



Efeitos, ações e perspectivas das PMEs no cenário COVID-19

06 de maio de 2020

Do que iremos falar

Objetivo



Compartilhar informações de recente pesquisa que promovam insights aplicáveis aos seus negócios, ajudando a superar a crise e realizar a retomada.

Tópicos



Impactos da crise nos resultados



Ações adotadas e recomendações



Perspectivas de retomada

Contextualização

As projeções para 2020 apontam uma **retração do PIB em 2,5%**.

As PMEs representam cerca de **30% do PIB do país**.

Aptas à **agir com velocidade** às mudanças, mas ao mesmo tempo **tendem a ser mais expostas (caixa)**.

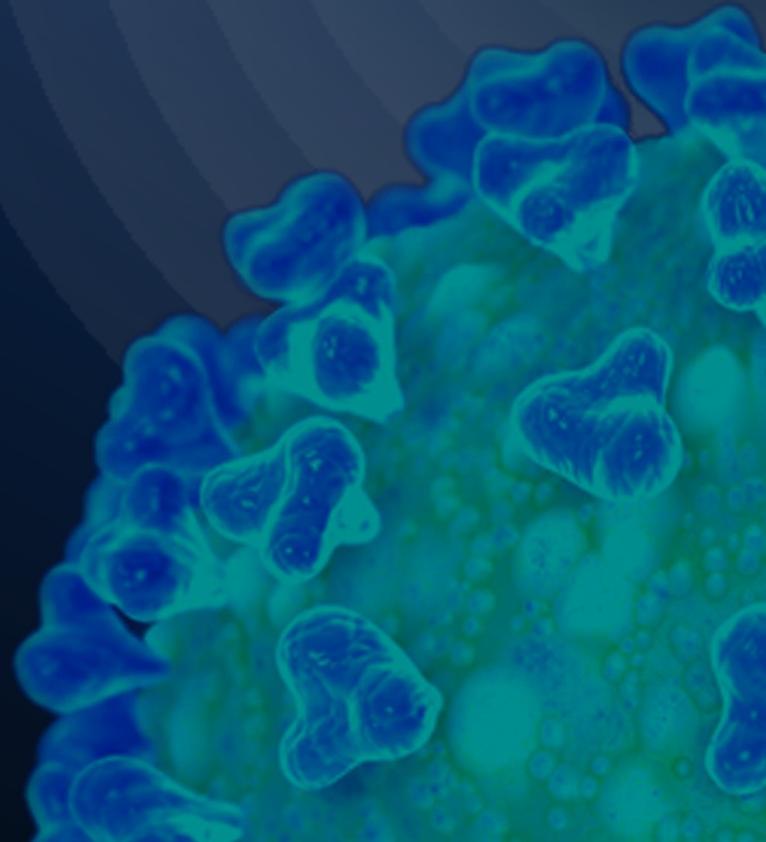
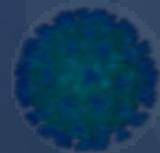
Diferentes **graus de exposição** à crise.

Sentimentos e medidas tomadas por pequenas e médias empresas.

Visão das **perspectivas** visando o cenário futuro.



Impactos e Sentimentos



O impacto do COVID-19 é mais negativo para empresas do que para vida dos indivíduos.

O impacto causado pela crise do COVID-19 alcança todas as esferas do negócio e seus principais *stakeholders*.

No entanto, o sentimento é de um resultado menos agressivo na vida pessoal e dos funcionários, o que pode indicar que as empresas sentem estar absorvendo os impactos da crise, minimizando efeito para os indivíduos da organização.

Impacto COVID-19

% dos respondentes

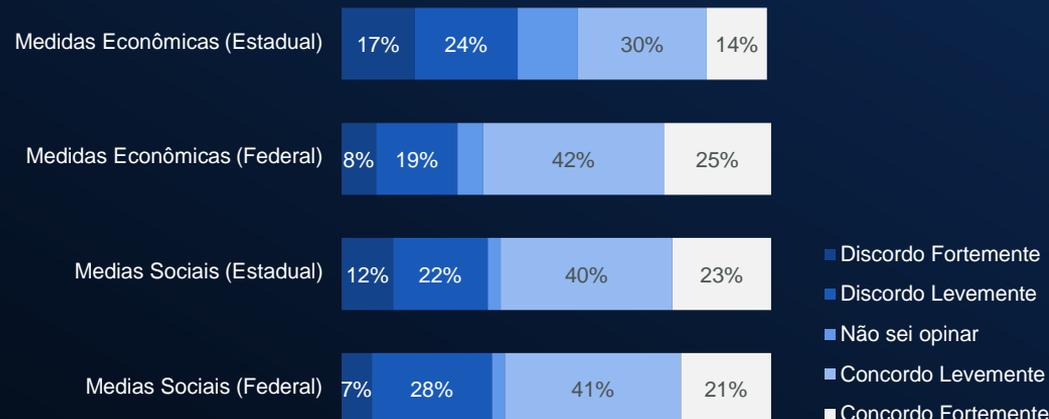


O sentimento é de concordância em relação às medidas socioeconômicas tomadas pelo Governo.

Visando a mitigação dos impactos causados pelo COVID-19 por parte dos governos Federal e Estaduais, medidas socioeconômicas foram tomadas e avaliadas pelas empresas quanto a sua adequação.

- **Medidas Sociais:** Isolamento, transporte, auxílios emergenciais.
- **Medidas Econômicas:** Diferimento de pagamentos, benefícios fiscais, medidas de empréstimo para fornecer liquidez.

Sentimento das Medidas Socioeconômicas aplicadas
% dos respondentes

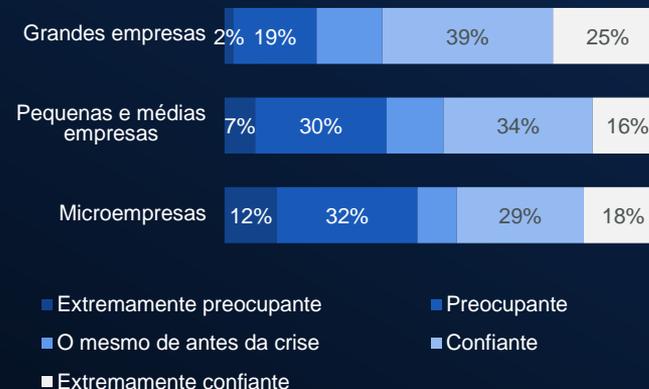


Os executivos estão preocupados com a recuperação econômica, mas ao mesmo tempo confiantes quanto a sobrevivência do negócio.

Grau de Confiança
% dos respondentes



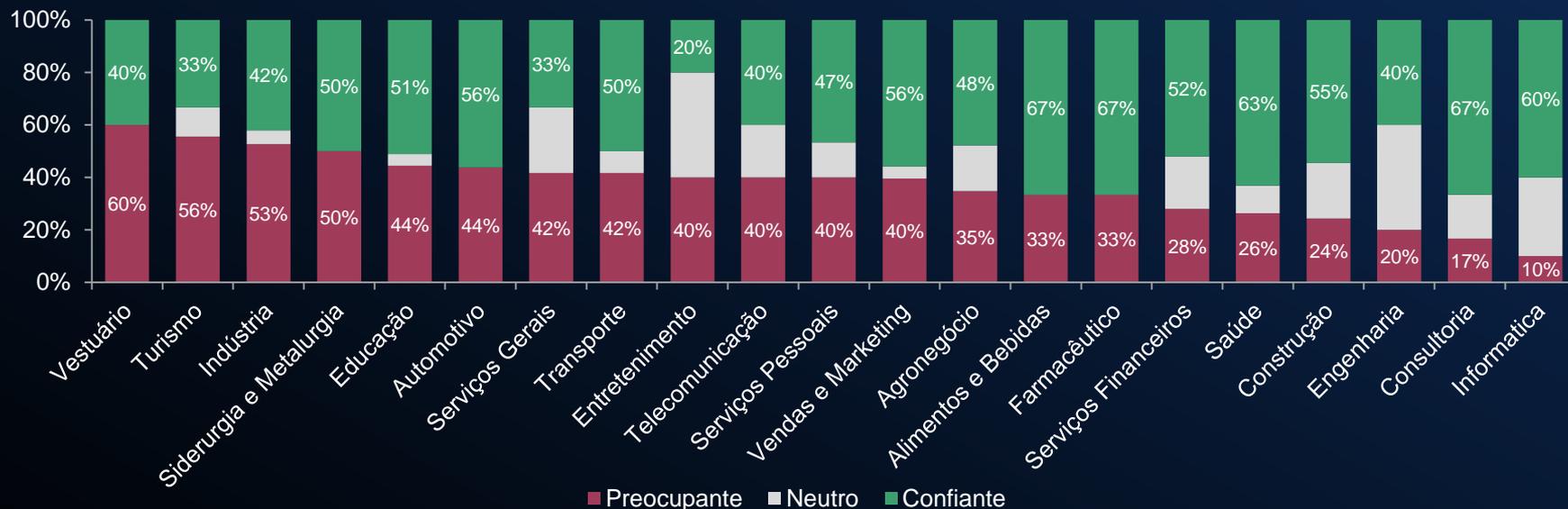
Grau de Confiança
Sobrevivência do Negócio por porte
% dos respondentes



Para a maior parte dos setores, prevalece o nível de confiança, com diferentes níveis entre eles.

Grau de Confiança – Sobrevivência do Negócio

% dos respondentes



+ Maior Impacto



- Menor Impacto

O faturamento foi afetado consideravelmente pela crise. Na retomada, 44% acredita que o faturamento ainda estará menor.

O faturamento está diretamente relacionado a saúde financeira e a capacidade de sobrevivência das empresas.

O reflexo atual do COVID-19 é crítico para este indicador e 79% das empresas foram afetadas de alguma maneira em sua receita. 44% das empresas indicaram que a expectativa é de que o faturamento ainda estará menor mesmo em um horizonte de 6 a 12 meses.

Impacto COVID-19 no faturamento (reflexo atual)

% dos respondentes



Impacto COVID-19 no faturamento (após 6 a 12 meses)

% dos respondentes

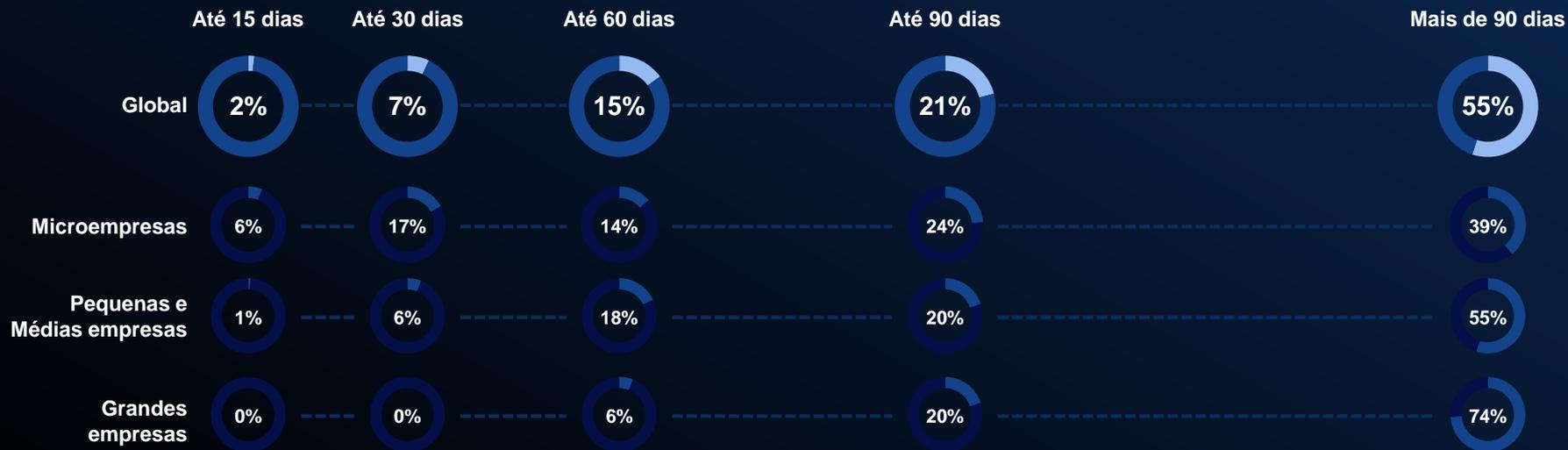


As menores empresas em sua maioria não suportarão mais de 90 dias se o cenário atual for mantido.

Este fator está diretamente relacionado à situação do caixa da empresa e ao impacto da crise no faturamento. As grandes empresas por, na maioria das vezes, possuir um caixa mais robusto, suportam períodos mais longos de crise. No entanto, 45% das empresas de médio e pequeno porte suportam menos de 90 dias neste cenário.

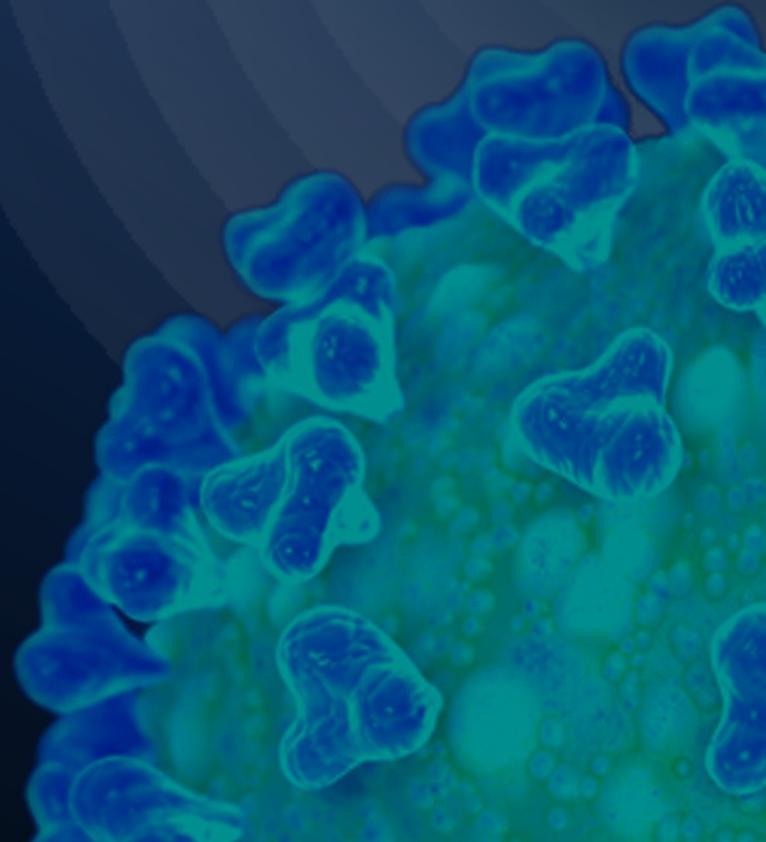
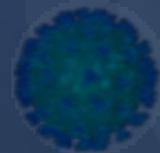
Tempo de sobrevivência (mantendo cenário atual)

% dos respondentes





Medidas tomadas pelas empresas

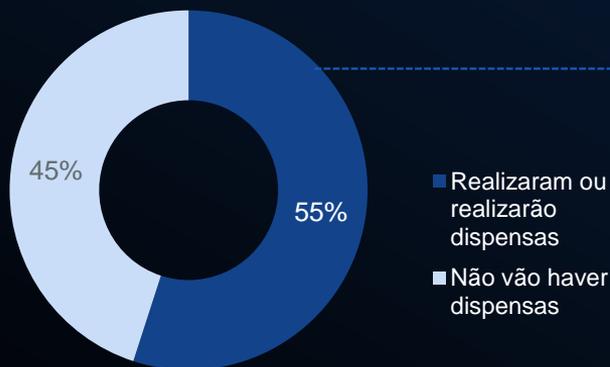


Medidas de redução de gestos estão sendo tomadas, com relação às demissões, 55% adotaram a medida.

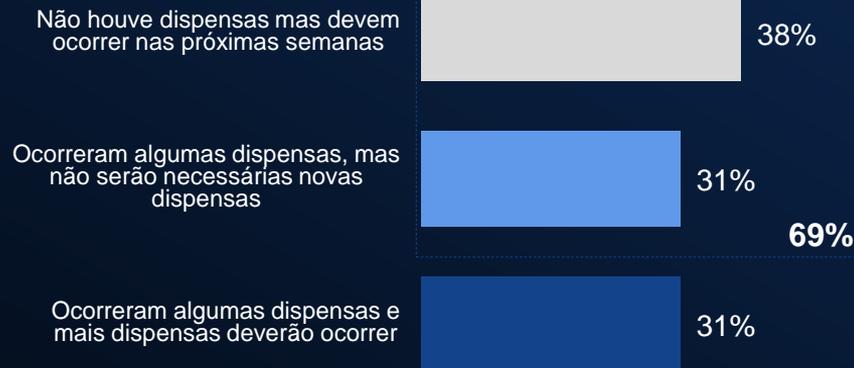
O olhar para os funcionários muitas vezes torna-se inevitável. Foi possível identificar que 55% das organizações tiveram ou terão que reduzir o quadro. Tal movimentação impacta diretamente o índice de desemprego e é uma das medidas mais preocupantes ao olharmos o cenário nacional.

Para as empresas que indicaram que foi ou será necessário a redução de quadro, observa-se que 69% ainda pretendem realizar cortes.

Medidas – Funcionários
% dos respondentes



Medidas – Funcionários (momento da ação)
% dos respondentes



As empresas também buscaram rever terceiros, renegociar contratos e rever nível de estoque para contenção dos gastos.

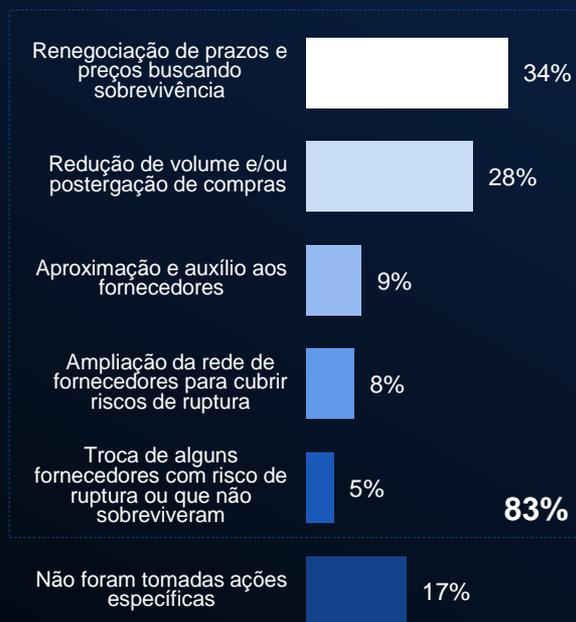
Medidas – Mão-de-obra terceirizada

% dos respondentes



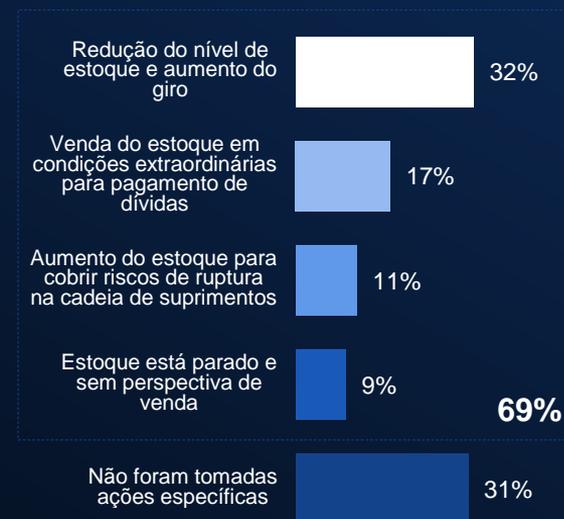
Medidas – Fornecedores

% dos respondentes



Medidas – Estoque

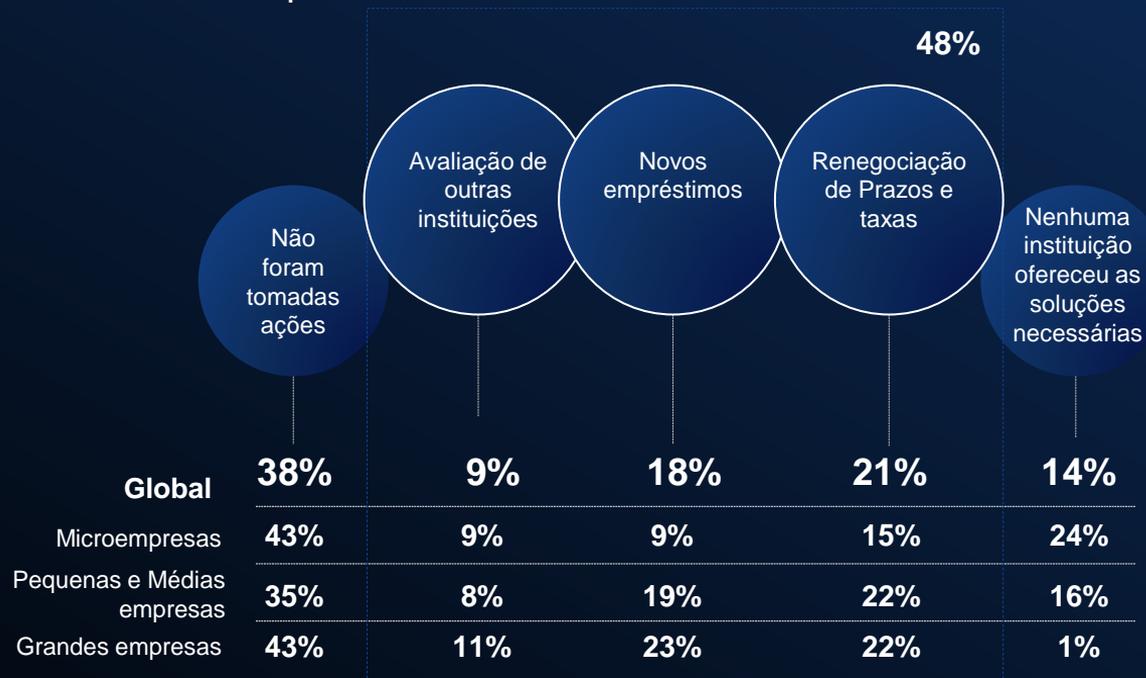
% dos respondentes



A maior parte das empresas buscou ações com instituições financeiras (48%), uma segunda parcela não agiu (38%) e um grupo não encontrou solução (14%).

Uma das saídas está relacionada a acordos com instituições financeiras para auxílio na geração de caixa e cobertura de compromissos imediatos. No entanto, esse caminho pode não trazer a solução esperada e a busca por novas parcerias, que nem sempre são bem sucedidas, acabam sendo a alternativa a condições não ideais. 48% das empresas tomaram ações voltadas a este tema, buscando renegociações de prazo, refinanciamento ou busca por novos parceiros.

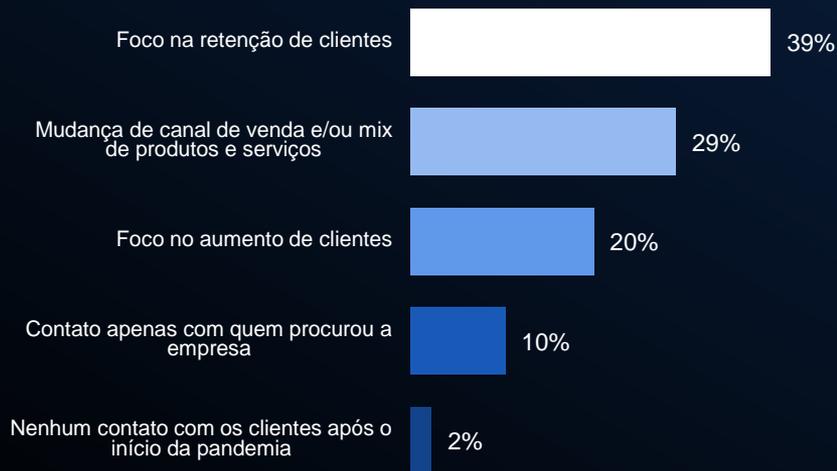
Medidas – Instituições Financeiras
% dos respondentes



O foco na retenção de clientes, mudança de canal e mix são as ações predominantes na preservação da receita. Os investimentos tem sido suspensos pela maior parte das empresas.

Medidas – Clientes e Vendas

% dos respondentes



Medidas – Investimentos (CAPEX)

% dos respondentes



Empresas engajadas em auxiliar e contribuir com a sociedade durante a crise.

- Direcionar parte de seus esforços na contribuição no combate/mitigação de fatores externos também é uma frente que vem sendo intensificada.
- Nem só com investimento financeiro é possível agir com cidadania.
- O uso de ativos para cooperar com a sociedade também é uma alternativa viável, conforme identificado pela pesquisa, representando 18%.
- Algumas ações foram planejadas, mas ainda não foram executadas para 20%.
- Apenas 21% das empresas disseram que nenhuma ação de impacto social deverá ser tomada durante a crise.

Medidas – Impacto Social

% dos respondentes

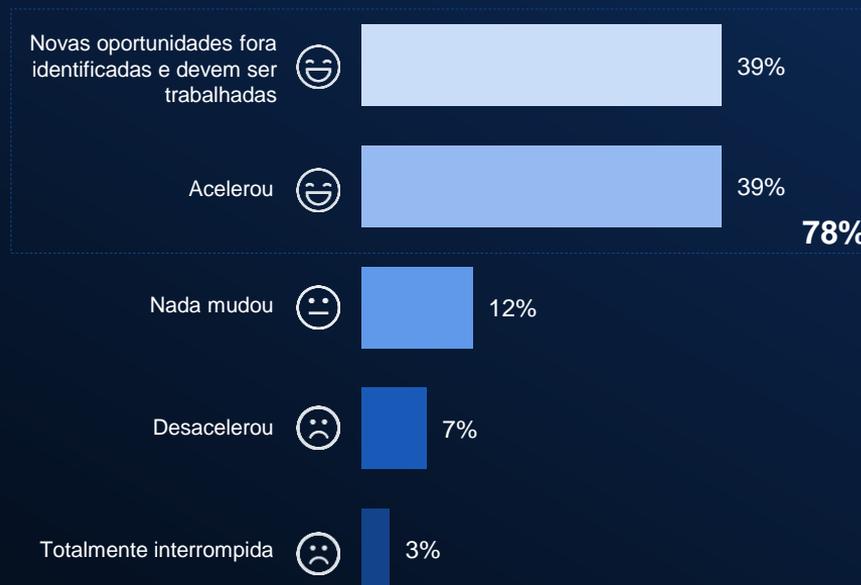


O COVID-19 acelerou o processo de Transformação Digital na maior parte das organizações.

- Elas tiveram que responder rapidamente aos desafios impostos pela crise, como trabalho remoto, organização de equipes e rotinas, mudanças nos modelos de negócio e adaptação na forma de como consomem e ofertam produtos e serviços.
- Para 78% das empresas, este novo momento acelerou e/ou trouxe novas oportunidades para a transformação digital dos negócios.

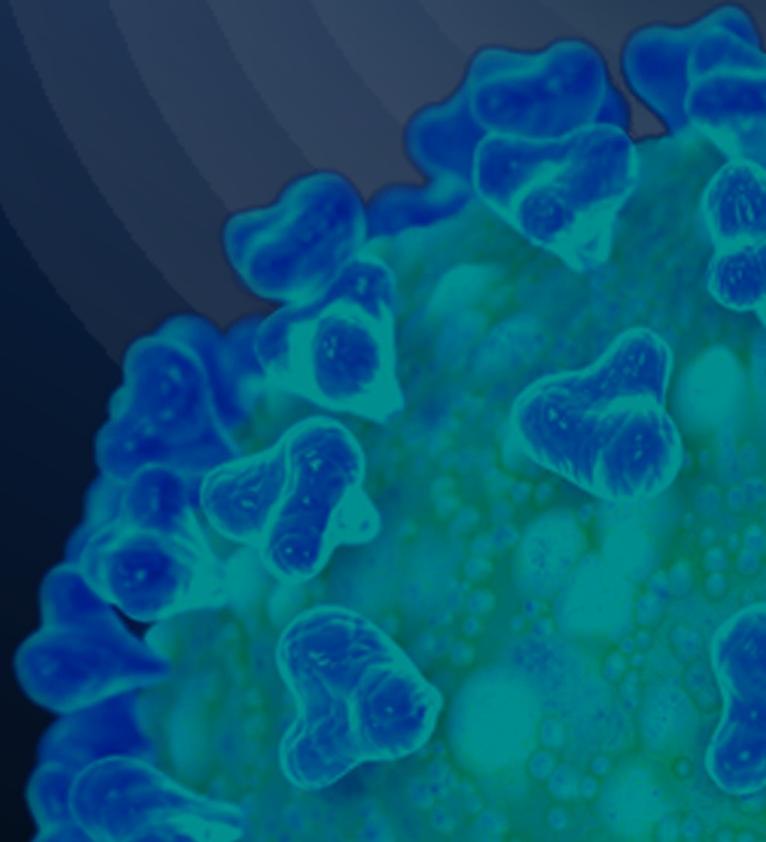
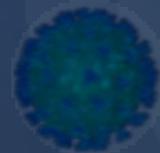
Medidas – Transformação Digital

% dos respondentes





Recomendações



Gestão em Tempos de Crise

Abordagem para enfrentar a crise



Financeiro

Operação e Processos



Pessoal

Sociedade e Clientes



1 Governança da crise

Definição de quem irá coordenar a gestão da crise e o formato de trabalho

2 Diagnóstico e Ações anti crise

Execução de ações baseadas em cenários para mitigar os efeitos da crise

3 Preparação para a retomada

Preparação para a retomada, realizando ajustes à nova realidade

Diagnosticador com recomendações (online)

Gestão da crise

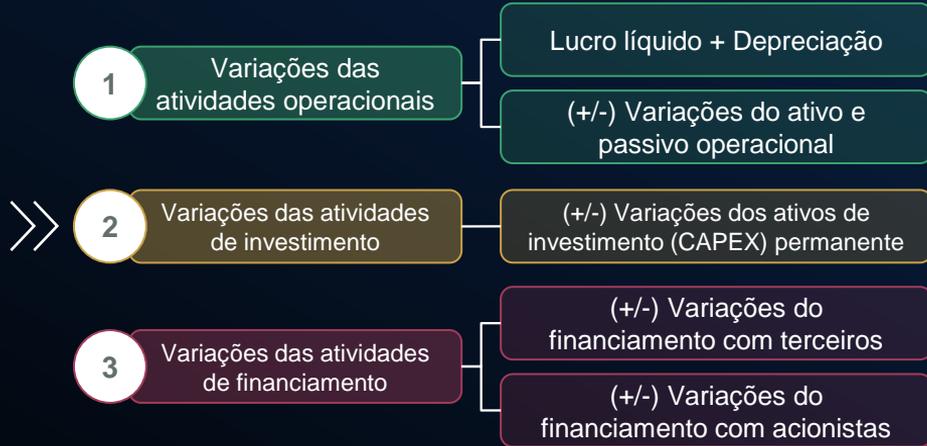
Flávio Souto Boan | Henrique Melilo
Bernardo Silame



Veja mais em:
digital.falconi.com/perspectivas

Cuide do caixa

Abordagem para enfrentar a crise



Gestão de caixa em tempos de crise

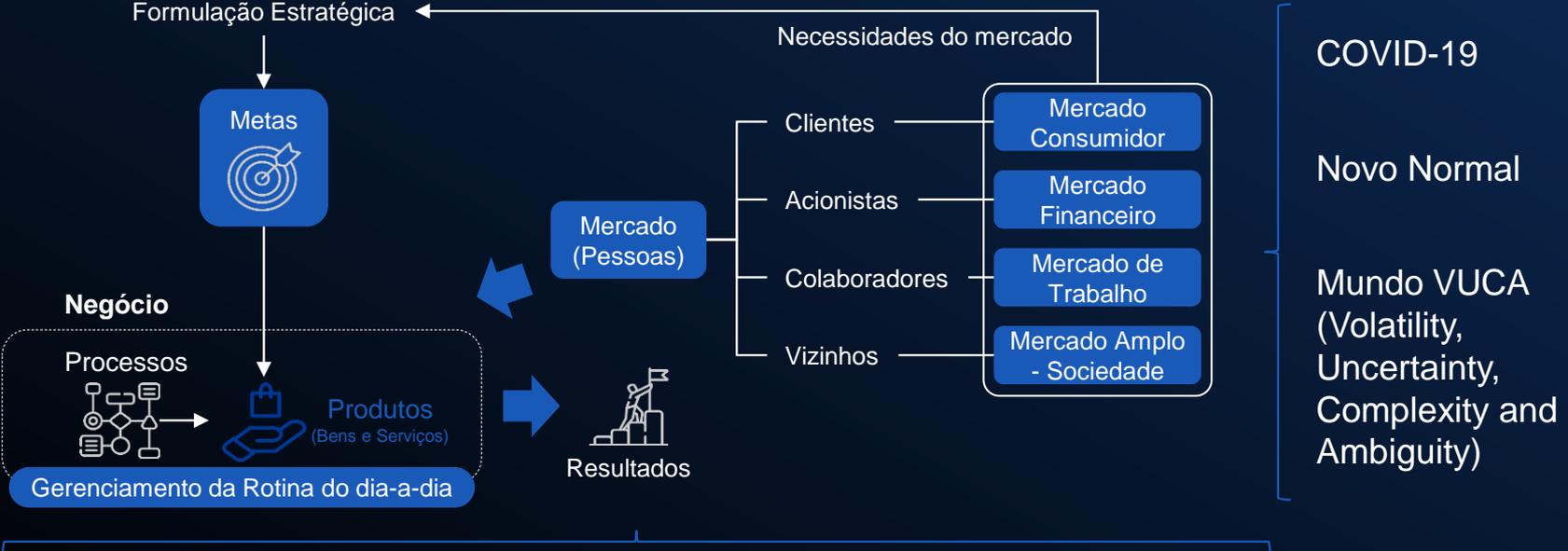
Bernardo Miranda



Veja mais em:
digital.falconi.com/perspectivas

Prepare-se para retomada

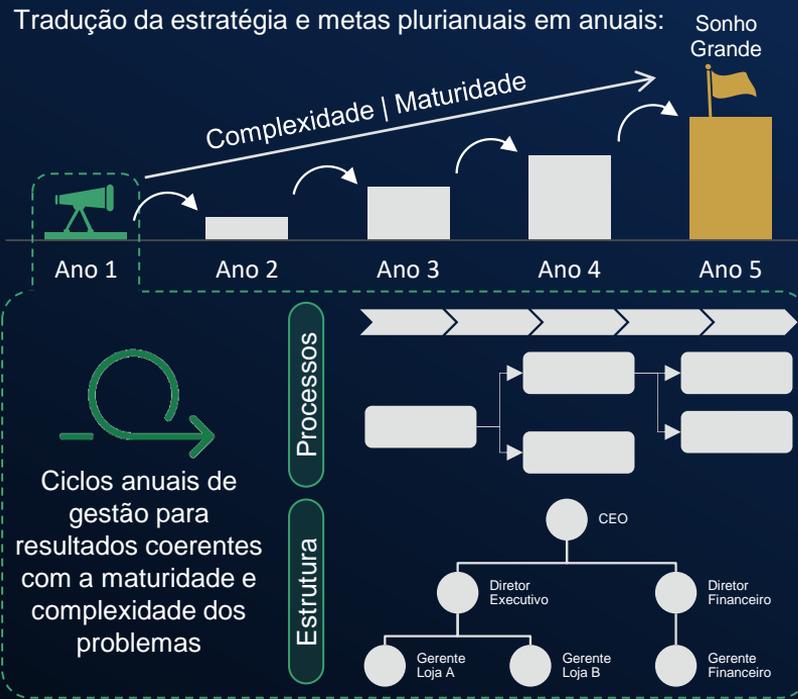
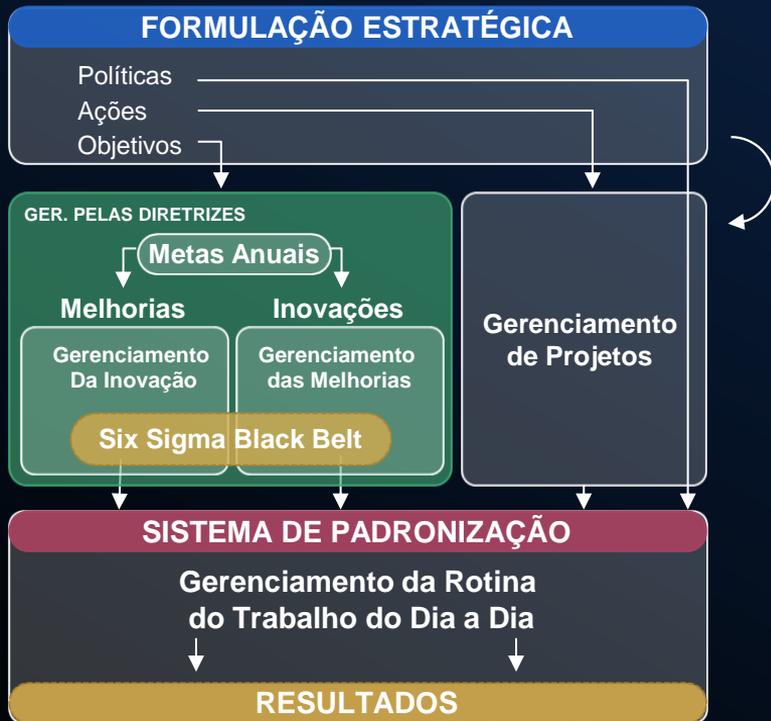
Um negócio só existe para atender necessidades de mercado (stakeholders). Como preparar a companhia para responder rapidamente às mudanças no ambiente externo?



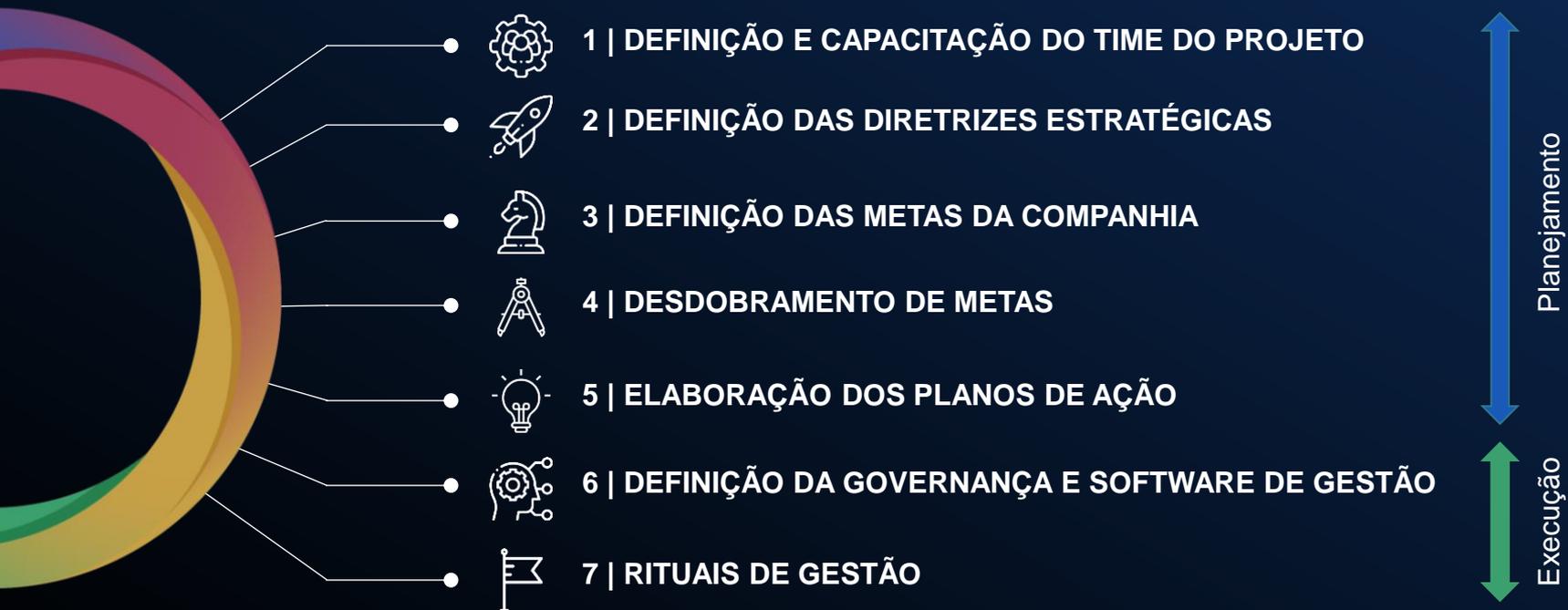
Crie uma organização capaz de responder às mudanças do mercado de forma ágil!

Prepare-se para retomada

Um sistema de gestão bem conectado entre suas partes gera essa capacidade e permite alcance de resultados cada vez mais extraordinários!



Uma abordagem para a implementação da Gestão para Resultados.



Como podemos ajudar?



Nossa crença

Acreditamos que a excelência em pessoas, gestão e tecnologia constroem organizações extraordinárias para uma sociedade melhor.

Nosso propósito

Fazer acontecer, juntos!

Para quem?

Como?

Todos

Compartilhando conhecimento
Desenvolvimento de Gente
Oferecendo ferramentas de gestão



Micro e Pequenas empresas

Apoiando na gestão da crise com programa pró bono



 Gestão + Crédito (em desenvolvimento)

Médias empresas

Programa Smart Solution

 Plataforma GPD/ Smart Solutions

 Gestão de crise com foco em resultados

Grandes empresas

Consultoria (core)

 Gestão para Resultados

 Gestão de Receita, Mix e Categorias

 Otimização de Custos e Despesas

 Desdobramento de metas

 Planejamento e Gestão de Projetos

 Reestruturação Organizacional

 Gestão da Qualidade, Eficiência e Projetos

 Gestão da crise

Acesse e baixe o conteúdo completo da pesquisa

Pesquisa Completa

COVID-19: Efeitos, ações e perspectivas das PMEs



Webinar: Efeitos, ações e perspectivas das PMEs no cenário COVID-19

Flávia Maia



Disponíveis em breve:
digital.falconi.com/mediasempresas

Saiba mais sobre o apresentador



Flávia Maia

Associate Manager e Head Middle Market

flaviamaia@falconi.com

Graduada em Administração de Empresas pela Universidade Federal de Uberlândia e MBA pela IESE – University of Navarra. Na Falconi desde 2006, possui experiência em projetos no setor público, privado e terceiro setor. No setor público, atuou nas áreas de segurança, finanças e planejamento. E no setor privado, nas áreas de mineração, varejo, bebidas, construção e financeiro. Em projetos no Brasil, Estados Unidos e China. Antes da experiência na Falconi, Flávia trabalhou no mercado financeiro.



LinkedIn

Conecte-se à minha rede

Time Middle Market



Rafael Silveira

Principal

rafaelsilveira@falconi.com



Bernard Texeira

Consultant

bernardtexeira@falconi.com

Time Pesquisa

(COVID-19: Efeitos, ações e perspectivas das PMEs)



Henrique Melillo

Senior Consultant

henriquecunha@falconi.com



Augusto Campos

Business Analyst

augustocampos@falconi.com

