

MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: QUAIS AS ALTERNATIVAS, PAPEIS E COMO IMPULSIONAR O SEU CRESCIMENTO NA ERA DIGITAL?




Carlos Melles

Após mais de um ano do início da pandemia da COVID-19 no Brasil, este artigo faz uma reflexão sobre o impacto e as alternativas na era digital para as micro e pequenas empresas (MPE) brasileiras, que correspondem a 99% dos estabelecimentos e 54% dos empregos formais da economia¹.

De acordo com pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) (2021a), que monitora o impacto da pandemia no segmento, 65% dos pequenos negócios tiveram redução do faturamento anual em 2020, quando comparado a 2019, sendo que a maior parte das empresas afirmaram que tiveram queda de cerca de um terço do seu faturamento. A pesquisa também aponta que os setores da economia mais impactados foram: turismo, economia criativa, beleza, serviços de alimentação, artesanato, moda, logística e transporte, educação e academias. Ressalta-se que praticamente todos esses segmentos possuem uma alta concentração de pequenos negócios.

Os desafios da pandemia já foram enormes para os pequenos negócios em 2020. Segundo o Boletim Sondagem MPE do Sebrae e FGV (2021b), houve forte queda dos indicadores de volume de demanda atual e do indicador de confiança. Isso sinaliza que o período de dificuldades está longe de terminar.





Com essa grave crise que tem impactado os pequenos negócios, o governo criou mecanismos que aumentaram as chances de sobrevivência das MPE que têm ou tiveram suas atividades presenciais restringidas ou reduzidas por medidas de isolamento social. Os principais programas lançados foram o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda (BEm), o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Pronampe) e o Programa de Auxílio Emergencial.

Mesmo com todo o volume de recursos liberados por esses e outros programas – previsão de quase R\$ 700 bilhões do governo federal de gastos com a COVID-19² –, não foi possível evitar que milhares de empresas fechassem as portas. A pesquisa do Sebrae (2021a) aponta que 61% das MPE já tentaram buscar empréstimos durante a crise e somente 48%, de fato, conseguiram. Portanto, a situação financeira das MPE continua sendo um problema crítico.

Para equilibrar as contas, é fundamental que os pequenos negócios atuem em seus produtos e processos internos com foco na melhoria de sua competitividade, despendendo esforços que reduzam custos ou aumentem suas receitas.

O melhor caminho para alcançar esses resultados é por meio de inovações, em especial, se aproveitando de novidades e tendências proporcionadas pelo grande avanço das tecnologias digitais, bem como do aumento da quantidade de pessoas com acesso à internet. Segundo o IBGE³, em 2019, 82,7% dos domicílios tinham acesso à internet.

Diante dessa oportunidade de inovar, é importante destacar que as pequenas empresas possuem condições de gerarem inovações numa velocidade surpreendente, pois dependem basicamente de cooperação e de um envolvimento profundo de seus integrantes. Muitas vezes, essas condições são únicas e não replicáveis em grandes empresas.

Dessa forma, as MPE possuem mais flexibilidade para executar a prática de inovação com atitudes diárias e por meio de processos informais. Uma evidência dessa velocidade foi o aumento da quantidade de pequenos negócios que começaram a vender utilizando redes sociais, aplicativos ou internet (por exemplo, WhatsApp, Facebook, Instagram, etc.), cuja proporção passou de 59%, em maio/2020, para 70%, em novembro/2020 (Sebrae, 2021a).

A utilização de meios digitais para marketing, vendas e atendimento ao cliente tem sido uma necessidade para muitas empresas que tiveram suas atividades presenciais limitadas pela pandemia. Todavia, a estratégia de uso de meios digitais precisa ser vista como algo a ser impulsionado intensamente no pós-pandemia.

Para pequenos negócios que ainda não possuem presença digital ou que precisam ampliá-la, é importante inicialmente planejar como será essa inserção digital, definindo quais processos serão digitalizados, quais redes sociais usar, se é importante ter loja própria ou ingressar em *marketplace*, logística de entrega, etc. A partir dessas definições, será possível construir planos de ação para divulgar e comercializar serviços e produtos em meio *online*, ampliando mercados e melhorando a rede de relacionamentos das empresas, o desempenho comercial, a imagem da empresa e, ao mesmo tempo, reduzindo os custos de marketing e vendas.

Por outro lado, pequenos negócios que já possuem presença digital e capacidade operacional podem apostar em *softwares* e tecnologias mais robustas. Muitos processos, como cadastros de clientes, atendimento e suporte, controle de débitos, gestão de estoques, compras e contratos podem ser feitos, na maior parte, de forma digital, com mais eficiência, rapidez e menores custos.

As novas tecnologias, softwares e ferramentas estão cada vez mais acessíveis para os pequenos negócios, inclusive muitas delas podem ser encontradas em versões gratuitas.

Estão disponíveis ferramentas digitais de gestão e relacionamento com clientes (CRM), armazenamento em nuvens, videoconferências, gestão financeira, atendimento ao cliente, avaliação e pesquisas, monitoramento de performance em sites e redes sociais, criação, programação e hospedagem de websites, buscas orgânicas, gestão de projetos, criação e edição de imagens, *e-commerce*, entre outros.

O Sebrae também tem tido um olhar atento aos pequenos negócios para a superação dessa crise desde o início da pandemia. Um exemplo disso foi o desenvolvimento da solução Up Digital, que visa justamente inserir ferramentas digitais nas empresas. Além dessa solução, o Sebrae, em parceria com o Ministério da Economia e o CNPq, começou em 2020 o acompanhamento *in loco* de mais de 9.000 empresas por meio dos ALI – Agentes Locais de inovação, levando uma metodologia customizada com foco no aumento da produtividade nas MPE, por meio do Programa Brasil Mais. Atualmente, mais de 20.000 empresas estão sendo acompanhadas nos 27 estados brasileiros. Também foram fomentadas soluções para a transformação digital no âmbito do Sebraetec, que contribuiu com serviços de desenvolvimento de mídias digitais de comunicação, planejamento de presença digital, criação de *website* ou loja virtual etc., totalizando, em 2020, cerca de 17 mil consultorias para ajudar os pequenos negócios a se digitalizarem ou se comunicarem com os clientes por meio de suas redes sociais.

O Sebraetec também disponibiliza serviços tecnológicos especializados que permitem a digitalização de processos produtivos, ajudando pequenas indústrias a terem processos mais integrados e eficientes com a implementação de tecnologias específicas para cada segmento. É importante que as MPE busquem novas tecnologias que contribuam para o aumento de produtividade, de forma a incorporar tendências da indústria 4.0 e o conceito de internet das coisas (IoT) para conectar, digitalizar e automatizar suas máquinas, informações e processos.

Por outro lado, a captação de recursos de longo prazo, com taxas razoáveis para financiar a inovação, ainda é uma limitação para muitos empresários brasileiros.

Mesmo com as linhas disponíveis de bancos de fomento nacionais, as MPE ainda têm dificuldade de obter esse tipo de crédito. Consequentemente, essa falta de recursos dificulta o investimento em ativos tangíveis (máquinas, equipamentos, laboratórios, entre outros) e intangíveis (recursos humanos, conhecimento, entre outros). Além disso, fatores internos, como a falta de qualificação, ou fatores externos, como as barreiras tributárias ou regulatórias, também são importantes desafios para a introdução de inovações e o crescimento sustentável das micro e pequenas empresas.



Nesse contexto, os empresários de MPE que conseguirem inserir seus negócios na era digital, apesar das limitações impostas, terão uma relevante vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes. Portanto, é importante que os empreendedores utilizem todos os recursos intelectuais e financeiros disponibilizados por agentes e bancos de fomento ou pela própria capacidade interna, para gerarem inovações e digitalizarem seus processos e serviços.



Carlos Melles

Diretor-presidente do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas)

Engenheiro agrônomo, pesquisador e dirigente cooperativista, Carlos Melles foi deputado federal por seis legislaturas consecutivas. O mineiro carrega em sua trajetória um histórico de luta pelas causas voltadas ao agronegócio, ao cooperativismo e às micro e pequenas empresas. Antes de ser presidente do Sebrae, na Câmara dos Deputados, presidiu a Comissão Especial da Microempresa, que aprovou a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (2006). Vale registrar que foi ele o relator do projeto Microempreendedor Individual (MEI) e da Empresa Simples de Crédito (ESC), em 2018. No Governo Federal, foi ministro do Esporte e Turismo (em 2000) e, no Governo de Minas Gerais, Secretário de Transportes e Obras Públicas (2011).

NOTAS E REFERÊNCIAS

- 1 Fonte: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/01/Anua%CC%81rio-do-Trabalhos-Pequenos-Neg%C3%B3cios-2018-VF.pdf>
- 2 Fonte: <https://www.tesourotransparente.gov.br/visualizacao/painel-de-monitoramentos-dos-gastos-com-COVID-19>.
- 3 Fonte: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); Fundação Getúlio Vargas (FGV). **O Impacto da pandemia de Coronavírus nos Pequenos Negócios** – 10ª edição. Brasília-DF, março de 2021a.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); Fundação Getúlio Vargas (FGV). **Boletim Sondagem Econômica MPE**. Brasília-DF, março de 2021b.