

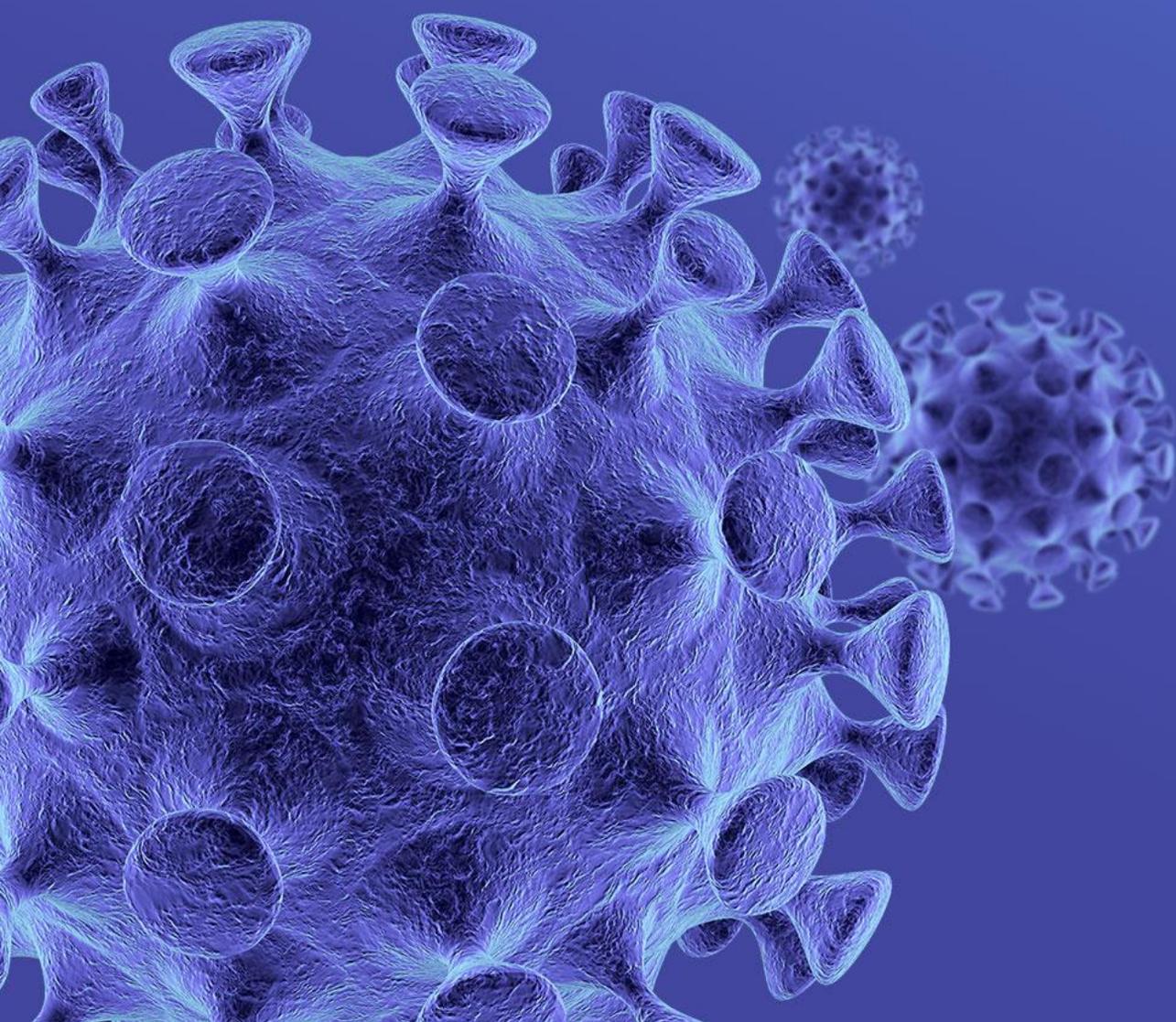


QUORUMBRASIL

INFORMAÇÃO & ESTRATÉGIA

# COVID-19

AS MÉDIAS EMPRESAS  
EM BUSCA DE UM  
CAMINHO



# 150 EMPRESAS

responderam à nossa pesquisa:



Pesquisa realizada entre os dias **13 e 17** de abril de 2020.



Empresas de médio porte,  
100 a 499 funcionários.



Capital e Grande de **São Paulo**



Entrevistas telefônicas



Diretores e Gerentes

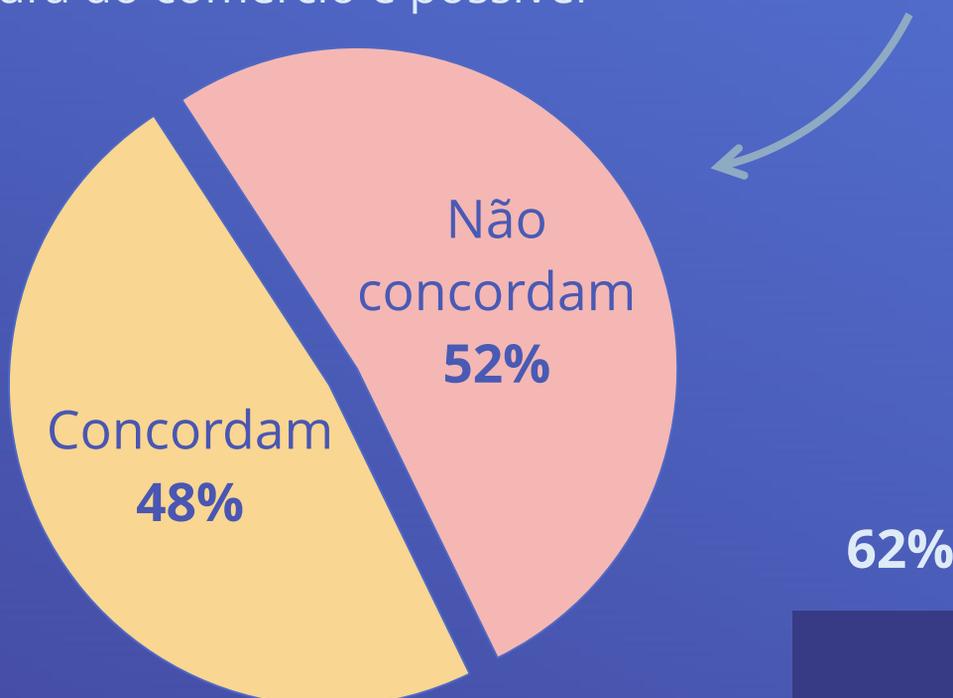


15 setores pesquisados



# ISOLAMENTO DIVIDE

O isolamento social divide a opinião dos entrevistados. Entendem a relevância, mas precisam olhar os negócios e acreditam que se houver uma estratégia conjunta do estado e prefeituras em relação a regras e comportamento da população, a abertura do comércio é possível



JAN FEV MAR ABR **MAIO**

62%

## LIMITE

62% dos empresários esperam que maio seja o mês limite para a retomada dos negócios. Dizem não suportar além dessa data, tanto pela ausência de caixa, como pelo pouco acesso a crédito, falta de matéria prima, vendas em queda, contas em alta, descapitalização empresarial e pessoal, entre outras.



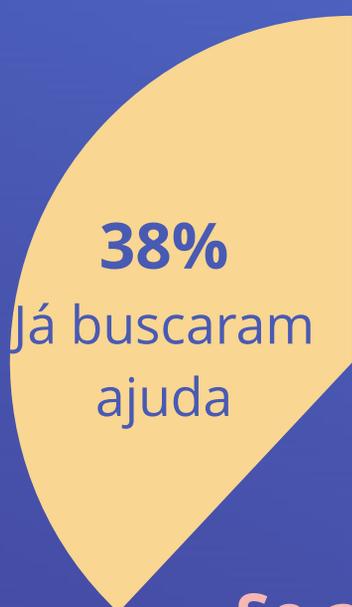
# QUEDA NAS VENDAS

Chegará a 65% a queda nas vendas se a crise se estender até julho de 2020, . Essa queda já vai bater em 45% em maio, e isso não é pior porque estão queimando estoques, descapitalizando a empresa e assumindo riscos ao dar crédito a clientes que também passam pela mesma situação. Em qualquer dos cenários a única certeza é que fecharão no vermelho, quer isso termine em maio ou julho.

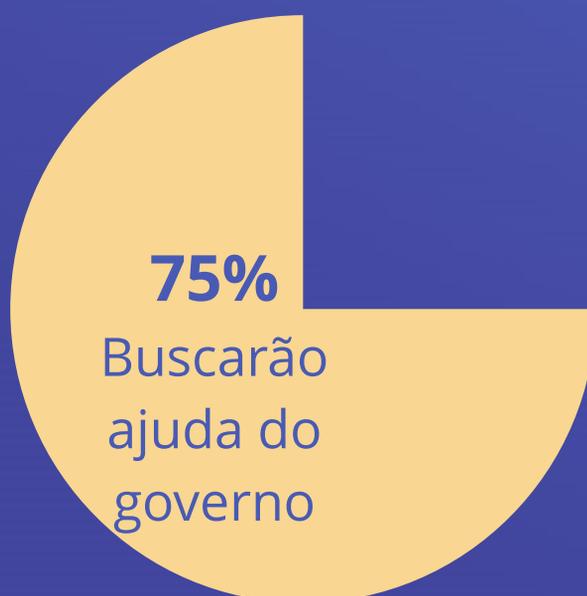


# AJUDA DO GOVERNO

Serão acionados (federal, estadual, municipal) de forma mais intensa na medida em que a crise vá se estendendo, saindo de 38% daqueles que já buscaram ajuda e indo para 75% que irão acionar os mecanismos de socorro disponíveis.



Se a crise se estender além  
de **MAIO**



# AJUDA INSUFICIENTE

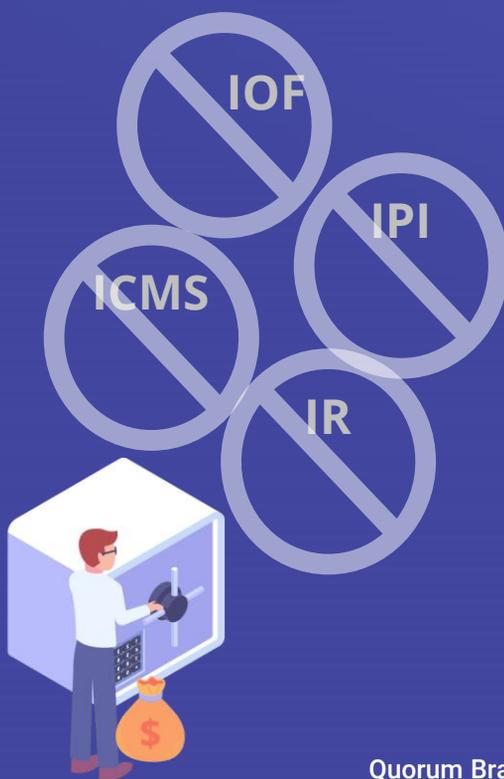
Todo o cenário se complica, porque para mais de dois terços dos entrevistados os recursos que os governos estão disponibilizando não são suficientes para manter as empresas e os empregos. Dizem que as intenções são boas, mas não chegam até eles e são poucas para o tamanho da crise.



## ISENÇÃO

Se os recursos disponíveis não são suficientes, quer seja porque são poucos, quer seja porque muitas dessas empresas não atendem aos requisitos para se candidatarem aos créditos, o que pedem é que o governo abra os cofres e promova a

isenção de impostos **pelo período de 6 MESES**



# CADEIA COMPROMETIDA



A situação piora e o desânimo toma conta de 76% dos entrevistados, porque percebem que toda cadeia está comprometida e a linha de quebra começa com

**FORNECEDORES** sem matéria prima ou condições de vender nas condições tradicionais; passa pelos **CLIENTES** sem caixa ou sem crédito e termina no **CONSUMIDOR** sem renda.

Esse cenário leva os empresários a pressionarem os governos pela reabertura dos comércios e por ajuda que efetivamente chegue até essas empresas.



**76%**  
entendem que  
toda cadeia  
está  
comprometida

# ANO PERDIDO

Mesmo o mercado vindo a retomar vendas a partir de julho e que o fenômeno “Revenge Shopping”, ou seja, que a demanda reprimida impulse as vendas de forma intensa no curto prazo, dizem que a cadeia está de tal modo comprometida que o tempo de normalização será longo:

# 7 MESES

junho, julho, agosto, setembro, outubro, novembro...

## PARA RECUPERAÇÃO

Estimam que serão necessários 7 MESES PARA RECUPERAR PREJUÍZOS e colocar os negócios num certo nível de normalidade. O que será essa normalidade é outro mistério que não sabem responder. Assim como não estavam preparados para essa crise, ainda não conseguiram se preparar o novo normal que vem por aí. Estão ainda na fase de sobrevivência.

# HOME OFFICE



# 34%

**Dos funcionários deverão continuar em home office após a crise, estimam as empresas entrevistadas.**

## DAY AFTER



As proporções gigantes dessa crise, que atingiu do produtor de petróleo ao pequeno fabricante de velas, deixa no ar uma única certeza para nossos entrevistados:

**POUCAS COISAS SERÃO COMO ANTES!**

## RELAÇÕES

O cafezinho da visita ou para fechar negócios vai dar lugar a mais agilidade e todos indo direto ao ponto. Serão relações de fato, comerciais. Isso irá afetar na relação entre as empresas, seus fornecedores e seus clientes. A comunicação à distância vai ajudar na agilidade, mas também na menor interação social. Outro desafio será manter a integração entre colaboradores em home office e aqueles que estão nas empresas, sendo o rodízio uma possibilidade sendo analisada.



## ESTRUTURA



A semana de cinco dias na empresa está com seus dias contados e a possibilidade de muitos colaboradores trabalharem para sempre em home office é real. Muitos dos planos de expansão serão esquecidos e a área de TI ganhará relevância. Vendas será privilegiada nos espaços dentro das empresas e áreas operacionais burocráticas serão as mais propensas ao home office.

## PREÇOS



Poucos acreditam na recomposição de preços, o mercado está experimentando novos patamares e isso não tem volta. Novos preços estarão ligados a novos produtos ou serviços. E vender produtos para alavancar serviços é o futuro para muitos.

## INTELIGÊNCIA

A inteligência da informação passa para um outro nível de prioridade, ganha mais relevância porque o mercado será disputado cliente a cliente. Quem tiver informações organizadas sobre mercados, concorrência e clientes, vai sofrer menos nessa retomada.

## INCERTO NORMAL



Alinhados com a maioria das opiniões, a média empresa brasileira não sabe como será a volta ao normal, mas sabem que esse normal será outro, um tanto diferente do que era no passado. Sem uma revolução, digamos assim, mas bem diferente.

## CALMA

Ninguém acredita que haverá uma mudança tão radical que venha a abalar o mundo dos negócios dessas empresas, não acreditam em teorias de que o mundo vai vira de ponta cabeça, mas sim que o jeito de pensar negócios e fazer gestão, isso sim, vai mudar bastante.



## ADAPTAÇÃO

Quase que uma obrigação, entendem que se adaptar é o único caminho, porque o outro caminho seria desistir. Entender as mudanças e ir ajustando a empresa a essas mudanças é a nova realidade. Entendem que talvez tenham com menos negócios, mas também terão menos custos. Promoverão mudanças no passado das empresas para garantir o futuro.

## OPORTUNIDADES

Todos percebem nessa nova vida que vem por ai uma grande oportunidade de fazer o mesmo, mas de um modo diferente. Não pretendem mudar de ramo de atividade, mas sim fazer essa atividade ser muito melhor.. Nunca tiveram tanto tempo para pesquisar, conversar com o time, discutir ações e descobrir oportunidades .





## CLIENTES e CONCORRENTES

Aqui é onde acreditam que ocorrerão as mais impactantes mudanças nas relações. O que se perguntam é: qual será esse novo cliente que vem por aí? E não importa se B2B ou B2C.

Será intensa a busca de informações sobre esse novos comportamentos e entendem que a concorrência será muito mais agressiva.

Buscarão blindar os clientes com um tratamento diferenciado, mas sabem que a busca de novos clientes em novos mercados será uma das bandeiras para continuar no mercado.

# TODO DIA É DIA DE FAZER UM PLANO

- ✓ Algumas práticas estão sendo adotadas por quase todos os entrevistados para minimizar esse momentos.
  - Harmonia entre todas as áreas das empresas. Marketing não culpa vendas, que não culpa logística, todos se ajudam numa mesma direção.
  - Decisões de menor impacto no futuro, porque sabem que isso irá passar e não querem comprometer os anos que virão.
  - Um olhar muito detalhista em tudo, todos os dias, todas as horas. Não há descanso numa guerra, dizem.
  - Estão dividindo a semana em pensar no dia a dia e pensar no futuro. Todo dia é dia de fazer num plano.

# 3 CERTEZAS

**01** Não vamos vender como antes!

**02** Não vamos comprar como antes!

**03** Não vamos negociar como antes!

## O QUE PODEMOS CONCLUIR

- ✓ As médias empresas **não conseguem apoio que necessitam**, estão com caixa baixo e muitas delas com pouca capacidade de atender às exigências dos governos para contrair empréstimos ou alguns dos auxílios disponibilizados, mesmo porque muitas devem a esses governos e esse é um impeditivo para chegar aos créditos.
- ✓ O **barco está com furos que precisam ser fechados durante a travessia da crise**. Ações de contingenciamento, remodelagem da empresa e rigidez na gestão, combinados com alguns remédios mais amargos, como demissões.
- ✓ No médio prazo, esperam poder fazer **uma nova empresa** a partir dessa experiência.



## O QUE PODEMOS CONCLUIR

- ✓ As empresas estão tentando aplicar os famosos Rs: reinventar, renovar, recomeçar ou até mesmo, renascer. Mas, a **reinvenção não é simples**, são empresas em muitos casos familiares, com padrões e procedimentos difíceis de mudar. É uma alteração na cultura, não apenas na gestão.
- ✓ **Aceleração digital** é um termo que muitos escutam e poucos sabem por onde começar. Esperam que grandes parceiros colaborem nesse sentido.
- ✓ O **desejo de sobrevivência** é, de fato, o grande motivador e está levando muitas dessas empresas adiante. Negociação com clientes, funcionários e fornecedores, mudanças pessoais, enfim, tudo está sendo tentado. Querem seguir em frente e não desistirão.



# 6 INSIGHTS PARA REFLETIR

**01** Senso de urgência

**02** Manter a estratégia

**03** Atenção ao mercado

**04** Atenção ao cliente

**05** Olhar na concorrência

**06** Tentar, Tentar, Tentar!



# QUORUMBRASIL

INFORMAÇÃO & ESTRATÉGIA

***A pesquisa de mercado com um toque de consultoria!***

Quer saber mais sobre essa pesquisa?  
Quer agendar uma conversa com seu time?  
Quer discutir sobre caminhos?

✉ faleconosco@quorumbrasil.com

📞 55 11 9 4323-1011

☎ 55 11 5061-3420

📍 Rua Vergueiro, 1353 – 11º andar  
Paraíso – SP – 04101-000

Os conteúdos estão disponíveis gratuitamente  
para download em nossas mídias sociais e em

[www.quorumbrasil.com/QuorumInforma](http://www.quorumbrasil.com/QuorumInforma)

Consulte, use, divulgue.