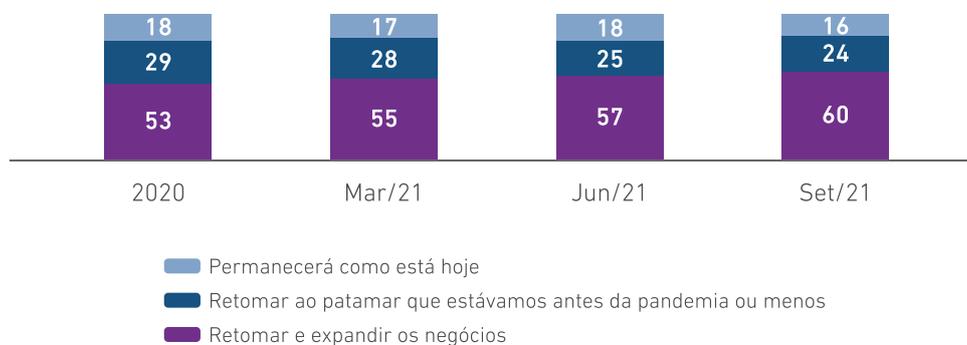
Entre junho e setembro de 2021, Aprendizado e Inovação foram as oportunidades que mais se acentuaram:



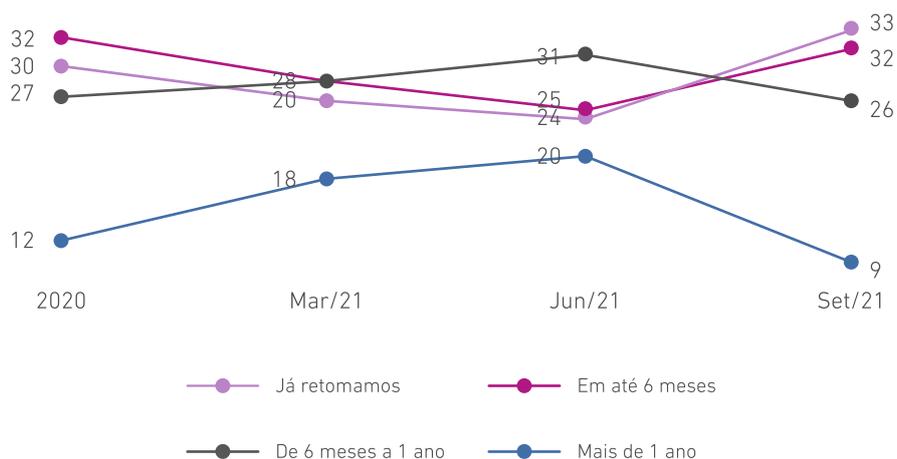
Expandir e retomar os negócios: 60% das empresas apostam nesse caminho

Há uma reversão na tendência de prazos mais longos para a retomada. “Já retomamos” e “Em até 6 meses” voltam a ser as opções preferidas pela maioria, assim como em 2020.

Expectativa de retomada pós-pandemia:

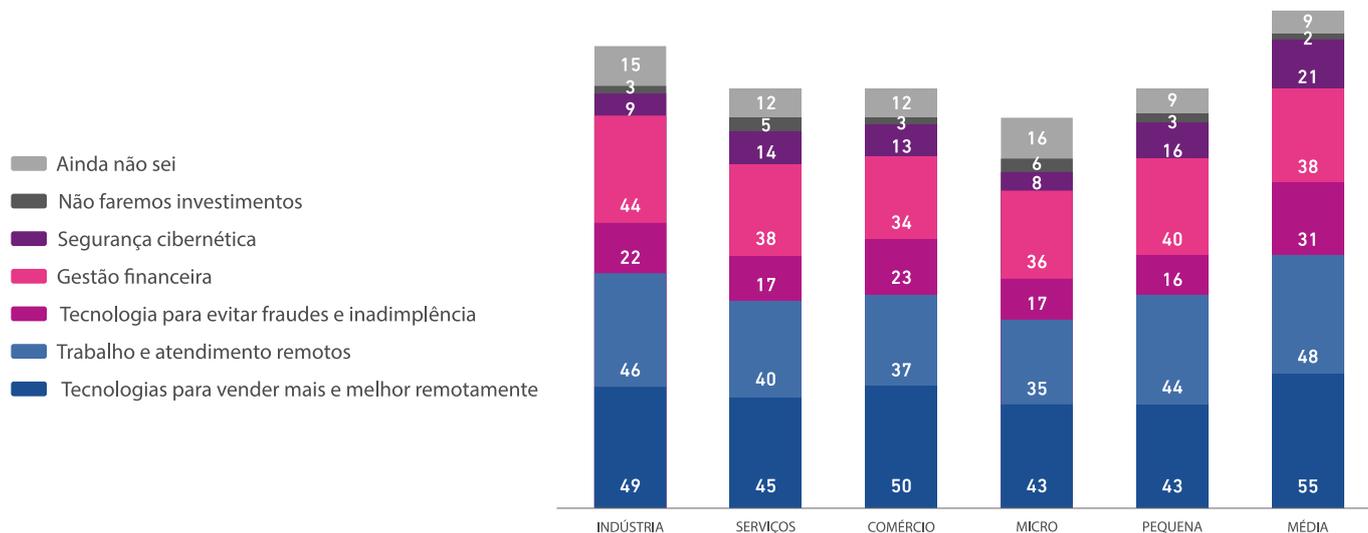


Quando haverá a retomada:



E os investimentos para a pós-pandemia?

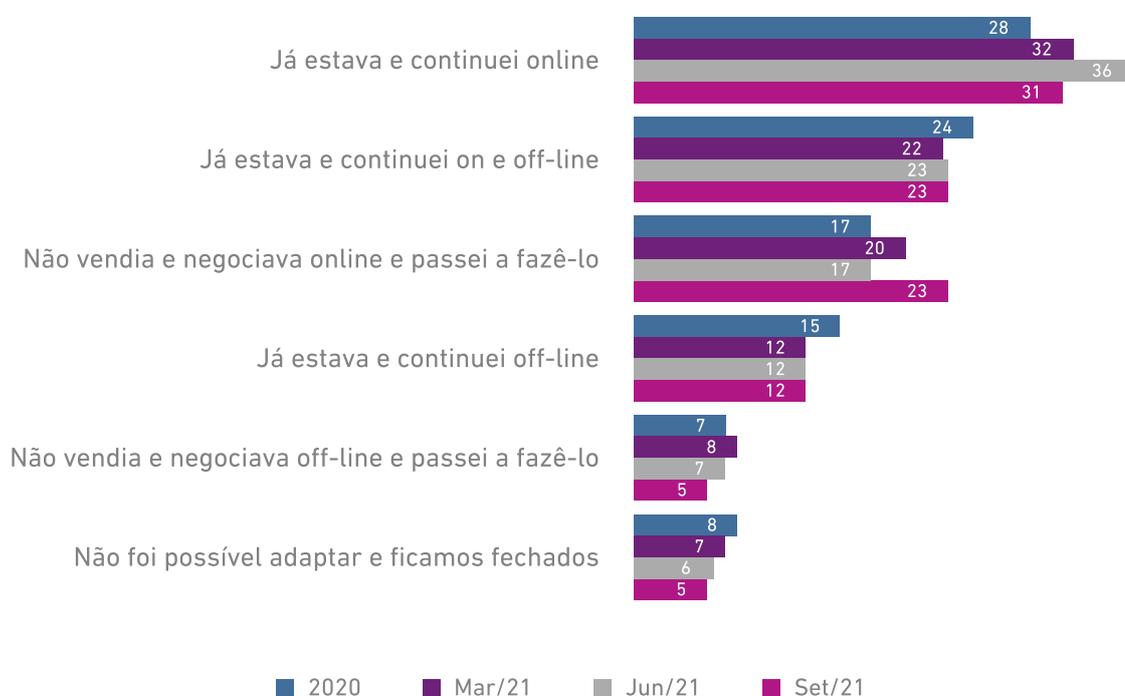
Ao projetar investimentos para o momento pós-pandemia, a Indústria acredita em gestão financeira. O Comércio está focado em tecnologias para vender e evitar fraudes. Nas pequenas e médias empresas, o objetivo é deixar o trabalho remoto mais eficaz e seguro.



Canais de vendas: redes sociais permanecem em destaque

As microempresas tornaram-se ainda mais dependentes do sistema online. Entre as que não estavam atuando online e passaram a fazê-lo, a taxa atingiu 27% em setembro de 2021.

Acompanhe a evolução da digitalização ao longo das quatro ondas da pesquisa:



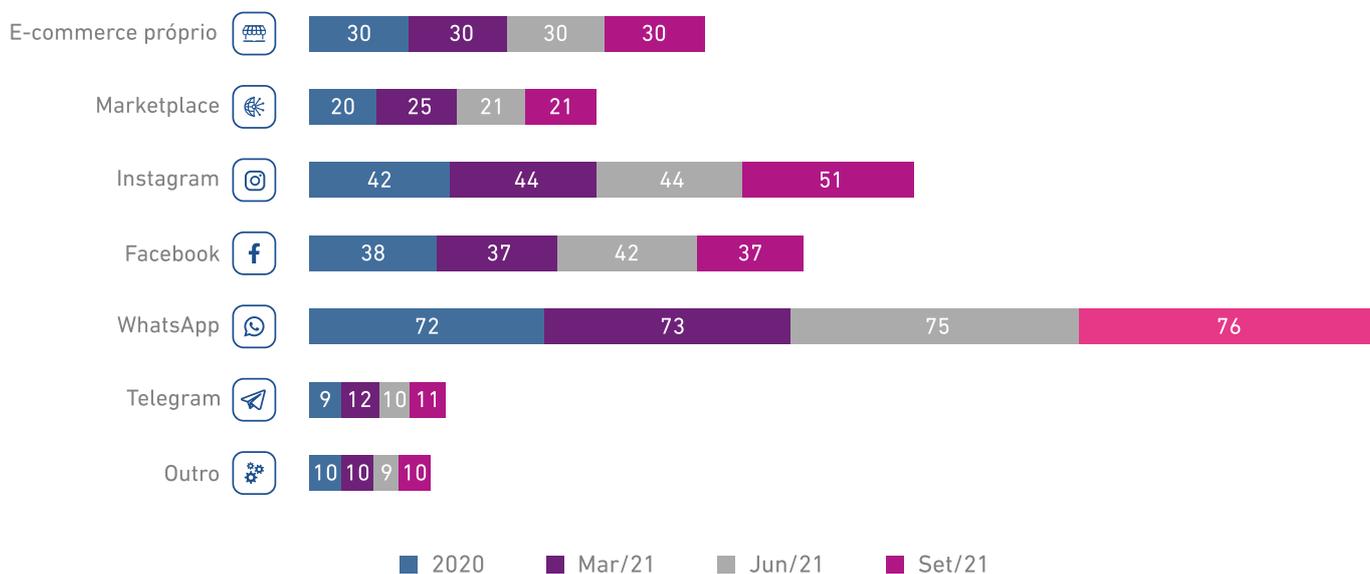
- Para 39% das empresas, as vendas online representam 50% ou mais do total (on e off).



WhatsApp mantém dianteira nos canais de vendas online.

Mas o Instagram também cresceu 7 pontos percentuais na comparação entre as quatro ondas.

Meios pelos quais fazem as vendas:



Vender online: o “novo normal” que chegou para ficar

Em 2020, vender online serviu para atingir novos públicos e ganhar exposição. Em 2021, especialmente até junho, as vendas online trouxeram diversas melhorias para os negócios. Agora, vemos uma queda no incremento trazido pelo online, o que pode sinalizar uma possível adoção e normalização do canal.

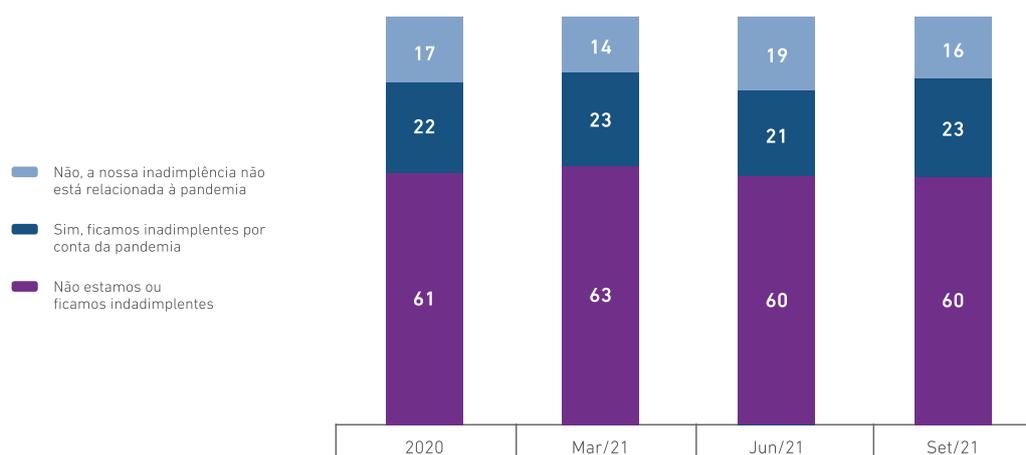
Em quais aspectos vender online ajudou seu negócio? (setembro/2021)

As entrevistadas responderam que:

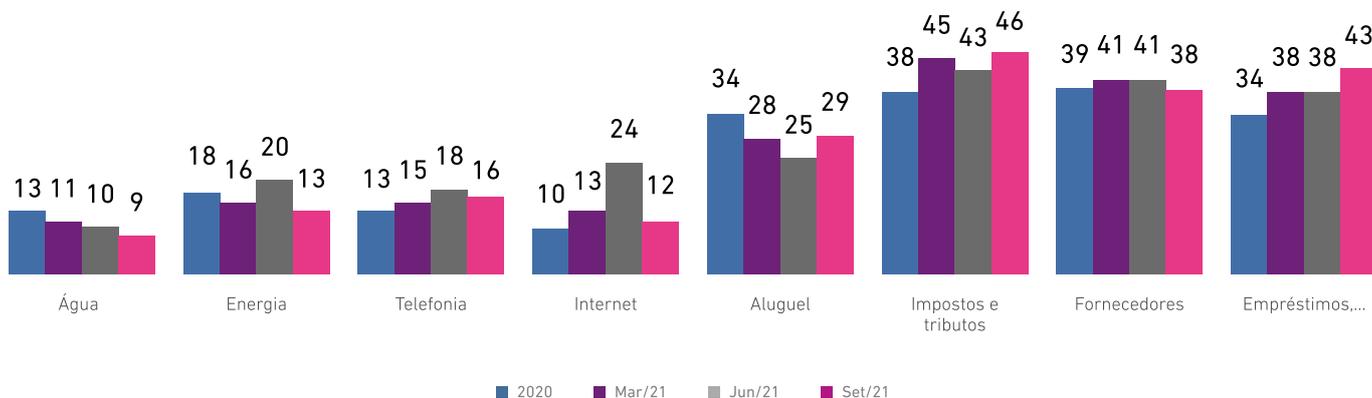
- 46% atingiram o mesmo público, mas em quantidades maiores.
- 44% atingiram públicos diferentes dos que já tinham.
- 32% atingiram novas regiões geográficas.
- 25% ganharam maior exposição.
- 12% não perceberam melhora, pois já era parte do negócio.

Inadimplência das empresas

Entre as razões para a inadimplência das empresas causada pela pandemia, não houve grandes variações na última pesquisa, embora as microempresas relatem maior dificuldade para quitar o aluguel.



Natureza da inadimplência (setembro/2021):

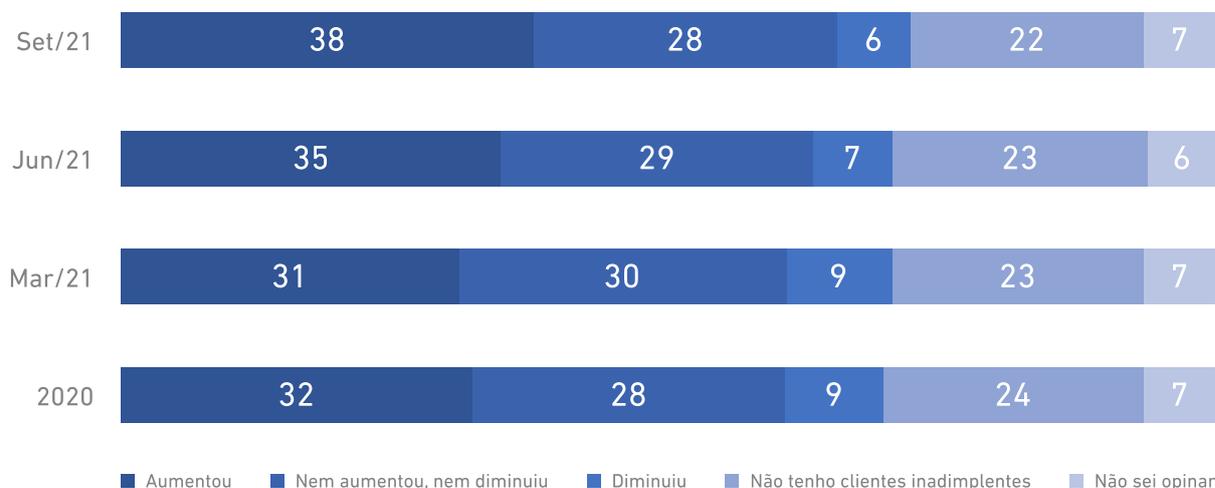


- Em setembro de 2021, o aluguel representava 32% da inadimplência das microempresas.
- Impostos e Tributos equivaliam a 57% da inadimplência das médias empresas.
- Empréstimos e Financiamentos totalizavam 51% da inadimplência das pequenas empresas e 48% das médias.

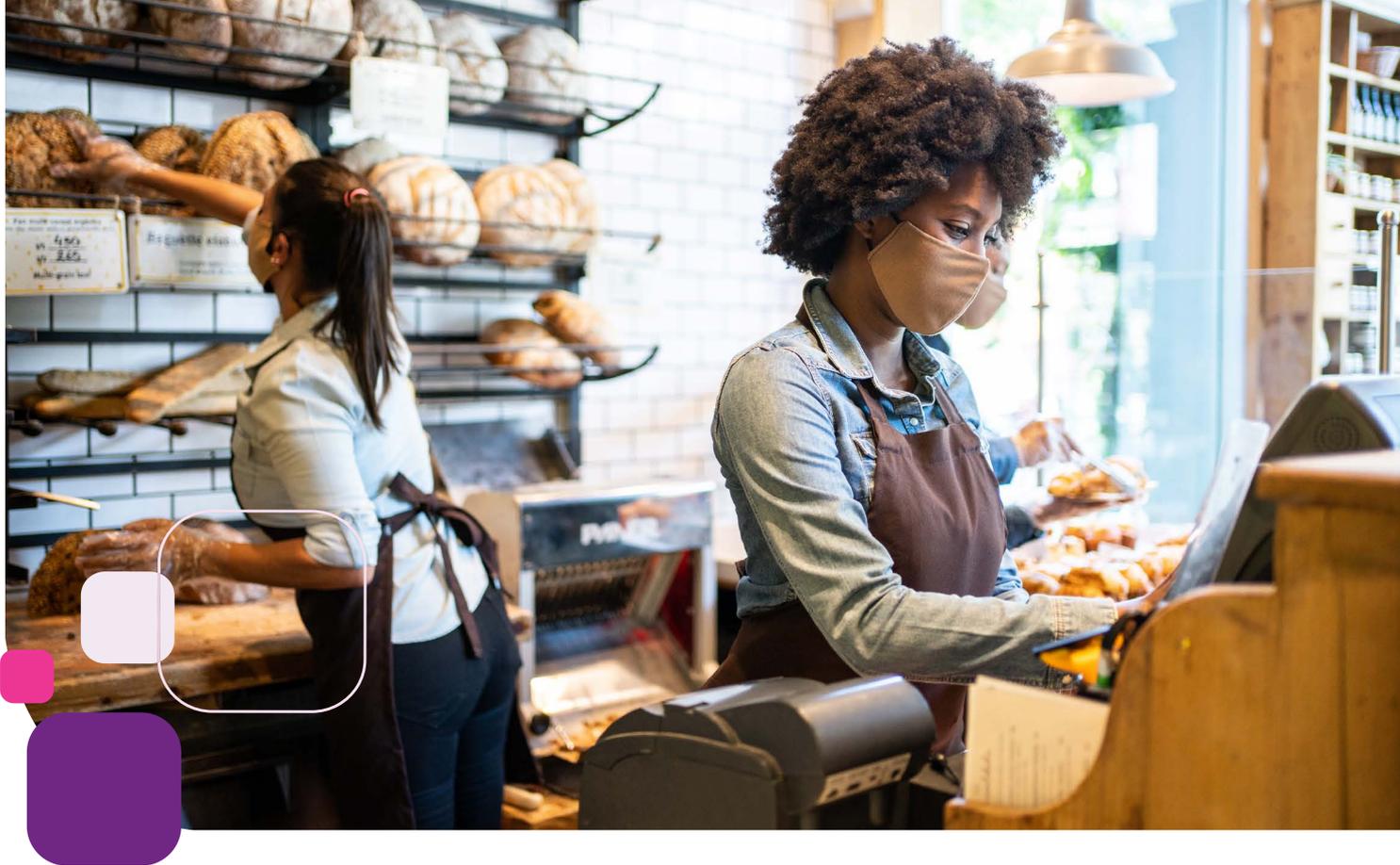
E a inadimplência dos clientes?

Desde o início das pesquisas, predomina a percepção de aumento na inadimplência dos clientes. Porém, nas últimas duas ondas, essa percepção ganhou força.

Evolução da inadimplência dos clientes (%)



Em setembro/21, a percepção de aumento na inadimplência dos clientes finais foi mais percebida pelas empresas de médio porte (51%).



Serasa Experian tem cursos gratuitos para apoiar a saúde financeira

A Serasa Experian disponibiliza cursos online e gratuitos para contribuir com a saúde financeira e empoderar economicamente o consumidor e o microempreendedor brasileiro em tempos de incertezas econômicas. O conteúdo apresenta fundamentos básicos de educação financeira, essenciais para ajudar aqueles que precisam organizar as finanças da família e do próprio micronegócio.

Para participar dos cursos, basta acessar o link: www.serasaexperian.com.br/acoes-covid. Ainda nesta página, é possível encontrar informações sobre as demais iniciativas da Serasa Experian para ajudar consumidores e empresas durante este momento desafiador.





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 17.800 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.