

# BOLETIM ESPECIAL XI TURISMO X CORONA VÍRUS



Nas últimas décadas o mundo passou por transformações sociais, econômicas, culturais, ambientais e tecnológicas, e com isso as comunidades se encontram inseridas numa realidade cada vez mais digital, dinâmica e veloz. No início da década de 90 ocorreu uma revolução silenciosa na qual o mundo digital entrou em cena provocando mudanças: ampliação do consumo de computadores individuais e plataformas de streaming como Netflix, Amazon Prime, Globlo Play, que ganharam espaço nos últimos anos; a expansão da telefonia celular e acesso à internet móvel esse resultou na troca de informações em tempo real por meio de mídias diversas e não convencionais; explosão das comunicações em nível individual, ampliada e praticamente sem limites ou barreiras, mudaram nossa forma de adquirir, vender e trocar mercadorias e serviços (RAMOS, 2018).

Nos três últimos meses as mudanças se intensificaram em função da pandemia da Covid-19. Desde o início da pandemia nossa rotina foi alterada, a princípio pelas medidas de isolamento social, que impôs novas formas de interação social e de trabalho. Grandes empresas tiveram que liberar seus funcionários para trabalharem em casa de forma remota, mesmo sem treinamento adequado, e o resultado tem sido positivo, é o que revela pesquisa da ISE Business School. De acordo com a referida pesquisa 80% dos gestores de empresas no país aprovam o Home Office. Também de acordo com a pesquisa 60% dos respondentes afirmaram que o Home Office ajudou a melhorar sua eficiência e consequentemente sua produtividade.

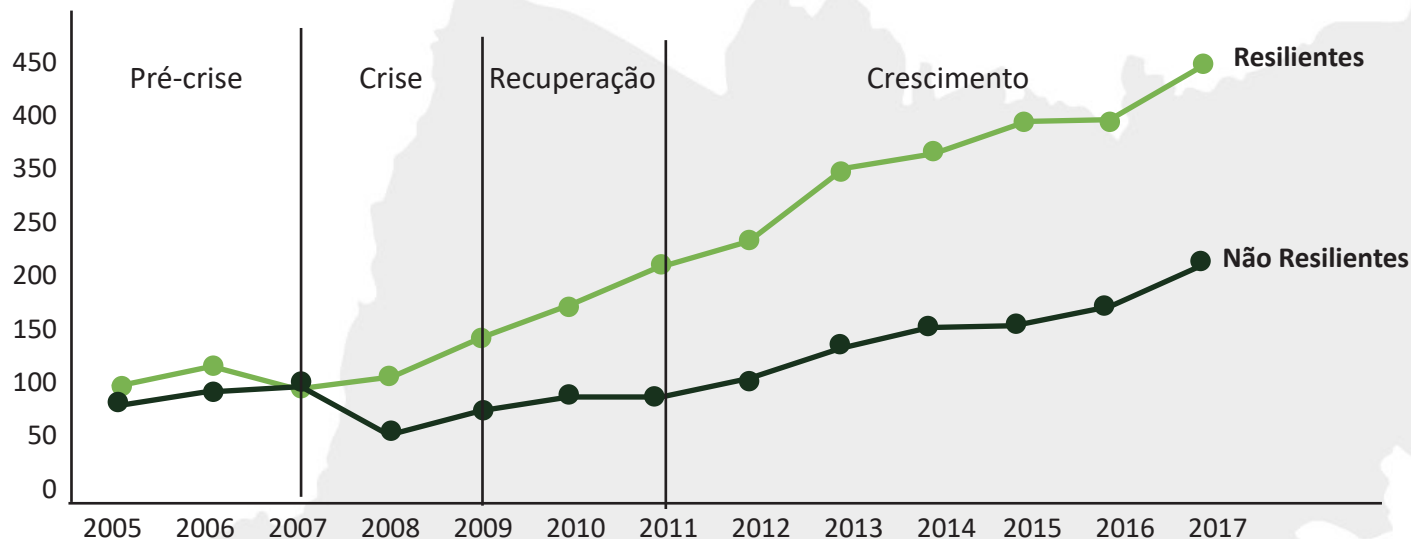
Um levantamento feito em maio de 2020, com 38 empresas goianas pelo Instituto Gyntec Academy, em parceria com a Associação das Empresas de Tecnologia da Informação de Goiás (Assespro-GO) e Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro (Softex), com apoio do Fórum Aliança pela Inovação aponta que 60,5% das empresas no estado de Goiás buscaram adaptar seus serviços e processos em meio a pandemia. De acordo com as empresas ouvidas, 55,3% demitiram os funcionários durante a pandemia. Por outro lado, de 44,7% das empresas que contrataram ou mantiveram a quantidade de funcionários na empresa, quase metade tem alguma relação com a tecnologia. Segundo o vice-presidente do Conselho Temático de Desenvolvimento Tecnológico e Inovação (CDTI) da Fieg e co-funder do Instituto Gyntec Academy, Marcos Bernardo, a pesquisa aponta uma constatação de que o setor da tecnologia teve melhor adaptabilidade à crise provocada pela Covid-19 ( Sistema FIEG, 2020).

Uma nova realidade deve surgir pós Pandemia, na qual líderes e empresários precisam ser resilientes para se permitir viver o novo normal. De acordo com o relatório da McKinsey & Company, empresas mais resilientes são as vencedoras: geraram mais valor nas fases de recuperação e de crescimento (gráfico e figura 1). Segundo especialistas em administração novos tempos exigem novos comportamentos, competências e habilidades.

# BOLETIM ESPECIAL XI TURISMO X CORONA VÍRUS



**Gráfico 1:** Empresas resilientes são as vencedoras: geraram mais valor nas fases de recuperação e de crescimento



Fonte: McKinsey & Company

**Figura 1 - O que os resilientes fazem**

## O que os resilientes fazem?



### Destravam o balanço

Limpam o balanço e preservam liquidez

Lançam um war room (sala de guerra) para definir estratégias para preservar o caixa da empresa

Temporariamente desaceleram investimentos em CAPEX (quantidade de recursos financeiros alocados para a compra de bens de capital de uma determinada companhia) durante a recessão e são rápidos em reinvestir agressivamente durante a recuperação (90% acima dos



### Se transformam rápido

Reestruturam base de custos e aumentam produtividade

Lançam plano agressivo de recuperação de vendas

Aumentam a taxa de execução através de disciplina e harmonia



### Tem uma mentalidade "Além da crise"

Protegem inovação e investimentos críticos de longo-prazo

Expandem para áreas adjacentes ou de grande crescimento

Entendem o novo normal e moldam a proativamente



### Adaptam modelo operacional

São ágeis para acelerar o processo de tomada de decisão

Se ajustam as novas necessidades do consumidor, alavancando os canais digitais e ofertas

Apostam em construir capacidades para melhorar o modelo operacional

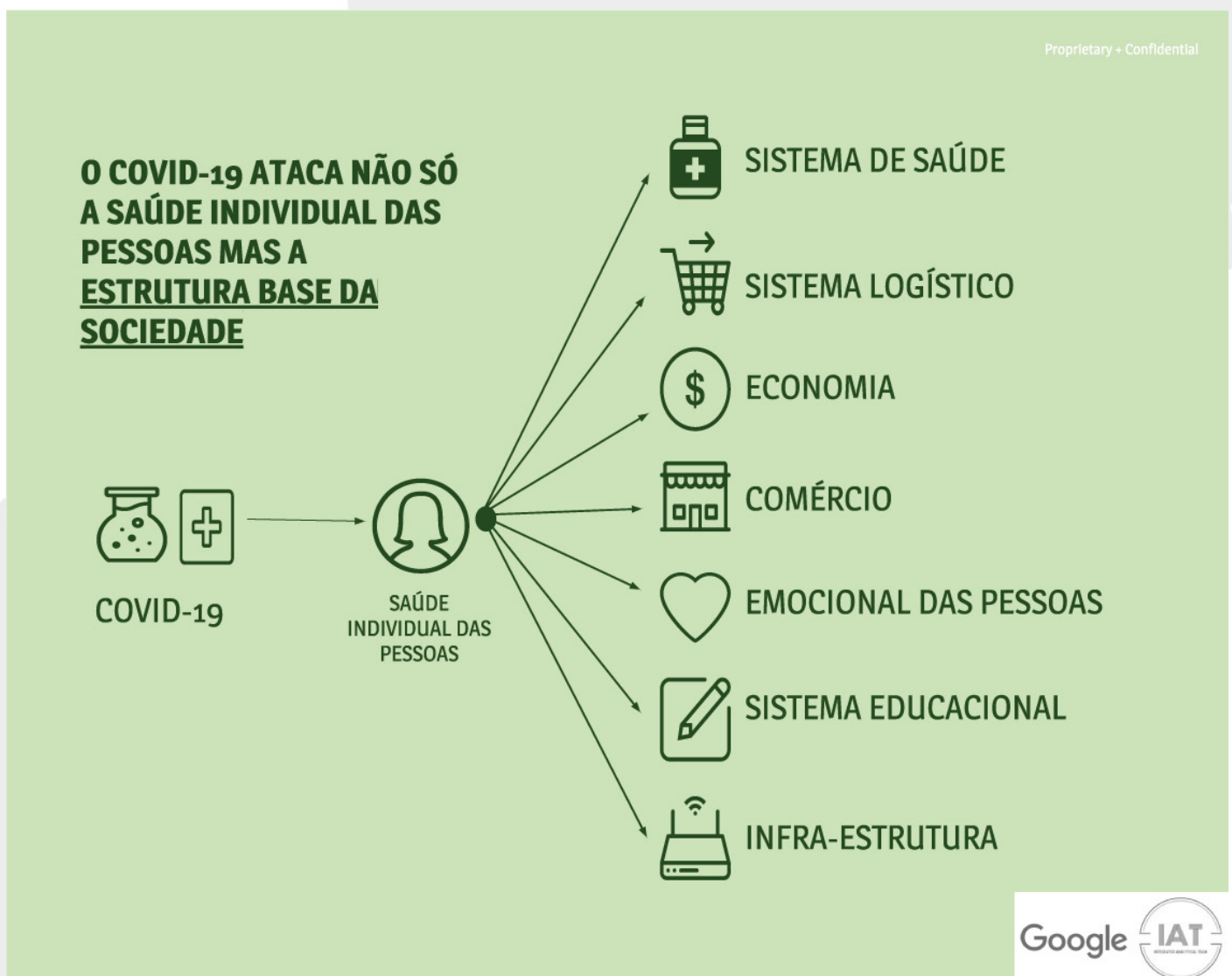
Fonte: McKinsey & Company

# BOLETIM ESPECIAL XI TURISMO X CORONA VÍRUS



Um estudo do Google e IAT (Integrated Analytical Team) intitulado Coronavírus: O Mundo Nunca Mais Será O Mesmo, indica que as mudanças ocorridas de forma acentuada nos últimos dias vieram para ficar. Segundo o estudo a Covid-19 ataca não só a saúde individual das pessoas, mas a estrutura base da sociedade (figura 2).

**Figura 2-** Estrutura e bases da sociedade atingidas pela Covid-19



# BOLETIM ESPECIAL XI TURISMO X CORONA VÍRUS



Um surto da extensão da Covid-19 provoca transformações profundas no cenário macro (fatores que afetam negócios, Governos e sociedade) conforme (figura 3).

Figura 3 – Impacto da Covid-19 nas Forças Macro para Disrupção

Proprietary + Confidential

## IMPACTO COVID-19 NAS 11 FORÇAS MACRO PARA DISRUPÇÃO

<b>1. DISTRIBUIÇÃO DE RENDA</b> Historicamente, as crises econômicas contribuem para uma concentração maior da renda e essa mudança de dinâmica pode ser campo fértil para novos modelos de negócio que atendam novas necessidades.	<b>5. GEOPOLÍTICA</b> A COVID também mudou a dinâmica entre países, seja no fechamento de fronteiras, acordos comerciais e principalmente no que tange a capital e investimentos	<b>9. MEIO AMBIENTE</b> No meio das discussões acerca da saúde, começam a se perceber impactos direto no meio ambiente. Nas primeiras semanas de Março a Cetesp relatou diminuição de 50% nos níveis de poluição na cidade de São Paulo
<b>2. EDUCAÇÃO</b> O fechamento das escolas culminou em uma migração temporária do estudo primário e secundário para o digital. Também observamos um crescimento de cursos online de temas variados.	<b>6. ECONOMIA</b> Cenários recessivos e alta taxa de desempregos vem mexendo com a economia de todos os países impactados	<b>10. MÍDIA E TELECOMUNICAÇÕES</b> Os impactos aqui são referentes a como nós enviamos, recebemos e consumimos informações e também como nos conectamos com as pessoas, apresentando profundas transformações
<b>3. INFRAESTRUTURA</b> Essa nova dinâmica está fazendo com que toda uma infra-estrutura seja repensada para atender essa nova realidade, seja a virtualização do trabalho, das relações e do entretenimento, seja no que tange a mobilidade e cadeia de suprimentos	<b>7. SAÚDE PÚBLICA</b> O centro de toda a discussão e como acelerar políticas públicas, investimentos, pesquisas e a infra estrutura dos sistemas de saúde públicos no combate ao COVID-19	<b>11. TECNOLOGIA</b> É o tecido conjuntivo que liga negócios, Governo e sociedade por isso ele permeia todas as outras 10 forças. Aqui olhamos para desenvolvimento de tecnologias emergentes, bem como sinais técnicos dentro de outras fontes de mudança
<b>4. GOVERNO</b> Mudanças regulatórias estão sendo discutidas para acomodar melhor a vida de seus cidadãos e acelerar inovações tecnológicas capazes de trazer mais segurança e conforto.	<b>8. DEMOGRAFIA</b> Infelizmente, a taxa de infectados e a taxa de mortalidade entre diferentes taxas da população pode impactar a demografia dos países	

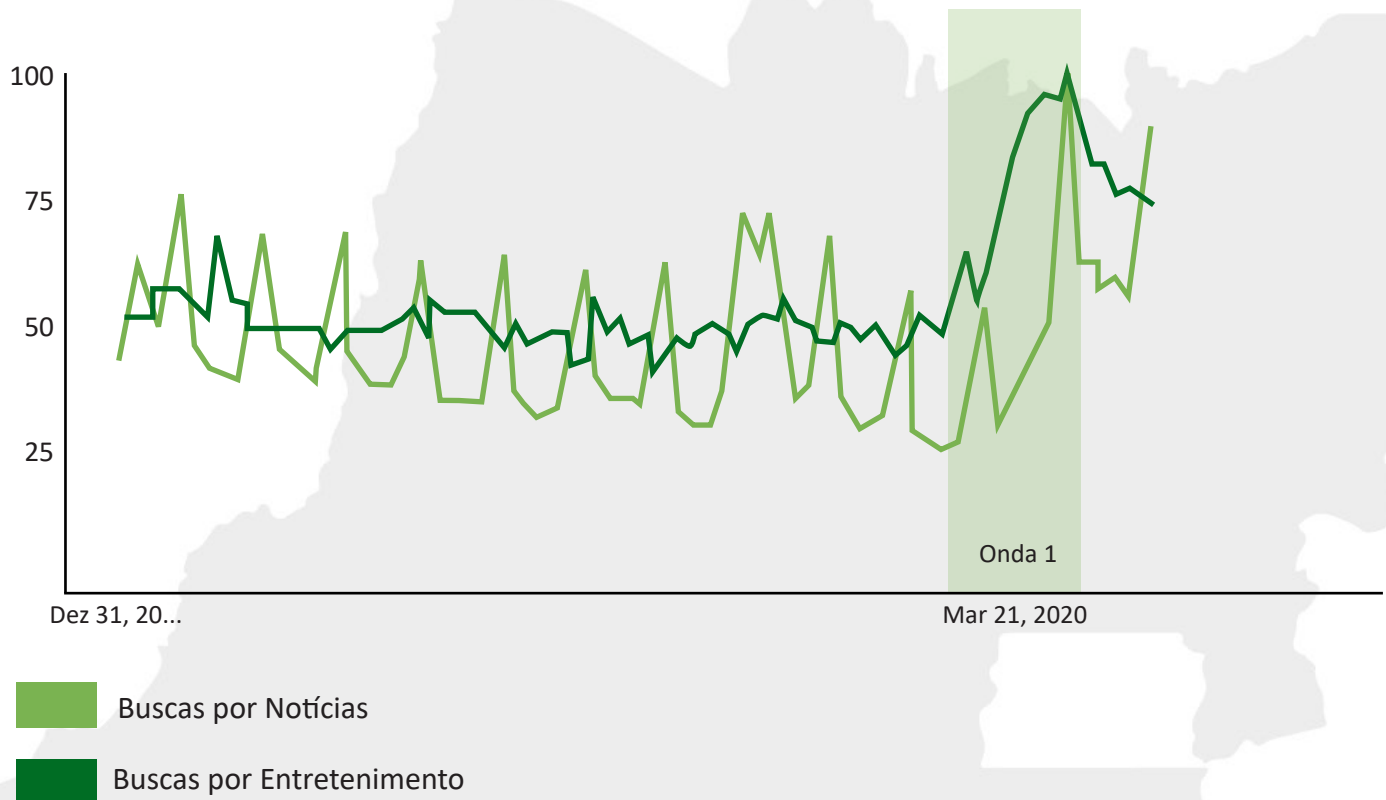
Fonte: MIT Sloan Management Review - Amy Webb's analysis

Google IAT

Conforme o estudo nos últimos dias a atenção tem sido voltada para o consumo de notícias, outras formas de distração, como entretenimento, se tornaram preocupações secundárias. Na atualidade nosso senso na busca por informações fidedignas está mais aguçado, ou seja, estamos mais atentos aos alertas de segurança (gráfico 2).



Gráfico 2- Buscas por notícias VS Entretenimento



De acordo com o estudo algumas mudanças que vieram para ficar são: (Figura 4)

Figura 4- Mudanças resultantes do cenário atual

1. Aceleração da **digitalização** para ocupações fundamentais como **trabalho e educação**, além de hábitos como o culto religioso;

2. Aceleração da **confiança no digital como canal de conversões**: aumento das compras on-line e uso de serviços como Rappi;

3. **Consolidação** de plataformas digitais de conteúdo/**streamings** em **penetração e frequência**. Ganho de novos usos destas plataformas como **"ao vivo", shows, conexão com o mundo exterior em tempo real e notícias**;

4. **Empobrecimento da população com pelo menos 50% gravemente impactado**. Escassez e uso + racional de recursos deve equilibrar a euforia por consumo por conta da demanda reprimida;

5. **Possível ganho de peso populacional e aumento de problemas de saúde e emocionais** em consequência. Aumento de problemas de auto-estima. Possível mudança em referenciais de beleza. Provável aumento na demanda por academias;

6. Possível **abalo nas relações familiares** com aumento do número de divórcios, a exemplo da China;

7. Criação de maior **consciência do coletivo** com alta taxa de compartilhamento de renda já acontecendo;

8. **Urgência na retomada de grandes decisões e planos**, assim como compra de bens duráveis.

# BOLETIM ESPECIAL XI TURISMO X CORONA VÍRUS



Ainda de acordo com o estudo feito pelo Google (Coronavírus – O Mundo Nunca Mais Será o Mesmo) o universo digital deve prevalecer daqui pra frente, bem como a confiança nas plataformas digitais. É possível que a população sofra mais com o uso racional de recursos, além do empobrecimento, problemas emocionais e comportamentais, entre outros fatores. Outro ponto relevante levantado pelo estudo é que as pessoas estarão mais preocupadas com decisões de longo prazo, como a compra de bens duráveis.

## Referências:

FIEG, Federação das Indústrias do Estado de Goiás - 60,5% das empresas buscaram se adaptar à crise, diz pesquisa. Disponível em:< <https://fieg.com.br/noticia-605-das-empresas-buscaram-se-adaptar-a-crise,-diz-pesquisa>> . Acesso em: mai. de 2020.

Google, Coronavírus – O mundo nunca mais será o mesmo. Disponível em: [https://www.sincovaga.com.br/wp-content/uploads/2020/05/1\\_5017503098675921079.pdf](https://www.sincovaga.com.br/wp-content/uploads/2020/05/1_5017503098675921079.pdf)>. Acesso em: mai. de 2020.

RAMOS, Roberto. Brasil de Fato - A era digital e a economia do século XXI. Disponível em: <<https://www.brasildefatoe.com.br/2018/09/19/artigo-or-a-era-digital-e-a-economia-do-seculo-xxi>>. Acesso em: mai. de 2020.