



Luís Lobão
Professor da HSM e Consultor
Fotografias D.R.

Uma nova realidade econômica e empresarial está em curso

Está ocorrendo uma extinção em massa de empresas, que foi brutalmente acelerada pela Covid-19, neste exato momento muitos novos tipos de empresas estão se preparando para substituí-las. As empresas devem se adaptar para fazer o melhor uso dos recursos disponíveis e até então subutilizados. Devem se ajustar às futuras mudanças criando “sistemas com peças intercambiáveis”, como uma caixa de Lego. A falta de compreensão de como adaptar seus processos às novas tecnologias e recursos levará a um desastre corporativo. As empresas que ainda não participam da transformação digital devem reinventar a maneira como fazem negócios.

Agora parece óbvio que as empresas tradicionais sem qualquer vocação ou esforço digital sucumbirão diante de modelos de negócio em plataforma, que ligam a indústria e serviços ao consumidor final, tudo a partir de um click. A crise desencadeada pelo coronavírus é uma crise sem precedentes, sem previsibilidade, sem fronteiras! Disseminada em mais de 180 países em menos de 3 meses! Com reflexos humanitários, sociais, econômicos e culturais. O impacto ainda é incalculável em todas as dimensões dos negócios. Ruptura na cadeia de suprimentos e uma grande crise econômica que trazem desafios inusitados para governos, empresas e milhões de pessoas impactadas em todo o mundo.

Quem ainda não estava pronto para se transformar digitalmente está se vendo obrigado a fazer isto à força (e às pressas). Uma das consequências da pandemia é a necessidade de empresas contarem com soluções on-line para manter seus negócios em andamento. Até pouco tempo

atrás, o home office era descartado por uma série de empresas, e agora se destaca com a alternativa mais segura e eficiente. Em poucas semanas a telemedicina despontou como modelo fundamental de assistência à saúde, as videoconferências como solução de estudos e o e-commerce para a garantia de mantimentos sem sair de casa. Ou seja, a transformação digital, passou rapidamente de um “tema de discussão” para um “tema de ação”!

A quarentena, que visa evitar que a Covid-19 se espalhe, interrompe grande parte do comércio, paralisa a economia e precipita o que aparentemente será uma grande recessão. Por isso, esse é o momento ideal para você voltar os olhos para os processos internos da sua empresa e entender como pode aproveitar e otimizar os recursos que já tem dentro de casa.

Podemos afirmar que a maioria das organizações ao redor do mundo não estavam preparadas para navegar por este período de incertezas. E o que aconteceu nas últimas semanas? Estamos observando uma grande mudança no perfil de consumo: ini-

cialmente consumidores comprando e estocando produtos além de suas necessidades (gerando ruptura no abastecimento e algum pânico). A segunda observação, é que está havendo uma mudança drástica do seu wallet share (gasto do seu orçamento ou compras), dando foco em produtos de primeira necessidade (alimentação, farmácia e serviços básicos), em detrimento ao seu perfil de consumo habitual. Por fim, um aumento significativo de compras por canais on-line e delivery (já podemos observar um crescimento significativo em alguns setores), hábito que poderá ser adquirido pelos consumidores depois da crise.

O consumo de produtos para bem-estar e a valorização do tempo como bem precioso também farão com que e-commerce e vendas on-line em geral tenham o seu grande momento de consolidação, nesse sentido, o resto do mundo em geral está bem mais a frente e já tem o e-commerce como serviço estabelecido. A realidade é que a mudança não tem volta! Para que empresas e marcas sobrevivam, o canal online terá de ser uma realidade para os negó-



cios, definitivamente a transformação digital será forçada. Empresas que não ofereciam opção de contato ou compra remota (e-commerce / delivery) viram nesta modalidade a única saída para manutenção dos negócios neste momento.

Compreender o impacto da conveniência e o comportamento de consumo remoto recorrente para o consumidor, contudo, é algo que irá além das prateleiras virtuais e das soluções pontuais para passarmos por estes meses turbulentos. Teremos como consequência um novo modelo de varejo, e o canal tradicional terá obrigatoriamente a se reinventar, caso contrário fará parte da lista de empresas que ruíram durante a crise do Covid-19.

O consumidor digital incorporou em

O consumo de produtos para bem-estar e a valorização do tempo como bem precioso também farão com que e-commerce e vendas online em geral tenham o seu grande momento de consolidação, nesse sentido, o resto do mundo em geral está bem mais a frente e já tem o e-commerce como serviço estabelecido. A realidade é que a mudança não tem volta!

suas expectativas de decisão de compra questões catalisadas pelas ferramentas digitais, como instantaneidade, redução de burocracia, quebra de barreiras geográficas, autonomia, transparência, entre outros. Nasce aqui o verdadeiro consumidor empoderado.

Portanto, neste momento, recomendo que dentre um corte de despesa

e outro, consiga um tempo para repensar seu modelo de negócio, para investir parte do pouco que resta no caixa em ações reais de transformação, na certeza de que em breve teremos encontrado uma solução para esta crise e que alguém vai liderar a retomada em seu mercado.

*Artigo escrito em Português do Brasil