**O POSICIONAMENTO DA SUA EMPRESA PARA PASSAR PELA CRISE**

Ainda não há um momento para dizer quando ocorrerá a retomada do crescimento para a economia e com isso a alavancagem das empresas. O que pode ser analisado, é que, os diferentes setores empresariais demonstram uma recuperação diferenciada, sendo que, as prioridades de consumo e investimento da sociedade mudaram, imputando sobre os ombros das empresas a capacidade de adaptação ao novo mercado.

***CRISE***

**Todas as empresas possuem suas forças e fraquezas particulares e apresentam respostas diferentes paras as seguintes questões:**

1. **Como a crise está afetando o mercado na qual a empresa compete?**
2. **Qual o posicionamento estratégico da empresa dentro do mercado em que atua?**
3. **Qual o nível de reservas financeiras a empresa possui para atravessar a crise?**
4. **Qual o poder de adaptação da empresa às mudanças do perfil consumidor?**

A análise e repostas das perguntas vão indicar os movimentos que a sua empresa pode executar em uma realidade tão complexa, levando a construção de direcionadores para lastrear a formulação de um plano de ação específico para o seu negócio.

Para a implantação do seu plano de ação, serão necessárias ferramentas de gestão, que a empresa poderá buscar em construção de indicadores, montagem de um plano estratégico, desenvolvimento e/ou aprimoramento do sistema de informações gerenciais, utilização do BSC, utilização de PDCA, entre várias outras ferramentas, sempre observando:

1. **Reduzir custos e investimentos –** Promovendo o melhor desempenho das atividades, gerenciando os controles e consumo;
2. **Aumentar receitas e margens –** Aumentar o foco na força de vendas e trabalhar melhor a margem de cada um de seus produtos e/ou serviços;
3. **Realocar recursos para as suas atividades –** Trabalhar a estruturação da empresa, fortalecer a organização, fidelizar os clientes alvos, cumprir os prazos, realinhar as suas estratégias;
4. **Estruturar movimentos arrojados –** Buscar oportunidades e parcerias no mercado.

**Mudanças do mercado**

A retomada do consumo após a crise da pandemia do Covid-19 terá diferentes comportamentos nas demandas em distintos setores, segundo um trabalho de pesquisa realizado pela *Bain & Company*.

|  |  |
| --- | --- |
| **Disparou****E deve se manter em alta no longo prazo** | **Ensino a distância** |
| **Telemedicina** |
| **Nutrição e Saúde** |
| **Entretenimento Online** |
| **Plano de saúde e seguro de vida** |
| **Ferramentas para trabalho remoto** |
|  |  |
| **Disparou****Mas deve se estabilizar no longo prazo** | **Alimentação** |
| **Produtos de limpeza** |
| **Internet, banda larga e telefonia** |
| **Produtos de preservação (álcool gel, máscaras)** |
|  |  |
| **Despencou****Mas pode ter pico em seguida** | **Eletrodomésticos** |
| **Produtos de beleza** |
| **Roupas, sapatos e acessórios** |
| **Serviços de beleza (cabeleireiro)** |
|  |  |
| **Despencou****E deve ter recuperação lenta** | **Academia de ginástica** |
| **Eventos** |
| **Cinemas e teatro** |
| **Hotéis** |
| **Viagem e turismo** |
| **Restaurantes** |

 **Fonte:** Bain & Company

**Antecipando ao próximo estágio da crise**

Com o avanço da pandemia do Covid-19 e após ela passar, teremos uma onda de disrupção em nossa economia, fazendo com que as pessoas e as empresas repensem seus comportamentos de consumo, trazendo desafios associados que não estamos acostumados a lidar, sendo necessário buscar um modelo administrativo para a empresa que se ajuste ao extremo nível de incerteza enfrentado atualmente.

**A queda acentuada na renda, devido ao desemprego e a reclusão de medidas adotadas para a preservação da saúde biológica vão gerar graves problemas na saúde financeira das empresas, causando consequências econômicas extensas que levarão um grande período de tempo para serem superadas, podendo serem amenizadas pela utilização de duas alternativas práticas:**

1. **Planejamento antecipado –** adiantar-se aos movimentos do mercado;
2. **Trabalhar em vários horizontes –** estabelecer vários cenários para a empresa no futuro, estipular metas conforme cada cenário e definir os gatilhos que disparam ações nos momentos mais adequados.

Mesmo tendo altos níveis de incerteza é necessário a empresa operar com planejamento e em alta velocidade, buscando adequar-se as oportunidades do mercado e reestruturando as suas finanças para poder encarar da melhor forma possível a saída da crise. Óbvio que não irá acertar 100%, mas com o tempo e agilizando suas decisões baseado no maior número de informações possíveis, poderá refinar seu plano de ação, evoluindo para respostas mais sofisticadas.

**Vitor Paulo Maesta**

Consultor/Contador