

TWF / COMPETENCE

SUNBRAND 

G5



**UMA ALTERNATIVA ESTRATÉGICA
RETOMADA ECONÔMICA RS**

FUNDAMENTAL

ENTENDER
SENTIMENTOS E MOTIVAÇÕES:

CLIENTES (B2B)
CONSUMIDORES (B2C)

DEFINIÇÃO DAS:

ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS

**CONSUMIDORES
CLIENTES**

EMPRESAS

DESAFIOS ESTRATÉGICOS

RISCO CONTÁGIO

INSEGURANÇA FINANCEIRA

**COMPETITIVIDADE
EMPRESARIAL**

**RECEOS
TRAVADOS
AMEDRONTADOS**

**RELIGAR A
ECONOMIA**

CONTEXTO

SUNBRAND
MEDO X DESEJO
PESQUISA

BAIN.CO

VISÃO
ESTRATÉGICA
INICIAL

FSB PESQUISA
CNI
02 -04 MAIO

CONTEXTO

SUNBRAND
MEDO X DESEJO
PESQUISA

BAIN.CO

VISÃO
ESTRATÉGICA
INICIAL

FSB PESQUISA
CNI
02 -04 MAIO

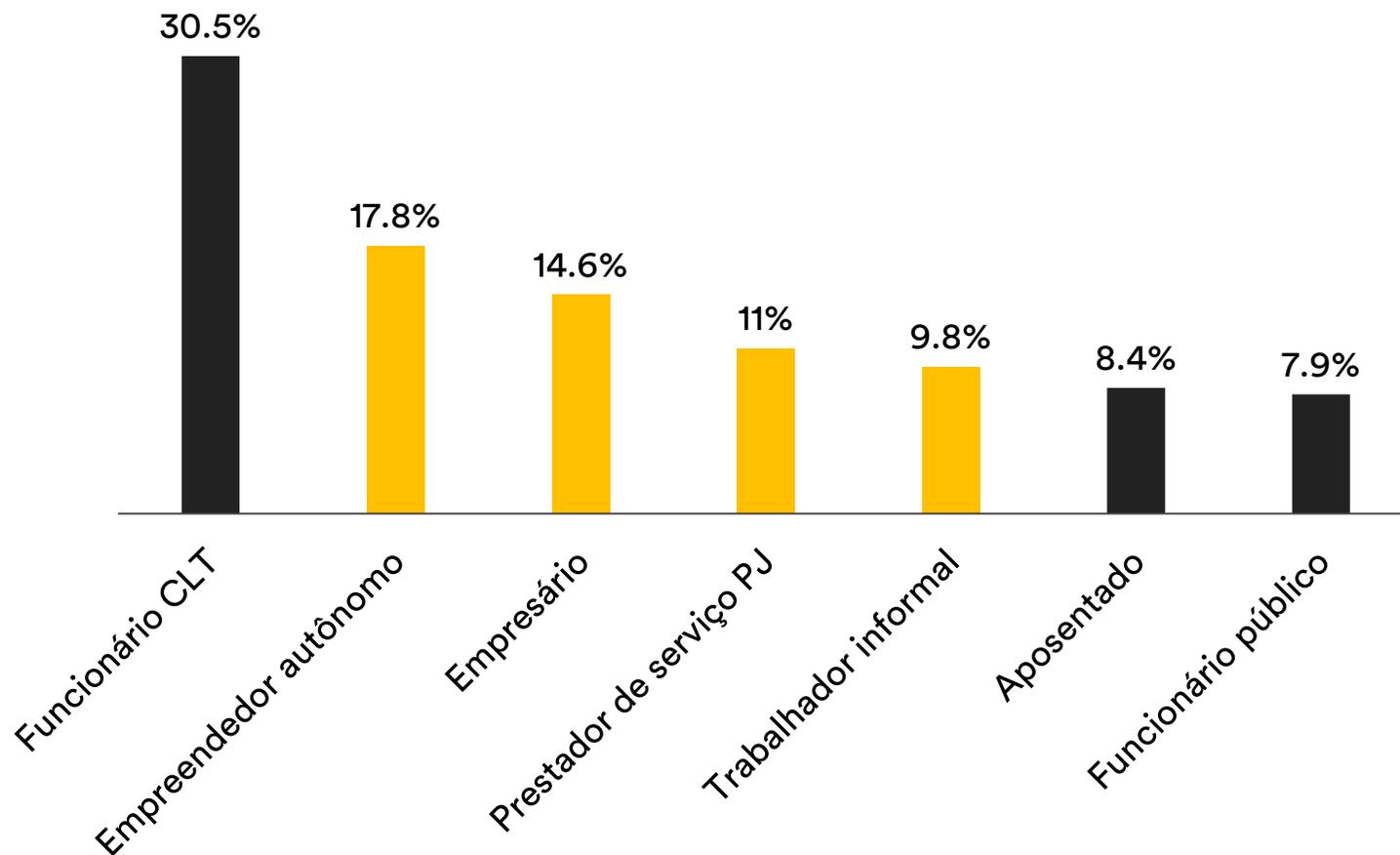
PESQUISA
MEDO X DESEJO
TWF/COMPETENCE
SUNBRAND

Pesquisa online

Período:

01, 02 e 03 de Abril de 2020.

Fonte de renda



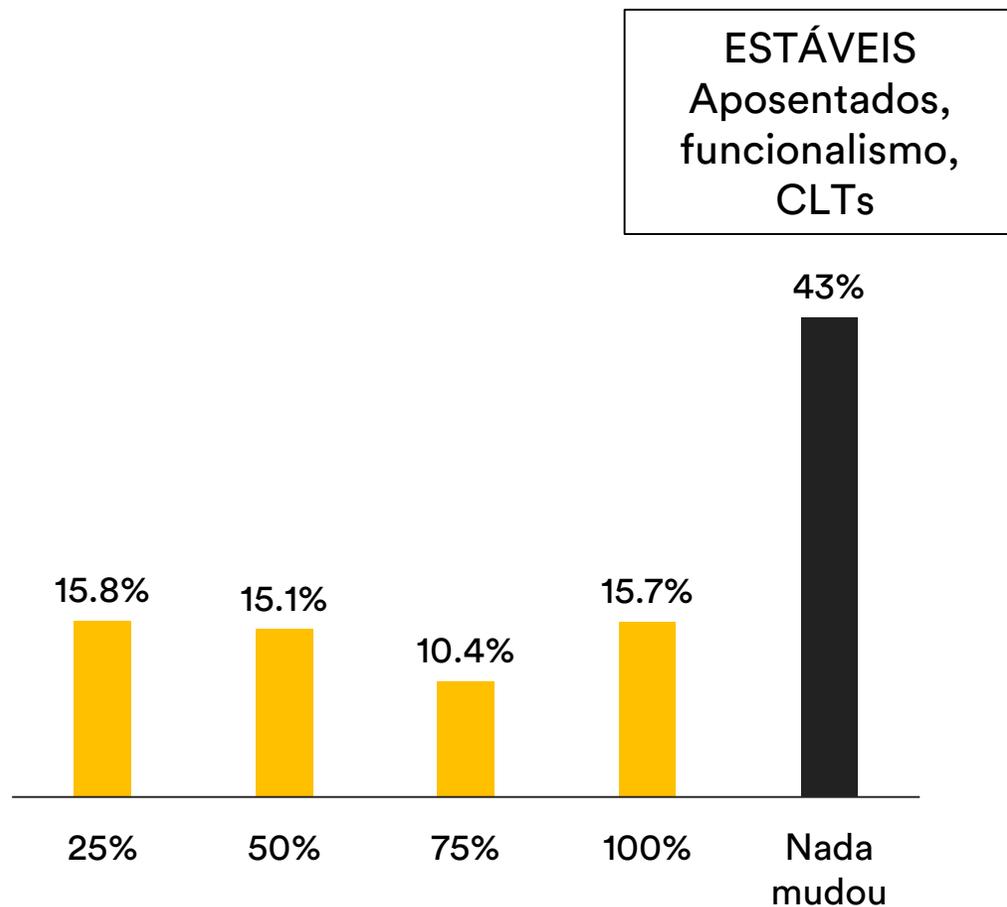
53,2 %

Empreendedores
autônomos, empresários,
informais,
PJs.

46,8%

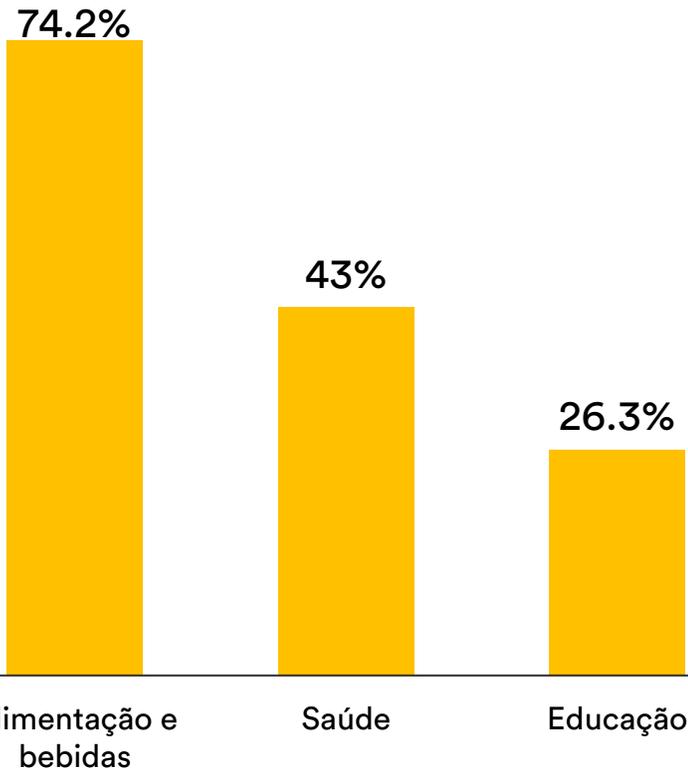
CLT
Aposentados
Funcionários públicos

Redução da renda/ Impacto

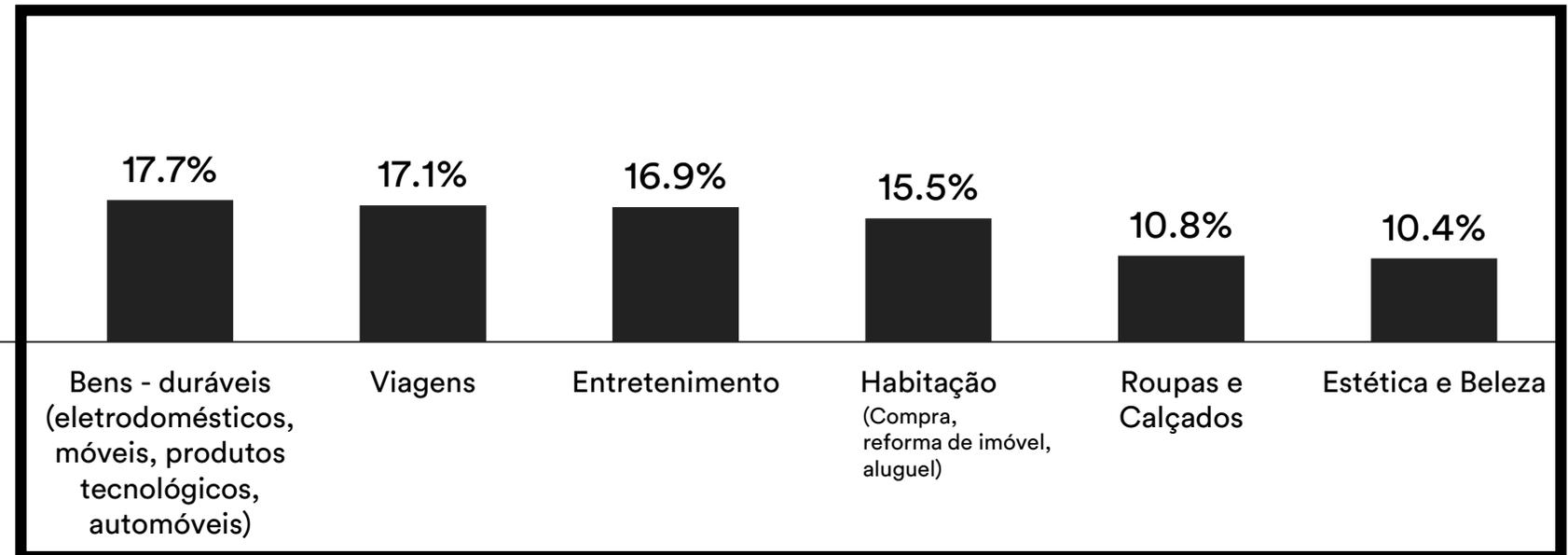


Setores PRIORIZADOS X POSTERGADOS

PRIORIZADOS

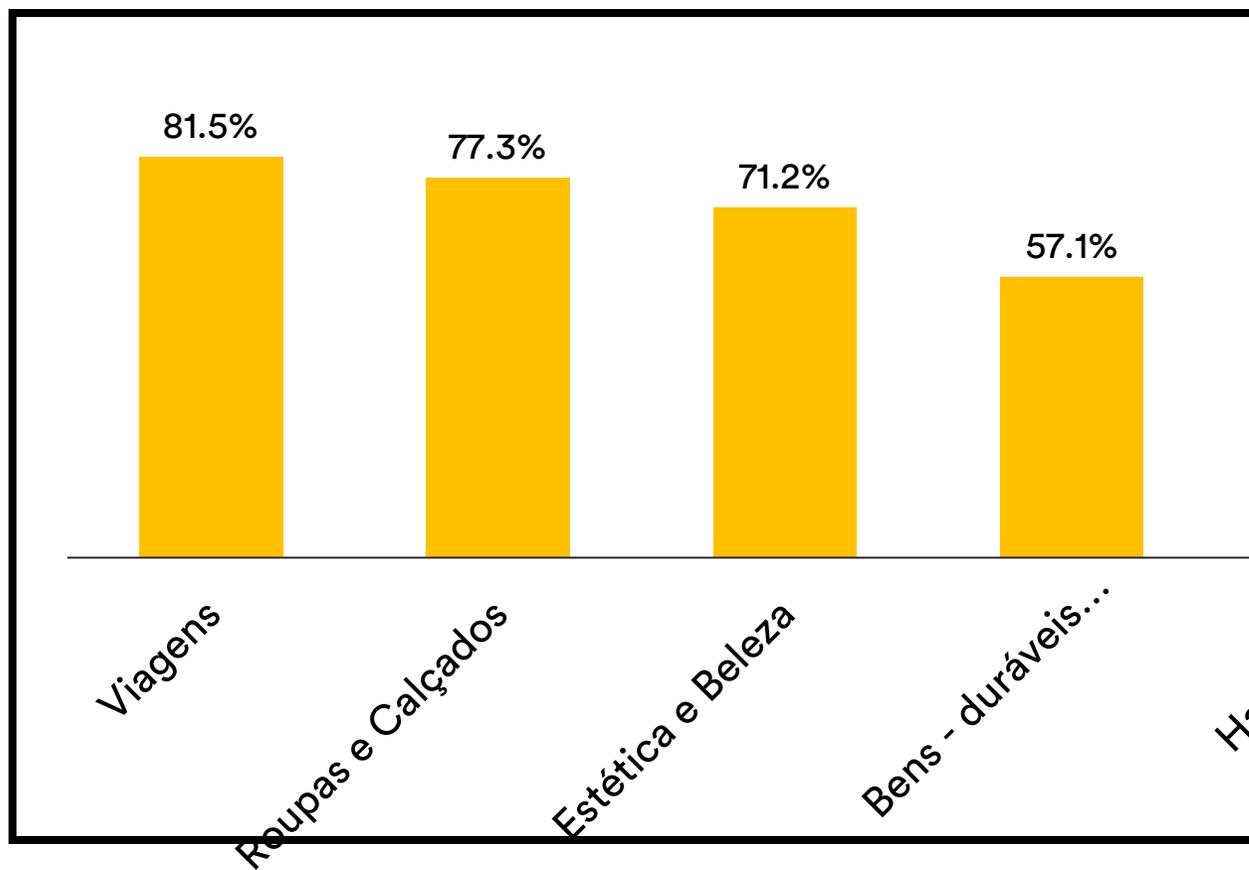


POSTERGADOS

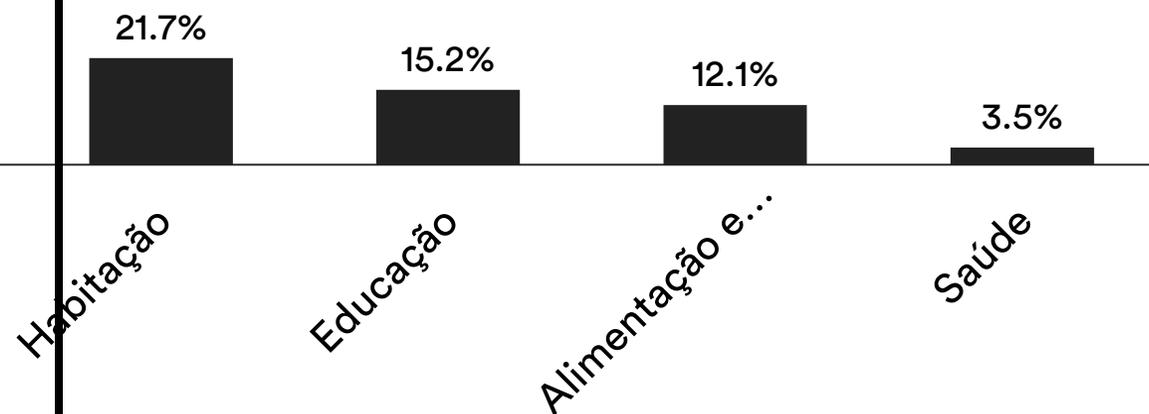


Disposição a economizar

R: 1000



Viagens, roupas e calçados, estética e beleza e bens-duráveis categorias excluídas da lista de prioridades dos pesquisados.



CONTEXTO

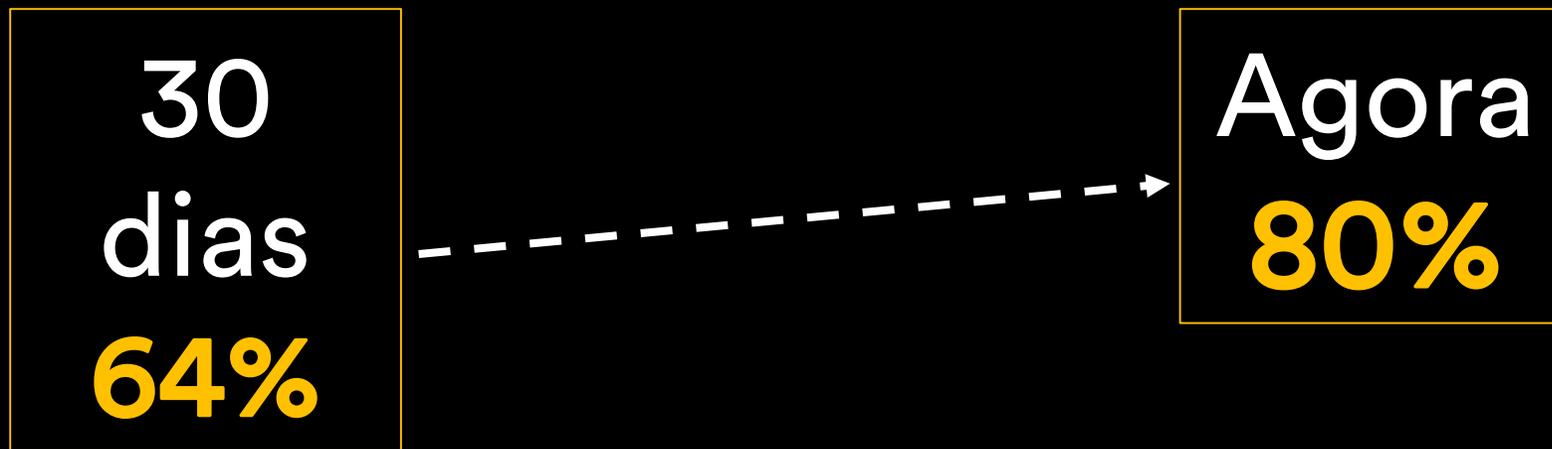
SUNBRAND
MEDO X DESEJO
PESQUISA

BAIN.CO

VISÃO
ESTRATÉGICA
INICIAL

FSB PESQUISA
CNI
02 -04 MAIO

2.000 entrevistas / 02- 04 Maio



53% dizem ter medo grande da pandemia
21% dizem ter pouco ou nenhum medo.

Comportamento pós Covid

- **30%** retomarão a mesma rotina.
- **70%** pretendem mudar seu dia a dia
 - 26% rotina totalmente diferente
 - 36% rotina um pouco diferente
 - 7% rotina parecida com a anterior.

Impactos na economia, emprego e renda

- **88%** - impacto gigante na economia brasileira.
- **48%** - medo grande de perder o emprego.

Perspectivas quanto à renda mensal:

- Quadro preocupante.
 - **36%** continuarão recebendo seu salário ou renda mensal.
 - **23%** ficaram sem renda.
 - **17%** tiveram redução nos seus rendimentos mensais.

Consumo pós-isolamento

50% a 72%

pretendem manter no pós-Covid o nível de consumo adotado durante o isolamento

- Não estão dispostas a retomar o mesmo patamar de compras anterior.

CONTEXTO

SUNBRAND
MEDO X DESEJO
PESQUISA

BAIN.CO

VISÃO
ESTRATÉGICA
INICIAL

FSB PESQUISA
CNI
02 -04 MAIO

BAIN & COMPANY 

CENÁRIO
ECONÔMICO CHINÊS
PÓS CONFINAMENTO



RETOMADA DA ECONOMIA EM MARCHA LENTA

PREOCUPAÇÃO COM CONTÁGIO
(POPULAÇÃO SOB FORTE TENSÃO →

CORONAVÍRUS

80% VOLTARAM A TRABALHAR.

70% FLUXO DE CARROS

40% MOVIMENTO SHOPPING CENTERS

50% LOJAS FÍSICAS

E-COMMERCE

+ 24%

+ 40%



SUSTENTÁVEL  X  CONSUMISTA



NOVO PADRÃO
CONSUMO ESSENCIAL



I ❤️ ME

vida simples

DEZEMBRO 2012 - EDIÇÃO 125



TWF / COMPETENCE



G5

SUNBRAND

VALORIZAÇÃO DO BÁSICO →

MARCA → **CARRO**

MARCAS DE LUXO

X

PREÇO BAIXO



RACIONAL DA CRISE

RESTRIÇÕES
CATEGORIAS
NÃO ESSENCIAIS

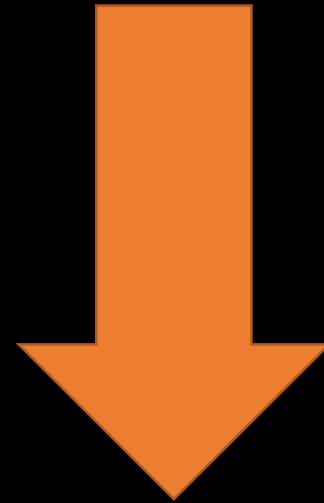
PRODUTOS NÃO ESSENCIAIS:

MODA

COSMÉTICOS

JOIAS

MÓVEIS



PRODUTOS NÃO ESSENCIAIS:

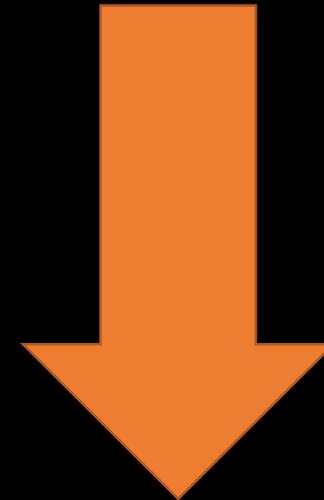
ELETRO ELETRÔNICOS

(LOJAS FÍSICAS)

RESTAURANTES

HOTÉIS

VIAGENS – FLUXO 50%



CONTEXTO

SUNBRAND
MEDO X DESEJO
PESQUISA

BAIN.CO

VISÃO
ESTRATÉGICA
INICIAL

FSB PESQUISA
CNI
02 -04 MAIO

**NUNCA MAIS TERÁ A VIDA DITA
NORMAL.**

**ESTAMOS COMEÇANDO A ETAPA
NOVO NORMAL.**

**IMPLICAÇÕES DO
FATOR DIGITALIZAÇÃO**

NOVO NORMAL.

PESSOAS JURÍDICAS

- REIVENÇÃO DA FORMA DE TRABALHAR.
- NOVOS MODELOS DE ORGANIZAÇÕES.
- COLABORAÇÃO.
- TRANSFORMAÇÃO

**NOVO
NORMAL**

PESSOAS FÍSICAS

RESTRIÇÕES DE
CURTO/MÉDIO
VALOR DO TEMPO
VIVER MAIS E MELHOR
TRABALHO EM REDE

VISÃO ESTRATÉGICA INICIAL

**NOVA DIREÇÃO DO VENTO.
AJUSTE AS VELAS
PARA CHEGAR
AONDE VOCÊ QUER.**



MAPFRE

alicante
PRIMA MUY SUSTENTABLE

VOLVO
OCEAN
RACE

1. MUDANÇAS MUITO RÁPIDAS.
2. NECESSIDADE DE ADEQUAÇÃO ESTRATÉGICA AO NOVO NORMAL.
3. EXAUSTÃO DOS MODELOS DE NEGÓCIOS

SÓ COM UMA
PROPOSTA DE VALOR
INOVADORA
OS NEGÓCIOS/MARCAS
VOLTARÃO A SER
COMPETITIVOS.

- PERGUNTA FUNDAMENTAL :

O QUE DEVE SER FEITO
PARA RESGATAR A
COMPETITIVIDADE?

VALORIZAÇÃO MARCAS E SETORES

GESTÃO DE MARCAS PÓS CONFINAMENTO

EMPRESAS

- REFORÇO INSTITUCIONAL
- DESTACAR BENEFÍCIOS
 - RACIONAIS – **EFICIÊNCIA**
 - EMOCIONAIS – **CONFIANÇA**
 - PRESTÍGIO – **ESCOLHA CERTA**
- ÊNFASE NA **CONVENIÊNCIA**
- DESTACAR **OPORTUNIDADE DE COMPRA**

SETORES

- ESTIMULAR **CAMPANHAS DE VALORIZAÇÃO DA CATEGORIA** ATRAVÉS DOS SINDICATOS.
- **PESQUISAS CONSUMIDORES**
- ATUAÇÃO **NICHIFICADA**

RETOMADA ECONÔMICA RS



LENTA
ASSIMÉTRICA
EXPECTATIVA X REALIDADE
FRUSTRANTE
INSUSTENTÁVEL (MAIORIA)

DIFERENTES SETORES.



DIFERENTES IMPACTOS/ REALIDADES.



**DIFERENTES
REAÇÕES / SOLUÇÕES.**

PRESSÃO SOBRE O GOVERNO

INCENTIVOS / FINANCIAMENTO

- ENTIDADES

- CLASSE POLÍTICA

- DESGASTE DESNECESSÁRIO

PROBLEMA X OPORTUNIDADE



SETORIAL
MAIOR NECESSIDADE DO
GOVERNO
RETROCESSO →
PROTECIONISTA

ECOSSISTEMA –
CADEIAS PRODUTIVAS
ALIANÇAS ESTRATÉGICAS
SALTO → INOVAÇÃO DE VALOR

OBJETIVOS:

SUSTENTABILIDADE

+

AUMENTAR VOLUME

+

**MAIOR VELOCIDADE DE
VENDAS.**

BÁSICO

PROBLEMA COMUM
RISCO CONTÁGIO

REFORÇAR
SENTIMENTO
PERCEPÇÃO
DE SEGURANÇA
GERAR CONFIANÇA

**SOLUÇÕES RESTRITAS AS
OPORTUNIDADES/CONDIÇÕES
ATORES DO SETOR**

FORNECEDORES

BANCOS

FUNCIONÁRIOS

PARCEIROS



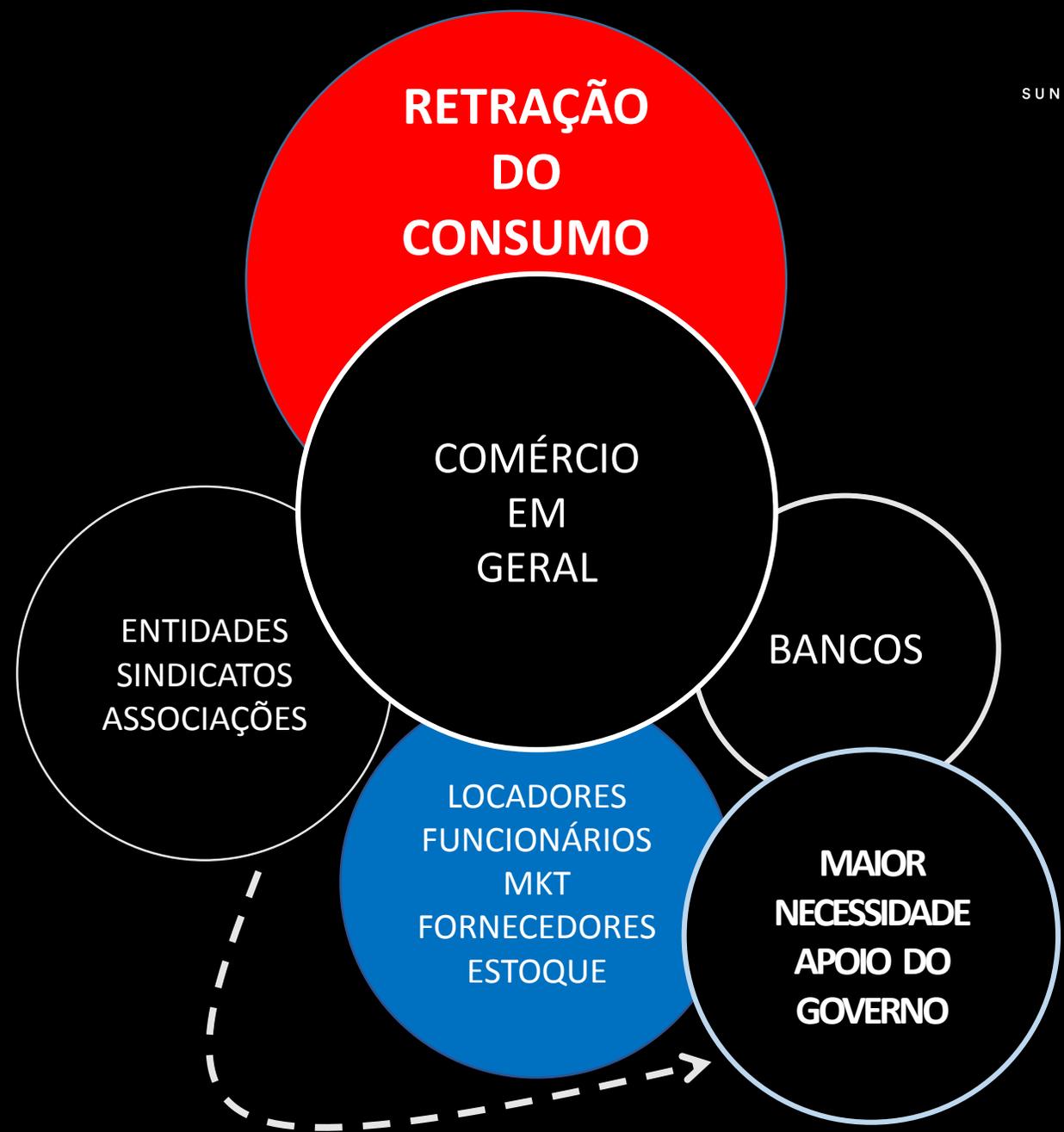
ALTERNATIVAS LIMITADAS PARA A RETOMADA MAIS RÁPIDA.

DIFICULDADES SETORIAS

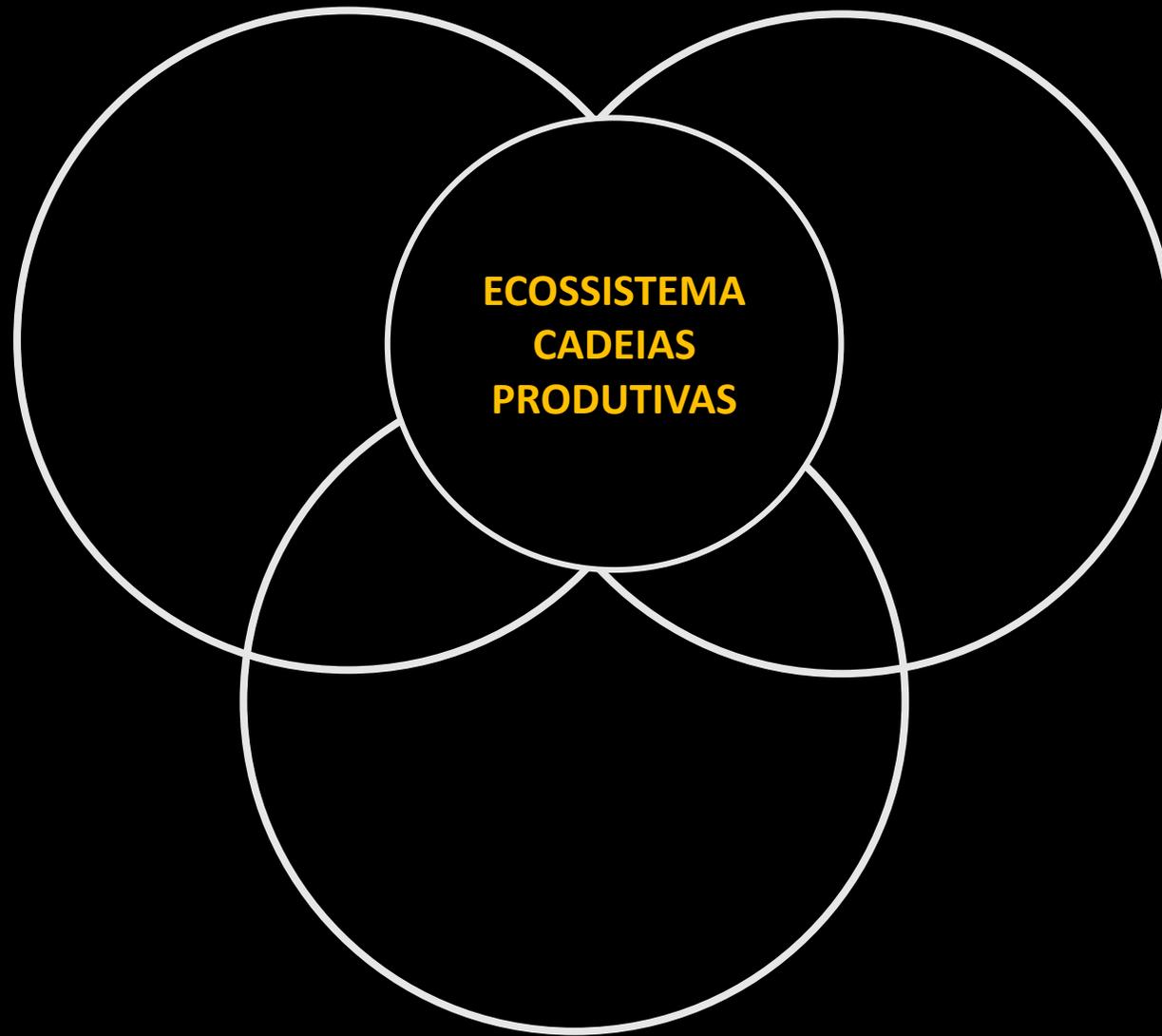
PROBLEMAS:

1. FOCO NO SETOR
2. MANUTENÇÃO DO MODELO
3. POUCA MARGEM DE MANOBRA

FRUSTRAÇÃO GERAL
DIFICULDADE DE SOBREVIVÊNCIA



ECOSSISTEMAS DAS CADEIAS PRODUTIVAS.



NOVAS OPORTUNIDADES DE SUSTENTABILIDADE

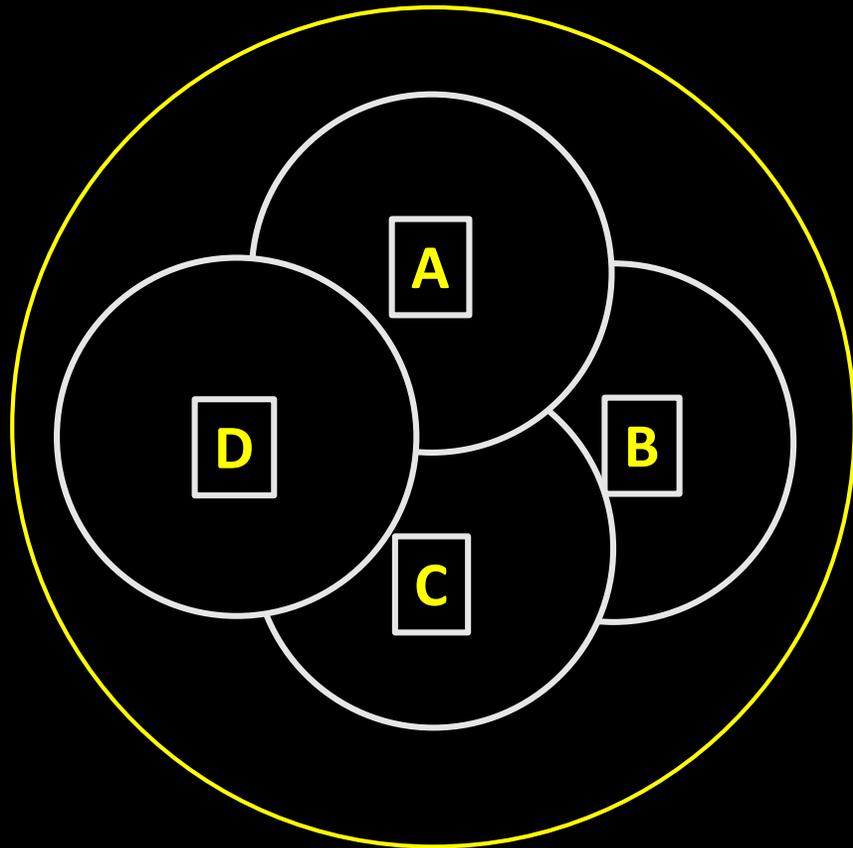
COOPERAÇÃO / COCRIAÇÃO

- LARGA ABRANGÊNCIA DE ESPAÇOS
- SOMA DE COMPETÊNCIAS
 - NOVAS IDEIAS / OPORTUNIDADES
 - RELAÇÕES

INOVAÇÃO COMPETITIVA



CICLO VIRTUOSO DE AGREGAÇÃO DE VALOR AOS NEGÓCIOS



FORTALECIMENTO DE TODOS ATORES.

PERTENCER:
SOBREVIVER X DESAPARECER

ECOSSISTEMAS = ALIANÇAS ESTRATÉGICAS ENGLOBANDO TODAS CADEIAS PRODUTIVAS

SETORES

DE:

PREOCUPAÇÃO DA PORTA
PARA DENTRO

(COMPORTAMENTO SETORIAL).

LARGA ABRANGÊNCIA

PARA:

**TODOS IDENTIFICANDO
OPORTUNIDADES DE
SOBREVIVÊNCIA E INOVAÇÃO
COMPETITIVA**

(COMPORTAMENTO SUGERIDO).

GERANDO CONSCIÊNCIA
SE UM GANHA, TODOS GANHAM.
SE UM PERDE, TODOS PERDEM.

OPORTUNIDADE SALTO DE INOVAÇÃO COMPETITIVA

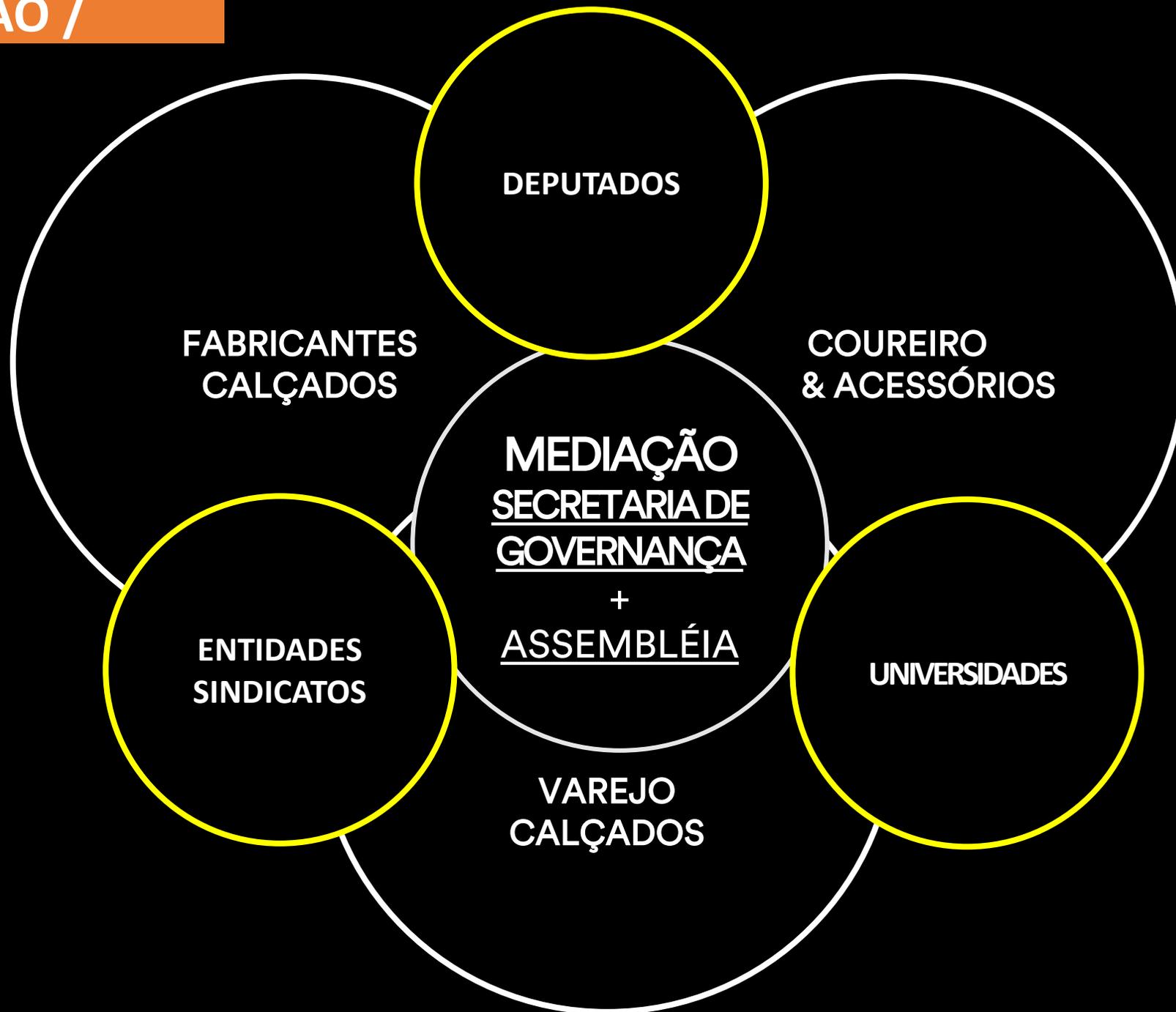
ARTICULAÇÃO MAIS COMPLEXA

CONSCIÊNCIA – EQUILÍBRIO – HUMILDADE

CADEIAS
PRODUTIVAS
ENTIDADES
SETORIAS

GOVERNO
SECRETARIA DE
GOVERNANÇA
ASSEMBLÉIA
MEDIÇÃO

APOIO
DEPUTADOS
UNIVERSIDADES



TWF / COMPETENCE

SUNBRAND 

G5