

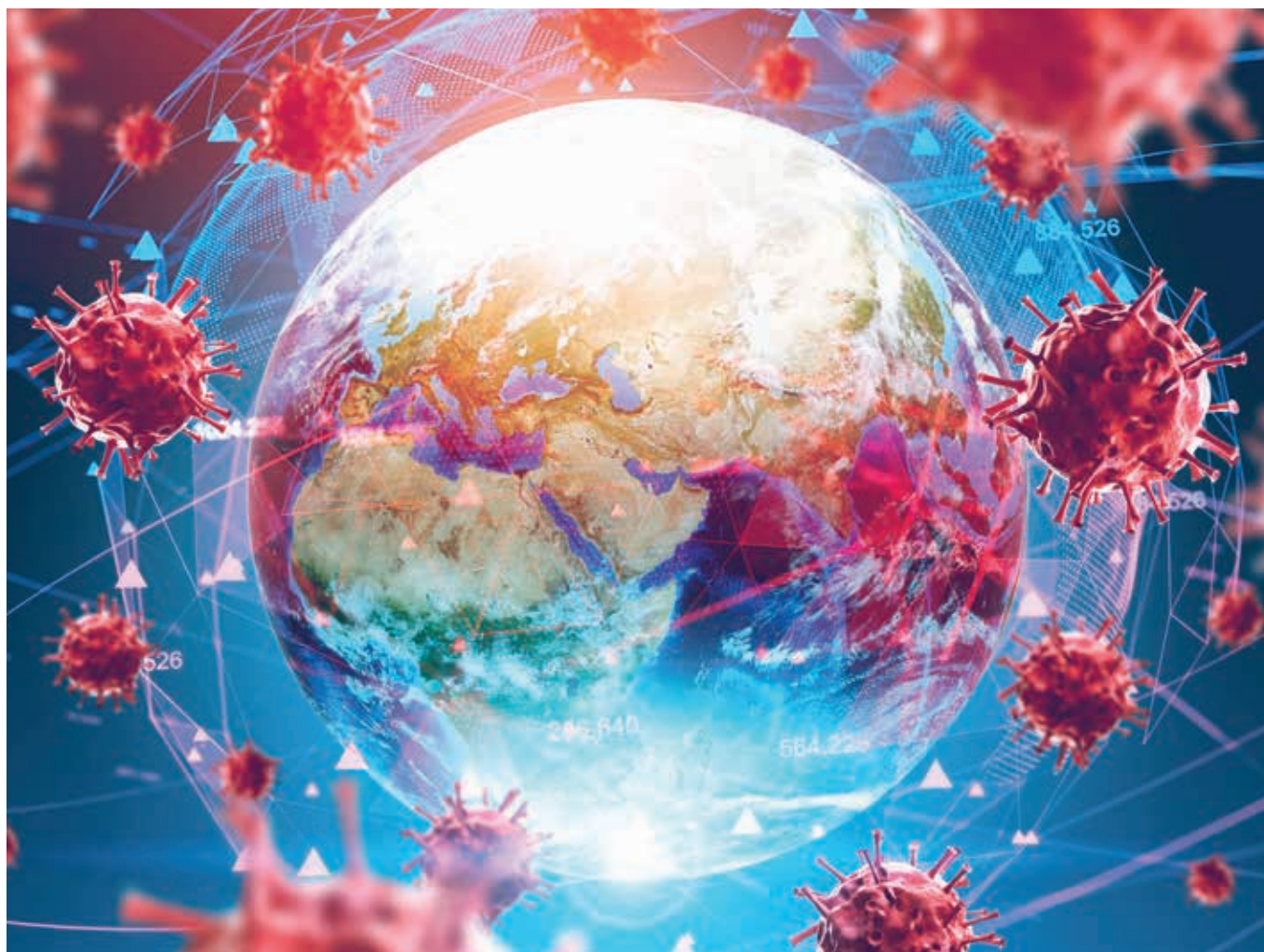


ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA  
DE AUTOMAÇÃO

A Linguagem Global dos Negócios

# Impactos da Pandemia no Cenário Nacional - 3ª Edição

Junho 2020



# Quem somos

A **GS1 Brasil - Associação Brasileira de Automação**, é uma organização multissetorial, neutra, sem fins lucrativos, que desenvolve e mantém os padrões globais mais utilizados para uma comunicação empresarial eficiente, colaborando para o processo de automação das cadeias de suprimentos, desde a matéria-prima até o consumidor final.

Nós somos mais conhecidos pelo código de barras, nomeado pela BBC como uma das "50 coisas que fizeram a economia do mundo".

A GS1 tem apoiado o mercado no desafio de oferecer dados qualificados de produtos para melhorar a eficiência, segurança e visibilidade das cadeias de suprimentos em canais físicos e digitais em mais de 40 setores.



# Pesquisa impactos da pandemia 3ª Edição

## Objetivo

Obter uma temperatura/sondagem de como as empresas estão se comportando e se adaptando diante do cenário atual.

## Metodologia:

Pesquisa  
Quantitativa

## Público:

Associados GS1 Brasil de todas as regiões e portes.

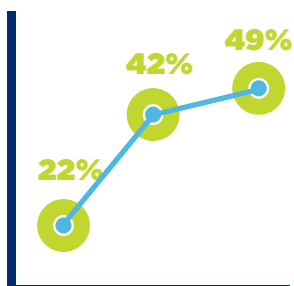
**COLETA**

EDIÇÃO	PERÍODO DE CAMPO	MARGEM DE ERRO
1º	06/04 A 15/04	8%
2º	30/05 A 07/05	10%
3º	01/06 A 15/06	9%

# Destques

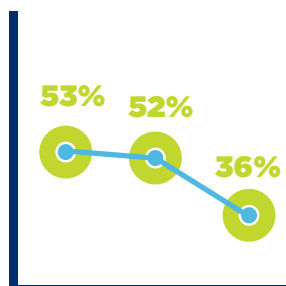
## 73%

das empresas afirmam que sofreram alguma redução no faturamento da empresa  
(88% na edição anterior)



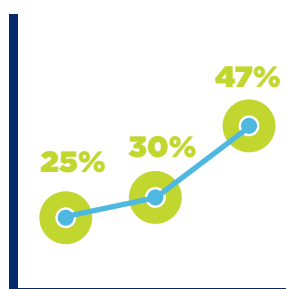
Quase metade das empresas utilizaram a redução de carga horária dos funcionários como uma alternativa ao momento de crise.

---



Cai o número de empresas que pretendem reduzir a produção nos próximos 30 dias.

---



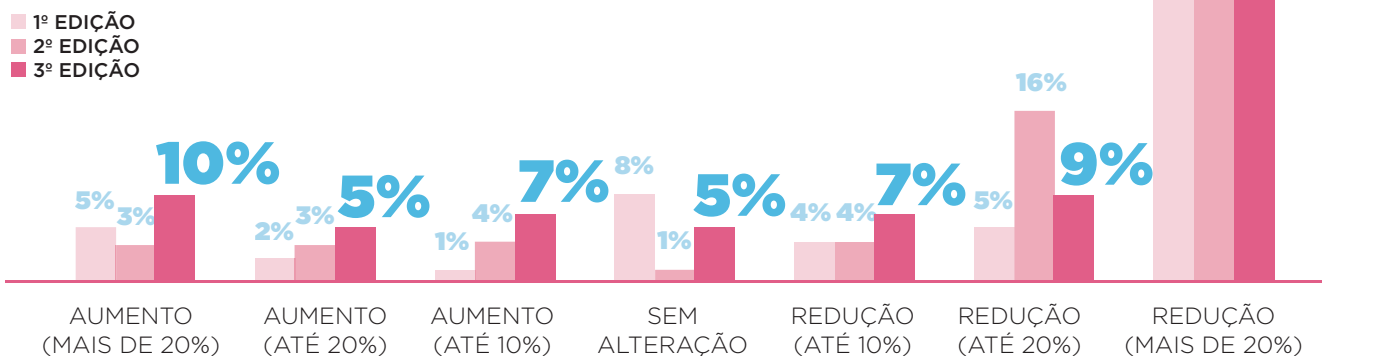
Cresce o número de empresas que utilizam loja e varejo online para diversificar suas vendas.

# Impacto financeiro nas empresas



Ainda temos a grande maioria das empresas observando algum impacto em seu faturamento (95%), seja ele negativo ou positivo. Podemos identificar, no entanto, uma movimentação no número de empresas que afirmavam ter sofrido redução no faturamento, que passou de 85% na primeira edição de abril, para 73% em junho. Na outra ponta da avaliação, vemos 22% das empresas afirmando ter seu faturamento ampliado no período, na primeira edição da pesquisa esse número era de 8%.

## Variação no faturamento após o início da pandemia



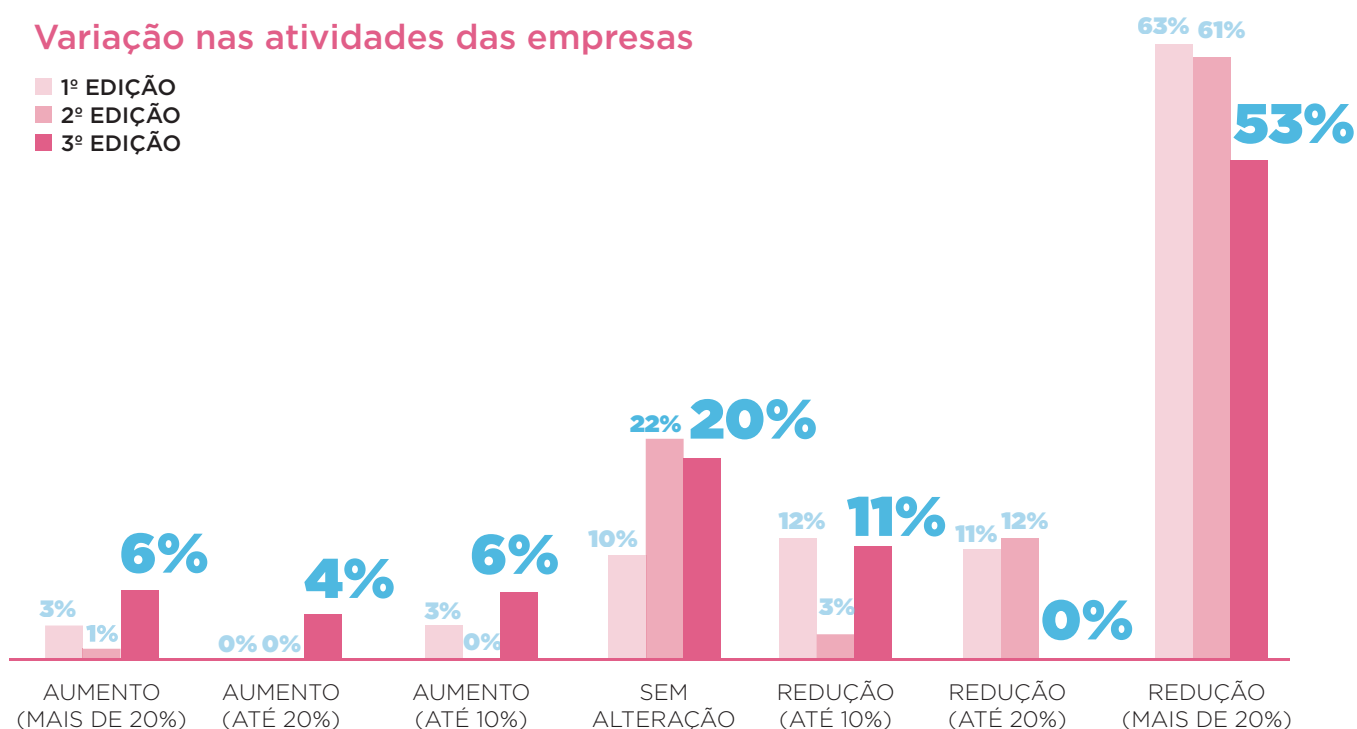
# Impactos operacionais

As empresas têm trabalhado para tentar manter suas atividades o mais próximo do normal possível. No entanto, mais da metade delas (53%) tiveram uma redução nas atividades de mais de 20%. O número de empresas que não sofreu alteração nas atividades se mantém estável nas duas últimas edições.



## Varição nas atividades das empresas

- 1ª EDIÇÃO
- 2ª EDIÇÃO
- 3ª EDIÇÃO



# Impactos operacionais

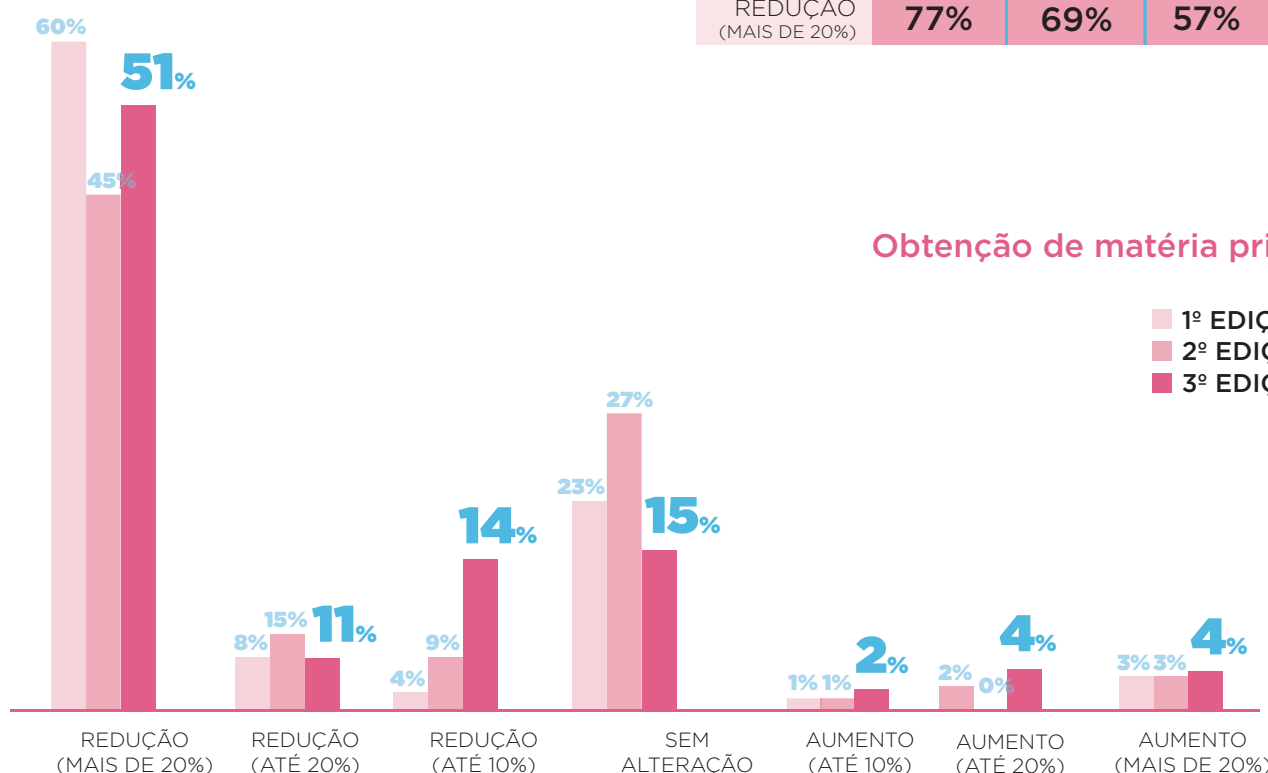
Com relação à entrada de pedidos, houve um crescimento se comparada às duas primeiras edições do Estudo. Cerca de 20% das empresas afirmaram ter um aumento de demanda (Pedidos) na pesquisa realizada em junho.

O acesso à matéria prima nas últimas 3 edições não tem sofrido grandes alterações, muitas vezes ocorrendo uma movimentação dentro do mesmo grupo de redução ou aumento na obtenção de matéria prima.

Isso nos mostra que a grande maioria das empresas (75% na edição de junho) esta com dificuldade no acesso à insumos.

## Varição nos pedidos das empresa

	1ª EDIÇÃO	2ª EDIÇÃO	3ª EDIÇÃO
AUMENTO (MAIS DE 20%)	6%	1%	9%
AUMENTO (ATÉ 20%)	4%	4%	4%
AUMENTO (ATÉ 10%)	1%	0%	7%
SEM ALTERAÇÃO	7%	7%	6%
REDUÇÃO (ATÉ 10%)	3%	4%	5%
REDUÇÃO (ATÉ 20%)	3%	13%	12%
REDUÇÃO (MAIS DE 20%)	77%	69%	57%

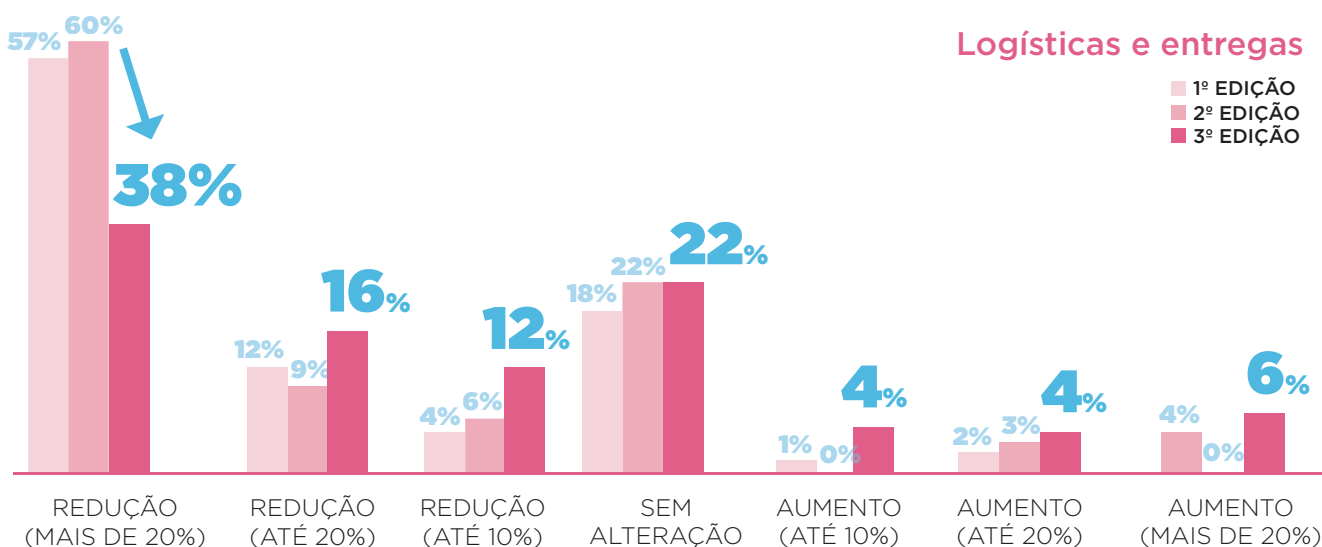
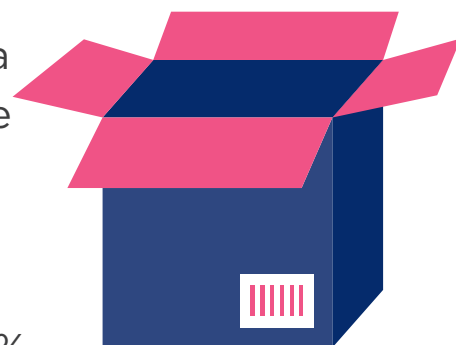


# Impacto nas operações logísticas

O número de empresas que não sofreu impacto em suas operações logísticas gira em torno de 20%.

O cenário para o setor se mantém muito próximo do que estava no início da pandemia, quando iniciamos a pesquisa, alterando somente a intensidade do impacto nas operações logísticas.

Isso se torna perceptível ao notarmos nessa edição, que houve uma queda no número de empresas que afirmam ter sofrido uma redução maior que 20% nas operações logísticas e um crescimento nas empresas que afirmam ter sofrido reduções de até 20%



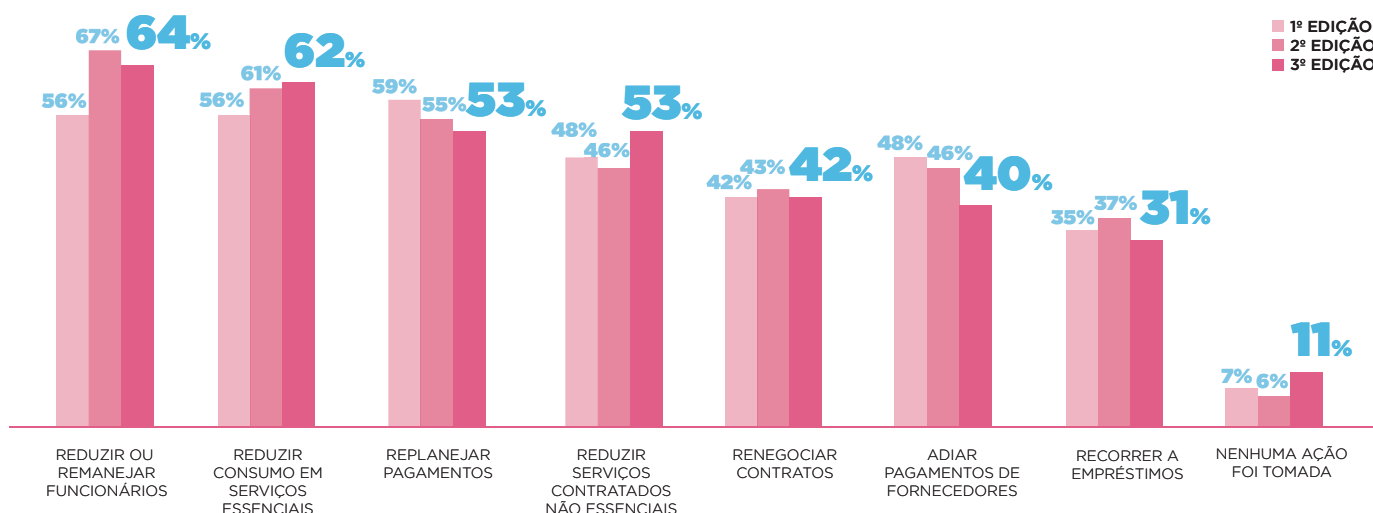


# Ações emergenciais nos últimos 30 dias

Nos últimos 30 dias, as ações emergenciais continuam diversificadas entre as empresas. Com relação aos funcionários, alteração de carga horária, salários e conceder férias, foram as definições mais realizadas nas empresas. Já com as operações em geral, o foco foi em redução de custos com serviços não essenciais, custos fixos como água, luz e telefone e remanejamento de pagamentos.



## Ações nos últimos 30 dias

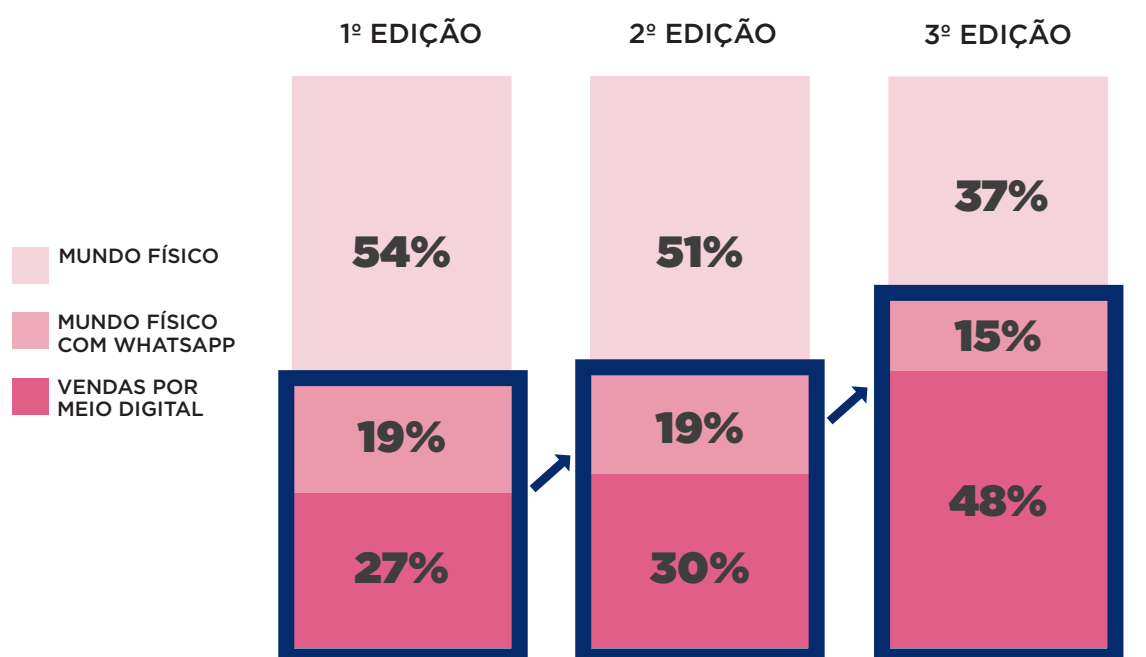


# Como as vendas acontecem

Podemos ver o crescimento das vendas por meios digitais nas empresas (destaque no gráfico)

No início da Pandemia, tínhamos mais da metade das empresas com vendas baseadas no mundo físico. Na segunda edição notamos uma leve movimentação que se consolidou, nesta edição, com um total de 63% das empresas utilizando canais digitais para divulgar seus produtos e efetuar as vendas.

No primeira edição da pesquisa, a maioria das empresas que utilizavam whatsapp possuíam somente canais físicos de vendas. Na segunda onda esse número caiu e agora na terceira edição, temos apenas 15% das empresas que utilizam o whatsapp como o **único canal digital.**











# Como as vendas acontecem

O Whatsapp, que é utilizado por 36% das empresas, se tornou um meio de digitalizar o negócio, sendo o primeiro passo para as empresas decidirem pelas vendas no varejo online ou e-commerce.

Nesta edição, caiu para **5%** o total de empresas afirmando não estar conseguindo vender seus produtos

Principais meios que as empresas estão recorrendo para vender na pandemia:

	REPRESENTANTES
	LOJA/VAREJO ONLINE
	DISTRIBUIDORES
	WHATSAPP
	LOJA FÍSICA
	MARKETPLACE / E-COMMERCE
	REDES SOCIAIS
	NÃO ESTOU CONSEGUINDO VENDER

1ª EDIÇÃO	2ª EDIÇÃO	3ª EDIÇÃO	
<b>34%</b>	<b>60%</b>	<b>59%</b>	
<b>25%</b>	<b>30%</b>	<b>47%</b>	▲
<b>24%</b>	<b>31%</b>	<b>38%</b>	
<b>31%</b>	<b>39%</b>	<b>36%</b>	
<b>13%</b>	<b>24%</b>	<b>32%</b>	
<b>14%</b>	<b>12%</b>	<b>22%</b>	
<b>8%</b>	<b>15%</b>	<b>21%</b>	▲
<b>34%</b>	<b>12%</b>	<b>5%</b>	▼

# Suporte financeiro

Em um momento crítico e sem precedentes, a necessidade de crédito para empresas é inevitável. Não somente para a manutenção das atividades e custeio de caixa, mas também para investir em novos canais e manter as vendas ativas.

Cerca de um terço das empresas entrevistadas já solicitaram algum tipo de empréstimo ou crédito. Desse grupo, 88% diz que poderá buscar crédito no futuro. Dentre as empresas que não solicitaram crédito ainda, 70% não pretendem fazê-lo.



# Visão para os próximos 30 dias

Nas ações para os próximos 30 dias podemos identificar uma maior segurança do empresário com relação às suas atividades que pretende em sua maioria diversificar canais e produtos. Reduzir a produção ainda é uma opção para 36% das empresas, e demitir funcionários para 27%. O empresário encontra-se menos pessimista, com redução no número de empresas que pretendem encerrar seus negócios.

## Mudanças estimadas pelas empresas para os próximos 30 dias

1ª EDIÇÃO  
2ª EDIÇÃO  
3ª EDIÇÃO



# Considerações

Com cerca de três meses do início da crise, podemos identificar que as ações efetuadas pelas empresas para resistir ao momento estão com foco no tripé: Organização de Funcionários – Redução de Custos – Diversificação de Canais.

Para os próximos dias, as empresas pretendem principalmente diversificar sua produção e os canais de vendas. Reduzir a produção que era opção para 53% das empresas no início de abril, passou para

apenas 36% e encerrar as atividades já praticamente não é visto mais como uma opção.

A necessidade da quarentena e a redução das atividades econômicas em geral trouxeram uma série de dificuldades, forçando as empresas a realizar ações emergenciais e de contenção. Ainda assim, o empresário focou na reestruturação do negócio, diversificou seus canais de vendas e produtos, resistindo assim a esse momento tão turbulento.



ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA  
DE AUTOMAÇÃO

# Impactos da Pandemia no Cenário Nacional

Junho 2020

[dados@gs1br.org](mailto:dados@gs1br.org)



[@gs1brasil](https://www.instagram.com/gs1brasil)



[@gs1brasil](https://www.facebook.com/gs1brasil)



[@gs1br](https://twitter.com/gs1br)



[GS1 Brasil](https://www.linkedin.com/company/gs1-brasil)

# Ações emergenciais nos últimos 30 dias

Nos últimos 30 dias, as ações emergenciais continuam diversificadas entre as empresas. Com relação aos funcionários, alteração de carga horária, salários e conceder férias, foram as definições mais realizadas nas empresas. Já com as operações em geral, o foco foi em redução de custos com serviços não essenciais, custos fixos como água, luz e telefone e remanejamento de pagamentos.



## Ações nos últimos 30 dias

