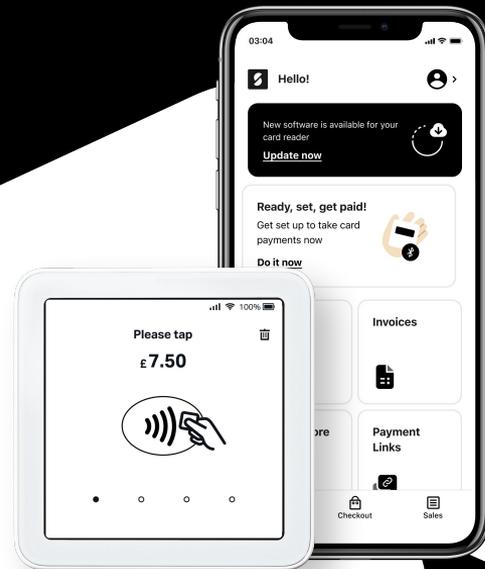


Pesquisa: Impacto das redes sociais em micro e pequenos negócios

Estudo com microempreendedores e profissionais autônomos
Julho/Agosto de 2023





Objetivos e metodologia

Por que fazemos pesquisas?

A maioria dos clientes da SumUp são **micro e pequenos empreendedores**. É um público nem sempre ouvido em pesquisas de opinião, que normalmente focam em negócios de maior porte.

Nossa base de clientes é um **retrato** do empreendedorismo da base da pirâmide.

Consideramos que dar voz a essas pessoas é essencial para o seu desenvolvimento – e também para o avanço do país.

Objetivo

A principal meta deste estudo é entender **o impacto das redes sociais** no sucesso dos micro e pequenos negócios.

Com a pesquisa, buscamos entender a porcentagem de empreendedores que estão nas redes sociais, quais **plataformas** são mais usadas e mais trazem **retorno financeiro** para eles.

Também fizemos perguntas **socioeconômicas** aos clientes, a fim de entender se faturamento, idade e a região onde vivem influenciam sua presença nas redes.

Metodologia

Pesquisa quantitativa, realizada por meio de questionário online com a **base de clientes da SumUp**.

Este estudo ouviu **1.359 pessoas**, distribuídas em todas as regiões do País.

O estudo tem margem de erro de 3,0 pontos percentuais, para mais ou para menos.

A pesquisa foi realizada entre os dias 7 e 13 de julho de 2023.

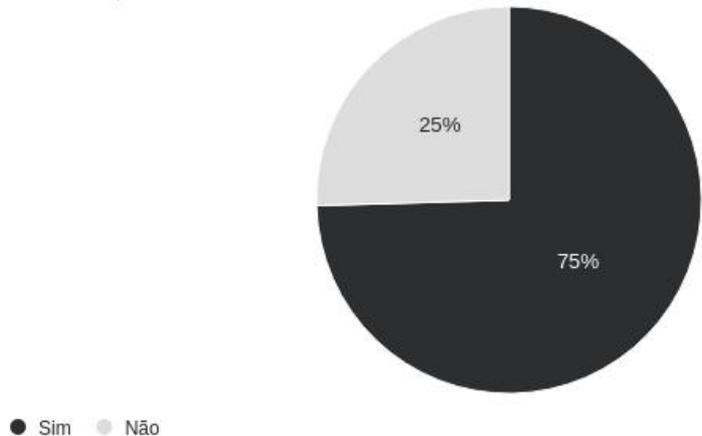


Principais resultados



As redes sociais fazem parte da vida da maioria dos micro e pequenos negócios consultados: 75% deles afirmaram que suas empresas estão nas redes sociais.

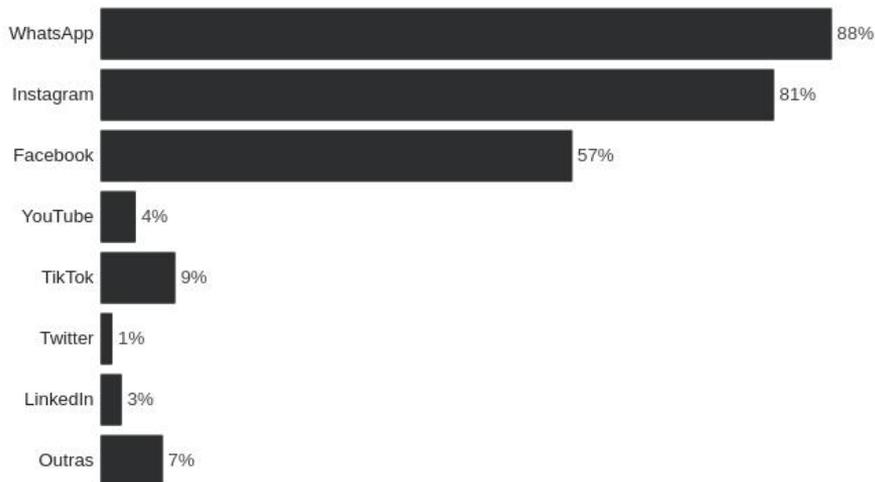
Sua empresa está nas redes sociais, ou seja, está no WhatsApp, Instagram, Facebook, entre outras?





O WhatsApp e o Instagram são as plataformas mais usadas por quem tem perfil nas redes. Quase 90% desse público têm conta nesses serviços.

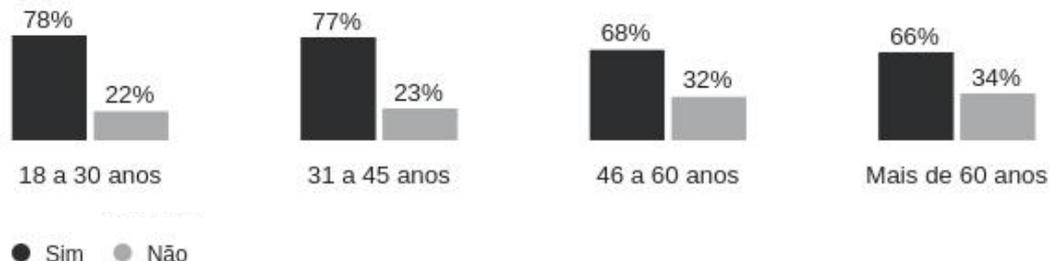
Em quais plataformas sua empresa está?





De modo geral, a idade do empreendedor influencia sua presença nas mídias sociais: quanto mais jovem ele for, maior a presença nas plataformas, e vice-versa.

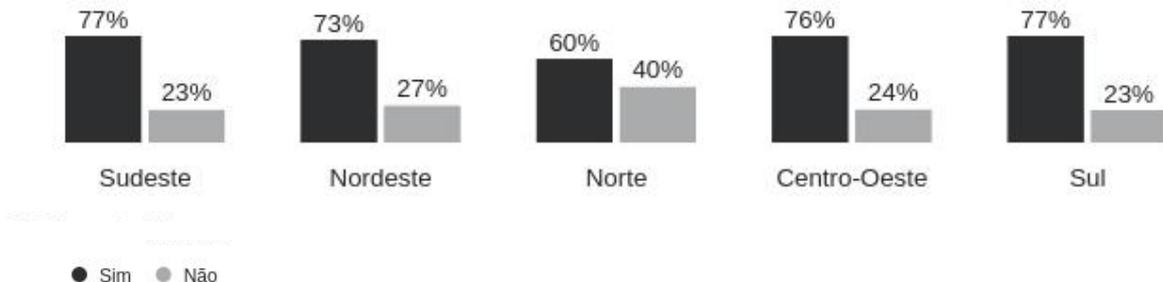
Sua empresa está nas redes sociais, ou seja, está no WhatsApp, Instagram, Facebook, entre outras?





No recorte por região, verifica-se que a região Norte é a que tem a menor percentagem de empreendedores presentes nas mídias sociais.

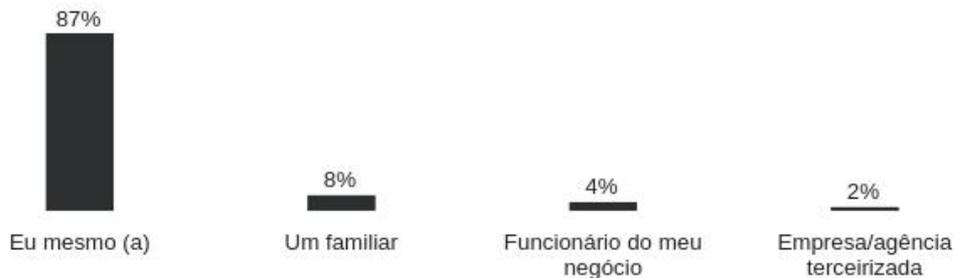
Sua empresa está nas redes sociais, ou seja, está no WhatsApp, Instagram, Facebook, entre outras?



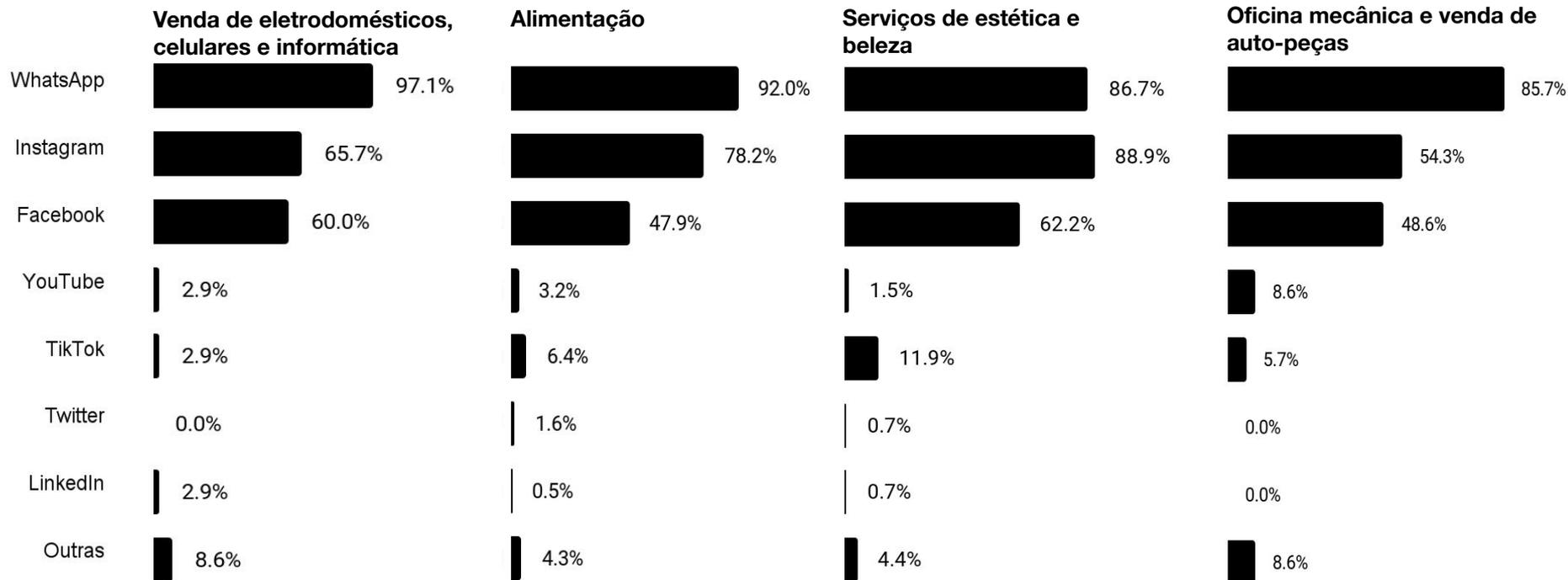


A grande maioria dos empreendedores entrevistados é responsável pela administração dos perfis do negócio nas redes sociais. Somente 2% dos clientes contam com a ajuda de uma empresa terceirizada.

Quem administra as suas redes sociais?

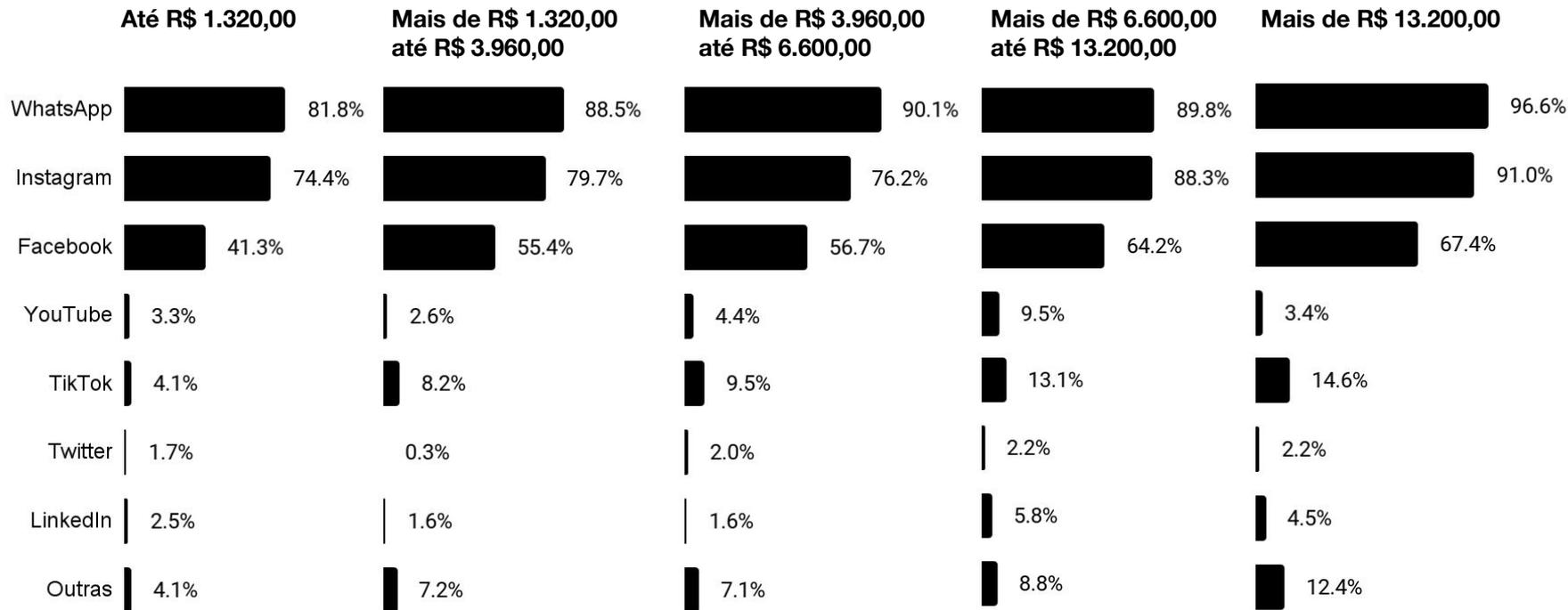


Os empreendedores do setor de eletrodomésticos, celulares e informática são os mais presentes no WhatsApp: 97,1% de quem está nas redes usa o serviço. As pessoas que atuam com estética e beleza são as que mais usam o Facebook (62,2%) e o TikTok (11,9%). As oficinas mecânicas são as menos presentes no Instagram (54,3%).



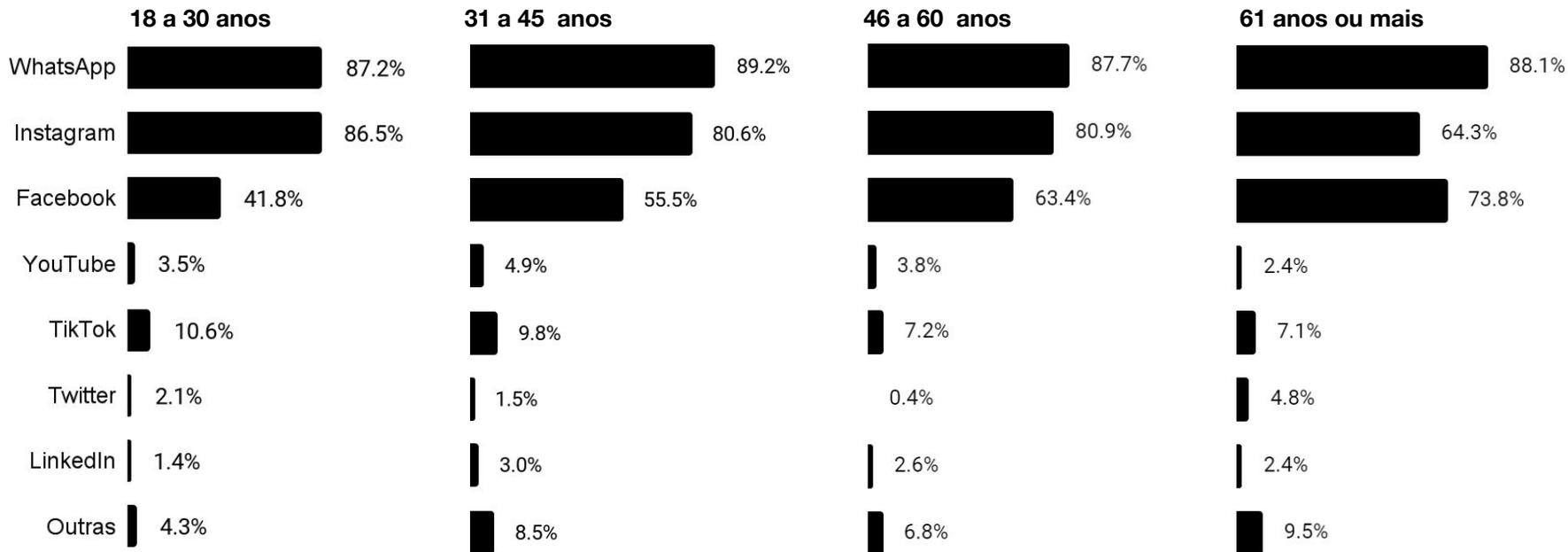


O uso de WhatsApp, Instagram, Facebook e TikTok aumenta conforme cresce o faturamento mensal do negócio. Ou seja, quanto maior o tamanho do negócio, maior a probabilidade dele estar nessas mídias sociais.



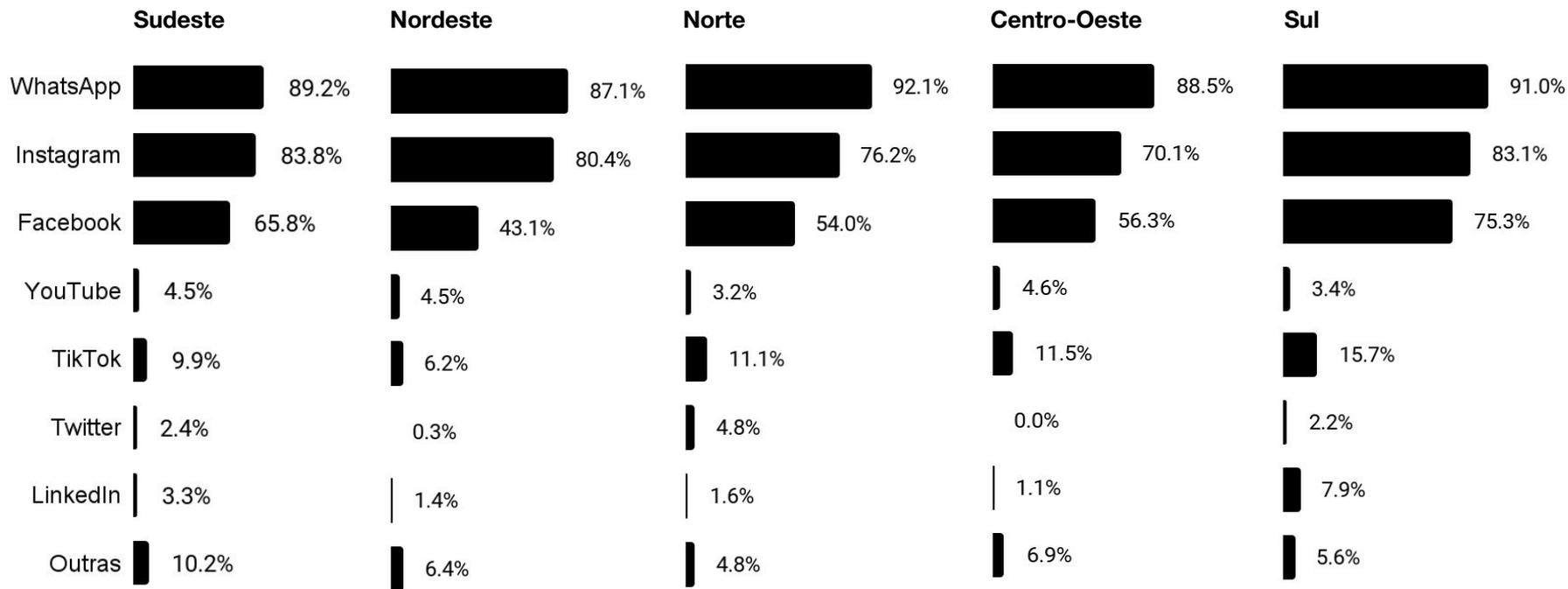


O Instagram se torna menos usado conforme aumenta a idade do empreendedor. Já o Facebook está mais presente na rotina das pessoas mais velhas e é deixado de lado pelos mais jovens.





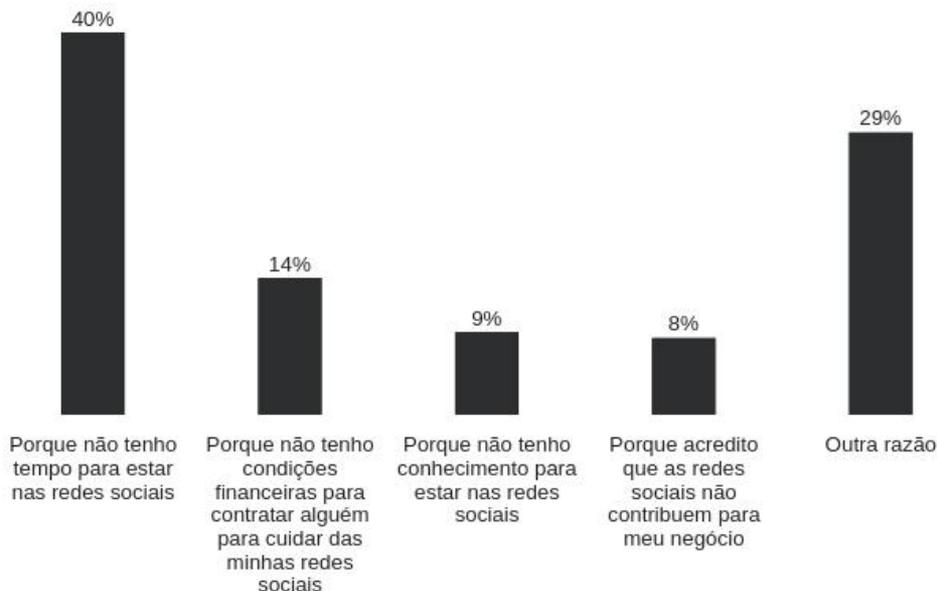
O WhatsApp é a plataforma mais usada em todas as regiões do Brasil. Facebook e TikTok tendem a ser mais usadas no Sul do país. Já o Nordeste é a região que menos marca presença no Facebook.





Já entre os que não estão nas redes sociais (25% dos entrevistados), a principal razão para a ausência é a falta de tempo para administrar as contas. É importante ressaltar que apenas 8% dos entrevistados não acreditam no potencial das mídias sociais para o sucesso do negócio.

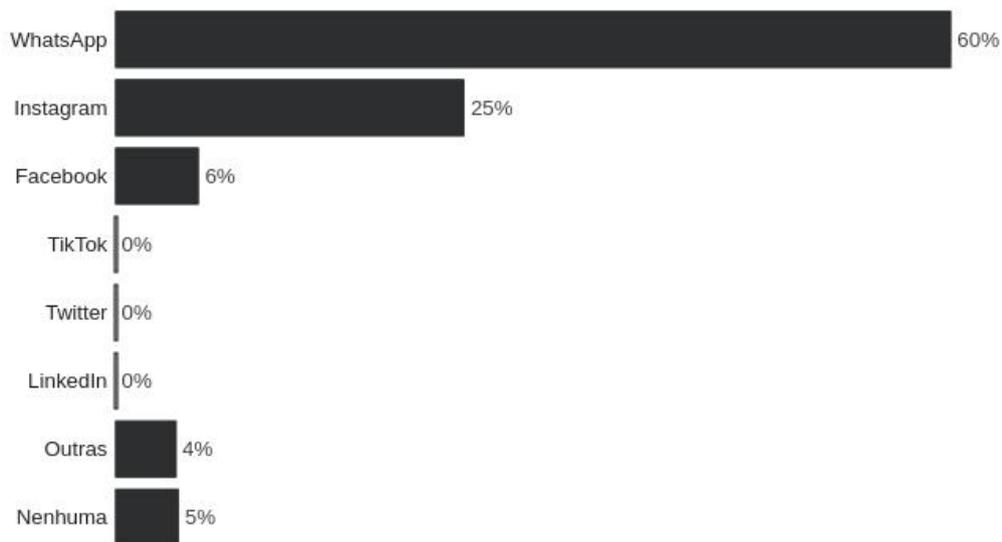
Por que sua empresa não está nas redes sociais?





O WhatsApp é a plataforma que gera maior retorno financeiro para os micro e pequenos empreendedores presentes nas redes, seguido pelo Instagram.

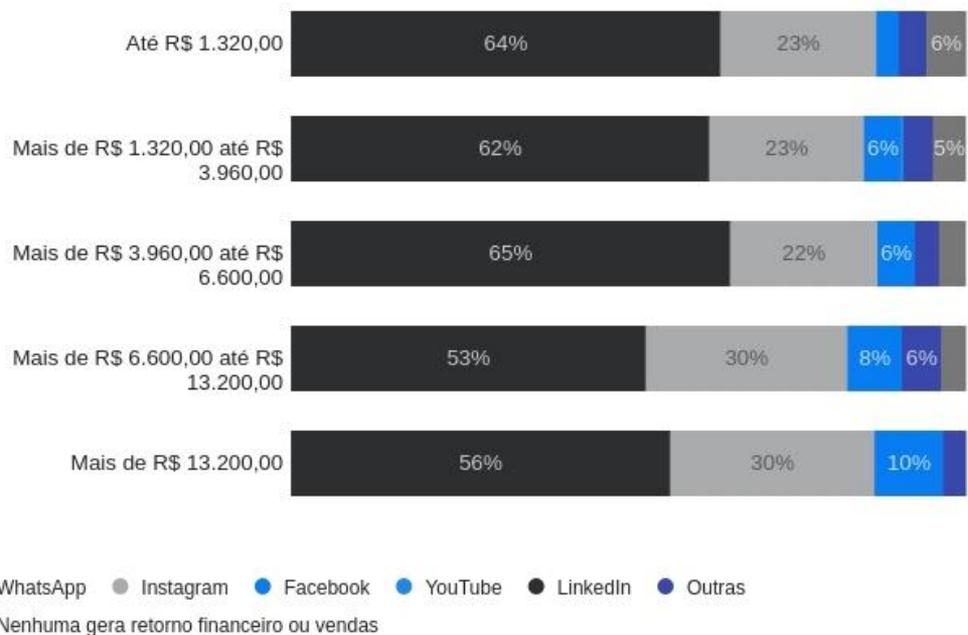
E qual plataforma gera maior retorno financeiro ou vendas para seu negócio?





O WhatsApp gera mais retorno financeiro para os negócios de menor faturamento que estão nas mídias sociais. Em negócios maiores, o Instagram e o Facebook são mais significativos financeiramente.

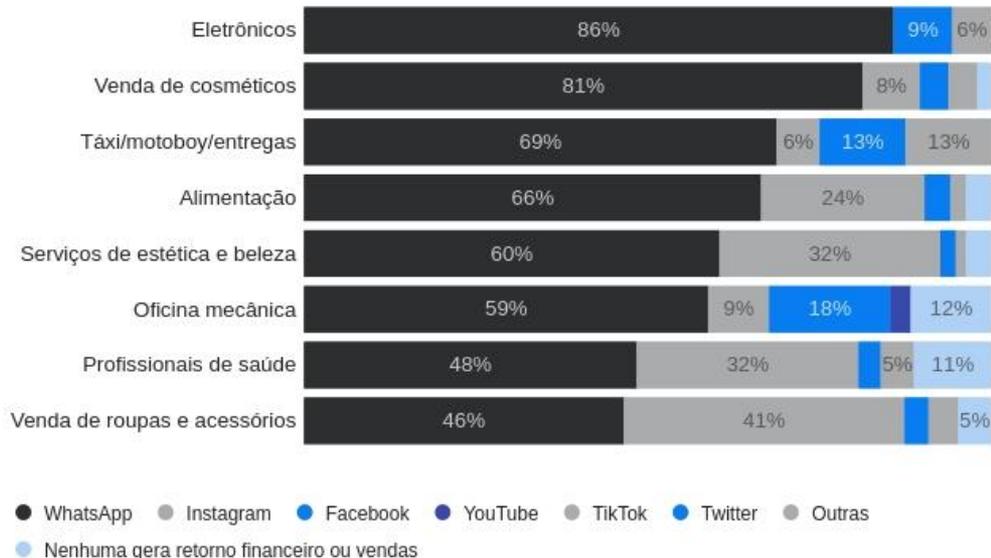
E qual plataforma gera maior retorno financeiro ou vendas para seu negócio?



O setor de venda de eletrônicos (eletrodomésticos, celulares e informática) tem a maior porcentagem de pessoas que têm no WhatsApp a sua maior fonte de retorno financeiro nas redes sociais (86% de quem está nas redes sociais). No segmento de roupas e acessórios, 41% dos entrevistados presentes nas plataformas afirmam que é o Instagram que dá mais dinheiro.



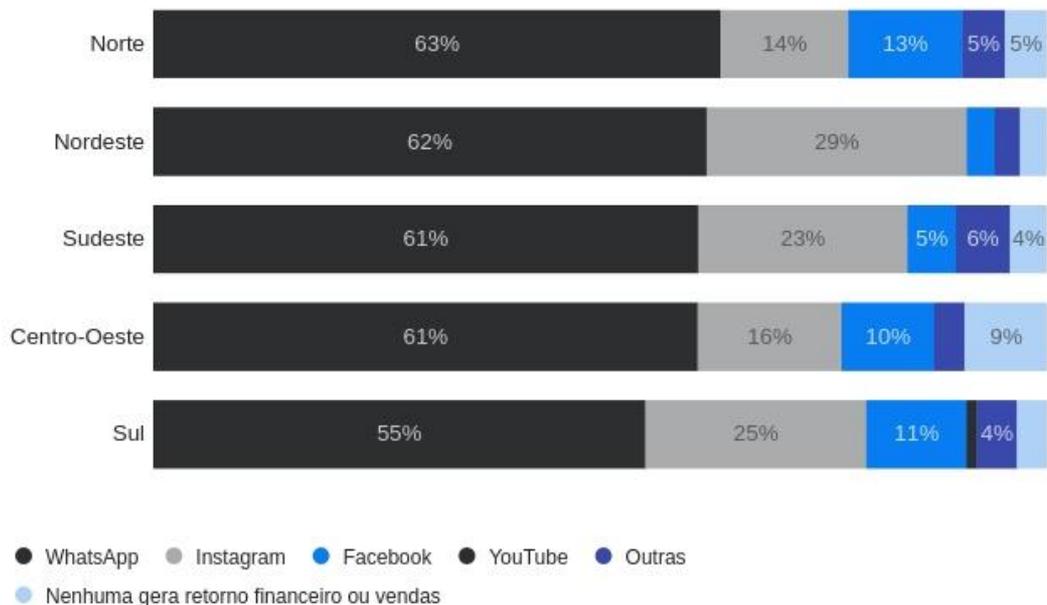
E qual plataforma gera maior retorno financeiro ou vendas para seu negócio?





O WhatsApp é a mídia social que mais gera retorno financeiro em todas as regiões do Brasil. No Nordeste, especialmente, o Instagram se destaca como fonte de renda relevante para os clientes da SumUp que têm perfis nas redes.

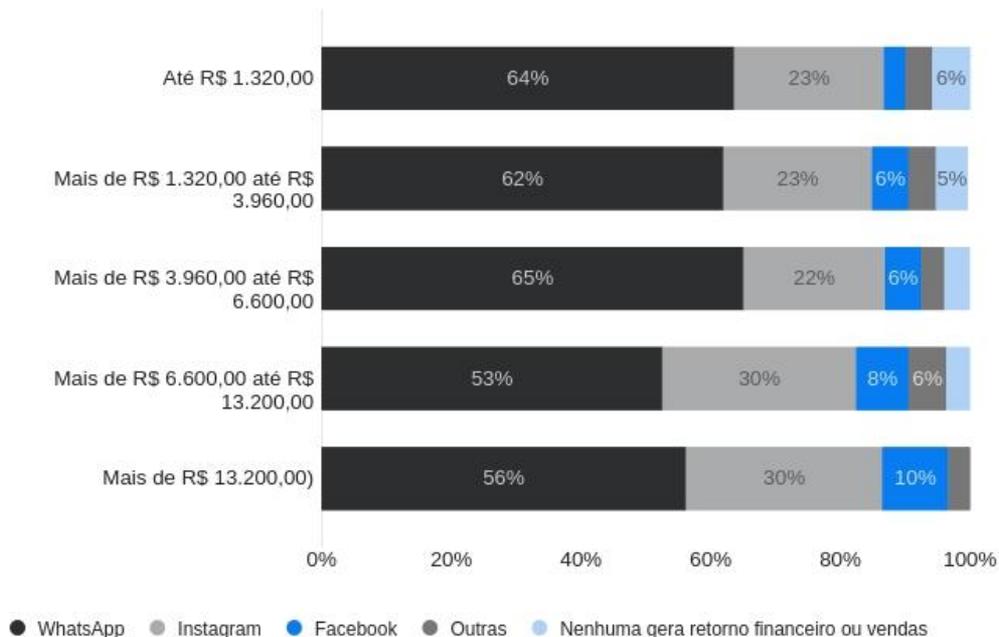
E qual plataforma gera maior retorno financeiro ou vendas para seu negócio?





Por mais que o WhatsApp seja a plataforma mais “lucrativa” para todas as faixas de faturamento presentes nas redes sociais, pode-se concluir que o Instagram, principalmente, tende a ter um retorno financeiro mais significativo de acordo com o tamanho do negócio.

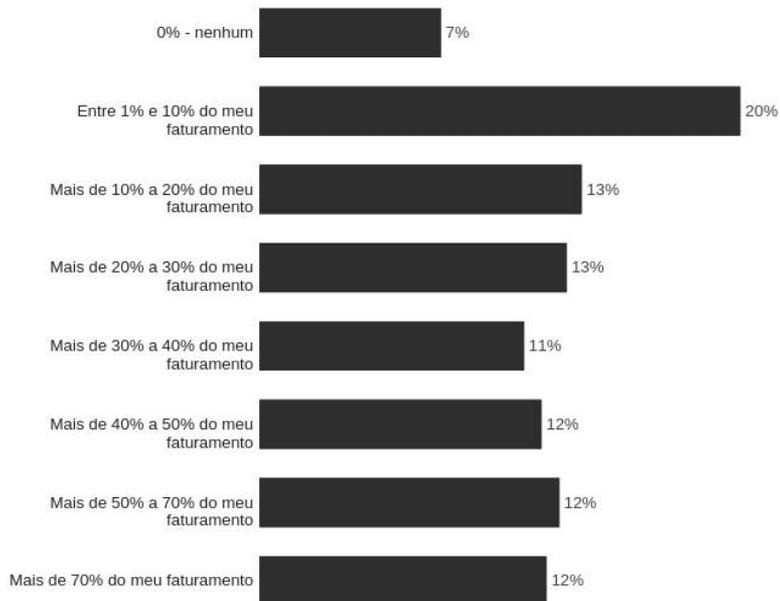
E qual plataforma gera maior retorno financeiro ou vendas para seu negócio?





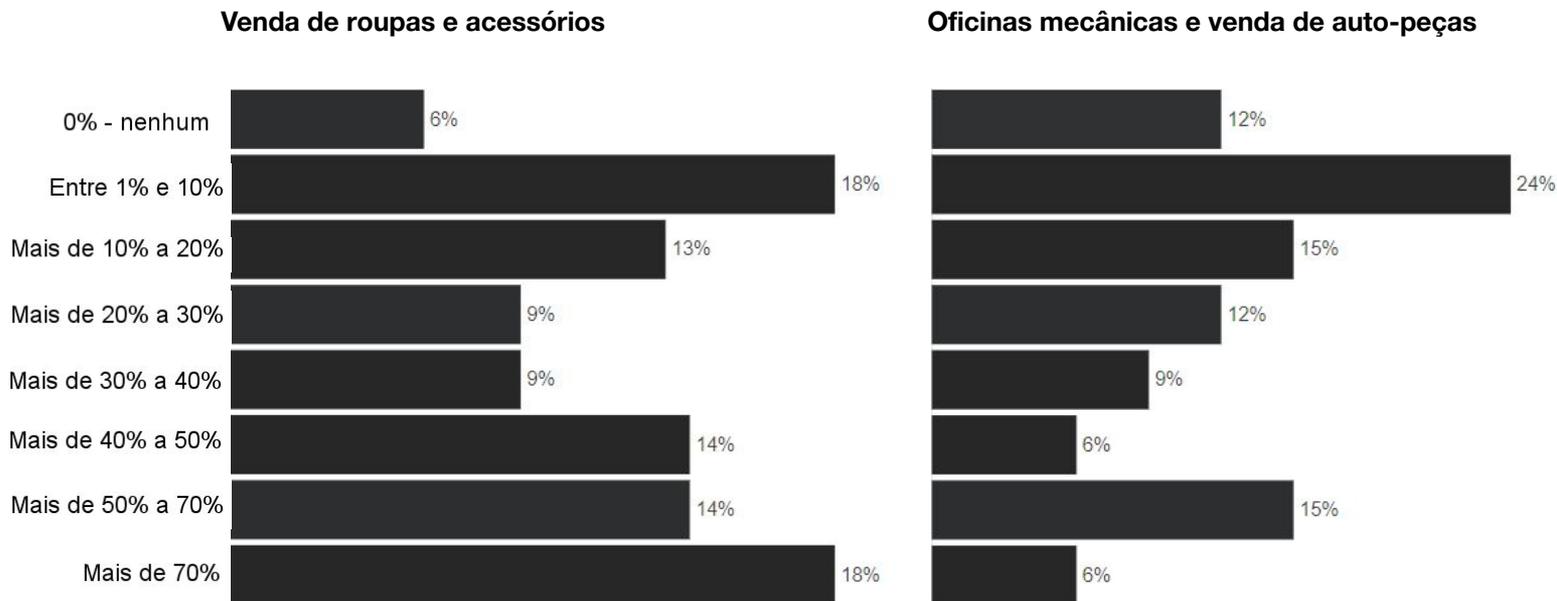
A grande maioria (93%) dos entrevistados com perfis nas redes sociais afirmou que pelo menos uma parte de seu faturamento vem das plataformas. A porcentagem da receita vinda do ambiente digital varia bastante, mas mostra a importância desses canais para os micro e pequenos negócios.

Qual porcentagem do seu faturamento vem da sua presença nas redes sociais?





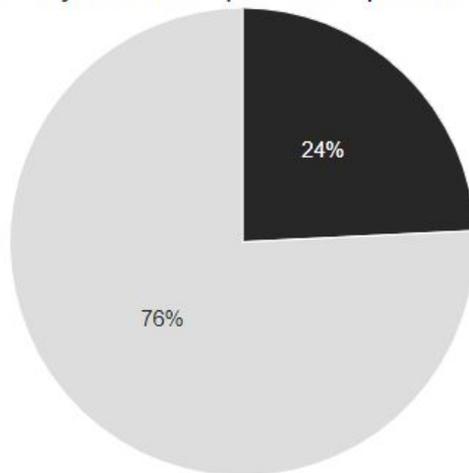
Ao analisarmos os segmentos, vemos que o mercado de roupas e acessórios é o que mais tem empreendedores (18%) com mais de 70% de seu faturamento vindo das redes sociais. Entre as oficinas mecânicas, o cenário é praticamente o oposto: 12% delas não faturam nada nas plataformas.





24% dos micro e pequenos empreendedores consultados pagam anúncios nas redes sociais, para que suas postagens sejam mais vistas. Ou seja, para 76% dos entrevistados, a estratégia de mídias é totalmente orgânica.

Você tem o hábito de pagar anúncios nas redes sociais e fazer com que suas postagens sejam vistas por mais pessoas?

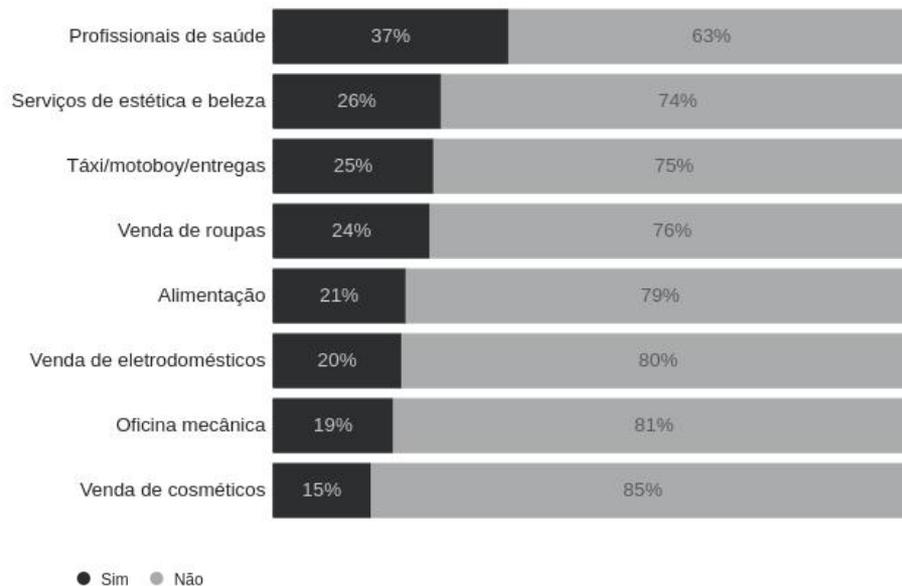


● Sim ● Não



Os profissionais da saúde são os empreendedores que mais investem dinheiro para aumentar sua visibilidade nas mídias sociais.

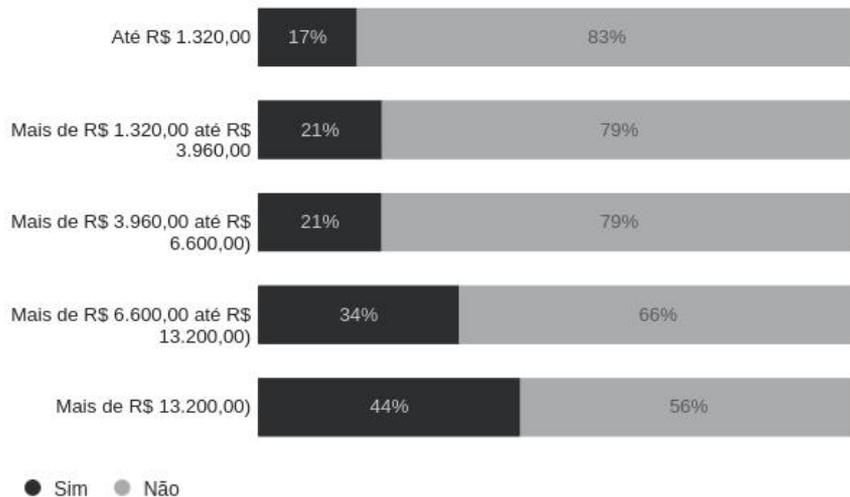
Você tem o hábito de pagar anúncios nas redes sociais e fazer com que suas postagens sejam vistas por mais pessoas?





O hábito de pagar anúncios nas plataformas aumenta significativamente de acordo com o faturamento do negócio. Enquanto apenas 17% dos empreendedores que faturam até 1 salário mínimo e estão nas redes impulsionam posts, a porcentagem é de 44% entre quem ganha mais de 10 salários mínimos por mês.

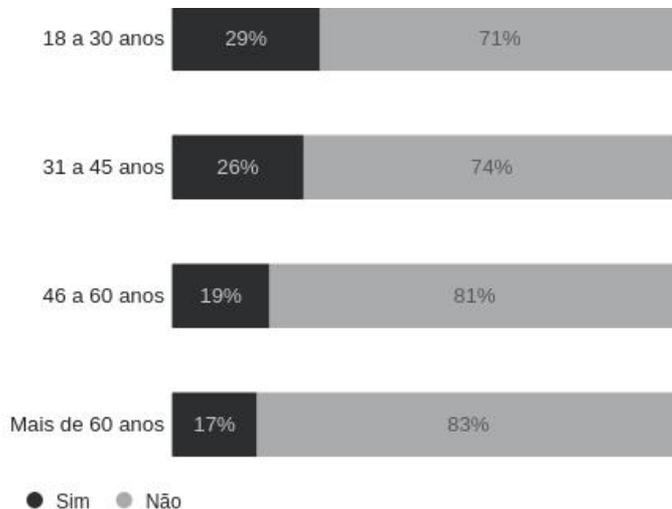
Você tem o hábito de pagar anúncios nas redes sociais e fazer com que suas postagens sejam vistas por mais pessoas?





A idade também influencia o hábito de impulsionar postagens. 29% dos empreendedores com idade entre 18 e 30 anos e presentes nas mídias sociais pagam anúncios. Entre quem tem mais de 60 anos, essa porcentagem cai para 17%.

Você tem o hábito de pagar anúncios nas redes sociais e fazer com que suas postagens sejam vistas por mais pessoas?



Sobre a SumUp

Uma companhia global de serviços financeiros

A SumUp é uma companhia global de serviços financeiros que oferece um ecossistema de soluções para microempreendedores, como maquininhas de cartão, conta digital pelo SumUp Bank, empréstimos, links de pagamento, seguros e educação financeira, entre outros produtos.

Há 10 anos empoderando empreendedores ao redor do mundo, a SumUp atende mais de 4 milhões de donos de micro e pequenos negócios em mais de 35 mercados na Europa, nos Estados Unidos e na América Latina. No Brasil, está presente desde 2013, empregando 800 pessoas, sendo 59% mulheres e 28% LGBTQIAP+.

Em junho de 2022, a fintech anunciou seu aporte mais recente, de 590 milhões de euros (R\$ 3,2 bilhões). Deste total, até 70 milhões de euros (R\$ 390 milhões) serão destinados à operação brasileira.





Obrigado!

Informações à Imprensa:

Hill + Knowlton Brasil – sumup@hkbrasil.com.br

SumUp – Comunicação

Adriano Lira – adriano.lira@sumup.com