

ESCOLHA DOS EDITORES | 16.915 visualizações | 12 de maio de 2020, 11:40 EDT

Como três pequenas empresas estão girando para se manter à tona em meio à pandemia de coronavírus



Maneet Ahuja Forbes Funcionários

Empreendedores

Editor sênior que abrange desde Wall Street e bilionários até o mundo intrépido de empreendedores, startups e pequenas empresas.



Jeff e Ally Davidson, co-fundadores do Camp Gladiator. GLADIADOR DO ACAMPAMENTO

No final de fevereiro, Jeff Davidson, cofundador e co-CEO da empresa de fitness Camp Gladiator, estava em uma viagem anual de pesca para meninos no lago El Salto, no sopé das montanhas Sierra Madre, no oeste do México, quando foi atingido por uma sensação avassaladora. de pavor e déjà vu. Após um longo dia de pesca do robalo, ele acessou seu laptop para navegar diariamente em fóruns de investimento, um antigo hábito de seus dias como vice-presidente sênior da AXA Advisors . Gestores de

fundos de hedge e analistas de Wall Street estavam acompanhando o desenvolvimento de um novo coronavírus em Wuhan, na China, vasculhando a região em busca de dinheiro sob o radar. Quanto mais ele lia, mais se sentia sentindo no início da Grande Recessão.

“Só me lembro da sensação que sentimos quando vimos o Bear Stearns falir e o pânico da queda do mercado de ações. Tudo isso queimou memórias muito duras em minha mente”, diz Davidson. “Voltei imediatamente à nossa sede e disse à minha equipe: 'Acho que precisamos estar preparados para um grande evento'.” Nos escritórios da Camp Gladiator em Austin, Texas, eles criaram um plano, “Project Mars”, para dinamizar seus negócios bootcamp fitness em tempo real.

Fundada em 2008 por Davidson e sua esposa, Ally, que usaram os US \$ 100.000 que ganhou depois de ser coroada campeã do *American Gladiator* da NBC (pela qual ela fez o teste no dia do casamento) para lançar a empresa, agora com US \$ 60 milhões, as sessões de treinamento do Camp Gladiator eram sempre destinado a correr ao ar livre, em espaços públicos, como parques e pátios escolares, onde as pessoas podem se unir e apoiar-se em suas jornadas de condicionamento físico. Nos últimos meses, Ally vinha realizando uma análise competitiva do cenário dos exercícios virtuais, com planos de lançar suas próprias ofertas remotas em 2022.

Today In: **Empreendedores**

Como as paralisações em todo o estado e os mandatos de abrigo no local obrigaram as academias a fecharem indefinidamente, lançando a **indústria de fitness de US \$ 94 bilhões** em queda livre financeira, o Camp Gladiator emergiu exclusivamente preparado para lucrar. Enquanto cadeias como a Gold's Gym **entraram em falência** e startups de bilhões de dólares como a ClassPass viram **95% de seus lucros** evaporarem da noite para o dia, a falta de localizações físicas e o modelo de renda do instrutor da Camp Gladiator (os 1.000 instrutores da empresa coletam 75% da receita de suas aulas) serviram como vantagens. "O Camp Gladiator é

como 1.000 pequenas empresas reunidas em uma empresa de médio porte, porque cada um de nossos treinadores é um proprietário local que coleta os lucros de seus próprios locais", diz Davidson.

Esse alinhamento que eles têm com sua força de trabalho ajudou a acelerar o lançamento de suas ofertas virtuais até 16 de março, bem à frente de concorrentes como a Orangetheory Fitness. Depois de uma semana de aulas gratuitas #HustleAtHome transmitidas no Facebook Live, eles lançaram um desafio de treino virtual de 6 semanas por US \$ 39 (as associações presenciais geralmente custam entre US \$ 59 e US \$ 79 por mês). O rápido pivô valeu a pena: desde o lançamento, há dois meses, o Camp Gladiator passou de 4.000 exercícios ao ar livre por semana para quase 10.000 exercícios com zoom por semana. Ele manteve 97% de sua base de clientes de quase 80.000 e adquiriu mais 20.000 e US \$ 700.000. A taxa de adoção é tão alta que os Davidsons planejam manter sua oferta virtual a longo prazo e contratam novos treinadores, muitos dos quais foram demitidos recentemente de outras empresas de fitness.

“Seis semanas atrás, pensávamos que estávamos fazendo um curativo. Há quatro semanas, pensávamos que estávamos oferecendo uma oferta suplementar de produtos que poderia valer a pena ser mantida”, afirma Davidson. “E agora achamos que estamos avançando. Há uma chance de que em um ano virtual seja nossa principal oferta de produtos.”

Escusado será dizer que o condicionamento físico não é o único setor afetado pela pandemia. A crise do coronavírus afetou significativamente a maioria das mais de 30 milhões de pequenas empresas americanas, muitas das quais ainda esperam receber ajuda financeira do governo. De acordo com uma [pesquisa](#) recente da Goldman Sachs, 71% dos solicitantes do Programa de Proteção de Pagamento ainda estão esperando empréstimos e 64% não têm dinheiro suficiente para durar os próximos três meses. Em 19 de abril, mais de 175.000 empresas fecharam - temporária ou permanentemente - com taxas de fechamento subindo 200% ou mais em cidades metropolitanas atingidas como Los Angeles, Nova York e Chicago, segundo o [relatório](#) Q1 Economic Average do Yelp .

A indústria de restaurantes foi especialmente esmagada. Uma [pesquisa](#) recente realizada pela Independent Restaurant Coalition e pela James Beard Foundation constatou que a indústria de serviços alimentícios recebeu apenas 9% dos dólares do PPP, apesar de representar 60% das perdas de empregos em março. A National Restaurant Association [estima que](#) a indústria de restaurantes tenha perdido US \$ 80 bilhões até abril e está prestes a perder US \$ 240 bilhões até o final do ano.

La Monarca Bakery e Caf E, uma rede de US \$ 15 milhões sediada em Los Angeles descrita pelo co-fundador Ricardo Cervantes como "se uma padaria mexicana e a Starbucks tivessem um bebê", espera que as receitas caiam até 40% em suas 12 localidades este ano. "Sendo que nos posicionamos propositadamente nos bairros hispânicos da classe trabalhadora, estamos em áreas onde a base de empregadores e funcionários foi mais atingida", diz Cervantes. "Nós não paramos", acrescenta, referindo-se ao trabalho que ele e o co-fundador Alfredo Livas têm feito para se adaptar ao novo normal. Eles mantiveram todos os locais abertos para retirada e retirada e reduziram todos os custos e salários de gerenciamento, em um esforço para manter a maioria de sua equipe intacta (cerca de 10% foi demitida) e expandir seus negócios para incluir mais itens pré-embalados e opções de refeições em família. Em resposta às necessidades de suas comunidades locais, eles começaram a carregar itens essenciais como leite, manteiga, farinha, toalhas de papel, papel higiênico e água sanitária. "Alguns de nossos bairros não têm acesso a grandes supermercados ou à Costco e, se o fazem, muitas pessoas geralmente não têm recursos para estocar dois meses de papel higiênico", explica Cervantes. "Eles precisam de mercadorias diárias, mas em quantidades menores, e é isso que estamos fornecendo".



Exterior de um dos 12 locais da La Monarca Bakery & Cafe em Los Angeles, Califórnia. LA MONARCA BAKERY & CAFE

Quando a dupla se conheceu como estudantes de MBA na Stanford Business School em 2001, eles não tinham idéia de que algum dia estariam colocando seus diplomas de finanças para trabalhar dessa

maneira. “Hoje estamos mais ocupados do que nunca - e isso não quer dizer que os negócios estejam ótimos. Conforme a analogia, estamos construindo este novo avião enquanto estamos no ar”, diz ele.

Mas, embora a necessidade de distanciamento social tenha forçado o fechamento de negócios em todo o mundo, afetando todos os setores, alguns como a indústria do vinho descobriram um certo tipo de vantagem. De acordo com dados da [Nielsen](#), as vendas de vinho para consumo fora do estabelecimento comercial no período de 1º de março a 18 de abril aumentaram 29% em relação ao mesmo período do ano anterior, com o total de vendas de álcool para consumo externo fora de 24%.



Kingston Family Vineyards no vale de Casablanca, Chile. KINGSTON FAMILY VINEYARDS

A Kingston Family Vineyards está apostando nessa tendência. Fundada em 1998 por Courtney Kingston, a empresa familiar de US \$ 3 milhões está sediada em Portola Valley, Califórnia, com uma fazenda de 100 anos e vinhedo de 350 acres no Vale Casablanca, no Chile, que também é um dos principais destinos turísticos. premiado com o Certificado de Excelência do TripAdvisor nos últimos seis anos. Produz apenas 3.500 caixas de Pinot Noir, Chardonnay, Syrah e Sauvignon Blanc anualmente (elas vendem 90% de suas uvas a outros produtores de vinho); assim,

quando o presidente chileno Sebastián Piñera declarou estado de catástrofe em 19 de março, Kingston perdeu uma quantidade significativa de receita durante a estação mais rentável do ano.

Com a vigésima colheita de uvas para vinho do ano em Kingston, a vinícola passou a oferecer degustações virtuais de vinhos, enviando garrafas aos clientes com antecedência. A receita nos EUA no mês de abril caiu apenas 10% em relação ao ano anterior.

"Com base nessas provas virtuais, geramos muitas receitas com um negócio totalmente novo", diz Kingston. "Antes do coronavírus, hospedar convidados em um ambiente íntimo era a chave para compartilharmos nosso pequeno canto do mundo com outras pessoas. Eles costumavam se tornar clientes por toda a vida. No momento, e no futuro próximo, não podemos fazer isso. A luz brilhante na escuridão é o que podemos fazer.

Para a lista completa dos Pequenos Gigantes da Forbes, [clique aqui](#).

Com reportagem adicional de Chloe Sorvino.



Champions of Success

Our weekly Entrepreneurship newsletter for those who have made it and those who aspire to make it.

You may opt out any time. [Terms & Conditions](#) and [Privacy Policy](#).

Siga-me no [Twitter](#) ou [LinkedIn](#). Envie-me uma [dica segura](#).



Maneet Ahuja

Follow

Sou editor sênior da *Forbes*, cobrindo desde Wall Street e bilionários até o mundo intrépido de empreendedores, startups e pequenas empresas. Um ex- *Forbes* “U...

consulte Mais informação

[Comentários sobre o Site](#) [Dicas](#) [Correções](#) [Reimpressões e permissões](#) [Termos e Condições](#) [Privacidade](#)

© 2020 Forbes Media LLC. Todos os direitos reservados.

[Opções de anúncios](#)

ADVERTISEMENT