

SEBRAE: NEGÓCIOS QUE INOVARAM NA PANDEMIA TIVERAM PERDAS MENORES

Posted on 17 de outubro de 2020 by bahia



BAHIA



TICA

Category: [GERAIS](#)



Um em cada quatro donos de pequenos negócios implementou alguma inovação desde o início da crise provocada pela pandemia do novo coronavírus (covid-19). Segundo pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), os empresários que desenvolveram práticas inovadoras em seus negócios tiveram mais sucesso na melhora do nível de faturamento. Enquanto os pequenos negócios inovadores registraram perda de 32% da receita, as empresas que não inovaram tiveram um percentual de perda maior (39%). Para incentivar a inovação entre as micro e pequenas empresas, o Sebrae está promovendo, ao longo deste mês, que marca o Mês da Inovação, uma série de palestras e cursos online, em áreas como inteligência artificial e digitalização dos negócios. Segundo a entidade, mais de 19 mil pessoas já se inscreveram e estão acompanhando a programação, que tem 250 horas de conteúdo gratuito na internet. Os empreendedores interessados podem se informar melhor sobre a programação na página da [Jornada da Inovação](#), criada pelo Sebrae.

Entre os principais desafios para os micro e pequenos empresários na atualidade está justamente digitalização dos serviços. A empresária Idalegugar Fernandes e Silva de Castro, mais conhecida como Guga Fernandes, montou a primeira indústria de vitaminas e minerais das regiões norte e nordeste do país em 2013. Até o ano de 2018 a empresa alcançava rentabilidade muito modesta por meio de pontos de vendas localizados em pontos estratégicos das cidades onde atuava. Após um treinamento no Sebrae, ela abandonou a ideia de vender em pontos físicos e automatizou o comércio para o digital, usando principalmente redes sociais. Além disso, contratou uma equipe de funcionárias para fazer a revenda.

"Com nossa transformação, saltamos de um lucro de R\$ 15 mil mensais para R\$ 200 mil. Isso é incrível, levou tempo e amadurecimento. Através das jornadas de imersão no meu negócio eu desenvolvi uma visão macro. Mesmo sabendo dos produtos de alta qualidade que tinha, só pensava em vendas locais. Com as redes sociais podemos chegar muito mais longe, podemos vender para o Brasil e para o mundo", analisa Guga. A presença consolidada nas redes sociais também permitiu que a empresária enfrentasse a crise econômica decorrente da pandemia com mais estabilidade.

[Fonte](#)

There are no comments yet.

BP

BAHIA POLITICA