

eBook

CENÁRIO MERCADOLÓGICO PÓS-PANDEMIA

O que enfrentaremos quando tudo isso acabar?



SU MÁRIO

Introdução	03
O contexto da economia brasileira até aqui	05
Uma oportunidade para abraçar a transformação digital	08
Flexibilidade é tendência para novos métodos de trabalho	11
O comportamento do cliente no futuro pós-pandemia	15
Planejamento estratégico é só a longo prazo?	18
Compliance é segredo para seguir novas regras fiscais	21
Aplicação da LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados)	24
Comunicação deve acompanhar mudanças	28
Conclusão	31

INTRODUÇÃO

Não há como negar a complexidade do cenário de COVID-19 no Brasil. Apesar dos inúmeros exemplos práticos em outros países que hoje experimentam uma reabertura econômica mais concisa, ainda é difícil apontar com segurança quando nosso país deixará de sofrer com o impacto do vírus no âmbito empresarial.

No entanto, uma coisa é certa: tudo isso vai passar. Gradualmente, informações sobre o *modus operandi* do coronavírus vão surgindo, e a possibilidade de soluções encontradas surtirem um efeito abrangente é cada vez maior.





Enquanto autoridades médicas trabalham dia e noite sob um mesmo objetivo, fica em pauta a perspectiva das empresas quanto ao [futuro pós-pandemia](#).

Quais serão as reais consequências desse período de isolamento? Antes de estabelecermos parâmetros verossímeis, é imprescindível entender a realidade atual. Nossas ações atuais refletirão diretamente na normalização das atividades, bem como o sucesso dos negócios como um todo.

Pensando em uma maior contribuição para o assunto, preparamos este eBook completo sobre o tema. Boa leitura!

A photograph of a business meeting in a modern office. Two people are seated at a desk. The person on the left is gesturing with their right hand while holding a pen. The person on the right is holding a pen over a document. In the background, a laptop displays various charts, including a bar chart, a pie chart, and a line graph. The scene is brightly lit, suggesting a window with natural light.

O CONTEXTO DA ECONOMIA BRASILEIRA ATÉ AQUI

Com a adoção da quarentena temporária como método mais eficaz para evitar aglomerações e achatar a curva de contágio, grande parte dos estados nacionais optou por interromper atividades presenciais de trabalho.

Em decorrência disso, buscou-se por saídas ágeis e capazes de corresponder às exigências da saúde pública sem constatar uma queda brusca na produtividade e conseqüentemente, no fluxo de caixa das empresas.

Os desafios são diversos, expondo a importância e [criatividade do gestor](#) em procurar por opções cabíveis e em plena sintonia com o imediatismo que se espera em momentos de crise.





Como era de se esperar, medidas governamentais surgiram para auxiliar o empresariado, desde a [postergação do pagamento de impostos à oportunidade de se recuperar créditos tributários.](#)

Novos calendários fiscais também foram contemplados. Há de se destacar o impacto mundial da pandemia, o Brasil, assim como o mundo, se encontra entregue às sequelas de uma das maiores crises sanitárias que a humanidade já viu.

Business Strategy

Innovation
Branding
Solution
Marketing
Analysis
Sales
Success
Management

UMA OPORTUNIDADE PARA ABRAÇAR A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL



Até as mudanças radicais provocadas pelos primeiros casos de coronavírus no país, uma das discussões mais recorrentes no quadro empresarial brasileiro repousava na [transformação digital](#) como uma nova filosofia operacional.

Evidentemente, o termo em si é amplo e oferece um leque de possibilidades para se transformar a cultura organizacional de uma empresa.

Os motivos para uma transição forçada à implementação tecnológica não foram os melhores, mas escancararam a urgência da questão: renegar os benefícios desse fenômeno moderno é uma opção inviável para qualquer gestor que priorize a saúde interna de sua organização.

Essas revisões processuais de caráter obrigatório, dada a justificativa emergencial, servem como base para uma mudança contundente na mentalidade dos executivos.

Se a tecnologia contribuiu para a estabilidade nas operações trabalhistas em meio ao caos generalizado, como a mesma poderá ajudar quando tudo voltar à normalidade? Por isso, é imprescindível que o gestor fundamente seu planejamento estratégico sob a segurança que pilares tecnológicos proporcionam.

As respostas serão mais rápidas, simples e assertivas.





**FLEXIBILIDADE É TENDÊNCIA PARA
NOVOS MÉTODOS DE TRABALHO**

A consolidação do [home office](#) como meio de trabalho durante a pandemia ilustra um dos maiores braços da transformação digital.

É seguro afirmar que o trabalho remoto só é uma possibilidade factível pela presença tecnológica, e isso não deve ser encarado como algo negativo.

Horários flexibilizados, estímulos de produtividade, comunicação interna facilitada pelo uso de aplicativos e programas digitais, são componentes de sucesso para se manter a estrutura de uma empresa e não ceder ao distanciamento literal.





Ao contrário do que muitos defendiam, a tecnologia não chegou para afastar as pessoas, mas sim aproximá-las, utilizando principalmente de seus artifícios técnicos.

Durante a reclusão, esse fator tornou-se um trunfo para várias companhias, independente de porte ou segmento.

Relacionando o tópico para os próximos meses, mesmo com a provável [retomada econômica](#) e a normalização das atividades, o home office não deve deixar de habitar o vocabulário das empresas.

O efeito é justamente reverso. Segundo [dados levantados pela Fundação Getúlio Vargas \(FGV\)](#), após a pandemia, estima-se um crescimento de 30% da modalidade no país.

Para os que planejam acompanhar essa tendência, o suporte de plataformas automatizadas volta à pauta na forma de agentes conciliadores.

Isto é, com eles, é possível construir bases de dados, sistemas de análises preditivas, fluxos de informações fiscais, entre outros requisitos mínimos para a preservação da funcionalidade geral.



A woman with dark hair tied back, wearing a dark blue shirt with white polka dots, is sitting at a desk. She is looking towards the right side of the frame with a pleasant smile. In front of her is a silver laptop. The background shows a window with light blue curtains, suggesting a bright, airy office environment. A teal-colored banner with white text is overlaid on the lower half of the image.

O COMPORTAMENTO DO CLIENTE NO FUTURO PÓS-PANDEMIA



Igualmente inseridos no contexto de isolamento social, o público consumidor teve de adaptar-se a um mercado limitado e quase que totalmente entregue à comunicação digital. Com isso, foi possível identificar uma mudança natural na percepção de quem possui o poder de compra.

O nível de exigência e atenção direcionada para o atendimento e comportamento das marcas com seus respectivos clientes expôs a importância de se pensar na tecnologia como método de se instalar uma comunicação humanizada.

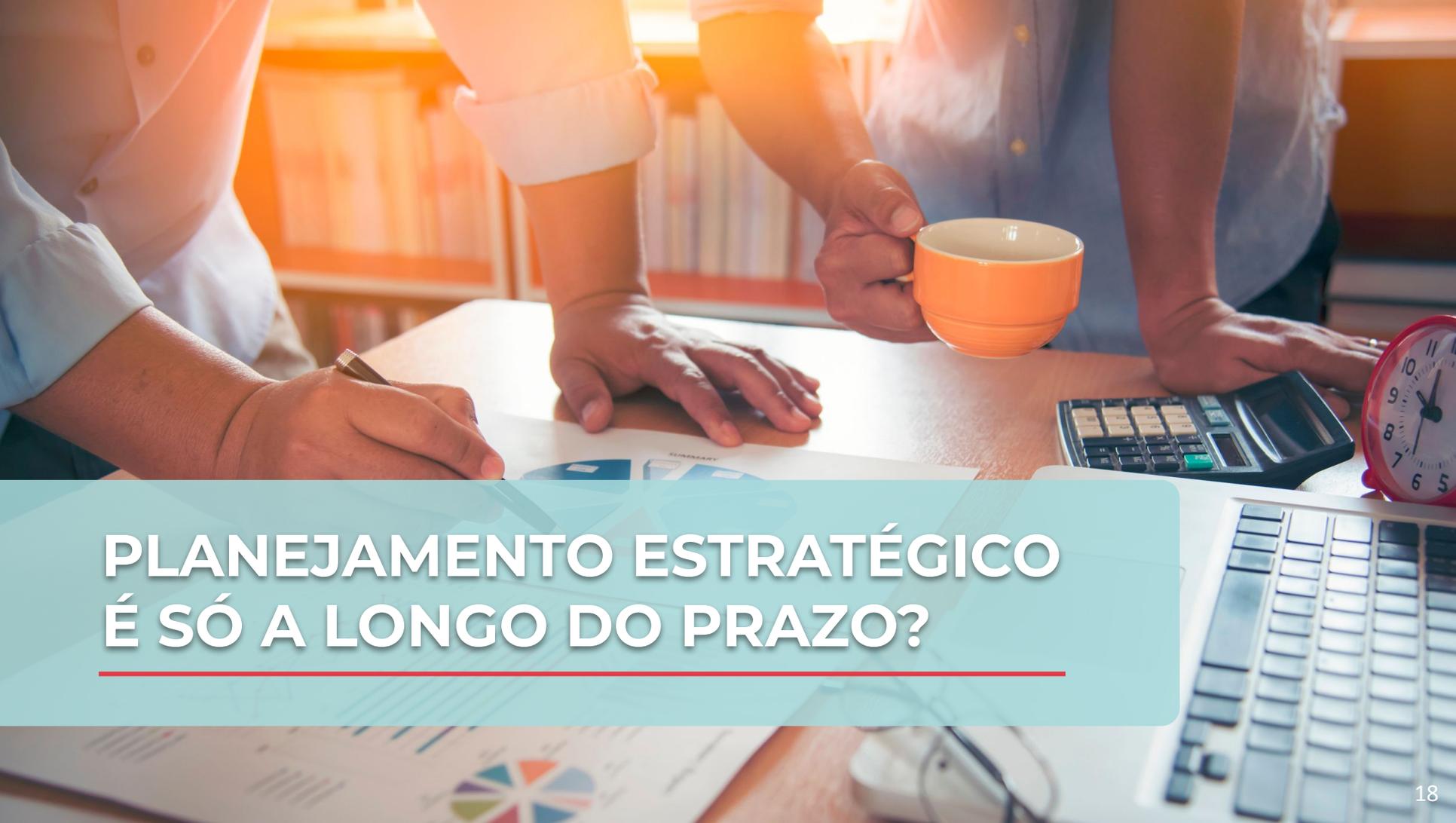
Não basta oferecer um produto de qualidade ou um serviço inovador.

A experiência, além de individualizada, deve sustentar um verdadeiro relacionamento entre empresa e cliente, no qual interesses mútuos são contemplados de forma honesta e enriquecedora.

Aos habituados com o conceito de Customer Experience, essa noção permanece igual, mas afetada pela subjetividade de um momento atípico.

Querendo ou não, o coronavírus mudou a forma como o público enxerga as empresas, cabendo a elas, a missão de corresponder às expectativas que serão depositadas em um futuro próximo.



A photograph of a business meeting. Several people are gathered around a table, looking at documents. One person is holding a pen over a document with a pie chart. Another person is holding a yellow mug. A calculator and a red alarm clock are on the table. The background is a bookshelf. The text 'PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO É SÓ A LONGO DO PRAZO?' is overlaid on a teal banner at the bottom.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO É SÓ A LONGO DO PRAZO?



A criação de um planejamento estratégico preciso tem sido tema de debate quando se discute a retomada da economia. Claro, é impossível desconectar uma coisa da outra.

O grande diferencial é: aquela velha noção de que planos estratégicos são feitos para entregar resultados a longo prazo ainda perdura na mente do empresário brasileiro? Seria simples responder essa indagação com a justificativa do COVID-19, afinal, a pandemia acometeu o mundo inteiro de surpresa. Porém, o exemplo atual é apenas um ponto de partida para uma reflexão mais ampla.

Daqui em diante, não podemos mais apoiar o futuro de um negócio em um planejamento de pouca reatividade, em outras palavras, é necessário pensar em um modelo operacional capaz de responder ao dinamismo do mundo externo.

Quantas empresas estão centralizando suas ações para suportar os problemas atuais, mas quando levantam os olhos para o futuro, não sabem ao certo como se comportarão? É necessário dividir os motivos por trás disso com a nebulosidade do vírus, mas também é função do gestor se preparar nesse sentido, disponibilizando de ferramentas que fomentem um terreno propício à adaptação como cerne primordial.





COMPLIANCE É SEGREDO PARA SEGUIR NOVAS REGRAS FISCAIS

As consequências dessa pandemia para um quadro [fiscal](#) historicamente complicado são numerosas e extremamente desafiadoras.

Se hoje, a [noção de Compliance](#) pode ter sido deixada de lado por conta do problema maior, ela será de uma importância imensurável quando tudo isso ficar para trás.

Os que já conduzem atividades dentro de normas atualizadas e de acordo com a legislação vigente, colhem frutos positivos em meio à fragilidade dos dias de hoje.





Aos que ainda postergam uma cultura interna alinhada com preceitos básicos de segurança fiscal, a oportunidade para mudar esse cenário nunca foi tão contundente.

Questões de ordem trabalhista, alterações no calendário fiscal e novas obrigações legais, são alguns dos exemplos práticos que exigem uma atenção redobrada por parte dos gestores.

Uma governança de TI consolidada, com um ambiente informacional bem estruturado, pode realizar parte dessa tarefa árdua sob a confiança de sistemas cuja possibilidade de falhas críticas ocorrerem é mínima.



APLICAÇÃO DA LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados)

A [Lei Geral de Proteção dos Dados](#), ou LGPD, certamente voltará ao debate público.

Transparência, consentimento e segurança são pilares que ditarão o rumo fiscal do país, e ficar fora dessa equação, para empresas, é o mesmo que colocar em risco a saúde financeira e o andamento do negócio em uma época onde a recuperação econômica do coronavírus estará em seus primeiros passos. Ou seja, não é de longe uma opção aconselhável.

Com isso, a pergunta que todo gestor deve elaborar é: minha empresa lida com dados de forma responsável e segura?





Se a resposta for negativa ou pender para a dúvida, o motivo é suficiente para se buscar por meios de mudar essa situação.

Existem [softwares e soluções no mercado](#) voltadas para a criação de um banco de informações integradas e sujeitas à análise de programas inteligentes.

Movimentações de dados sustentadas manualmente foram benéficas em outros tempos, mas hoje, oferecem um espaço propício a erros prejudiciais.

A LGPD chegará para regulamentar esses procedimentos e qualquer falha processual pode significar a aplicação de punições severas.

Quanto antes a empresa se preparar nesse sentido, menor será a dificuldade de estruturar um ambiente informacional seguro e assertivo.





**COMUNICAÇÃO DEVE
ACOMPANHAR MUDANÇAS**



O setor da comunicação das empresas, interna e externa, pode ter sido um dos mais afetados pela pandemia. Evidentemente, é indispensável acompanhar o sentimento compartilhado pela população, pois ele reflete diretamente na forma como os consumidores irão se comportar.

A figura de liderança carrega em si uma responsabilidade determinante para a produtividade e o engajamento das equipes, e sua atuação junto aos profissionais não deve cessar com o fim do período de distanciamento social.

A redenção econômica de uma organização não é conquista de uma única pessoa, pelo contrário, é sinal cristalino de que os esforços compartilhados por todos deram resultado.

É sempre difícil retirar aprendizados de problemas tão profundos e significativos. Mas pontos de melhoria não são meros sinalizadores do que está errado, servem de referência para um crescimento bem-vindo.

A criação de uma frente de soluções online e linguagens adequadas ao ambiente digital fundamenta um compromisso das marcas de retirar algo de positivo no contato com o consumidor, facilitando a criação de uma relação frutífera.

Apostar no trivial é se manter em uma zona de conforto na qual pouco pode-se aspirar em termos de angariação de novos públicos e até a fidelização de clientes.





CONCLUSÃO

Com toda a complexidade e os obstáculos impostos pelo coronavírus às empresas, é justamente na compreensão do que se passa no quadro atual que o gestor poderá encontrar respostas de um futuro cada vez mais próximo.

Devemos centralizar nossas esperanças no sentimento de que tudo isso vai passar.

Não se trata de um otimismo infundado, mas da convicção de que toda crise pode ser superada.





A economia do Brasil será reconstruída gradativamente, e para as empresas, ficará o exemplo de um período desafiador. Modelos de trabalho foram repensados e os profissionais, figuras indispensáveis em qualquer organização, exerceram suas funções sob o véu de uma nova realidade tecnológica.

É impossível refutar os prejuízos econômicos do momento que vivemos, obviamente, todos teremos um tempo para absorver os resquícios de uma etapa histórica que impactou o planeta em sua grande maioria. Ninguém está sozinho nessa jornada.

O primeiro passo é se informar quanto a métodos de se evoluir e superar os problemas originados pelo coronavírus.

Mais do que nunca, a transformação digital passará a habitar um campo amplo de abrangência nas operações e nos processos internos, ditando um futuro de grandes expectativas para a [consolidação da máquina](#) como facilitador do potencial humano.





As pessoas já perceberam os benefícios do conforto proporcionado pela tecnologia, deixando para trás qualquer tipo de resistência com a adoção de práticas inovadoras. As empresas, por outro lado, devem assumir essa responsabilidade.

Conte com a [b2finance](#) para acelerar a Transformação Digital no seu negócio.

Obrigado pela leitura e até a próxima!



Fundada em 1994, a **b2finance** é uma empresa especializada em serviços de outsourcing contábil, fiscal, financeiro e processamento de folha de pagamentos, com tecnologia **SAP** acoplada.

Somos associados à **Kreston International**, 12ª maior empresa independente de Consultoria e Auditoria do mundo. Através da Kreston, somos “*Member of Forum of Firms*”, o que garante aos nossos clientes um padrão de qualidade internacional.

Somos também **parceiros da SAP**, líder mundial em software de gestão empresarial, oferecendo soluções **SAP Business One** para empresas que desejam crescer de forma estruturada.

Fazemos parte da **B1Alliance**, associação de parceiros verticais da SAP, que ativa todo o ecossistema SSP e OPEN ECOSYSTEM de forma global.

Fale conosco