



PESQUISA

PANORAMA PMEs:

Os impactos da Covid-19 e
os passos para a retomada

**Recorte: Agências de
Publicidade e Marketing**

Resultados
Digitais

eNDEAVOR

PEQUENAS
Empresas
& GRANDES Negócios

INTRODUÇÃO

Com a pandemia da Covid-19, tivemos uma drástica mudança de comportamento na dinâmica da economia global e no ambiente de negócios. Essa mudança impactou principalmente as PMEs. Nasceu então a ideia de entendermos, com profundidade, como a crise tem afetado essas empresas.

O estudo apresentado a seguir é um recorte especial para agências e foi dividido em 4 grandes frentes:

1. Qual o **impacto** que a Covid-19 já teve nas PMEs e scale-ups;
2. As principais **medidas** e **ações** tomadas pelas empresas até agora;
3. Do que as PMEs ainda sentem falta, quais são as **necessidades** mais urgentes;
4. Como os empreendedores e líderes de PMEs enxergam o **futuro** e como se preparam para a **retomada**.

Acreditamos que a resiliência e a dedicação ao longo da jornada são cruciais para que as Agências prosperem. Esperamos que o estudo traga informações valiosas para que gestores e líderes tenham mais informações para refletir e tomar decisões.

Sobre a pesquisa

Realização: Resultados Digitais, Endeavor e PEGN

Data de coleta: entre 14 e 29 de maio de 2020

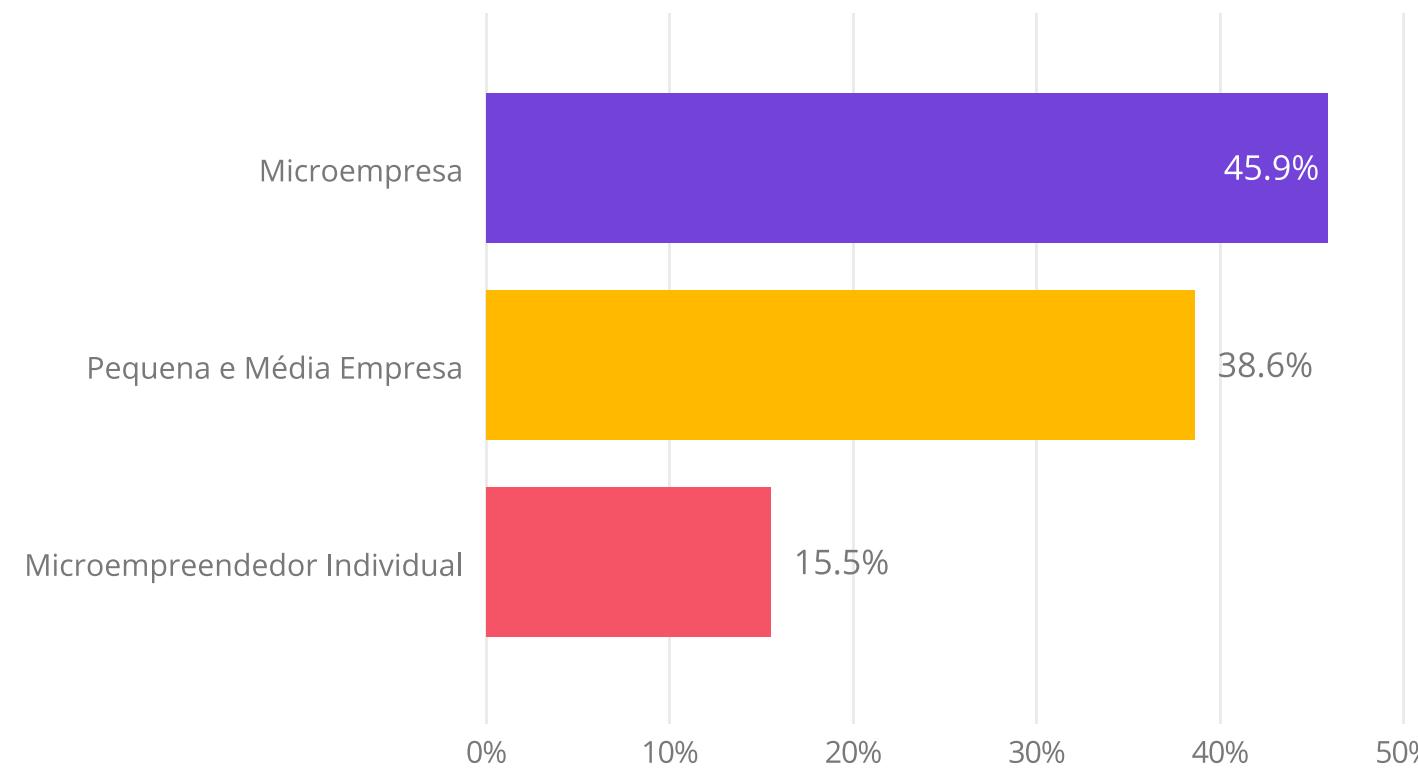
Formato: Questionário (survey)

Amostra: 264 Agências

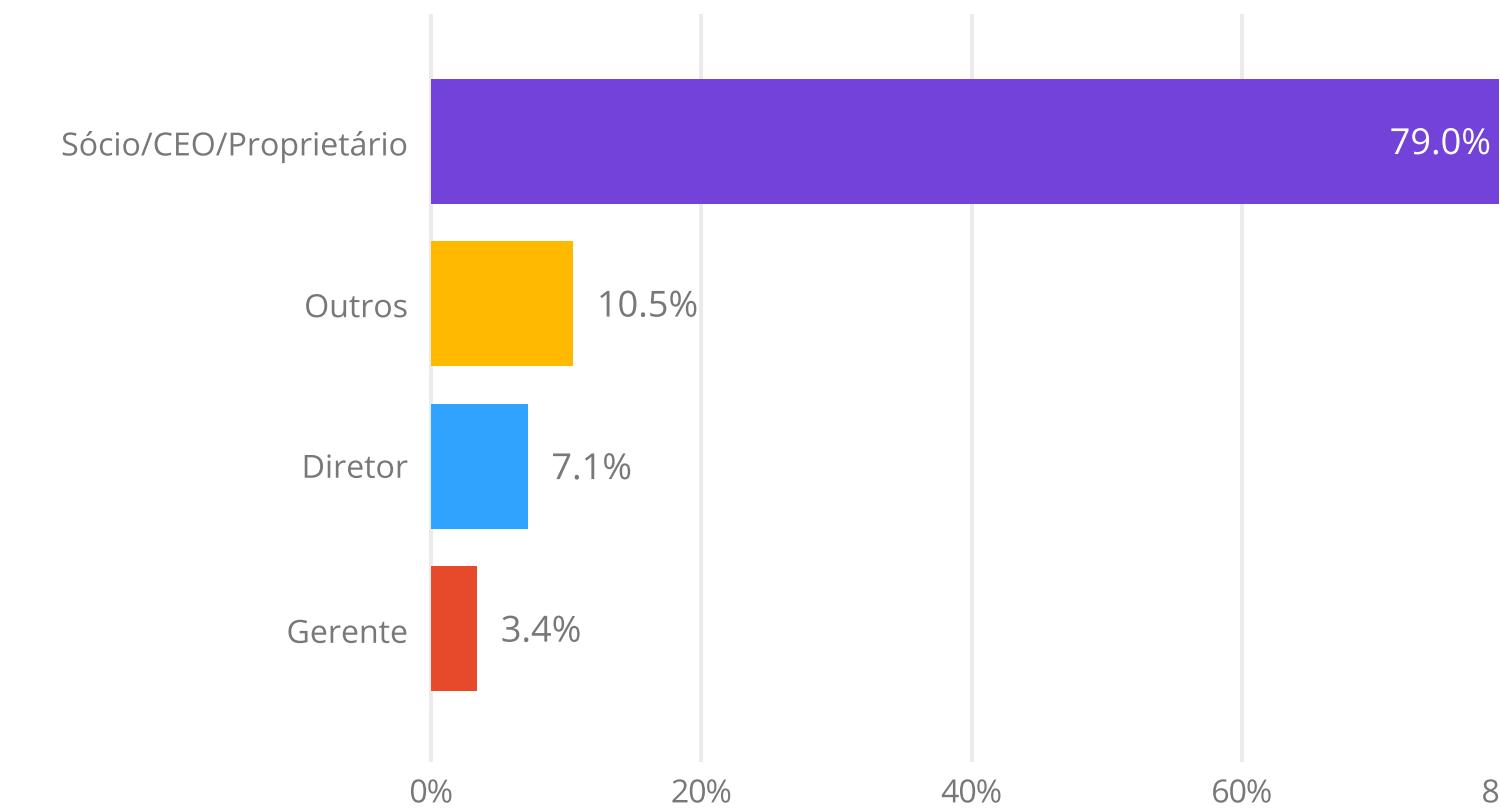
Canais: Mídias sociais, email marketing e newsletter dos parceiros

PERFIL DOS RESPONDENTES

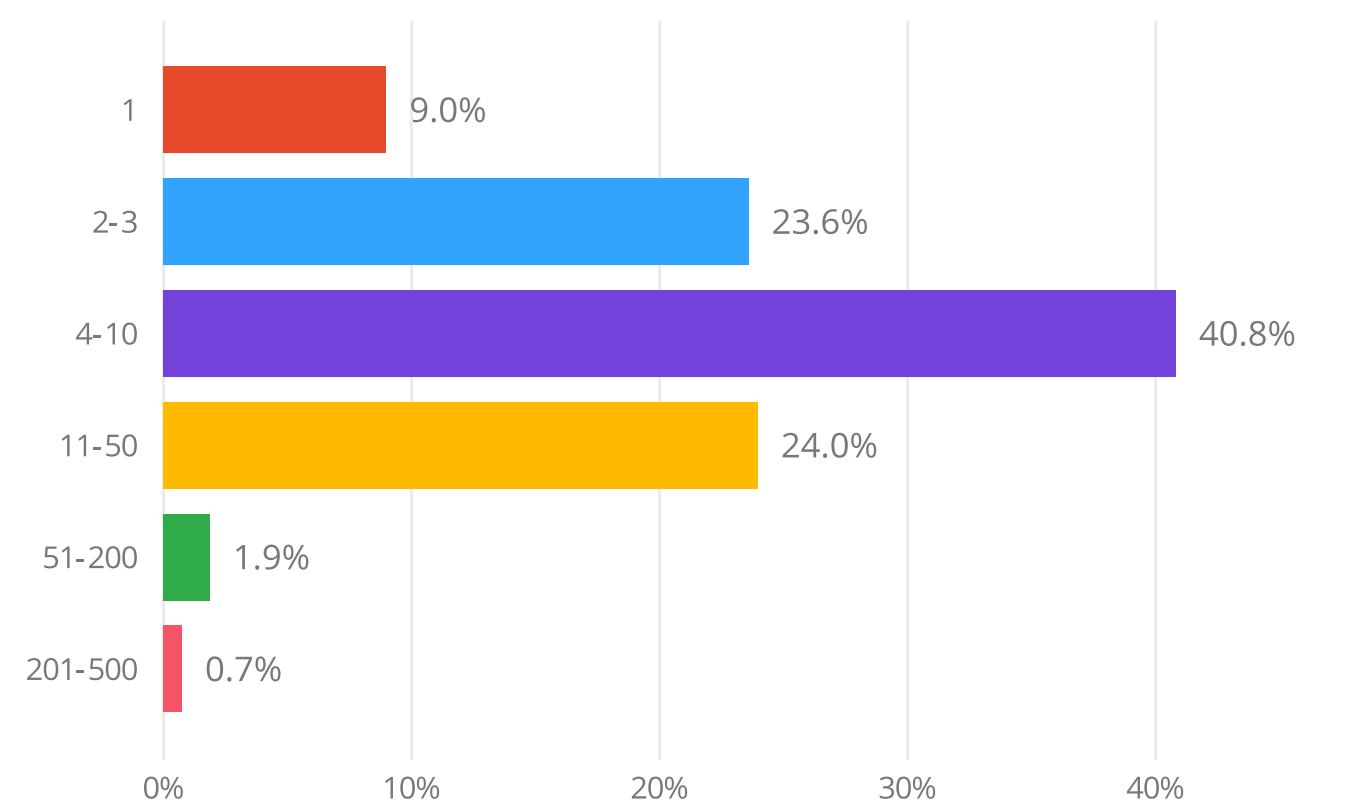
Qual a classificação da empresa?



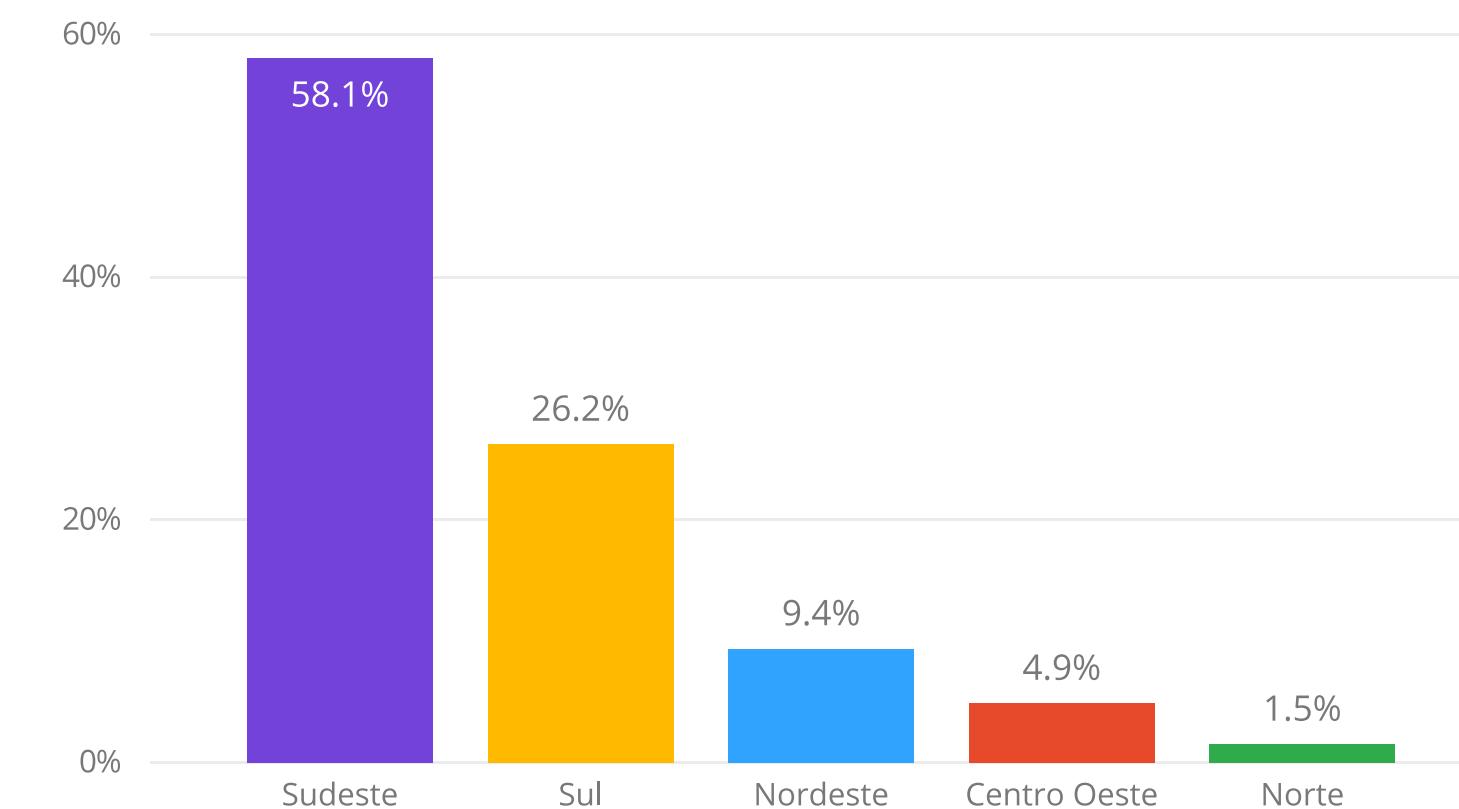
Qual o seu cargo?



Qual o número de colaboradores?

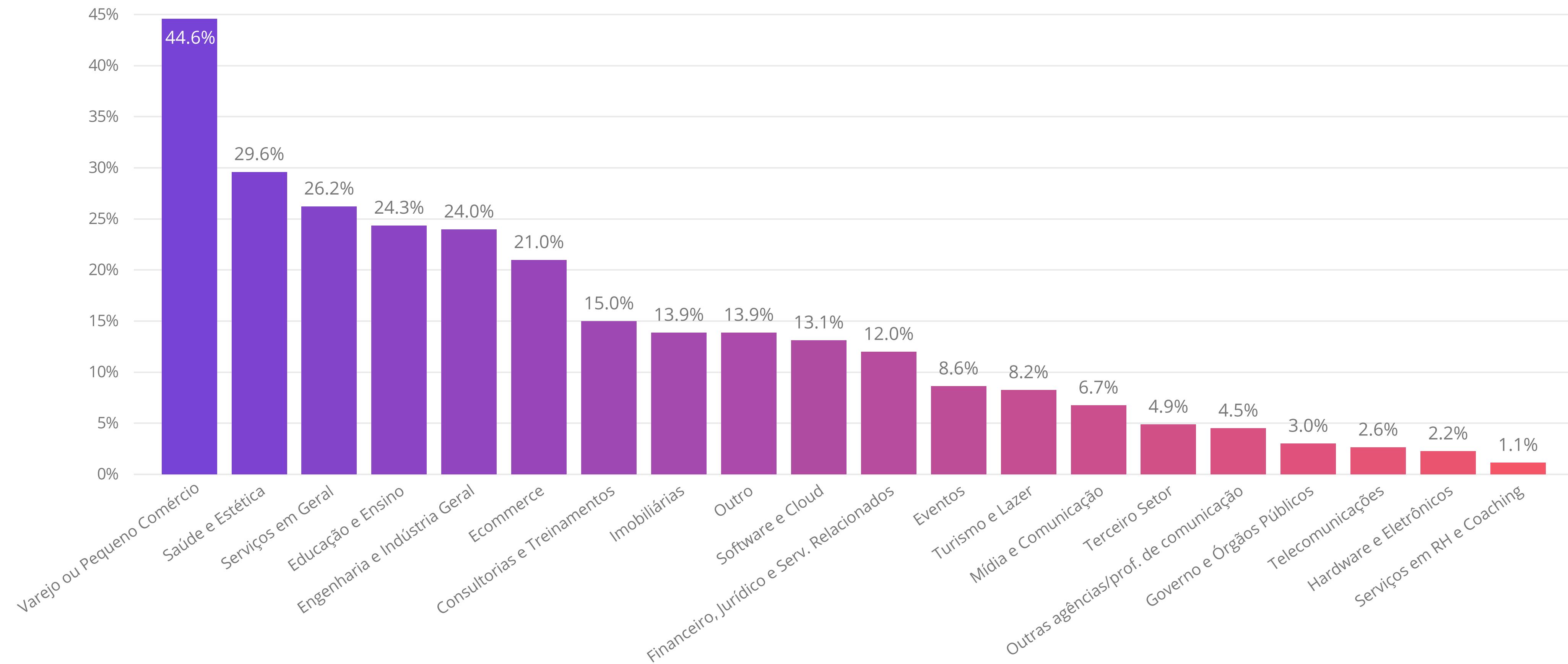


Qual a região do respondente



PERFIL DOS RESPONDENTES

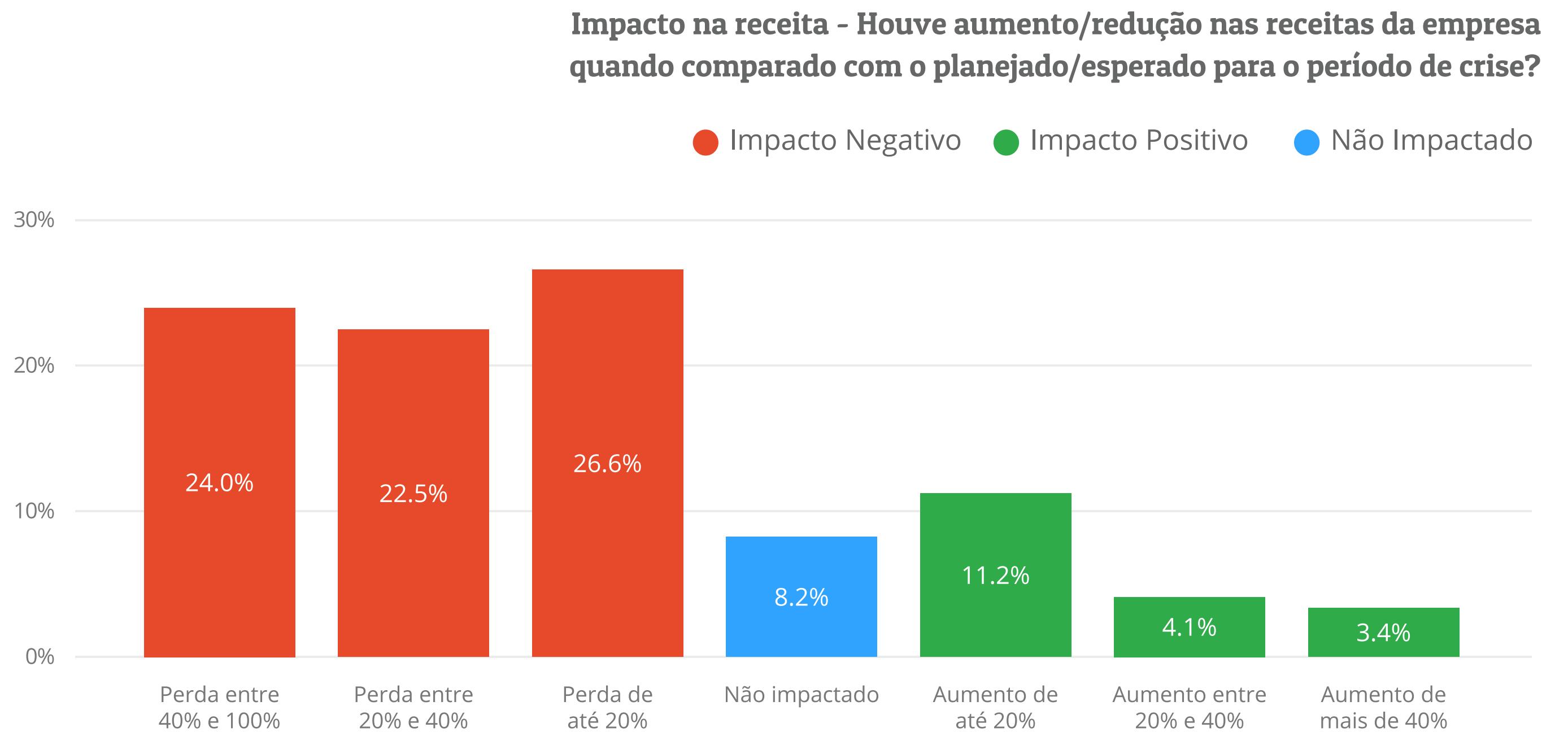
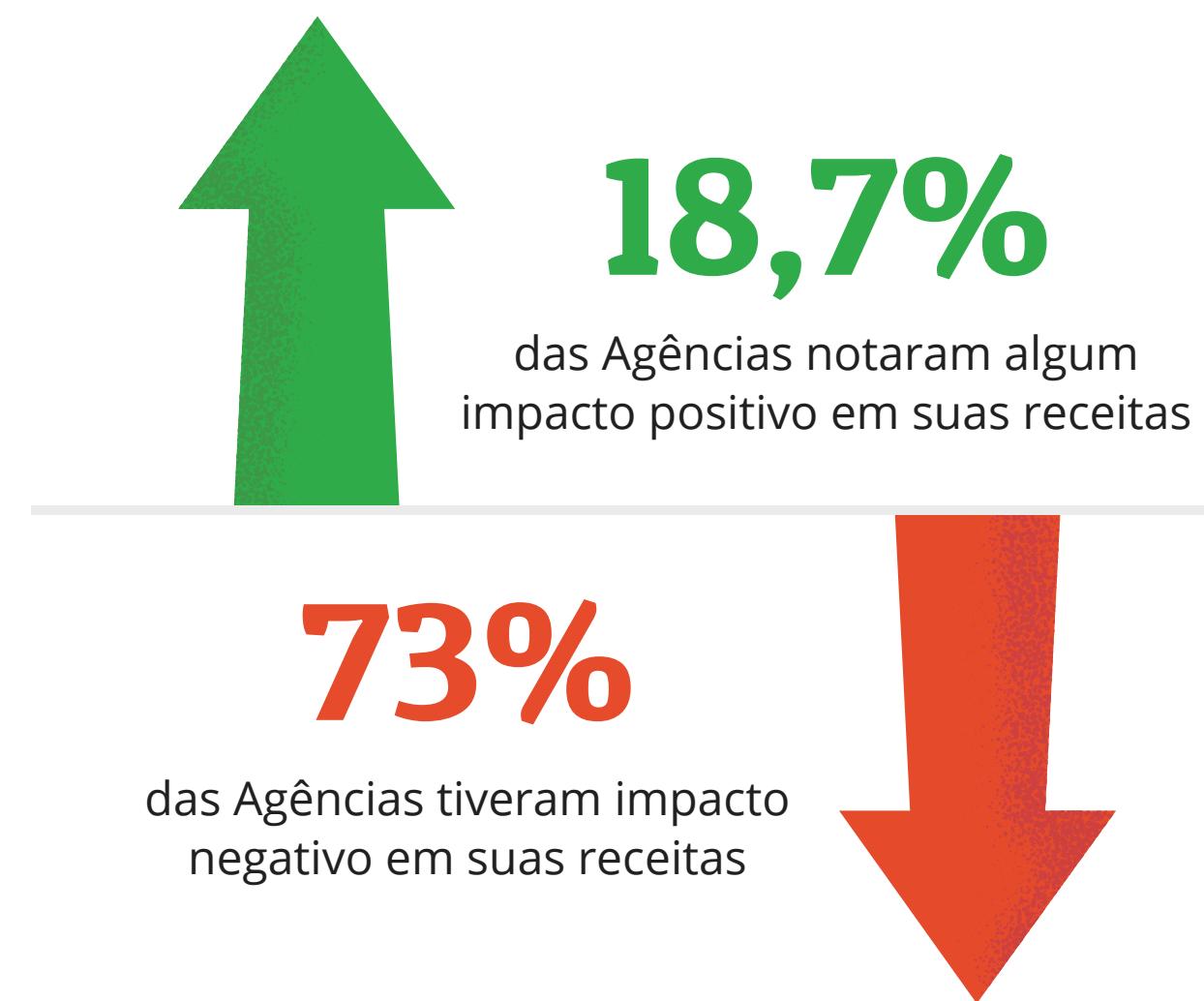
Segmentos predominantes atendidos pelas Agências





**Qual o impacto que
a Covid-19 já teve
nas Agências?**

O IMPACTO DA CRISE NAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E MARKETING BRASILEIRAS É MAJORITARIAMENTE NEGATIVO...



...MAS COMPARATIVAMENTE COM OS OUTROS SEGMENTOS, AGÊNCIAS SE SAEM MELHOR DO QUE A MÉDIA

- No recorte de PMEs, fica evidente que o tamanho do impacto varia de acordo com o segmento atendido.

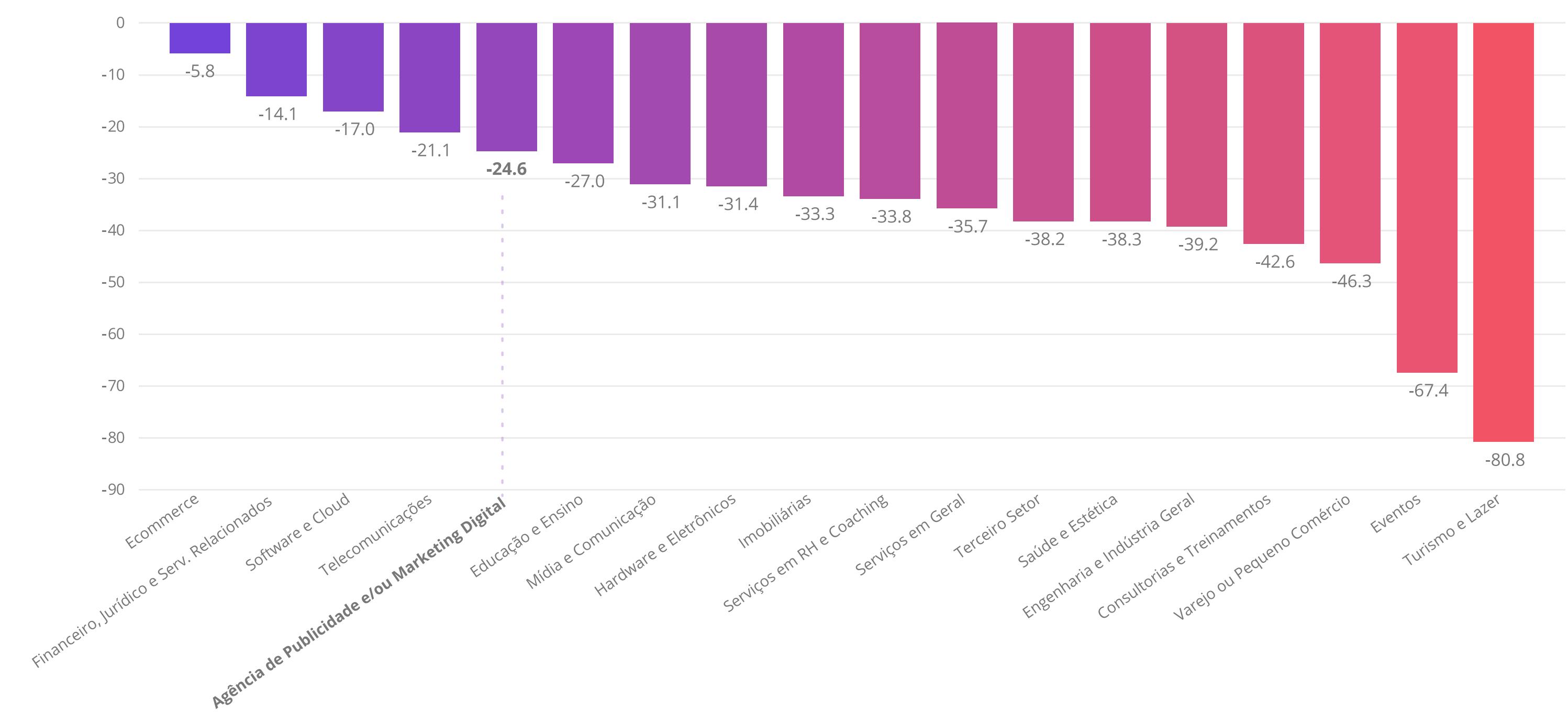
Agências ficam em 5º lugar se compararmos com as outras indústrias.

- Entendemos que existe correlação entre o tamanho do impacto de cada agência de acordo com o seu perfil atendido. Ainda que muitas Agências atendam diferentes tipos de clientes, foi possível encontrar 2 recortes interessantes:

- Agências que atendem Ecommerce tiveram o maior número de respostas com impacto positivo, 12,5% e 14,5% ainda não foram impactadas pela crise.

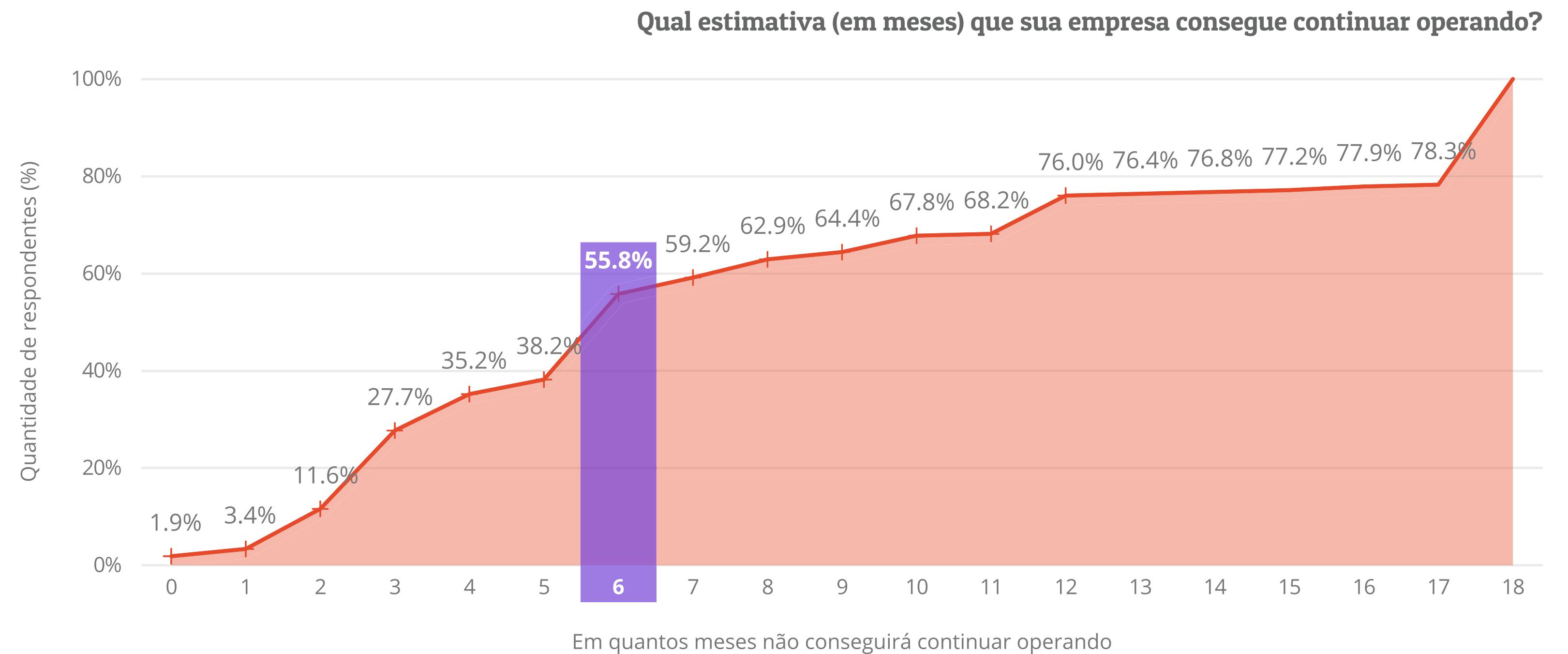
- Já para Agências que atendem o segmento de Ensino e Educação o impacto foi negativo para 81,5% delas. Por outro lado chama atenção que 15,4% das Agências que atendem a este perfil tiveram impacto positivo na receita, e 3,1% não foram impactadas.

Média de Impacto na Receita por Segmento - Houve aumento/redução nas receitas da empresa quando comparado com o planejado/esperado para o período da crise?



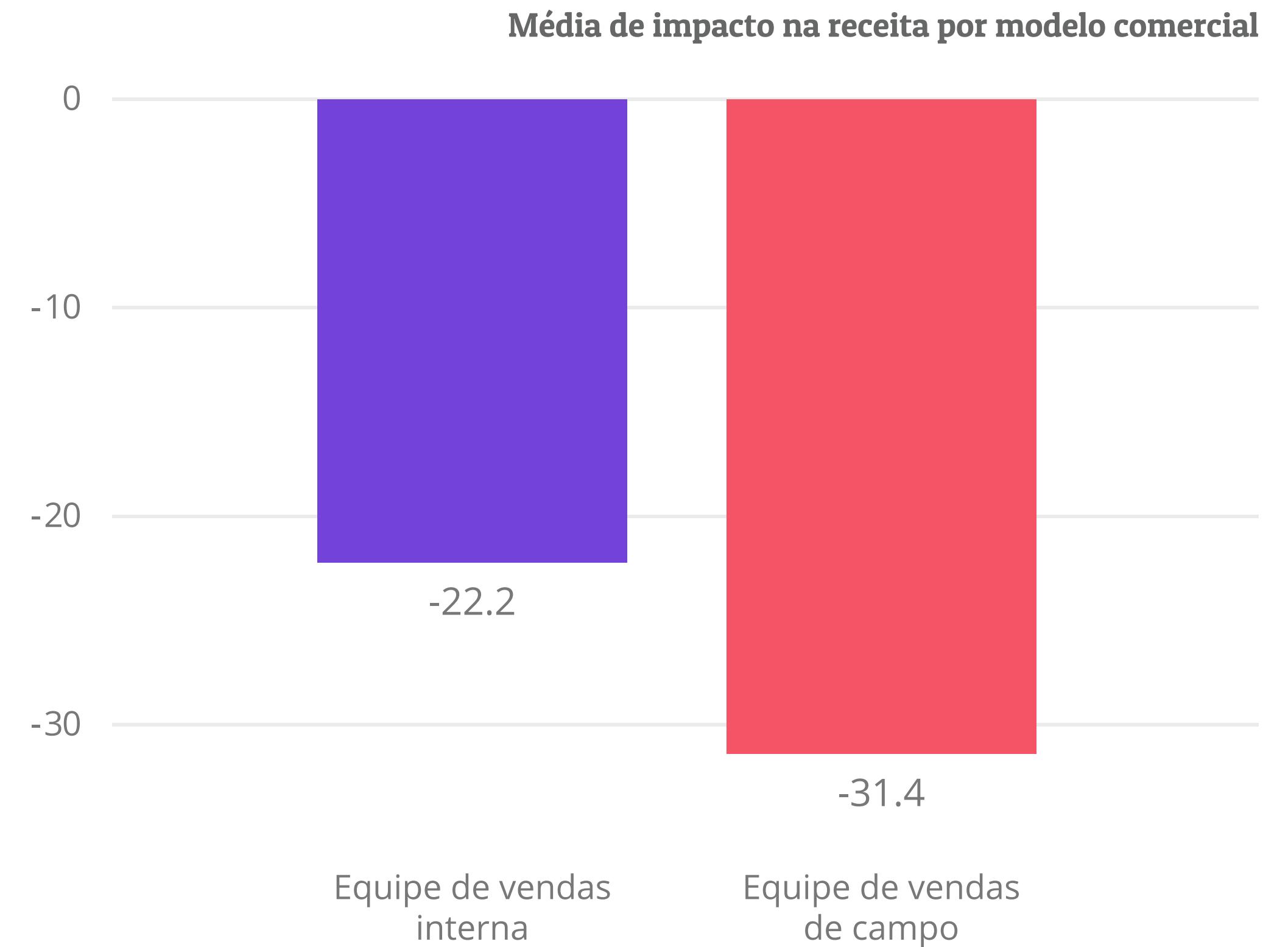
TER CAIXA PARA SOBREVIVER É UM DOS MAIORES DESAFIOS PARA AS AGÊNCIAS

- Mais da metade (55,8%) das Agências têm até 6 meses de disponibilidade de caixa se a crise se mantiver.
- Considerando a data da resposta (Maio), se a crise econômica perdurar até o fim do ano, isso significa que uma grande parcela das Agências poderão fechar as portas até o início de 2021.



MODELOS DE VENDAS SEM PRESENÇA FÍSICA SE TORNAM UMA VANTAGEM COMPETITIVA

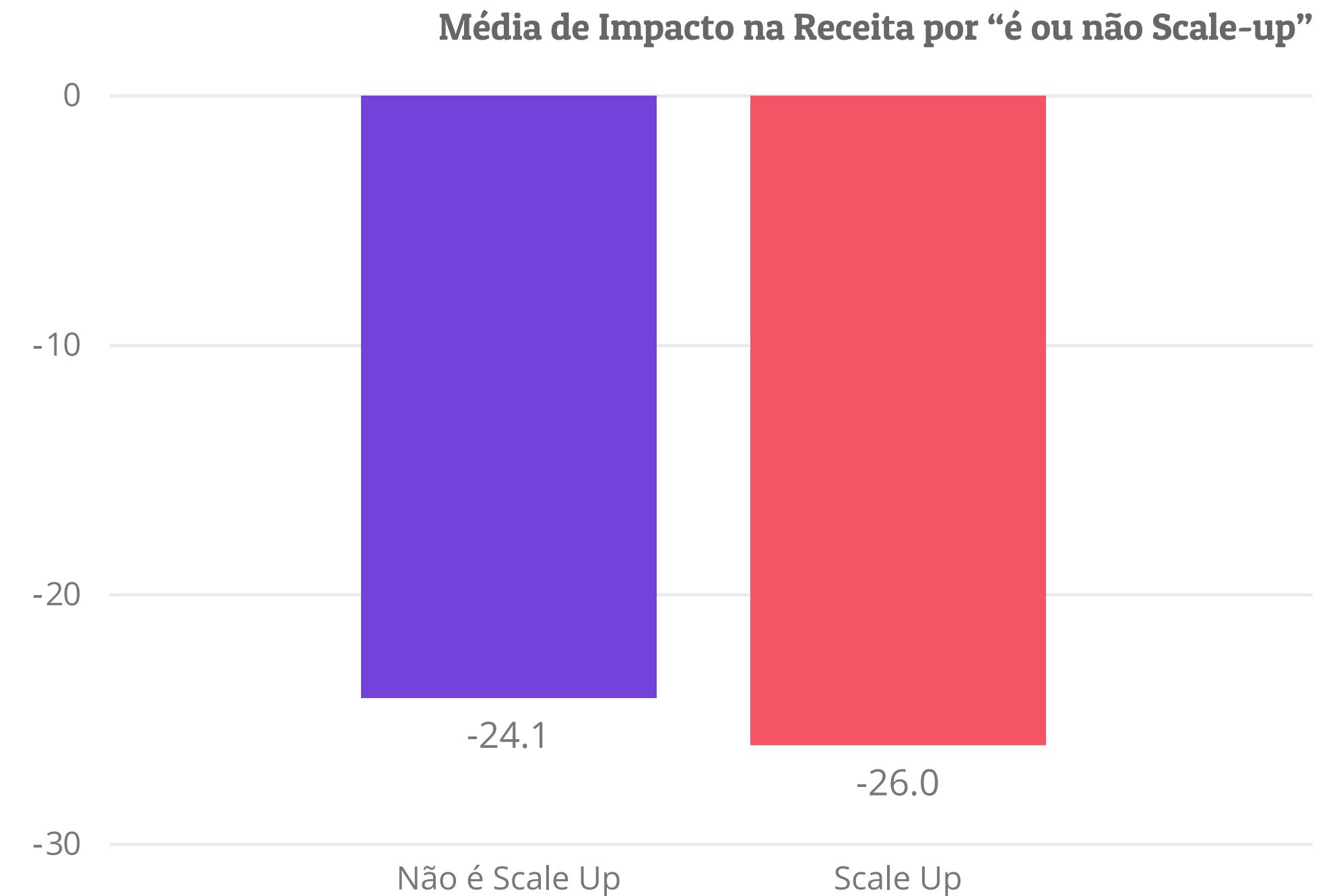
- Na média, empresas com modelo comercial com equipe de vendas de campo tiveram um impacto de -31,4%, em suas receitas.
- Uma análise interessante para ser feita pelas Agências é entender se o modelo de vendas de seus clientes estão impactando de forma negativa a receita de seus negócios.



O DESEMPENHO DE AGÊNCIAS COM CRESCIMENTO ACELERADO, SCALE-UPS¹, É SIMILAR ÀS DEMAIS AGÊNCIAS

- O impacto da crise na receita das scale-ups chega a ser 11,5% menor do que a média geral e 17,1% tiveram impacto positivos na receita.
- A disponibilidade de caixa também é maior dentre as scale-ups. aproximadamente 50% tem 9 meses ou menos de caixa.

Crescer de forma acelerada traz inúmeras vantagens, mas o crescimento é resultante de muitas variáveis. As empresas que conseguem crescer de forma sustentável por muito tempo criam vantagens competitivas no modelo de negócio (através de canais ou produtos únicos, economia de escala, patentes, etc).



¹ Scale-ups são: Empresas de “alto crescimento (EAC) cujo ciclo acelerado de crescimento e criação de riqueza baseia-se, fundamentalmente, na escalabilidade do seu modelo de negócios com pelo menos 10 empregados que crescem, no mínimo, 20% ao ano por três anos consecutivos”, segundo estudo da [Endeavor e Insper](#).

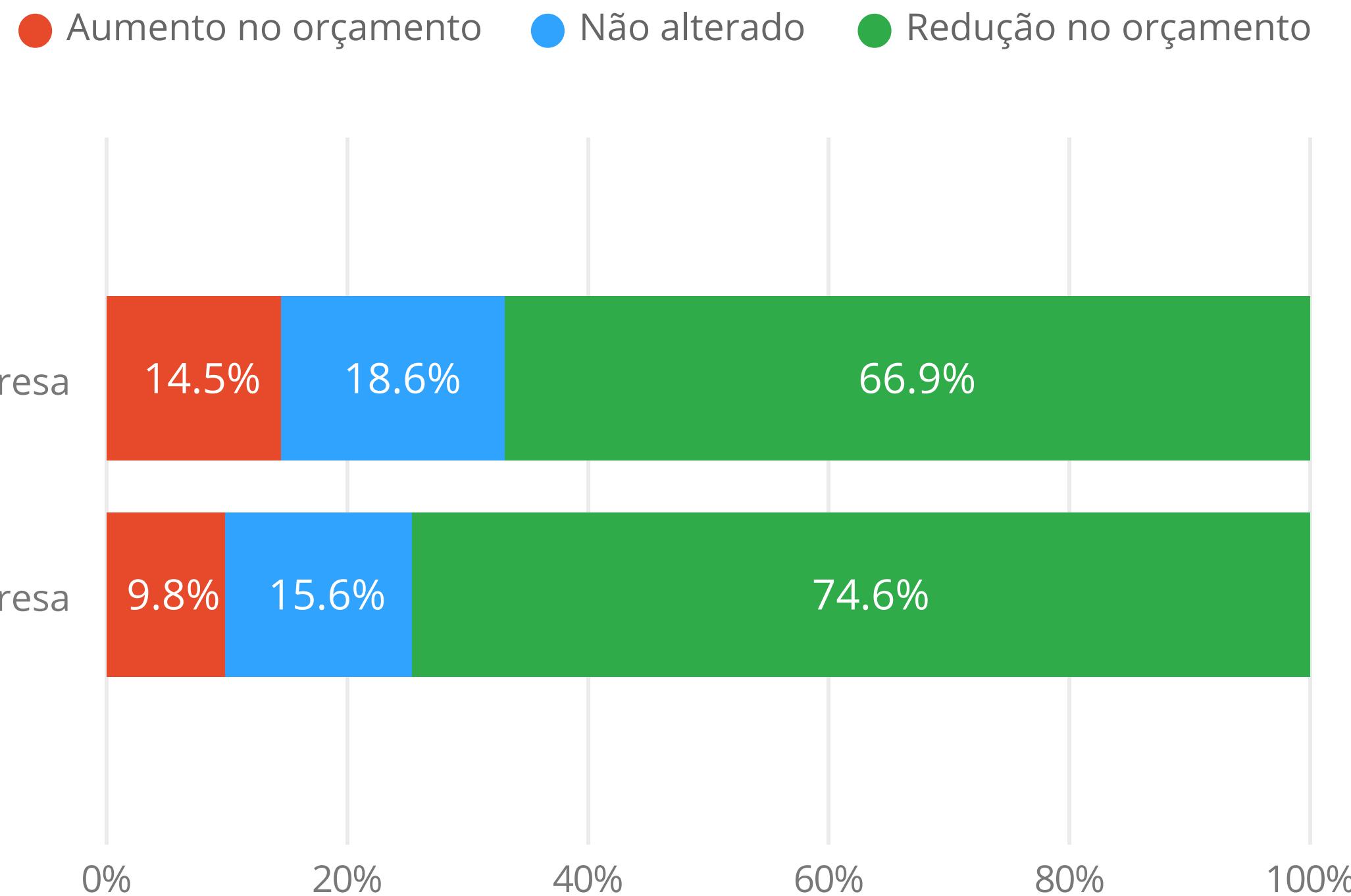


**As principais medidas
e ações tomadas pelas
Agências até agora**

74,6% DAS AGÊNCIAS PMES E 66,9% DAS AGÊNCIAS ME TIVERAM O ORÇAMENTO DE DESPESAS REDUZIDO

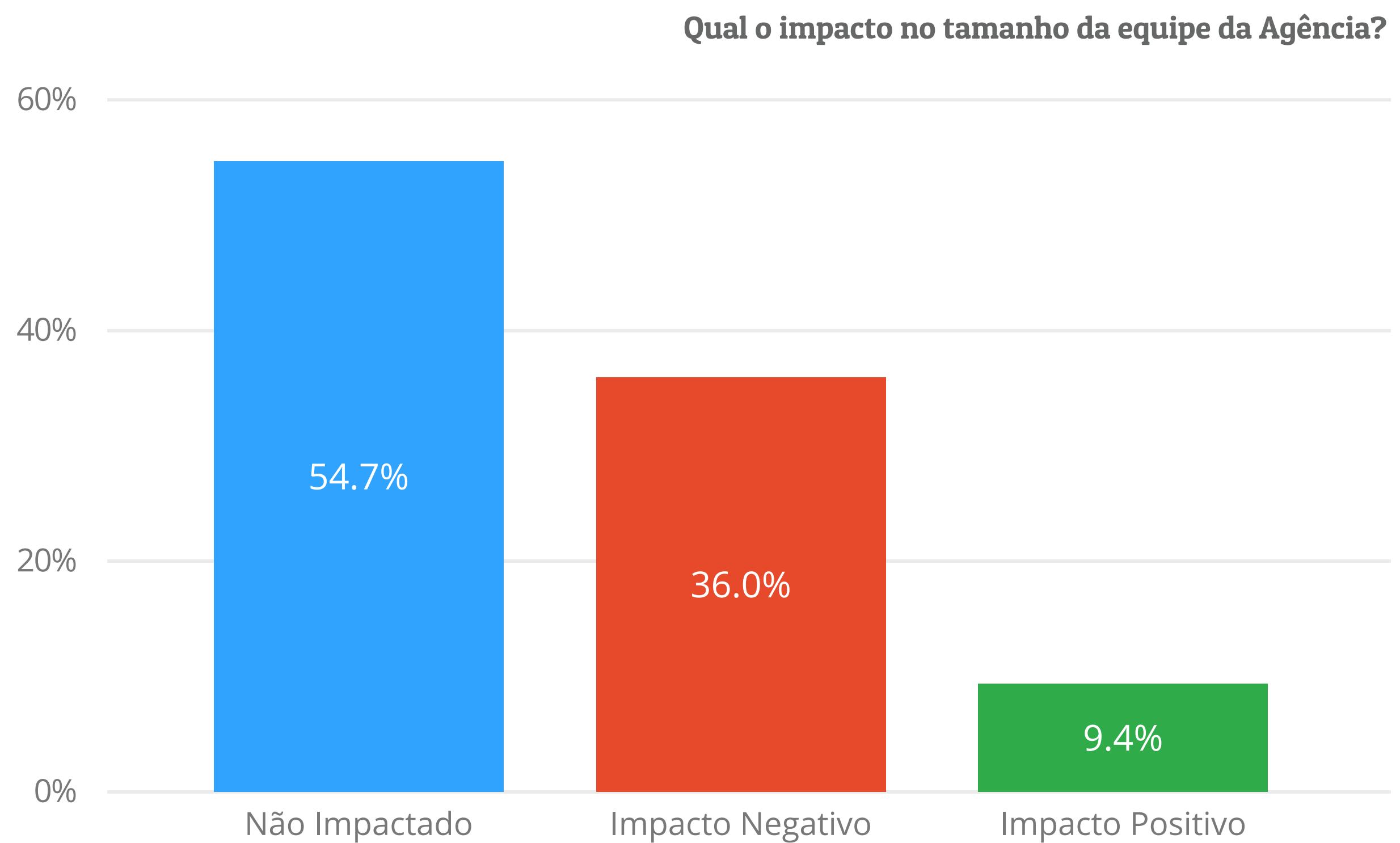
- Impacto em receita levou à revisão do plano anual.
- Os cortes no orçamento foram proporcionais aos cortes na receita.

Qual o impacto no orçamento de despesas?



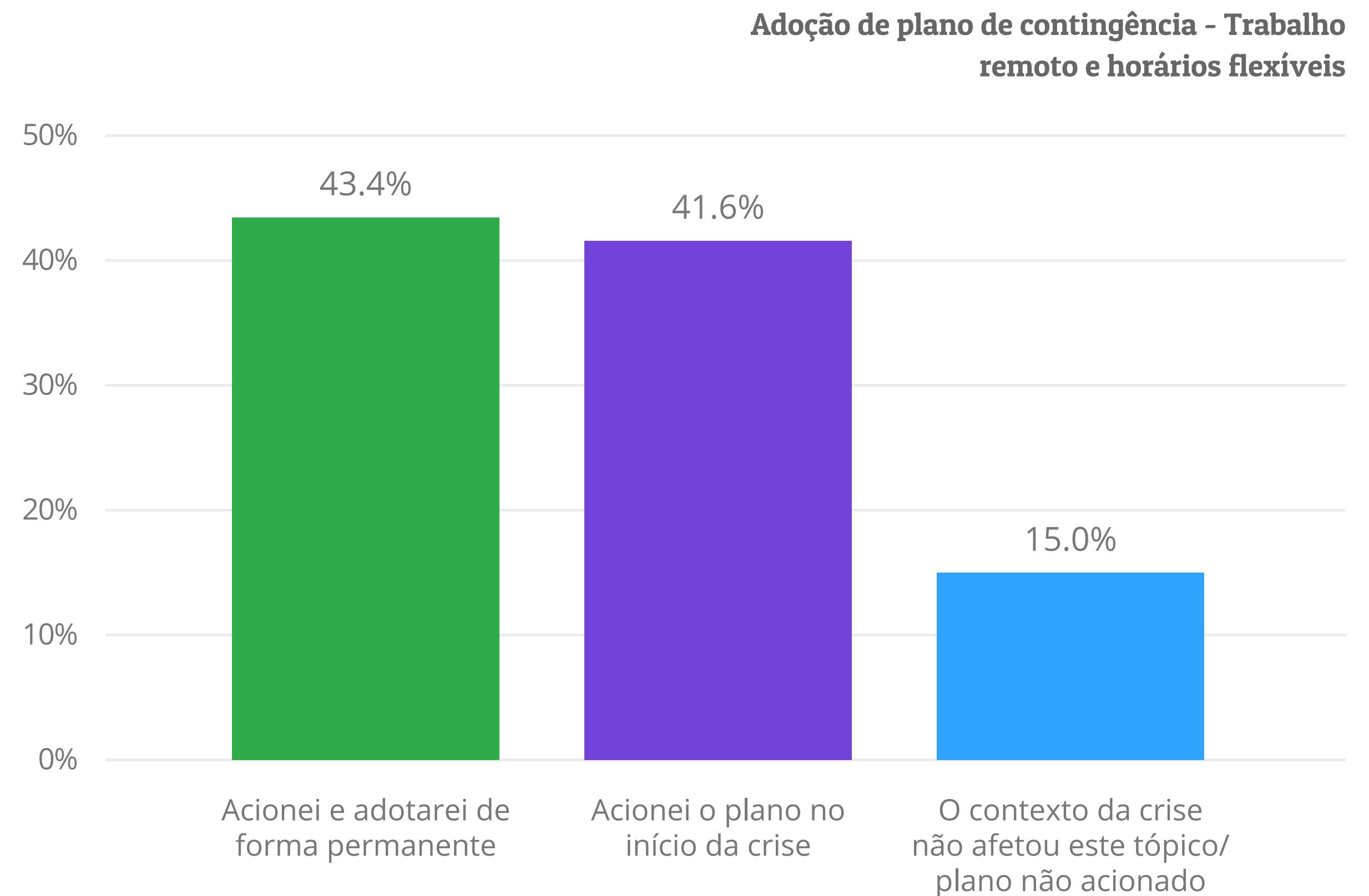
CORTE DE PESSOAS FOI MEDIDA TOMADA POR 36% DAS AGÊNCIAS

- Mais da metade das Agências ainda não teve impacto no tamanho da equipe por conta da crise.
- 36% dos entrevistados afirmaram que já tiveram que demitir.
- A contratação ou cancelamento de contratos com *freelancers* não sofreu alteração expressiva, aumentou em 1,7%.



O TRABALHO REMOTO É UM PLANO DE CONTINGÊNCIA ADOTADO POR 85% DAS AGÊNCIAS

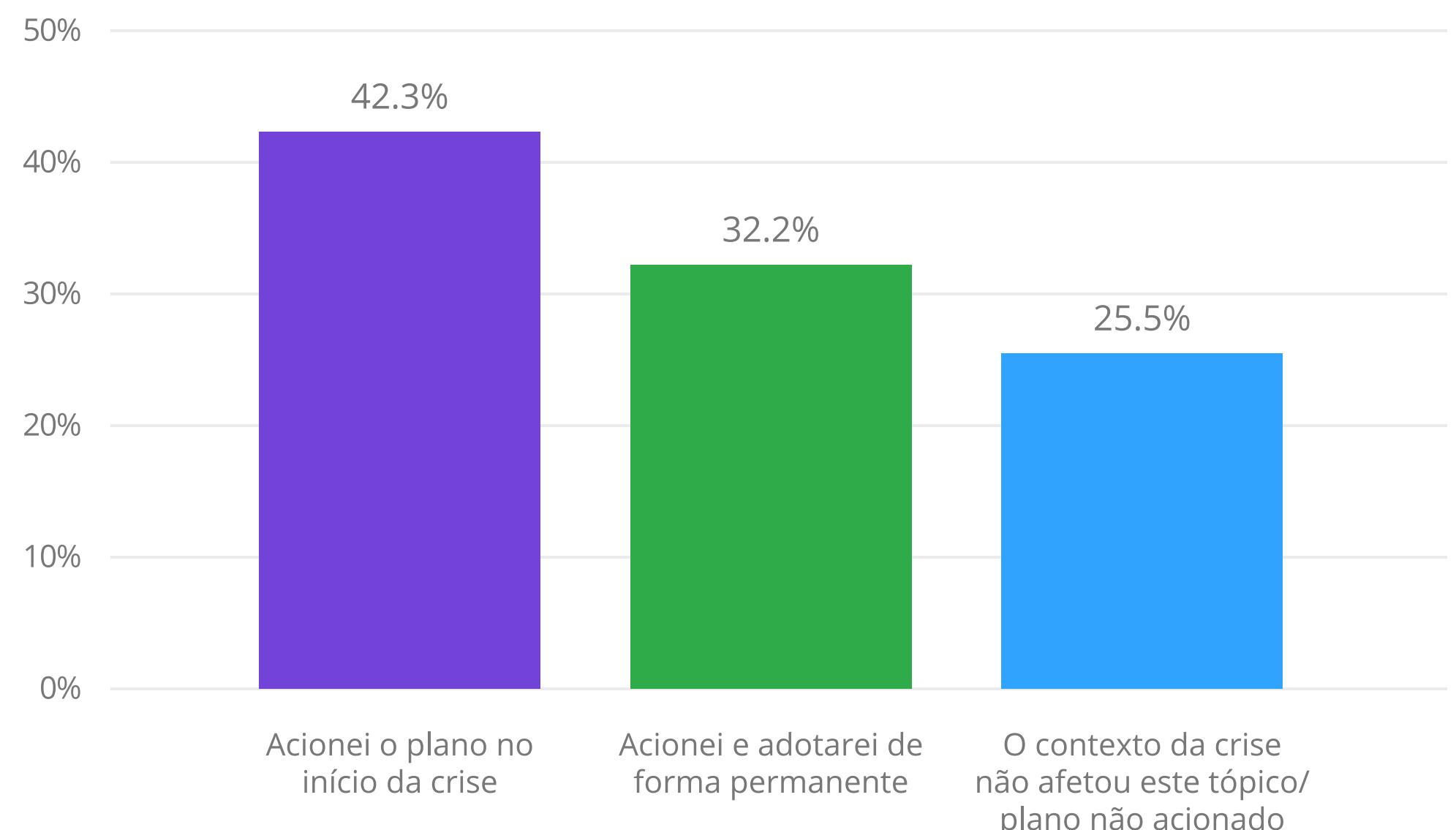
- 85,0% das agências indicaram que essa medida foi adotada.
- 43,4% tende a adotar essa medida de forma permanente.
- Vale destacar que 71,2% das Agências tem o modelo comercial Inside sales e 24,3% Field sales.



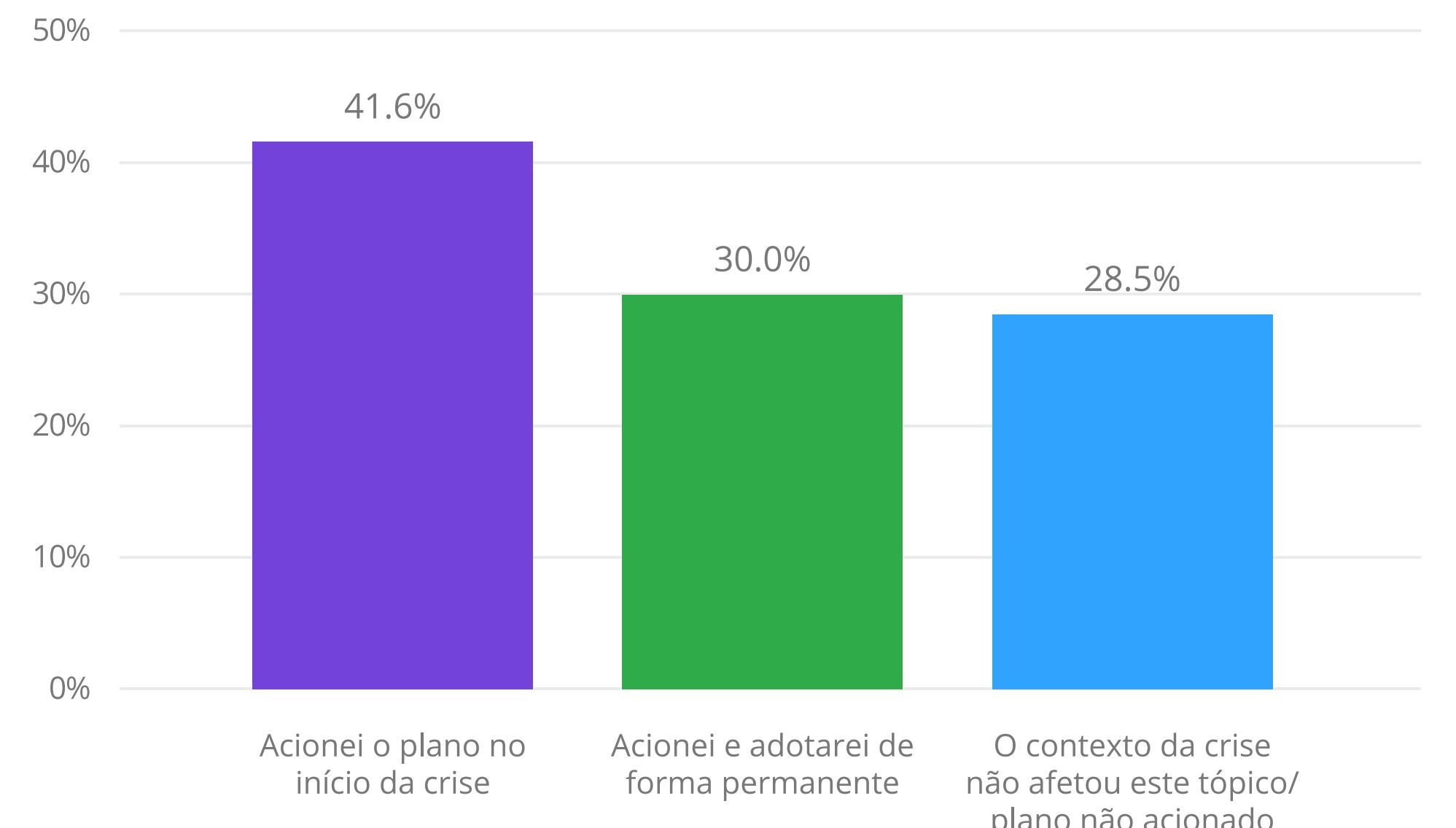
3 EM CADA 4 AGÊNCIAS ADOTARAM OS CORTES DE DESPESAS DE INFRAESTRUTURA

- A medida de cortes de **despesas de infraestrutura**, como é o caso do aluguel e gastos de condomínio, foi tomada por 74,5% dos respondentes.
- 71,5% das Agências também reduziu suas **despesas administrativas**.

Despesas com Infraestrutura



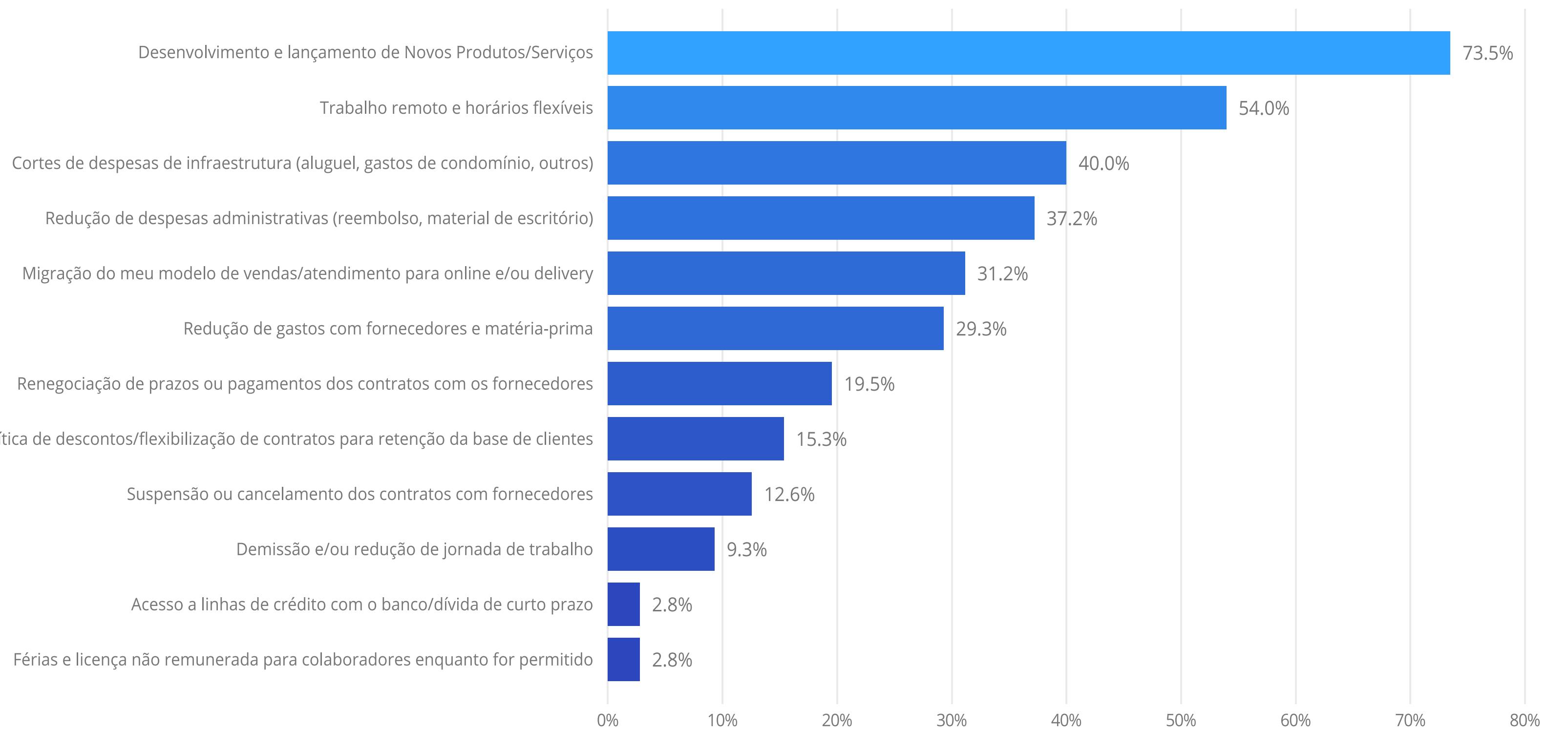
Despesas administrativas

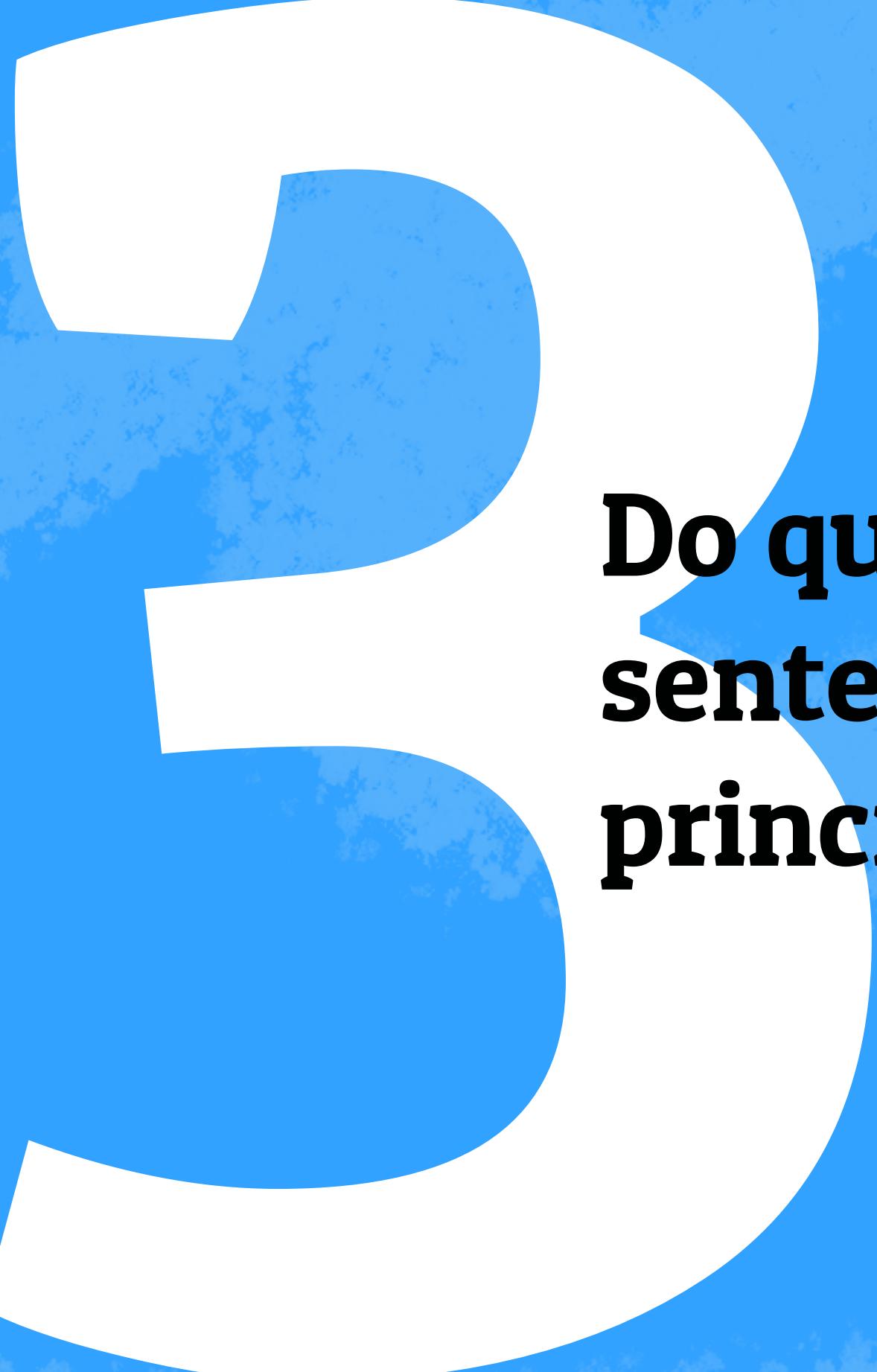


A CRISE VEM ACELERANDO A TRANSFORMAÇÃO DAS AGÊNCIAS

- Dentre os respondentes que citaram planos de contingência que devem ser **adotados de forma permanente**, *"Desenvolvimento e lançamento de novos produtos e serviços"* é o mais citado.

Quais planos de contingência acionados e devem ser adotados de forma permanente?



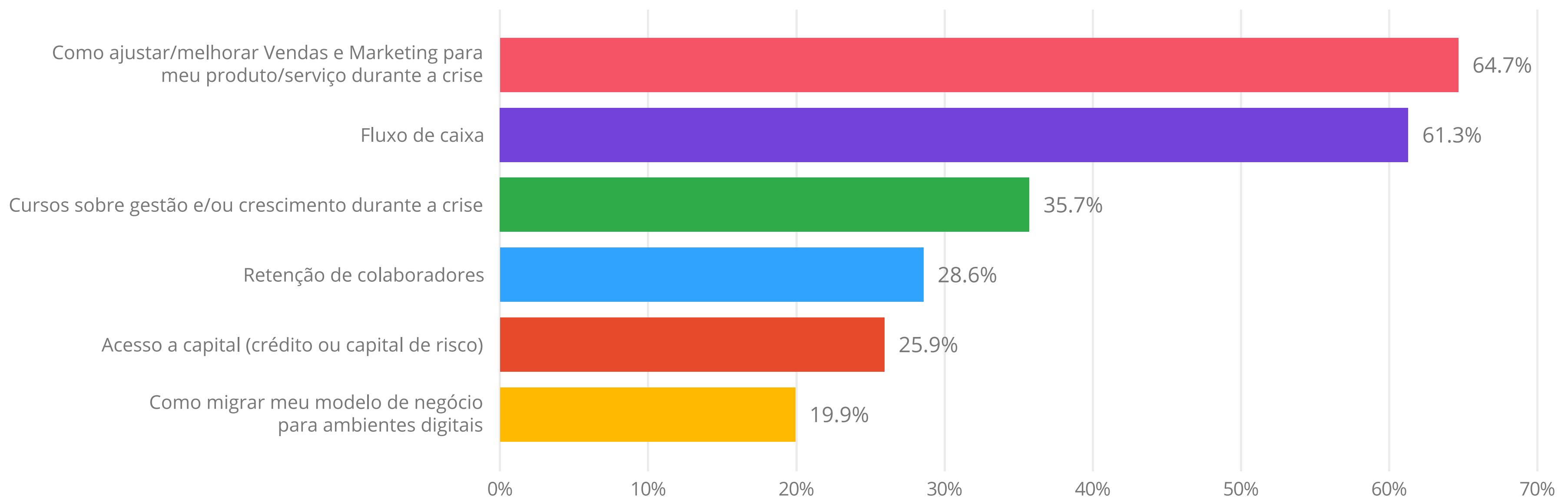


**Do que as Agências ainda
sentem falta, quais são as
principais necessidades**

MAIORES PREOCUPAÇÕES NO MOMENTO: ‘MELHORAR MARKETING E VENDAS’ E ‘FLUXO DE CAIXA’

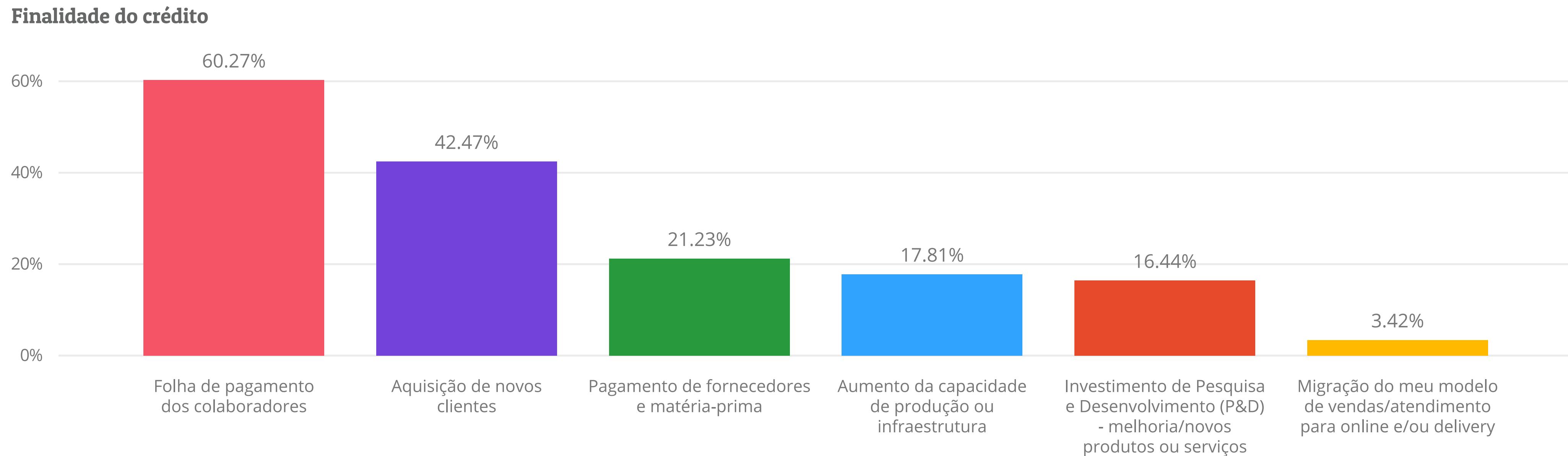
- Na lista de tópicos mais relevantes para o momento, ‘Melhorar Marketing e Vendas’ (64,7%) está no topo da lista, seguido por ‘Fluxo de Caixa’ (61,3%).

Quais são os tópicos mais relevantes para as Agências?



PARA AS AGÊNCIAS QUE BUSCAM CRÉDITO, FOLHA DE PAGAMENTO É UMA DAS PRINCIPAIS NECESSIDADES

- 39,3% das Agências estão buscando alguma forma de crédito.
- Dentre este grupo que está buscando crédito, 60,3% é para folha de pagamento de colaboradores.



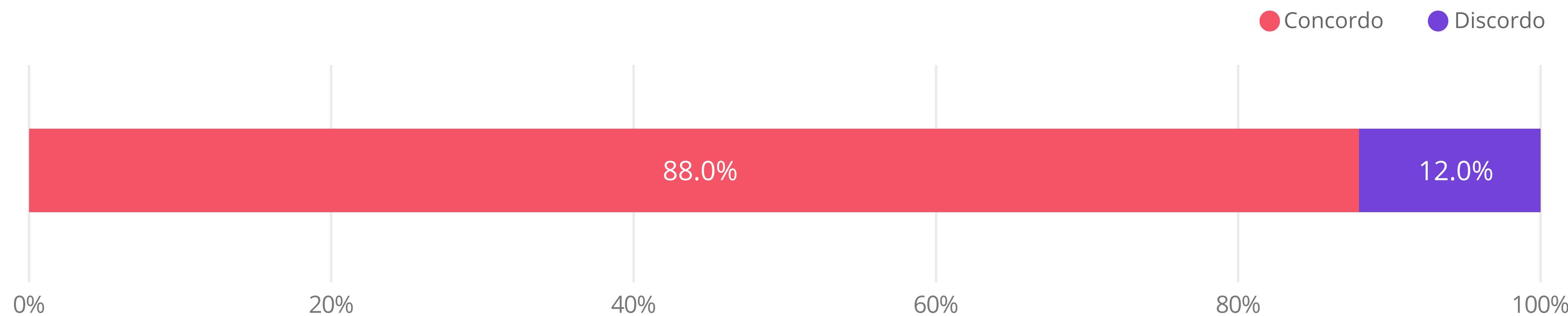


**Passos para
a retomada**

O FUTURO RESERVA UM NOVO NORMAL...

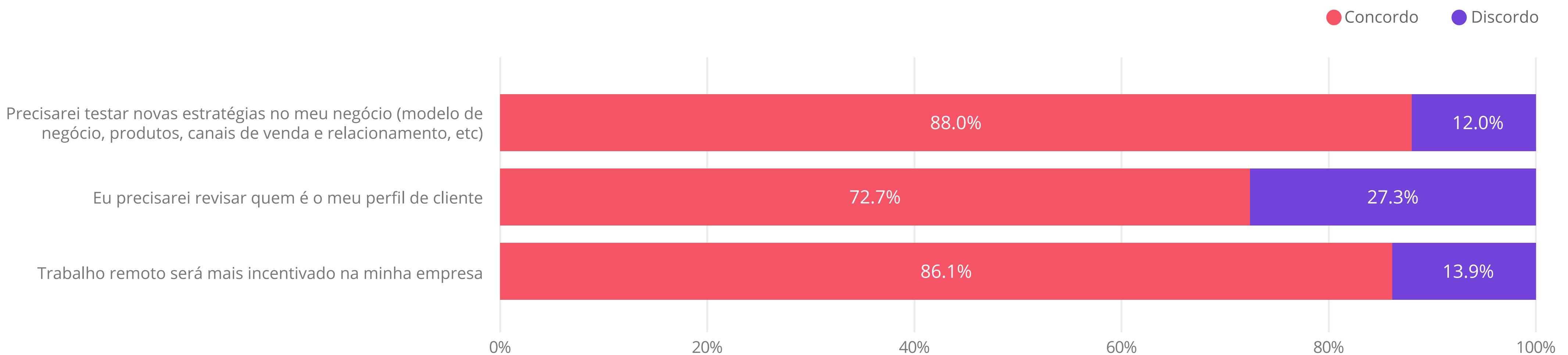
- 88% dos respondentes disseram que haverá um longo período de recessão na economia.

Haverá um longo período de recessão na economia antes de que ela volte a crescer



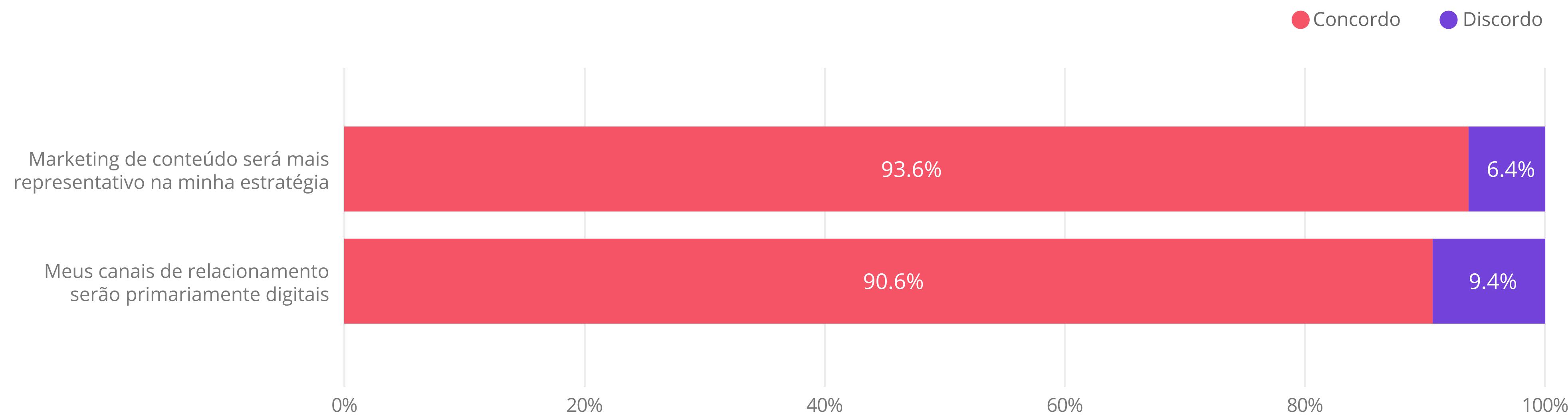
...QUE EXIGIRÁ MUDANÇAS NAS EMPRESAS E NOS PROCESSOS...

- 88% disseram que precisarão testar novas estratégias no modelo de negócios de suas Agências.
- 72,7% disseram que revisarão o perfil do cliente.
- 84,1% concordam que “o trabalho remoto será mais incentivado na minha empresa”.



...AINDA QUE MARKETING DE CONTEÚDO E RELACIONAMENTO ATRAVÉS DE CANAIS DIGITAIS SEJAM CADA VEZ MAIS IMPORTANTES

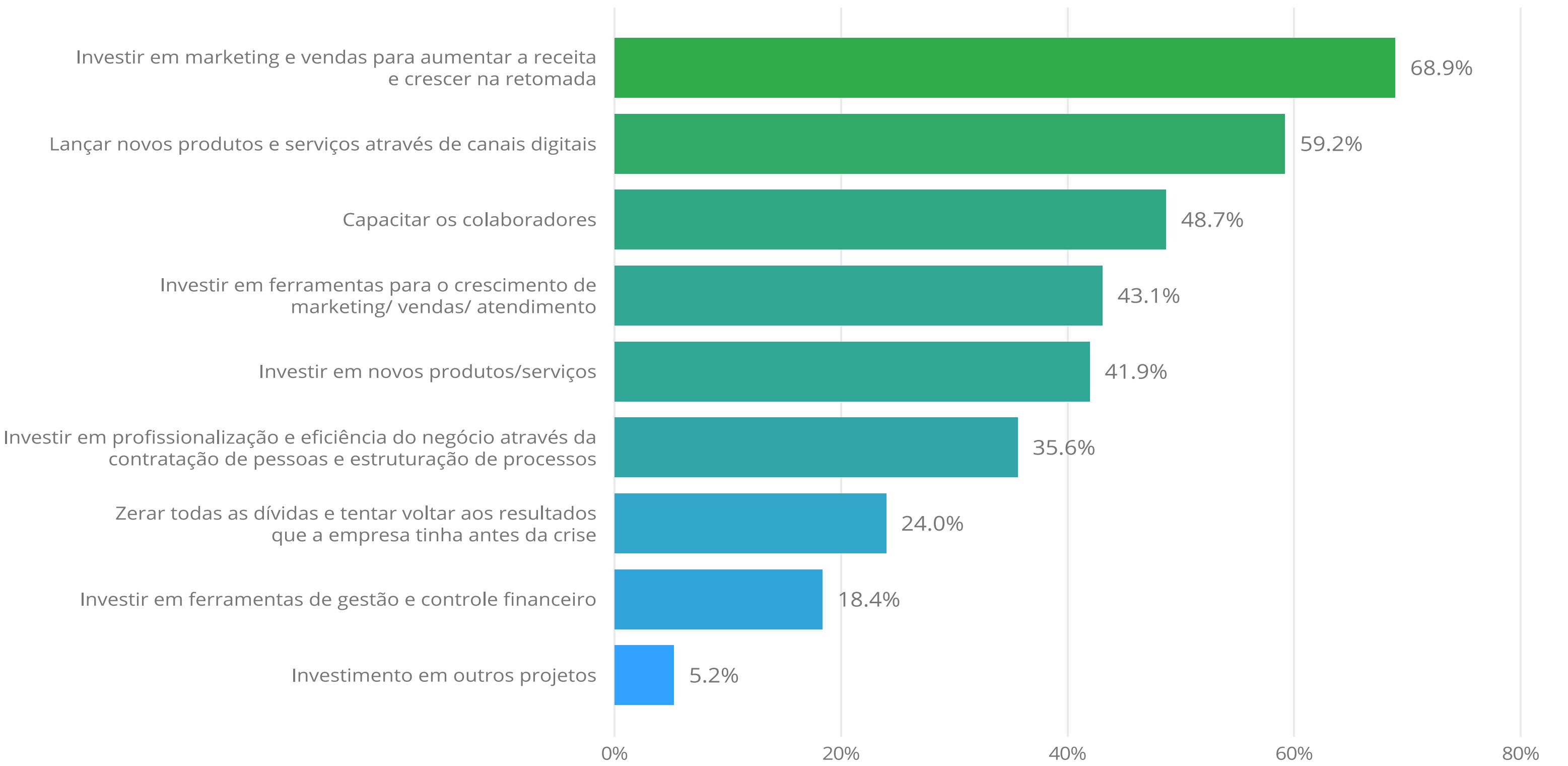
- 93,6% das Agências concordam que “Marketing de conteúdo será mais representativo na minha estratégia”.
- 90,6 concordam que “Meus canais de relacionamento serão primariamente digitais”.



COM O ‘NOVO NORMAL’, INVESTIR EM MARKETING E VENDAS É UMA AÇÃO PRIORITÁRIA PARA A RETOMADA...

- Quase 70% dos respondentes indicam o investimento em marketing e vendas como ação prioritária para crescer na retomada

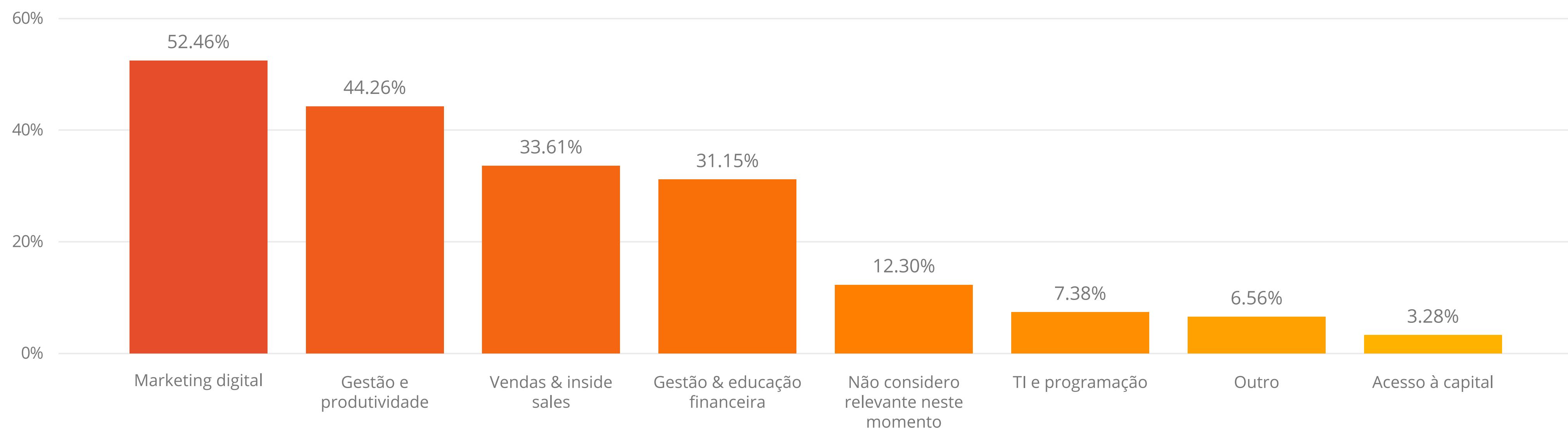
Quais ações sua empresa está considerando para estar preparada para a retomada da economia?



... E PARA ISSO ESTÃO SE CAPACITANDO EM MARKETING DIGITAL E GESTÃO E PRODUTIVIDADE

- 52,4% estão se capacitando ou já concluíram cursos de Marketing digital e 44,3% em cursos de gestão e produtividade

Você fez ou está fazendo algum curso?



Resultados Digitais

A Resultados Digitais (RD) é líder no desenvolvimento de software (SaaS) voltado para o crescimento de médias e pequenas empresas. Seus dois produtos - RD Station Marketing e RD Station CRM - alcançam mais de 17000 clientes em 30 países.

A RD possui 700 funcionários, distribuídos nos escritórios de Florianópolis, São Paulo, Joinville, Bogotá e Cidade do México.



eNdeavor

Organização global sem fins lucrativos com a missão de ser decisiva para empreendedores que são a nova geração de exemplos para o Brasil. Há 20 anos, promove um ambiente de negócios que estimula o crescimento e o impacto de empreendedores à frente das scale-ups, empresas de alto crescimento com modelo escalável e inovador.

Já ajudou a gerar mais de R\$ 9 bilhões em receitas anualmente e mais de 48 mil empregos diretos, além de acelerar mais de 700 scale-ups. Dessa forma, influencia também o surgimento de políticas públicas que simplifiquem o ambiente de negócios brasileiro para todas as empresas, tornando as regras mais transparentes e eficientes com conquistas que levaram o Brasil a ganhar 16 posições no ranking Doing Business 2019.

PEQUENAS Empresas & GRANDES Negócios

Pequenas Empresas & Grandes Negócios reúne hoje a maior comunidade de empreendedores do Brasil, sejam eles startups, franquias, mulheres empreendedoras, microempreendedores e negócios sociais.

PEGN leva aos empreendedores as melhores práticas de gestão e o que há de mais moderno em conceitos de marketing, estratégia, tecnologia e finanças. Neste período de tantos desafios, a marca apresenta, em todas as suas plataformas, os caminhos para atravessar a crise, as mudanças na legislação e as histórias de quem está se reinventando para manter as vendas.