

# O Panorama dos Pequenos Varejistas

Condições econômicas e uso de  
tecnologia dos pequenos varejistas.





# O Panorama dos Pequenos Varejistas

No cenário em constante evolução do mercado varejista, o papel da tecnologia é crucial no desempenho das pequenas empresas. Com o objetivo de conhecer melhor o impacto das soluções tecnológicas na gestão das MPEs e também, entender as perspectivas de faturamento e vendas para o segundo semestre, a Zucchetti, multinacional italiana, que desenvolve softwares de gestão, em parceria com a Federação do Comércio de Santa Catarina (Fecomércio SC), realizou pesquisa abrangente sobre o setor.

Com objetivo de traçar um quadro claro das perspectivas de faturamento das pequenas empresas do varejo para o segundo semestre de 2023, bem como avaliar o nível de adoção e integração de tecnologia nesse setor fundamental da economia brasileira, elaboramos um

questionário estratégico, abordando questões essenciais relacionadas aos aspectos financeiros e tecnológicos das empresas participantes.

Os resultados indicam um clima de otimismo cauteloso em relação às perspectivas financeiras, ao mesmo tempo em que destacam a importância crescente da tecnologia como um impulsionador da eficiência operacional e do aprimoramento das experiências dos clientes. Essas descobertas podem servir como base para orientar estratégias futuras para empresas do setor, bem como para auxiliar formuladores de políticas e instituições relacionadas a apoiar o crescimento sustentável dos pequenos varejos.

# Sumário

- |    |   |    |  |
|----|---|----|--|
| 04 | Sobre a pesquisa                                    | 12 | Expectativas de faturamento                    |
| 05 | Dificuldade para crescer                            | 13 | Vendas no segundo semestre                     |
| 06 | Utilização de ferramentas tecnológicas nas empresas | 14 | Influência das datas comemorativas             |
| 08 | Ferramentas que utiliza no dia a dia da empresa     | 15 | Contratação de funcionários até o final do ano |
| 09 | Canais de comunicação com os clientes               | 16 | Perfil das pesquisadas                         |
| 10 | Dificuldades em tecnologia                          | 20 | Principais aprendizados                        |
| 11 | Canais de venda                                     |    |  |

# Sobre a pesquisa

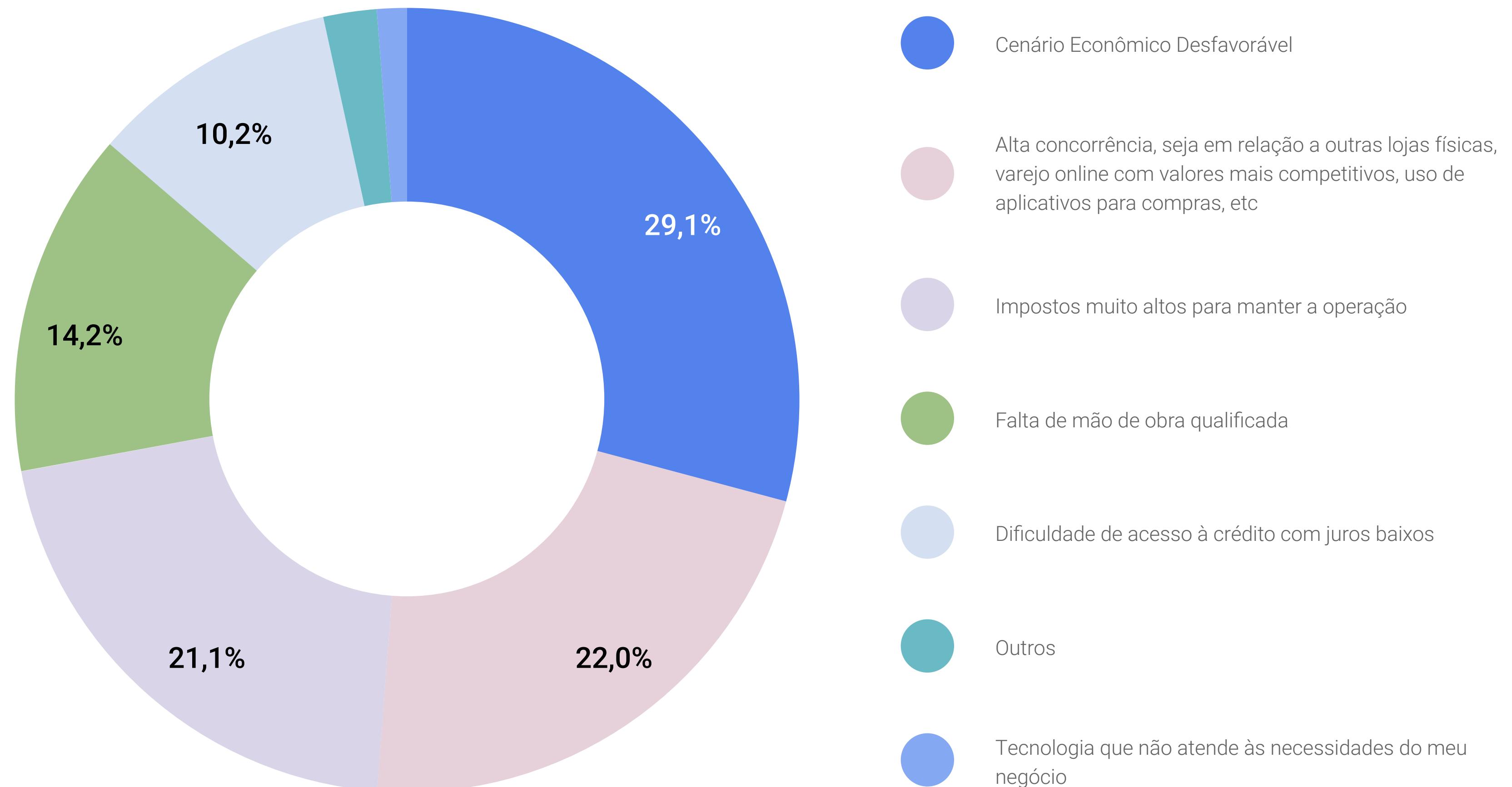
Para fornecer estes dados, nossa pesquisa contou com um total de 323 entrevistados, entre clientes da Zucchetti Brasil e a base de representados da Fecomércio SC. Os participantes da pesquisa são pequenos varejistas em diversas regiões do Brasil - além de Santa Catarina, em diversos setores de atuação e diversas categorias de produto. Esse amplo espectro de participantes permitiu uma visão abrangente das condições econômicas e tendências do uso de tecnologia dos pequenos varejistas.

Método de pesquisa: Pesquisa qualitativa on-line, com um questionário de 16 perguntas no total.

As respostas foram coletadas em julho de 2023.

# Dificuldade para crescer

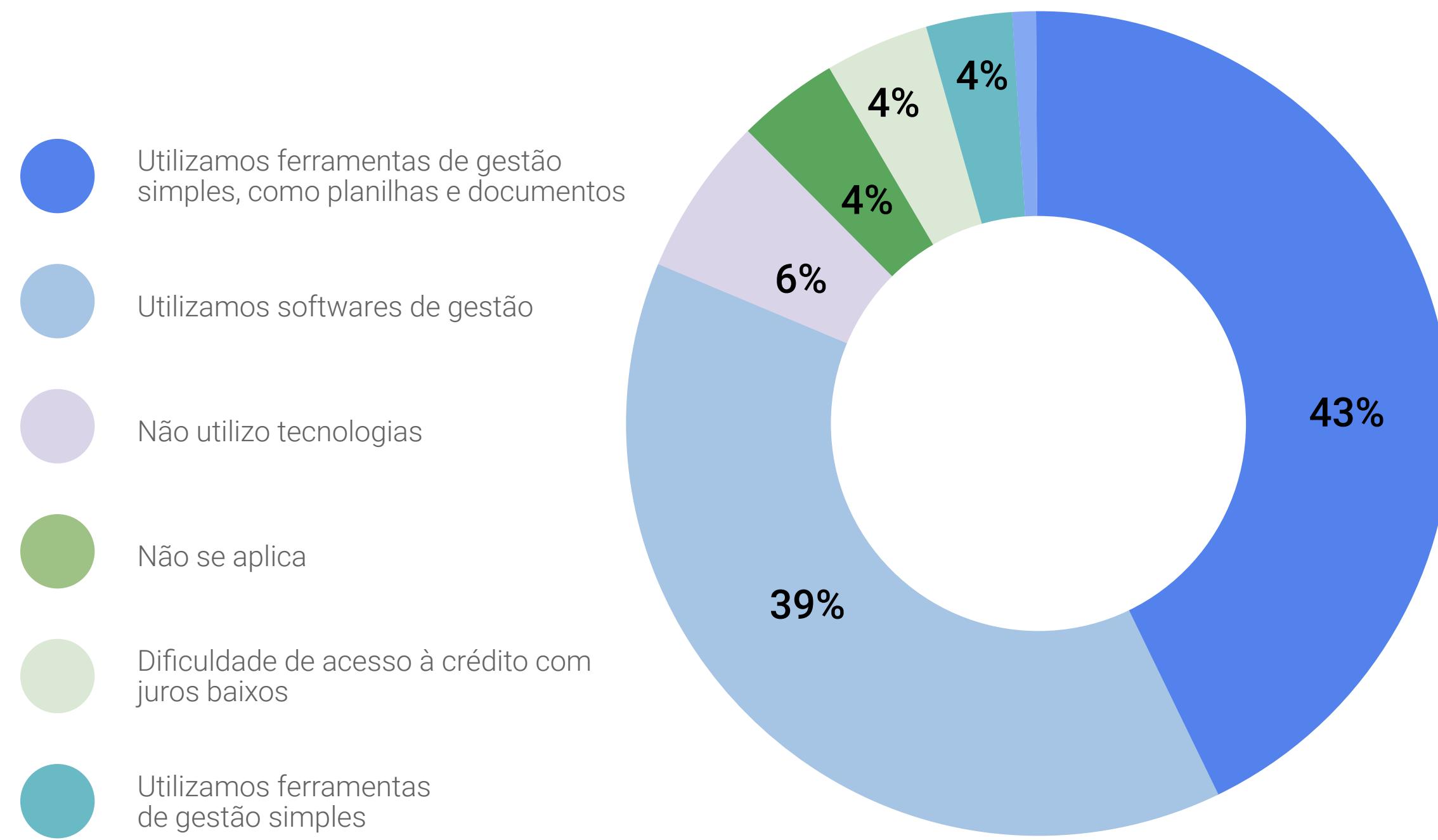
As empresas destacam o cenário econômico desfavorável como o principal motivador das dificuldades de crescimento, seguido por alta concorrência e alta carga tributária, respectivamente. A alta concorrência se deve principalmente ao comércio online, que cresceu muito durante a pandemia e que pela comodidade oferecida e preços mais competitivos, pode fazer sombra ao desempenho das lojas físicas.



# Utilização de ferramentas tecnológicas nas empresas

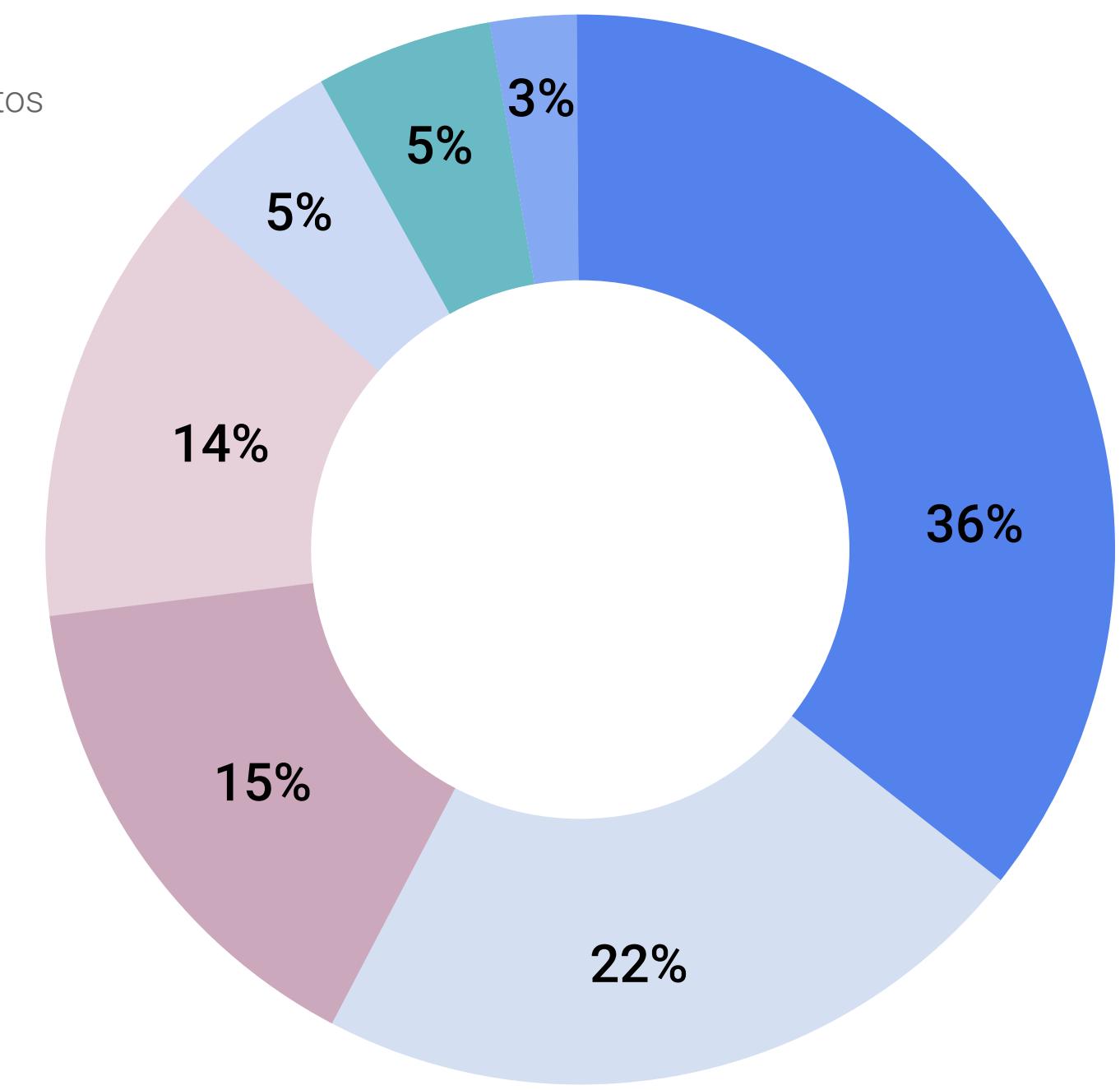
As empresas utilizam ainda, em sua maioria, ferramentas de gestão simples (como planilhas e documentos semelhantes), nas áreas administrativa (42,7%), marketing e vendas (35,6%) e gestão de pessoas (33,1%). Quando se trata de logística, a maioria das empresas respondentes (44,3%) utilizam softwares de gestão.

Administrativo/Financeiro



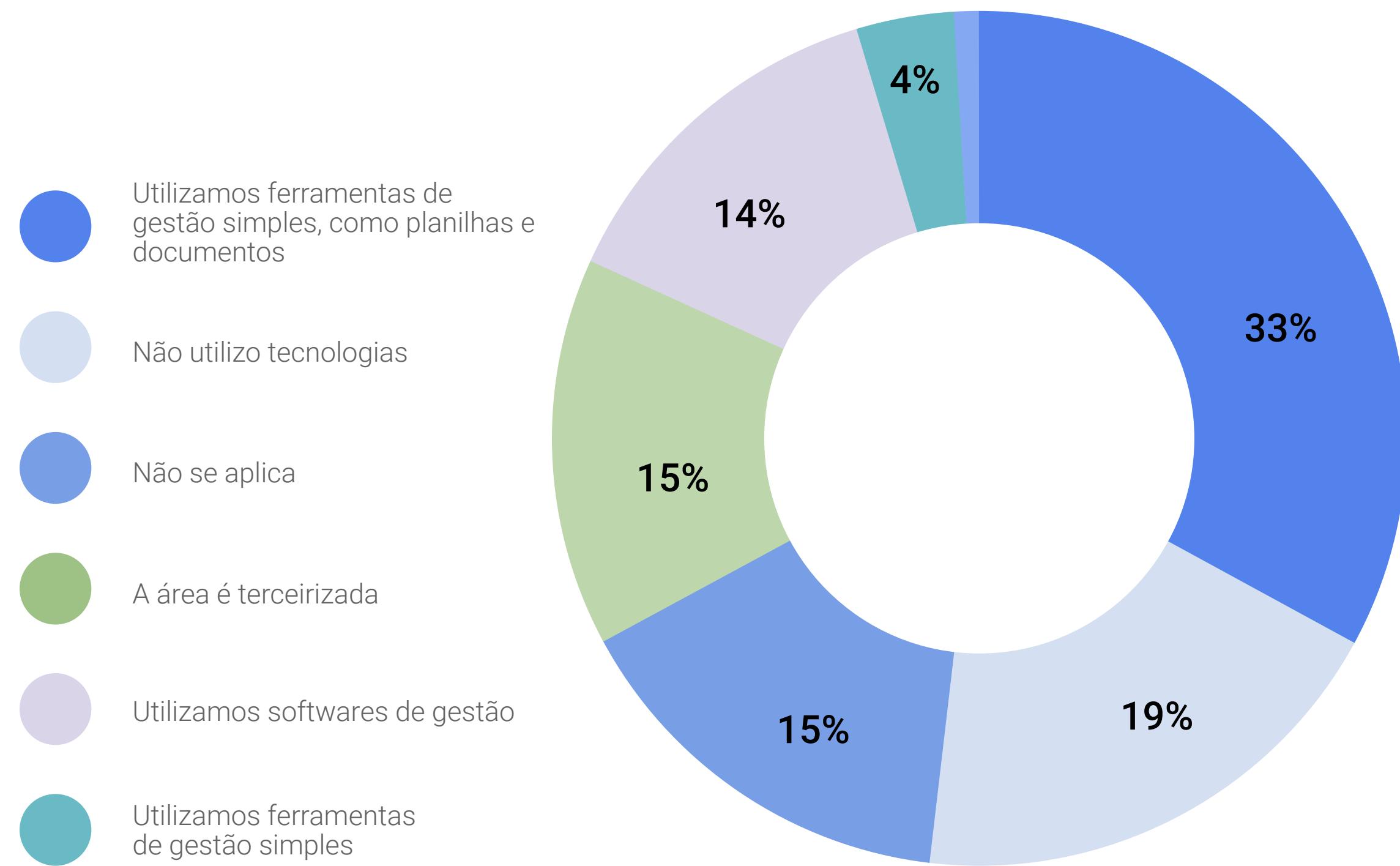
Marketing e Vendas

- Utilizamos ferramentas de gestão simples, como planilhas e documentos
- Utilizamos softwares de gestão
- Não utiliza tecnologias
- Não se aplica
- A área é terceirizada
- Utilizamos ferramentas de gestão e outras tecnologias, como as online.
- Utilizamos ferramentas de gestão simples

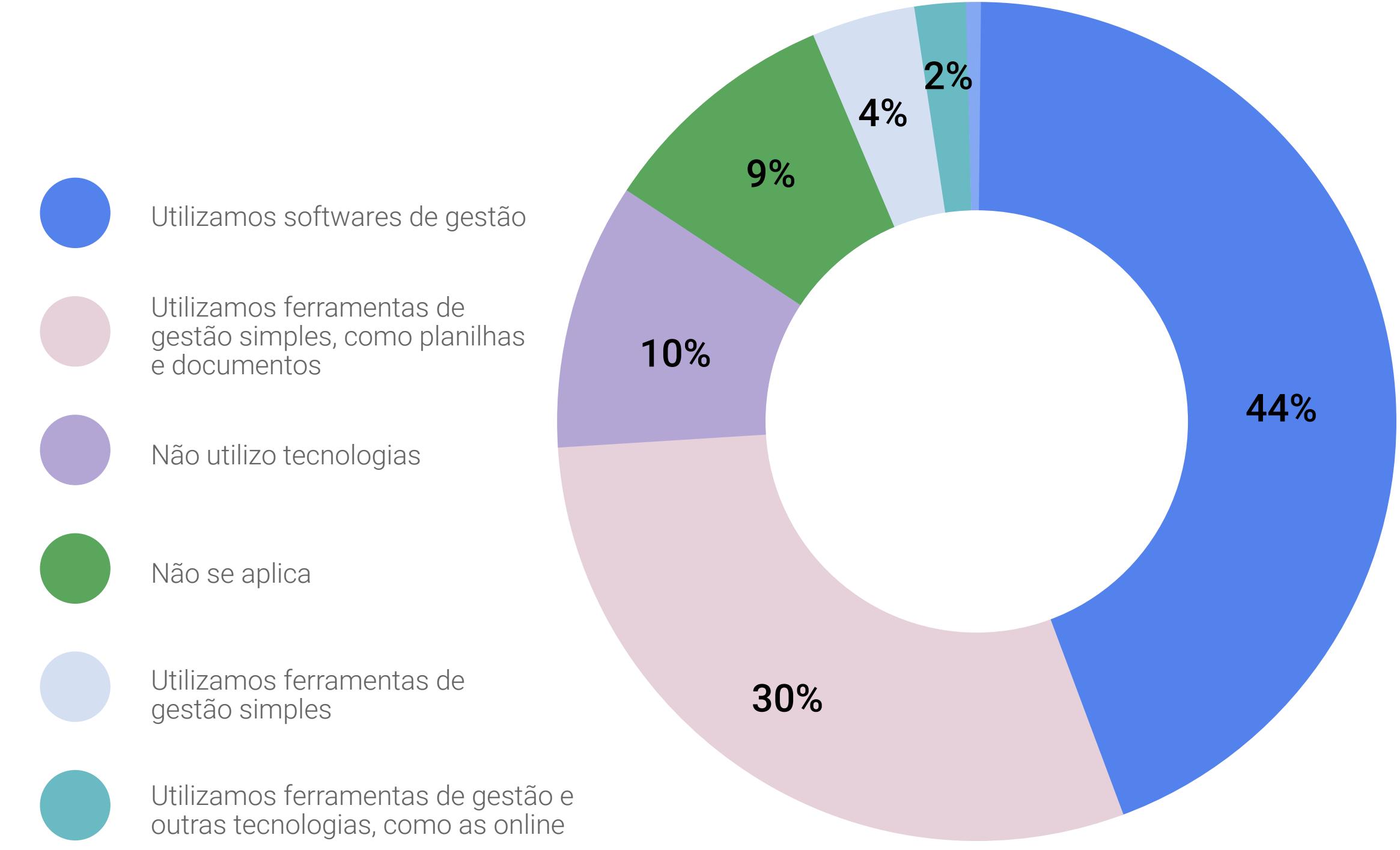


# Utilização de ferramentas tecnológicas nas empresas

Gestão de Pessoas

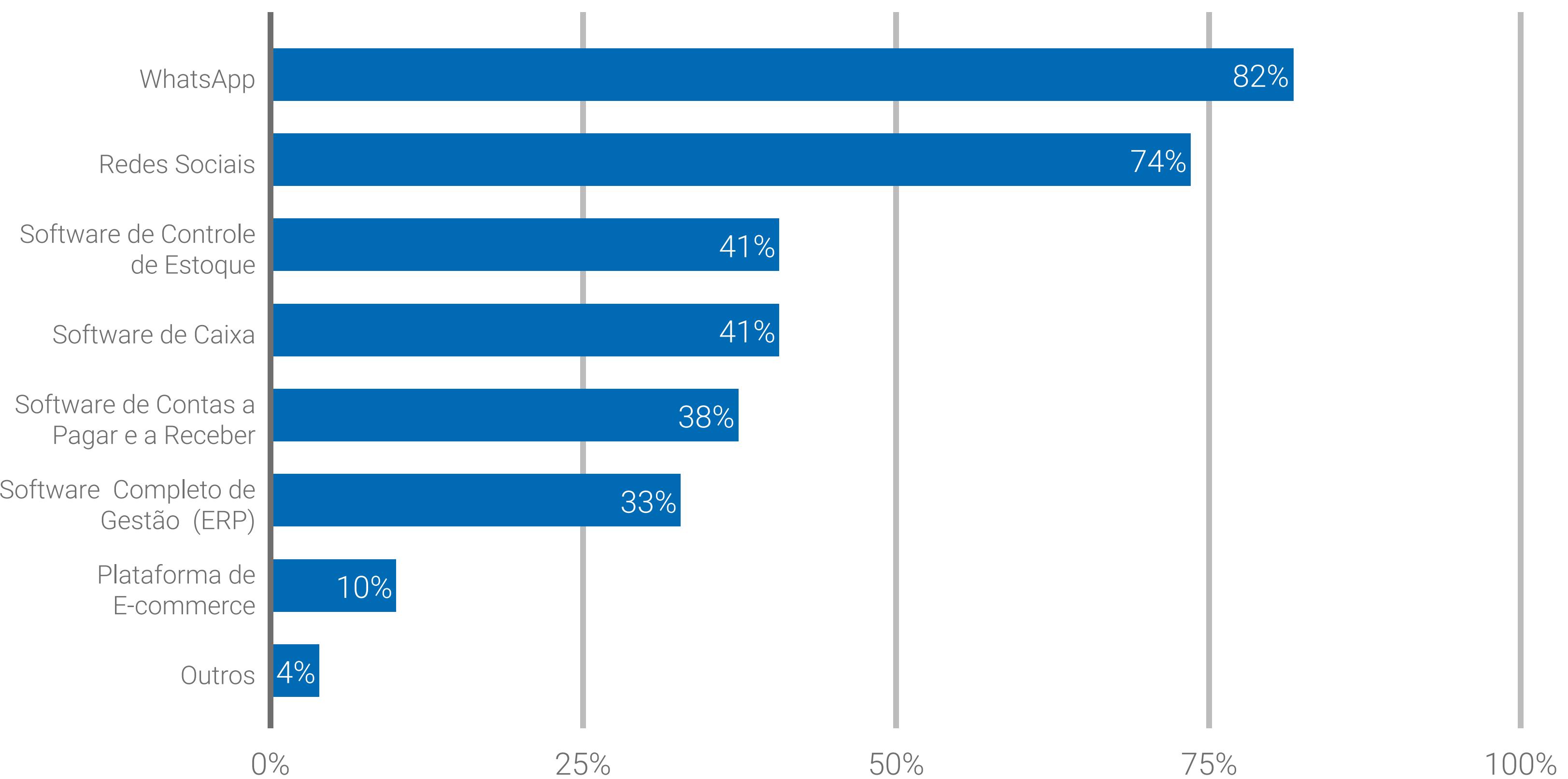


Logística e Estoque



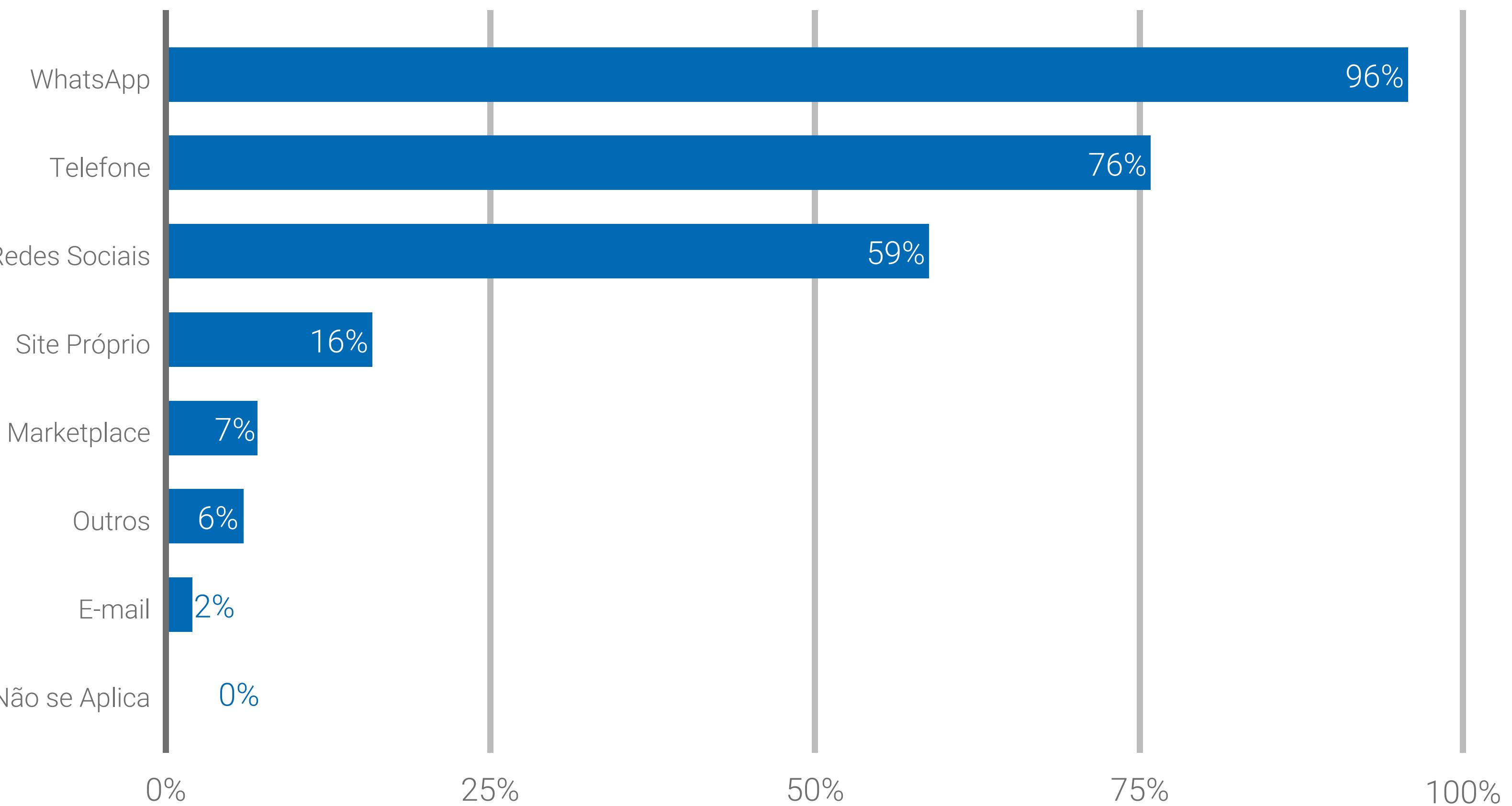
# Ferramentas que utiliza no dia a dia da empresa

Destacada por 82% dos respondentes, o WhatsApp aparece como a ferramenta mais utilizada no dia a dia das empresas, seguida das redes sociais (74%). Este também pode ter sido um efeito decorrente da pandemia, quando os varejistas entenderam estas ferramentas como importantes canais de comunicação com seus clientes e também como soluções para aumentar a visibilidade do seu estoque para além das vitrines.



# Canais de comunicação com os clientes

Seguindo essa mesma lógica, o WhatsApp aparece como principal canal de comunicação com os clientes. 96% dos respondentes citaram a ferramenta como um dos canais mais utilizados para esta finalidade, seguido de telefone (76%) e redes sociais (59%). É interessante observar que poucas empresas utilizam ferramentas que exigem um pouco mais de investimento em tecnologia, como site próprio (16%), marketplace (7%) e e-mail (2%).

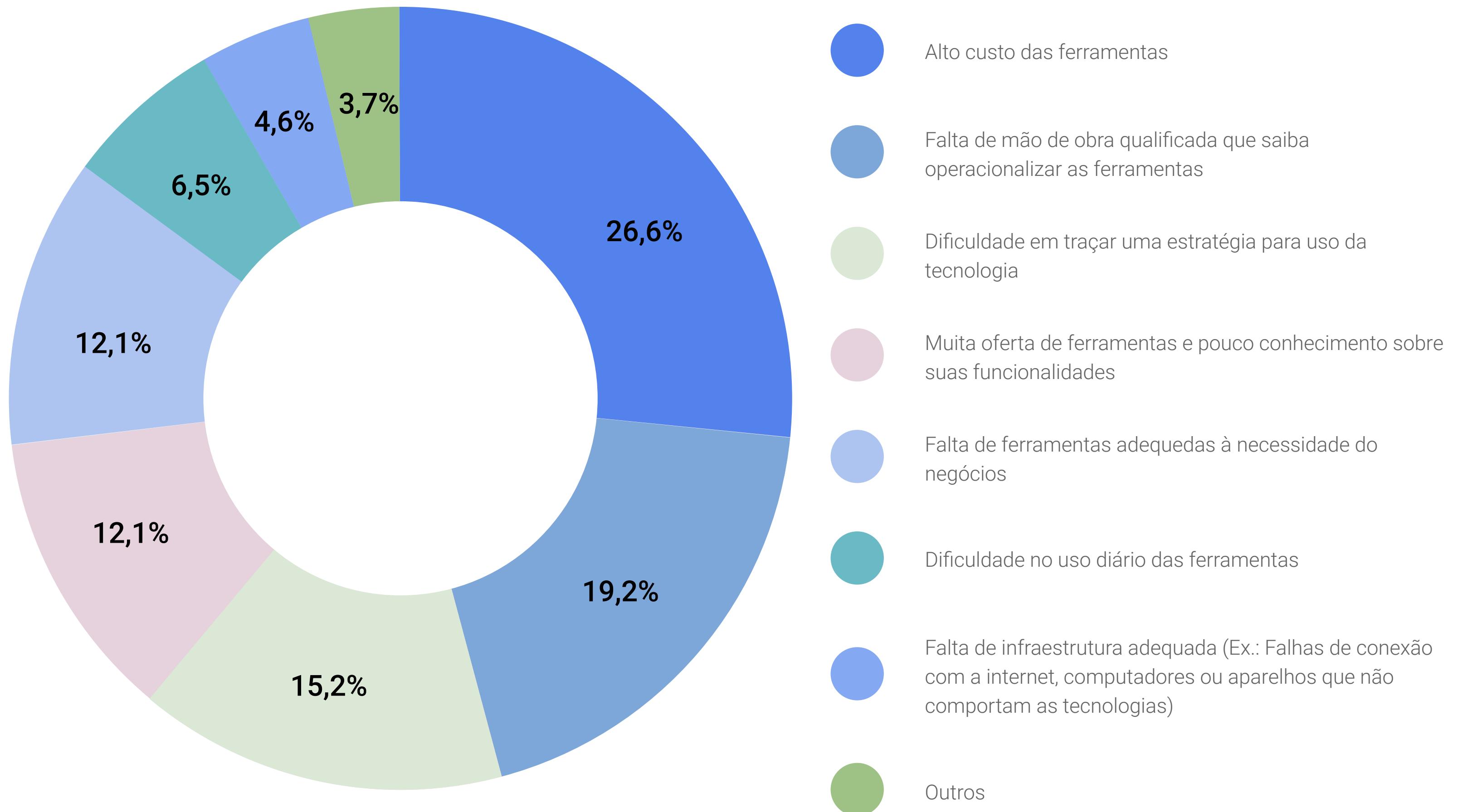


# Dificuldades em tecnologia

Parece razoável que menos da metade das empresas consultadas utilize ferramentas tecnológicas na gestão, quando observamos os motivos: a maioria (27%) aponta como maior dificuldade em relação à tecnologia, o alto custo das ferramentas.

**Na sequência também apontam como dificultosa a falta de mão de obra qualificada para operacionalizar as ferramentas (19%).**

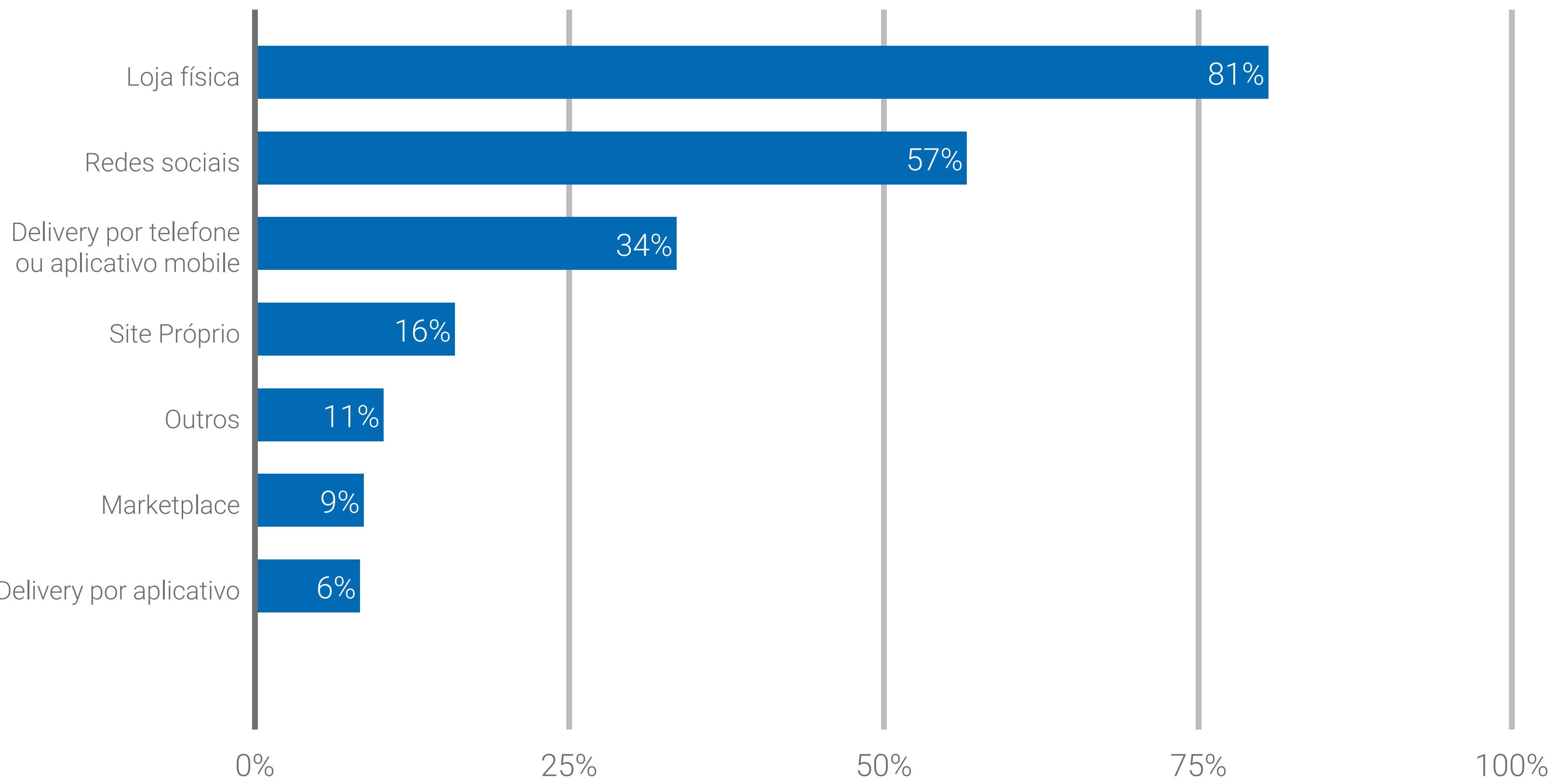
**Isso nos mostra que não basta apenas investir em tecnologia, é preciso também investir em treinamento.**



# Canais de venda

A maioria dos respondentes conta com lojas físicas, o que reforça a importância ainda de ter um estabelecimento local para o atendimento dos clientes. No entanto, as redes sociais aparecem como o segundo canal de vendas mais utilizado, utilizado por 57% dos respondentes. A hipótese levantada é que após o período pandêmico, as redes sociais se estabeleceram como um efetivo canal de fidelização dos clientes. Além disso, o delivery por telefone ou aplicativos de mensagens se destaca em terceiro lugar, com 34% das empresas utilizando este canal para vender mais.

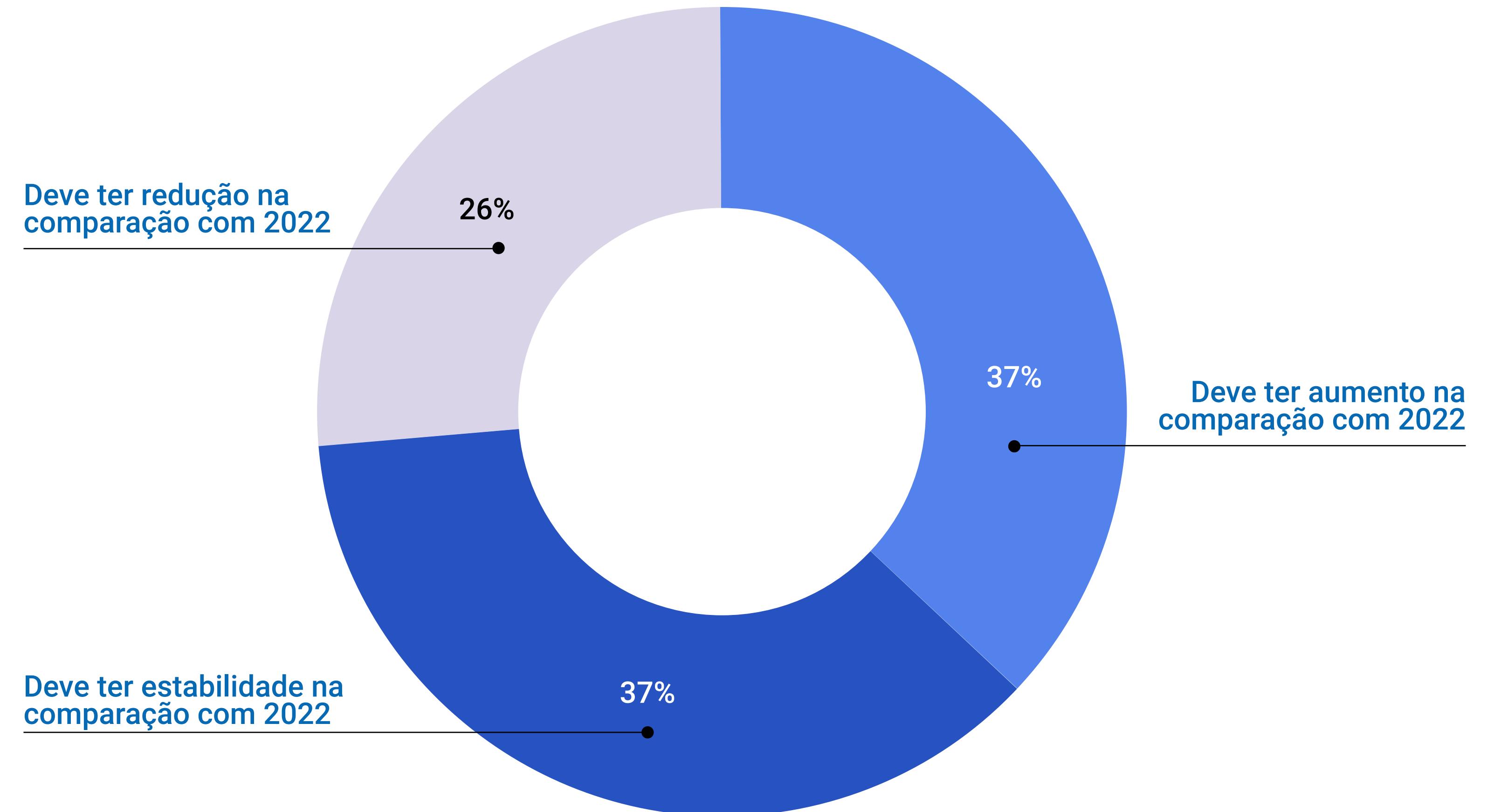
A comodidade da entrega em casa e a variedade de modais de logística podem ter influenciado na adoção desta modalidade.



# Expectativas de faturamento

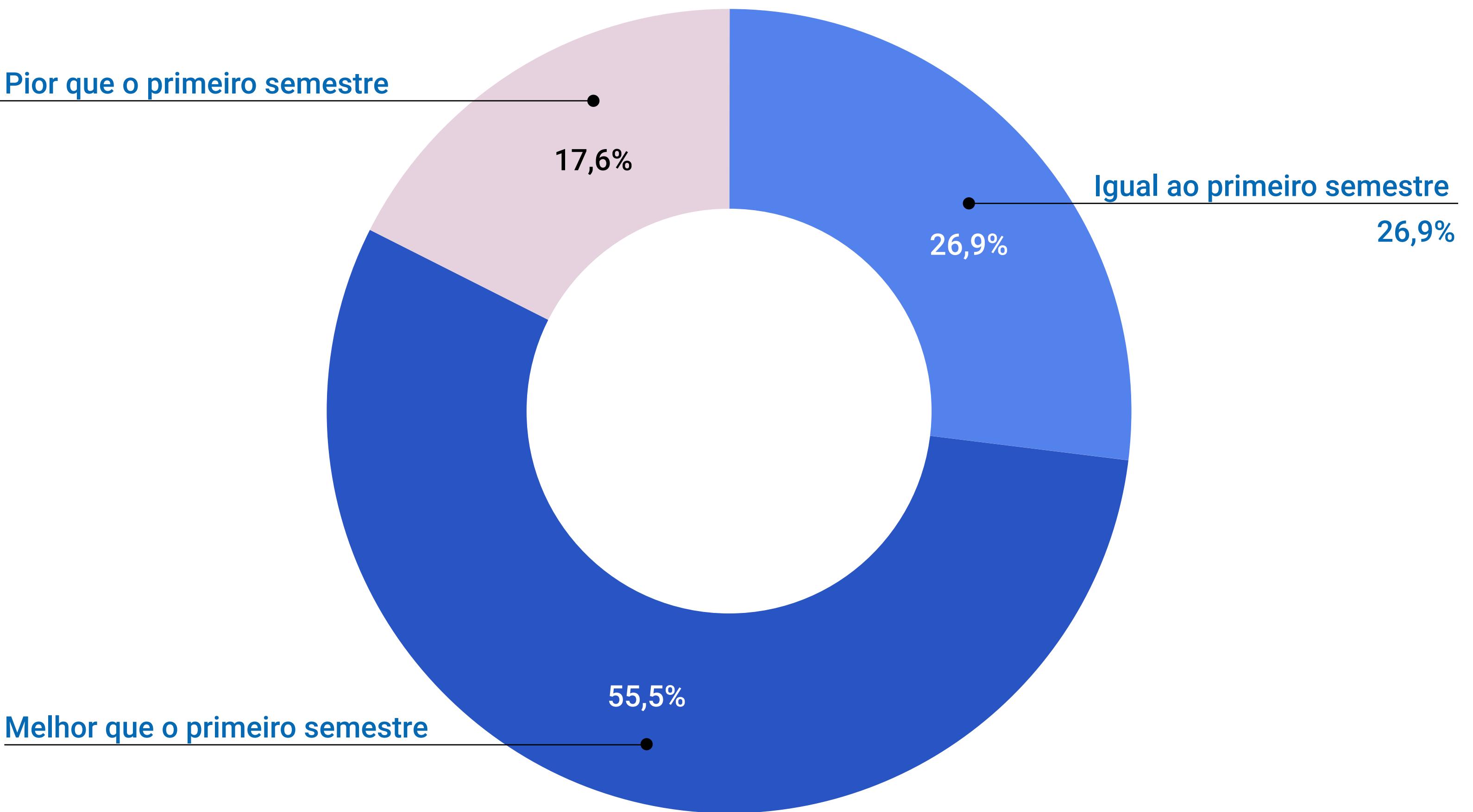
Os respondentes estão otimistas em relação ao faturamento total de 2023.

36,84% acreditam que devem aumentar o faturamento em relação ao ano anterior e o mesmo percentual, 36,84% acreditam ter ao menos o mesmo faturamento.



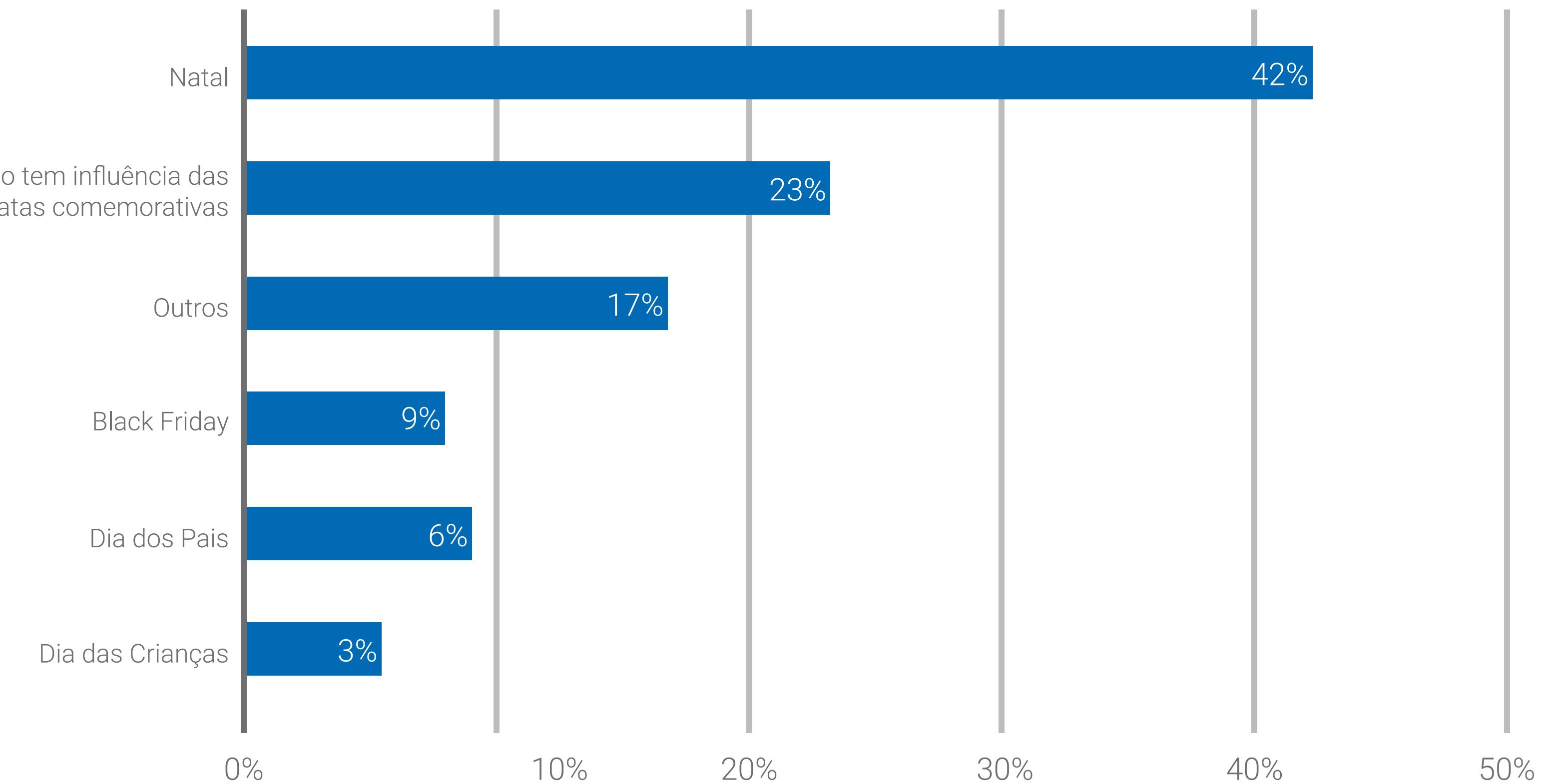
# Vendas no segundo semestre

O segundo semestre vem com tudo! A maioria dos respondentes diz que espera vender mais do que no primeiro semestre de 2023. Apenas 17,6% dos respondentes acreditam que o desempenho em vendas da sua empresa será pior.



# Influência das datas comemorativas

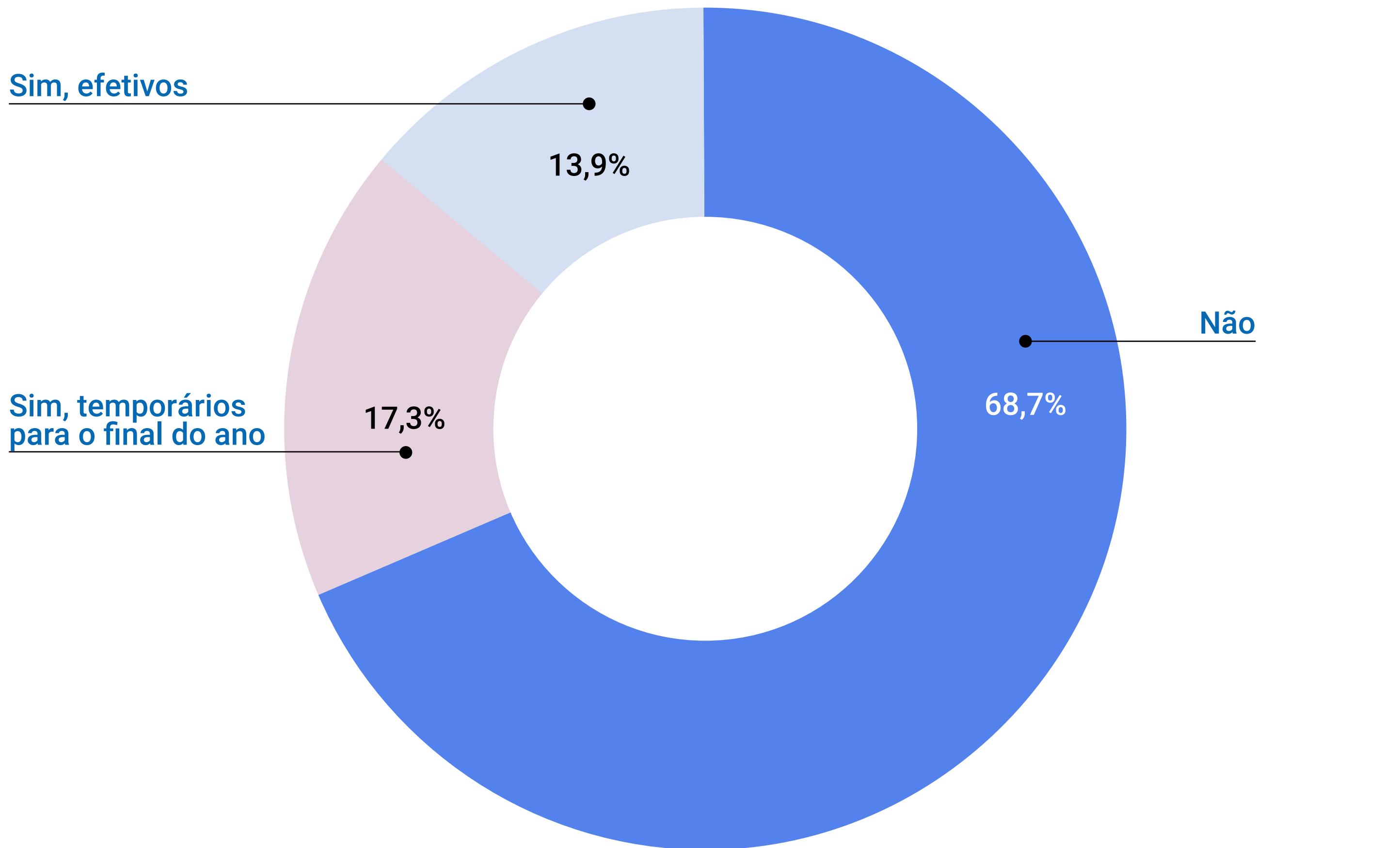
A expectativa de faturamento para o segundo semestre vem embalada pela principal data comemorativa para o varejo: o Natal. Embora uma parte relevante dos respondentes (23%) afirme que as datas comemorativas não exercem influência sobre suas vendas, a grande maioria dos entrevistados (42%) destaca o Natal como principal data para o aumento de vendas.



# Contratação de funcionários até o final do ano

Os empresários estão um pouco mais conservadores em relação às contratações de novos colaboradores.

No entanto, 31% dos respondentes pretendem efetuar novas contratações até o final do ano. Dentre os que responderam que pretendem efetuar novas contratações, **96% pretendem contratar de 1 a 5 funcionários até o final de 2023.**

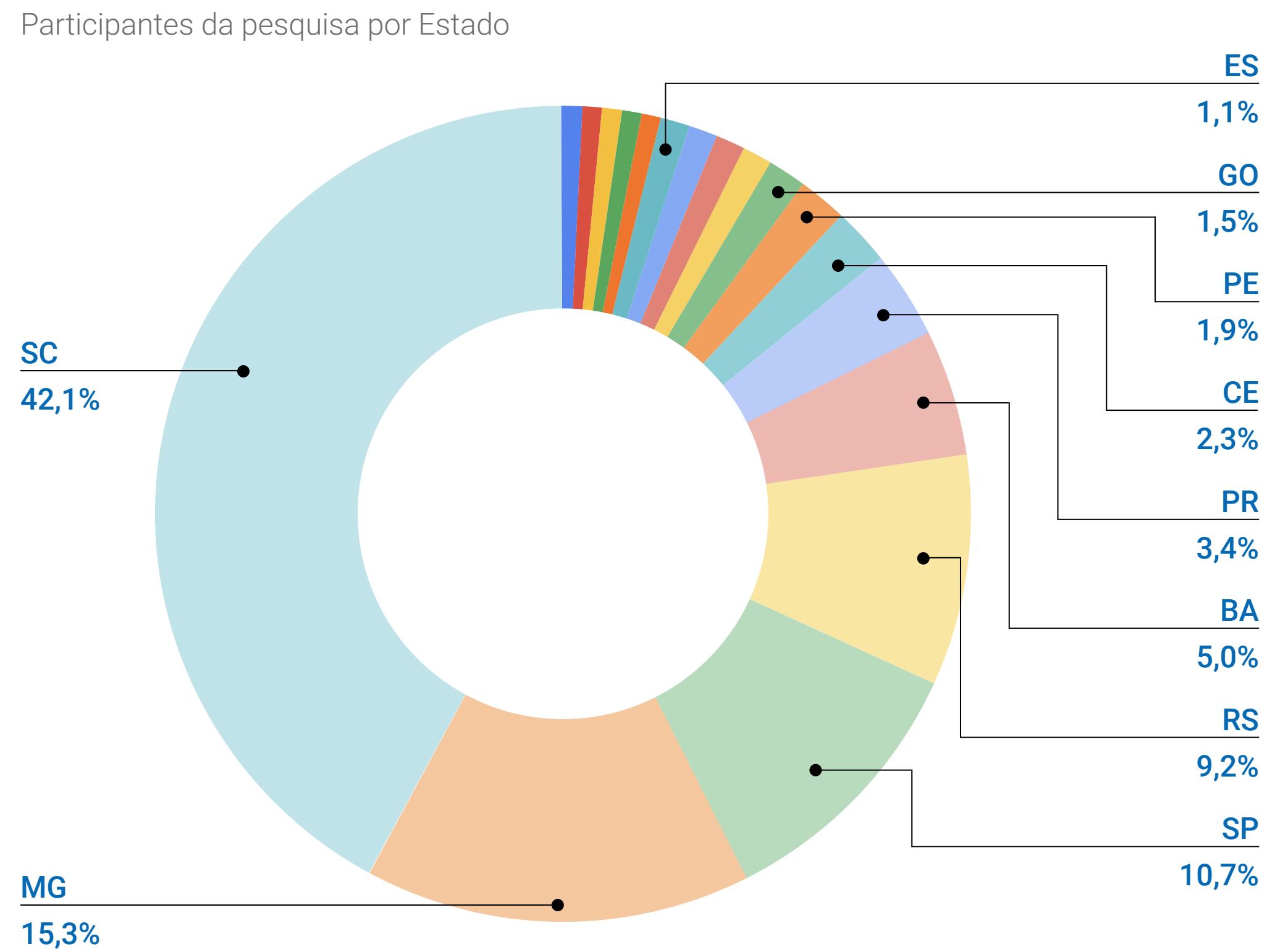


# Perfil das pesquisadas



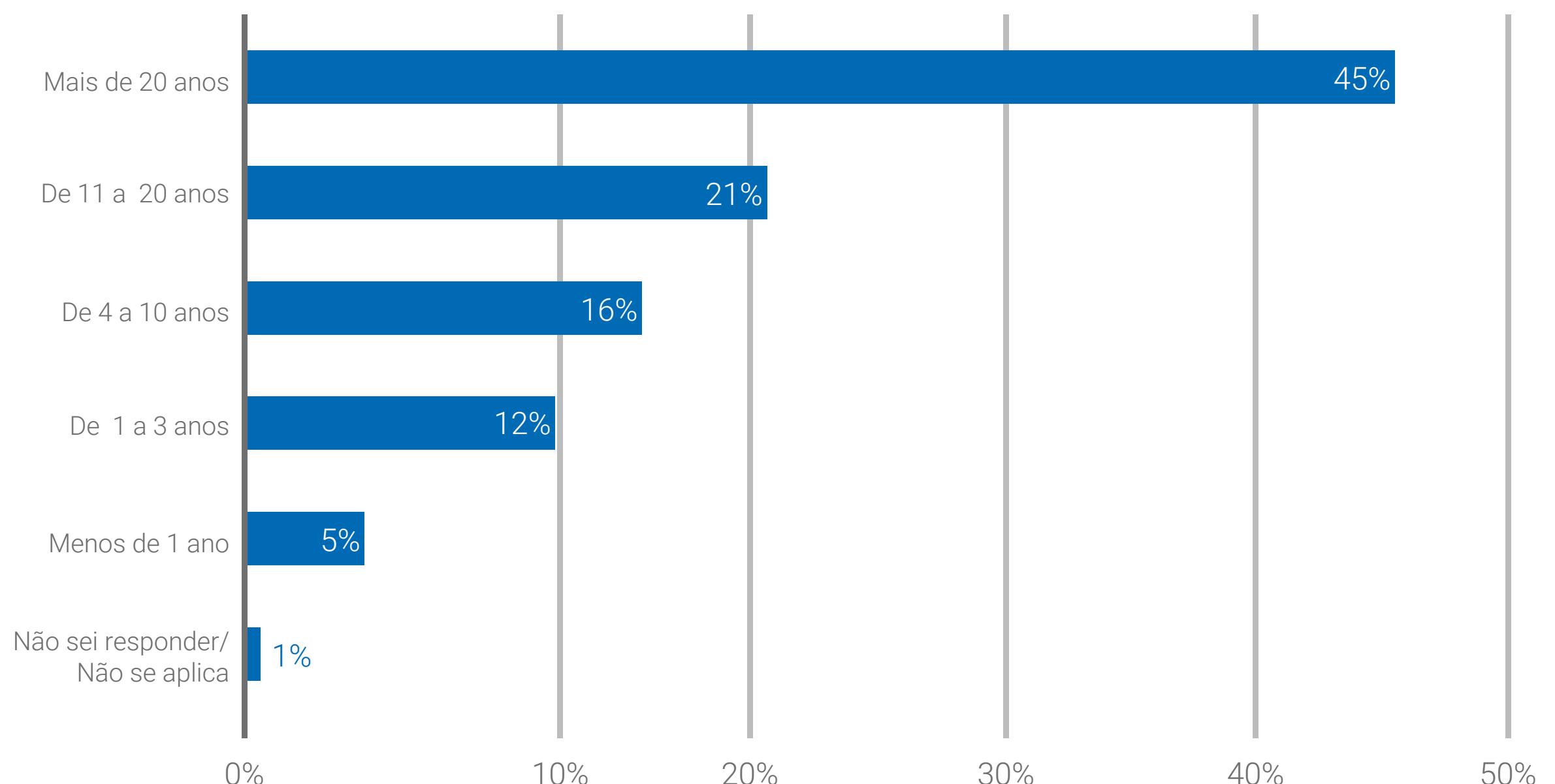
# Participantes por estado

A maioria das empresas participantes da pesquisa vem do estado de **Santa Catarina (42,1%)**, seguido por Minas Gerais (15,3%), São Paulo (10,5%), Rio Grande do Sul (9,2%), Bahia (5%), Paraná (3,4%) e Ceará (2,3%). Os demais estados somam 12%.



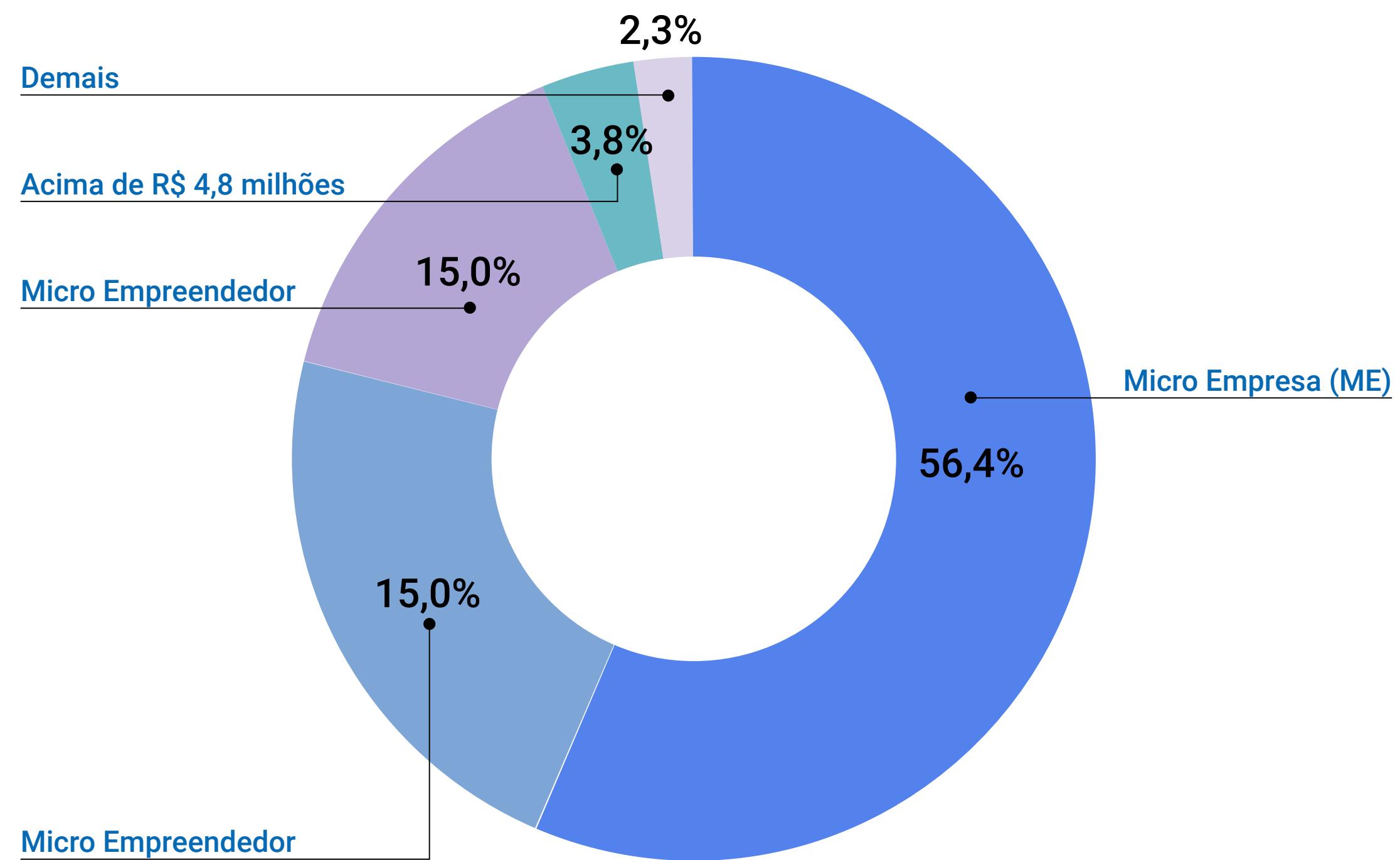
# Tempo de existência das empresas

Este é um dado bastante interessante, pois revela a maturidade das empresas em relação ao tempo de abertura. **66% das empresas participantes possuem mais de 11 anos de funcionamento.**



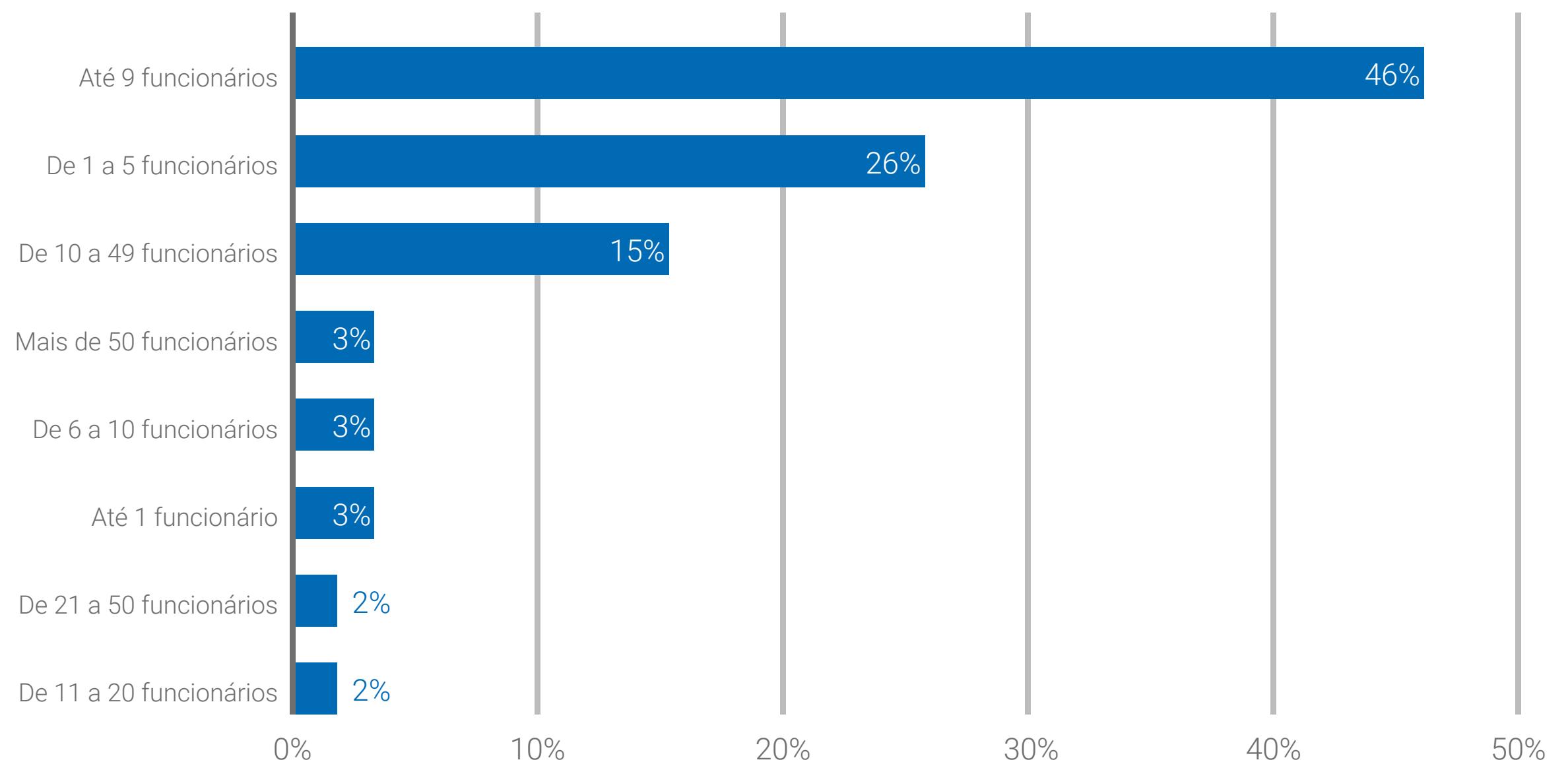
# Porte da empresa

A maioria das empresas pesquisadas são Microempresas (56,4%) e Empresas de Pequeno Porte (22,6%), refletindo a vocação de pequenos empreendedores para o comércio.



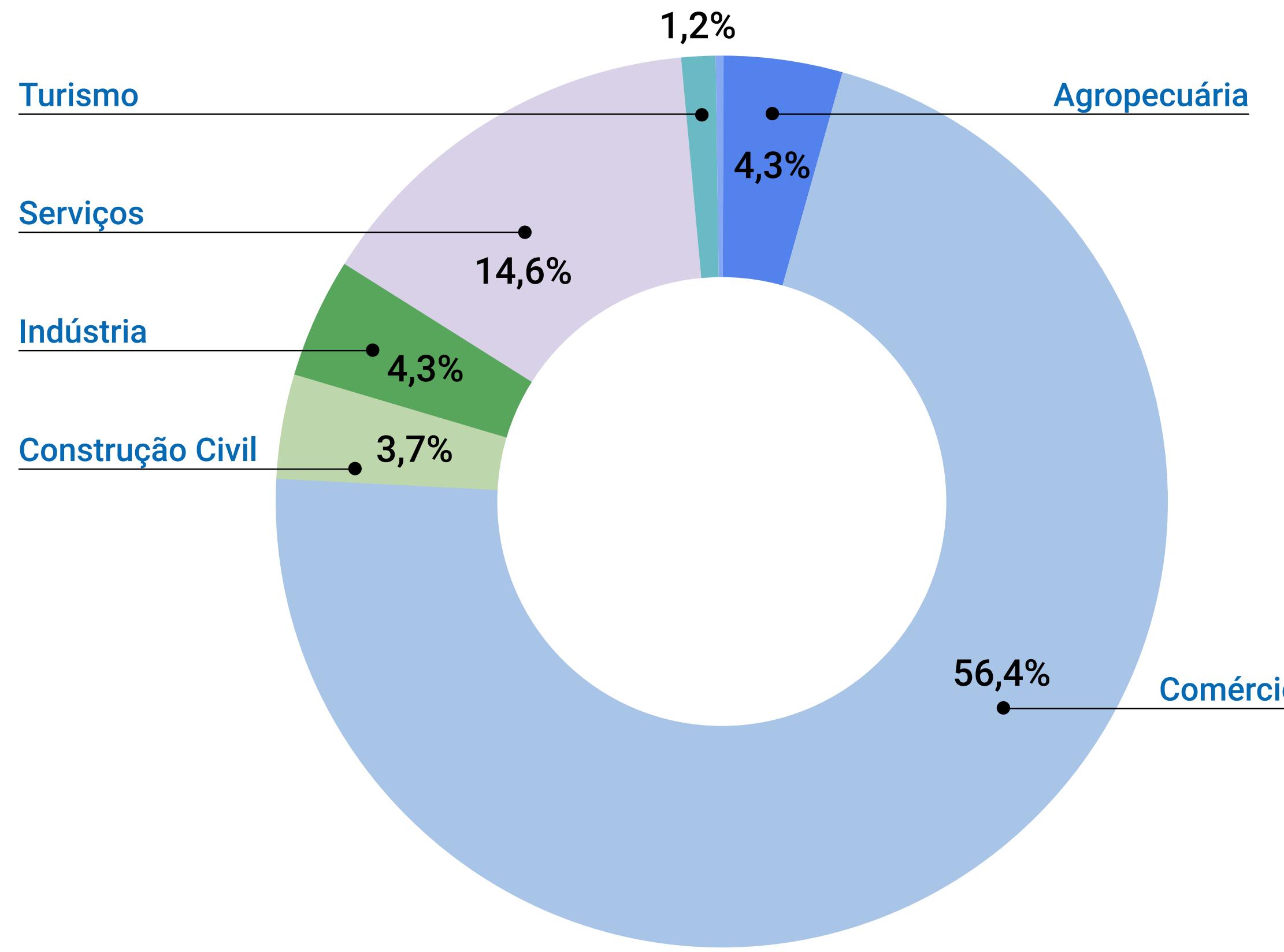
# Número de funcionários

A maioria das empresas pesquisadas emprega até 9 funcionários (46%), seguido pelas que empregam até 5 funcionários (26%). Estes dados refletem também o tamanho dessas empresas e o potencial empregador e de crescimento do número de empregos.



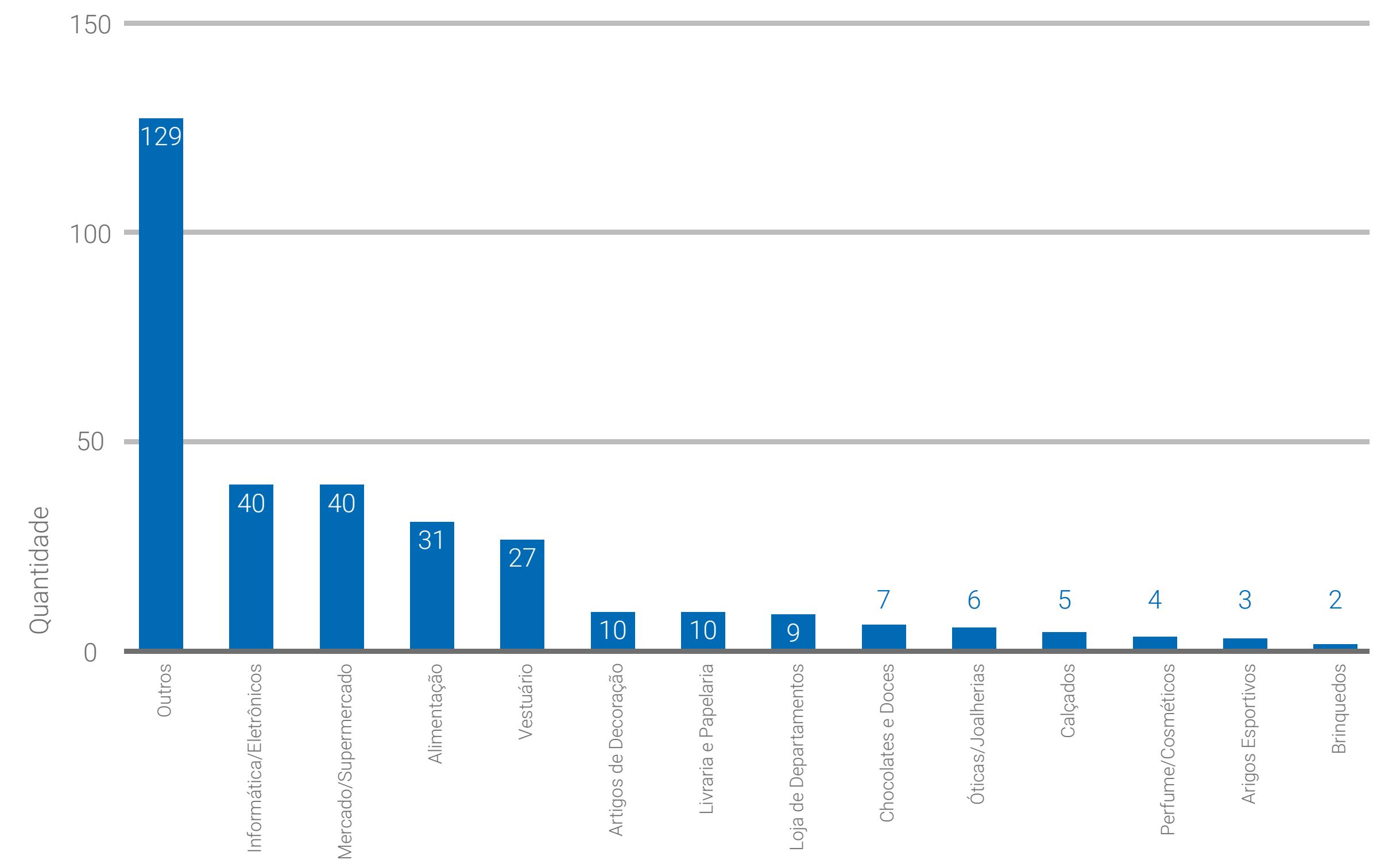
# Setor de atuação da empresa

Entre os setores de atuação, 71,5% das empresas pesquisadas estão no setor comercial, seguidas pelo setor de serviços com 14,6%.



# Categorias de produtos

As categorias de produtos aparecem bastante diversificadas, o que faz bastante sentido quando estamos falando do setor comercial (grande maioria das pesquisadas).



# Principais aprendizados



# Principais aprendizados

Os dados apresentados nos mostram que os pequenos varejistas optam por adotar ferramentas tecnológicas gratuitas ao invés de investir em ferramentas que exigem pagamento e treinamento de pessoal.

Essa escolha pode ser atribuída à busca por economia de custos, à facilidade de acesso às ferramentas gratuitas e à relutância em investir tempo e recursos em treinamento.

Ainda assim, a busca por soluções eficazes e de baixo custo para atender às necessidades operacionais, abre uma excelente oportunidade para empresas que oferecem softwares de gestão, desde que cheguem a um denominador comum no quesito preços e que ofereçam diferenciais pelos quais valham o pagamento, como: personalização, suporte, inovação e colaboração em parcerias estratégicas.



## Sobre a Zucchetti

A Zucchetti é uma multinacional italiana líder em soluções de software e serviços, com uma ampla gama de atuação nas áreas de ERP, Automação Comercial e HR TECH.

Possui uma trajetória sólida com mais de 40 anos de experiência no mercado e mais de 800 mil clientes no mundo. No Brasil, se estabeleceu em 2011 com a aquisição de empresas de tecnologia de perfil compatível e alinhadas aos valores da marca. A Zucchetti busca inovação constante e se destaca como referência em tecnologia pelo mundo.

Saiba mais em: [www.zucchetti.com.br](http://www.zucchetti.com.br)



## Sobre a Fecomércio

A Fecomércio SC tem o propósito de unir, orientar, defender e representar as atividades e categorias deste setor, reconhecido como um dos principais motores da economia no Estado.

Congrega 65 sindicatos patronais em todo o estado e administra, em Santa Catarina, o Serviço Social do Comércio (Sesc) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), que integram o Sistema S. Além da articulação política e legislativa nas diferentes esferas, a Federação presta assessoria nas áreas jurídica, econômica, sindical, administrativa, tecnológica e de imprensa aos sindicatos, disponibiliza informações de mercado e oferece diversos produtos e serviços para trazer mais competitividade aos segmentos representados.

# O Panorama dos Pequenos Varejistas



[www.zucchettibrasil.com.br](http://www.zucchettibrasil.com.br)  
Contato: 0800 707 0122  
Rodovia SC-401, 4150 ACATE,  
Sala 16 - Saco Grande – Florianópolis/SC



[www.fecomercio-sc.com.br](http://www.fecomercio-sc.com.br)  
Contato: (48) 3229 1000  
R. Felipe Schmidt, 785 – Centro  
Florianópolis/SC