

COMO O SEBRAE ATUA PARA A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DOS PEQUENOS NEGÓCIOS EM TEMPOS DE PÓS PANDEMIA?



Frederico Lopes Cabaleiro e
Fernanda Zambon de Carvalho

A pandemia da COVID-19 evidenciou a importância do fortalecimento do ambiente de negócios para as micro e pequenas empresas, especialmente no que diz respeito ao acesso à inovação, tecnologia e digitalização. De um dia para o outro, microempresários tiveram que se reinventar e fortalecer a presença digital, sob pena de sucumbir aos impactos da crise.

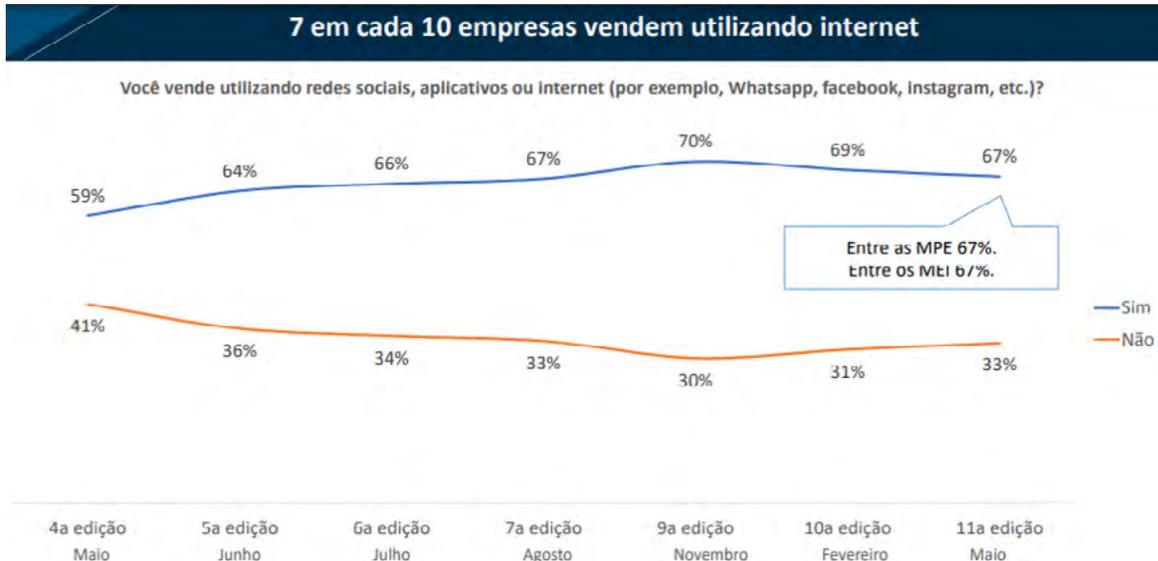
Nesse contexto, a expressão *Transformação Digital*, antes um termo distante da realidade da maioria dos pequenos negócios, se tornou imperativa. Afinal, com a necessidade de distanciamento social, as redes sociais se tornaram, mais do que nunca, vitrines; as ferramentas digitais de comunicação substituíram o atendimento presencial; os *marketplaces* ajudaram a manter vendas e ampliar o mercado de atuação; e os aplicativos de entrega facilitaram a logística de deslocamento de produtos.

Dados extraídos do boletim O Impacto da pandemia de coronavírus nos Pequenos Negócios – 1ª edição¹ do Sebrae, em parceria com a FGV, publicado em março de 2020, revelam que, no início da pandemia, 18,4% das empresas ampliou a presença digital. O mesmo boletim, em sua décima primeira edição, publicada em março de 2021², mostra que 59% das empresas declararam que vendiam utilizando a internet em maio de 2020. Esse número subiu para 69% em fevereiro deste ano e se manteve em patamar equivalente (67%) em maio.



GRÁFICO 1

A evolução das vendas pela Internet pelos pequenos negócios

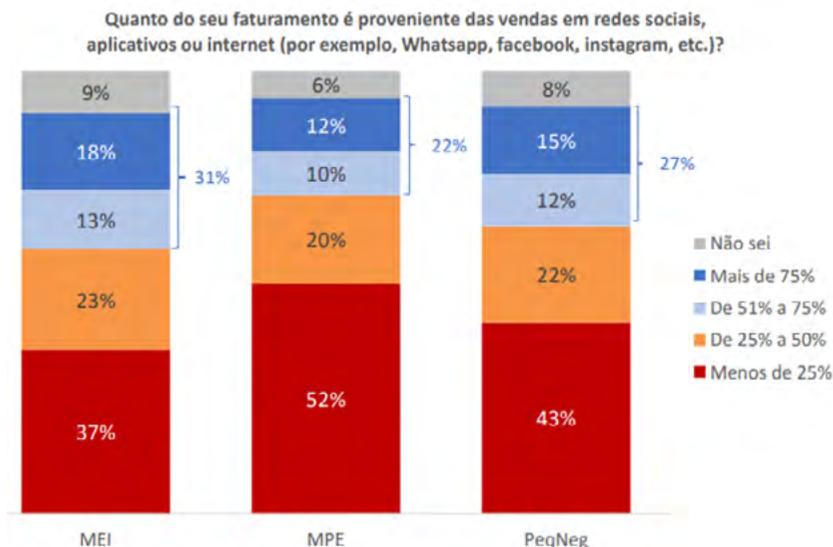


Fonte: Pesquisa Sebrae – O impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios – 11ª edição
Coleta: 27 de maio a 01 de junho de 2021

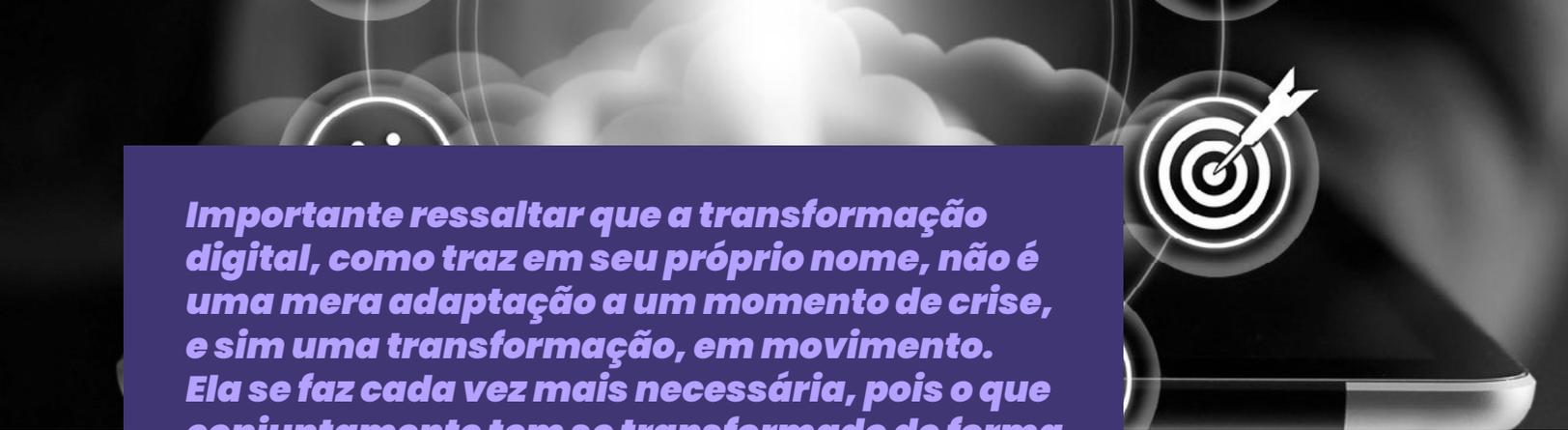
Ainda que esses aumentos evidenciem uma evolução digital neste período, também mostram que ainda há um grande trabalho pela frente. Na mesma pesquisa, apurou-se que apenas 27% dos pequenos negócios possuem faturamento relevante proveniente das vendas em redes sociais, aplicativos ou internet. Interessante notar que esse número é maior para os Microempreendedores Individuais, chegando a 31%.

GRÁFICO 2

Percentual do faturamento proveniente de vendas usando internet



Fonte: Pesquisa Sebrae – O impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios – 11ª edição. Coleta: 27 de maio a 01 de junho de 2021



Importante ressaltar que a transformação digital, como traz em seu próprio nome, não é uma mera adaptação a um momento de crise, e sim uma transformação, em movimento. Ela se faz cada vez mais necessária, pois o que conjuntamente tem se transformado de forma acelerada e irreversível é o comportamento do consumidor.

Uma pesquisa³ realizada pelo Sebrae, em parceria com a FGV, mostra que as restrições advindas do isolamento social parecem ter contribuído para que os consumidores passassem a comprar mais de comércios locais – que passaram a fazer entregas e utilizar novas formas de comercialização. Essa é uma tendência que deve permanecer no pós-crise.

A transformação digital tem várias nuances. A sua camada mais superficial, e não menos importante, é a utilização da internet para o benefício comercial ou promocional, sem necessariamente que a venda se complete pelo meio virtual.

Em outra pesquisa⁴ do Sebrae, realizada em dezembro de 2020, em parceria com a Unctad e a Cepal, 91% dos entrevistados afirmaram que já têm acesso a benefícios digitais (por exemplo, uso de WhatsApp, Instagram, sites, plataformas *online*, etc.). No grupo específico dos que já têm acesso, 85% declararam que entrar no mundo digital melhorou a situação da sua empresa, e 81% disseram que pretendem continuar investindo para ampliar o nível de digitalização do seu negócio. Entre as empresas que ainda não entraram no mundo digital, 76% pretendem fazer investimentos para ampliar o nível de digitalização do negócio.

Nessa mesma pesquisa, as dificuldades mais citadas pelos entrevistados para concretizar a presença digital foram:

- a falta de pessoal com habilidades e conhecimentos (55%);
- a falta de recursos financeiros (42%);
- a falta de tempo (19%); e
- a falta de acesso à internet (2%).

Esses resultados mostram que o trabalho que o Sebrae tem desempenhado para promover essa transformação, especialmente na capacitação dos empresários em meios digitais, é muito importante. O Sebrae também foi retirado da zona de conforto pela nova realidade. Muito rapidamente foi necessário adaptar os canais, produtos e serviços oferecidos ao pequeno empresário para o novo contexto do mercado.

Exemplo disso é a família de soluções “Up Digital”: com uma metodologia ágil, mas impactante, a custo zero para o cliente, o Sebrae leva conhecimentos de marketing digital, ferramentas de controles financeiros e eficiência energética aos pequenos negócios. A solução, criada logo após o início da pandemia no Brasil, contempla consultorias individuais com especialistas nos temas e encontros coletivos com o especialista e outros empresários. Em 2020, mais de 1.600 pequenas empresas participaram dessa iniciativa e puderam aprender e colocar em prática os conceitos durante e após os 10 a 15 dias da jornada.

Em 2021, 27 turmas do *Up Digital Controles Financeiros* foram realizadas por todo país, além de 6 turmas-piloto do *Up Digital Gestão da Energia*. Com o aperfeiçoamento da solução, relevância da temática energética e os feedbacks positivos recebidos sobre a metodologia, há perspectivas da abertura de dezenas de turmas até o fim do ano, além de mais de 280 turmas do **Up Digital Marketing**. A expectativa é de que milhares de empresários acessem essas soluções, especialmente aqueles que ainda não possuem grandes experiências no meio digital, independentemente de seu porte.

Além do Up Digital, o Sebrae tem se esforçado para trabalhar a temática de produtividade atrelada à digitalização do negócio, especialmente com o programa **Brasil Mais**. Em parceria com o Ministério da Economia, os **Agentes Locais de Inovação** (ALIs) têm a meta de atender 66 mil pequenos negócios em 2021, promovendo um atendimento em massa que trará resultados tangíveis ainda neste ano.

O atendimento dos ALIs no âmbito do Brasil Mais tem como foco a produtividade e inclusão digital. Por meio de acompanhamento continuado, mapeamento de dificuldades e mensuração de resultados, o agente ajuda o pequeno empresário a aumentar produtividade por meio da inovação e ferramentas digitais. Assim, além de ser um vetor da capacitação gerencial, o ALI também é um facilitador da inclusão digital na pequena empresa.

As camadas da transformação digital para os pequenos negócios que envolvem processos mais complexos, como por exemplo a efetivação completa da venda totalmente *online*, também carecem de iniciativas de apoio. Nesse âmbito, o **Sebraetec** é um exemplo de atuação que engloba essas camadas. Trata-se de um programa de acesso a consultorias tecnológicas e de inovação, que possui fichas técnicas específicas para contribuir com a digitalização da pequena empresa. São 15 serviços na subárea de Transformação Digital, com destaque





para as duas mais utilizadas no período da pandemia: “Desenvolvimento de mídias digitais de comunicação” e “Planejamento e preparação para comercialização em *marketplace*”. Ao todo, o Sebraetec conta com outras 19 subáreas de serviços, sendo que, em 2020, 25% dos atendimentos Sebraetec foram na subárea de Transformação Digital. Destes atendimentos, 68% foram realizados de forma gratuita ao empresário. O Sebraetec é indicado para todos os tipos de pequenos negócios, desde microempreendedores individuais (MEIs) até empresas de pequeno porte, já que a gama de serviços disponíveis é grande e atende a todos esses públicos.

Mais de 2.200 empresas receberam consultorias para planejamento da presença digital em 2020. Além disso, mais de 900 empresas tiveram seus websites desenvolvidos por consultorias viabilizadas pelo Sebraetec, 387 empresas contrataram consultorias para planejamento de buscas orgânicas (SEO – Search Engine Optimization) e mais de 300 empresários foram atendidos para dar os primeiros passos para implantação de loja virtual.

Com iniciativas como essas, o Sebrae reafirma seu compromisso em apoiar a digitalização e transformação digital dos pequenos negócios do Brasil, contribuindo para uma retomada econômica sustentável e conectada com as novas necessidades do mercado.

No cenário nacional, entretanto, há ainda um grande caminho pela frente. A crise econômica acentua os obstáculos a serem enfrentados. Por isso, é fundamental a implementação de políticas públicas que minimizem as desigualdades e promovam ou facilitem o acesso de toda a população à internet, sobretudo para a população mais vulnerável e para os pequenos negócios. Entidades profissionalizantes e do setor produtivo, como o Sebrae e seus congêneres do Sistema S, e organizações da sociedade civil, como ONGs e associações, também têm papel relevante nesse cenário. Dessa forma, fortalecendo o mercado e facilitando a oferta por meio do digital, a economia ganha fôlego e todos se beneficiam.



Frederico Lopes Cabaleiro

Frederico é analista da Unidade de Inovação do Sebrae Nacional, pós-graduado em Administração de empresas pela FGV e graduado em Engenharia Química pela UFV.



Fernanda Zambon de Carvalho

Fernanda é analista da Unidade de Inovação do Sebrae Nacional, mestra em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação, pela UnB, e graduada em Administração pela UFSC.



NOTAS E REFERÊNCIAS

- 1** Boletim O Impacto da pandemia de coronavírus nos Pequenos Negócios – 1ª edição. Sebrae e Fundação Getúlio Vargas.
- 2** Pesquisa Sebrae – O impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios – 11ª edição. Coleta: 27 de maio a 01 de junho de 2021.
- 3** Fonte: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/04/SEBRAE_Indice-de-Confianca-de-Micro-e-Pqnas-Empresas-_WEB_v014-1.pdf . Acesso em 17/10/2021.
- 4** Fonte: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/04/Boletim_MPE_ed-48_24_02_2021-defesa-conco-mercados-digitais.pdf. Acesso em 17/10/2021.