ANÁLISE ECONÔMICA

Edição 4 - Ano 4 | Maio de 2023

TENDÊNCIAS QUE VÃO MUDAR O MERCADO EM 2023

Com o fim da emergência em saúde declarado pela OMS estamos reexperimentando o contato com o mundo. Eventos, viagens e ocupações das cidades ganharam força. Os espaços e deslocamentos físicos retomaram seu lugar de destaque, enquanto desenvolvemos relações mais próximas com a tecnologia.

Diante disso as pessoas seguem se perguntando: que futuros serão possíveis? As preocupações em relação ao clima, ao mundo do trabalho, à tecnologia, aos rumos da economia são convites a ações mais significativas. O que desejamos para o futuro, precisa ser coletivamente construído hoje. Como podemos então agir de maneira relevante em prol do Coop?

Esta análise econômica vai te ajudar a compreender, por meio de dados, o que há de novo quando o assunto é tendências de negócios e inovação. Cada tendência é contextualizada para que você tenha o embasamento para provocar outros agentes que transformam a coop onde você atua.

PRINCIPAIS TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

Em um relatório publicado esse ano, a Euromonitor trouxe dados que visam ajudar organizações a preverem motivações dos consumidores, que irão impactar na fidelidade do consumidor e as decisões de compra este ano. Conheça algumas delas:

AUTOMAÇÃO AUTÊNTICA:
Os consumidores estão demandando cada vez mais soluções personalizadas conforme os seus gostos, por isso, as organizações precisam encontrar quais processos podem ser automatizados e quais devem ser interpessoais.

COMPRADORES CAUTELOSOS:
A crise do custo de vista está diminuindo o poder de compra dos consumidores, muitos passaram a ficar mais exigentes com os gastos, tornando a economia o ponto principal na hora do consumo.

CONTROLAR O TEMPO DE TELA:
Os consumidores querem uma experiência digital eficiente, filtrada de acordo com seus interesses e tempo.

ECO-ECONÔMICOS:
Os padrões de consumo são menos de aquisição e mais de redução, o que impacta positivamente o planeta, como por exemplo, a redução no consumo de energia.

HORA DO JOGO:
Os games se tornaram um líder em entretenimento e transcenderam a divisão geracional. O que antes era um nicho, agora é uma oportunidade de mercado.

ASCENÇÃO FEMININA:
Os consumidores se recusam a permanecer em silêncio sobre a desigualdade de gênero, com isso, cresce no mercado mundial a representação justa, equidade e inclusão das mulheres.

OS PRÓSPEROS:
Com ênfase em uma vida simples e sem muitos exageros, assim os consumidores estabeleceram um limite estrito entre vida profissional (ou escolar) e pessoal, e priorizam sua saúde e bem-estar.

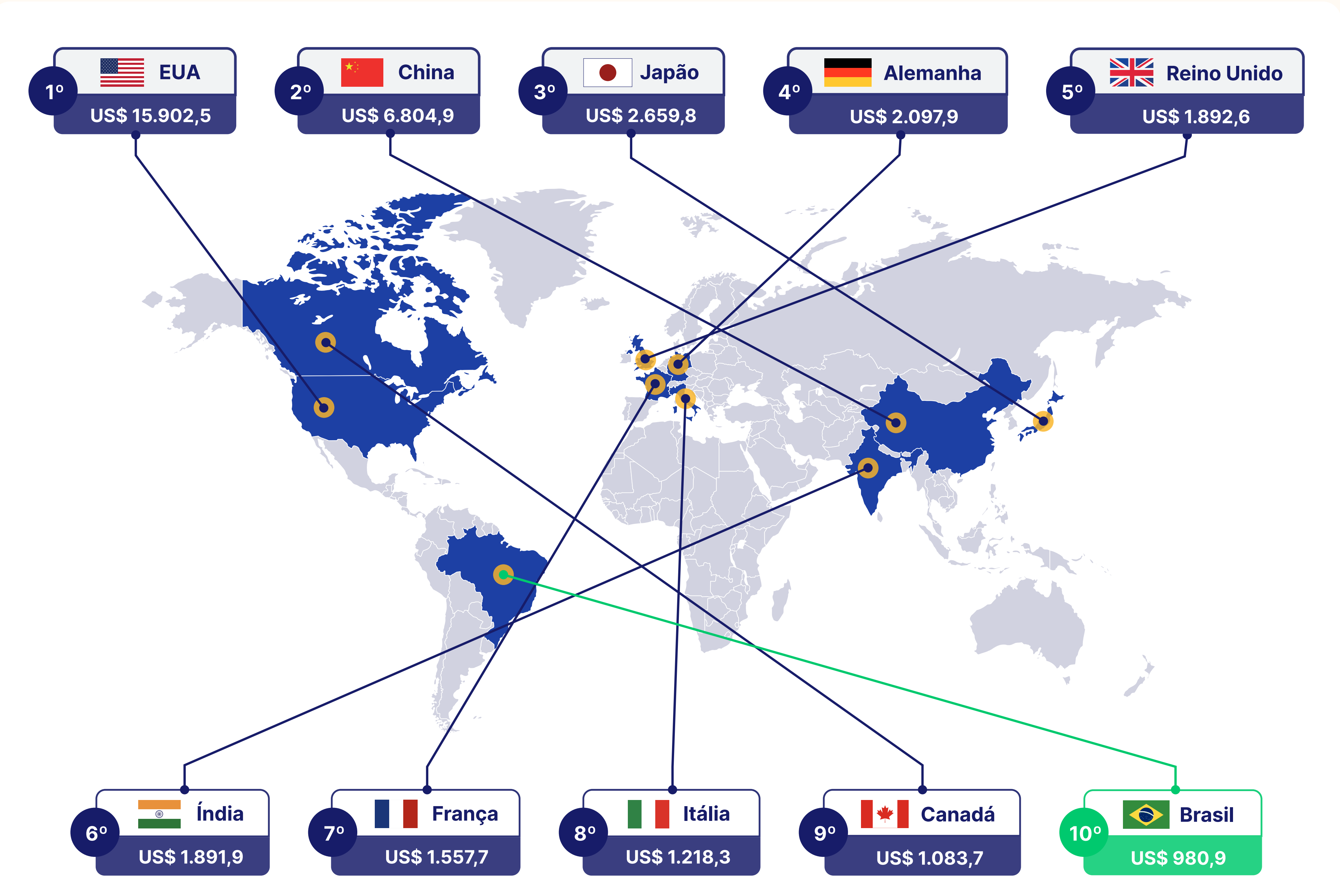
JOVENS E DISRUPTIVOS:
Os consumidores da geração Z defendem suas crenças e não são facilmente influenciáveis pela publicidade tradicional, dessa forma, as empresas precisam se adequar para alcançar esse público.

Fonte: Euromonitor International

MAIORES MERCADOS CONSUMIDORES

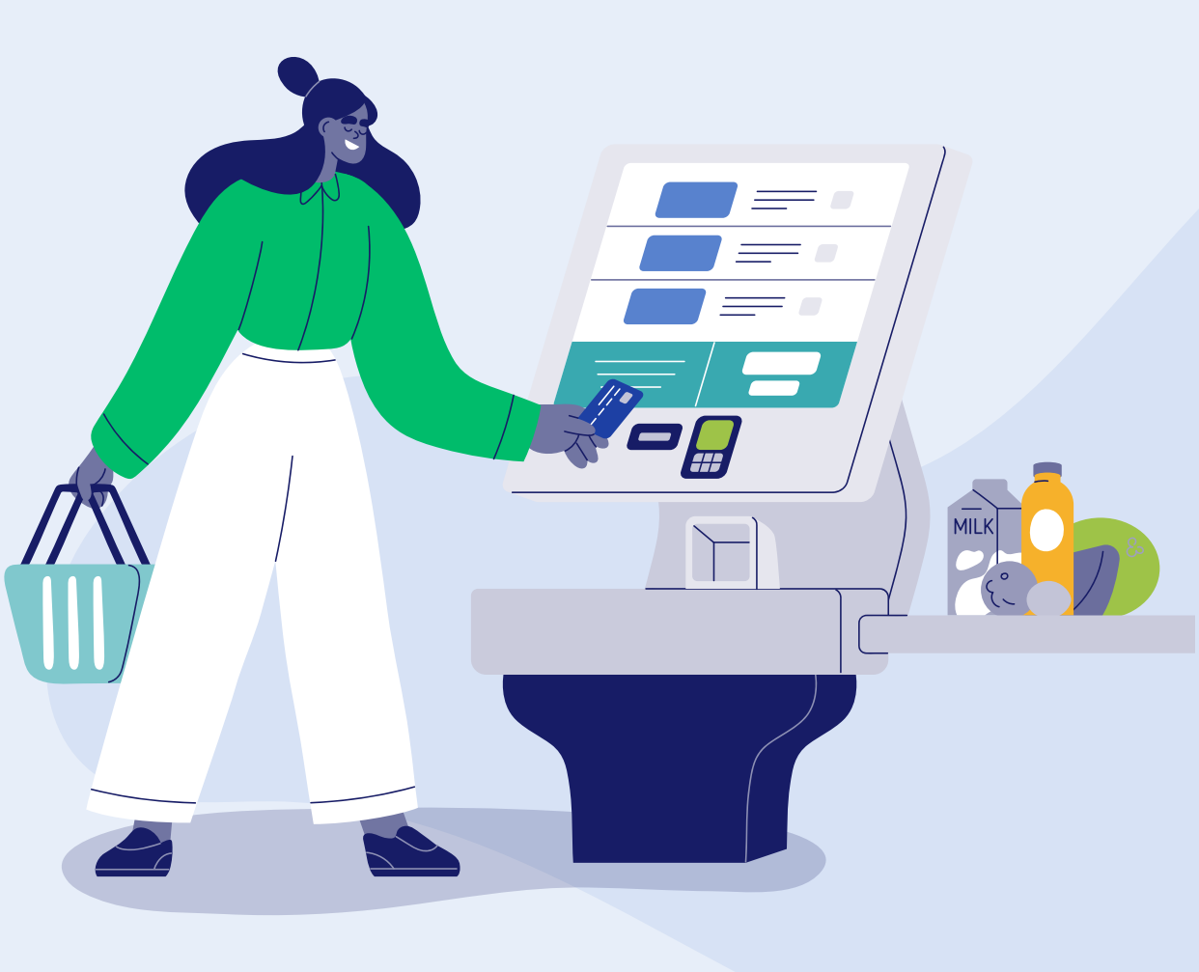
Consumo final em 2022 (US$ bilhões)

Os 10 maiores mercados consumidores do mundo correspondem por quase 68% do consumo global



Fonte: Banco Mundial

TENDÊNCIAS NOS NEGÓCIOS



As principais tendências de mercado para 2023 levam em conta a transformação digital, atendimento personalizado, o perfil dos clientes, novas formas de vender e oportunidades de mercado. Confira algumas delas:

AMBIENTE *PHYGITAL* E AUTOATENDIMENTO

Nos últimos anos, os ambientes digitais se tornaram centrais nas estratégias comerciais. O consumidor moderno é multicanal, por isso, a adoção de um modelo *phygital* – ou seja, que mescla o físico e o digital.

Já o autoatendimento – um modelo de compra que abre mão da necessidade de um vendedor – vem ganhando espaço graças às transformações e plataformas digitais. Os atrativos para o modelo de autoatendimento, seja na internet ou em lojas físicas, podem ser explicados em dois fatores: praticidade e agilidade. Já para quem vende, essa tendência ajuda a reduzir custos com pessoal e a suprir uma nova demanda de clientes que preferem estar 100% no controle.

VOCÊ SABIA?

- A cada 10 negócios, 8 já fornecem ao menos um tipo de aplicativo ou forma de autoatendimento para seus clientes.

EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO E HIPERPERSONALIZAÇÃO

A internet aumentou a competição de muitos setores. Em meio a esse ambiente, o diferencial competitivo pode estar justamente na hiperpersonalização de produtos e serviços. Com isso, a tendência é que os dados coletados sobre o comportamento dos consumidores sejam utilizados para otimizar a experiência e a jornada de compra.

VOCÊ SABIA?

- 32% dos clientes deixam de fazer negócios com uma marca após uma experiência negativa.
- 72% dos clientes compartilham com seis ou mais pessoas suas experiências de compra positivas.
- 13% dos clientes insatisfeitos, por outro lado, compartilham a experiência negativa com 15 ou mais pessoas.

PRIORIDADE NA RETENÇÃO DE CLIENTES

Além de conquistar novos clientes, será importante priorizar a retenção de quem já tem o hábito de comprar a sua marca. Afinal, segundo o economista americano Philip Kotler, conquistar um novo cliente custa entre 5 e 7 vezes mais do que manter um atual. No ambiente digital, as pessoas estão cercadas por muitas opções do mundo todo.

VOCÊ SABIA?

- 1 a cada 4 líderes de negócios apontam que a prioridade do ano é conseguir vender mais para os clientes já conquistados, ou seja, o desafio é encontrar maneiras de fomentar a lealdade à marca.

EFICIÊNCIA NAS VENDAS E FOCO NO CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

A importância da área de vendas para o planejamento estratégico das organizações está crescendo a cada ano. As áreas de vendas agora são protagonistas indiscutíveis na jornada em prol da eficiência, da redução de custos e do crescimento sustentável nos negócios.

VOCÊ SABIA?

- 65% dos líderes apontaram que a operação de vendas é um ponto-chave para a estratégia corporativa.
- 8 em cada 10 profissionais acreditam que o setor de vendas tem um papel crítico no progresso das organizações.

LIVE COMMERCE: VENDENDO AO VIVO

As plataformas que permitem o *streaming* ao vivo – como Twitch, YouTube e Instagram – comprovam que há uma grande demanda por conteúdo produzido em tempo real. O alto engajamento que esse tipo de conteúdo gera deu origem a uma nova modalidade de vendas: o *live commerce*. Na prática, o *live commerce* funciona como um programa ao vivo com interações e engajamento com o objetivo de efetivar vendas. Influenciadores relevantes para o produto que está sendo vendido funciona como um atrativo para angariar público.

VOCÊ SABIA?

- *live commerce* já é uma modalidade de vendas bastante forte no mercado chinês.

Fonte: ConexãoCoop e InovaCoop

MERCADO DE TI E INOVAÇÃO

As experimentações tecnológicas continuam aproximando mais a inteligência artificial do nosso cotidiano. De acordo com estudo realizado pela ABES em parceria com a consultoria IDC, as principais previsões que terão impacto no mercado TI e inovação do Brasil são:

1. Amadurecimento do uso de *cloud* fará com que as empresas busquem maior controle sobre o uso e gastos na nuvem.

- 80% das grandes empresas globais decidirão por um provedor baseado na sua capacidade de demonstrar os impactos de ESG.
- 79% das empresas de grande porte no Brasil já avaliam se o uso de uma tecnologia vai demandar mais ou menos recursos naturais.

2. Redes privativas móveis, habilitadas pelo 5G, permitirão aplicações aprimoradas de IoT e AI no Brasil.

- Impulsionado pelos gastos de IoT no Brasil, que devem chegar a R$ 11,2 bilhões em 2026, sendo 38% desse valor destinados a conectividade, o mercado de redes móveis privativas deve crescer acima de 35% ao ano neste período.

3. Fusão de inteligência e automação traz novas capacidades para apoiar os negócios, mas ainda precisa ganhar confiança.

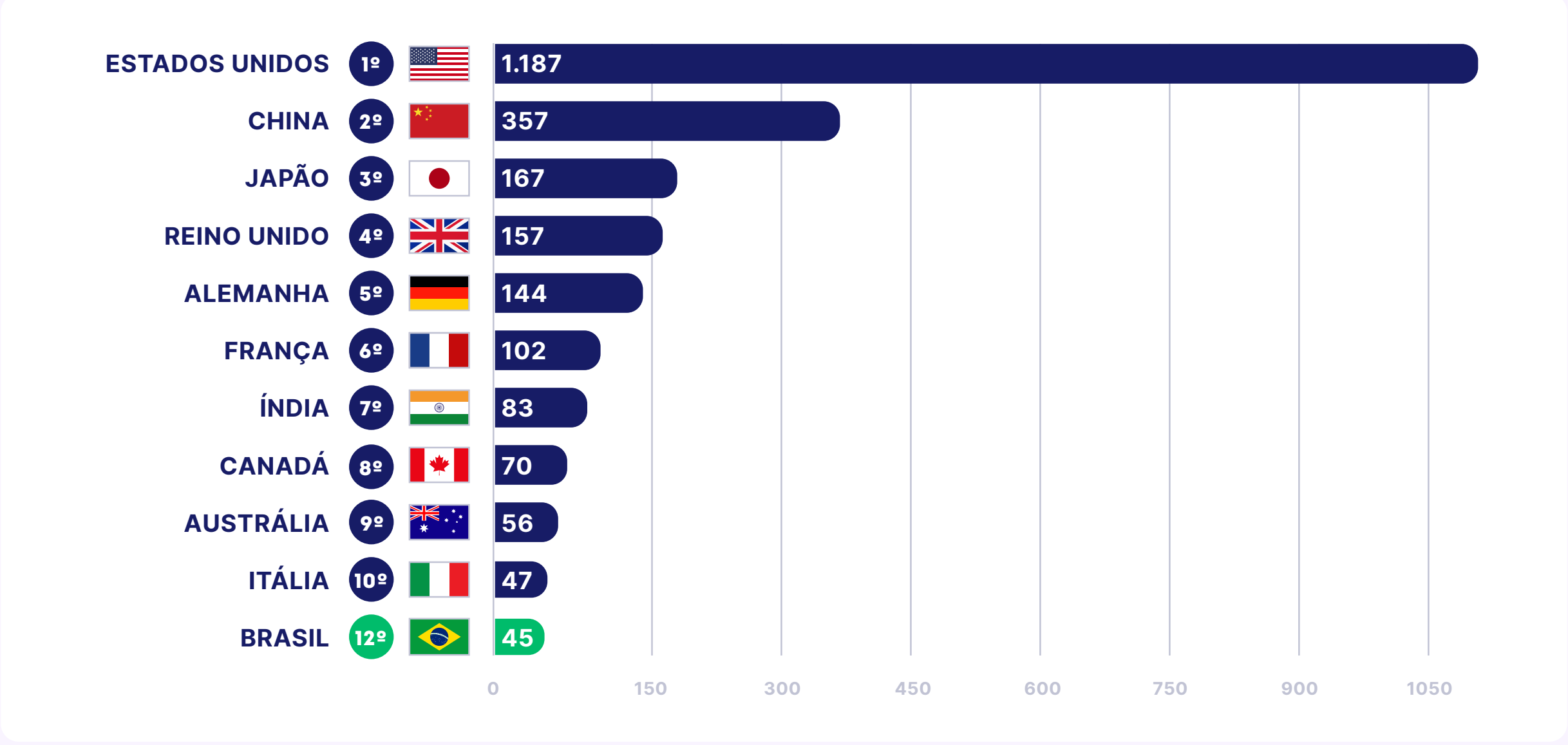
- AI segue amadurecendo no Brasil e deve ultrapassar US$ 1 bilhão de gastos em 2023, indicando 33% crescimento anual.

4. Segurança de TI e dados continuará sendo prioridade e motivo de preocupação.

- A região da América Latina terá a segunda maior taxa de crescimento no planeta em 2023 para *Cybersecurity* chegando a 12,2% e perdendo apenas para a China.

INVESTIMENTOS EM MERCADO DE TI GLOBAL

Valor investido em 2022 (US$ bilhões)



Fonte: ABES & IDC

TENDÊNCIAS E DISCUSSÕES DOS MAIORES EVENTOS DE INOVAÇÃO ATÉ AGORA

1. AVANÇOS NA IA:

A Inteligência Artificial é a "bola da vez". A próxima revolução industrial será baseada nela e todos os setores serão impactados por suas ferramentas e modelos na chamada indústria 5.0.

2. ATIVISMO DE MARCA:

A receita para a cultura inovadora tem como foco o cliente. A partir dessa premissa é possível entender como a transformação deve ocorrer e direcioná-la. A "revolução" que está acontecendo é, na verdade, **ter o foco na experiência do usuário**, pois as ferramentas agora estão na mão dele e não por trás de softwares e aplicativos.

3. CRISE CLIMÁTICA E AGENDA ESG:

Principalmente com foco na **relação entre tecnologia e clima**. A urgência das tratativas para desacelerar os impactos da **crise climática** esteve presente em todos os eventos.

4. PESSOAS E DIVERSIDADE:

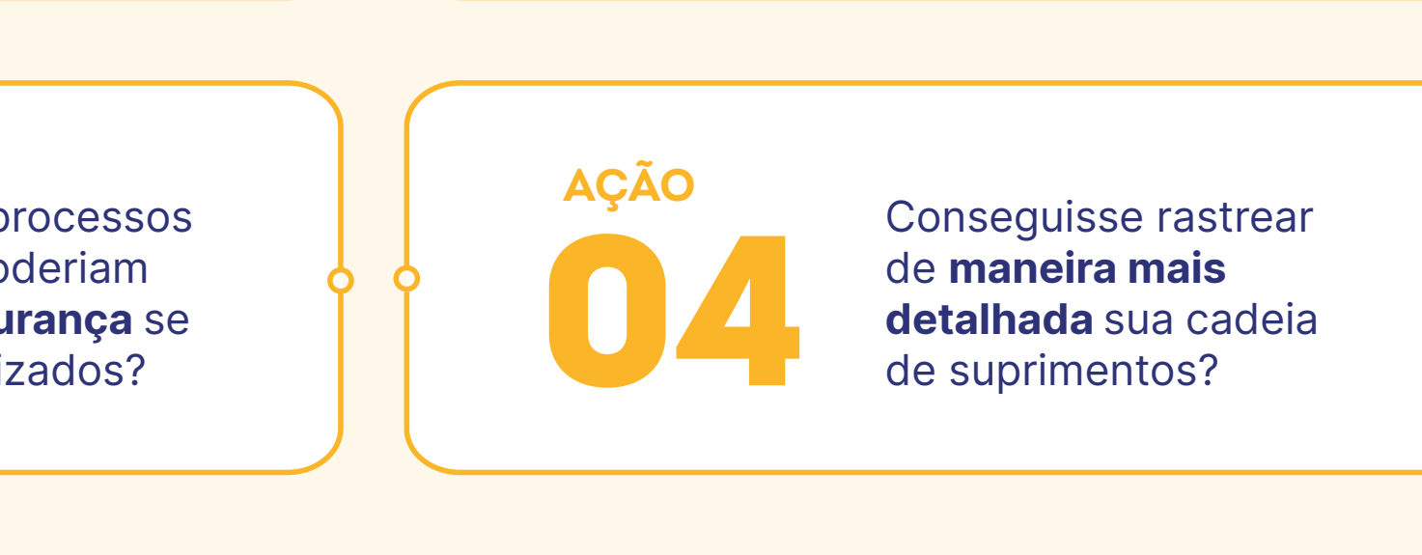
Para além da diversidade na contratação, a inclusão e a transformação cultural das organizações devem ser prioridades.

5. CONEXÃO COM STARTUPS:

Outro ponto muito debatido no evento foi o cenário atual de investimentos em startups, principalmente na modalidade de ***venture capital***.

Fonte: InovaCoop

ALGUMAS OPORTUNIDADES DO CENÁRIO ATUAL



E se sua Coop...

AÇÃO 01 Buscasse **novas possibilidades de otimizar** seus processos por meio da análise contínua de dados?

AÇÃO 02 Aplicasse uma tecnologia que pode **contribuir com o trabalho** dos colaboradores?

AÇÃO 03 Avaliasse se há processos logísticos que poderiam **trazer mais segurança** se fossem automatizados?

AÇÃO 04 Conseguisse rastrear de **maneira mais detalhada** sua cadeia de suprimentos?

AÇÃO 05 Colaborasse com outros parceiros para o desenvolvimento de uma **inovação social?**

AÇÃO 06 Mantivesse um **olhar atento** sobre as inovações tecnológicas, avaliando seus **riscos e possibilidades**?

AÇÃO 07 Criasse processos de contratação e capacitação **mais inclusivos?**

AÇÃO 08 Analisasse em quais pontos da cadeia de seus produtos é possível **reduzir os impactos ambientais?**

AÇÃO 09 Agisse mais diretamente sobre a forma que seus produtos são **descartados pelos consumidores?**

AÇÃO 10 Desenvolvesse mais ações que favoreçam a **saúde e o bem-estar** dos colaboradores?

AÇÃO 11 Pensasse em matérias-primas que pudessem ser substituídas por **materiais de performance equivalente** e com menor impacto ambiental?

AÇÃO 12 Analisasse a possibilidade de **implementar novas fontes de energia** sustentáveis?

CONCLUSÃO

Os próximos anos deixarão mais evidente a necessidade de pensar o mundo em rede na busca por soluções aos desafios que estamos enfrentando. É cada vez mais necessário desenvolvermos novas formas de produção, consumo, mobilidade, trabalho e relações sociais. Tudo isso centrado no bem-estar coletivo e na cooperação.

Cada vez mais tecnologias otimizarão processos de maneira mais autônoma. Cooperativas e empresas agirão dentro de uma lógica ainda mais colaborativa e cooperativa. Temos a oportunidade de provocar o futuro e torná-lo um terreno promissor para o Coop. Estamos falando de prever acontecimentos? Não exatamente. Mas sim em observar tendências e se movimentar.

Vamos juntos?

Fique ligado!

Quer entender mais sobre as tendências de negócios, acesse o ConexãoCoop e conheça essas e outras notícias sobre os negócios!

Agora, se você quer saber sobre as tendências de inovação, e dicas de como inovar na prática, acesse o site de inovação do Sistema OCB – Inovacoop

SistemaOCB
CNCOOP | OCB | SESCOOP
somoscoop

www.somoscooperativismo.coop.br

Em caso de dúvidas ou sugestões envie um e-mail para **nucleo@ocb.coop.br**

Para visualizar edições anteriores, acesse o link:
https://materiais.somoscooperativismo.coop.br/analises-anteriores

sistemaocb