



Observatorio
Iberoamericano de la
MIPyME

**IMPACTO ECONÔMICO DA
PANDEMIA DE COVID-19 SOBRE
AS MPMES (MICRO, PEQUENAS E
MÉDIAS EMPRESAS) NO BRASIL
EM 2021**

Aliança das Redes: REUNE-ASCUN,
CLADEA, FAEDPYME e MOTIVA

SETEMBRO DE 2021



EQUIPE DE REDAÇÃO DO RELATÓRIO

García Pérez de Lema, Domingo (coordenador geral)
Hansen, Peter B. (coordenador nacional)
Vale, Glaucia Maria V.
Oro, Ieda Margarete

EDITA: FAEDPYME Cartagena (Spain)

ISSN: 2792-4378

Serie: Informes MIPYME

A reprodução total ou parcial deste estudo, bem como seu armazenamento ou transmissão por qualquer meio (eletrônico, mecânico, gravação, fotocópia, etc.) não é permitida sem prévia permissão dos autores.

Design e layout: Pedro Víctor S. Sales

COORDENAÇÃO

Peter Bent Hansen
Gláucia Maria Vasconcellos Vale
Ieda Margarete Oro

EQUIPE DE PESQUISA DO OBSERVATÓRIO BRASIL 2021

Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS:

Peter Bent Hansen - hansen.peter.57@gmail.com
Jane Lucia Silva Santos - janejlss@gmail.com
Natália Eloísa Sander - natisander@gmail.com

Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS:

Douglas Wegner - dwegner@unisinis.br
Diego Marconatto - dmarconatto@unisinis.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS:

Ana Paula Beck da Silva Etges - ana.etges@pucrs.br
Grazielle Flores Daniel - grazielle.flores@edu.pucrs.br
Pedro Henrique Bergamaschi Vendramin -
Pedro.Vendramin@edu.pucrs.br

Universidade do Oeste de Santa Catarina – UNOESC:

Fábio Lazzarotti - fabio.lazzarotti@unoesc.edu.br
Hilka Vier Pelizza Machado -
hilka.machado@unoesc.edu.br
Ieda Margarete Oro - ieda.oro@unoesc.edu.br

Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL:

Simone Sehnem - simonesehnem_adm@yahoo.com.br
Ivone Junges - ivone.junges@animaeducacao.com.br
Raquel Janir Antunes - ppga@unisol.br

Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM:

Sílvio Luís de Vasconcellos - silvio.vasconcellos@espm.br
Renata Giacomini Menezes

Universidade Paulista – UNIP:

Arnaldo Ryngelblum - arnaldo.ryngelblum@docente.unip.br
Ernesto Giglio - ernesto.giglio@docente.unip.br
Márcio Machado - marcio.machado@docente.unip.br
Roberto Bazanini - roberto.bazanini@docente.unip.br



**Fundação Getúlio Vargas – FGV – Escola de
Administração de São Paulo – EAESP:**

Luís Henrique Pereira - luis.pereira@fgv.br

Luiz Carlos Di Serio - luiz.diserio@fgv.br

Susana Carla Farias Pereira - susana.pereira@fgv.br

Universidade Presbiteriana Mackenzie:

Marta Fabiano Sambiase - marta.sambiase@mackenzie.br

**Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC-
Campinas:**

Marcos Ricardo Rosa Georges - marcos.georges@puc-
campinas.edu.br

Ana Carolina Ferrari - ana.cf8@puccampinas.edu.br

**Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais –
PUCMG:**

Glaucia Maria Vasconcellos Vale -
valeglauciamaria@gmail.com

Wilquer Silvano de Souza Ferreira

Nair Aparecida de Andrade

Universidade Federal de Sergipe - UFS:

Maria Elena Leon Olave - mleonolave@academico.ufs.br -
mleonolave@gmail.com

Abimael Magno do Ouro Filho

Manuela Ramos da Silva

Rubia Oliveira Correa

Rosangela Sarmento

Universidade da Amazônia – UNAMA:

Sérgio Castro Gomes - sergio.gomes@unama.br

Márcia Athayde Moreira - marcia.athayde@gmail.com

Cyntia Meireles Martins - cyntiamei@hotmail.com

EQUIPES COLABORADORAS:

NECOP – Núcleo de Economia da Produção – DEPROT – EE
– UFRGS

CEPA – Centro de Estudos e Pesquisas em Administração –
EA – UFRGS



SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. METODOLOGIA DE PESQUISA	9
2.1. Estrutura da amostra	10
2.2. Seleção de variáveis e estrutura do questionário	12
2.3. Análise estatística de dados	13
3. DADOS GERAIS DAS EMPRESAS	14
4. IMPACTO ECONÔMICO	17
4.1. Emprego	18
4.2. Vendas	21
4.3. Indicadores econômicos e financeiros	24
4.4. Internacionalização	28
5. IMPACTO NA ORGANIZAÇÃO DA EMPRESA	31
5.1. Atividades com clientes e fornecedores	32
5.2. Atividades operacionais	35
5.3. Atividades estratégicas	37
6. ATIVIDADE INOVADORA	39
7. ACESSO A FINANCIAMENTOS	45
8. INDICADORES DE DESEMPENHO	52
9. RESUMO EXECUTIVO	56
10. REFERÊNCIAS	61

1. INTRODUÇÃO



1. INTRODUÇÃO

A pandemia de COVID-19 teve forte impacto na saúde e nos aspectos sociais e econômicos do mundo como um todo. Muitas empresas foram atingidas pela crise de saúde e surgiram fortes tensões que podem limitar sua competitividade e sobrevivência atual ou futura. Como resultado dessa crise inesperada, houve um choque nas cadeias de fornecimento e um choque na demanda causado pelo menor consumo, que diminuiu as receitas das empresas (Donthu & Gustafsson, 2020). Estes aspectos conduziram a uma redução da atividade produtiva, que tem tido um impacto negativo no mercado de trabalho, aumentando o desemprego, entre outros aspectos relevantes. Além disso, a pandemia de COVID-19 tornou-se um caso particular devido à velocidade com que esta crise se espalhou pelo mundo, causando impactos negativos na economia global e grandes mudanças estruturais em vários setores (Deloitte, 2020; Sharma et al., 2020).

Atualmente, muitas organizações estão trabalhando para estabelecer estratégias de recuperação econômica, a fim de mitigar os impactos de curto e médio prazos da crise causada pela pandemia de COVID-19. A gestão dessa crise exigirá também políticas de curto e médio prazos que apontem o caminho para uma recuperação forte e sustentável (Banco Mundial, 2020). Nesse sentido, é essencial ter informações, quantitativas e qualitativas, sobre o comportamento das empresas diante dos impactos econômicos da pandemia de COVID-19. Isso permitirá conhecer as necessidades e desequilíbrios que podem surgir e, assim, gerenciar eficientemente os recursos e capacidades para ajudar a impulsionar novamente a economia. Além disso, essas informações devem ser ágeis e contínuas ao longo do tempo, uma vez que é crescente a incerteza sobre quanto tempo essa crise continuará. Estamos diante de um momento em que as decisões devem ser tomadas rapidamente e o que for decidido terá consequências importantes no futuro (BBVA Research, 2020).

O estudo apresentado neste relatório, intitulado “impacto econômico da pandemia de COVID-19 sobre as MPMEs no Brasil em 2021”, tem como foco avaliar o impacto econômico que a crise gerada pela pandemia de COVID-19 tem gerado nas MPMEs (micro, pequenas e médias empresas) no Brasil. Para tanto, fornece informações sobre as expectativas de crescimento do emprego e vendas, e diferentes indicadores dessas empresas. Este relatório pretende ser útil às empresas e aos diversos atores econômicos e sociais, fornecendo relevantes informações para a tomada de decisões, principalmente nos campos econômico e estratégico. Essas informações são insumos valiosos para o delineamento e a implementação de estratégias, tanto para a gestão das empresas, quanto para o estabelecimento de políticas públicas que possam direcionar adequadamente seus programas e ações. Desta forma, indiretamente, as informações contidas neste relatório podem contribuir para impulsionar a economia e levar a uma gestão eficiente das MPMEs diante do atual contexto de pandemia e no Brasil pós-pandemia.



Os objetivos específicos deste relatório são:

- Estimar o impacto da crise econômica gerada pela pandemia de COVID-19 no emprego, nas vendas e nos diferentes indicadores econômicos e financeiros, de modo a conhecer as principais dificuldades pelas quais as MPMEs estão passando durante o período de pandemia.
- Determinar o impacto da crise econômica gerada pela pandemia de COVID-19 na organização destas empresas, MPMEs, no que se refere às suas atividades com clientes e fornecedores, atividades operacionais e atividades estratégicas.
- Estudar de forma mais aprofundada a atividade inovadora das MPMEs e seu acesso aos financiamentos e suporte financeiro oferecido durante o período de pandemia.

Para a realização deste trabalho, foi realizado um estudo empírico com base nas informações coletadas com gestores de 763 MPMEs brasileiras, localizadas principalmente nos Estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina (na região sul do Brasil), Minas Gerais e São Paulo (na região sudeste), além de Sergipe, Pará e Amazonas em menor grau. A amostra é composta por microempresas (6 a 9 trabalhadores), pequenas empresas (10 a 49) e médias empresas (50 a 249). A técnica de coleta de dados empregada foi de pesquisa telefônica e sistema online. A pesquisa foi realizada com as empresas entre os meses de fevereiro e maio de 2021. Ressalta-se que no desenvolvimento das diferentes fases deste estudo foi respeitada a confidencialidade das empresas e dos respondentes que participaram do estudo. Deve ser observado que nem todas as



empresas pesquisadas responderam de fato a todas as questões formuladas, razão pela qual o número de respondentes varia de acordo com cada questão.

Deve-se notar que não cabe a este relatório julgar a atual situação das MPMEs, mas sim oferecer uma visão abrangente da atual condição dessas empresas, que revele virtudes ou desequilíbrios, buscando servir de referência para que, se for o caso, medidas adequadas possam ser adotadas visando potencializar as virtudes e mitigar os desequilíbrios eventualmente identificados.

2. METODOLOGIA DE PESQUISA



2. METODOLOGIA DE PESQUISA

A concepção da amostra e do questionário utilizado nesta pesquisa foi realizada com as garantias necessárias para permitir a obtenção de informações estatisticamente válidas, visando conclusões igualmente adequadas sobre os vários aspectos abordados neste trabalho. Esta seção apresenta a metodologia do trabalho empírico realizado: estrutura da amostra, variáveis do questionário e técnicas estatísticas utilizadas no processo de resumir e analisar as informações obtidas.

2.1. Estrutura da amostra

O desenho geral da amostra baseia-se nos princípios da amostragem estratificada. Para isso, é necessário definir os critérios de estratificação que atenderão os objetivos do estudo, as informações disponíveis, a estrutura da população e os recursos disponíveis para a realização do trabalho de campo. Os critérios utilizados para a estratificação devem estar correlacionados com as variáveis em estudo, tendo em vista que o ganho de precisão é, em geral, inversamente proporcional ao número de estratos utilizados. Portanto, o número de critérios e estratos deve ser moderado e consistente com o tamanho máximo da amostra com a qual se pode trabalhar. Neste trabalho foram estabelecidos os seguintes estratos: setores econômicos (Indústria, Construção, Comércio, Serviços e Outros) e portes das empresas (micro, pequenas e médias empresas). Deve ser observado que a pesquisa não conseguiu abranger todos os estados brasileiros por diversas razões, assim não atendendo ao requisito de estratificação por estado do país. Somente 7 dos 26 estados efetivamente participaram desta pesquisa. Dentro de cada estrato, a seleção foi feita por amostragem aleatória simples. As empresas foram contatadas por meio de uma pesquisa telefônica e de uma plataforma online, mediante envio de e-mails.

Uma vez que o total de respostas obtidas das empresas não é inteiramente proporcional à população, foi utilizada análise estatística do conjunto dos resultados agregados. Assegura-se desta forma um procedimento objetivo e comparável para determinar a adequação da amostra para os objetivos da investigação.

No entanto, é importante ressaltar que os diferentes testes e contrastes estatísticos que foram realizados nas fases subsequentes da análise, tiveram seu nível de significância ou grau de precisão determinado a partir dos dados efetivamente obtidos na pesquisa (sem contar as respostas “ausentes”) e de acordo com as técnicas estatísticas utilizadas e o nível de agregação estabelecido em cada situação.

A amostra final obtida foi de 763 questionários respondidos pelas MPMEs brasileiras (a Tabela 2.1 apresenta a distribuição das empresas por Atividade Econômica e a Tabela 2.2 a distribuição por estado brasileiro). A Tabela 2.3 apresenta o erro amostral para os diferentes estratos analisados neste relatório, determinando um erro amostral geral de 3,6 pontos com nível de confiança de 95%. Os tamanhos populacionais reais (número total de empresas em cada estrato) foram obtidos de acordo com dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2021). Deve ser observado que nem todas as empresas pesquisadas responderam a todas as questões contidas no questionário e que são analisadas adiante. Assim, para cada tópico analisado adiante neste relatório está indicado o número efetivo de respondentes considerados naquela questão específica, a partir das respostas obtidas.

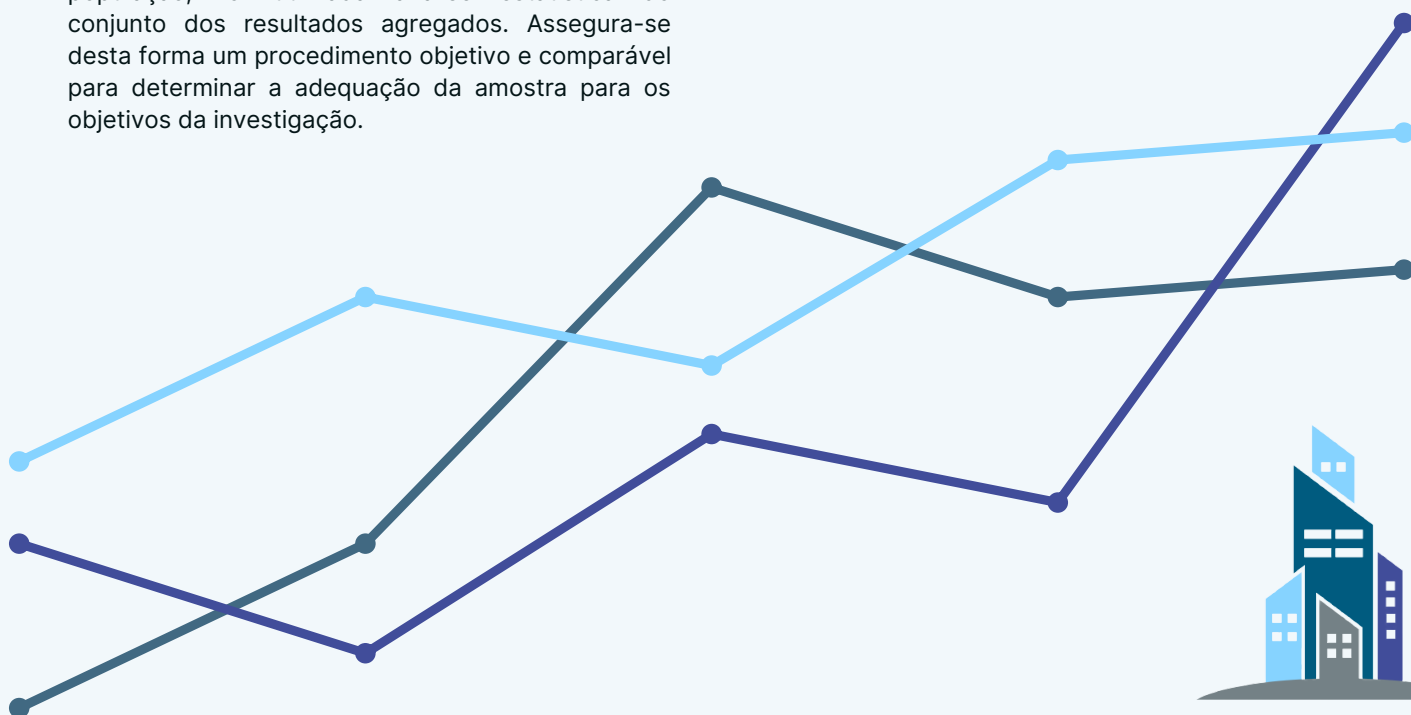


TABELA 2.1.
Empresas incluídas em cada Setor Econômico

Setor Econômico	Nº de empresas	%
Indústria	185	24,7
Construção	30	4,0
Comércio	77	10,3
Serviços	295	39,3
Outros	163	21,7
TOTAL	750	100,00

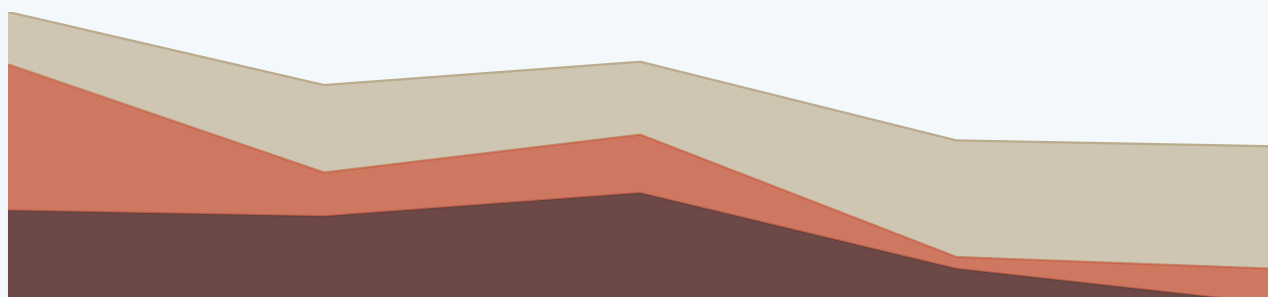


TABELA 2.2.
Empresas incluídas em cada estado

Estados do Brasil	Nº de empresas
Rio Grande do Sul	254
Santa Catarina	138
São Paulo	138
Minas Gerais	111
Pará	74
Outros	36
TOTAL	751

TABELA 2.3.
Erros de Estimação da Amostra Pesquisada

Setor (nível confiança 95%)	
Indústria	7,2
Construção	17,9
Comércio	11,2
Serviços	5,7
Microempresa (6 a 9 trabalhadores)	5,3
Pequena (10 a 49 trabalhadores)	6,4
Média (50 a 249 trabalhadores)	9,3
Total (nível confiança 95%)	3,6



2.2. Seleção de variáveis e estruturação do questionário



A seleção das variáveis é fundamental na estruturação da análise empírica e permite realizar adequadamente o estudo do comportamento das empresas diante da crise gerada pela pandemia de COVID-19. Para obter as informações sobre as variáveis foi elaborado um questionário para os gestores das MPMEs. Por meio desse instrumento buscou-se coletar, de forma clara e concisa, as informações fundamentais que constituem os objetivos desta pesquisa. Em sua preparação, foi dada especial atenção à ordem e estrutura dos blocos de perguntas, visando a menor extensão possível com uma redação clara e adequada para minimizar os possíveis problemas de interpretação e obtenção de dados.

As técnicas de coleta de dados utilizadas foram a entrevista telefônica e o acesso eletrônico a uma plataforma online, contendo um questionário estruturado (com respostas objetivas).

O desenho desse questionário foi feito a partir de revisão da literatura científica sobre os diversos aspectos investigados, bem como o conhecimento prévio e estudos anteriores com empresas de vários países (FAEDPYME, 2019), o que sustenta e justifica que as variáveis incorporadas são relevantes para alcançar os objetivos estabelecidos.

Nesse sentido, o questionário foi estruturado em dois blocos. No primeiro bloco, as perguntas são relativas às características gerais das empresas, tais como: setor de atividade, localização geográfica, número de trabalhadores, idade (antiguidade) da empresa, controle familiar, gênero do(a) principal gerente/CEO e sua formação acadêmica, se a empresa foi beneficiária de subsídios governamentais e se utilizou o teletrabalho durante a pandemia.

O segundo bloco, por sua vez, coletou informações sobre como a atual crise gerada pela pandemia de COVID-19 tem impactado as empresas: aspectos como emprego, vendas, indicadores econômico-financeiros e internacionalização das empresas; as atividades de organização da empresa; as suas atividades de inovação; o seu acesso a financiamentos; e, também, os seus indicadores de desempenho operacional.

2.3. Análise estatística dos dados

As variáveis de classificação utilizadas para comparar e verificar se ocorreram diferenças significativas no perfil de respostas, foram: o porte da empresa, a idade da empresa, o recebimento de benefícios governamentais e o setor de atividade da empresa. Para avaliar a significância estatística das diferenças observadas nas respostas segundo o fator de classificação utilizado, foram utilizados os seguintes testes estatísticos:

- Quando analisadas as diferenças percentuais foi utilizada a análise de Tabelas de Contingência aplicando o Teste χ^2 de Pearson para avaliar se duas variáveis estão relacionadas. Sempre que os dados permitissem, foram utilizadas Tabelas 2x2, de modo que os resultados fossem mais poderosos realizando, neste caso, a Correção por Continuidade de Yates na fórmula do χ^2 de Pearson.
- No caso das variáveis quantitativas para as quais a diferença de médias é analisada de acordo com um critério de classificação, utilizou-se o teste da Análise de Variância (Tabela ANOVA).





3. DADOS GERAIS DAS EMPRESAS

3. DADOS GERAIS DAS EMPRESAS

Participaram da pesquisa 786 empresas que serviram de base para a elaboração deste relatório. Nesta seção, são analisados diferentes aspectos, levando em conta as variáveis contingentes mais relevantes relacionadas com a empresa e que auxiliam para fazer-se um primeiro diagnóstico das MPMEs analisadas.

As empresas que compõem a amostra utilizada nesta pesquisa possuem as seguintes características:

- 51,9% são microempresas, 32,8% são pequenas e 15,3% são médias empresas (Tabela 3.1);
- A idade média das empresas é de 18 anos (Gráfico 3.1);
- O controle da gestão das empresas é predominantemente familiar, sendo 65,6% das mesmas regidas pelo contexto familiar (Gráfico 3.2);
- 34,1% das empresas são administradas por mulheres (Gráfico 3.3);
- 68,6% dos CEOs possuem curso superior (Gráfico 3.4);
- 19,6% das empresas da amostra usufruíram de subsídios ou benefícios governamentais devido à pandemia de COVID-19, e 17,6% foram beneficiárias de processos externos de apoio às MPMEs (Gráfico 3.5);
- 21,2% das empresas usufruem do regime de teletrabalho e 35,4% esperam usar o teletrabalho em sua organização quando a COVID-19 terminar (Gráfico 3.6).



TABELA 3.1.
Tamanho (Porte) das empresas (%)

	Micro	Pequenas	Médias
% empresas	51,9	32,8	15,3

GRÁFICO 3.1.
Há quantos anos a sua empresa está em funcionamento / operação?
755 respondentes

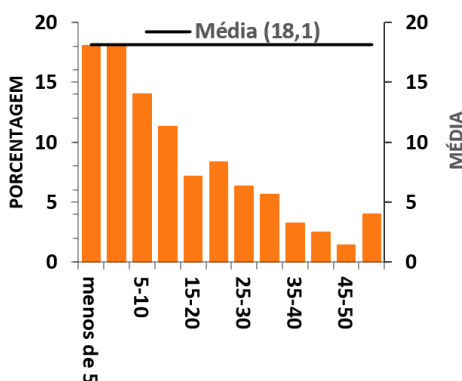


GRÁFICO 3.2.
Você considera a empresa um negócio familiar? (Ou seja, uma ou mais pessoas da mesma família são os principais proprietários da empresa)?
759 respondentes

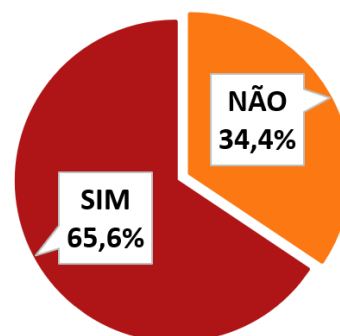


GRÁFICO 3.3.
Qual é o gênero do CEO / principal gerente da empresa?
760 respondentes

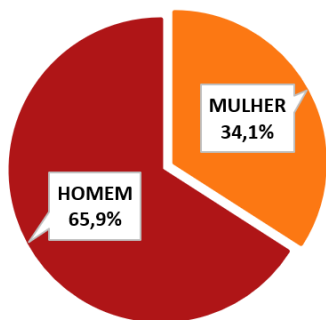


GRÁFICO 3.4.
O CEO / principal gerente da empresa possui nível universitário?
759 respondentes

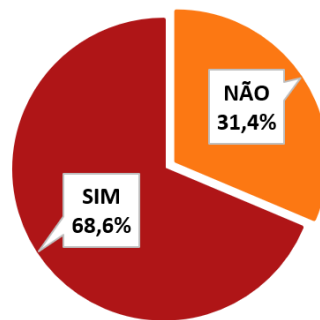


GRÁFICO 3.5.
Sua empresa foi beneficiária de subsídios governamentais ou externos (no período da pandemia de COVID-19)?
759 respondentes

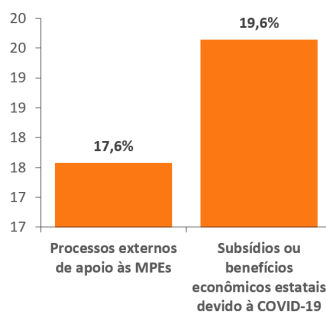
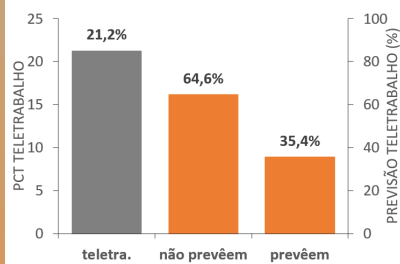


GRÁFICO 3.6.
Que % dos trabalhadores da empresa estão atualmente atuando em teletrabalho como resultado da pandemia de COVID-19? Você planeja continuar utilizando teletrabalho em sua organização quando a pandemia terminar?
751 respondentes





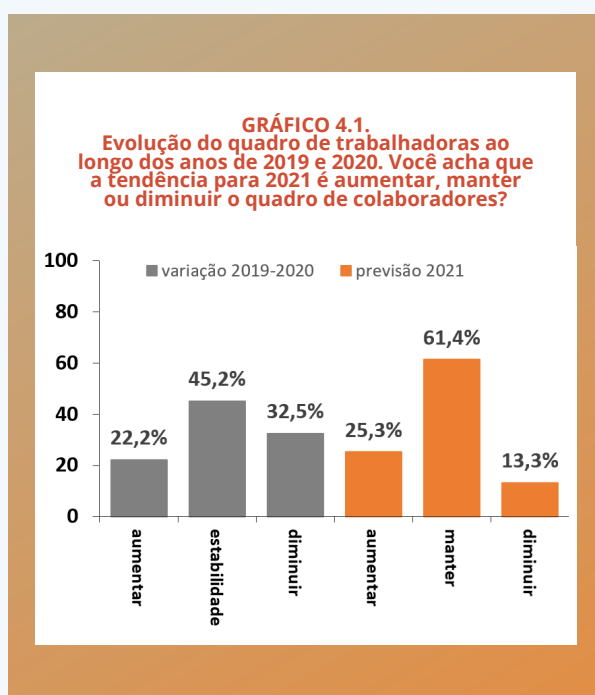
4. IMPACTO ECONÔMICO

4. IMPACTO ECONÔMICO

A crise gerada pela pandemia de COVID-19 é um acontecimento inédito no contexto nacional e internacional. A crise teve um grande impacto no crescimento das empresas paralisando, em muitos casos, repentinamente o seu dia-a-dia. Certamente será difícil avaliar seus impactos até que tenha decorrido algum tempo e isso dependerá do grau de intensidade no momento da crise. Nesta seção procura-se avaliar, numa primeira aproximação, o impacto econômico da pandemia em aspectos como emprego, vendas, indicadores econômico-financeiros e na internacionalização das empresas.

4.1. Emprego

Para avaliar o impacto sobre o emprego, questionou-se aos entrevistados das empresas sobre os postos de trabalho que suas empresas tinham em 2019 e os postos ocupados em 2020, assim como a tendência do emprego para 2021 (Gráfico 4.1). Ao considerar a evolução de 2020 em relação a 2019 (756 respondentes), os dados mostram que 32,5% das MPMEs analisadas diminuíram o nível de emprego, 45,2% mantiveram e 22,2% aumentaram. Olhando para 2021 (760 respondentes), as expectativas são mais favoráveis: 25,3% das MPMEs inquiridas indicaram que acreditam que o seu nível de emprego aumentará, 61,4% que será mantido e 13,3% que diminuirá.



Para analisar mais detalhadamente o impacto da crise no emprego, foram considerados os estratos de tamanho, se a empresa recebeu benefícios governamentais durante a pandemia, sua idade e o setor em que atua. Adicionalmente, foi determinado o “saldo de expectativas”, calculado como a diferença entre a porcentagem de empresas que aumentaram as vagas de emprego e a porcentagem que as reduziram (entre 2019 e 2020). Em relação ao porte das empresas, pode-se verificar que a evolução do emprego no período de 2019 e 2020 (750 respondentes) foi diferente para cada estrato considerado (Tabela 4.1). Todas as empresas

investigadas apresentaram saldo de expectativas positivo em relação ao emprego, 9,2% para micro, 13,4% para pequenas e 17,2% para médias empresas. Em relação às expectativas para 2021 (754 respondentes) no que se refere à criação de empregos, observa-se uma tendência favorável, embora com um comportamento diferente de acordo com o porte de empresa analisado. As diferenças entre as empresas que acreditam que o emprego vai diminuir e as que vão aumentar, demonstram que as micro e pequenas empresas são as mais impactadas (saldo negativo de 17,6% e 7,7%, respectivamente) se comparadas com as médias (aumento de 7%).



TABELA 4.1.
Impacto da crise sobre o emprego
Tamanho (Porte) da empresa

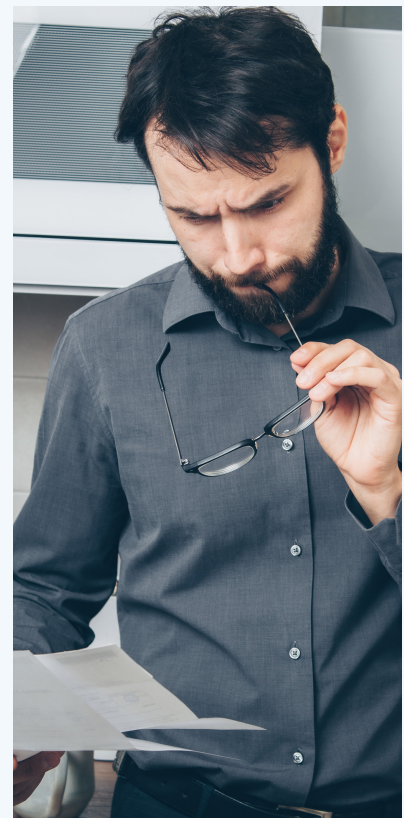
	Micro	Pequenas	Médias	Sig.
Evolução dos trabalhadores durante os anos de 2019 e 2020				
Aumento do emprego (% empresas)	22,5	25,1	33,6	
Estabilidade no emprego (% empresas)	64,2	63,2	50,0	***
Diminuição do emprego (% empresas)	13,3	11,7	16,4	
Saldo de expectativas (%)	9,2	13,4	17,2	
Tendência de emprego 2021 (% das empresas)				
Aumentar (%)	15,5	29,0	29,6	
Estabilidade (%)	51,4	34,3	47,8	***
Diminuir (%)	33,1	36,7	22,6	
Saldo de expectativas (%)	-17,6	-7,7	7,0	
Diferencias estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01. (-) não significativa				

Considerando agora a análise do estrato de empresas que receberam, ou não, benefícios governamentais durante a crise, também se observam diferenças estatisticamente significativas (Tabela 4.2). As empresas que receberam algum tipo de benefício têm sido as empresas que tiveram maior redução do emprego no período de 2020, embora o saldo das expectativas de emprego para 2021 seja positivo. Assim, 40,7% das empresas

beneficiárias reduziram o emprego em 2020 (755 respondentes) frente ao ano anterior, contra 29,4% das que não receberam. Nesse caso, a diferença nas expectativas foi de -19,2% e -6,8% respectivamente. No que tange às expectativas de emprego para 2021 (760 respondentes), observa-se que 10,7% das empresas beneficiadas esperam aumentar os postos de trabalho e entre as empresas que não receberam benefícios esse percentual é de 12,5%.

TABELA 4.2.
Impacto da crise sobre o emprego
Empresas que receberam benefícios governamentais

	Não	Sim	Sig.
Evolução dos trabalhadores durante os anos de 2019 e 2020			
Aumento do emprego (% empresas)	22,6	21,5	
Estabilidade no emprego (% empresas)	48,1	37,9	***
Diminuição do emprego (% empresas)	29,4	40,7	
Saldo de expectativas (%)	-6,8	-19,2	
Tendência de emprego 2021 (% das empresas)			
Aumentar (%)	24,2	27,9	
Estabilidade (%)	64,0	54,9	***
Diminuir (%)	11,7	17,2	
Saldo de expectativas (%)	12,5	10,7	
Diferencias estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa			



Ao considerar-se a idade da empresa na evolução do emprego em 2020 frente a 2019 (750 respondentes), existem diferenças estatisticamente significativas (Tabela 4.3). O balanço de expectativas entre empresas jovens é positivo no valor de 5,7%, enquanto nas empresas maduras houve queda (saldo negativo) de 22,9%. Essa tendência também é presente no cenário para 2021 (753 respondentes), no qual o saldo das expectativas é mais favorável para as empresas jovens, 18,6%, ante 8,1% no caso das maduras. Entre as empresas jovens, 12,9% acreditam que seu nível de emprego diminuirá em 2021, percentual similar ao das expectativas das empresas maduras, de 12,6%.

No que se refere ao impacto da crise no nível de emprego por setor de atividade, verifica-se que o

setor do comércio e da indústria apresentam um saldo de expectativas mais desfavorável (Tabela 4.4). Ou seja, a diferença entre as empresas que tiveram aumento e diminuição do emprego entre 2019 e 2020 (756 respondentes) foi de -25% no comércio, -21,6% na indústria, -11,4% na construção e uma queda de 5,7% (valor negativo) no setor de serviços. A tendência do nível de emprego para 2021 (760 respondentes) apresenta uma melhora substancial com diferenças estatisticamente significativas. Os setores que apresentam perspectivas de emprego mais favoráveis para 2021 são: a indústria com saldo positivo (19,8%), outros segmentos (17,6%), o setor de serviços (9,3%) e construção (6,4%), com destaque para o comércio que mantém uma perspectiva de queda de 25% (saldo negativo).



TABELA 4.3.
Impacto da crise sobre o emprego
Idade (Antiguidade) da Empresa

	Jovens (≤ 10 anos)	Maduras (> 10 anos)	Sig.
Evolução dos trabalhadores durante os anos de 2019 e 2020			
Aumento do emprego (% empresas)	31,7	14,6	
Estabilidade no emprego (% empresas)	42,3	48,0	***
Diminuição do emprego (% empresas)	26,0	37,5	
Saldo de expectativas (%)	5,7	-22,9	
Tendência de emprego 2021 (% das empresas)			
Aumentar (%)	31,5	20,7	
Estabilidade (%)	55,6	66,7	***
Diminuir (%)	12,9	12,6	
Saldo de expectativas (%)	18,6	8,1	
Diferencias estatisticamente significativas: (*) : p<0,1; (**) : p<0,05; (***) : p<0,01; (-) não significativa			

TABELA 4.4.
Impacto da crise sobre o emprego
Sector de atividade da empresa

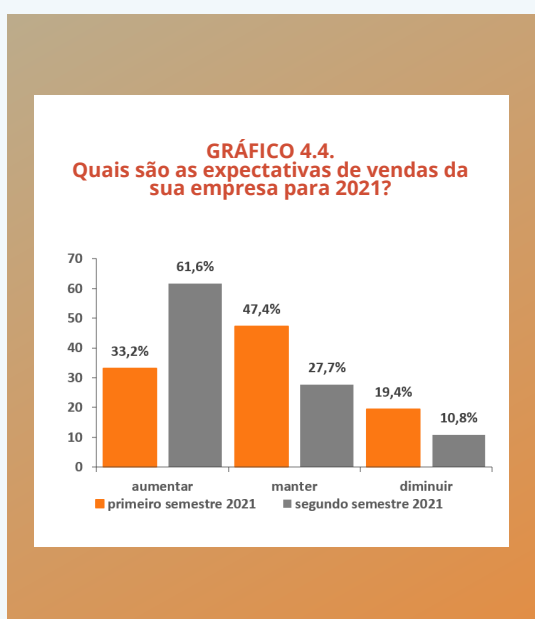
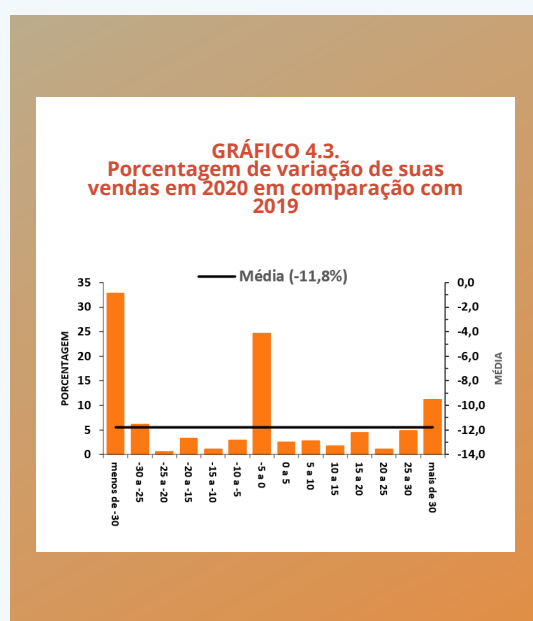
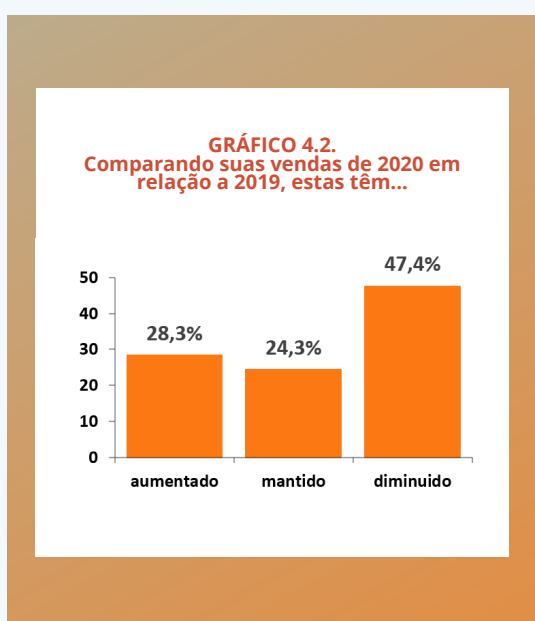
	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Outro	Sig.
Evolução do no. de trabalhadores durante os anos de 2019 e 2020						
Aumento do emprego (% empresas)	21,00	24,05	0,00	22,55	23,53	
Estabilidade no emprego (% empresas)	37,50	40,51	75,00	49,20	47,06	***
Diminuição do emprego (% empresas)	41,50	35,44	25,00	28,25	29,41	
Saldo de expectativas (%)	-20,5	-11,4	-25,0	-5,7	-5,9	
Tendência de emprego 2021 (% das empresas)						
Aumentar (%)	33,66	20,51	25,00	21,95	29,41	
Estabilidade (%)	52,48	65,38	25,00	65,38	58,82	***
Diminuir (%)	13,86	14,10	50,00	12,67	11,76	
Saldo de expectativas (%)	19,8	6,4	-25,0	9,3	17,6	
Diferencias estatisticamente significativas: (*) : p<0,1; (**) : p<0,05; (***) : p<0,01; (-) não significativa						



4.2. Vendas

A crise provocada pela pandemia COVID-19 provocou uma queda nas receitas de muitas empresas brasileiras (MPMEs), onde 47,4% das empresas pesquisadas afirmam que, em função da crise, as suas vendas reduziram em 2020 se comparadas a 2019 (757 respondentes), enquanto 24,3% conseguiram mantê-las e 28,3% aumentaram suas vendas (Gráfico 4.2). O Gráfico 4.3 (730 respondentes) apresenta o percentual de variação das vendas no período de 2019 a 2020 (positiva e negativa), sendo a redução média das vendas de -11,8%, o que evidencia o impacto negativo da crise nas empresas. Ainda nesse contexto, os

respondentes foram questionados sobre as expectativas de vendas para o primeiro semestre (758 respondentes) e para o segundo semestre (752 respondentes) de 2021. Percebe-se que as expectativas para o segundo semestre melhoram claramente em relação ao primeiro semestre (Gráfico 4.4). Assim, no primeiro semestre 33,2% das empresas consideram que as suas vendas irão aumentar, crescendo para 61,6% no segundo semestre. Em relação às expectativas de queda, 19,4% preveem que as suas vendas irão diminuir no primeiro semestre, com variação para queda de 10,8% no segundo semestre.



Ao analisar-se as vendas de acordo com o porte das empresas, encontra-se diferenças significativas nos resultados (Tabela 4.5). O maior impacto na queda das vendas em 2020 em relação à 2019 (757 respondentes) foi vivenciado pelas microempresas, onde 49,6% das empresas tiveram redução de suas vendas. Analisando o saldo da evolução das vendas entre 2019 e 2020 (diferença na porcentagem de empresas que aumentaram menos as que diminuiram), as médias empresas apresentaram uma evolução mais favorável, com saldo positivo de 5,2%. No que se refere às expectativas de vendas para o primeiro semestre de 2021 (758 respondentes), vê-se que a situação mais desfavorável é a apresentada pelas pequenas empresas (21,1%).



Entretanto, para o primeiro semestre o saldo das expectativas foi de 27% para as médias empresas, 12,6% para as pequenas e 10,8% para as microempresas. Para o segundo semestre (752 respondentes), a situação melhora consideravelmente em todos os estratos de porte analisados, apresentando saldo positivo de expectativas, com destaque para as microempresas com 54,5%.

TABELA 4.5.
Impacto da crise sobre as vendas
Tamanho (Porte) da empresa

	Micro	Pequenas	Médias	Sig.
Evolução das vendas entre 2019 e 2020				
Aumento (%)	22,4	30,0	43,5	
Estabilidade (%)	28,0	21,5	18,3	***
Diminuição (%)	49,6	48,6	38,3	
Saldo de evolução	-27,2	-18,6	5,2	
Expectativas de vendas primeiro semestre 2021				
Aumento (%)	30,8	33,6	40,9	
Estabilidade (%)	49,2	45,3	45,2	***
Diminuição (%)	20,0	21,1	13,9	
Saldo de expectativas	10,8	12,6	27,0	
Expectativas de vendas segundo semestre 2021				
Aumento (%)	64,9	57,9	57,1	
Estabilidade (%)	24,8	29,6	34,8	***
Diminuição (%)	10,3	12,6	8,0	
Saldo de expectativas	54,5	45,3	49,1	

TABELA 4.6.
Impacto da crise sobre as vendas
Empresas receberam benefícios governamentais

	Não	Sim	Sig.
Evolução das vendas entre 2019 e 2020			
Aumento (%)	30,2	23,4	
Estabilidade (%)	25,6	21,0	***
Diminuição (%)	44,2	55,6	
Saldo de evolução	-14,0	-32,2	
Expectativas de vendas primeiro semestre 2021			
Aumento (%)	35,0	28,8	
Estabilidade (%)	46,2	50,2	***
Diminuição (%)	18,8	20,9	
Saldo de expectativas	16,2	7,9	
Expectativas de vendas segundo semestre 2021			
Aumento (%)	60,9	63,3	
Estabilidade (%)	27,7	27,4	***
Diminuição (%)	11,4	9,3	
Saldo de expectativas	49,5	54,0	

Diferenças estatisticamente significativas: (*) p<0,1; (**) p<0,05; (***) p<0,01; (-) não significativa

A Tabela 4.6 apresenta os resultados de vendas das MPMEs analisando se a empresa recebeu benefícios governamentais. Os dados mostram que 55,6% das empresas que receberam benefícios governamentais reduziram suas vendas em 2020 em relação a 2019 (757 respondentes); esse percentual cai favoravelmente para 44,2% para aquelas que não receberam benefícios. As expectativas para o primeiro e segundo semestres de 2021 são mais desfavoráveis para as empresas que receberam benefícios. No primeiro semestre (758 respondentes), 20,9% das empresas que receberam benefícios esperam reduzir suas vendas contra

18,8% das que não receberam. Em ambos os casos, as expectativas para o segundo semestre são mais otimistas (752 respondentes), no qual 63,3% das empresas que receberam benefícios pretendem aumentar as suas vendas, contra 60,9% das empresas que não receberam estímulo.



TABELA 4.7.
Impacto da crise sobre as vendas
Idade (Antiguidade) das Empresas

	Jovens (≤ 10 anos)	Maduras (> 10 anos)	Sig.
Evolução das vendas entre 2019 e 2020			
Aumento (%)	34,4	23,6	
Estabilidade (%)	26,0	23,2	***
Diminuição (%)	39,6	53,2	
Saldo de evolução	-5,1	-29,6	
Expectativas de vendas primeiro semestre 2021			
Aumento (%)	39,2	28,6	
Estabilidade (%)	44,0	50,1	***
Diminuição (%)	16,9	21,2	
Saldo de expectativas	22,3	7,4	
Expectativas de vendas segundo semestre 2021			
Aumento (%)	72,1	53,6	
Estabilidade (%)	20,3	33,4	***
Diminuição (%)	7,6	13,0	
Saldo de expectativas	64,5	40,6	

Diferencias estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa

O fator idade das empresas MPMEs apresentou diferenças comportamentais na evolução das vendas no período de 2019 a 2020 (757 respondentes). O percentual de empresas que viram suas vendas diminuir foi de 53,2% para maduras e 39,6% para jovens (Tabela 4.7). A idade das empresas teve uma influência estatisticamente significativa nas expectativas de vendas para 2021. As empresas jovens pesquisadas consideram que têm expectativas melhores para o primeiro e segundo semestres em relação às empresas maduras. Assim, as empresas jovens têm um saldo de expectativas de 22,3% ante 7,4% das empresas maduras em termos de vendas no primeiro semestre (758 respondentes).

No segundo semestre essa situação se mantém, embora em ambos os casos apresentem expectativas mais favoráveis de vendas. O saldo das expectativas nas empresas jovens para 2021 é de 64,5%, enquanto nas empresas maduras é de 40,6%, em termos de vendas (752 respondentes).

No que se refere às vendas relativas ao fator setor de atividade, constata-se a existência de diferenças significativas na evolução das vendas entre 2019 e 2020 (757 respondentes) e nas expectativas de vendas para o primeiro (758 respondentes) e segundo (752 respondentes) semestres de 2021 (Tabela 4.8). Os setores que apresentaram a evolução mais desfavorável nas vendas em 2020 em relação à 2019 foram outros (-26,7%) e serviços (-20,6%). Em relação às expectativas de vendas para o primeiro semestre, destaca-se o setor da indústria com um saldo positivo de expectativas (20,7%). As expectativas para o segundo semestre são

TABELA 4.8.
Impacto da crise sobre as vendas
Setor de atividade da empresa

	Indústria	Constr.	Comerc.	Serv.	Outro	Sig.
Evolução das vendas entre 2019 e 2020						
Aumento (%)	30,2	36,7	32,9	26,8	27,5	
Estabilidade (%)	26,3	43,3	23,3	25,8	18,3	**
Diminuição (%)	43,6	20,0	43,8	47,4	54,2	
Saldo de evolução	-13,4	-16,7	-10,9	-20,6	-26,7	
Expectativas de vendas primeiro semestre 2021						
Aumento (%)	38,0	30,0	31,1	31,1	38,8	
Estabilidade (%)	44,7	56,7	50,0	47,6	41,4	-
Diminuição (%)	17,3	13,3	18,9	21,1	19,7	
Saldo de expectativas	20,7	16,7	12,2	10,0	19,1	
Expectativas de vendas segundo semestre 2021						
Aumento (%)	64,4	51,7	73,0	62,9	57,6	
Estabilidade (%)	26,6	37,9	18,9	25,5	30,5	-
Diminuição (%)	9,0	10,3	8,1	11,5	11,9	
Saldo de expectativas	55,4	41,4	64,9	51,4	45,7	

Diferencias estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa

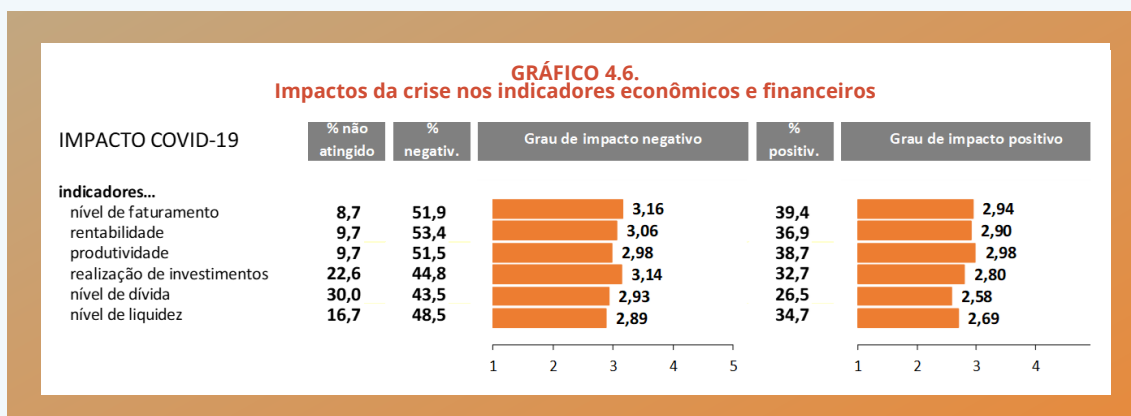
claramente positivas para todos setores e bastante melhores que as do primeiro semestre, destacando-se um saldo bastante positivo de 64,9 para o comércio e de 55,4 para a indústria.



4.3. Indicadores econômicos e financeiros

Nesta seção busca-se ter uma aproximação inicial sobre como a crise gerada pela pandemia de COVID-19 tem impactado em diferentes indicadores econômicos e financeiros das empresas (MPMEs). O Gráfico 4.6 mostra os resultados gerais do que os entrevistados percebem com relação a estes indicadores. De uma forma geral, os dados mostram que a maioria dos indicadores foram afetados. Especialmente no nível de rentabilidade, onde 53,4%

das empresas foram afetadas negativamente, com um grau de importância de 3,06 (numa escala de 1 a 5), seguido pelo indicador de nível de faturamento, onde 51,9% das empresas foram afetadas negativamente, com um grau de importância de 3,16. O impacto nos indicadores de nível de dívida e liquidez mostrou-se menor, pois 43,5% e 48,5%, respectivamente, das empresas foram afetadas negativamente, mas



com menor grau de impacto (2,93 e 2,89, respectivamente). Outro indicador relevante sobre o qual se pode verificar um forte impacto foi a realização de investimentos. Nesse caso ainda, 44,8% das empresas indicam ter reduzido os investimentos, com valorização em seu grau de importância de 3,14 (numa escala de 1 a 5), a segunda mais elevada. Por outro lado, é interessante notar que, no período analisado, 51,5% das empresas, o segundo percentual mais elevado de empresas em termos de impacto negativo, confirmam que a crise afetou sua produtividade (grau de importância de 2,98), ao passo que 38,7% das empresas informaram ter impacto positivo em sua produtividade (mesma importância de 2,98). O indicador que apresentou o impacto mais positivo para as empresas no período foi a produtividade, impacto em 39,4% das empresas, com uma intensidade de 2,98 (numa escala de 1 a 5), sendo a segunda intensidade positiva mais elevada. Neste

tópico o número de respondentes foi de 738.

A Tabela 4.9 apresenta os resultados dos indicadores levando em conta o porte das empresas. O segmento mais afetado em todos os indicadores tem sido a microempresa (maiores impactos negativos em todos os indicadores). Assim, 57,9% destas empresas foram afetadas negativamente em seu nível de rentabilidade, 54,9% em sua produtividade e 54,1% em seu faturamento. No entanto, esses percentuais reduzem-se em empresas de médio porte para 40,2%, 40,5% e 51,4%, respectivamente. Caso se analise os resultados em termos de empresas que consideram que a crise tem sido capaz de beneficiá-las, verifica-se que são as empresas de médio porte que têm tido impacto positivo em maior proporção, em 5 dos 6 indicadores avaliados. Somente no indicador faturamento as pequenas empresas apresentam um impacto positivo superior ao das médias empresas





TABELA 4.9.
Impacto da crise sobre indicadores econômicos e financeiros
Tamanho (Porte) da empresa

	Não (%)	Sim Negativamente (%)	Sim Positivamente (%)	Sig.	N
Faturamento				***	732
Microempresas	10,1	54,1	35,8		
Pequenas	6,4	51,7	41,9		
Médias	8,9	51,4	39,9		
Rentabilidade				**	724
Microempresas	9,7	57,9	32,4		
Pequenas	8,6	51,3	40,1		
Médias	12,5	40,2	47,3		
Produtividade				-	720
Microempresas	9,2	54,9	35,9		
Pequenas	10,9	49,1	40,0		
Médias	10,8	40,5	48,6		
Realização de investimentos				**	724
Microempresas	22,6	47,8	29,7		
Pequenas	23,4	44,2	32,5		
Médias	24,1	31,3	44,6		
Nível de dívida				-	725
Microempresas	28,8	47,6	23,6		
Pequenas	31,5	40,1	28,4		
Médias	32,4	35,1	32,4		
Nível de liquidez				**	725
Microempresas	14,7	51,8	33,4		
Pequenas	19,3	48,1	32,6		
Médias	19,6	35,7	44,6		

Diferenças estatisticamente significativas: (*) p<0,1; (**) p<0,05; (***) p<0,01; (-) não significativa



A Tabela 4.10 mostra as diferenças entre as empresas que informaram terem recebido benefícios governamentais e as que não o receberam. Os dados mostram que predominam as empresas que receberam tais benefícios e que foram afetadas negativamente em todos os indicadores econômicos e financeiros. Especialmente na sua rentabilidade e no seu faturamento. 64,1% dessas empresas foram afetadas negativamente nos níveis de rentabilidade e

62,2% no seu faturamento. Por outro lado, observa-se que as empresas que não receberam benefícios governamentais, apresentaram impactos positivos superiores em todos os indicadores aos daquelas que receberam estes benefícios, aspecto este que chama a atenção. Nas Tabelas seguintes o valor da variável N significa o número efetivo de respondentes de cada tópico abordado.

TABELA 4.10.
Impacto da crise sobre indicadores econômicos e financeiros
Empresas que receberam benefícios governamentais

	Não (%)	Sim Negativamente (%)	Sim Positivamente (%)	Sig.	N
Faturamento					735
Não recebeu	9,3	48,8	41,9		
Recebeu	7,0	62,2	30,8	**	
Rentabilidade					727
Não recebeu	10,3	49,9	39,8		
Recebeu	8,5	64,1	27,5	***	
Produtividade					724
Não recebeu	10,5	49,7	39,9		
Recebeu	7,7	57,0	35,2	-	
Realização de investimentos					728
Não recebeu	23,6	42,9	33,5		
Recebeu	21,0	49,0	30,1	-	
Nível de dívida					729
Não recebeu	32,2	40,4	27,4		
Recebeu	23,2	54,2	22,5	**	
Nível de liquidez					729
Não recebeu	17,7	46,9	35,3		
Recebeu	14,0	53,8	32,2	-	

Diferenças estatisticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) não significativa



Em relação à idade das MPMEs pesquisadas, os dados da Tabela 4.11 mostram diferenças significativas nos indicadores de faturamento e nível de liquidez destas empresas. Não foram encontradas diferenças significativas nos indicadores de produtividade, investimento e nível de dívida. De uma forma geral, as empresas mais maduras têm sido mais atingidas, sendo seus percentuais de empresas com impactos negativos mais elevados, de 56,1% na rentabilidade, de 54,4% no faturamento e de 53,3% na produtividade, contra 48,7%,

TABELA 4.11.
Impacto da crise sobre indicadores econômicos e financeiro
Antiguidade (Idade) da empresa

	Não (%)	Sim Negativamente (%)	Sim Positivamente (%)	Sig.	N
Faturamento				***	731
Jovens	12,9	47,0	40,1		
Maduras	5,8	54,4	39,8		
Rentabilidade				*	724
Jovens	12,1	48,7	39,2		
Maduras	8,0	56,1	35,9		
Produtividade				-	719
Jovens	11,2	48,1	40,7		
Maduras	8,8	53,3	37,8		
Realização de investimentos				-	724
Jovens	21,0	43,9	35,0		
Maduras	24,9	44,4	30,7		
Nível de dívida				-	724
Jovens	32,2	43,6	24,2		
Maduras	29,3	43,2	27,6		
Nível de liquidez				***	725
Jovens	21,7	48,1	30,3		
Maduras	13,6	48,9	37,5		

Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa

47,0% e 48,1%, respectivamente, das empresas jovens. Por outro lado, as empresas jovens indicaram em maior grau os impactos positivos nos indicadores, em 4 dos 6 indicadores usados na avaliação, frente às empresas maduras.

TABELA 4.12.
Impacto da crise sobre indicadores econômicos e financeiro
Sector de atividade da empresa

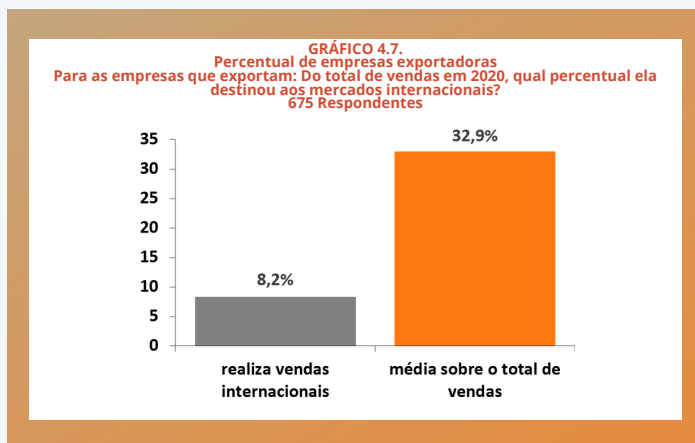
	Não (%)	Sim Negativamente (%)	Sim Positivamente (%)	Sig.	N
Faturamento				***	725
Indústria	10,7	46,1	43,3		
Construção	13,8	48,3	37,9		
Comércio	6,8	51,4	41,9		
Serviços	11,0	56,2	32,8		
Outros	2,6	48,1	49,4		
Rentabilidade				**	717
Indústria	11,2	44,9	43,8		
Construção	11,1	59,3	29,6		
Comércio	10,8	55,4	33,8		
Serviços	11,9	56,5	31,6		
Outros	3,9	52,9	43,1		
Produtividade				*	717
Indústria	10,7	48,6	40,7		
Construção	13,8	51,7	34,5		
Comércio	6,8	55,4	37,8		
Serviços	11,8	55,0	33,2		
Outros	6,5	43,8	49,7		
Realização de investimentos				**	717
Indústria	22,5	39,3	38,2		
Construção	10,3	55,2	34,5		
Comércio	27,0	44,6	28,4		
Serviços	23,7	49,8	26,5		
Outros	22,2	36,6	41,2		
Nível de dívida				**	718
Indústria	24,3	47,5	28,2		
Construção	31,0	51,7	17,2		
Comércio	33,8	43,2	23,0		
Serviços	36,3	41,5	22,2		
Outros	24,0	39,6	36,4		
Nível de liquidez				**	718
Indústria	18,5	43,3	38,2		
Construção	17,2	51,7	31,0		
Comércio	12,2	51,4	36,5		
Serviços	22,2	49,3	28,5		
Outros	8,5	49,0	42,5		

Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa

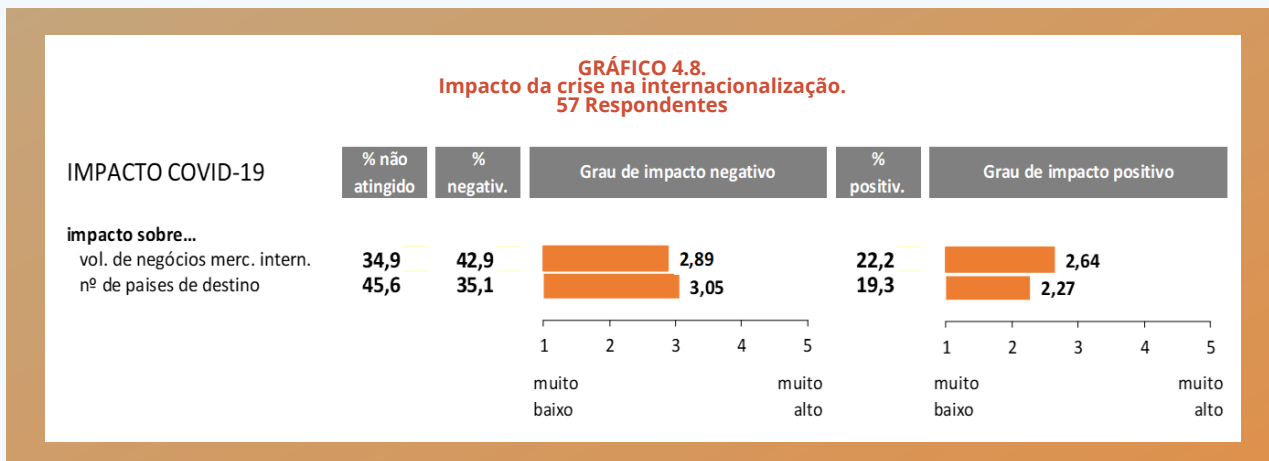
Considerando-se os resultados dos indicadores de acordo com o setor de atividade, também há diferenças estatisticamente significativas (Tabela 4.12). Em termos de impactos negativos, as empresas de comércio e de serviços foram as mais afetadas em termos de faturamento e produtividade e, juntamente com o setor de construção, foram as mais afetadas em rentabilidade, investimentos e nível de liquidez. Vê-se que os resultados apresentam certa distribuição entre os setores. Quando se analisa os setores sob o enfoque dos impactos positivos nos indicadores, verifica-se que o setor outros (envolve tecnologia da informação) apresenta os maiores percentuais em todos os indicadores, a menos da rentabilidade, cujo maior percentual de indicação é das empresas da indústria.

4.4. Internacionalização

A crise gerada pela pandemia de COVID-19 teve sérias consequências no contexto global e também impactou os mercados internacionais. Nesta seção analisa-se como a crise afetou a internacionalização das MPMEs brasileiras. Ao longo de 2020, 8,2% das empresas pesquisadas fizeram vendas para mercados internacionais (Gráfico 4.7). A participação média das vendas para os mercados internacionais sobre as vendas totais de MPMEs exportadoras foi de 32,9% (Gráfico 4.7). Analisando-se o impacto da crise na internacionalização das MPMEs brasileiras, os dados mostram que ela impactou em maior



grau negativamente do que positivamente (Gráfico 4.8). O volume de negócios nos mercados internacionais reduziu-se para 42,5% das empresas pesquisadas, num nível de importância de 2,89 (numa escala de 1 a 5). O número de países clientes de destino dos produtos e serviços foi reduzido para 35,1% das MPMEs pesquisadas num grau de importância de 3,05. Por outro lado, a crise teve impacto positivo em certas atividades ao longo de 2020. Assim, 22,2% das empresas pesquisadas indicam que seu volume de negócios nos mercados internacionais teve um desempenho positivo num grau de impacto positivo de 2,64 (em uma escala de 1 a 5). E 19,3% ampliaram o número de países de destino em sua internacionalização.



Na análise das empresas por porte, constata-se que não há diferenças estatisticamente significativas, seja no impacto sobre o nível de faturamento, seja no impacto sobre o número de países de destino (Tabela 4.13).

TABELA 4.13.
Internacionalização e impacto da crise
Tamanho (Porte) da empresa

	Não (%)	Sim Negativamente (%)	Sim Positivamente (%)	Sig.	N
Impacto em seu nível de faturamento no exterior					
Microempresas	31,6	42,1	26,3		62
Pequenas	41,2	35,3	23,6		
Médias	34,6	50,0	15,4		
Impacto no número de países destino					
Microempresas	37,5	43,8	18,8		56
Pequenas	60,0	13,3	26,7		
Médias	44,0	44,0	12,0		
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa					

De modo similar, também não parece haver diferenças estatisticamente significativas se a empresa foi beneficiada ou não por subsídios governamentais. Por outro lado, os resultados mostram (Tabela 4.14) que os percentuais de respostas não são muito diferentes entre aquelas que receberam e as que não receberam subsídios

governamentais. No que se refere ao impacto em seu nível de faturamento no exterior, 41,2% das empresas que receberam tais benefícios veem que a crise teve um impacto mais desfavorável no seu nível de faturamento; e somente 23,5% delas percebem um impacto positivo sobre esse indicador.

TABELA 4.14.
Internacionalização e impacto da crise
Empresas que receberam benefícios governamentais

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.	N
Impacto em seu nível de faturamento no exterior					
Não recebeu	34,8	43,5	21,7		63
Recebeu	35,3	41,2	23,5	-	
Impacto no número de países destino					
Não recebeu	45,2	35,7	19,0		57
Recebeu	46,7	33,3	20,0	-	
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa					



Quanto ao fator de antiguidade (idade) das empresas pesquisadas, não há diferenças significativas no impacto sobre os itens avaliados na internacionalização das empresas (Tabela 4.15). As empresas mais jovens são as mais atingidas, apesar da diferença não ser muito expressiva em relação às empresas maduras. Enquanto 36,4% das empresas jovens diminuíram o número de países de destino de suas vendas, esse percentual é reduzido para 32,4%

em empresas maduras, fato talvez explicado pelo maior período de relacionamento com os mercados internacionais. Considerando-se agora os impactos positivos, um maior percentual de empresas jovens apresentou crescimento no faturamento no exterior, enquanto um maior percentual de empresas maduras teve um crescimento do número de países de destino de suas vendas (Tabela 4.15).

TABELA 4.15.
Internacionalização e impacto da crise
Antiguidade (Idade) da empresa

	Não (%)	Sim Negativamente (%)	Sim Positivamente (%)	Sig.	N
Impacto em seu nível de faturamento no exterior				-	62
Jovens	32,0	44,0	24,0		
Maduras	37,8	43,2	18,9		
Impacto no número de países destino				-	56
Jovens	45,5	36,4	18,2		
Maduras	47,1	32,4	20,6		

Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa



Quanto ao fator internacionalização e impacto da crise com base no setor de atividade das empresas (Tabela 4.16), verifica-se que não há diferenças significativas no impacto sobre os itens avaliados na internacionalização das pelas empresas dos diversos setores. Observa-se sim que o percentual de empresas que informam o impacto negativo é maior que o das empresas que informam o impacto positivo, como era de se esperar. Chama a atenção o fato de 100,0% das empresas do setor construção terem informado impacto negativo no faturamento no exterior. Já no caso do impacto do número de países de destino, 42,9% das empresas do setor de serviços indicaram este impacto negativo (maior índice entre os setores).

TABELA 4.16.
Internacionalização e impacto da crise
Sector de atividade da empresa

	Não (%)	Sim Negativamente (%)	Sim Positivamente (%)	Sig.	N
Impacto em seu nível de faturamento no exterior				-	62
Indústria	32,3	45,2	22,6		
Construção	0,0	100,0	0,0		
Comércio	66,7	33,3	0,0		
Serviços	29,4	47,1	23,5		
Outros	42,9	43,5	21,0		
Impacto no número de países destino				-	56
Indústria	44,8	37,9	17,2		
Construção	60,0	40,0	0,0		
Comércio	46,7	26,7	26,7		
Serviços	42,9	42,9	14,3		
Outros	46,4	35,7	17,9		

Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa



5. IMPACTO NA ORGANIZAÇÃO DA EMPRESA



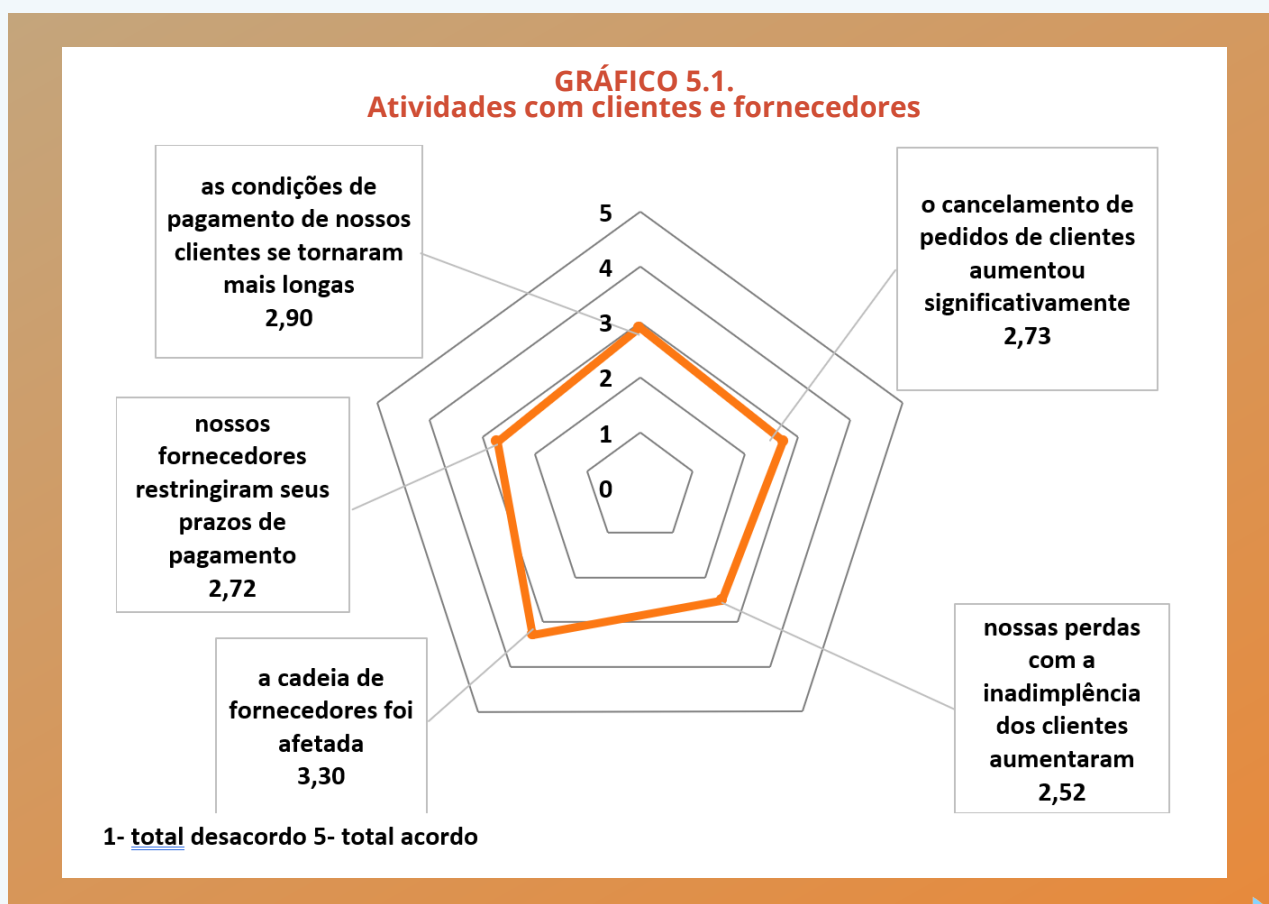
5. IMPACTO NA ORGANIZAÇÃO DA EMPRESA

A crise da saúde não tem impactado somente o crescimento econômico e o nível de emprego das empresas, mas também impactou na gestão das atividades destas empresas, as MPMEs. Nesta seção, os entrevistados foram questionados sobre o impacto que diferentes atividades de gestão sofreram, a partir de uma escala Likert de 5 pontos (1, total desacordo a 5, total acordo). As atividades foram classificadas em: atividades com clientes e fornecedores, atividades operacionais e atividades estratégicas.

5.1. Atividades com clientes e fornecedores

O impacto mais significativo da crise decorrente da pandemia de COVID-19 é aquela em que as empresas tiveram sua cadeia de suprimentos afetada, principalmente pelo fato da cadeia de fornecedores ter também sido afetada pela crise e as condições de pagamento dos clientes terem se tornado mais longas em termos de prazos (3,30 em uma escala de 1 a 5) (Gráfico 5.1). As demais variáveis analisadas tiveram sua intensidade indicada abaixo do valor de 3, porém acima do valor médio da escala, 2,5. Isso parece, em certa medida, indicar que essa crise afetou a gestão específica das

operações internas das MPMEs pesquisadas, em diferentes graus de acordo com o fator considerado. Assim, os entrevistados indicaram valores de intensidade de 2,90 (em uma escala de 1 a 5) ao fato de que as condições de pagamento dos clientes se tornaram mais longas, 2,73 ao cancelamento de pedidos pelos clientes, 2,72 ao fato dos fornecedores restringirem suas condições de pagamento e apenas 2,52 para as perdas, que aumentaram, decorrentes do não pagamento dos clientes.



Para um maior detalhamento, nas tabelas e texto a seguir analisa-se o comportamento das atividades com clientes e fornecedores com base em uma série de fatores.

Considerando o porte das empresas (MPMEs), constata-se que somente há diferenças estatisticamente significativas no fator relativo ao cancelamento de pedidos dos clientes com aumento significativo (Tabela 5.1). Assim, esta atividade

impactou de forma levemente favorável as micro empresas (2,77 em uma escala de 1 a 5), fracamente desfavorável as pequenas empresas (2,61) e mais desfavoravelmente as médias empresas (2,39). De uma forma geral, o fator tamanho não parece ter sido relevante nas demais atividades analisadas relacionadas a clientes e fornecedores. Nas tabelas a seguir N indica o número de empresas que responderam o questionário para cada fator pesquisado.

TABELA 5.1.
Atividades com clientes e fornecedores
Porte da empresa

	Micro	Pequenas	Médias	Sig.	N
A cadeia de fornecedores foi afetada	3,27	3,24	3,25	-	728
Nossos fornecedores restringiram seus prazos de pagamento	2,67	2,63	2,65	-	725
As condições de pagamento de nossos clientes se tornaram mais longas	2,90	2,77	2,84	-	726
O cancelamento de pedidos de clientes aumentou significativamente	2,77	2,61	2,39	**	724
Nossas perdas com a inadimplência dos clientes aumentaram	2,44	2,45	2,51	-	728

Em uma escala de 1 = Total Desacordo a 5 = Total Acordo
Diferenças estatisticamente significativas: (*) p<0,1; (**) p<0,05; (***) p<0,01; (-) não significativa

O fato de uma empresa ter sido beneficiada com subsídios governamentais durante a pandemia, parece explicar algumas diferenças nas suas atividades com clientes e fornecedores (Tabela 5.2). Embora não haja diferenças muito grandes entre as percepções daquelas que receberam benefícios governamentais e a demais empresas, identificou-se diferenças significativas no aumento de cancelamento de pedidos de clientes, e perdas com a inadimplência dos clientes; e, também, com a percepção de que a cadeia de fornecedores foi afetada.



TABELA 5.2.
Atividades com clientes e fornecedores
Empresas que receberam benefícios governamentais

	Não	Sim	Sig.	N
A cadeia de fornecedores foi afetada	3,20	3,44	*	732
Nossos fornecedores restringiram seus prazos de pagamento	2,62	2,73	-	729
As condições de pagamento de nossos clientes se tornaram mais longas	2,82	2,99	-	730
O cancelamento de pedidos de clientes aumentou significativamente	2,59	2,99	***	728
Nossas perdas com a inadimplência dos clientes aumentaram	2,40	2,69	**	732

Em uma escala de 1 = Total Desacordo a 5 = Total Acordo
Diferenças estatisticamente significativas: (*) p<0,1; (**) p<0,05; (***) p<0,01; (-) não significativa

Levando em conta a idade das empresas pesquisadas, somente a atividade “nossas perdas com a inadimplência dos clientes aumentaram” apresentou diferença estatisticamente significativa, com o valor 2,54 para as empresas maduras (levemente afetadas) e o valor 2,35 para as empresas jovens (não afetadas neste fator), conforme Tabela 5.3. Segundo os resultados, a atividade “a cadeia de fornecedores foi afetada” foi a mais impactante para os dois tipos de empresas, sendo avaliada em 3,29 pelas empresas jovens e

3,20 pelas maduras. A segunda atividade mais impactante para as MPMEs foi a atividade “as condições de pagamento dos clientes se tornaram mais longas”, com impacto de 2,81 nas empresas jovens (menor) e 2,88 nas maduras (maior). As empresas jovens foram mais afetadas na restrição dos prazos de pagamento dos fornecedores (2,71) do que empresas maduras (2,59). Por outro lado, as empresas maduras tiveram maior impacto negativo com o aumento dos cancelamentos dos pedidos dos clientes (2,68 v. 2,62).

TABELA 5.3.
Atividades com clientes e fornecedores
Antiguidade (Idade) da empresa

	Jovens (≤ 10 anos)	Maduras (> 10 anos)	Sig.	N
A cadeia de fornecedores foi afetada	3,29	3,20	-	727
Nossos fornecedores restringiram seus prazos de pagamento	2,71	2,59	-	724
As condições de pagamento de nossos clientes se tornaram mais longas	2,81	2,88	-	726
O cancelamento de pedidos de clientes aumentou significativamente	2,62	2,68	-	724
Nossas perdas com a inadimplência dos clientes aumentaram	2,35	2,54	*	728

Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa

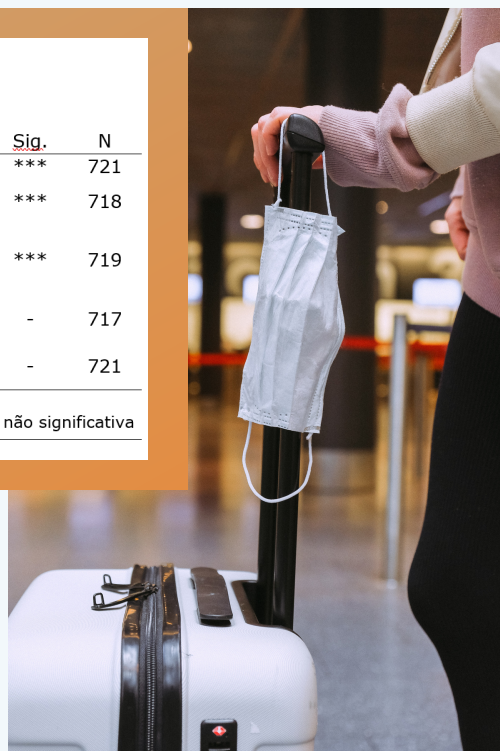
Em relação ao setor de atividade das MPMEs pesquisadas, nota-se que há uma distribuição das maiores avaliações das atividades entre construção, comércio e serviços (Tabela 5.4). Pode-se observar diferenças estatisticamente significativas nas atividades “cadeia de fornecedores afetada” com maior impacto na construção (3,77) seguida do comércio (3,74), “nossos fornecedores restringiram seus prazos de pagamento” com maior impacto na

construção (3,20) seguida da indústria (2,89) e “nas condições de pagamento dos nossos clientes se tornaram mais longas” com maior impacto no comércio (3,11) seguida da construção (3,03). O aumento significativo do cancelamento de pedidos de clientes afetou em maior grau as empresas do setor de serviços (2,79), enquanto o aumento da inadimplência dos clientes impactou em maior grau as empresas do setor de comércio (2,68).

TABELA 5.4.
Atividades com clientes e fornecedores
Setor de atividade da empresa

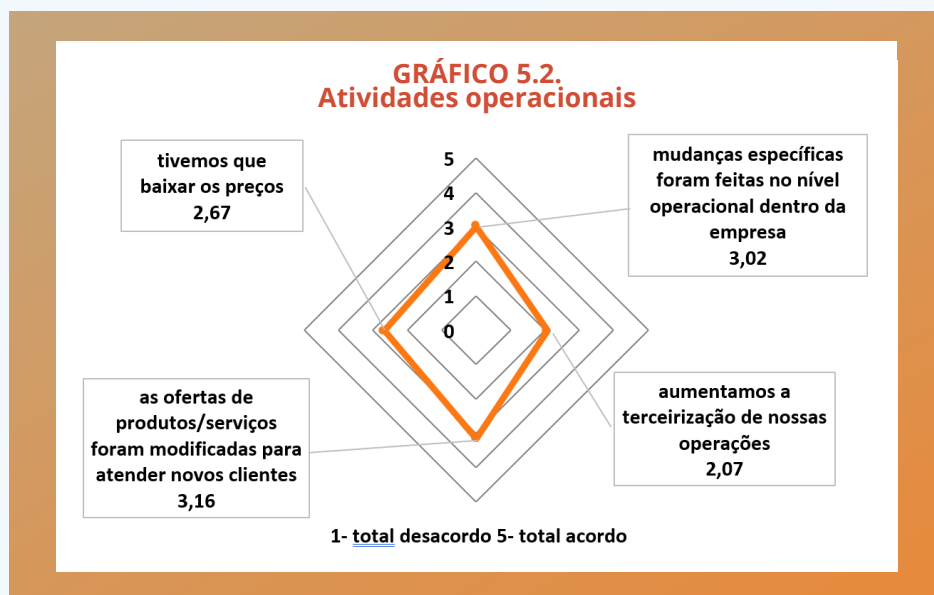
	Indús.	Constr.	Comerc.	Serv.	Outros	Sig.	N
A cadeia de fornecedores foi afetada	3,62	3,77	3,74	3,02	2,92	***	721
Nossos fornecedores restringiram seus prazos de pagamento	2,89	3,20	2,72	2,54	2,49	***	718
As condições de pagamento de nossos clientes se tornaram mais longas	2,97	3,03	3,11	2,91	2,42	***	719
O cancelamento de pedidos de clientes aumentou significativamente	2,61	2,30	2,55	2,79	2,67	-	717
Nossas perdas com a inadimplência dos clientes aumentaram	2,53	2,33	2,68	2,46	2,30	-	721

Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa



5.2. Atividades operacionais

Nas atividades operacionais das empresas analisadas constata-se uma variação da relevância entre as diversas atividades (Gráfico 5.2). Assim, duas atividades foram avaliadas como aquelas de maior impacto, “as ofertas de produtos / serviços que foram modificadas para atender novas clientes” (3,16 em uma escala de 1 a 5) e “mudanças específicas foram feitas no nível operacional dentro da empresa” (3,02). A atividade “tivemos de baixar os preços” apresentou um impacto levemente negativo (2,67) enquanto a atividade “aumentamos a terceirização de nossas operações” mostrou uma baixa aplicação nas empresas pesquisadas (2,07 em uma escala de 1 a 5).



A Tabela 5.5 mostra como as atividades operacionais das empresas foram afetadas pela COVID 19 de acordo com o tamanho (porte) das mesmas. Duas atividades apresentaram diferenças estatisticamente significativas entre as empresas de diferentes portes: “as ofertas de produtos / serviços foram modificadas para atender novos clientes” com maior impacto nas microempresas (3,28 em uma escala de 1 a 5) e “tivemos que baixar os preços”

também com maior impacto nas microempresas (2,79), apesar do fraco impacto. Interessante observar que a atividade “aumentamos a terceirização de nossas operações” apresentou um impacto abaixo da média da escala, significando dizer que as empresas não lançaram efetivamente mão desta estratégia para fazer frente à crise. A letra N nas diversas tabelas indica o número de empresas respondentes de cada questionamento.



**TABELA 5.5.
Atividades operacionais
Tamanho (Porte) da empresa**

	Micro	Pequenas	Médias	Sig.	N
Mudanças específicas foram feitas no nível operacional dentro da empresa	3,06	2,95	3,03	-	722
Aumentamos a terceirização de nossas operações	2,09	2,05	2,04	-	722
As ofertas de produtos/serviços foram modificadas para atender novos clientes	3,28	2,96	3,23	**	717
Tivemos que baixar os preços	2,79	2,48	2,57	**	724

Em uma escala de 1 = Total Desacordo a 5 = Total Acordo
Diferenças estatisticamente significativas: (*) p<0,1; (**) p<0,05; (***) p<0,01; (-) não significativa

Quando comparadas as empresas beneficiárias por subsídios governamentais ou não (Tabela 5.6), os dados mostram que as empresas subsidiadas vão além de modificar a sua oferta de produto/serviço para atender novos clientes (3,30). As MPMEs precisaram realizar mudanças específicas no nível operacional dentro da empresa (3,34). Esta atividade (mudanças no nível operacional) apresentou diferença estatisticamente significativa entre as empresas que foram beneficiadas por subsídios governamentais e aquelas que não foram.

TABELA 5.6.
Atividades operacionais
Empresas que receberam benefícios governamentais

	Não	Sim	Sig.	N
Mudanças específicas foram feitas no nível operacional dentro da empresa	2,94	3,34	***	726
Aumentamos a terceirização de nossas operações	2,08	2,06	-	726
As ofertas de produtos/serviços foram modificadas para atender novos clientes	3,13	3,30	-	721
Tivemos que baixar os preços	2,65	2,73	-	728

Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***) p<0,01; (-) não significativa

Em termos de antiguidade (idade) da empresa, os dados apresentaram diferenças estatisticamente significativas em duas atividades (Tabela 5.7). A atividade “as ofertas de produtos / serviços foram modificadas para atender novos clientes” foi a que apresentou a pontuação mais elevada, tendo impactado mais fortemente

TABELA 5.7.
Atividades operacionais
Antiguidade (Idade) da empresa

	Jovens (≤ 10 anos)	Maduras (> 10 anos)	Sig.	N
Mudanças específicas foram feitas no nível operacional dentro da empresa	3,09	2,95	-	721
Aumentamos a terceirização de nossas operações	2,09	2,06	-	722
As ofertas de produtos/serviços foram modificadas para atender novos clientes	3,39	3,00	***	717
Tivemos que baixar os preços	2,79	2,56	**	724

Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***) p<0,01; (-) não significativa

as empresas jovens (3,39 em uma escala de 1 a 5) mas também as empresas maduras (3,00). De forma similar, a atividade “tivemos que baixar os preços” também impactou mais intensamente as empresas jovens (2,79) que as maduras (2,56). Porém a terceirização das operações, segundo as próprias empresas não sofreu maior impacto devido à pandemia.

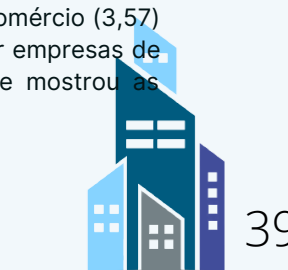
TABELA 5.8.
Atividades operacionais
Sector de atividade da empresa

	Indúst.	Constr.	Comerc.	Serv.	Outros	Sig.	N
Mudanças específicas foram feitas no nível operacional dentro da empresa	3,16	2,97	3,15	3,06	2,78	-	716
Aumentamos a terceirização de nossas operações	2,16	2,67	2,15	2,00	1,96	*	716
As ofertas de produtos/serviços foram modificadas para atender novos clientes	3,05	2,93	3,57	3,30	2,97	**	711
Tivemos que baixar os preços	2,59	2,73	2,73	2,79	2,50	-	718

Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***) p<0,01; (-) não significativa

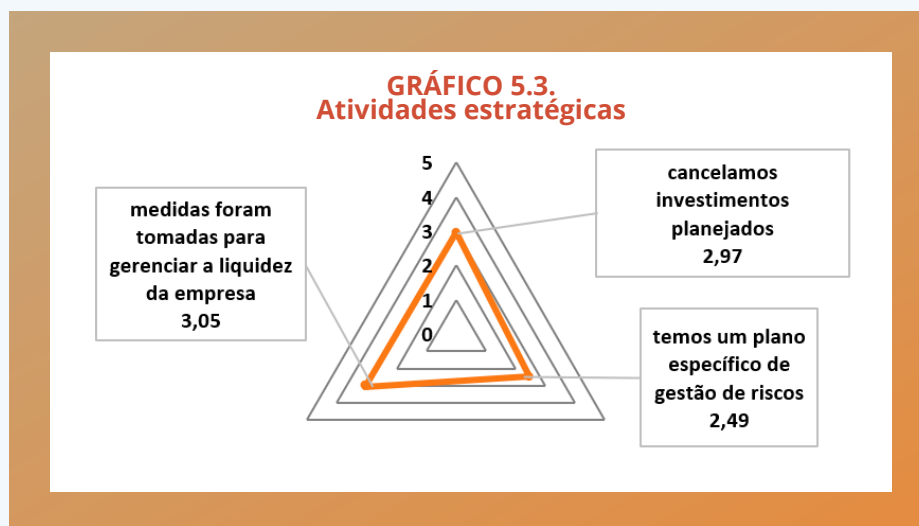
Observando-se agora o impacto nas atividades operacionais devido à pandemia de COVID 19 de acordo com os setores econômicos, foram identificadas diferenças significativas na atividade “ofertas de produtos / serviços, à exceção do aumento da terceirização das operações que não ocorreu (Tabela 5.8). As empresas do setor da indústria foram as que realizaram as maiores mudanças em seu nível

operacional (3,16) seguidas pelas do setor comercial (3,15). Somente as empresas de construção aumentaram a terceirização de suas operações (2,67). As empresas de todos os setores necessitaram modificar as ofertas de produtos / serviços para atender novos clientes, o que se mostrou mais intenso no setor de comércio (3,57) e em um grau um pouco menor no setor de serviços (3,30). A redução de preços foi sentida por empresas de todos os setores a menos do setor outros, porém não de forma muito intensa. O setor que mostrou as empresas menos impactadas foi o caracterizado como outros.



5.3. Atividades estratégicas

Como a crise afetou as atividades estratégicas das empresas? De uma forma geral (Gráfico 5.3), a opinião dos entrevistados é que essa crise gerou a necessidade mais intensa de medidas para gerenciar a liquidez da empresa (uma classificação de 3,05 em uma escala de 1 a 5). Esta atividade foi seguida, com intensidade próxima, da atividade de cancelar investimentos já planejados (2,97 de intensidade). Por fim, a necessidade de desenvolver planos de gestão de riscos ou contingências foi mencionado, porém não de forma muito intensa e significativa (2,49 em uma escala de 1 a 5). Desta forma observa-se que as ações estratégicas desenvolvidas foram basicamente de sobrevivência e com foco no curto prazo.



Ao analisar o impacto da pandemia sobre as atividades estratégicas de acordo com o tamanho (porte) da empresa (Tabela 5.9) pode-se ver como as empresas de médio porte são as que desenvolveram em maior medida planos específicos para gerenciar seus riscos (2,89) em comparação com as pequenas (2,37) e as microempresas (2,42).

A atividade identificada como de maior intensidade pelas médias (3,18) e pequenas empresas (3,04) foi a relativa às medidas tomadas para gerenciar a liquidez das empresas. Estranhamente, a atividade de maior intensidade das microempresas foi a de cancelar investimentos planejados (3,15) e não o gerenciamento da sua liquidez (3,01).

TABELA 5.9.
Atividades estratégicas
Tamanho (Porte) da empresa

	Micro	Pequenas	Médias	Sig.	N
Cancelamos investimentos planejados	3,15	2,84	2,63	***	725
Temos um plano específico de gestão de riscos	2,42	2,37	2,89	***	720
Medidas foram tomadas para gerenciar a liquidez da empresa	3,01	3,04	3,18	-	722

Em uma escala de 1 = Total Desacordo a 5 = Total Acordo
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa



Ter usufruído de subsídios governamentais é um fator relevante que explica as diferenças de comportamento nas atividades estratégicas das MPMEs (Tabela 5.10). As empresas beneficiárias por tais subsídios têm sido muito afetadas em suas atividades estratégicas, em particular aquelas que precisaram tomar medidas para gerenciar a liquidez em sua empresa (3,44), cancelar investimentos planejados (3,36) e ter um plano específico para gestão de riscos (2,68).

TABELA 5.10.
Atividades estratégicas
Empresas que receberam benefícios governamentais

	Não	Sim	Sig.	N
Cancelamos investimentos planejados	2,87	3,36	***	729
Temos um plano específico de gestão de riscos	2,44	2,68	**	724
Medidas foram tomadas para gerenciar a liquidez da empresa	2,95	3,44	***	726

Diferenças estatisticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) não significativa



Quanto à antiguidade ou idade das empresas (Tabela 5.11), em termos de impactos da pandemia de COVID 19 sobre suas atividades estratégicas, constata-se que as empresas jovens foram aquelas mais impactadas em todas as atividades estratégicas. Assim, as empresas jovens tomaram medidas mais intensas para gerenciar sua liquidez (3,08 numa escala de 1 a 5) do que as maduras (3,02), cancelaram de forma mais intensa (as jovens) os investimentos planejados (3,00) que as maduras (2,94). Em termos de plano específico de gestão de riscos, vemos que ambos os tipos de empresas identificaram pouca intensidade nestas atividades.

TABELA 5.11.
Atividades estratégicas
Antiguidade (Idade) da empresa

	Jovem (≤ 10 anos)	Maduras (> 10 anos)	Sig.	N
Cancelamos investimentos planejados	3,00	2,94	-	725
Temos um plano específico de gestão de riscos	2,50	2,47	-	720
Medidas foram tomadas para gerenciar a liquidez da empresa	3,08	3,02	-	723

Diferenças estatisticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) não significativa

TABELA 5.12.
Atividades estratégicas
Sector de atividade da empresa

	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Outros	Sig.	N
Cancelamos investimentos planejados	2,98	2,97	3,05	3,01	2,86	-	714
Temos um plano específico de gestão de riscos	2,60	2,47	2,55	2,57	2,21	*	716
Medidas foram tomadas para gerenciar a liquidez da empresa	3,12	3,00	3,27	3,17	2,64	***	718

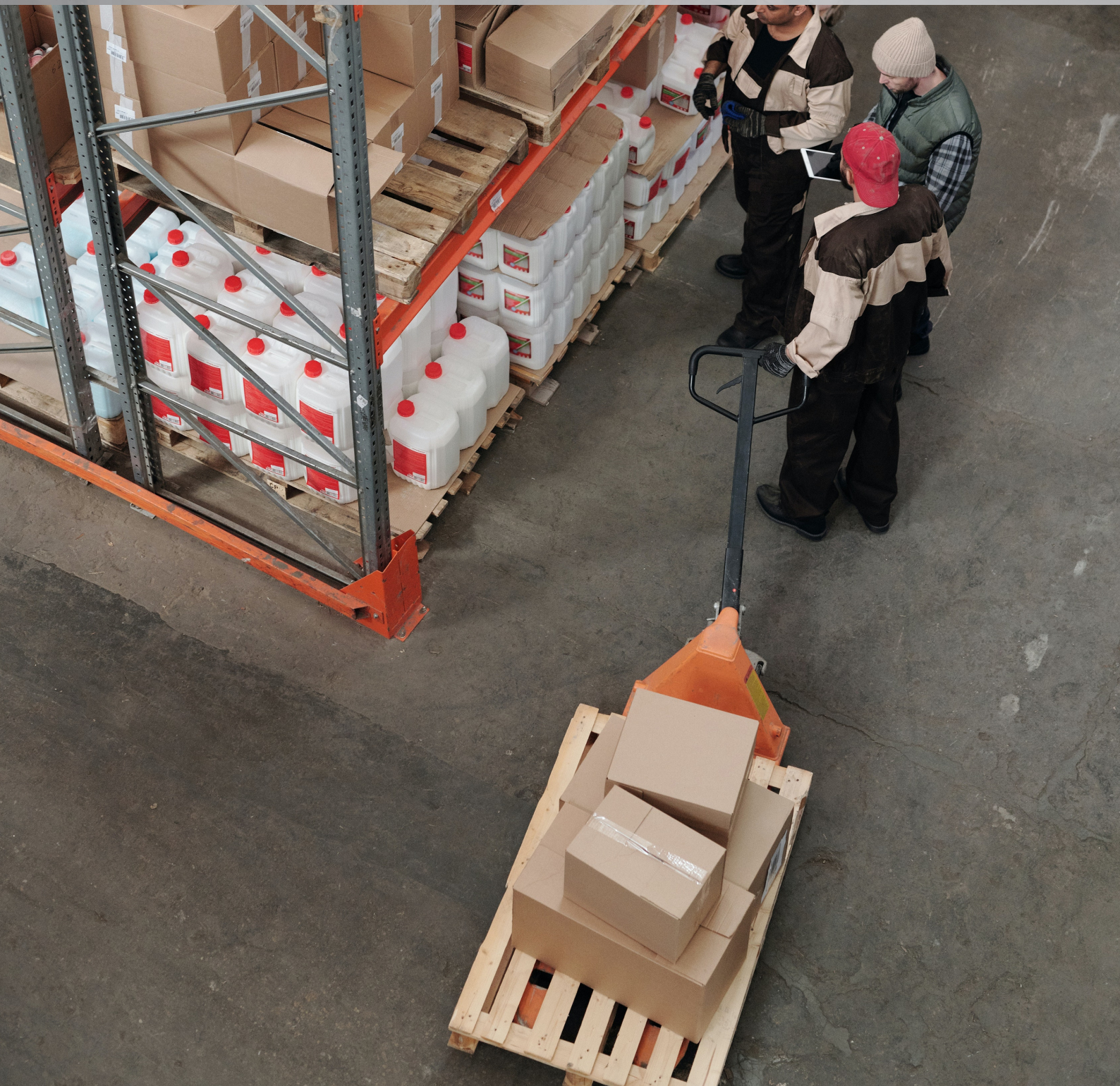
Diferenças estatisticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) não significativa

Por fim, observando os dados das atividades mais impactadas por setor de atividade econômica (Tabela 5.12) pode-se verificar que somente a atividade de medidas para gerenciamento da liquidez apresentou diferenças significativas entre as empresas dos diversos setores econômicos. Esta atividade também foi a de maior intensidade de todos os setores (3,05 para comércio e 3,01 para serviços) à exceção das empresas do setor outros. No que tange à atividade de um plano específico de gestão de riscos, a maior parte dos setores não indicou que esta atividade tenha tido intensidade relevante.





6. ATIVIDADE INOVADORA



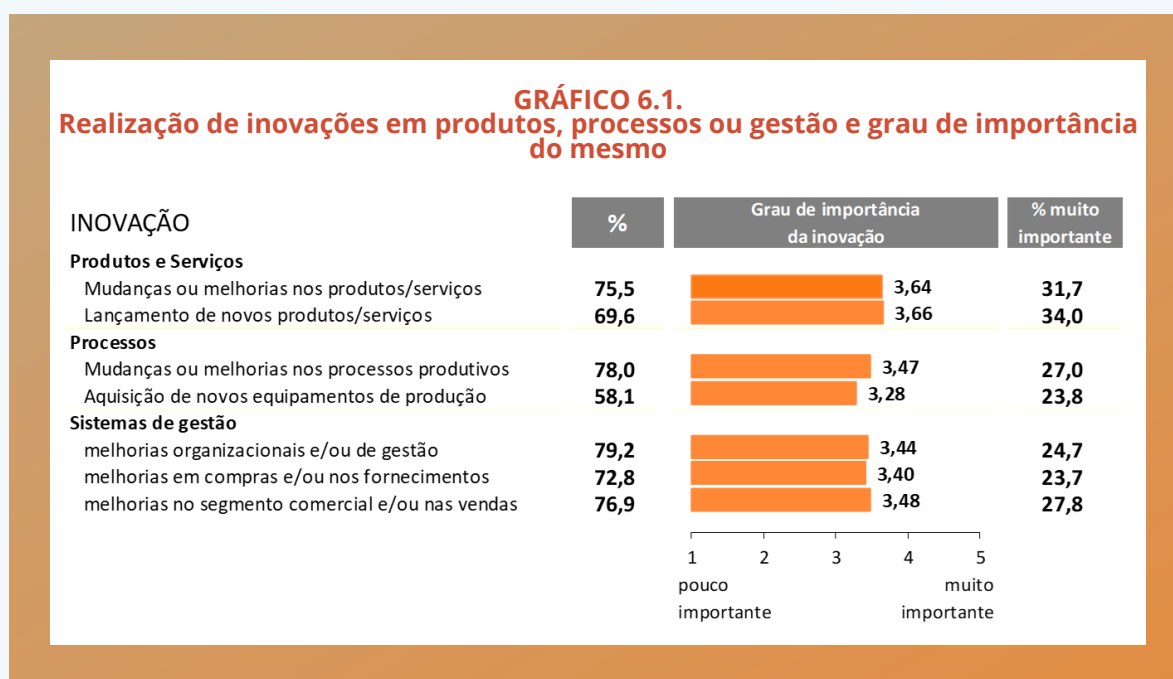
6. ATIVIDADE INOVADORA

O Gráfico 6.1 apresenta o percentual de empresas que fizeram inovações nos últimos dois anos distinguindo entre inovação em produtos, processos e gestão. Além disso, o grau de importância das inovações é mostrado. De uma forma geral, a inovação nos sistemas de gestão foi desenvolvida pelos maiores percentuais de empresas. Na inovação de produtos, constata-se que 75,5% das empresas pesquisadas fizeram alterações ou melhorias em produtos ou serviços e 69,6% comercializaram um novo produto ou serviço. O grau de importância nos dois tipos de inovação de produtos é muito semelhante, além de ser o mais elevado considerando todos os tipos de inovação (produtos, processos e gestão).

A atividade desenvolvida na inovação em processos também identificou ações realizadas pelas MPMEs brasileiras. Principalmente na introdução de mudanças ou melhorias nos processos produtivos que foram realizados em 78,0% das empresas pesquisadas. A aquisição de novos equipamentos foi

feita por 58,1% das empresas, índice mais baixo entre todos os tipos de inovação, provavelmente causada pelo impacto da pandemia. Analisando-se a importância ou intensidade da inovação nas empresas que praticaram a inovação dos processos, os dados mostram que as inovações por meio da aquisição de novos equipamentos (3,28) têm sido menos importantes do que mudanças ou melhorias nos processos (3,47). Em ambos os casos, esses valores foram significativamente menores do que em 2019.

Considerando a inovação no sistema de gestão, verifica-se que 79,2% das empresas pesquisadas fizeram mudanças na organização relacionadas à direção e gestão, 72,8% melhorias na seção de compras e 76,9% melhorias no departamento de vendas ou vendas, percentuais bastante elevados. O grau mais relevante de importância das inovações gerenciais foi nas inovações no segmento comercial / vendas, com valor de 3,48.



Por outro lado, e também no Gráfico 6.1, pode-se distinguir o percentual de empresas que fizeram um grau muito importante nas suas inovações (empresas que responderam 5 numa escala de 1 a 5). Assim, os tipos de inovações realizadas julgadas muito importantes pelas empresas foram: 34,0% fizeram lançamento de novos produtos / serviços, 31,7% fizeram inovações muito importantes em termos de mudanças e melhorias de produtos ou serviços e 27,8% realizaram inovações muito importantes no segmento comercial / vendas.



Ao analisar-se os diferentes tipos de inovação de acordo com o tamanho (porte) das empresas pesquisadas, são observadas algumas diferenças muito significativas (aquisição de novos equipamentos de produção e melhorias em compras e suprimentos, como mostra a Tabela 6.1, sempre em favor das empresas de médio porte. A letra N indica o número de empresas pesquisadas em cada tópico. Em termos de tipos de inovações realizadas por maior número de empresas, de uma forma geral, destacam-se as inovações em gestão. Assim, enquanto 81,8% das empresas de médio porte realizaram mudanças e melhorias nos produtos/serviços, esse percentual diminui para 74,1% nas microempresas. Situação similar ocorre no

lançamento de novos produtos/serviços, onde as empresas de médio porte o praticaram em 76,4% dos casos, contra 69,2% das microempresas. Diferenças também são observadas nas inovações de processos, onde 70,9% das empresas de médio porte realizam mudanças na aquisição de equipamentos, contra 53,5% das microempresas. E 88,0% fizeram mudanças ou melhorias nos processos produtivos, em comparação com apenas 75,5% das microempresas. Essas diferenças em favor das empresas maiores também são observadas nas mudanças na organização e na gestão (89,1% vs. 76,1%), mudanças nas compras e suprimentos (85,5% vs. 69,7%) e mudanças em marketing/vendas (84,5% vs. 76,3%).

TABELA 6.1.
Realização de inovações (%)
Tamanho (Porte) da empresa

	Micro	Pequenas	Médias	Sig.	N
Inovação em produtos e serviços					
Mudanças ou melhorias nos produtos/serviços existentes	74,1	75,0	81,8	-	724
Lançamento de novos produtos/serviços	69,2	66,8	76,4	-	725
Inovação em processos					
Mudanças ou melhorias nos processos produtivos	75,5	79,2	88,0	**	718
Aquisição de novos equipamentos de produção	53,5	59,3	70,9	***	722
Inovação em gestão					
Novas mudanças ou melhorias organizacionais e/ou de gestão	76,1	80,5	89,1	**	722
Novas alterações ou melhorias em compras e/ou nos fornecimentos	69,7	72,9	85,5	***	719
Novas mudanças ou melhorias no segmento comercial e/ou nas vendas	76,3	75,4	84,5	-	722
Chi-Quadrado de Pearson.					
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa					

Ao observar-se a importância das inovações feitas pelas empresas segundo os diferentes portes (Tabela 6.2), não são confirmadas diferenças significativas entre os tamanhos (portes) analisados. Isso indica que, no caso das empresas que fizeram inovações, o tamanho não explica por que essas inovações são mais ou menos importantes.

TABELA 6.2.
Importância das inovações
Tamanho (Porte) da empresa

	Micro	Pequenas	Médias	Sig.	N
Inovação em produtos e serviços					
Mudanças ou melhorias nos produtos/serviços existentes	3,65	3,57	3,76	-	547
Lançamento de novos produtos/serviços	3,60	3,71	3,75	-	504
Inovação em processos					
Mudanças ou melhorias nos processos produtivos	3,49	3,45	3,48	-	564
Aquisição de novos equipamentos de produção	3,31	3,18	3,40	-	419
Inovação em gestão					
Novas mudanças ou melhorias organizacionais e/ou de gestão	3,36	3,56	3,46	-	574
Novas alterações ou melhorias em compras e/ou nos fornecimentos	3,40	3,34	3,53	-	526
Novas mudanças ou melhorias no segmento comercial e/ou nas vendas	3,37	3,65	3,53	*	558
Em uma escala de 1 = Pouco importante a 5 = Muito importante					
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa					



No que se refere às empresas beneficiárias (e não beneficiárias) de subsídios governamentais, a Tabela 6.3 mostra diferenças significativas somente na realização de inovação em gestão organizacional, especificamente nas novas mudanças ou melhorias organizacionais e/ou de gestão. Assim, neste caso 85,3% das empresas beneficiárias realizaram tais inovações, ante 77,9% das demais empresas não beneficiárias. Entre tais empresas não há outras diferenças estatisticamente significativas no quesito inovações. De modo similar, não há diferenças estatisticamente significativas se analisarmos o grau de importância das inovações realizadas (Tabela 6.4).

Quando se observa a realização de inovações de acordo com a idade das MPMEs pesquisadas, observa-se diferenças significativas em alguns aspectos (Tabela 6.5). Um maior percentual de empresas jovens realizou inovações ou melhorias em produtos/serviços, 80,8% contra 72,0% das empresas maduras; o que também ocorreu com o lançamento de novos produtos/serviços, praticados por 76,6% das empresas jovens contra 64,3% das empresas maduras. Outra diferença significativa foi verificada na realização de mudanças ou melhorias nos processos produtivos,

onde 84,2% das empresas jovens a realizaram, versus 74,2% das empresas maduras. O percentual de empresas jovens que realizaram inovações de todos os tipos foi superior ao percentual das empresas maduras.

TABELA 6.3.
Realização de inovações (%)
Empresas que receberam benefícios governamentais

	Não	Sim	Sig.	N
Inovação em produtos e serviços				
Mudanças ou melhorias nos produtos/serviços existentes	75,6	74,8	-	728
Lançamento de novos produtos/serviços	70,6	64,8	-	728
Inovação em processos				
Mudanças ou melhorias nos processos produtivos	77,9	81,0	-	722
Aquisição de novos equipamentos de produção	57,8	59,4	-	726
Inovação em gestão				
Novas mudanças ou melhorias organizacionais e/ou de gestão	77,9	85,3	**	726
Novas alterações ou melhorias em compras e/ou nos fornecimentos	72,5	75,9	-	723
Novas mudanças ou melhorias no segmento comercial e/ou nas vendas	76,5	79,0	-	726

Chi-Quadrado de Pearson.
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa

TABELA 6.4.
Importância das inovações
Empresas que receberem benefícios governamentais

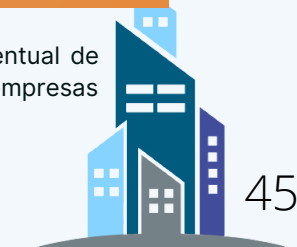
	Não	Sim	Sig.	N
Inovação em produtos e serviços				
Mudanças ou melhorias nos produtos/serviços existentes	2,75	2,73	-	728
Lançamento de novos produtos/serviços	2,58	2,37	-	728
Inovação em processos				
Mudanças ou melhorias nos processos produtivos	2,70	2,82	-	722
Aquisição de novos equipamentos de produção	1,92	1,87	-	726
Inovação em gestão				
Novas mudanças ou melhorias organizacionais e/ou de gestão	2,67	2,99	*	726
Novas alterações ou melhorias em compras e/ou nos fornecimentos	2,47	2,57	-	723
Novas mudanças ou melhorias no segmento comercial e/ou nas vendas	2,66	2,73	-	726

Em uma escala de 1 = Pouco importante a 5 = Muito importante
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa

TABELA 6.5.
Realização de inovações (%)
Antiguidade (Idade) da empresa

	Jovens (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.	N
Inovação em produtos e serviços				
Mudanças ou melhorias nos produtos/serviços existentes	80,8	72,0	***	724
Lançamento de novos produtos/serviços	76,6	64,3	***	724
Inovação em processos				
Mudanças ou melhorias nos processos produtivos	84,2	74,2	***	718
Aquisição de novos equipamentos de produção	59,0	57,6	-	722
Inovação em gestão				
Novas mudanças ou melhorias organizacionais e/ou de gestão	81,7	77,8	-	722
Novas alterações ou melhorias em compras e/ou nos fornecimentos	75,7	71,0	-	719
Novas mudanças ou melhorias no segmento comercial e/ou nas vendas	80,3	74,8	*	722

Chi-Quadrado de Pearson.
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa



Observando-se o grau de importância das inovações realizadas pelas empresas também é possível observar algumas diferenças significativas (Tabela 6.6). Pode ser observado inicialmente que as empresas jovens atribuíram maior grau de importância a todos os tipos de inovações realizadas que as empresas maduras. A inovação com diferença significativa mais relevante é o representado pela aquisição de novos equipamentos

de produção, avaliado como 3,51 pelas empresas jovens (em uma escala de 1 a 5) e como 3,12 nas empresas maduras. Com um mesmo nível de significância da diferença de avaliação da importância das inovações das empresas jovens versus maduras, seguem-se o lançamento de novos produtos / serviços (3,79 vs. 3,56), melhorias nos produtos / serviços (3,78 vs. 3,52) e melhorias nos processos produtivos (3,61 vs. 3,36).

TABELA 6.6.
Importância das inovações
Antiguidade (Idade) da empresa

	Jovens (≤ 10 anos)	Maduras (> 10 anos)	Sig.	N
Inovação em produtos e serviços				
Mudanças ou melhorias nos produtos/serviços existentes	3,78	3,52	**	549
Lançamento de novos produtos/serviços	3,79	3,56	**	504
Inovação em processos				
Mudanças ou melhorias nos processos produtivos	3,61	3,36	**	564
Aquisição de novos equipamentos de produção	3,51	3,12	***	420
Inovação em gestão				
Novas mudanças ou melhorias organizacionais e/ou de gestão	3,47	3,43	-	574
Novas alterações ou melhorias em compras e/ou nos fornecimentos	3,45	3,37	-	525
Novas mudanças ou melhorias no segmento comercial e/ou nas vendas	3,59	3,41	*	557

Em uma escala de 1 = Pouco importante a 5 = Muito importante

Diferenças estatisticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) não significativa

Considerando agora a realização de inovações por setor de atividade econômica, observa-se que os setores têm se comportado de forma diferente (Tabela 6.7). Somente uma inovação de gestão, as mudanças ou melhorias nas compras e fornecimentos, apresentou diferença significativa entre os percentuais de empresas de cada setor econômico: nesta inovação a construção teve o maior percentual de empresas que a realizaram (83,3%), enquanto as empresas do setor de serviços tiveram o menor percentual de empresas (65,6%). Nas inovações de produtos, os setores com maior percentual de empresas com mudanças ou melhorias nos produtos/serviços existentes foram os serviços (78,7%) e comércio (78,1%), enquanto o setor com menor participação das empresas foi a construção (60,0%). Ainda nas inovações de produtos, os setores com maior percentual de empresas que comercializaram novos produtos/serviços são o setor industrial (71,6%) e

serviços (70,7%) e o setor com menor participação das empresas foi o comércio (63,0%). No que diz respeito às inovações nos processos, pode-se verificar como a realização de mudanças ou melhorias nos processos destacaram o setor da construção, onde 86,7% das empresas empreenderam melhorias nos processos produtivos essa inovação e 76,7% adquiriram novos equipamentos de produção. Considerando os dois tipos de inovações em processos acima, o setor que teve menor percentual de empresas as adotando foi o setor do comércio. Observando agora os três tipos de inovação em gestão, verifica-se que o setor da construção foi o que teve o maior número de empresas realizando estas inovações, enquanto o setor de serviços foi aquele com menor percentual de empresas realizando dois tipos de inovações de gestão. Nesta avaliação o setor da construção se destaca por apresentar maior número de empresas realizando inovações em 5 dos 7 tipos avaliados.



TABELA 6.7.
Realização de inovações (%)
Setor de atividade

	Ind.	Constr.	Comerc.	Serv.	Outros	Sig.	N
Inovação em produtos e serviços							
Mudanças ou melhorias nos produtos/serviços existentes	75,6	60,0	78,1	78,7	72,2	-	717
Lançamento de novos produtos/serviços	71,6	66,7	63,0	70,7	70,4	-	718
Inovação em processos							
Mudanças ou melhorias nos processos produtivos	80,9	86,7	69,9	79,9	77,0	-	711
Aquisição de novos equipamentos de produção	58,9	76,7	49,3	57,5	59,2	-	715
Inovação em gestão							
Mudanças ou melhorias organizacionais e/ou de gestão	82,3	83,3	75,3	80,4	76,3	-	715
Mudanças ou melhorias em compras e/ou nos fornecimentos	81,3	83,3	74,0	65,6	76,2	***	712
Mudanças ou melhorias no segmento comercial e/ou vendas	77,8	80,0	79,5	74,7	79,5	-	715
Chi-Quadrado de Pearson.							
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa							

Quanto à importância das inovações realizadas considerando o setor de atuação das empresas, não foram identificadas diferenças significativas entre as avaliações das empresas dos setores (Tabela 6.8). As notas mais elevadas da importância para os diferentes tipos de inovações acham-se distribuídas entre os diversos setores, não havendo qualquer destaque de setor em especial. Todas as avaliações de importância dos distintos tipos de inovações realizadas por todos os setores tiveram avaliação

mínima acima de 3,10 (em uma escala de 1 a 5), indicando que as empresas dos setores entendem estas inovações como ao menos minimamente importantes. Um aspecto a ser observado é o baixo número de respondentes da importância de todos os tipos de inovações, o que pode ter implicado em uma dificuldade de entender as questões formuladas ou em uma dificuldade de avaliar a importância em si.

TABELA 6.8.
Importância das inovações
Setor de atividade

	Ind.	Constr.	Comerc.	Serv.	Outros	Sig.	N
Inovação em produtos e serviços							
Mudanças ou melhorias nos produtos/serviços existentes	3,59	3,33	3,65	3,73	3,60	-	543
Lançamento de novos produtos/serviços	3,58	3,50	3,93	3,72	3,53	-	502
Inovação em processos							
Mudanças ou melhorias nos processos produtivos	3,42	3,38	3,41	3,58	3,38	-	560
Aquisição de novos equipamentos de produção	3,37	3,22	3,31	3,29	3,22	-	416
Inovação em gestão							
Novas mudanças ou melhorias organizacionais e/ou de gestão	3,43	3,40	3,45	3,48	3,39	-	569
Novas alterações ou melhorias em compras e/ou nos fornecimentos	3,43	3,76	3,46	3,35	3,32	-	522
Novas mudanças ou melhorias no segmento comercial e/ou nas vendas	3,43	3,71	3,74	3,47	3,37	-	552
Em uma escala de 1 = Pouco importante a 5 = Muito importante							
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa							

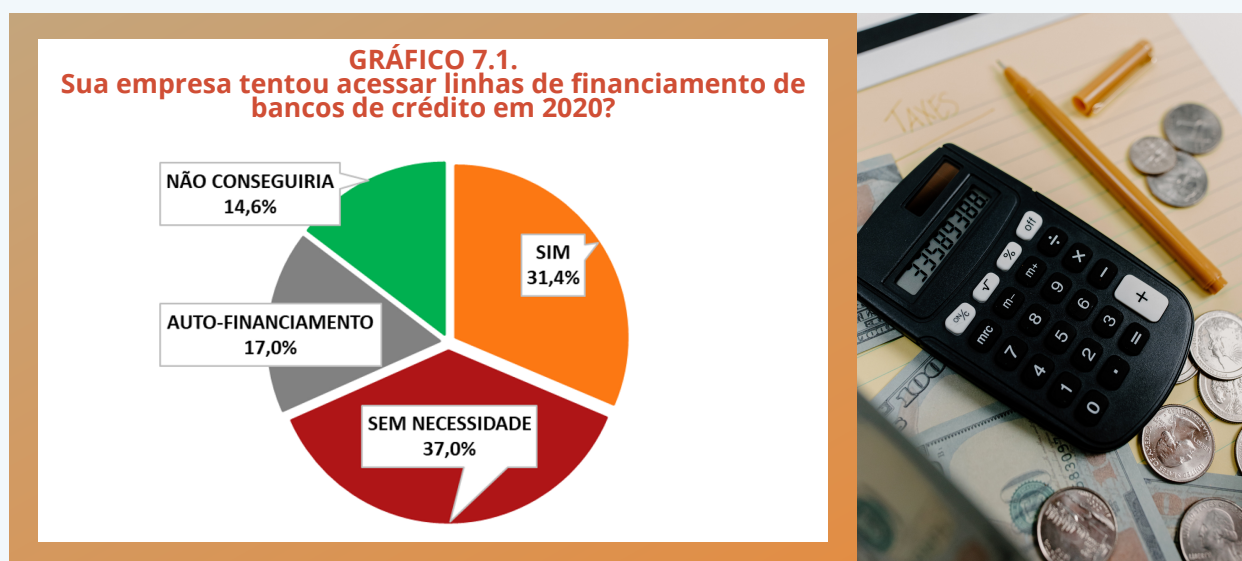


7. ACESSO A FINANCIAMENTOS



7. ACESSO A FINANCIAMENTOS

Esta seção analisa o financiamento das MPMEs durante o período da pandemia de COVID 19. Para tanto, as empresas foram questionadas se haviam tentado acessar linhas de financiamento neste período, bem como a decisão (resposta) do banco caso tivesse ocorrido a solicitação. O Gráfico 7.1 mostra que 31,4% das MPMEs solicitaram linhas de financiamento para instituições de crédito, enquanto 37,0% não fizeram a solicitação porque não necessitavam (sem necessidade) e 17,0% não solicitaram por serem autofinanciadas. Por outro lado, 14,6% afirmam que não tentaram acessar linhas de financiamento, apesar de precisarem, porque acreditam que não conseguiriam, ou seja, são reticentes com a possibilidade porque estão desanimados com a situação (borrower disappointment).



A Figura 7.2 mostra o resultado das negociações entre os bancos e as empresas (MPMEs) que tentaram contratar linhas de financiamento. Observa-se que 30,4% dos participantes afirmam que a instituição de crédito não quis conceder-lhes o financiamento ou não aceitou a solicitação. Para 9,8% das empresas a solicitação está em processo (tramitando). Os demais pedidos de financiamento pelas empresas foram aceitos pelas instituições de crédito nas mesmas condições (iguais) dos anos anteriores (41,1%) ou piores condições que as anteriores (18,7%).

As diferenças na aplicação e acesso ao financiamento são analisadas considerando

o tamanho (porte), a idade e o setor de atividade da empresa, tendo ou não a empresa recebido benefícios governamentais.



Em relação ao tamanho / porte das empresas (Tabela 7.1), há diferenças estatisticamente significativas no percentual de empresas que não tentaram acessar linhas de financiamento de instituições de crédito porque não estavam realizando investimentos no período, item que também concentrou o maior % de empresas respondentes (Painel A). Por outro lado, entre as empresas que solicitaram financiamento, o maior percentual foi o das pequenas empresas, (35,0%)

TABELA 7.1.
Financiamento das empresas Tamanho (Porte) da empresa

	Micro	Pequenas	Médias	Sig.	N
Painel A. Solicitação de financiamento					
712					
Sim, minha empresa solicitou financiamento (%)	29,7	35,0	30,3		
Não, porque minha empresa não precisa já que não está fazendo investimentos (%)	36,9	35,0	41,3	**	
Não, porque minha empresa não precisa disso, já que é autofinanciada (%)	14,9	18,6	21,1		
Não, porque apesar de precisar dele eu não acho que eu conseguiria obtê-lo (%)	18,6	11,5	7,3		
Painel B. Acesso ao financiamento					
214					
Você o recebeu nas mesmas condições dos anos anteriores (%)	37,6	41,3	53,3		
Foi concedido, apesar de que as condições tenham endurecido (sido mais difíceis) (%)	19,3	14,7	26,7		
Os financiadores não quiseram conceder-lhe (para a empresa) o financiamento (%)	20,2	29,3	6,7	-	
Foi concedido, mas a empresa não o aceitou porque as condições eram demasiado exigentes (difíceis) (%)	9,2	9,3	6,7		
A solicitação está tramitando (%)	13,8	5,3	6,7		
Chi-Quadrado de Pearson.					
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa					

seguido pelas médias empresas (30,3%) e pelas microempresas (29,7%), todas com índices próximos. Um aspecto a ser observado é o percentual de empresas que precisariam de financiamento mas não o solicitaram porque acreditam que não conseguiriam obtê-lo: 18,6% de micro, 11,5% de pequenas e 7,3% de médias empresas. Esta interpretação indica que os respondentes acreditam que é tanto mais difícil obter financiamento quanto menor o porte das empresas. No entanto, analisando-se o painel B que reflete o resultado da solicitação de financiamento, o fator tamanho (porte) não mostra resultados de diferenças estatisticamente significativas. Os dados mostram que entre 35 e 55% das empresas receberam financiamento nos mesmos termos dos anos anteriores. Como N indica o número de

respondentes por item pesquisado, pode-se observar que o número de empresas que obtiveram o financiamento é cerca de um terço do total de empresas que solicitaram financiamento.

Os resultados obtidos a partir das empresas que receberam benefícios governamentais e as demais empresas (Tabela 7.2) mostram diferenças estatisticamente significativas somente na solicitação de financiamento e não no acesso a financiamentos. O Painel A mostra que 40,6% das empresas (que correspondem àquelas que não utilizam benefícios governamentais) não solicitaram financiamento porque não precisa visto que decidiu não fazer investimentos durante a pandemia. O resultado final do acesso a financiamento (painel B) não mostra diferenças significativas.

TABELA 7.2.
Financiamento da empresa Empresas que receberam benefícios governamentais

	Não	Sim	Sig.	N
Painel A. Solicitação de financiamento				
713				
Sim, minha empresa solicitou financiamento (%)	24,7	58,9		
Não, porque minha empresa não precisa já que não está fazendo investimentos (%)	40,6	22,7	***	
Não, porque minha empresa não precisa disso, já que é autofinanciada (%)	19,2	7,8		
Não, porque apesar de precisar dele eu não acho que eu conseguiria obtê-lo (%)	15,6	10,6		
Painel B. Acesso ao financiamento				
214				
Você o recebeu nas mesmas condições dos anos anteriores (%)	39,1	44,4		
Foi concedido, apesar de que as condições tenham endurecido (sido mais difíceis) (%)	17,3	21,0	-	
Os financiadores não quiseram conceder-lhe (para a empresa) o financiamento (%)	24,1	17,3		
Foi concedido, mas a empresa não o aceitou porque as condições eram demasiado exigentes (difíceis) (%)	12,0	3,7		
A solicitação está tramitando (%)	7,5	13,6		
Chi-Quadrado de Pearson.				
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa				



Quanto à antiguidade (idade) das empresas, a Tabela 7.3 mostra que as mais maduras são os que mais solicitam empréstimos de instituições financeiras, porém pouco à frente das mais jovens. Assim, 32,3% das MPMEs maduras solicitaram um empréstimo em comparação com 30,2% das MPMEs jovens (painel A). Por outro lado, o percentual de empresas jovens que não tiveram financiamento concedido pelos órgãos financeiros foi maior nas empresas jovens (28,2%) do que nas maduras (16,5%). É interessante notar que uma vez que o

crédito é solicitado, as empresas jovens são bastante mais limitadas na obtenção dele (Painel B). Assim, 28,2% das empresas jovens não quiseram obter financiamento (contra 16,5% das maduras), 14,1% das empresas jovens que tiveram empréstimos concedidos para a operação não quiseram aceitá-los porque as condições não eram favoráveis (contra 4,7% das maduras), e em 12,9% dos pedidos de financiamento das empresas jovens estes ainda estavam tramitando (contra 7,9% no caso das empresas maduras).

TABELA 7.3.
Financiamento das empresas
Antiguidade (Idade) da empresa

	Jovens (≤ 10 anos)	Maduras (> 10 anos)	Sig.	N
Painel A. Solicitação de financiamento				
				711
Sim, minha empresa solicitou financiamento (%)	30,2	32,3		
Não, porque minha empresa não precisa já que não está fazendo investimentos (%)	30,2	42,6	***	
Não, porque minha empresa não precisa disso, já que é autofinanciada (%)	21,0	14,0		
Não, porque apesar de precisar dele eu não acho que eu conseguiria obtê-lo (%)	18,7	11,1		
Painel B. Acesso ao financiamento				
				212
Você o recebeu nas mesmas condições dos anos anteriores (%)	28,2	50,4		
Foi concedido, apesar de que as condições tenham endurecido (sido mais difíceis) (%)	16,5	20,5		
Os financiadores não quiseram conceder-lhe (para a empresa) o financiamento (%)	28,2	16,5	***	
Foi concedido, mas a empresa não o aceitou porque as condições eram demasiado exigentes (difíceis) (%)	14,1	4,7		
A solicitação está tramitando (%)	12,9	7,9		
Chi-Quadrado de Pearson.				
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa				

Por fim, considerando o setor de atividade das MPMEs, verifica-se diferenças significativas na solicitação de financiamento (Tabela 7.4, Painel A). O setor de serviços é o setor onde as empresas (MPMEs) realizaram menor número de pedidos de financiamento às instituições financeiras. Assim, 24,8% das empresas de serviços solicitaram financiamento, contra 75,2% que não solicitaram por diferentes razões (não realização de investimentos, autofinanciamento, descrença na obtenção do financiamento). O setor que mais solicitou financiamento para suas operações foi a indústria,

com 42,1% das empresas. As empresas que informaram de forma mais intensa não estarem realizando investimentos no período analisado, foram as MPMEs dos setores outros, construção civil e serviços. Não há diferenças significativas entre os setores no resultado da solicitação de financiamento. Entre as empresas que obtiveram financiamento, o item indicado pelo maior percentual de empresas de todos os setores foi o de ter recebido o financiamento nas mesmas condições dos anos anteriores (Painel B).





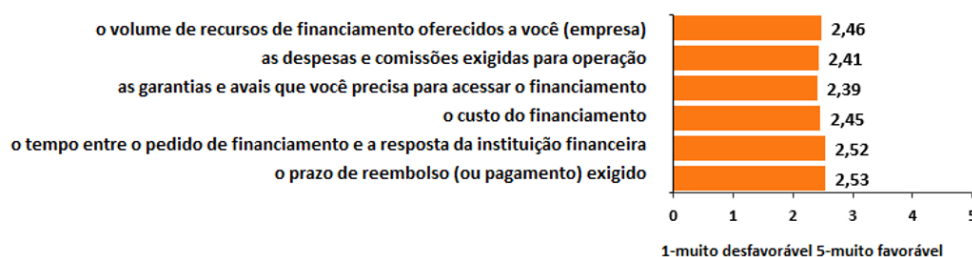
TABELA 7.4.
Financiamento das empresas
Setor de atividade

	Ind.	Constr.	Comerc.	Serv.	Outros	Sig.	N
Painel A. Solicitação de financiamento							
							704
Sim, minha empresa solicitou financiamento (%)	42,1	30,0	40,8	24,8	26,7		
Não, porque minha empresa não precisa já que não está fazendo investimentos (%)	28,7	43,3	26,8	39,4	47,3	***	
Não, porque minha empresa não precisa disso, já que é autofinanciada (%)	12,9	20,0	25,4	20,2	10,0		
Não, porque apesar de precisar dele eu não acho que eu conseguiria obtê-lo (%)	16,4	6,7	7,0	15,6	16,0		
Painel B. Acesso ao financiamento							
							210
Você o recebeu nas mesmas condições dos anos anteriores (%)	32,9	62,5	35,7	47,8	45,9		
Foi concedido, apesar de que as condições tenham endurecido (sido mais difíceis) (%)	21,4	12,5	14,3	19,4	16,2		
Os financiadores não quiseram conceder-lhe (para a empresa) o financiamento (%)	24,3	12,5	32,1	19,4	10,8	-	
Foi concedido, mas a empresa não o aceitou porque as condições eram demasiado exigentes (difíceis) (%)	12,9	0,0	7,1	7,5	8,1		
A solicitação está tramitando (%)	8,6	12,5	10,7	6,0	18,9		
Chi-Quadrado de Pearson.							
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa							

A análise do acesso ao financiamento bancário deve ser complementada pela discussão sobre as condições desse financiamento. Este tópico refere-se aos termos contratuais como custo e volume da linha de financiamento, as comissões e despesas da operação, as garantias que devem ser fornecidas e o prazo de devolução dos recursos. Analisa-se também um aspecto fundamental da negociação, como o tempo de resposta da instituição financeira. Nesta seção analisa-se a evolução desses elementos ao longo do período 2020 da pandemia (Gráfico 7.3). Medido em uma escala de 1 (muito desfavorável) a 5 (muito favorável), podemos ver que a maioria das

condições se manteve próxima da média, indiferente ou nem favorável nem desfavorável, ou com uma evolução ligeiramente desfavorável. Os elementos que melhor desempenharam foram o tempo necessário para a devolução do financiamento (2,53) seguido pelo tempo de resposta da instituição financeira (2,52). Os termos com evolução menos favorável foram as garantias exigidas (2,39), as comissões (2,41), o custo do financiamento (2,45) e o volume de financiamento oferecido pelas entidades, com pontuação média de 2,46. Porém, todos os índices estiveram muito próximos da condição de indiferença.

GRÁFICO 7.3.
Ao longo de 2020, como você avalia que evoluíram as seguintes variáveis?



O porte das empresas (MPMEs) apresentou influência significativa no volume de financiamentos oferecidos, nas despesas e comissões exigidas e no prazo de reembolso exigido pelas instituições financeiras (Tabela 7.5). As micro e pequenas empresas receberam menor volume de financiamento do que o solicitado (2,32 e 2,49 pontos em uma escala de 1 a 5), em comparação com as médias empresas (2,82) que avaliaram o

volume de financiamento como levemente favorável. As despesas e comissões também se mostraram mais desfavoráveis para as microempresas, seguidas das pequenas empresas, sendo levemente favoráveis para médias empresas. O prazo de reembolso exigido das microempresas se mostrou um pouco desfavorável, enquanto para as pequenas e médias empresas o mesmo se mostrou levemente favorável.

TABELA 7.5.
Evolução nas condições de financiamento¹
Tamanho (Porte) da empresa

	Micro	Pequenas	Médias	Sig.	N
Volume de recursos de financiamento oferecidos	2,32	2,49	2,82	***	715
Despesas e comissões exigidas para operação	2,31	2,44	2,69	**	713
Garantias e avais necessários	2,35	2,36	2,51	-	710
Custo do financiamento	2,43	2,45	2,44	-	709
Tempo entre pedido e resposta do financiamento	2,47	2,48	2,72	-	709
Prazo de reembolso (ou pagamento) exigido	2,40	2,62	2,69	**	705

¹ Em uma escala de 1 = Muito desfavorável a 5 = Muito favorável

Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa

Conforme apresentado na Tabela 7.6, o volume de recursos de financiamento oferecidos é relativamente favorável, tanto para as empresas que receberam benefícios governamentais (3,23) como para as demais que não receberam (3,14). Independente da empresa ter sido beneficiada ou não por subsídios governamentais, as garantias e os avais necessários são os aspectos menos favoráveis nas condições de financiamentos.

TABELA 7.6.
Evolução nas condições de financiamento¹
Empresas que receberam benefícios governamentais

	Não	Sim	Sig.	N
Volume de recursos de financiamento oferecidos	3,14	3,23	***	718
Despesas e comissões exigidas para operação	2,81	2,76	-	716
Garantias e avais necessários	2,33	2,60	**	713
Custo do financiamento	2,40	2,58	-	712
Tempo entre pedido e resposta do financiamento	2,46	2,75	**	712
Prazo de reembolso (ou pagamento) exigido	2,46	2,77	***	707

¹ Em uma escala de 1 = Muito desfavorável a 5 = Muito favorável

Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa

Considerando a antiguidade (idade) das empresas, apenas um item (questão) que apresentou diferença estatisticamente significativa entre as empresas jovens e maduras: as garantias e avais necessários se mostraram mais desfavoráveis nas empresas jovens (2,29 em uma escala de 1 a 5) do que nas maduras (2,47), onde se situou próxima da indiferença (Tabela 7.7). Em todos os itens pesquisados referentes às condições de funcionamento, a avaliação pelas empresas jovens foi mais desfavorável que aquela das empresas

maduras. O aspecto do financiamento pior avaliado pelas empresas jovens foram as garantias e avais necessários (2,29 pontos em uma escala de 1 a 5); nas empresas maduras os aspectos pior avaliados, mas numa condição próxima da indiferença, foram as despesas e comissões exigidas e o custo do financiamento. O prazo de reembolso exigido das empresas jovens se mostrou um pouco desfavorável, enquanto para as empresas maduras o mesmo se mostrou levemente favorável.

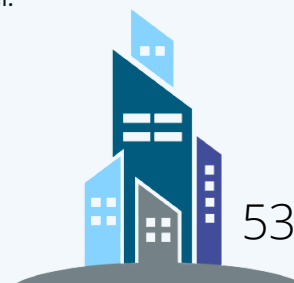


TABELA 7.7.
Evolução nas condições de financiamento¹
Antiguidade (Idade) da empresa

	(≤ 10 anos)	(> 10 anos)	Sig.	N
Volume de recursos de financiamento oferecidos	2,40	2,51	-	715
Despesas e comissões exigidas para operação	2,38	2,45	-	713
Garantias e avais necessários	2,29	2,47	*	710
Custo do financiamento	2,41	2,45	-	708
Tempo entre pedido e resposta do financiamento	2,42	2,58	-	709
Prazo de reembolso (ou pagamento) exigido	2,45	2,57	-	704

¹ Em uma escala de 1 = Muito desfavorável a 5 = Muito favorável
Diferenças estatisticamente significativas: (*) : p<0,1; (**) : p<0,05; (***) : p<0,01; (-) não significativa

Observando agora a evolução das condições de financiamento de acordo com o setor de atividade das empresas (MPMEs), constata-se apenas um item (questão) que apresentou diferença estatisticamente significativa entre as empresas dos diversos setores: as garantias e avais necessários (Tabela 7.8). O setor de comércio foi o que avaliou mais favoravelmente a maior parte das questões pesquisadas, em 4 dos 6 itens (despesas e

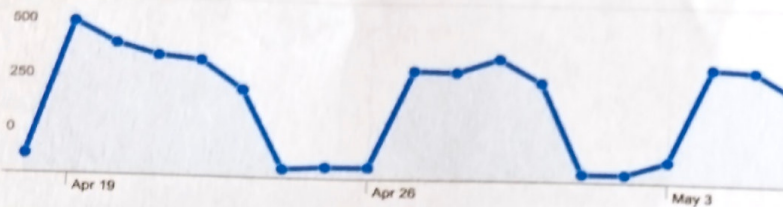
comissões exigidas, garantias e avais necessários, custo do financiamento e tempo de resposta da entidade financiadora), todas de forma levemente favorável. Em termos do volume de recursos de financiamento oferecidos, a melhor avaliação, levemente positiva, coube ao setor da construção (2,63 em uma escala de 1 a 5). A melhor avaliação do item prazo de reembolso exigido também coube ao setor da construção (2,87).

TABELA 7.8.
Evolução nas condições de financiamento¹
Setor de atividade

	Ind.	Constr.	Comerc.	Serv.	Outros	Sig.	N
Volume de recursos de financiamento oferecidos	2,45	2,63	2,61	2,47	2,36	-	707
Despesas e comissões exigidas para operação	2,41	2,40	2,68	2,39	2,32	-	706
Garantias e avais necessários	2,28	2,64	2,77	2,33	2,39	**	703
Custo do financiamento	2,34	2,52	2,64	2,39	2,58	-	702
Tempo entre pedido e resposta do financiamento	2,57	2,80	2,82	2,42	2,47	*	702
Prazo de reembolso (ou pagamento) exigido	2,50	2,87	2,71	2,52	2,42	-	698

¹ Em uma escala de 1 = Muito desfavorável a 5 = Muito favorável
Diferenças estatisticamente significativas: (*) : p<0,1; (**) : p<0,05; (***) : p<0,01; (-) não significativa



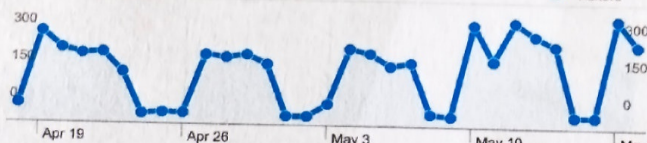


8. INDICADORES DE DESEMPENHO



- Direct Traffic
3,097.00 (40.49%)
- Search Engines
2,910.00 (38.04%)
- Referring Sites
1,642.00 (21.47%)

Visitors Overview



Visitors
2,958

Content O

Pages

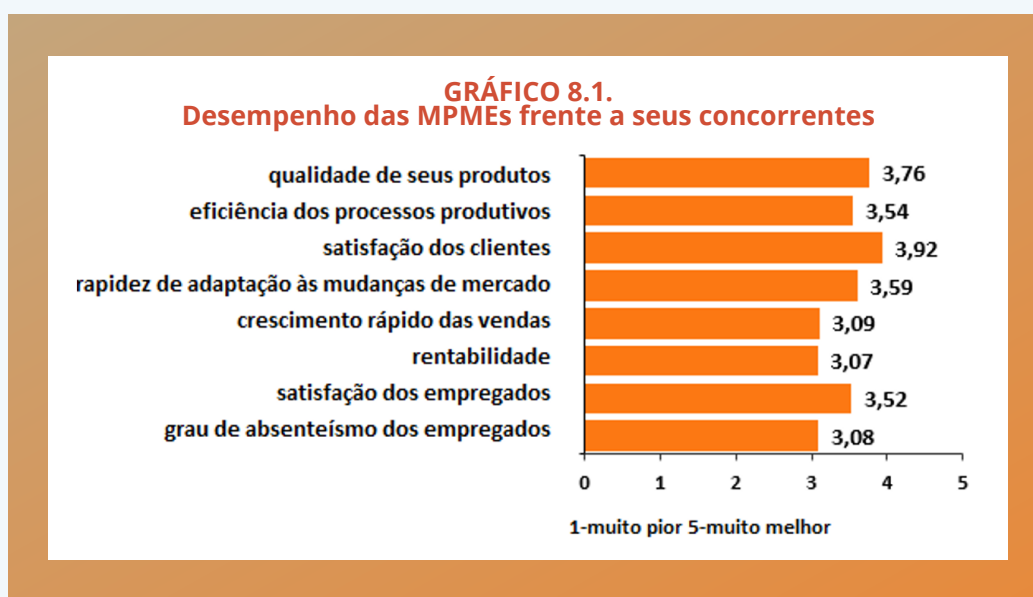
- /
- /information
- /decisions
- /information-
- /information-

8. INDICADORES DE DESEMPENHO

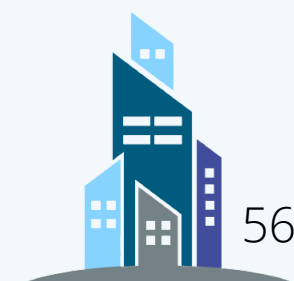
Existem várias maneiras de medir o desempenho de uma empresa. Para realizar tal avaliação são utilizados indicadores, desde aqueles que utilizam como insumos os dados da contabilidade, até aqueles construídos a partir da percepção do gestor da empresa em relação à posição competitiva da mesma, entre outros menos comuns. O uso de um tipo ou outro tem vantagens e desvantagens, cuja descrição não é o objetivo deste trabalho. Embora, como já mencionado, não sejam indicadores únicos ou exclusivos do desempenho das empresas, esta seção é focada no segundo tipo de indicadores durante o período da pandemia (aqueles baseados na percepção do gestor da empresa) porque, em um momento como este caracterizado pela velocidade dos eventos e ocorrências, as informações fornecidas pelo sistema contábil coletam

informações de eventos passados sem permitir uma adequada projeção do futuro.

Especificamente, foram usadas oito variáveis baseadas no trabalho de Quinn e Rohrbaugh (1983) para medir o desempenho dos negócios das MPMEs brasileiras. Os gestores foram convidados a mostrar seu grau de concordância (na escala de 1 para "total discordância" e de 5 para "total concordância") com as seguintes declarações em relação aos seus concorrentes mais importantes: (i) oferece produtos de maior qualidade, (ii) tem processos internos mais eficientes, (iii) tem clientes mais satisfeitos, (iv) adapta-se mais cedo às mudanças no mercado, (v) está crescendo mais, (vi) é mais rentável, (vii) tem trabalhadores mais satisfeitos e motivados e, finalmente, (viii) tem menor nível de absenteísmo.



O Gráfico 8.1 apresenta os resultados encontrados. Inicialmente, pode-se notar que todos os indicadores avaliados mostram-se, no mínimo, levemente favoráveis (acima do valor médio da escala), não havendo qualquer item desfavorável. O gráfico mostra que os aspectos mais favoráveis para as MPMEs brasileiras pesquisadas são: satisfação do cliente (3,92) e a qualidade de seus produtos (3,76). Em posições mais intermediárias da avaliação estão localizados: velocidade da empresa para se adaptar às mudanças de mercado (3,59), maior eficiência dos processos produtivos (3,56) e maior satisfação / motivação dos colaboradores (3,52). Por outro lado, os aspectos menos favoráveis em relação aos seus concorrentes mais diretos são: o rápido crescimento das vendas (3,09), menor grau de absenteísmo (3,08) e a obtenção de uma rentabilidade adequada (3,07). Estes resultados parecem refletir um certo grau de otimismo dos gestores das MPMEs mesmo neste período de pandemia de COVID-19.



Analisando-se agora os indicadores de desempenho de acordo com o tamanho (porte) das MPMEs pesquisadas (Tabela 8.1), encontra-se diferenças significativas em favor das empresas de médio porte nos fatores relacionados ao crescimento maior (3,44) e maior rentabilidade (3,35) do

TABELA 8.1.
Desempenho das MPMEs frente a seus concorrentes Tamanho (Porte) da empresa

	Micro	Pequenas	Médias	Sig.	N
Oferece produtos de maior qualidade	3,79	3,68	3,80	-	725
Dispõe de processos internos mais eficientes	3,55	3,49	3,61	-	722
Conta com clientes mais satisfeitos	4,01	3,83	3,83	**	723
Se adapta antes às mudanças no mercado	3,61	3,53	3,74	-	722
Está crescendo mais	2,95	3,16	3,44	***	721
É mais rentável	2,94	3,13	3,35	***	723
Tem trabalhadores mais satisfeitos/motivados	3,57	3,46	3,47	-	721
Tem um menor absenteísmo laboral	3,08	3,08	3,12	-	718

Em uma escala de 1 = Discordo totalmente a 5 = Concordo totalmente
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa

que as pequenas e microempresas. Ainda, as médias empresas possuem uma melhor avaliação (desempenho mais favorável) em outros 4 indicadores (produtos de melhor qualidade, processos internos mais eficientes, adaptação mais rápida às mudanças de mercado e menor absenteísmo laboral) que as pequenas e microempresas, mesmo sem uma diferença significativa em termos estatísticos. Por outro lado, as microempresas se destacam por terem as melhores avaliações em dois indicadores, clientes mais satisfeitos (4,01) e trabalhadores mais satisfeitos / motivados (3,57). De uma forma geral as pequenas empresas são as que apresentam a pior avaliação dos indicadores, apresentando valores mais baixos que as demais empresas em 6 dos 8 indicadores avaliados.

Ao analisar o desempenho das MPMEs frente a seus concorrentes, observando aquelas empresas que receberam ou não benefícios governamentais (Tabela 8.2), de modo geral, os dados mostram que as diferenças estatísticas não são significativas. Especificamente, aquelas empresas que se beneficiaram consideram que têm menos absenteísmo laboral (3,24 versus 3,05) e, neste caso, a diferença é estatisticamente significativa.

No que tange ao desempenho das MPMEs no período da pandemia com relação à idade das mesmas (Tabela 8.3), observa-se que as empresas maduras se consideram mais bem posicionadas do

que as empresas jovens, avaliando mais favoravelmente indicadores como produtos de maior qualidade (3,78 em uma escala de 1 a 5), processos internos mais eficientes (3,57), estarem crescendo mais (3,10), sendo mais rentáveis (3,07) e tendo menor absenteísmo (3,15), está com diferença significativa. No entanto estas diferenças mencionadas não se mostraram significativas. Já as empresas jovens avaliaram de forma mais favorável os itens de contar com clientes mais satisfeitos (3,97 em uma escala de 1 a 5), adaptação mais rápida à mudanças no mercado (3,69), está com diferença significativa, e possuir trabalhadores mais satisfeitos / motivados.

TABELA 8.2.
Desempenho das MPMEs frente a seus concorrentes Empresas que receberam benefícios governamentais

	Não	Sim	Sig.	N
Oferece produtos de maior qualidade	3,75	3,76	-	729
Dispõe de processos internos mais eficientes	3,54	3,51	-	726
Conta com clientes mais satisfeitos	3,92	3,91	-	727
Se adapta antes às mudanças no mercado	3,59	3,58	-	726
Está crescendo mais	3,10	3,04	-	725
É mais rentável	3,05	3,16	-	726
Tem trabalhadores mais satisfeitos/motivados	3,52	3,52	-	724
Tem um menor absenteísmo laboral	3,05	3,24	*	721

Em uma escala de 1 = Discordo totalmente a 5 = Concordo totalmente
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa

TABELA 8.3.
Desempenho das MPMEs frente a seus concorrentes
Antiguidade (Idade) da empresa

	Jovens	Maduras	Sig.	N
Oferece produtos de maior qualidade	3,73	3,78	-	724
Dispõe de processos internos mais eficientes	3,50	3,57	-	722
Conta com clientes mais satisfeitos	3,97	3,89	-	723
Se adapta antes às mudanças no mercado	3,69	3,52	**	722
Está crescendo mais	3,09	3,10	-	721
É mais rentável	3,06	3,07	-	722
Tem trabalhadores mais satisfeitos/motivados	3,53	3,51	-	720
Tem um menor absenteísmo laboral	2,99	3,15	*	717

Em uma escala de 1 = Discordo totalmente a 5 = Concordo totalmente
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa

Por fim, considerando-se o desempenho das empresas de acordo com o setor de atividade, os dados obtidos apresentaram diferenças estatisticamente significativas no indicador ter menor taxa de absenteísmo laboral (Tabela 8.4). De uma forma geral, o setor do comércio avaliou seu desempenho mais positivamente que os demais setores em 4 dos 8 indicadores: terem processos internos mais eficientes (3,66 em uma escala de 1 a 5), terem clientes mais satisfeitos (4,11), estarem crescendo mais (3,27) e terem menor absenteísmo

laboral (3,36), isto frente aos concorrentes. As construtoras avaliaram positivamente o indicador oferecer produtos de maior qualidade (3,80) e terem trabalhadores mais satisfeitos / motivados, frente aos seus concorrentes. O setor de serviços apresentou a melhor avaliação em termos de se adaptar mais rápido às mudanças de mercado (3,68). As empresas caracterizadas como outros setores, apresentaram as piores avaliações de indicadores em 7 dos 8 indicadores utilizados.



TABELA 8.4.
Desempenho das MPMEs frente a seus concorrentes
Sector de atividade

	Ind.	Constr.Comerc.	Serv.	Outros	Sig.	N	
Oferece produtos de maior qualidade	3,78	3,80	3,76	3,79	3,66	-	719
Dispõe de processos internos mais eficientes	3,47	3,50	3,66	3,60	3,43	-	716
Conta com clientes mais satisfeitos	3,94	3,97	4,11	3,92	3,80	-	717
Se adapta antes às mudanças no mercado	3,57	3,53	3,66	3,68	3,47	-	716
Está crescendo mais	3,09	3,27	3,19	3,04	3,11	-	715
É mais rentável	3,07	3,03	3,10	3,08	3,01	-	716
Tem trabalhadores mais satisfeitos/motivados	3,46	3,73	3,56	3,59	3,38	-	714
Tem um menor absenteísmo laboral	3,12	3,20	3,36	3,11	2,87	**	711

Em uma escala de 1 = Discordo totalmente a 5 = Concordo totalmente
Diferenças estatisticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) não significativa

9. RESUMO EXECUTIVO



9. RESUMO EXECUTIVO

Nesta secção, apresenta-se uma síntese dos principais resultados e conclusões deste estudo realizado junto de 763 empresas brasileiras sobre o impacto económico da crise provocada pela pandemia de COVID-19.

CARACTERÍSTICAS GERAIS DAS EMPRESAS PARTICIPANTES DO ESTUDO

- 51,9% são microempresas, 32,8% são pequenas e 15,3% são médias empresas.
- A idade média das empresas é de 18 anos.
- O controle da gestão das empresas é predominantemente familiar, sendo 65,6% das MPMEs regidas por membros de uma família.
- 34,1% das empresas são administradas por mulheres.
- 68,6% dos CEOs possuem curso superior.
- 19,6% das empresas já usufruíram de subsídios ou benefícios estatais decorrentes da pandemia de COVID-19; e 17,6% foram beneficiárias de mecanismos externos de apoio às MPMEs.
- 21,2% das empresas estão atuando no regime de teletrabalho e 35,4% preveem utilizar o teletrabalho depois da pandemia de COVID-19.

IMPACTO ECONÔMICO DA CRISE

- Emprego: 32,5% das MPMEs diminuíram o emprego no ano de 2020, 45,2% mantiveram e 22,2% aumentaram. As expectativas são mais favoráveis para 2021, visto que 25,3% das MPMEs indicaram que acreditam que o seu nível de emprego aumentará, 61,4% que será mantido e 13,3% que diminuirá. Segundo o porte das empresas, a evolução do emprego no período de 2019 e 2020 foi diferente para cada estrato. O “saldo de expectativas” – que corresponde à diferença entre a porcentagem de empresas que aumentaram as vagas de emprego e a porcentagem que as reduziram entre 2019 e 2020 – é positivo em relação ao emprego. Em suma, há um saldo de expectativas positivo de 9,2% para as microempresas, de 13,4% para as pequenas e de 17,2% para as médias empresas.



- Vendas: A pandemia de COVID-19 provocou uma queda nas receitas de muitas MPMEs no Brasil. Quase 50% das empresas pesquisadas afirmam que, em função da crise, as suas vendas reduziram em 2020 se comparadas a 2019 e as demais empresas mantiveram ou aumentaram suas vendas. Quanto à variação das vendas no período de 2019 a 2020 (positiva e negativa) houve redução média das vendas de -11,8%, o que evidencia o impacto negativo da crise nas MPMEs. As expectativas de vendas para segundo semestre de 2021 melhoram claramente em relação ao primeiro semestre. Assim, no primeiro semestre 33,2% das empresas consideraram que as suas vendas irão aumentar (crescendo para 61,6% no segundo semestre) enquanto que somente 19,4% preveem que as suas vendas irão diminuir no primeiro semestre (10,8% no segundo semestre).

- Indicadores econômicos e financeiros:

Nível de faturamento: 51,9% das empresas foram afetadas negativamente, com um grau de importância de 3,16 (numa escala de 1 a 5).

Nível de rentabilidade: 53,4% das empresas foram afetadas negativamente, com um grau de importância de 3,06.

Nível de dívida: 43,5% das empresas foram afetadas negativamente, com um grau de importância de 2,93.

Nível de liquidez: 48,5% das empresas foram afetadas negativamente, mas com menor grau de importância percebida (2,89).

Realização de investimentos: 44,8% das empresas indicaram ter reduzido os investimentos, com valorização em seu grau de importância de 3,14 (a segunda mais elevada).

Além disso, é interessante notar que 51,5% das empresas (o segundo percentual mais elevado de empresas em termos de impacto negativo), confirmam que a pandemia de COVID-19 afetou sua produtividade e 38,7% das empresas informaram ter havido um impacto positivo em sua produtividade.

Segundo o porte das empresas, os maiores impactos negativos em todos os indicadores econômicos e financeiros foram percebidos pelas microempresas. Assim, 57,9% destas empresas foram afetadas negativamente em seu nível de rentabilidade, 54,9% em sua produtividade e 54,1% em seu faturamento. No entanto, esses percentuais reduzem-se em empresas de médio porte para 40,2%, 40,5% e 51,4%, respectivamente. Desde outra perspectiva, há empresas que consideram a crise de modo positivo. As empresas de médio porte, por exemplo, são aquelas que percebem impacto positivo em maior proporção, em 5 dos 6 indicadores avaliados.

- Internacionalização:

A crise gerada pela pandemia de COVID-19 teve sérias consequências no contexto global e também impactou os mercados internacionais, afetando a internacionalização das MPMEs brasileiras. Ao longo de 2020, somente 8,2% das empresas pesquisadas fizeram vendas para mercados internacionais. A participação média das vendas para os mercados internacionais sobre as vendas totais de empresas exportadoras foi de 32,9%.

De modo geral, a crise teve um significativo impacto na internacionalização das MPMEs pesquisadas, de maior grau negativamente do que positivamente. Por exemplo, o volume de negócios nos mercados internacionais reduziu-se em 2020 para 42,5% das empresas pesquisadas, num nível de importância de 2,89 (numa escala de 1 a 5). O número de países clientes de destino dos produtos e serviços também foi reduzido para 35,1% das MPMEs pesquisadas num grau de importância de 3,05. Por outro lado, a crise teve impacto positivo em certas atividades ao longo de 2020. Para 22,2% das empresas pesquisadas o volume de negócios nos mercados internacionais teve um desempenho positivo e 19,3% ampliaram o número de países de destino em sua internacionalização.



IMPACTOS SOBRE A ORGANIZAÇÃO DA EMPRESA

A crise decorrente da pandemia de COVID-19 também teve impacto na organização das atividades das empresas. As atividades foram classificadas em três tipos: atividades com clientes e fornecedores, atividades operacionais e atividades estratégicas.

- **Atividades com clientes e fornecedores:** As empresas tiveram sua cadeia de suprimentos afetadas principalmente pelo fato da cadeia de fornecedores ter também sido afetada pela crise e condições de pagamento dos clientes terem se tornado mais longas. Os resultados sugerem que a crise afetou a gestão específica das operações internas das MPMEs pesquisadas, em diferentes graus de acordo com o fator considerado. Os fatores menos afetados foram: as condições de pagamento dos clientes se tornaram mais longas (2,90 em uma escala de 1 a 5), cancelamento de pedidos pelos clientes (2,73), fornecedores restringirem suas condições de pagamento (2,72) e as perdas decorrentes do não pagamento dos clientes (2,72).
- **Atividades operacionais:** Duas atividades foram avaliadas pelas empresas como aquelas de maior impacto, “as ofertas de produtos / serviços que foram modificadas para atender novas clientes” (3,16 em uma escala de 1 a 5) e “mudanças específicas foram feitas no nível operacional dentro da empresa” (3,02). A atividade “tivemos de baixar os preços” apresentou um impacto levemente negativo (2,67) enquanto a atividade “aumentamos a terceirização de nossas operações” mostrou uma baixa aplicação nas empresas pesquisadas (2,07 em uma escala de 1 a 5).
- **Atividades estratégicas:** A percepção dos respondentes é que a crise gerou a necessidade mais intensa de medidas para gerenciar a liquidez da empresa (uma classificação de 3,05 em uma escala de 1 a 5), necessidade de cancelar investimentos que estavam planejados (2,97) e a necessidade de desenvolver planos de gestão de riscos ou contingências (2,49). Desta forma observa-se que as ações estratégicas desenvolvidas foram basicamente de sobrevivência e com foco no curto prazo.

IMPACTOS SOBRE A ATIVIDADE INOVADORA

De uma forma geral, a inovação nos sistemas de gestão foi apontada como a mais realizada pelas empresas pesquisadas. Na inovação de produtos, constata-se que 75,5% das empresas pesquisadas fizeram alterações ou melhorias em produtos ou serviços e 69,6% comercializaram um novo produto ou serviço. O grau de importância nos dois tipos de inovação de produtos é muito semelhante, além de ser o mais elevado considerando todos os tipos de inovação (produtos, processos e gestão).



Ao analisar a importância ou intensidade da inovação nas empresas que praticaram a inovação dos processos, os dados mostram que as inovações por meio da aquisição de novos equipamentos (3,28) têm sido menos importantes do que mudanças ou melhorias nos processos (3,47). Em ambos os casos, esses valores foram significativamente menores em 2020 do que em 2019.

De acordo com o porte das empresas, enquanto 81,8% das empresas de médio porte realizaram mudanças e melhorias nos produtos/serviços, esse percentual diminuiu para 74,1% nas microempresas. Situação similar ocorre no lançamento de novos produtos/serviços, onde as empresas de médio porte realizaram em 76,4% dos casos, contra 69,2% nas microempresas. Diferenças também são observadas nas inovações de processos, onde 70,9% das empresas de médio porte realizam mudanças na aquisição de equipamentos, contra 53,5% das microempresas; e 88,0% fizeram mudanças ou melhorias nos processos produtivos, em comparação com 75,5% das microempresas. Essas diferenças em favor das empresas de maior porte também são observadas nas mudanças na organização e na gestão (89,1% vs. 76,1%), mudanças nas compras e suprimentos (85,5% vs. 69,7%) e mudanças em marketing/vendas (84,5% vs. 76,3%).

ACESSO A FINANCIAMENTOS

Do total de MPMEs participantes deste estudo 31,4% tentaram acessar linhas de financiamento durante o período da pandemia de COVID-19, enquanto que 37% não fizeram a solicitação porque não necessitavam, e 17% não solicitaram por serem autofinanciadas. Por outro lado, 14,6% afirmam que não tentaram acessar linhas de financiamento, apesar de precisarem, porque acreditam que não conseguiriam, ou seja, são reticentes com a possibilidade porque estão desanimados com a situação (borrower disappointment).

Ao analisar as respostas das MPMEs que solicitaram linhas de financiamento, identificou-se que 30,4% afirmam que a instituição de crédito não quis conceder-lhes o financiamento ou não aceitou a solicitação; e para 9,8% das empresas a solicitação está em processo (tramitando). Os demais pedidos de financiamento pelas empresas foram aceitos pelas instituições de crédito nas mesmas condições (iguais) dos anos anteriores (41,1%) ou piores condições que as anteriores (18,7%). Esta informação indica que o acesso ao financiamento não parece ter sido um problema sério para as MPMEs durante a pandemia de COVID-19.

Adicionalmente, também foi observado que grande parte das condições contratuais entre entidades financeiras e as MPMEs se mantiveram estáveis ao longo do período 2020 da pandemia. Os elementos que melhor evoluíram são: o tempo necessário para a devolução do financiamento, seguido pelo tempo de resposta da instituição financeira. Os termos com evolução menos favorável foram: as garantias exigidas, as comissões, o custo do financiamento, e o volume de financiamento oferecido pelas entidades.



INDICADORES DE DESEMPENHO

Os indicadores de desempenho mais favoráveis para as MPMEs (participantes do estudo no Brasil) em relação aos seus concorrentes mais diretos são: satisfação do cliente (3,92) e a qualidade de seus produtos (3,76). Em posições mais intermediárias da avaliação estão: velocidade da empresa para se adaptar às mudanças de mercado (3,59), maior eficiência dos processos produtivos (3,56) e maior satisfação/motivação dos colaboradores (3,52). Por outro lado, os aspectos menos favoráveis em relação aos seus concorrentes mais diretos são: o rápido crescimento das vendas (3,09), menor grau de absenteísmo (3,08) e a obtenção de uma rentabilidade adequada (3,07). Estes resultados parecem refletir um certo grau de otimismo dos gestores das MPMEs durante o período de pandemia de COVID-19.



10. REFERÊNCIAS



10. REFERÊNCIAS

Banco Mundial, 2020. **La economía en los tiempos del Covid-19.**

BBVA Research, 2020. **Impacto del Covid-19 en la economía: la inacción es más peligrosa que la sobrereacción, tanto para la salud pública como para la economía.**

Deloitte (2020). **Impacto y Escenarios de recuperación en Consumo y Distribución.**

Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). **Effects of COVID-19 on business and research.** Journal of Business Research, 117(June), 284–289.

FAEDPYME (2019). **Informe Pyme España 2019. Análisis estratégico para el desarrollo de la Pyme en España: Riesgos e Incertidumbres.**

OECD (2020). **Coronavirus (COVID-19): SME Policy Responses.**

PWC (2020). **Guía para la gestión empresarial de la crisis generada por el COVID-19.**

Quinn, R. E., & Rohrbaugh, J. (1983). **A spatial model of effectiveness criteria: Towards a competing values approach to organizational analysis.** Management Science, 29(3), 363-377.

Sharma, P., Leung, T. Y., Kingshott, R. P. J., Davcik, N. S., & Cardinali, S. (2020). **Managing uncertainty during a global pandemic: An international business perspective.** Journal of Business Research, 116(May), 188–192.



PESQUISA REALIZADA POR:

UNIVERSIDADES

Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS



Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS



Universidade do Oeste de Santa Catarina – UNOESC



Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL



Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM



Universidade Paulista - UNIP



Fundação Getúlio Vargas – FGV / Escola de Administração de São Paulo – EAESP



Universidade Presbiteriana Mackenzie



Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC-Campinas



Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUCMG



Universidade Federal de Sergipe – UFS



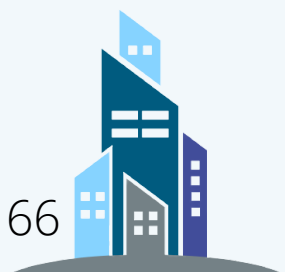
Universidade da Amazônia – UNAMA



EQUIPES COLABORADORAS

NECOP – Núcleo de Economia da Produção – DEPROT – EE – UFRGS

CEPA – Centro de Estudos e Pesquisas em Administração – EA – UFRGS



O OBSERVATORIO IBERO-AMERICANO DE MPMEs

No segundo semestre de 2020, ocorreu a criação do Observatório Ibero-Americano de MPMEs (micro, pequenas e médias empresas) a partir de uma iniciativa de Aliança de Redes de Pesquisa Internacionais: REUNE-ASCUN, CLADEA, FAEDPYME e MOTIVA.

O Observatório Ibero-Americano de MPMEs destina-se a realizar pesquisas e análises acadêmicas e empresariais, de forma periódica (anual), sobre as estratégias, expectativas, demandas e dificuldades destas empresas, fornecendo informações sobre a estrutura produtiva das MPMEs na América Latina, Espanha e Portugal, buscando atuar como suporte e apoio para as tomadas de decisão principalmente nos campos econômico e estratégico.



As atividades práticas do Observatório iniciaram-se efetivamente em 2021, com o convite formulado às Universidades Ibero-Americanas para participar da primeira rodada de pesquisas da rede, sobre o tema “o impacto econômico da pandemia de COVID-19 sobre os MPMEs na América Latina - 2021”.

Aderiram ao Observatório em 2021, pesquisadores de 115 Universidades Ibero-Americanas de 15 diferentes países, estruturadas na forma de Comitês Nacionais coordenadas pelo Comitê Internacional, constituído por representantes das 4 Redes de Pesquisa fundadoras. No Brasil, foi criado o Comitê Nacional, que contou com a participação de 14 Universidades (UNAMA, UFS, PUC Minas, PUC Campinas, ESPM, Mackenzie, UNIP, FGV – EAESP, UNISUL, UNOESC, UFSC, Unisinos, PUCRS, UFRGS), coordenados pelo representante do NECOP - DEPROT – EE – UFRGS, Prof. Peter Bent Hansen.

Para realização da primeira rodada de pesquisa foi desenvolvido um questionário quantitativo padrão (survey) aplicado igualmente em todos os países participantes, para permitir futuras comparações e análises. Considerando a pesquisa realizada em 2021 pelo Observatório como um todo, foram obtidos cerca de 9.500 questionários respondidos (válidos) pelas MPMEs Ibero-Americanas dos 15 países participantes. Especificamente no caso do Comitê Nacional do Observatório, foram obtidos cerca de 800 questionários respondidos de 6 estados brasileiros. Estes resultados expressivos demonstram o esforço de participação dos pesquisadores e mesmo o interesse dos respondentes, gestores de MPMEs, o que permitiu a obtenção de uma sólida base de dados no tema.

