



ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA  
DE AUTOMAÇÃO

A Linguagem Global dos Negócios

# Impactos da Pandemia no Cenário Nacional - 2ª Edição

Maio 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 ter mais e melhores dados 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

## Objetivo

É uma sondagem para analisar o comportamento das empresas, diante do cenário atual.

---

## Metodologia:

Pesquisa  
Quantitativa

## Margem de Erro:

10%

## Público:

171 Empresas  
entrevistadas  
(104 na 1ª Edição / 67 na 2ª Edição)

COLETA

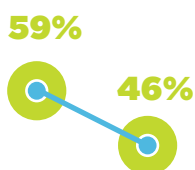
EDIÇÃO	PERÍODO DE CAMPO	MARGEM DE ERRO
1º	06/04 A 15/04	8%
2º	30/05 A 07/05	10%

# Destques

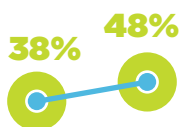
**88%**

afirmam que  
sofreram  
alguma  
redução no  
faturamento  
da empresa

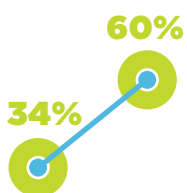
(85% na edição anterior)



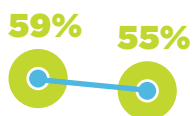
Cai o número  
de empresas que  
pretendem solicitar  
empréstimos



Aumenta o número  
de empresas que  
pretendem diversificar  
os canais de vendas



Cresce a participação  
de representantes  
em canais de vendas



Cai o número de  
empresas que  
pretendem replanejar  
pagamentos

# Impacto financeiro nas empresas - Evolução

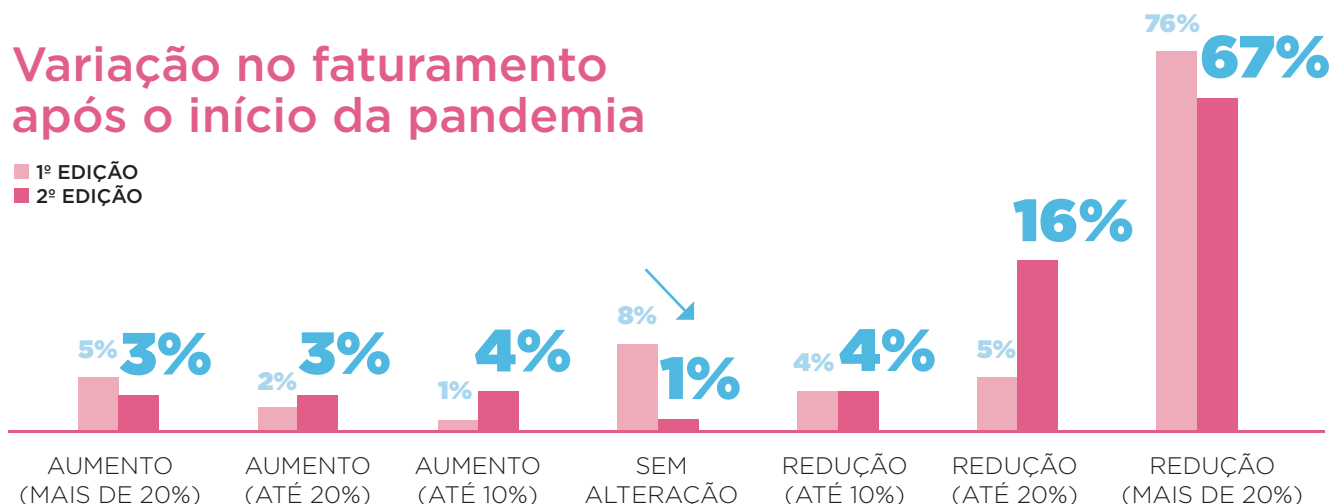


**10%**  
das empresas  
tiveram  
aumento no  
faturamento  
desde o início  
da pandemia

Neste segundo mês de pesquisa, as alterações de resultado para faturamento entre as edições podem ser consideradas flutuações dentro das categorias de aumento ou redução de faturamento. O que fica mais evidente é que 99% das empresas estão sofrendo algum impacto, seja ele positivo ou negativo, pois o número de respostas “sem alterações” caiu de 8% para 1%.

## Variação no faturamento após o início da pandemia

■ 1ª EDIÇÃO  
■ 2ª EDIÇÃO



# Impacto operacional - evolução

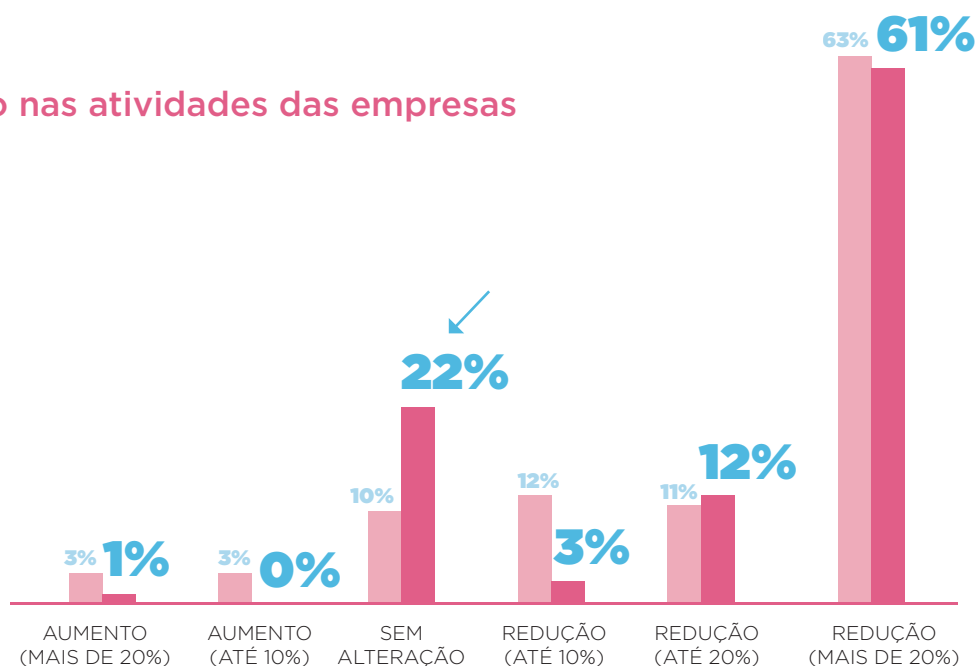
Considerando as atividades da empresa em geral, podemos notar que após o impacto inicial, onde 90% das empresas tiveram algum tipo de alteração imediata, neste segundo momento, 22% já afirmam que suas atividades não tiveram alterações nos últimos 30 dias. Ainda assim, o número de pedidos reduziu para 87% das empresas, resultado superior ao obtido na 1ª edição (83%).

## Varição nos pedidos das empresa

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

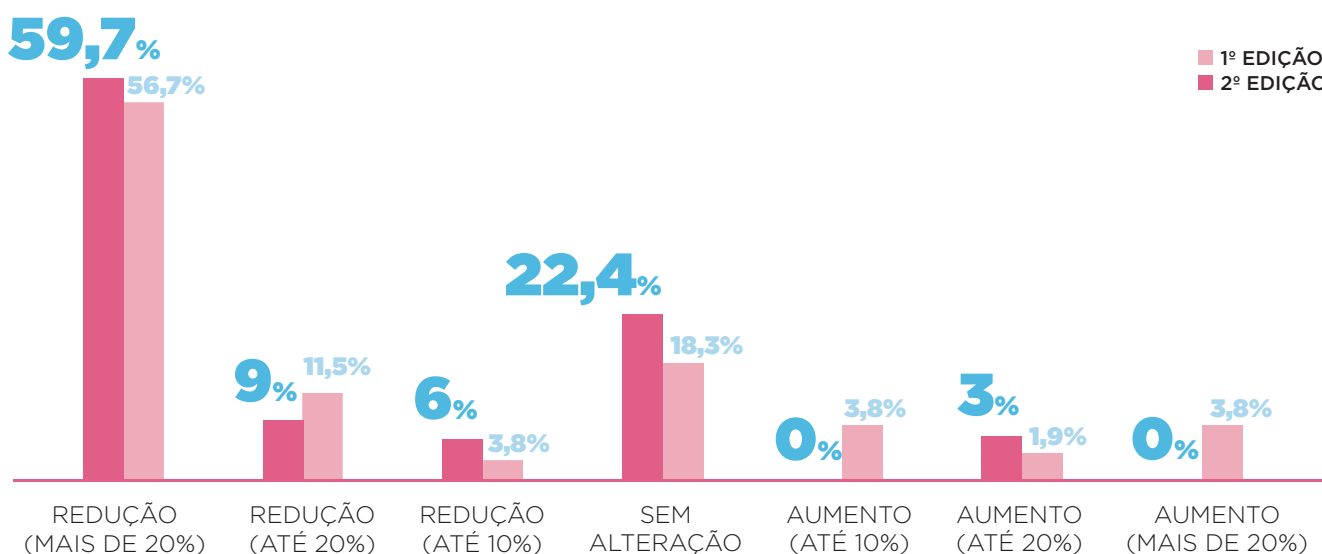
## Varição nas atividades das empresas

■ 1º EDIÇÃO  
■ 2º EDIÇÃO



# Impacto logística das empresas - evolução

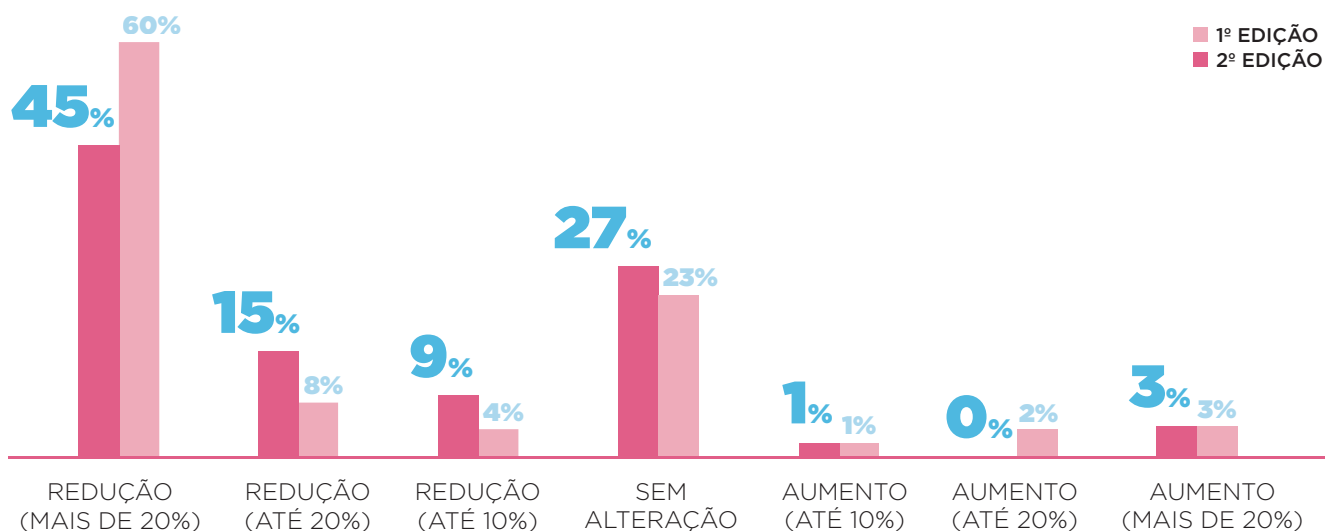
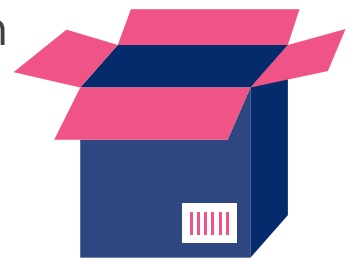
Ao compararmos as duas edições para o setor logístico, percebemos que não houveram grandes alterações no tipo de impacto sofrido pelas empresas, continuando com uma boa parte delas (22,4%) não tendo percebido qualquer alteração na logística desde o início do isolamento social.



# Outros impactos - evolução

Com relação ao acesso à matéria-prima, houve uma redução significativa de empresas que tinham tido uma redução maior que 20% (de 60% na 1ª edição para 45% na 2ª edição), sendo distribuídos entre reduções abaixo de 20% e a ausência de alterações na obtenção de materiais.

Em parte, isso pode ser decorrente de um processo de “acomodação” com a nova situação de mercado, tendo passado o primeiro choque da nova realidade.



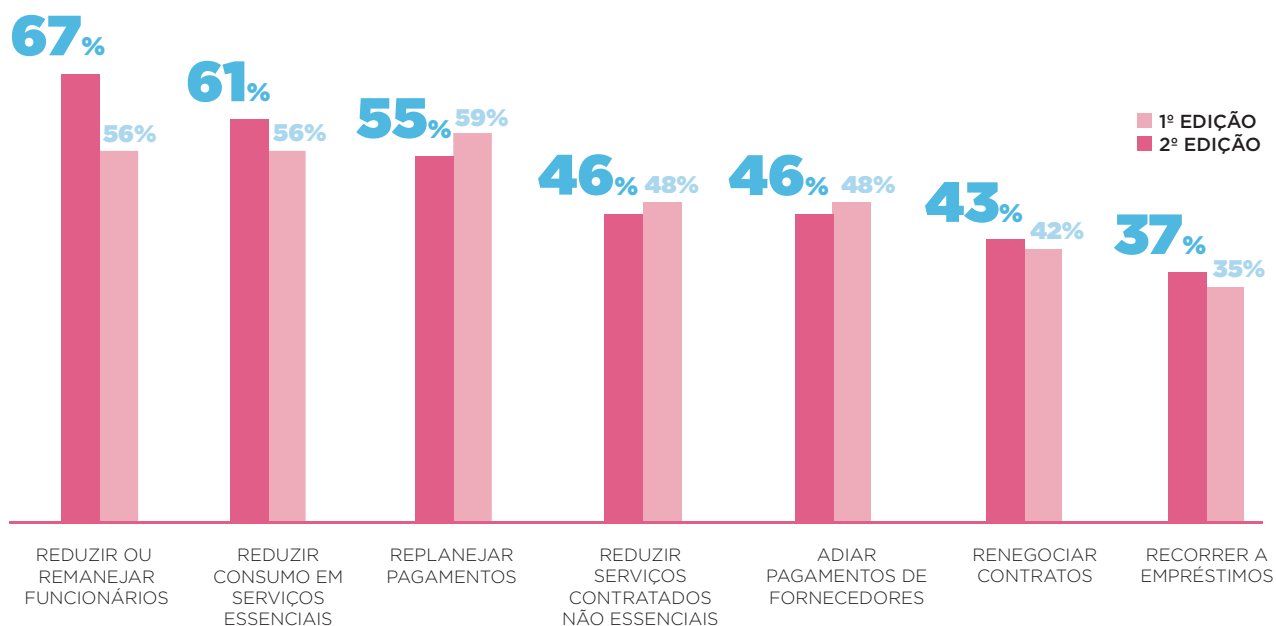


# Ações emergenciais nos últimos 30 dias - evolução

As ações emergenciais dos últimos 30 dias continuam diversificadas nas empresas.

A redução ou remanejamento de funcionários e redução ou economia em serviços essenciais têm sido as ações mais adotadas.

Houve redução no número de empresas que pretendem reduzir serviços ou adiar o pagamento de fornecedores.



# Como as vendas acontecem - evolução

Nesta edição, caiu para **12%** o total de empresas afirmando não estar conseguindo vender seus produtos.  
(Na edição anterior era 34%)



A diversificação de canais tem sido uma alternativa para as empresas.

O uso de representantes de vendas quase dobrou, sendo utilizado por 60% dos entrevistados.

Também podemos notar que com exceção de marketplace e varejo online, a adoção para todos os outros canais cresceram.

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

	1º EDIÇÃO	2º EDIÇÃO	
 REPRESENTANTES	<b>34%</b>	<b>60%</b>	▲
 WHATSAPP	<b>31%</b>	<b>39%</b>	▲
 DISTRIBUIDORES	<b>24%</b>	<b>31%</b>	▲
 LOJA/VAREJO ONLINE	<b>25%</b>	<b>30%</b>	▲
 LOJA FÍSICA	<b>13%</b>	<b>24%</b>	▲
 REDES SOCIAIS	<b>8%</b>	<b>15%</b>	▲
 MARKETPLACE / E-COMMERCE	<b>14%</b>	<b>12%</b>	

# A busca por alternativas

Das empresas entrevistadas, 34% já solicitaram algum tipo de empréstimo ou crédito e pretendem solicitar novamente. Esse número se mantém o mesmo da edição anterior do estudo. No entanto, o número de pessoas que pretendem fazer um empréstimo reduziu de 59% para 46%.

Os empréstimos em sua maior parte estão concentrados no grupo que já solicitou empréstimo anteriormente.



# Visão para os próximos 30 dias

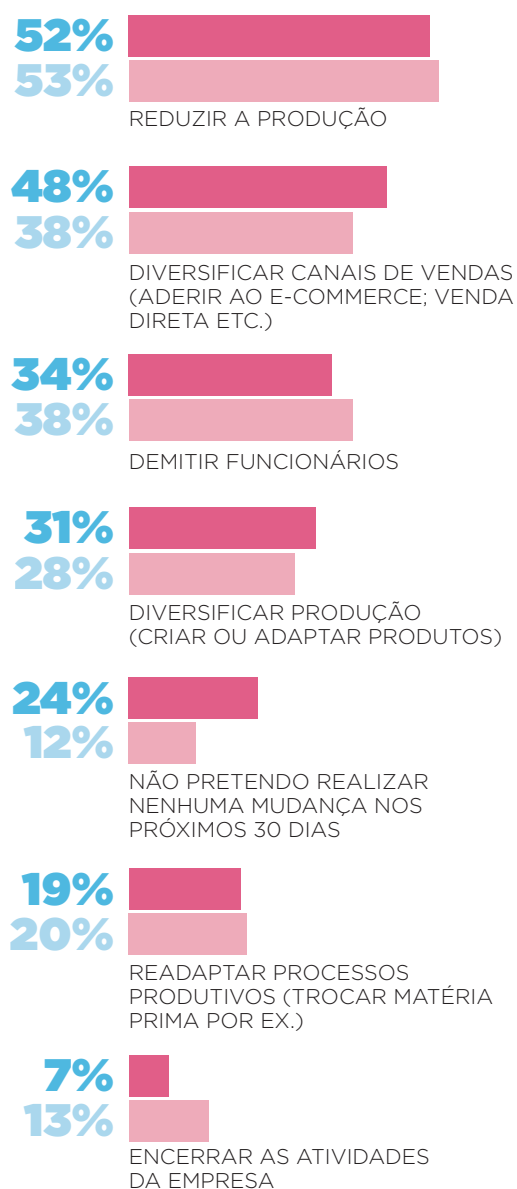
As ações futuras das empresas tiveram mudanças consideráveis entre as duas edições. O empresário encontra-se menos pessimista, com redução de 13% para 7% no número de empresas que pretendem encerrar seus negócios.

A possibilidade de demitir funcionários também caiu de 38% para 34%.

24% das empresas não pretendem realizar nenhuma mudança e 48% pretendem diversificar canais.

## Mudanças estimadas pelas empresas para os próximos 30 dias

■ 1ª EDIÇÃO  
■ 2ª EDIÇÃO



# Considerações

Passado o primeiro choque com a situação sem precedentes do Covid-19, muitas empresas começam a se ajustar e identificar com mais clareza as ações necessárias para a continuidade das suas operações.

Todas as empresas, sem exceção, sofreram algum impacto e tiveram que modificar a forma de trabalhar, principalmente com relação a seus funcionários e na reorganização das atividades.

Cerca de 20% das empresas não tiveram ações extraordinárias com relação aos seus funcionários, mas 34% ainda afirmam ter de reduzir pessoal nos próximos 30 dias. Outras empresas que tiveram alguma ação focaram na redução de carga horária e férias para parte do pessoal.

Nos próximos 30 dias, metade das empresas pretendem reduzir sua produção e diversificar seus canais de vendas.





ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA  
DE AUTOMAÇÃO

# Impactos da Pandemia no Cenário Nacional

Maio 2020

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



@gs1brasil



@gs1brasil



@gs1br



GS1 Brasil