



ANÁLISE DAS ENTREVISTAS DO SEGMENTO DE ALIMENTAÇÃO

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
Jacy Viana de Andrade Leobino	Gerente da regional Guarabira	1
Joao Jardelino da Costa Neto	Gerente da unid. de Desenvolvimento Seterial	1
Claudio Antonio de C. Soares	Gerente da regional Sul	1
Maria Gorete Cirino	Analista da regional de João Pessoa	1
Nelijane Ricarte	Analista da unid. de Políticas Públicas	1



Detalhamento do público alvo

Foram realizadas 6 entrevistas em profundidade com donos de Pequenos Negócios do segmento de serviços de alimentação da Paraíba.

- Participaram da pesquisa empreendedores das atividades econômicas de pizzarias, restaurantes, padarias e loja de bolos.
- 50% dos entrevistados tinham entre 26 e 50 funcionários antes do dia 13/03/2020.
- 50% têm tempo de atividade superior a 10 anos.
- 67% dos respondentes são microempresa.

Resultados

Principais preocupações dos empresários durante a pandemia:

- Como manter a equipe sem necessidade de demissão;
- Como manter o pagamento dos fornecedores;
- Como inserir seu negócio nas vendas online e na entrega por Delivery.

Como a crise do Coronavírus impactou a empresa?

Positivamente:

- Oportunidade para reduzir custos de operação do negócio: **“Necessidade de rever o custo operacional do negócio, estava acomodado e acordei”**.
- Fortalecimento das vendas por meio do Delivery.

Negativamente:

- Suspensão do atendimento presencial que representava de 70% a 80% do faturamento;
- Problema na manutenção de equipamentos parados;
- Necessidade de demissão de funcionários.

Principais ações tomadas para conter a crise:

- Implantação ou fortalecimento do Delivery;
- Melhoria na apresentação dos produtos;
- Adequação do espaço de produção (redução do salão e aumento do espaço de manipulação de alimentos);
- Ações promocionais como sobremesas e refrigerantes grátis para os primeiros pedidos do dia;
- Negociação de custos com fornecedores; e
- Intensificação nas ações de marketing digital por meio de redes sociais, WhatsApp e sites.

Quais ações não surtiram efeito:

- A maioria das ações implementadas surtiram efeito positivo. O restante ainda está sendo avaliadas.

O que mais impacta a sobrevivência do seu negócio neste momento:

- Folha de pessoal e aluguel foram os principais fatores que impactam na sobrevivência do negócio citados pelos entrevistados.

A empresa tinha reservas financeiras ou outras medidas e recursos para enfrentar uma crise aguda como a atual ou outra em geral?

- Nenhuma das empresas entrevistadas tinha reservas financeiras para enfrentar esse momento de crise.

Já buscou (ou pretende) e teve acesso a alguma medida de apoio anunciada pelos governos (federal, estadual e municipal) ou por outras instituições e ou parceiros?

- Todos os entrevistados já solicitaram ou irão solicitar alguma medida de apoio. Foram citadas: redução de salário e jornada de trabalho, suspensão do contrato com alguns colaboradores prorrogação de pagamento de alguns impostos e busca por financiamento.

As entidades de classe, a associação empresarial, cooperativa ou outra desta natureza estão tendo alguma atuação importante durante esse período de crise?

- Apenas 4 dos 6 entrevistados reconhecem a atuação de alguma entidade durante esse período. Foram citadas: ABRASEL e Sebrae.

Como essas entidades poderiam, efetivamente, ajudar em uma crise como essa?

- *“Levando para o âmbito governamental as demandas do setor e implantando políticas públicas efetivas para os pequenos negócios.”; e*
- *“Estando mais juntos, oferecendo consultorias com subsídio maior durante a crise, divulgando a importância da economia local”.*

Quais são os principais desafios que uma crise como essa pode oferecer?

- *“A questão de se reinventar principalmente no olhar digital, bem como a dificuldade de interagir com as ferramentas disponíveis no mercado”; e*
- Necessidade de possuir reservas para momentos imprevistos como este.

Como os pequenos negócios no Brasil poderiam se precaver contra crises como essa?

- Formar capital de giro, para ter reserva, para enfrentar um momento como esse; e
- Buscar novas tecnologias e se adaptar à nova realidade.

Principal lição ou oportunidade que essa crise lhe apontou com relação à gestão do seu negócio?

- A necessidade de participar mais do negócio.
- *“Não manter apenas uma linha de visão de mercado, procurar novos desafios, perspectivas de negócios, pois o mercado é muito mutável.”*