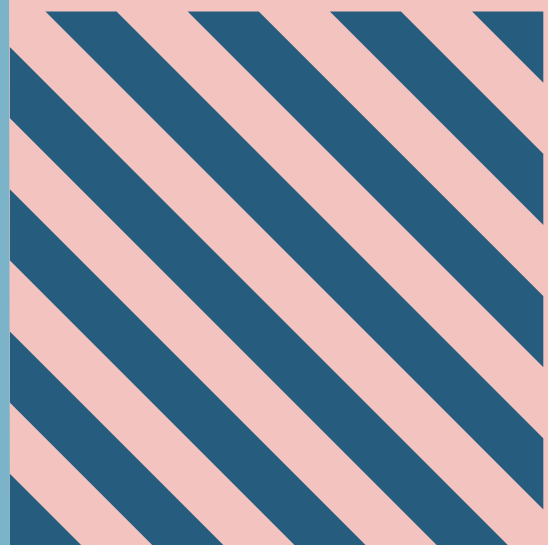




GUIA DE TENDÊNCIAS 2020-21

SOCIEDADE E CONSUMO
EM TEMPOS DE PANDEMIA

Crise. Caos. Pandemia.

No momento, tudo tem girado em torno dos impactos da COVID-19 pelo mundo. Não diferente, o Brasil também está nesse barco, perguntando-se o que fazer para salvar suas pessoas e sua economia. É um momento difícil e delicado para todos: as vidas das pessoas que amamos estão sob ameaça, e as nossas também. O que é fundamental para nossa subsistência — nossa saúde e nossos recursos — encontra-se agora em risco.

No quesito saúde, o SEBRAE recomenda que todos sigam as recomendações médicas, estritamente: higienizar as mãos, utilizar máscara e, por ora, ficar em casa sempre que possível. Informar-se constantemente sobre as notícias e os modos de prevenção, em veículos confiáveis, também pode ser de grande ajuda. Mas a especialidade do SEBRAE e onde mais podemos ajudar você, caro leitor, é no campo dos negócios. É justamente sobre esse universo que este guia trata.

O Guia de Tendências do SEBRAE é um projeto que conta com uma abundância de informações e insights sobre as mais recentes tendências de mercado, e vem sendo publicado periodicamente há alguns anos. Sabendo da utilidade dessa ferramenta em um momento onde os pequenos negócios brasileiros estão sendo negativamente impactados, e mediante este cenário que exige adaptação rápida de nossos negócios,

o SEBRAE decidiu antecipar a próxima publicação, que estava prevista para o fim deste ano, publicando uma atualização do Guia de Tendências 2020-21 agora, no primeiro semestre. Vale lembrar, que a metodologia utilizada para a construção deste Guia é uma análise de outros relatórios e publicações de alto impacto e relevância, nacionais e internacionais, estes materiais estão referenciados no fim deste Guia para eventuais consultas.

Os leitores que têm acompanhado os últimos Guias de Tendências publicados pelo SEBRAE perceberão nessa versão atualizada que, além de sofrer uma mudança nas classificações de tendências e macrotendências, este Guia aqui traz um panorama detalhado sobre os rumos que cada tendência prevista no Guia anterior está tomando – os símbolos de status de cada microtendência estarão disponíveis para você assimilar quais continuam (►), aceleram (►►), pausam (■) ou emergem (▲) no durante e pós-pandemia. A propósito, mudanças estruturais para reorganizar um todo não são só características do nosso Guia: o mindset de “reorganizar e reestruturar” é o que temos identificado como grande parte do Zeitgeist¹ nos próximos anos.

Como todo Cisne Negro² que acontece no mundo dos negócios, a pandemia do Coronavírus virou a sociedade de cabeça para baixo, impactando não só o estilo de vida das pessoas como o mercado e a política a nível global. Mudanças tão grandes e repentinas são

um tanto aterrorizantes no começo, sabemos. Andar sobre terras desconhecidas sem saber o que encontraremos a seguir realmente gera medo, porque se tem uma coisa que o homo sapiens do pós século XX gosta de sentir é que tem tudo sob controle — e adivinhe só, não temos, nem nunca tivemos. Mas aqui estão as boas novas: são também nos solos inexplorados que podemos encontrar os novos tesouros. Por isso, é essencial abraçar a coragem e aceitar que a única certeza possível é o imprevisível.

Sem mais delongas, queremos que você, empresário e empreendedor, possa encontrar neste guia novas ideias e inspirações para seguir em frente com o seu negócio, independente do momento nebuloso que enfrentamos. Pode ser que agora, no auge da pandemia, você esteja se sentindo desanimado ou um tanto sem rumo, mas não desista! A história da humanidade está aí para provar que, eventualmente, superamos os períodos difíceis. E como disse um antigo humorista americano, Josh Billings, “a vida não consiste em ter boas cartas na mão e sim em jogar bem as que se tem”.

Incrementemente as suas cartas, e boa leitura! :)

Um abraço,

Equipe SEBRAE.

¹ Zeitgeist: 'Espírito do Tempo', em alemão. Conceito difundido pelo filósofo Hegel no séc. XVI para se referir à cultura específica de uma época.

² Cisne Negro: Conceito difundido pelo autor Nassim Nicholas Taleb, que refere-se a acontecimentos inesperados e de grande impacto global.



ÍNDICE

COMO USAR ESTE GUIA	5
QUEM É VOCÊ NESTA PANDEMIA?	7
PERFIL 1 AFLIÇÃO EM PESSOA	9
PERFIL 2 SOLIDÃO BATEU FORTE	10
PERFIL 3 INDECISO MEIO SEM RUMO	11
PERFIL 4 À PROCURA DO ALVO	12
PERFIL 5 DESBRAVANDO O HYPE	13

1 GESTÃO	14
1.1 POTÊNCIAS HUMANAS	15
1.1.1 A TECNOLOGIA NÃO VAI ROUBAR O SEU EMPREGO	16
1.1.2 HUMAN LEARNING	17
1.1.3 INTEGRAÇÕES VISIONÁRIAS	18
1.2 POTÊNCIAS COLETIVAS	19
1.2.1 FRATERNIDADES COMERCIAIS	20
1.2.2 NADA SE CRIA, TUDO SE TRANSFORMA	21
1.2.3 MARCAS EDUCADORAS	22
1.3 ALWAYS LEARNING: DE OLHO NO FUTURO	23
1.3.1 MODO PLANO B	24
1.3.2 TRABALHO REMOTO	25
1.3.3 O COMÉRCIO QUE NUNCA DORME	26
1.3.4 O FUTURO DAS REDES SOCIAIS	27
1.3.5 O FUTURO DA PUBLICIDADE DIGITAL	28

2 CONSUMO E SOCIEDADE	29
2.1 SAÚDE E BEM ESTAR EM PRIMEIRO LUGAR	30
2.1.1 À FLOR DA PELE	31
2.1.2 (RE)EDUCAÇÃO EMOCIONAL	32
2.1.3 O TAL DO “O QUE REALMENTE IMPORTA”	33
2.1.4 PRAZER POR SIMPLICIDADE	34
2.1.5 FOMO NA MEDIDA CERTA	35
2.2 O DESPERTAR DO CONSUMIDOR	36
2.2.1 SOMENTE O NECESSÁRIO	37
2.2.2 CONSUMO VERDE	38
2.2.3 ECONOMIA COMPARTILHADA	39
2.2.4 CONSCIÊNCIA LOCAL	40
2.2.5 O NOVO DESAFIO DA CONFIABILIDADE	41
2.3 IDENTIDADES PLURAIS	42
2.3.1 INDIVIDUALISMO NÃO-EGOÍSTA	43
2.3.2 DIVERSIDADE RECONHECIDA	44
2.3.3 NOVAS MULHERES, NOVOS HOMENS	45

3 TECNOLOGIA	46
3.1 A INTERNET É O NOVO NORMAL	47
3.1.1 VÍDEO, A NOVA COMUNICAÇÃO	48
3.1.2 BLOCKCHAIN E AS MOEDAS INVISÍVEIS	49
3.1.3 BENS DIGITAIS	50
3.1.4 E-SPORTS	51
3.1.5 MOBILIDADE INTELIGENTE	52
3.2 NOVOS FORMATOS DIGITAIS	53
3.2.1 A CHEGADA DA INTERNET 5G	54
3.2.2 REALIDADES HÍBRIDAS	55
3.2.3 FIM DOS SMARTPHONES	56
3.3 ARTIFICIAIS E INTELIGENTES	57
3.3.1 DOMESTICANDO ROBÔS	58
3.3.2 MACHINE LEARNING E INDÚSTRIA 4.0	59

4 EXPERIÊNCIAS	60
4.1 CADA MACACO NO SEU GALHO	61
4.1.1 EM CASA	62
4.1.2 AUTÊNTICO E SIMPLES	63
4.1.3 DESLOCAMENTOS PRAZEROSOS	64
4.1.4 TURISMO LOCAL	65
4.2 SURPREENDA-ME SE FOR CAPAZ	66
4.2.1 DESAGLOMERAR PARA UNIR	67
4.2.2 EXPERIÊNCIAS ESTENDIDAS	68
4.2.3 SEM ‘BLÁBLÁBLÁ’	69
4.2.4 MARCAS ‘GENTE COMO A GENTE’	70
4.3 NOVOS VALORES	71
4.3.1 TEMPO: O NOVO CAPITAL	72
4.3.2 EXPERIÊNCIAS SIGNIFICATIVAS	73
4.3.3 UM CANTINHO PARA O ANALÓGICO	74

CONCLUSÃO	75
FERRAMENTAS	77
REFERÊNCIAS	81
FICHA TÉCNICA	82

COMO USAR ESTE GUIA

Status desta tendência, neste cenário atual:

CONTINUAM ►

ACELERAM ►►

PAUSAM II

EMERGEM ▲

Descrição atualizada para esta tendência, no cenário durante e pós-pandemia.

2.1.2

(Re)educação emocional

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Após tentativas de manter a normalidade em paralelo, durante nosso confinamento e desenvolvendo nossas inteligências para a indústria, chegou o momento em que descobrimos que sabemos tudo sobre a máquina e sobre as pessoas ao mesmo tempo. No meio das coisas, a vida se tornou um labirinto do pânico e diagnósticos cada vez mais crescentes de depressão (segundo a Organização Mundial da Saúde), estornos afetos à saúde mental e desenvolvimento de doenças emocionais. É o primeiro passo para reconhecermos a qualidade da vida, incluindo condições ideais para o desenvolvimento de qualidade laboral (físico, desempenho geral no trabalho). Assim, na (Re)Educação emocional, os recursos pessoais e profissionais devem ser aproveitados, identificados e compreendidos para suas próprias condições, e trabalhar ativamente para utilizá-las a favor de suas relações pessoais e profissionais.

E AGORA, ATUALIZADA:

Uma nova tendência a ser vivenciada e discutida. E para os próximos anos o foco será o ensino e a aprendizagem da empatia e da (re)educação social para o fim do autoconhecimento. No período de isolamento, a vida de pessoas e relacionamentos tem se desenvolvido para o enfrentamento aumentado, estimulando a distância humana. Esse comportamento, que já vinha se mostrando evidente, agora fica consolidado no isolamento social. O impacto do distanciamento irá gerar uma grande demanda por práticas de reconexão com o mundo e discussões sobre "como ser humano novamente". Portanto, empresas que conseguirem adaptar seus ambientes físicos ou digitais para lidar com essa realidade poderão proporcionar uma experiência mais rica e colaborativa, e também, promover uma alternativa para a retomada da (re) aproximação humana.

Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

A empatia é uma qualidade fundamental para estabelecer conexões humanas com os clientes (incluindo os clientes, colaboradores e fornecedores de seu negócio). Existem ferramentas que podem ajudar você a se conectar, como a técnica de Empatia. Aprenda como utilizá-la neste tutorial do SEBRAE: <https://mapaempatia.sebrae.com.br/>

Use aplicativos de meditação guiada (aplicativos) que oferecem guias de respiração, meditação, e até programas de aulas de yoga. Estes recursos digitais podem ser úteis para você quando precisar de um momento de calma.

Conquiste a confiança dos seus clientes com a ajuda de aplicativos de entrega de produtos.

Assista ao vídeo e aprenda algumas dicas: https://bit.ly/sebraepr_trends

Agora utilize os aplicativos de busca para seguir para a próxima tendência e recomendar para o seu perfil.



CONSUMO E SOCIEDADE 25

Acesse a planilha viva do SEBRAE/PR para se inspirar em cases reais de cada tendência.

Esta barra de navegação permite navegar nas tendências selecionadas para cada perfil ou retornar para o índice principal.

Se você estiver lendo este material no celular ou tablet vire seu dispositivo na horizontal

COMO USAR ESTE GUIA 5

COMO USAR ESTE GUIA

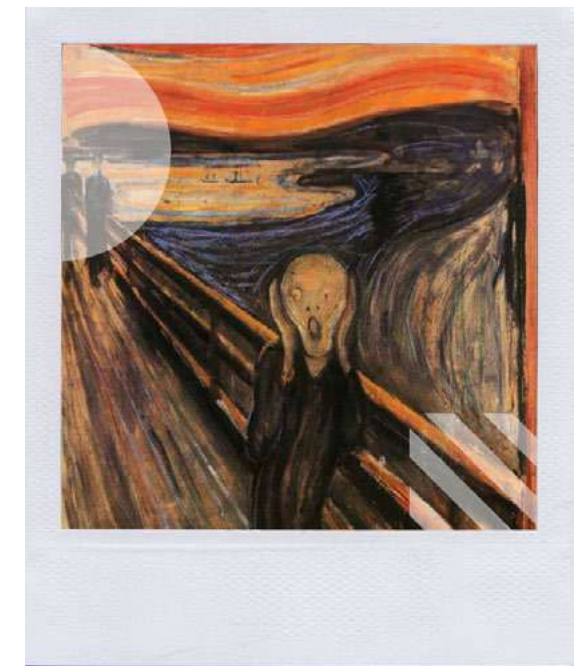
Ao final deste Guia, você encontrará a nossa ferramenta de aplicabilidade. Por isso recomendamos conferir a **página 77** antes de iniciar a leitura, pois dessa forma você já pode marcar o nível de cada tendência de acordo com a aplicabilidade ao seu negócio, conforme a ferramenta indica. Estas marcações são fundamentais para que você possa, posteriormente, utilizar as ferramentas de aplicação de tendências e dar início ao exercício sugerido. Se preferir, utilize a versão da ferramenta online no link: **https://bit.ly/ferramentaonline_sebrae**

**ESTE PDF POSSUI RECURSOS
INTERATIVOS QUE PODEM SER
UTILIZADOS NO PROGRAMA ADOBE
ACROBAT READER.**

Esta pandemia atingiu a todos, mas com impactos diferentes dependendo do tipo de negócio, segmento, nível de digitalização... Este guia foi desenvolvido pensando em trazer as tendências mais relevantes para cada perfil e necessidade dentro deste contexto COVID-19.

QUEM É VOCÊ NESTA PANDEMIA?

Os 5 perfis a seguir foram formulados para facilitar sua navegação neste material. Sabemos que cada perfil de negócio está reagindo e buscando seus próprios caminhos neste momento de crise e oportunidades. Localize-se e siga as indicações feitas para o seu perfil!



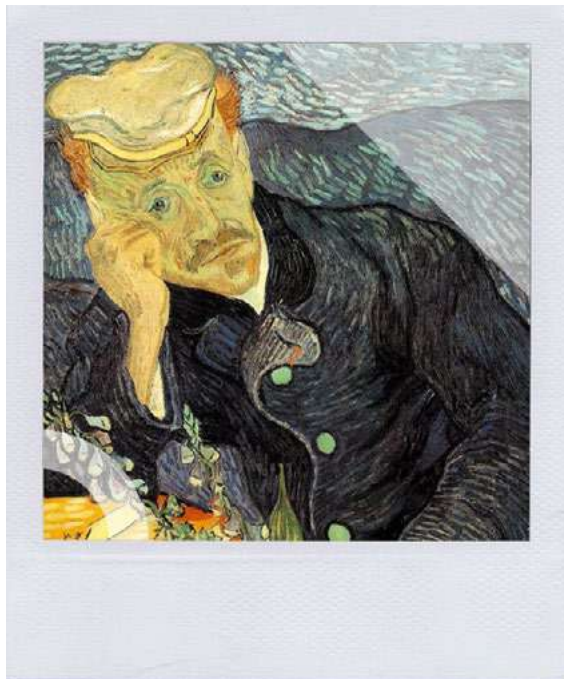
O Grito, Edvard Munch

PERFIL 1 AFLIÇÃO EM PESSOA

“Socorro! Meu negócio é físico e depende de aglomerações para faturar, quanto mais pessoas no meu estabelecimento melhor.

Por onde começo?!”

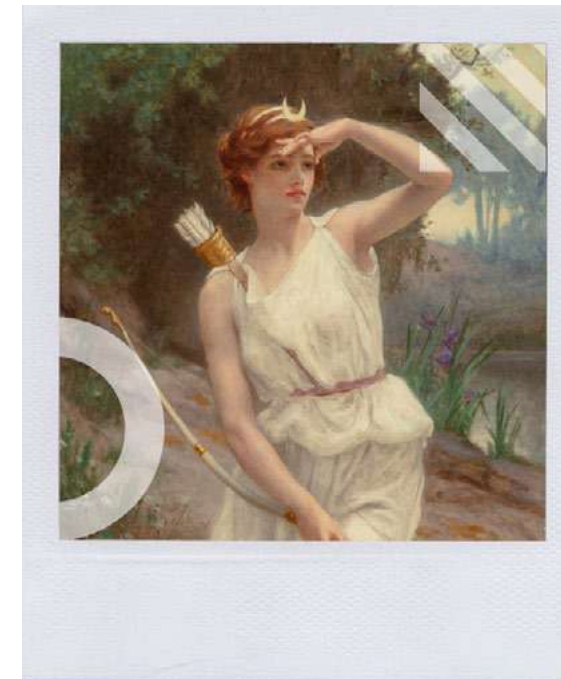
Exemplos de negócios que possam estar neste perfil: serviços de socialização (bares, restaurantes, casas noturnas...), serviços integrados a eventos (produção de doces/salgados, buffets, cerimonialistas, performances...), serviços de turismo (hotéis, anfitrião de Airbnb, guias...).



Portrait of Dr. Gachet, Vincent van Gogh



Narciso, Caravaggio



Diana (Artemis) the Huntress, Guillaume Seignac



Napoleão Cruzando os Alpes, Jacques-Louis David

PERFIL 2 SOLIDÃO BATEU FORTE

“ Já entendi que posso fazer com que parte do meu negócio funcione à distância, mas este período afastou completamente as pessoas do meu estabelecimento.

Cadê minha clientela?”

Exemplos de negócios que possam estar neste perfil: varejo (lojas de rua como farmácias, roupas, móveis...), vendas sob demanda (marmitas, doces/salgados, artesanato...), academias, fornecedores de alimentos...

PERFIL 3 INDECISO MEIO SEM RUMO

“ O meu produto e/ou serviço é visto como não-essencial, e perdi vendas por isso. Vejo uma luz no fim do túnel quando penso que posso alterar o meu modelo de negócios e atender às demandas atuais, mas ainda me pergunto:

Como me adaptar?”

Exemplos de negócios que possam estar neste perfil: serviços de bem-estar (salão de beleza, centro de estética, yoga, terapia...), varejo e serviços sob medida (alfaiataria e costura, tatuagem, personal trainer...).

PERFIL 4 À PROCURA DO ALVO

“ Opa! Algumas partes do meu negócio ainda dependem de interações sociais, mas descobri que em geral ele pode funcionar muito bem digitalmente. Agora resta descobrir:

Como atingir meu nicho de mercado?”

Exemplos de negócios que possam estar neste perfil: audiovisual (produção de fotografia e vídeo, agência de publicidade...), serviços de consultoria (agência de viagens, marketing, design...), educação (escolas, cursos independentes...), construção civil (arquitetura, decoração, engenharia civil...)

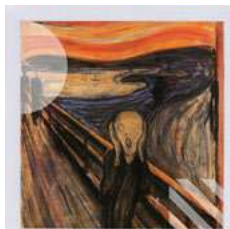
PERFIL 5 DESBRAVANDO O HYPE*

“ Meu negócio já podia ser realizado à distância anteriormente, uhu! Neste momento estou em busca de compreender o que muda nos hábitos de consumo, durante e pós-pandemia, por exemplo:

Como meu nicho de mercado está se comportando?”

Exemplos de negócios que possam estar neste perfil: startups, negócios digitais...

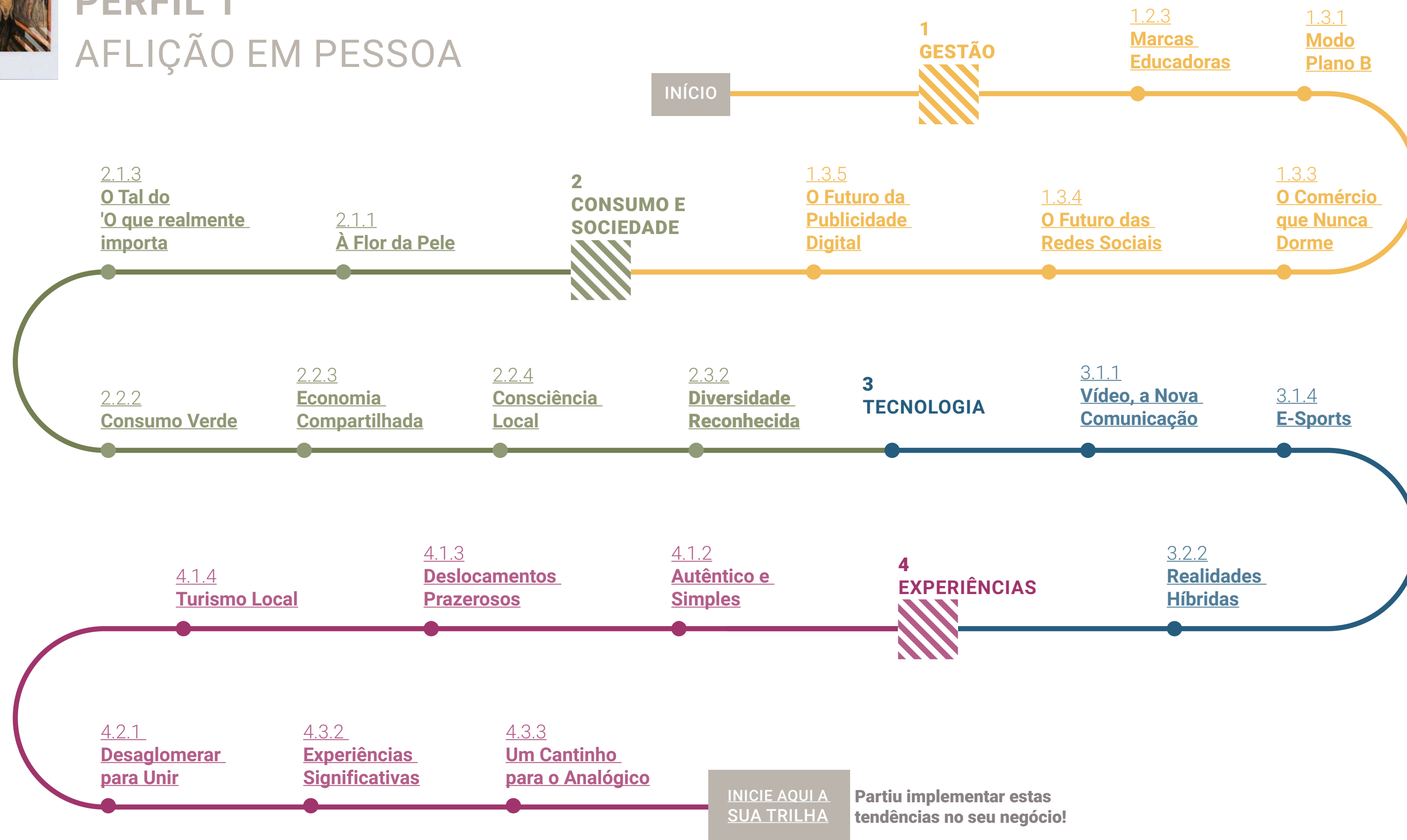
* Assunto ou coisa do momento; o que está dando o que falar.



Uma trilha sugerida para cada perfil

PERFIL 1

AFLIÇÃO EM PESSOA

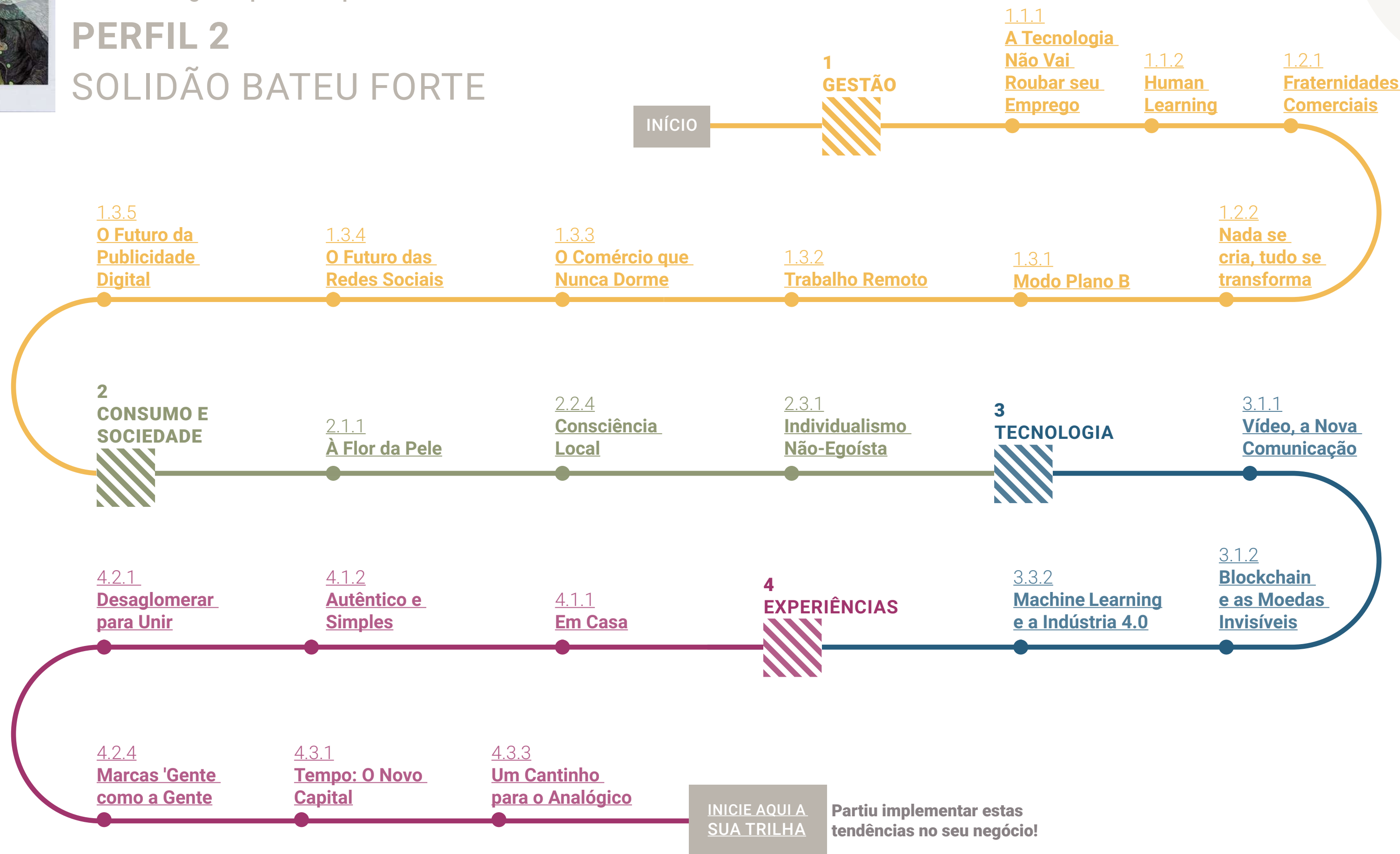




Uma trilha sugerida para cada perfil

PERFIL 2

SOLIDÃO BATEU FORTE

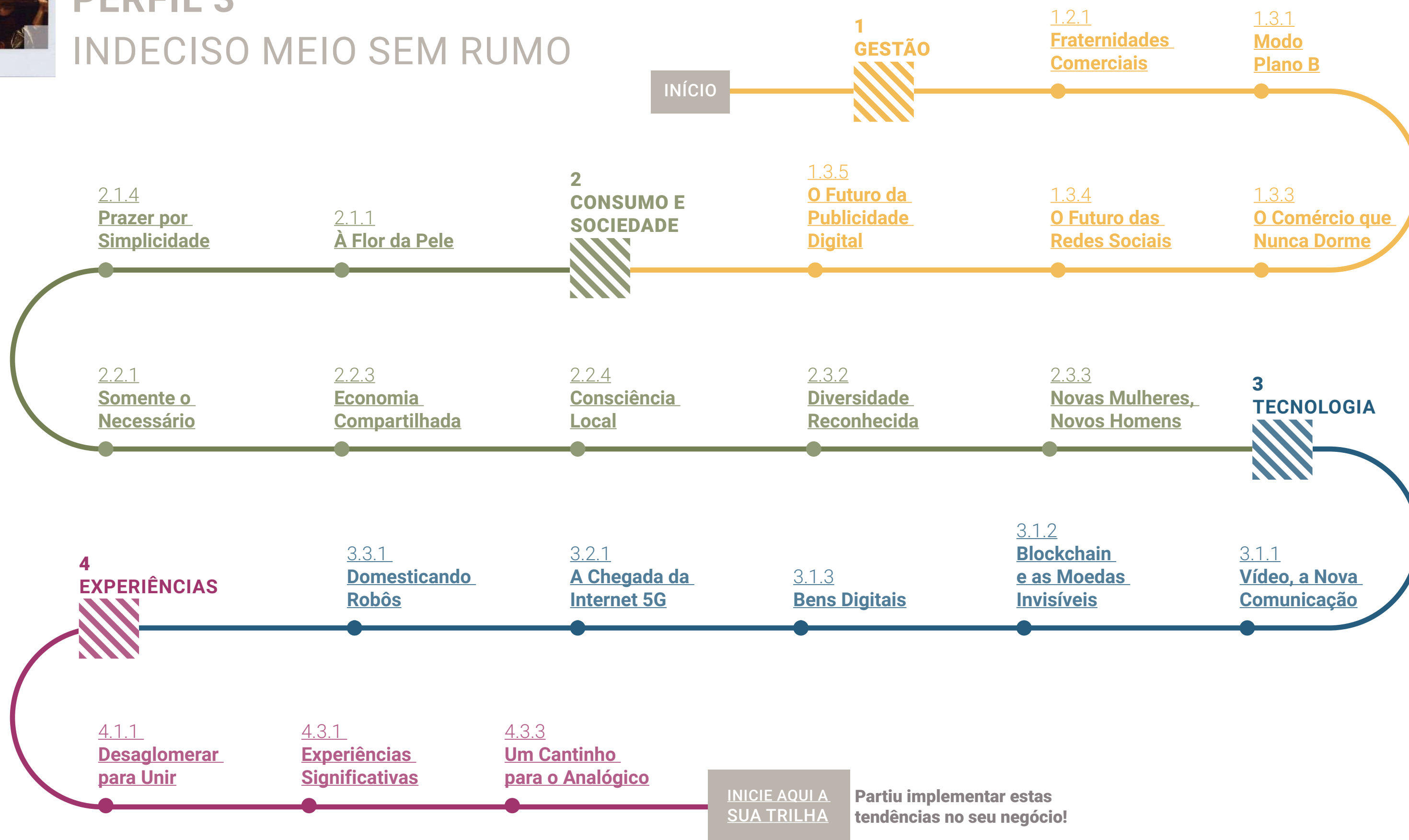


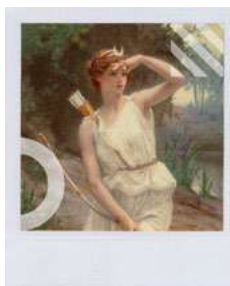


Uma trilha sugerida para cada perfil

PERFIL 3

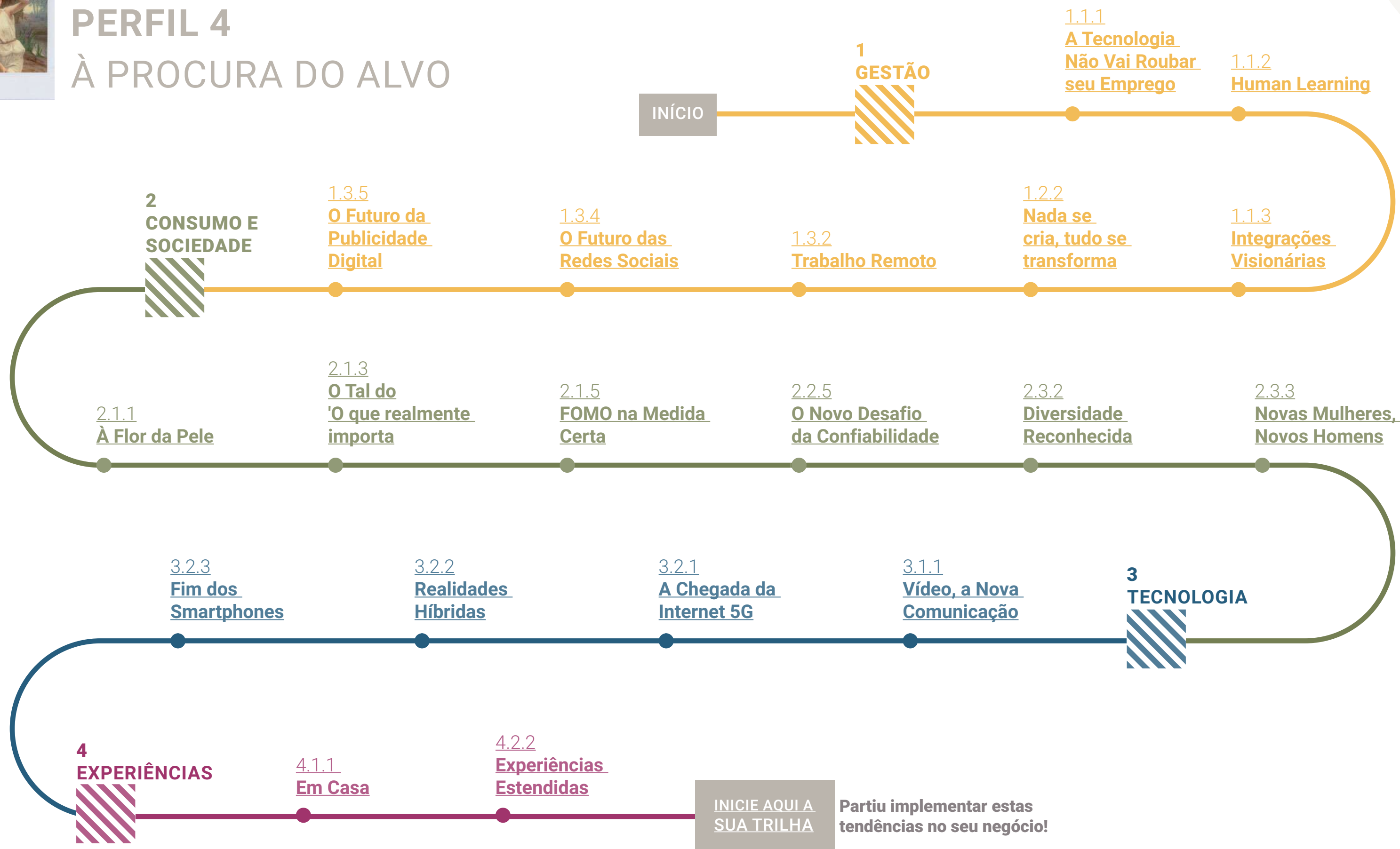
INDECISO MEIO SEM RUMO





Uma trilha sugerida para cada perfil

PERFIL 4 À PROCURA DO ALVO

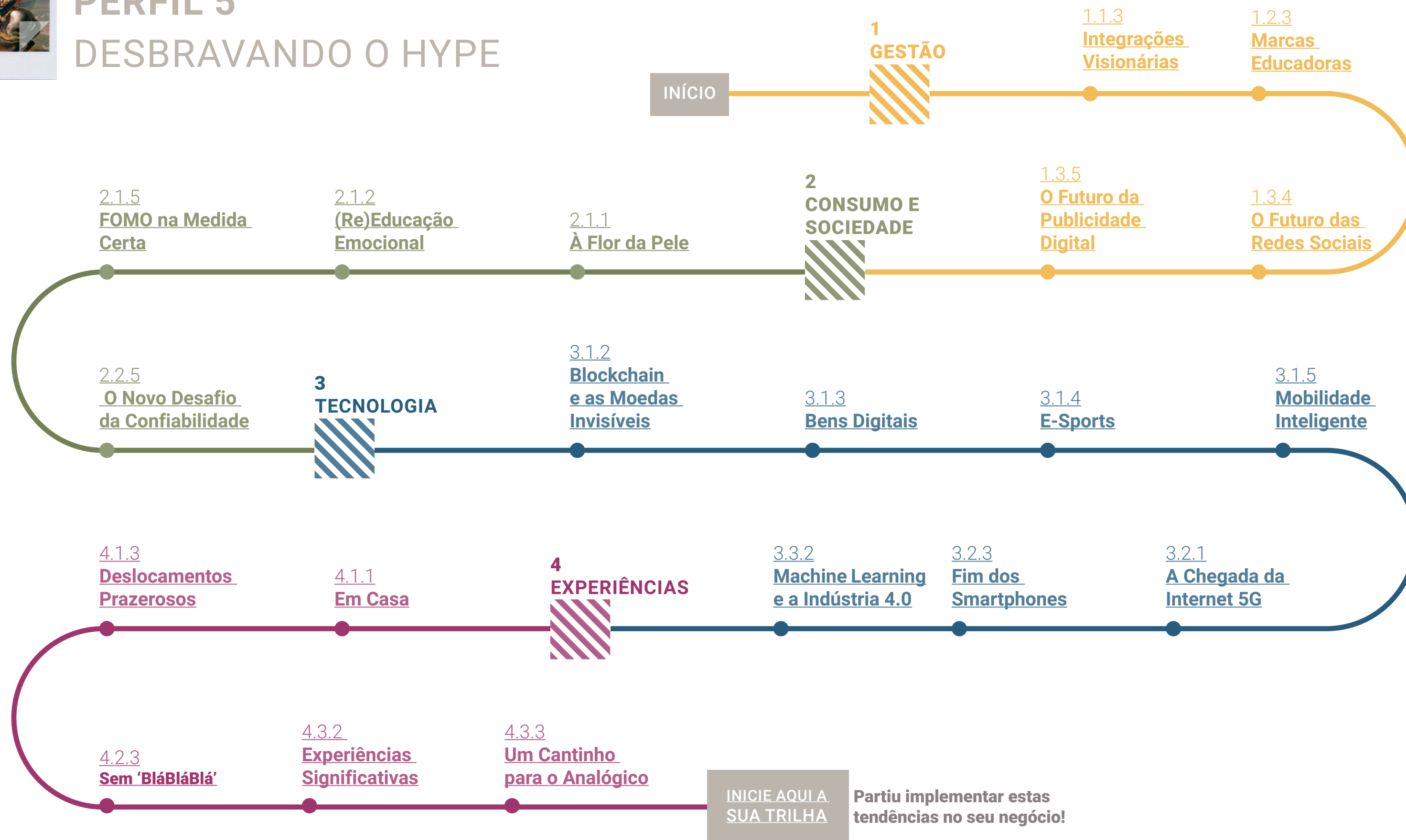




Uma trilha sugerida para cada perfil

PERFIL 5

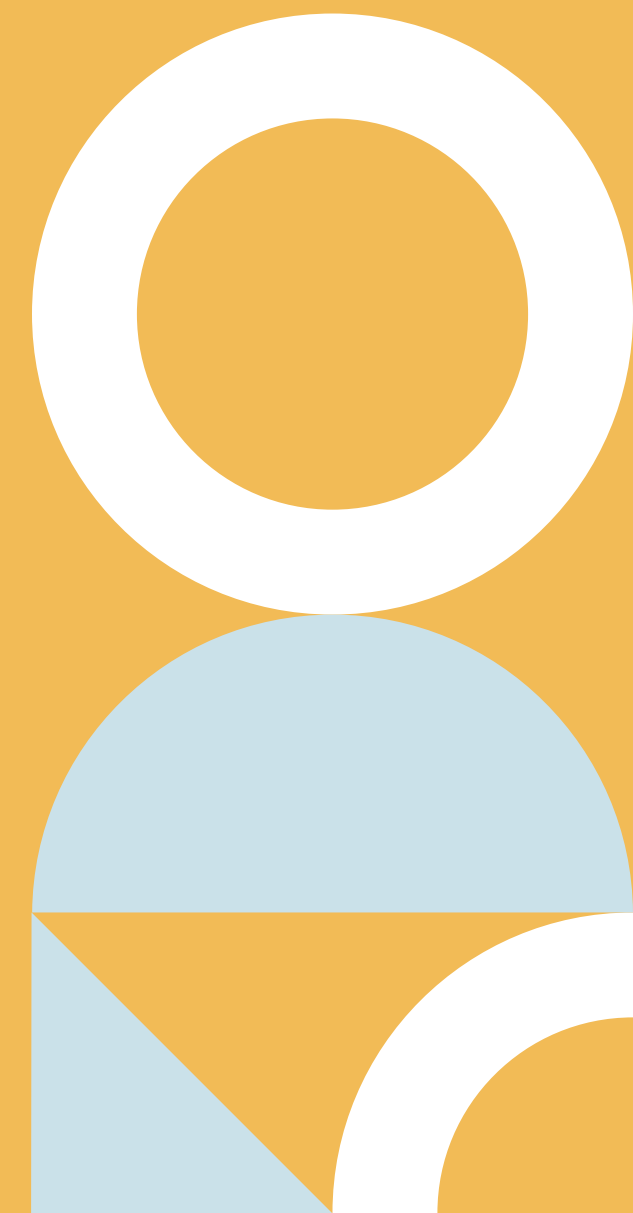
DESBRAVANDO O HYPE





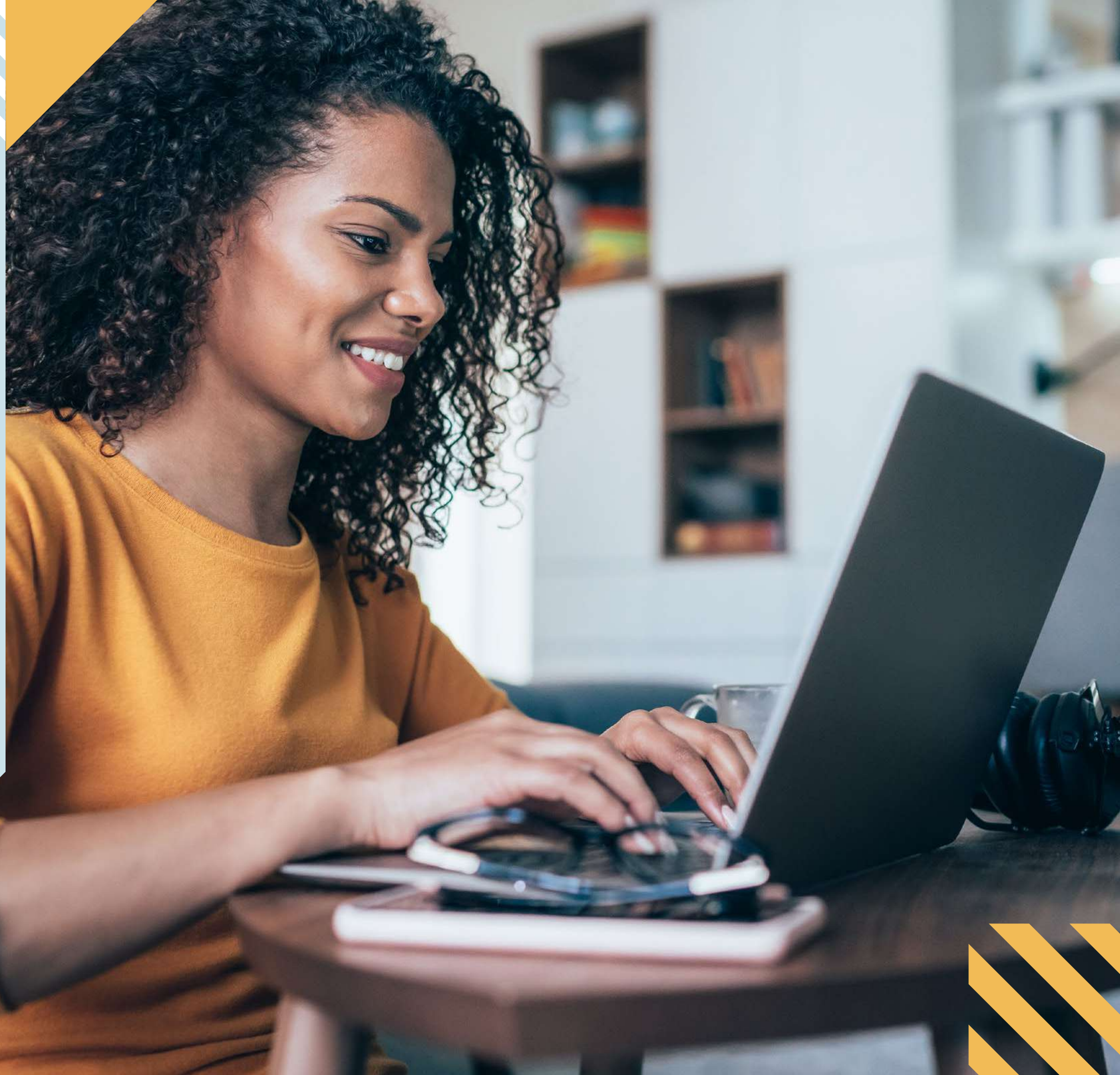
1 GESTÃO

Nesta seção apresentamos as principais tendências relacionadas ao âmbito de negócios, em que se destacam temáticas de relações interpessoais, aprendizagem contínua e adaptação das empresas em meio ao novo cenário da COVID-19.



1.1 POTÊNCIAS HUMANAS

A macrotendência Potências Humanas refere-se às habilidades e competências subjetivas relativas às “soft skills”, ou em português, habilidades transversais. Envolve atribuições adquiridas via bagagem cultural, experiências de vida, criação e tipo de educação adquirida.





1.1.1

A tecnologia não vai roubar o seu emprego

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Apesar de diversas novas tecnologias substituírem funções humanas, a criação destes novos artefatos gera novas necessidades de operação e, com isso, novas funções (empregos). Por exemplo, há os casos de marketplaces digitais, que criam acesso de compra/venda a quem reside em áreas sem determinados segmentos industriais, gerando novas oportunidades de emprego. Outro exemplo também é a viabilidade de freelance à distância (Gig Economy), empregos home-office, e diversas outras formas de expansão de possibilidades de trabalho — como pessoas que vivem no interior e podem finalmente manter-se conectadas aos polos comerciais sem necessidade de mudanças ou deslocamentos constantes, graças à internet. Cabe aqui identificar as inúmeras oportunidades que surgem deste novo contexto e explorar através de estratégias novas e inteligentes. E para quem ainda assim está preocupado, uma dica: continue a leitura e vá para a próxima tendência ;)

E AGORA, ATUALIZADA:

O momento demanda novos formatos de trabalho. A transformação digital neste período é um processo imprescindível pelo qual toda empresa deverá passar — algumas menos e outras mais. Empresas com menor preparo para atuar no ambiente digital deverão buscar meios de treinar os colaboradores para a transição ou recrutar profissionais que entendam do assunto. Portanto, os meios podem ser tecnológicos, mas quem dá a direção somos nós humanos.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Recrute profissionais do setor criativo, desenvolvedores web e de áreas relacionadas à tecnologia da informação (TI).

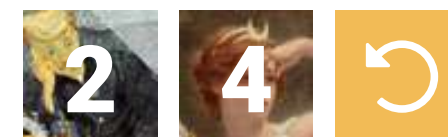
@Sebrae: Oferte treinamento à equipe para as demandas de transformação digital.

@Sebrae: Desenvolva conteúdo para posicionamento de marca nas redes sociais.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends1

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





1.1.2

Human learning

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Por mais inteligentes que as máquinas possam eventualmente se tornar, existem habilidades humanas que nenhum processo de automação será capaz de desenvolver com a mesma destreza (criatividade, senso crítico e inteligência emocional, por exemplo). Aliás, inteligência não se resume a livros ou manuais lidos e decorados, nem a conhecimentos acumulados — que nada nos servem se não soubermos cruzá-los entre si. E criatividade não se trata de, repentinamente, “criar coisas bonitas e legais”. Na verdade estes valores referem-se a saber visualizar e reconhecer os recursos disponíveis no presente, e conectá-los de modo a criar novos caminhos que atendam a novas necessidades. Isto relaciona-se muito à, por exemplo, recursos humanos altamente focados em pessoas, contratações que priorizam perfis mais criativos (isto é, perfis mais solucionadores ou disruptivos), e estratégias mais inventivas e originais. A partir de agora será necessário que os profissionais e a sociedade em geral preparem-se para um futuro em que as operações mecânicas sejam funções delegadas às máquinas, e as operações intelectuais sejam as que nos diferenciem (e nos protejam) delas.

E AGORA, ATUALIZADA:

A inovação está intimamente relacionada à criatividade. Com o aumento da instabilidade no ambiente de negócios, o estímulo à criatividade será um processo essencial para gerar transformações e inovação no cenário econômico e social em um futuro próximo. As organizações modernas estão cada vez mais à procura de perfis profissionais curiosos e com repertório abrangente, indo além de capacidades técnicas. Embora muitos acreditem ser um dom divino, a habilidade criativa, na verdade, se trata de um processo que exige repertório de conhecimentos junto à capacidade analítica, interpretativa e de conexão de informações. Diante desse cenário, o Design Thinking pode ser uma abordagem possível para fortalecer a cultura empresarial da sua organização de forma mais disruptiva.

Design Thinking segundo Fabio Silveira (2020), não é uma metodologia, é uma abordagem de pensamento centrado no usuário, utilizando os princípios de design.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Crie soluções junto à comunidade da sua empresa (colaboradores, fornecedores e clientes), e se possível contrate facilitadores para a condução de workshops colaborativos.

@Sebrae: Aproxime-se do seu cliente para entender suas demandas e até para testar novos produtos e serviços.

@Sebrae: Teste (rapidamente) suas ideias antes de lançar no mercado.

@Sebrae: Experimente novas formas de atender seu cliente.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends1

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





1.1.3

Integrações visionárias

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Disciplinas escolares, áreas de formação, culturas e etnias, ou mesmo negócios que parecem totalmente distintos entre si, podem descobrir em suas diferenças a complementaridade perfeita para inovar. A exemplo disso, temos um crescente número de contratações multidisciplinares em empresas ou startups de perfil mais inovador, onde busca-se mesclar profissionais de diferentes áreas, bagagens, origens ou etnias, ou ainda com variados interesses e habilidades pessoais (incluindo hobbies). Outra forma de também explorar a potencialidade das integrações é através de processos de cocriação, que podem ser entre colaboradores e clientes, colaboradores e fornecedores, ou ainda colaboradores de diferentes empresas, por exemplo. Resumindo, mesclar o dessemelhante ou inesperado, pode tornar as relações mais dinâmicas e resultar em ideias e soluções menos óbvias.

E AGORA, ATUALIZADA:

Para muitas empresas, a necessidade do isolamento social levou à adaptação forçada do modelo de trabalho remoto. Apesar disso, gestores já conseguem vislumbrar os benefícios que um modelo mais flexível e descentralizado pode proporcionar. Uma possível vantagem do trabalho remoto pode ser vista na contratação de profissionais com bagagens diferentes e formação em localizações distintas. Consequentemente, essa ideia de integração tem o poder de enriquecer o repertório de projetos desenvolvidos junto ao quadro vigente de colaboradores da sua empresa e de criar um ambiente favorável para a inovação.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Que tal um intercâmbio de colaboradores com alguma empresa parceira, fornecedor, ou um amigo empresário?

@Sebrae: Busque conhecer outras marcas que seu cliente admira em outros segmentos e as observe para perceber ideias para o seu próprio negócio.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends1

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:



1.2 POTÊNCIAS COLETIVAS

Em Potências Coletivas podemos observar como as empresas estão utilizando soluções de parceria que beneficiam a si e aos seus próprios clientes. Essa macrotendência evidencia que a colaboração é capaz de ter tanto ou mais poder que a velha competitividade, e ao invés de concorrentes, você pode ter aliados.





1.2.1

Fraternidades comerciais

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

É possível que marcas concorrentes (diretas ou indiretas) possam desenvolver, em suas relações, uma competitividade inteligente e saudável, onde mais uma vez elas mesmas e o público consumidor podem sair ganhando. O surgimento de “fraternidades comerciais” é mais um exemplo relevante, que traz uma relação entre pequenos comércios, fisicamente próximos (isto é, num mesmo edifício ou numa mesma rua ou quadra), pautada numa consciência de “comunidade comercial” capaz de fazê-los agir em conjunto e consonância. Pode-se explorar, por exemplo, consonância entre as fachadas, públicos semelhantes, ou mesmo estratégias como promoções entre si, de modo a otimizar a experiência de consumo e torná-la mais cômoda para as audiências. Como já mencionamos anteriormente, segredo é compreender que a co-existência e a interdisciplinaridade podem favorecer a todos. A união faz a força!

E AGORA, ATUALIZADA:

A cocriação e colaboração permanecem, neste período, como estratégias fundamentais principalmente para o fortalecimento do comércio local. O movimento Não Demita, amplamente veiculado por Luiza Trajano, convoca empresários a cumprirem a responsabilidade social de manter o quadro de funcionários o máximo que puderem neste período de crise. A ação divulgada promove uma corrente de apoio entre empresários, instituições públicas e financeiras a favor do suporte aos colaboradores que dependem de seus salários, e que consequentemente contribuem para movimentar a economia. Essa e outras ações apontam para um novo normal: um por todos e todos por um!

Luiza Trajano: atual Presidente do Conselho de Administração da Magazine Luiza

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Participe do movimento: **Não Demita!**

@Sebrae: Convide outras empresas para uma parceria/co-branding, otimização de logística, compras ou divulgação.

@Sebrae: Transmita lives nas redes sociais com parceiros (colaboradores, fornecedores, especialistas e clientes)

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: **https://bit.ly/sebraepr_trends1**

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





1.2.2

Nada se cria, tudo se transforma

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Todos sabem que não poderemos continuar produzindo lixo indiscriminadamente para sempre. Cada vez mais se fazem necessárias soluções inteligentes para o descarte de resíduos. A logística reversa é uma solução de responsabilidade compartilhada pós-consumo, à qual empresas deverão prestar atenção em um futuro mais breve do que se imagina. Neste contexto de gestão, o foco é planejar o retorno de materiais já utilizados, reincorporando no processo produtivo. Semelhante à Economia Circular, mote desta tendência é a sustentabilidade do meio-ambiente e do próprio mercado, mas a diferença aqui é que, além das obrigações legais, isso pode ocorrer também através de conexões empresariais e criações de redes focadas na reutilização de materiais. Todas as empresas devem passar a se responsabilizar pelos resíduos que produzem, mas isso não precisa ser tratado apenas como um problema – existem inúmeras oportunidades neste ciclo de Logística Reversa. O importante é compreender que todos os materiais têm potencial de reutilização e os negócios que mais cedo perceberem o valor de criar cadeias de reutilização certamente sairão à frente.

E AGORA, ATUALIZADA:

Anteriormente à pandemia, uma instabilidade sistêmica já vinha sendo sinalizada. Uma das consequências mais evidentes deste cenário são as crises ambientais, diretamente relacionadas com o excesso de consumo e a alta demanda por matérias-primas provenientes de recursos naturais. No entanto, com as fronteiras de importação fechadas, parte das indústrias e do mercado se deparam com a escassez de matéria-prima. Da mesma forma, com a redução da força de trabalho e consequentemente da capacidade produtiva, a oferta de produtos no mercado de consumo diminuem. Diante disso, iniciativas que propuserem um consumo mais otimizado, oferecerem serviços de reparo ou customização e opções de venda de segunda mão deverão se destacar. Este é o momento para repensar o sistema vigente e promover inovações!

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Facilite o processo de reparo dos produtos. Por exemplo, através do envio de fotos por whatsapp para identificação do problema a ser reparado antes mesmo do cliente ter que ir à loja!

@Sebrae: Quando gerar conteúdo, ensine a seus clientes formas de customizar o seu produto.

@Sebrae: Crie um canal de vendas no formato segunda mão (página no site, feira livre ou reinvente seu modelo de negócios).

@Sebrae: Busque se conectar com empresas que possam ajudá-lo a gerir os resíduos produzidos pelo seu negócio, ou até mesmo que forneçam matérias-primas recicladas ou biodegradáveis.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends1

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





1.2.3

Marcas educadoras

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Essa tendência evidencia novamente que, dentre as recentes crises globais e modificações sistêmicas urgentes, a educação tem sido uma das áreas que mais pede socorro. Em meio à dificuldade de adequação às necessidades do mundo humano e mercadológico atual, novas possibilidades de ensino começam a surgir. Uma delas envolve parceria, investimento ou financiamento direto de empresas para escolas, de maneira que os alunos possam aprender e desenvolver habilidades necessárias para estarem preparados para as futuras dinâmicas do mercado de trabalho (e claro, para as futuras necessidades das empresas investidoras). Há também as empresas que criam e fornecem, dentro de seus próprios ambientes, programas de incentivo e treinamento para a comunidade externa, capacitando assim novos profissionais e contratando os de maior destaque. Já no caso das marcas que não puderem viabilizar estratégias como essas, há outra maneira ainda mais simples de estar à favor da educação: apoiar ou de fato conduzir ações que instruem, conscientizam, ou simplesmente ampliem os conhecimentos da população — neste caso, podcasts, blogs, eventos, campanhas e conteúdos informativos em geral, podem ser meios perfeitos para qualquer um contribuir com a transformação e o acesso à educação. Contudo a cereja

do bolo desta tendência é a possibilidade de, em todas as opções apresentadas, explorar e estimular a formação de comunidades não apenas para as causas, mas também para o seu negócio!

E AGORA, ATUALIZADA:

No período de pandemia, é essencial que as marcas ao menos façam o mínimo necessário para incentivar a conscientização do público: reforçar o distanciamento social e divulgar, com frequência, as medidas de higiene que ajudam a conter a propagação do vírus (como utilizar álcool em gel, lavar bem as mãos, utilizar máscaras etc). Embora o acesso à educação presencial, neste cenário, esteja limitado nos ambientes físicos, a informação nas plataformas digitais se potencializou. Diante disso, surge a oportunidade para criar parcerias com escolas e universidades tanto para difundir conhecimento para os próprio colaboradores quanto para a comunidade em geral. Nos estabelecimentos físicos, é fundamental também que as marcas adotem todas as medidas de segurança recomendadas e, mais do que isso, fiscalizem se seus clientes as estão respeitando. Esse é um momento crucial para evidenciar a seriedade de sua empresa... e ele não permite deslizes: no assunto pandemia, as repercussões negativas já se mostraram impetuosas para as marcas que pisam na bola.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Deixe evidente ao seu cliente quais medidas de segurança você está adotando, como por exemplo, um aviso na entrada sobre número máximo de pessoas no estabelecimento.

@Sebrae: Apoie os seus nichos de clientes em suas necessidades: se trabalha com idosos, por exemplo, crie um sistema de entregas ou atendimento em horário e acesso especiais. E divulgue isso nas suas redes!

@Sebrae: Procure estabelecer parcerias com instituições de ensino para promover conhecimento online tanto para seus colaboradores quanto para a comunidade de clientes que acompanha seu negócio.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends1

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:



1.3 ALWAYS LEARNING: DE OLHO NO FUTURO

Essa macrotendência trata de acompanhar constantemente as notícias e novidades do mundo. O século XXI, até então marcado como a era da comunicação (potencializada pela massificação da internet móvel), traz consigo uma grande aceleração das transformações sociais, demandando do mercado um aguçado olhar sobre as últimas tendências.





1.3.1

Modo Plano B

TENDÊNCIA SURGINDO AGORA:

Um sentimento de instabilidade e insegurança se instaurou na sociedade junto à pandemia. Considerando as tensões políticas e econômicas que já vinham crescendo ao redor do mundo nos últimos anos, e a velocidade com a qual a informação tem corrido desde a última década, o cenário da COVID-19 traz para o mercado o alerta de que, a partir de agora, os planos B devem sempre ser parte fixa nas estratégias dos negócios. Se antes restavam dúvidas sobre isso, a pandemia veio para decretar a divisão dessas águas: daqui para frente, a única previsão certa para o mercado é a sua imprevisibilidade. Não se apegue ao que um dia já foi e esteja preparado para lidar com o que vier pela frente, independente do que for. Adaptabilidade estratégica é fundamental que os negócios sobrevivam a momentos de crise.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Adapte seus produtos e/ou serviços para as demandas sanitárias vigentes.

@Sebrae: Procure entender os novos comportamentos dos seus consumidores.

@Sebrae: Converse com seus clientes, torne-os parte do seu novo plano.

@Sebrae: Procure ferramentas digitais para auxiliá-lo em tarefas automáticas.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends1

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





1.3.2

Trabalho Remoto

TENDÊNCIA SURGINDO AGORA:

Embora o modelo de trabalho remoto já viesse crescendo, parte da população o enxergava como um luxo para poucos. No entanto, a necessidade de adaptação provocou o aceleração da implementação deste formato pra já. Embora a situação seja recente para muitos empresários, parte deles já começa a perceber que suas empresas podem funcionar sem um espaço físico. O modelo se mostra eficiente e inclusive mais econômico em diversos aspectos. Com segurança psicológica¹, o desafio agora é liderar seu time para o trabalho no ambiente doméstico. Ferramentas de gestão (colaborativas e que digitalizam os processos), estão surpreendendo e até otimizando resultados. Para o pós-pandemia, a previsão é que os espaços de trabalho tornem-se mais habituais, de modo que gestores mudem suas perspectivas sobre a necessidade de um espaço físico e passem a compreender este ambiente como um local de atividades mais colaborativas e de confraternização. Muda também a visão sobre produtividade e a flexibilização da carga de trabalho semanal. Um novo normal para o ambiente de trabalho foi instituído!

¹ Segurança Psicológica: Método de gestão para proporcionar ambientes mais amigáveis e livres de julgamento entre as equipes, trazendo benefícios à geração de ideias e produtividade.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Use ferramentas de gestão, colaboração e vendas online, acesse a ferramenta Toolbox do Sebrae-PR e saiba mais: <https://www.sebraepr.com.br/toolbox-sebrae/#lista>

@Sebrae: Auxilie seus colaboradores a equiparem seus novos ambientes de trabalho de forma segura.

@Sebrae: Informe-se sobre segurança de dados ao disponibilizar acesso remoto aos seus colaboradores.

@Sebrae: Lembre que um colaborador é diferente do outro e requerem cuidados de saúde distintos. Desenvolva um sistema para conhecer bem as preferências e necessidades de cada um. É mais do que uma questão de empatia... é a maneira de construir uma empresa inteligente.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends1

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





1.3.3

O Comércio que nunca dorme

TENDÊNCIA SURGINDO AGORA:

Por um momento nos desesperamos com o decreto de fechamento temporário dos comércios, durante a pandemia. Mas a aflição poderia ter sido muito menor se tivéssemos lembrado da existência de um dos recursos mais importantes da atualidade: a internet. Isso porque consideramos apenas a modalidade física dos comércios, e esquecemos completamente que a possibilidade de vender 24 horas por dia já está disponível há algum tempo. A propósito, quem já havia se estabelecido virtualmente antes, poupou muito tempo - e cabelos brancos - neste período de fechamento das portas físicas. Daqui em diante, quanto menos os negócios precisarem contar com recursos do mundo presencial, mais financeiramente seguros eles estarão.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

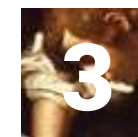
@Sebrae: Crie uma loja virtual com o recurso Facebook Shops para pequenos negócios, disponível nas plataformas: Facebook, Instagram e hatsApp.

@Sebrae: Não deixe de manter uma lista de contatos de seus clientes, principalmente dos mais fiéis. Mas é importante também registrar aqueles que demonstraram algum interesse por seus produtos/serviços. Estes contatos são a base para campanhas de e-mail por exemplo (veja as ferramentas disponíveis em: <https://www.sebraepr.com.br/toolbox-sebrae/>).

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends1

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





1.3.4

O futuro das redes sociais

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Como já mencionado em tendências anteriores, outra crise global recente é a da saúde mental, principalmente quando associada ao uso das redes sociais. Saturados de fake news; notificações inúteis; brigas em grupos e comentários; escândalos de vazamento de dados; e pressões sociais diversas, os usuários têm abandonado as redes sociais cada vez mais – ou pelo menos reduzido seu uso drasticamente. No entanto, acredita-se que esta não seja exatamente a morte das redes sociais, mas sim seu renascimento: em breve, elas terão novos usos e, certamente, novos recursos. Até lá, é importante que as empresas se mantenham atentas ao cenário atual, maneirando a quantidade de postagens ou mensagens; cuidando da relevância e veracidade dos conteúdos compartilhados; prezando sempre pelo respeito e bem-estar entre os seus usuários; e mantendo-se constantemente atentas às novas posturas, interesses e relações com estas plataformas. Podemos ainda não saber exatamente como será a transformação das redes sociais, mas é certo que, em poucos anos, elas serão muito diferentes do que são hoje em dia.

E AGORA, ATUALIZADA:

Com a brusca parada em todo o mundo devido às medidas de isolamento social, a internet inchou de usuários, do dia para a noite. A quantidade de postagens e interações por minuto se multiplicou, sejam elas feitas por marcas ou usuários comuns, e com isso os novos usos e funções das redes sociais definitivamente começaram a sofrer uma grande aceleração. Talvez vejamos as transformações das redes sociais mais breve do que antes esperávamos. É hora de monitorar e acompanhar junto estas transformações!

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Infelizmente não há mais possibilidade de ignorar a internet. Se você não gosta, encontre um parceiro de negócios que tope manter a empresa no ambiente digital. Mas se você apenas desconhece o que fazer, busque um treinamento imediatamente.

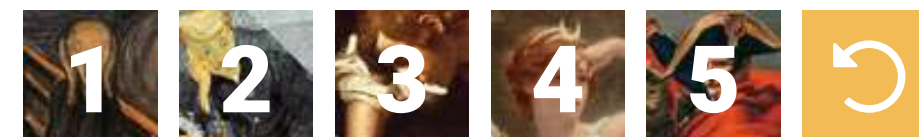
@Sebrae: Se você entende da área digital, mas perdeu trabalho recentemente, que tal se passar a oferecer assistência para quem não conhece o ambiente digital?

@Sebrae: Faça o curso EAD: **Sua Empresa nas Redes Sociais | Sebrae**.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: **https://bit.ly/sebraepr_trends1**

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





1.3.5

O futuro da publicidade digital

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Da mesma forma que as redes sociais estão em crise e, em função disso, passarão por grandes mudanças em breve, a publicidade digital também vivenciará transformações. Com o excesso de comerciais que “pulam na tela” de modo invasivo, interrompendo a visualização de vídeos ou a utilização de aplicativos, além de banners e pop-ups que geram poluição visual e dificultam a concentração nos verdadeiros conteúdos, os usuários estão cada vez mais irritados e menos pacientes com estes tipos de anúncios. O uso de bloqueadores de anúncios digitais tem aumentado a cada ano, e já há quem diga “pegar raiva” das marcas presentes em anúncios com estas abordagens desagradáveis. Para as empresas, daqui para frente o melhor será apostar em plataformas que viabilizem anúncios menos invasivos, poluentes ou excessivos. Isto é, investir de forma mais inteligente e apenas o necessário e efetivo.

E AGORA, ATUALIZADA:

A publicidade digital também sofre uma grande inflada nesse momento e, por isso, é possível que em breve se transforme. Analisando os últimos anos, onde a sociedade tem começado a enfrentar cada vez mais transtornos mentais devido ao excesso de estímulos e informações (do mundo digital E do mundo físico), talvez logo vejamos um pico de insatisfação do público com o excesso de publicidades (especialmente as invasivas). Para os negócios que já façam uso dos recursos de ads na internet (ou que estão pensando em fazer), a dica é continuar optando por alternativas menos coercitivas, estando sempre de olho para não cometer excessos. Tranquilidade, privacidade e liberdade são valores que se tornam cada vez mais preciosos para o consumidor atual.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

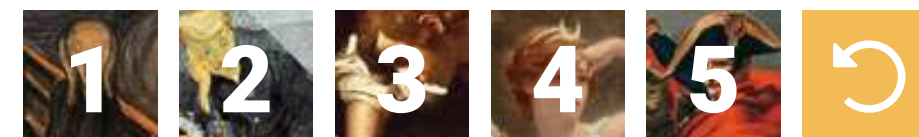
@Sebrae: Certifique-se de que o seu negócio é encontrável na web. Está fácil de encontrá-lo nas redes sociais? No Google? O cliente consegue te mandar uma mensagem, se quiser? Faça testes de busca para se certificar disso. Mais importante do que pular na frente do cliente com um anúncio, é estar acessível na hora que ele quiser te procurar.

@Sebrae: Pesquise sobre as possibilidades de ADS na internet, e experimente anunciar o seu negócio em uma das opções. Lembre-se apenas de priorizar canais que tenham mais relação com o seu público, assim como sistemas de anúncios que, de preferência, não sejam irritantes para o consumidor.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends1

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





2

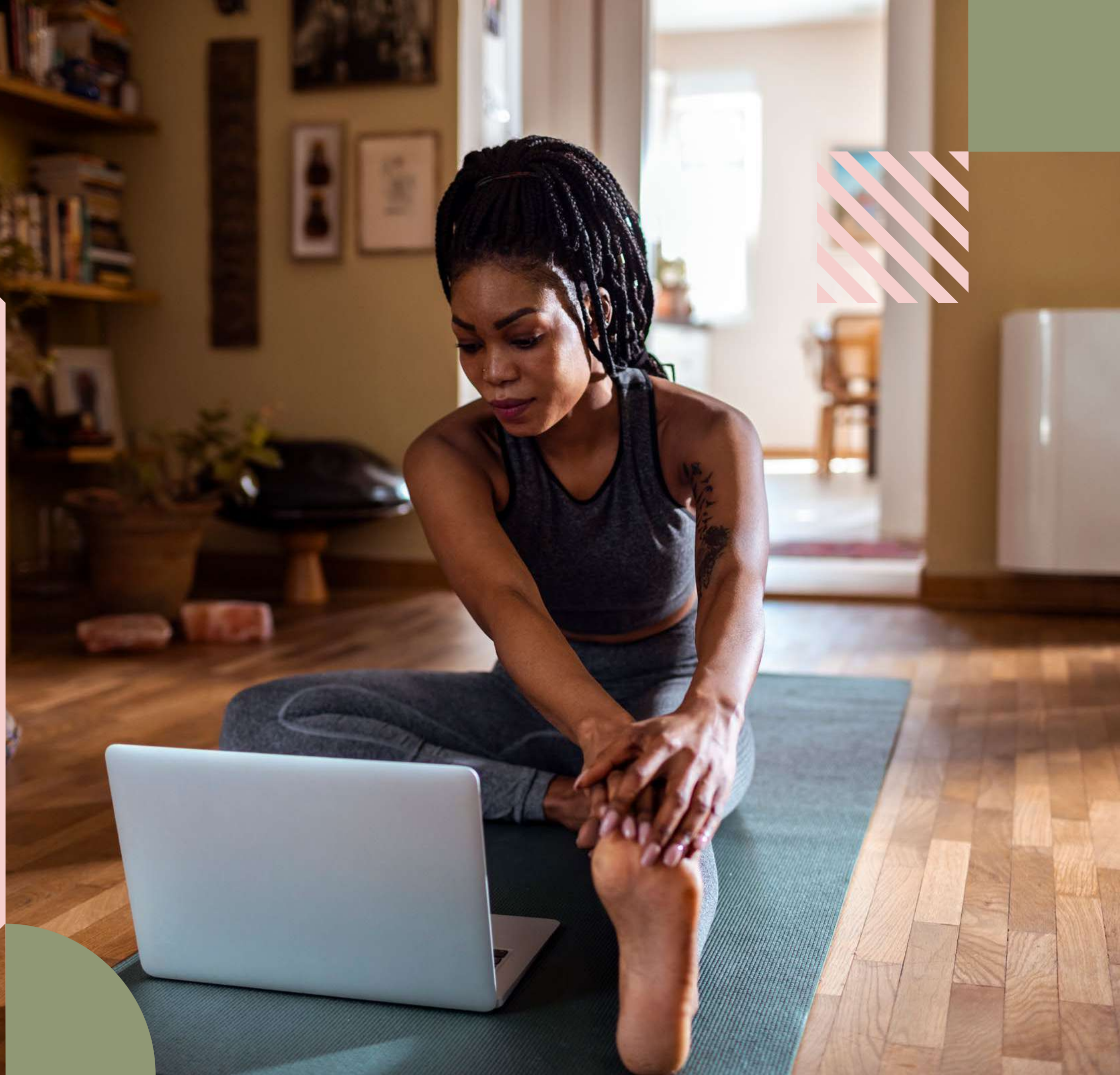
CONSUMO E SOCIEDADE

Esse tópico conta com tendências relacionadas às mentalidades e comportamentos sociais, que impactam diretamente nos hábitos do consumidor. Sabendo o que seu consumidor está inclinado a pensar e esperar, fica mais fácil compreender os melhores caminhos para atingi-lo.



2.1 SAÚDE E BEM ESTAR EM PRIMEIRO LUGAR

Como o próprio título revela, essa macrotendência aponta que a saúde e o bem-estar do consumidor serão grandes prioridades para ele a partir de agora. Discussões sobre assuntos relacionados a esse tema (especialmente saúde mental), ganharão os holofotes nos próximos anos, e o consumidor estará propenso a dar preferência às marcas que lhe proporcionam algum nível de conforto, auxiliando-o a se restabelecer emocionalmente.





2.1.1

À flor da pele

TENDÊNCIA SURGINDO AGORA:

Problemas relacionados à saúde mental já vinham sendo apontados antes do episódio da pandemia. Porém, com a chegada da COVID-19 e a necessidade de isolamento social, distúrbios associados à ansiedade e ao medo ganharam ainda mais força. Para além das preocupações com a saúde física e mental, o medo das pessoas cresce também em relação à instabilidade política e econômica, que está diretamente relacionada ao sustento de seus negócios ou empregos. Com isso, o público estará mais propenso a consumir as marcas que lhe oferecem um senso de segurança. Isto é, os consumidores se sentirão mais atraídos pelas empresas que, embora saibam se posicionar, saibam também utilizar uma comunicação e implementar ações mais pacíficas, prezando pelo bem-estar social. As empresas que conseguirem proporcionar esse clima, tanto para seus colaboradores quanto para seus clientes, se destacarão durante e pós-pandemia.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Já pensou em indicar um aplicativo de meditação e relaxamento para os seus colaboradores?

@Sebrae: Crie regras e políticas de venda claras, que facilitem a troca e o cancelamento de compras. E ainda assim, esteja equipado com canais de atendimento que acolham as dúvidas dos seus clientes.

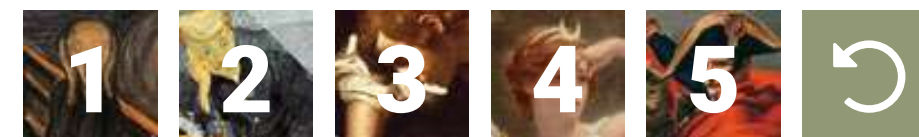
@Sebrae: Faça parcerias com profissionais da saúde e bem-estar para dar suporte aos seus colaboradores e/ou clientes.

@Sebrae: Tome cuidado especial em sua comunicação, para evitar mensagens ambíguas, conotações errneas ou rudes. Na comunicação online até o "tipo de letra" pode ter significados. Por exemplo, um texto em letras maiúsculas pode significar "falar gritando" na comunicação digital (o que pode soar agressivo na sua abordagem e, certamente, não ser muito positivo para a sua marca).

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends2

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





2.1.2

(Re)educação emocional

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Após tantas décadas fascinados em produção, focando nosso aprendizado e desenvolvendo nossas inteligências para a indústria, chegou o momento em que descobrimos que sabemos tudo sobre o mundo e nada sobre nós mesmos. Na era das crises de ansiedade, síndromes do pânico e diagnósticos cada vez mais crescentes de depressão (segundo a Organização Mundial da Saúde), estarmos atentos à saúde mental e desenvolvermos consciência emocional é o primeiro passo para restabelecermos qualidade de vida, incluindo condições básicas para o desenvolvimento de qualidade laboral (isto é, desempenhos gerais no trabalho). Assim, na (Re)Educação Emocional, as pessoas procuram aprofundar-se em autoconhecimento, identificar e compreender melhor suas próprias emoções, e trabalhar atentamente para utilizá-las a favor de suas relações pessoais e profissionais.

E AGORA, ATUALIZADA:

O reflexo desta tendência atravessará a década, e para os próximos anos o foco será o ensino e a aprendizagem da empatia e da (re)educação social para além do autoconhecimento. No período de isolamento, o uso de aparelhos eletrônicos tanto para o trabalho quanto para o entretenimento aumentará, estimulando a distância humana. Esse comportamento, que já vinha se mostrando evidente, agora fica consolidado no isolamento social. O impacto desse afastamento irá gerar uma grande demanda por práticas de reconexão com o outro e discussões sobre como ser humano novamente. Por isso, empresas que conseguirem adaptar seus ambientes físicos ou digitais para tais experiências interpessoais poderão proporcionar mais segurança aos seus clientes e colaboradores, como também, promover uma alternativa para a retomada da (re) aproximação humana.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: A empatia é uma qualidade fundamental para estabelecer conexões honestas com as pessoas (incluindo os clientes, colaboradores e fornecedores do seu negócio). Existem ferramentas que podem ajudar você neste processo, como o Mapa de Empatia. Aprenda como utilizá-lo neste tutorial do SEBRAE: bit.ly/mapaempatiasebrae

@Sebrae: Busque conhecer ferramentas digitais (aplicativos) que ofereçam planos de suporte emocional, meditação, e até programas de aulas de yoga. Estes recursos digitais podem ser úteis tanto para você quanto para os seus colaboradores.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends2

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





2.1.3

O tal do “O que realmente importa”

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Assim como grande parte da macrotendência, esta tendência também trata da exaustão física e emocional que a sociedade tem enfrentado nos últimos tempos. É importante lembrar que, em meio a essa transição, é natural que a sociedade também reavalie suas necessidades e prioridades, redirecionando seu foco para “o que realmente importa”. Mas afinal, quais são os valores que definem esse tal “o que realmente importa” dos dias de hoje? A resposta aborda temas como: momentos com os outros, trocas humanas, experiências mais ligadas ao mundo real (isto é, táteis e palpáveis), maior importância com aspectos sociais e sentimentais, e por aí vai. Posses e bens materiais já não têm o mesmo valor que antes, e busca-se aqui um resgate emergente do que é chamado “calor humano”..

E AGORA, ATUALIZADA:

Agora que não podemos estar fisicamente compartilhando momentos e experiências com outras pessoas, estaremos ainda mais carentes de socialização. Para suprir essa falta, buscaremos nos ocupar encontrando formas de interação online e imergindo em experiências individuais (que podem ser virtuais, como cursos de auto-aperfeiçoamento, ou analógicas, como livros e artes manuais). A tendência O Tal do O que Realmente Importa passa atualmente por um período de desaceleração no âmbito social palpável, mas ganha novas possibilidades graças ao universo virtual. De qualquer modo, assim que o mundo real possa voltar à normalidade, essa tendência deve retornar com grande impulso no que tange interações sociais presenciais.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Busque pensar no que realmente importa para o seu cliente e como você pode ajudá-lo nesse contexto. Você pode ajudar seu cliente a relaxar no novo cenário de trabalho remoto? Ou pode ajudá-lo a cuidar de seus pais, que estão em isolamento? Pode ajudar a entreter suas crianças?

@Sebrae: Crie ações para seus clientes que estimulem a sensação de nostalgia e ludicidade, tendo como consequência o relaxamento. Relance itens que façam parte da memória afetiva do seu nicho ou aplique este conceito na publicidade do seu negócio.

@Sebrae: Pense também sobre ações que estimulem a interação entre sua marca e a sua comunidade. Como sua marca pode ser uma mediadora de interações divertidas entre os clientes? Como entreter seu público, beneficiando essas pessoas e à sua própria marca?

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends2

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





2.1.4

Prazer por simplicidade

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Negócios gourmet, luxo, sofisticação, hiper-conectividade e tecnologias de ponta: “blé”! Dos tantos benefícios que esse período avançado nos traz, há também o surgimento de algumas contra-correntes, e uma delas é exatamente uma parte de nós que, por alguns instantes, sente-se exausta e precisa descansar de tudo isso temporariamente. Nessa tendência que revela uma das diversas reações sociais ao presente momento do mundo, encontra-se um espaço reservado para os negócios que oferecem ambientes ou mesmo produtos “simples de verdade”, como lugares sem conexão à internet, produtos rústicos e/ou feitos à mão (artesanais), ou ainda aspectos gerais que remetem ao retrô. Se executado de modo inteligente, e alinhado às atuais necessidades do público, nem sempre o “voltar algumas casas no jogo” precisa ser sinônimo de retrocesso..

E AGORA, ATUALIZADA:

Com o distanciamento social, a aversão à hiperconectividade perde força, uma vez que para muitos a internet é o único recurso que os permite manter uma vida normal mesmo sem sair de casa. Contudo, por conta da recessão econômica o desinteresse por produtos e experiências ostensivas (como roupas ou festas luxuosas) continua a diminuir. Assim como será mencionado na tendência "Somente o Necessário", as influências do movimento minimalista voltam à tona, e a busca pelo consumo de produtos mais simples no dia-a-dia (como objetos de segunda mão, baixo custo, DIY¹ ou mesmo com estéticas que remetem ao estilo do movimento) cresce muito em breve.

¹ DIY: Do it Yourself (em português, "faça você mesmo")

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Compartilhe ou produza conteúdos inspiracionais para o seu público que remetam a esse estilo de vida, como por exemplo tutoriais de Faça Você Mesmo – ou Do It Yourself, em inglês.

@Sebrae: Reveja seu catálogo e verifique se você está oferecendo produtos/serviços que remetam a estilos de vida mais simples (baixo-custo, e/ou sustentáveis e duradouros, e/ou esteticamente simples e elegantes). Contudo, se a essência do seu negócio parece não se encaixar nessas possibilidades e você está tendo dificuldades para atrair público, procure ajuda de um consultor ou especialista de marketing e tendências.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends2

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





2.1.5

FOMO na medida certa

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Recentemente a sociedade passou a vivenciar o fenômeno FOMO (do inglês "Fear of Missing Out"), uma espécie de fobia/medo de perder os acontecimentos ao ficar offline, o que leva as pessoas a permanecerem constantemente conectadas, mesmo sem necessidade. Dados os males desse fenômeno, por outro lado, desconectar-se completamente e manter-se alheio às novidades do mundo pode não só deslocá-las socialmente, mas deixá-las para trás no mercado de trabalho. Além disso, querendo ou não, é graças à internet e à conectividade que hoje temos diversas facilidades e serviços disponíveis. Desse modo, a tendência é que nos próximos anos as pessoas reduzam seus usos excessivos da internet (principalmente nas redes sociais), e certamente diminuam a quantidade do compartilhamento de informações. Mas a previsão é que o recuo não aconteça de modo a prejudicar o mercado e suas relações. O público apenas se tornará um pouco mais exigente, filtrando com mais rigor o conteúdo que publica ou que "passa para frente", e fazendo um uso mais moderado, consciente e saudável da internet..

E AGORA, ATUALIZADA:

Essa tendência pausa temporariamente. No momento de transição massificada aos recursos digitais, com grande parte do mercado tendo que se adaptar a essas tecnologias, o consumidor passa por um momento de muitas novidades e possibilidades online. Além disso, com a internet se tornando a principal opção de conexão com o resto do mundo no período de distanciamento social, estar virtualmente presente parece imprescindível para o consumidor no momento. É importante ressaltar, porém, que quando essa transição se estabilizar e já pudermos estar de volta às ruas novamente, a tendência FOMO na medida certa certamente voltará mais forte que anteriormente.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Para evitar o excesso de informações desnecessárias é importante planejar o conteúdo que será transmitido para seus clientes. Procure oferecer uma comunicação simples, direta e resumida, como por exemplo: um catálogo completo de produtos/serviços oferecidos durante a pandemia, que contenha horário, dias de atendimento, modalidades de entrega e cuidados básicos sendo tomados para evitar contaminações. Mas evite excessos no compartilhamento de conteúdo: publique em suas redes sociais ou dispare e-mails moderadamente.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends2

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:



2.2 O DESPERTAR DO CONSUMIDOR

Assim como apontado na macrotendência anterior, o público estará buscando por soluções que elevem o seu bem-estar e lhe ajudem a equilibrar sua saúde emocional. Nesse mesmo movimento, as pessoas estarão atrás de estilos de vida que lhes permitam “viver com uma consciência mais limpa”, adotando hábitos que reduzam os impactos ao meio ambiente ou que contribuam positivamente para a sociedade. Dessa maneira, o consumidor dos próximos anos estará ainda mais atento ao seu modo de consumo e mais exigente com as marcas que consome.





2.2.1

Somente o Necessário

TENDÊNCIA SURGINDO AGORA:

O atual momento do mercado é de instabilidade econômica - assim como a previsão para os próximos anos. A limitação de recursos para a população é crescente e causa uma recessão no consumo. Neste cenário as pessoas tendem a rever valores e a priorizar o que considera necessário; e devem engajar de vez nas ondas do movimento minimalista que vem crescendo nos últimos anos. Focar em oferecer produtos e serviços realmente essenciais para o dia-a-dia do consumidor, bem como equilibrar a comunicação da marca de modo a não estimular o consumismo ou uma cultura de ostentação serão estratégias úteis para ajudar os pequenos negócios a conquistarem seu público durante o período de crise.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Nos próximos anos, o público estará mais propenso a possuir menos objetos ou bens materiais. Por isso, pense sobre a possibilidade de incluir no seu modelo de negócio soluções que se alinhem a este cenário, tais como: embalagens retornáveis, assistência técnica (isto é, oferecer serviços de consertos e reparos ao invés de forçar o consumidor a descartar), ou mesmo serviços de assinatura.

@Sebrae: Se possível, adapte o seu catálogo de produtos/serviços, focando nas necessidades essenciais (básicas) dos seus clientes e evitando ostentações.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends2

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





2.2.2

Consumo verde

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Boa parte dos consumidores da atualidade já assume que preocupações com o meio ambiente podem ser fatores decisivos na hora de efetuar suas compras. Mais do que abertos às mudanças, o público agora passará cada vez mais a exigí-las. E se observarmos bem, na verdade já há um grande número de marcas que se adaptaram, praticando e oferecendo soluções verdadeiramente sustentáveis. Ou ainda marcas que são, em essência, fruto dessa mentalidade sustentável. Desde produtos veganos a reaproveitamento de materiais, ou economia circular, não é segredo que há, cada vez mais, demanda para negócios que se baseiam no "Consumo Verde". A recente polêmica do banimento dos canudos de plástico por todo o Brasil, aliás, é um marco para essa tendência e deixa claro: isso é só o começo.

E AGORA, ATUALIZADA:

As discussões sobre a origem do Coronavírus, que apontam para um mercado úmido¹, de uhan na China (famoso pelo comércio de animais selvagens), trazem novas forças para o debate sobre consumo animal e dos riscos iminentes à saúde pública. Os movimentos do veganismo, vegetarianismo ou até mesmo o flexitarianismo (redução do consumo de origem animal) continuam a crescer. A atenção do público está se voltando cada vez mais para produtos e serviços que reduzem os impactos ao meio-ambiente.

¹ Os mercados úmidos também são chamados de mercados vivos e se referem ao comércio de animais vivos em geral que são prontamente abatidos no ato da compra.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Se você trabalha no ramo de alimentos, considere (muito!) incluir opções para vegetarianos e veganos em seu cardápio, caso ainda não tenha.

@Sebrae: Estude as opções veganas possíveis para o seu negócio. Você pode se surpreender com a variedade de produtos e técnicas de produção disponíveis atualmente, desde cosméticos a roupas e acessórios.

@Sebrae: Assim como na tendência "**2.2.1 Somente o Necessário**", veja se é possível incluir soluções que reduzam as posses e o impacto ao meio-ambiente no seu modelo de negócio, tais como: embalagens retornáveis, assistência técnica (isto é, oferecer serviços de consertos e reparos ao invés de forçar o consumidor a descartar), ou serviços de assinatura.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends2

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





2.2.3

Economia compartilhada

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Há quem diga que, especialmente para países emergentes ou de economia instável, será na economia de compartilhamento que finalmente encontraremos alguma segurança econômica. Aliás, com a economia compartilhada em expansão na América Latina, não há dúvidas de que esse mercado terá cada vez mais espaço e demanda no Brasil. Sendo o acúmulo de bens a base do capitalismo, onde indústria e publicidade trabalham juntas para criar desejos principalmente de posse, no modelo de economia compartilhada surge o que alguns especialistas estão chamando de “Capitalismo Comunitário”. Aqui nasce um jeito de consumo onde o possuir perde importância e dá lugar ao experimentar. Isto é, foca-se no usufruir (serviço) e substitui-se o paradigma da propriedade e dos bens (produto). Por isso, a tendência para os próximos anos é que pequenos negócios que trabalhem em modelos sustentáveis e mutualistas se beneficiem de mais procura (tanto por parte de consumidores quanto por parte de profissionais), consequentemente aumentando suas escalas em crescimento e investimentos.

E AGORA, ATUALIZADA:

A economia compartilhada está transicionando para a era da economia regenerativa. A economia regenerativa foca no impacto positivo do negócio junto às pessoas e ao planeta, diferentemente da compartilhada que tem como pressuposto criar valor a partir da geração de experiências centradas no usuário apenas. Com a paralisação repentina da economia, novos formatos de consumo como upcycling, produtos de segunda mão e modelos de assinatura tanto para serviços digitais quanto para produtos físicos tendem a se consolidar neste período de crise. Mas atenção para os serviços de compartilhamentos físicos, como patinetes elétricos ou bicicletas colaborativas! A procura por estes reduz por causa do risco de contágio de doenças. Por isso, diversas empresas estão remodelando seus negócios e transformando-os em serviços de assinaturas individuais.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Para evitar a obsolescência dos equipamentos da sua empresa, considere contratar serviços de leasing ou locação na hora de renovação tecnológica.

¹ Leasing: locação financeira ou arrendamento mercantil

@Sebrae: Novamente, para essa tendência, são muito bem-vindas estratégias como serviços de assinatura, envio mensal de produtos, coleta e reutilização de produtos descartados pelo cliente, etc.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends2

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





2.2.4

Consciência Local

TENDÊNCIA SURGINDO AGORA:

Consciente da crise econômica causada pela pandemia, as pessoas têm se deparado com a própria instabilidade financeira e consequentemente com a de seus colegas e familiares. Com isso, agora se encontram mais propensas a compreender as necessidades de apoiar os comércios locais, próprios de suas regiões. O pequeno produtor ou artesão passa a ter preferência diante de boa parte do público, especialmente se comparados às grandes redes ou multinacionais. Para esses comerciantes, evidenciar suas origens e lembrar ao consumidor que estará ajudando a economia local ao contratar seus produtos/serviços pode ser bastante benéfico para todos.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: O público está criando mais consciência sobre a importância de consumir dos pequenos. Aproveite este momento para apresentar seu negócio às comunidades e grupos da sua região, colocando-o à disposição especialmente dessas pessoas.

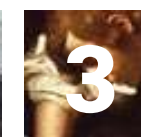
@Sebrae: Procure negócios vizinhos para propor parcerias e colaborações. Junte-se aos seus colegas, ou até mesmo concorrentes, e trace planos para fortalecer o cenário econômico da sua região. Apoie sua cena local!

@Sebrae: Retorne à microtendência "**1.2.1** **Fraternidades Comerciais**" e acesse ideias práticas de parceria entre negócios.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends2

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





2.2.5

O novo desafio da confiabilidade

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Com os últimos escândalos de vazamentos de informações, comercialização de dados e o grande fenômeno das fake news, a saturação digital atingiu novas dimensões. A confiança dos usuários caiu drasticamente em relação a diversos conteúdos publicados na internet, e a credibilidade de diversas marcas caiu por terra. Urgentemente, é necessário reconstruir uma relação de confiança com o público, desde uma postura ética, transparente e coerente, a ações, parcerias e compartilhamento de conteúdos confiáveis. Como estão falando por aí nos países estrangeiros, "better work for better trust" (melhor trabalhar por melhor confiança).

E AGORA, ATUALIZADA:

Cada vez mais desconfiado, o consumidor acirra suas exigências sobre ética e transparência das marcas. Medidas que prezem pela saúde da população acima de lucros das próprias empresas (como comentado na tendência "**1.2.3 Marcas Educadoras**") serão as novas meninas dos olhos do público - e medidas que demonstrem o contrário ganharão seu repúdio, como visto recentemente em escândalos envolvendo blogueiras e celebridades que descumpriram as recomendações da OMS e tiveram um backlash que prejudicou suas marcas pessoais e, consequentemente, as marcas que patrocinavam-as. Em outros aspectos, a quantidade de informações falsas disseminadas na internet também aumenta muito nesse período e, por isso, torna-se ainda mais importante que as marcas estejam comprometidas a compartilhar conteúdos apenas de fontes confiáveis.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Antes de compartilhar notícias e informações, verifique a fonte. Evite "queimar" sua marca distribuindo informações falsas ou distorcidas.

@Sebrae: Lembre que o seu cliente anda muito desconfiado e atento. É possível detalhar melhor a conta ou os custos do serviço? Crie um formato de nota detalhado.

@Sebrae: Seja transparente. Informe a procedência dos seus produtos e explique se houver aumento de valor.

@Sebrae: Evite desgastes futuros e não invente storytellings para a sua marca; seja verdadeiro!

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends2

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:



2.3 IDENTIDADES PLURAIS

Também sustentando as macrotrendências anteriores, “Identidades Plurais” aborda grandes anseios da população pelo bem-estar coletivo e individual, mas dessa vez sob outra ótica. Liberdade e metamorfose seriam as palavra-chaves aqui, afinal é disso que se trata o estilo de vida dos habitantes de um mundo globalizado e conectado como o nosso. Com tantas referências culturais e possibilidades de consumo, é cada vez mais difícil para o público atual encaixar-se em uma “única forma”.





2.3.1

Individualismo não-egoísta

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

É notável que, dentre as diversas definições do estilo de vida contemporâneo, temos o comportamento individualista intensificado. No entanto, dadas as novas percepções e desejos sociais, o individualismo também tem ganhado uma nova roupagem – de atitudes frias, mesquinhas e egoístas, passamos a compreender que considerar e cuidar do coletivo também é muito importante. Desse modo, o comportamento individualista passa a ser remodelado com foco em auto-aceitação (“sim, eu posso ser o que sou”), auto-cuidado (“eu me recolho e me reservo quando sinto necessidade”), e responsabilidade social (“ajo de modo a me satisfazer e me respeitar, priorizando sempre o não-prejuízo ao próximo e ao meio-ambiente”). Talvez possamos até chamar esse novo mindset de auto-empoderamento, afinal, além de buscar consumir o que lhe alimenta intelectual, pessoal ou profissionalmente, o consumidor percebeu também que beneficiar ao próximo é beneficiar a si mesmo.

E AGORA, ATUALIZADA:

Essa tendência pelo Individualismo Não-Egoísta continua e ganha ainda mais importância no cenário COVID-19. Iniciativas inclinadas para a cooperação, pensamento coletivo, consciência de impactos e de responsabilidade social estão sendo constantemente invocados nesse cenário extremo em que estamos vivendo. Cada um precisa fazer sua parte para que superemos este desafio, e por isso estamos compreendendo cada vez mais a importância de nossos desenvolvimentos e consciências individuais em prol do bem-estar coletivo. Neste contexto estão surgindo novos modelos de empreendimentos colaborativos, que buscam unir forças entre empreendedores para otimizar logística de venda, compartilhar equipamentos ou dar suporte a outros grupos que precisem (como grupos de empreendedores que se unem para levar comida e equipamentos a profissionais da saúde atuantes na linha de frente de combate da COVID-19).

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Este momento pode ser propício para avaliar o impacto do seu negócio e buscar adotar práticas mais sustentáveis tanto para o meio ambiente quanto para a economia e a sociedade. Considere ter um quadro de funcionários mais inclusivo, recrutar fornecedores locais e adotar medidas que otimizem o ciclo de vida de seus produtos.

@Sebrae: Provavelmente o seu próprio negócio também tem algo a ensinar. Aproveite as ferramentas online para compartilhar seu conhecimento com o público e, de quebra, ainda adquirir boa reputação e alguma autoridade no seu segmento.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends2

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





2.3.2

Diversidade Reconhecida

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

A globalização nunca esteve tão em vigor como agora com o acesso mais facilitado às fronteiras e o boom tecnológico da hiperconectividade, criou-se hoje uma sociedade multicultural que se comunica e se relaciona entre si a todo instante, inevitavelmente. É cada vez mais visível a consolidação de famílias, tribos urbanas e diversos outros grupos sociais que se formam, independentemente de diferenças culturais ou de identidade. Compreender isto será essencial para as marcas que quiserem se manter atualizadas no mercado; e se aproximar de seus consumidores com precisão e genuinidade. Aliás, dadas estas novas configurações sociais, somadas ainda às novas possibilidades de personalização e customização dos algoritmos, o consumidor deseja ver-se representado nos produtos, serviços e anúncios que chegam até ele. Além disso, com o surgimento de novos negócios que priorizam eficientemente o atendimento de qualidade, o consumidor também compreendeu que pode (e merece) receber um novo olhar. Se o público atual tivesse um grito de guerra, este talvez coubesse perfeitamente: “somos humanos, não números!”

E AGORA, ATUALIZADA:

Embora as fronteiras tenham sido fechadas temporariamente e que provavelmente haja uma redução drástica nas viagens internacionais durante os próximos anos, no mundo virtual as fronteiras sequer existem — a maior parte dos países tem acesso às mesmas redes sociais e plataformas na internet. Neste novo formato de dia-a-dia, onde passamos mais tempo em casa e menos tempo nas ruas, estaremos mais propensos a trocar informações e nos relacionarmos com pessoas de culturas, etnias, condições materiais e identidades completamente diferentes das nossas. As marcas que melhor souberem lidar com esse tipo de diversificação cultural, utilizando uma linguagem neutra e universal, especialmente em suas comunicações e no desenvolvimento de produtos, estarão à frente das outras.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Adote uma linguagem acessível e inclusiva, ou seja, sobretudo neutra e universal para comunicar seu negócio. Lembre-se que, agora que todos podem visitá-lo online, sua marca está sujeita a lidar com públicos mais amplos. Aproveite a oportunidade e para ganhá-los também!

@Sebrae: Revisite o seu catálogo de produtos/ serviços, e pergunte a si mesmo se ele é acessível aos seus novos possíveis públicos. Há como ampliar sua linha de produtos desenvolvendo opções para pessoas com deficiências, restrições alimentares, obesas...? Como tornar o seu negócio mais inclusivo e diverso?

@Sebrae: Utilize em imagens legendas descritivas com a tag `pracegover` e crie legendas nos vídeos com áudio para portadores de deficiência auditiva.

@Sebrae: Ao utilizar figuras humanas na sua comunicação (posts, publicidades, fotos de produtos etc), lembre-se de equilibrar a diversidade presente no seu público: varie em etnias, gêneros, tamanhos, idades... Quem consome o seu negócio quer se sentir representado por ele.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends2

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





2.3.3

Novas mulheres, novos homens

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Neste momento da sociedade, os questionamentos às imposições de padrões sociais conquistaram tamanha relevância que até mesmo as marcas e empresas já adequaram o direcionamento de suas linguagens

e representações sociais. Dos comerciais à ficção, recentemente vivenciamos uma grande remodelação

da representação da mulher na mídia, que a desvincula dos papéis frágeis e indefesos de sempre, e a coloca em posições de mais independência e autonomia. Assim, a tendência é que algo semelhante ocorra com o homem. A exigência constante de demonstração de força e poder, bem como a omissão de vulnerabilidade e a negligência com o autocuidado, prejudicam as relações sociais e comprometem seriamente a saúde mental masculina. A partir de agora, ser sentimental, delicado, cuidar de saúde, beleza, bem-estar

e mesmo do próprio lar, também serão “coisas de macho”.

Afinal, mais do que “coisas de macho”, estes são aspectos fundamentais humanos. Para as empresas que fornecem serviços relacionados a autocuidado e afins, este é um momento de grande oportunidade para expandir o público e, de quebra, ainda ficar “bem na fita”.

E AGORA, ATUALIZADA:

Agora que passamos mais tempo em nossas casas, socialmente isolados e sem acesso a serviços terceirizados de cuidados domésticos, torna-se responsabilidade de cada um administrar seu próprio lar. Além disso, a privacidade e o tédio em demasia podem se transformar em uma espécie de laboratório criativo para algumas pessoas, especialmente as que vivem sozinhas: a experimentação (novos cortes de cabelo, novas roupas etc.) ganha força nesse período, sem preocupação em prestar explicações para colegas de trabalho ou para a família. Com esses novos hábitos, a tendência "Novos Homens, Novas Mulheres" ganha novos impulsos, reforçando

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: É hora de planejar ações no seu negócio com foco nas semelhanças entre os gêneros, e não nas diferenças. Na publicidade, por exemplo, é possível incluir homens e mulheres em ambientes opostos aos quais foram socialmente designados. Essa inversão pode ajudar na quebra da imagem de que as pessoas tem lugares pré-definidos na sociedade, auxiliando seu público a se sentir menos cobrado ou forçado.

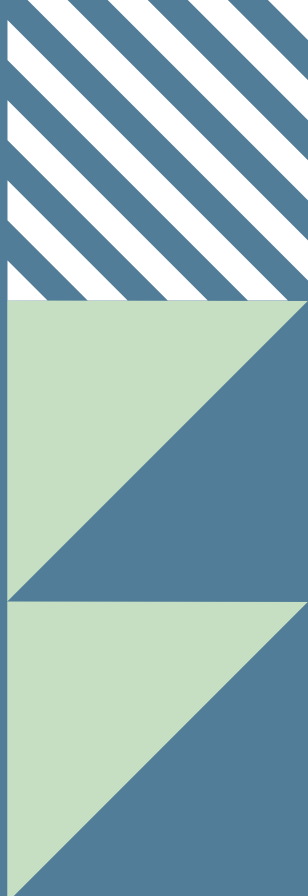
@Sebrae: Evite representações ou frases de efeito que reforcem velhos conceitos dos papéis masculinos e femininos, como por exemplo, utilizar apenas imagens de mulheres fazendo serviços domésticos ou frases como coisa de macho.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends2

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





3

TECNOLOGIA

Esse tópico traz as tendências de mercado estabelecidas a partir de novas tecnologias disponíveis para o público. Conectividade, realidade virtual e inteligência artificial são os grandes propulsores tecnológicos desse momento, responsáveis por delinear todo um novo mercado, apresentado a seguir.



3.1 A INTERNET É O NOVO NORMAL

“A internet é o novo normal” traz tendências voltadas a um novo padrão cultural global, que conecta (ou mesmo substitui) processos do mundo analógico para o mundo virtual, tornando a internet um recurso essencial para o funcionamento da sociedade atual.





3.1.1

Vídeo, a nova comunicação

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Caixas de comentários, publicações, likes e diversas outras formas de compartilhamento e engajamento — atualmente todos estes recursos são ilimitados nas redes sociais, dando origem ao que chamamos de “democratização da internet” (com exceção única para os misteriosos e confusos algoritmos, claro). Tendo a internet crescido como tal, juntamente ao lado da evolução das tecnologias de conectividade, a utilização dos vídeos como forma de comunicação foi extremamente facilitada e também viralizou. Netflix, Youtube, Stories e Livestreams são apenas alguns dos maiores nomes da atualidade relacionados a serviços de vídeo. E a promessa é não parar por aí: pela sua capacidade multimídia (imagem em movimento, texto e som) e de agilidade de informação, o vídeo é o “recurso bacana” do presente que provavelmente se tornará o recurso padrão no futuro.

E AGORA, ATUALIZADA:

Boom! Aconteceu: o vídeo se tornou o recurso padrão do presente. Stories, lives, TikTok, webinars, videochamadas, videoconferências, videoaulas, videoisso, videoaquilo... Desde entretenimento até educação ou consultas médicas, o distanciamento social forçou completamente a população a inserir-se de vez no meio online e comunicar-se por vídeo, tornando o mundo menos dependente de eventos presenciais para continuar funcionando. A partir daqui as possibilidades serão infinitas; e os vídeos também!

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Utilize vídeos para se comunicar com seus clientes e evitar deslocamentos desnecessários. Por exemplo, se algo precisar de reparo, peça ao cliente para filmar o produto que está com problemas. Assim é possível antecipar a identificação do problema, criar um orçamento e até mesmo verificar previamente com fornecedores as peças que serão necessárias para o reparo.

@Sebrae: Se você tem alguma habilidade (desenhar, cozinhar, falar uma língua, entreter pessoas, etc.), você mesmo pode criar videoaulas para compartilhar com quem estiver interessado. Seu desafio é estruturar o conhecimento, criar o seu negócio e encontrar o seu público (não tenha medo de pensar em nichos de mercado!).

@Sebrae: Não esqueça que, no mundo digital, ter conhecimento sobre SEO¹, estudar o seu público nas redes sociais, e investir em publicidade (Google Ads e Facebook Ads² etc.) são diferenciais que podem direcionar melhor o seu conteúdo e como consequência alavancar suas vendas (mas não se esqueça da tendência **1.3.5 “O Futuro da Publicidade Digital”** e não use esse recurso de maneira excessiva. Caso não tenha conhecimento do assunto, vale também a contratação de um consultor especializado em estratégias de marketing).

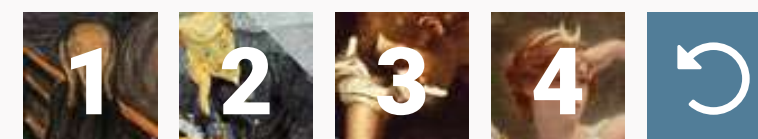
¹ SEO: é o agrupamento de ações estratégicas para otimização de páginas da web que tem como objetivo melhorar o posicionamento do seu site ou rede social nos resultados orgânicos dos portais de busca.

² Google e Facebook Ads são ferramentas de marketing digital com o objetivo de otimizar o alcance de acordo com o nicho de um negócio.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends3

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





3.1.2

Blockchain e as moedas invisíveis

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Comentado pelos experts de mercado como a principal inovação tecnológica dos últimos tempos, o Blockchain é uma espécie de livro-razão digital público, permanente, à prova de violação, e que registra todas as operações realizadas em criptomoedas. Segundo uma pesquisa realizada recentemente, mais de 80% dos profissionais da área de serviços financeiros planejam investir na tecnologia até 2020. Em termos práticos, o Blockchain tem a capacidade de melhorar significativamente os processos e a transparência das operações. Além disso, em breve contribuirá bastante para a descentralização dos negócios, além de facilitar a produção de conteúdo, e-mail marketing, e-commerce e pay-per-click (esse último, embora seja um modelo de geração de receitas não muito bem-vindo pelo público, não deve exatamente beneficiar-se do Blockchain por ganhos financeiros, mas sim por proteção a cyberataques). Com isso é possível sabermos que, se antes o Blockchain era uma tendência que parecia apenas estar engatinhando, agora ela evoluiu e ganhou proporções que prometem transformar para valer o mundo dos pagamentos, das transações e do comércio digital. E, embora esta sofisticada tecnologia ainda possa soar um tanto complexa aos nossos ouvidos, nos próximos anos certamente

a veremos atuando em nosso cotidiano com tanta simplicidade e indispensabilidade que, assim como no caso da internet (e em breve dos robôs), já não conseguiremos mais imaginar nem o mercado, nem nossas vidas, sem.

E AGORA, ATUALIZADA:

Devido às medidas governamentais de distanciamento social, e ao próprio medo da população em contaminar-se pela COVID-19, estamos evitando sair de casa e, especialmente, tocar em objetos compartilhados. Isso inclui caixas eletrônicas, dinheiro em espécie e até mesmo as pequenas maquininhas de pagamento em cartão. Com isso, as transações bancárias pessoais e comerciais ganham ainda mais espaço, se tornando mais familiares, e claro, mais bem-vindas ao público. Mas vale ressaltar: as medidas de cybersegurança também exigirão mais investimento.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Fintechs¹ e outras empresas estão desenvolvendo plataformas que simplificam o mercado de transações financeiras cotidianas. Aplicativos como o PicPay, por exemplo, viabilizam a realização de pagamentos dentro da própria plataforma, fornecendo suporte de segurança e também dispensando contatos físicos. Ferramentas como essas podem ser uma ótima ideia para incluir nas suas formas de pagamento, aumentando a variedade e facilitando as transações entre os seus clientes e o seu negócio.

¹ Fintechs: empresas de tecnologia focadas em transações financeiras.

@Sebrae: Para manter seu fluxo de caixa saudável no período em que o isolamento colabora com a queda do faturamento, uma opção é a venda de vouchers antecipados que poderão ser utilizados após a abertura do seu comércio (procure por serviços como o EBANX Beep, por exemplo, que facilitam esse tipo de transação).

@Sebrae: O blockchain está tornando possível rastrear e indicar de modo mais confiável a origem dos produtos, desde o setor da moda até a indústria alimentícia. Para tornar o seu negócio mais transparente para o seu cliente, busque por serviços de tecnologia blockchain que possam ajudar você a implementar esta rastreabilidade.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends3

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





3.1.3

Bens digitais

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Com a expansão do uso e da oferta de produtos virtuais (como os jogos, por exemplo), bem como a massificação do acesso à conectividade, surgiu o que chamamos de cultura digital. Neste contexto, investimentos financeiros reais passam a ser aplicados em “bens virtuais”, como por exemplo skins (roupas) e avatares em jogos, número de followers (seguidores), likes (curtidas), comentários e engajamentos ou propriedades diversas. Atualmente — e na verdade já há algum tempo — há usuários proprietários de contas milionárias, seja por acúmulo de vitórias ou aquisição de itens raríssimos em jogos, seja por contas de grande alcance de público. As plataformas digitais e seus usuários, inclusive, tem enfrentado grandes problemas com roubo ou hackeamento de contas, havendo prejuízos sérios às empresas ou pessoas envolvidas. Isto evidencia que o mundo digital já possui bens de tanto valor (emocional e financeiro) quanto os do mundo físico, equiparando-os em diversos aspectos mercadológicos e sociais. Mesmo que isso não pareça oferecer riscos aos pequenos negócios à primeira vista, é importante notar que, em questões de comportamento social, pode gerar grandes insights. Por exemplo, notamos aqui novamente um desejo — e uma urgência — por medidas efetivas quanto à segurança de dados e informações.

E AGORA, ATUALIZADA:

Agora que estamos muito mais conectados à internet, realizando não só interações sociais, compras ou transações bancárias, mas o próprio trabalho e os estudos, a tendência de gerar e acumular bens digitais acelera rapidamente. A partir daqui, essa nova configuração de capital se propaga na população e, pelos próximos anos, não há volta.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Faça parceria com programas de afiliação (milhagens, pontos etc) ou desenvolva um próprio. Esse modelo estimula o consumo com maior frequência dos seus produtos/serviços e facilita o relacionamento com o cliente.

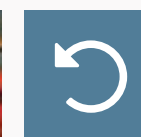
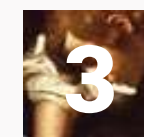
@Sebrae: Invista na criação de bens virtuais para valorizar a sua própria marca: pacotes de stickers para aplicativos de mensagem (hatsApp, Telegram etc), filtros personalizados para vídeos nas redes sociais (Stories no Instagram, TikTok, etc), playlists para as plataformas digitais de música, etc. Isso tudo vai construindo o imaginário da sua marca e a torna ainda mais presente no mundo virtual.

@Sebrae: Se não souber como gerar ou administrar as dicas acima, converse chame um profissional de comunicação (design, marketing ou publicidade) para fazer parte do seu time e melhorar sua presença digital!

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends3

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





3.1.4

E-Sports

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Em 2018, o mundo presenciou uma ascensão surpreendente dos “E-Sports” (como chamaremos os jogos virtuais nesta tendência¹) que, com a internet e a hiperconectividade, vêm há alguns anos se consolidando como mercado mainstream (isto é, amplo e popular) e não mais apenas como mercado de nicho nerd ou infanto-juvenil. Através de plataformas de streaming (transmissões ao vivo), atualmente é possível acompanhar torneios em tempo real. No ano passado, os E-Sports vivenciaram um marco em sua história, com a primeira transmissão ao vivo e em horário nobre na televisão (pela ESPN). A previsão é que, a partir de agora, os E-sports prossigam ressoando gradativamente na TV e no mundo. E a partir de anúncios em transmissões, patrocínios ou diversas outras formas de parcerias, grandes e pequenos negócios podem crescer junto a esse novo gênero esportivo.

¹Originalmente, nos países de língua inglesa, os “e-sports” estão sendo escritos gramaticalmente como “esports” (proveniente do termo “electronic sports”, esportes eletrônicos). No entanto, para evidenciar a diferenciação entre “esports” e “sports” — considerando a grafia “esportes” na língua portuguesa —, o Sebrae optou por hifenizar o termo em inglês e criar uma tradução híbrida e livre para se referir à esta categoria, excepcionalmente neste guia.

E AGORA, ATUALIZADA:

Com o adiamento de grandes eventos como as Olimpíadas e os campeonatos de Futebol, os fãs de esportes tradicionais passam agora a mirar os E-Sports. Não bastasse o próprio público dos jogos eletrônicos, que vinha crescendo gradual e rapidamente nos últimos anos, agora a modalidade também está se tornando familiar à fatia que até então resistia. A necessidade de distanciamento social em todo o mundo com certeza populariza ainda mais os E-Sports, potencializando esta tendência.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Se memes ou assuntos cotidianos são pauta do conteúdo digital compartilhado pela sua marca, você pode referenciar acontecimentos do mundo dos jogos digitais (incluindo e-sports) nas publicações.

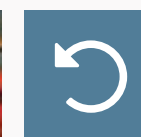
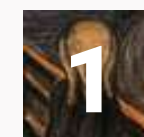
@Sebrae: Se a sua empresa tem relação direta com os esportes tradicionais, pense em soluções que possam ampliar esse direcionamento para os e-sports também.

@Sebrae: Se o seu negócio tem capital para investimentos de valor mais alto, procure parcerias ou patrocínios entre a sua empresa e outras, relacionadas aos e-sports.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends3

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





3.1.5

Mobilidade inteligente

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Cada vez mais vemos o mundo virtual transformando o mundo real. A exemplo, a conectividade e o compartilhamento trazem oportunidades de soluções para problemas complexos da sociedade – como a mobilidade urbana. Isso é palpável quando pensamos nos aplicativos de caronas ou diversas outras alternativas de locomoção, como bicicletas e patinetes elétricos. Todas oferecem de forma simples, acessível e pragmática, opções menos estressantes para o dia-a-dia nas grandes cidades. Por isso a questão da mobilidade inteligente não se refere apenas a equipamentos e dispositivos de mobilidade; trata-se, na verdade, de uma questão holística e social, que compreende melhorias em qualidade de vida e novas oportunidades de negócio. Aqui, é necessária uma visão além de tecnologias e conectividade, que perceba a integração e a experiência humana como pontos-chave para soluções inteligentes. É considerar que ao fazer uma viagem, por exemplo, o usuário poderá pegar uma bicicleta compartilhada para ir até a estação de um transporte já convencional (como ônibus ou metrô), usá-lo para ir até o aeroporto, e ao chegar à cidade destino, descer do avião e ter um carro reservado através do celular esperando-o na porta da saída.

E AGORA, ATUALIZADA:

Com a pandemia, as tendências relacionadas à mobilidade estacionaram temporariamente. Embora as medidas de isolamento social sejam diferentes em cada região/cidade, parte da população deixou de usar seus veículos individuais, como também o transporte público e compartilhado, para ficar em casa. Muitas das atividades rotineiras foram transferidas para o ambiente doméstico, como trabalhos adaptáveis ao ambiente digital, educação, lazer e até mesmo serviços de saúde (no formato de telemedicina). Negócios que atuam no setor de transporte vêem um cenário pouco positivo no momento. Mas o segmento pode se adaptar às novas demandas vigentes, como entregas de mercadoria, serviços de logística para o varejo e serviço de transporte personalizado para colaboradores de empresas. É importante lembrar, contudo, que é preciso de cautela, pois novas medidas de padrões de segurança e higiene precisam ser adotadas de ponta-a-ponta.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Fornecer pacotes de viagens curtas (e com medidas de segurança) para colaboradores de empresas que precisam atuar de forma física e presencial é uma opção para o segmento de turismo, que vem sofrendo queda drástica nos negócios como efeito da pandemia.

@Sebrae: Momento propício para incentivar seus colaboradores a usarem mais a bicicleta! Mais barata, mais saudável e mais segura do que o transporte público (por evitar aglomerações), a bicicleta chega como uma alternativa para quem precisa de mobilidade. Porém, ainda é muito importante estar atento às recomendações de distanciamento e uso de máscara.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends3

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:



3.2 NOVOS FORMATOS DIGITAIS

Essa macrotendência nos mostra que nem só das pequenas telas 2D de smartphones vive a internet. Embora seja o dispositivo mais utilizado para acesso à internet no momento, pode ser que sua supremacia seja mais breve do que imaginamos. Daqui pra frente as possibilidades do mundo digital só aumentarão, e as tendências a seguir nos mostram de que modo já estão se expandindo.





3.2.1

A chegada da internet 5G

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Com o aumento da velocidade de conexão, especialmente com a chegada do 5G (prevista para 2019 e 2020 na América Latina), a previsão é que, muito em breve, ao menos metade das compras online passe a ser feita através do m-commerce (ou mobile commerce) que são as compras feitas por dispositivos móveis. Acentuada por outras tendências, a Internet 5G será um marco que transformará completamente a forma como compramos e consumimos em geral. Por exemplo, o 5G traz velocidade capaz de promover experiências de qualidade em realidade aumentada e virtual, impactando diretamente no relacionamento empresa-público. Por isso, nesse momento é importante que, dos grandes aos pequenos negócios, os aplicativos ou plataformas de consumo disponibilizados ofereçam experiências fluidas através de interfaces que se adequem às novas necessidades, sendo ágeis, inteligentes e o mais simplificadas possível.

E AGORA, ATUALIZADA:

Com as paralisações do mercado e da indústria devido à pandemia, é possível que a implementação da 5G no Brasil precise ser adiada, por isso esta tendência fica temporariamente "pausada". Curiosamente, em contrapartida, ela também é fortemente impulsionada por esse período, uma vez que os recursos de conectividade (especialmente os de maior capacidade e velocidade) estão sendo fundamentais para contornar os impactos da crise e reduzir os prejuízos aos negócios. Em breve veremos os brasileiros bastante empolgados com a tão esperada chegada dessa tecnologia. Aguardemos os próximos capítulos dessa temporada (e as próximas notícias dos órgãos reguladores, claro).

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Nos próximos anos, o público estará mais propenso a possuir menos objetos ou bens materiais. Por isso, pense sobre a possibilidade de incluir no seu modelo de negócio soluções que se alinhem a este cenário, tais como: embalagens retornáveis, assistência técnica (isto é, oferecer serviços de consertos e reparos ao invés de forçar o consumidor a descartar), ou mesmo serviços de assinatura.

@Sebrae: Se possível, adapte o seu catálogo de produtos/serviços, focando nas necessidades essenciais (básicas) dos seus clientes e evitando ostentações.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends3

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





3.2.2

Realidades híbridas

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Assim como todas as outras tecnologias digitais da atualidade, os recursos de Realidade Virtual (VR) e Realidade Aumentada (AR) têm sido cada vez melhor desenvolvidos e, ao mesmo tempo, cada vez mais acessíveis (tanto como desfrute para o público quanto como soluções para as empresas). Há agora também a Realidade Híbrida (ou Realidade Mista), que é a fusão da realidade virtual com a realidade aumentada (VR + AR). Neste caso, explora-se a inserção de objetos virtuais no mundo real, de modo a permitir a interação dos usuários com os objetos e, com isto, criar novos ambientes nos quais itens físicos e virtuais coexistem e interagem em tempo real. Seja com jogos, aulas, compra/venda, e diversas outras possibilidades de interação, a verdade é que estamos vivenciando uma nova realidade, capaz de integrar os mundos físico e digital fluidamente. Se bem utilizadas, essas tecnologias podem promover experiências capazes de potencializar e estreitar ainda mais o relacionamento entre marcas e consumidores, trazendo mensagens e interações muito mais impactantes.

E AGORA, ATUALIZADA:

Com a introdução forçada e definitiva da população à tecnologia, o público consumidor se acostuma ainda mais com objetos e recursos virtuais. Aos poucos, mas agora mais rapidamente, serviços e soluções em geral que façam uso de Realidade Virtual (RV) e/ou Realidade Aumentada (AR) se tornarão mais atraentes para as pessoas, afinal, esses formatos podem ser o afago para a falta que elas sentem do mundo lá fora no período de distanciamento social. Embora essas tecnologias ainda não sejam acessíveis para a maior parte da população, soluções similares (como tours virtuais em espaços reais, por exemplo) estão reforçando a familiarização do público quanto às experiências virtuais e impulsionando sua aderência futura às Realidades Virtual e Aumentada.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

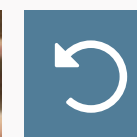
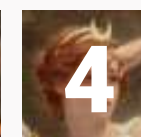
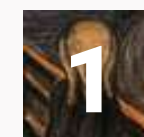
@Sebrae: Negócios que fazem uso de recursos com RA/RV em seus produtos ou serviços ainda tem grande chance de despontarem como pioneiros em seus respectivos setores.

@Sebrae: Através da RA/RV, é possível recriar ambientes reais em formato virtual. Que tal oferecer experiências no interior de suas lojas ou nas fábricas dos seus fornecedores, em formato virtual? Você pode utilizar essa estratégia para representar seus produtos com fidelidade 3D, apresentar maquetes ou catálogos interativos, ou ainda imergir o seu cliente em uma tour pelo processo de produção dos seus produtos... As possibilidades são infinitas!

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends3

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





3.2.3

Fim dos smartphones

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Assim como temos assistido à redução de uso da TV e dos computadores em geral (especialmente os computadores de mesa) e muito provavelmente também veremos em breve os próprios smartphones entrando em desuso. Talvez até de modo mais radical do que foi com a TV ou com os computadores, uma vez que especialistas estimam que dentro de 5-7 anos os smartphones estejam completamente substituídos por outros dispositivos (como relógios digitais, pulseiras inteligentes, instrumentos subcutâneos, ou mesmo algo ainda desconhecido). A grande questão é que, quanto mais o funcionamento da sociedade torna-se dependente de dispositivos individuais de comunicação, mais conectadas essas tecnologias serão aos nossos corpos (literalmente). Por isso, a dica para esta tendência é manter-se antenado a essas mudanças para não perder tempo na hora de adaptar novos formatos de interface e novas necessidades em user experience. Ou ainda, enquanto essas mudanças não ocorrem efetivamente, explorar otimizações e soluções criativas em outros pontos de contato mais estáveis, como os ambientes físicos e afins. Fiquemos de olho!.

E AGORA, ATUALIZADA:

Ao contrário do que está apontado anteriormente, os computadores de mesa voltam a ter mais relevância (agora em versões mais compactas), graças ao trabalho e ao estudo remoto, que estão transicionando de exceção para regra. Mas é especialmente nesse momento que os smartphones se provam cada vez menos eficientes para o uso absoluto que vínhamos atribuindo a eles. Desmentindo o que pensávamos, nem toda demanda de comunicação digital pode ser solucionada através de um smartphone. Os novos usos massificados da internet, como shows online, grandes vídeo-conferências, mesas virtuais e colaborativas de trabalho, aulas práticas (como yoga, dança etc), e outras novas necessidades começam a evidenciar para a população as limitações do smartphone. Sem dúvidas isso acelera o interesse da indústria em criar novos formatos de acesso digital para uso cotidiano da população.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

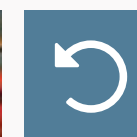
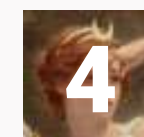
@Sebrae: Recursos de tecnologia como projetores e espelhos inteligentes apontam para um cenário de novas oportunidades de serviços. Oferecer instalação, suporte técnico ou treinamento sobre uso será necessário para introdução destas novas tecnologias no mercado. Fique atento, informado e aberto a estas novas oportunidades.

@Sebrae: Com o intenso uso de dispositivos digitais neste período de isolamento, é importante que o desenvolvimento de materiais digitais seja adaptável a diversos formatos de tela (isto é, responsivo) para que a experiência do cliente/leitor seja agradável.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends3

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:



3.3 ARTIFICIAIS E INTELIGENTES

Nessa macrotendência, abordamos questões relacionadas à inteligência artificial e machine learning, recursos que, aos poucos, estão se popularizando. No momento, essas tecnologias crescem a partir de produtos que oferecem praticidade e facilidade no dia-a-dia (robs domésticos, por exemplo), mas elas podem ter usos muito mais amplos que esses.





3.3.1

Domesticando robôs

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Agora que os robôs estão chegando ao mercado em preços mais acessíveis, a tendência é que ultrapassem as fronteiras das fábricas e passem a fazer, cada vez mais, parte das nossas vidas domésticas, auxiliando-nos em tarefas básicas e cotidianas. Em meio a esse processo, o mercado tem tratado de desenvolver interfaces mais amigáveis e micro-personalizadas, de modo a otimizar o uso e o benefício desses dispositivos inteligentes, bem como trazer características próximas da ideia de “membros da família” (ou, ao menos, componentes indispensáveis na dinâmica doméstica). Isso inclui, por exemplo, aprimoramento de assistentes de voz (tendência super em alta!) e diversas outras formas de interface, que vão muito além da visual. Em breve viveremos um mundo em que não utilizar produtos conectados à IoT (Internet das Coisas) ou AI (Inteligência Artificial) será tão inimaginável quanto pensar no mundo atual sem smartphones. Para as empresas pequenas, vigiar esta tendência pode trazer insights sobre soluções ou facilidades de serviço para consumidor. Além disso, perceber a ‘humanização’ e o grande trabalho em questões de linguagem e comunicação, pode ser uma ótima inspiração para as empresas refletirem sobre como se relacionam com seus clientes (especialmente em serviços automatizados como os chatbots, por exemplo).

E AGORA, ATUALIZADA:

A pandemia nos traz um momento onde precisamos passar tempo em casa. Quando passamos mais tempo em casa, geramos mais afazeres domésticos, o que se acumula com o “trabalhar em casa” (home office). É possível que para alguns de nós, esse acúmulo de tarefas se torne uma sobrecarga, afetando nossa produtividade e inclusive nossa saúde mental — que já andam um tanto fragilizadas. Por isso, é provável que, em breve, vejamos um boom no consumo de produtos e serviços que tornem a vida doméstica mais prática. Os limpadores automáticos e assistentes de voz são os recursos mais em alta no momento, e em um futuro próximo veremos mais objetos inteligentes atuando em nossas casas.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

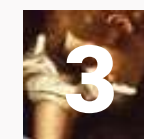
@Sebrae: Pense em soluções (produtos ou serviços) relacionados ao seu segmento, que possam auxiliar as pessoas em suas rotinas diárias. Utilize sua própria rotina como laboratório. Observe as tarefas necessárias, pergunte às pessoas o que mais lhes sobrecarrega.

@Sebrae: Observe também a rotina da sua empresa, e procure produtos ou serviços automatizados que possam facilitar algum processo prático do seu negócio. Aproveite a crise para melhorar os processos e equipamentos internos.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends3

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





3.3.2

Machine learning e indústria 4.0

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

O 'Machine Learning' trata-se da autonomia inteligente das máquinas, tornando-as capazes de aprender e evoluir por conta própria. Este, aliás, certamente será o fator principal a impulsionar a chamada 'Indústria 4.0'. A partir daqui, as linhas de produção das indústrias sofrerão grandes transformações, aumentando produtividade, reduzindo custos e tirando seres humanos de atividades pouco seguras ou excessivamente repetitivas. Sob outros ângulos, é possível ainda afirmar que esses avanços na inteligência artificial revolucionarão também a forma como colaboradores de empresas e indústrias são treinados. Para os negócios que não quiserem ficar para trás, especialmente os de menor porte, será importante acompanhar essas mudanças e, dentro do possível, atualizar suas tecnologias constantemente. Afinal, apesar dos investimentos iniciais, elas otimizam tempo, gastos e dão espaço para que o melhor da inteligência humana seja aproveitado – diferenciais imprescindíveis na hora de lidar com a concorrência.

E AGORA, ATUALIZADA:

Devido às regras de segurança impostas para combater a pandemia, o setor industrial tem reduzido sua força de trabalho e consequentemente tem visto declínio em sua capacidade produtiva. O contexto de Machine Learning e da Indústria 4.0 propõem o conceito de automação a processos poucos seguros ou muito repetitivos, gerando aumento de produtividade fabril e redução de custos. Neste momento, as indústrias que possuem capacidade produtiva com altos níveis de automação se movem a caminho de resultados promissores diante da crise. Para empresas menores, esta microtendência pode ser aplicada no âmbito da gestão a partir de serviços acessíveis disponíveis no mercado.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Você pode criar um chatbot para o setor de atendimento ao público do seu negócio. Hoje já é possível contratar sistemas de tecnologia e inteligência artificial de maneira mais simples e acessível.

@Sebrae: Gerencie seu estoque de produtos ou faça a manutenção preventiva de forma inteligente utilizando a base de dados de logística do seu negócio. Procure por soluções de Supply Chain existentes no mercado. A exemplo, a Neogrid é uma empresa que desenvolve softwares para soluções de ponta a ponta na gestão da cadeia de suprimentos.

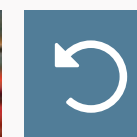
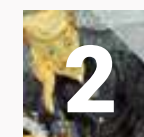
Supply Chain: gestão da cadeia logística

@Sebrae: Se você tiver muitas dúvidas sobre esta área mas acredita que o seu negócio pode se beneficiar com estas soluções, procure o Sebrae para compreender melhor como aplicar estas estratégias na sua empresa.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends3

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





4

EXPERIÊNCIAS

O último tópico trazido pelo Guia de Tendências aborda um dos formatos de consumo mais demandados na última década: a experiência. Essa modalidade tem sido bastante explorada pela indústria e, ao mesmo tempo, muito apreciada pela sociedade, porque torna o ato do consumo menos materialista e reconecta o consumidor à sua “humanidade”, através de estímulos sensoriais que serão marcados em sua memória.

4.1 CADA MACACO NO SEU GALHO

Nessa macrotendência notamos um movimento de redescoberta local, onde as pessoas passam a tomar consciência e explorar novas possibilidades em seus territórios de residência e proximidades. Essa tendência já vem dando suas caras há algum tempo, mas ganhou impulso com os novos cenários da pandemia.





4.1.1

Em Casa

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Na “Autêntico e Simples” evidenciamos mais uma vez o desejo e a necessidade que rondam as mentes coletivas por experienciar a simplicidade, vivo e palpável. No auge do acesso à informação e conectividade, vivenciar experiências íntimas e informais nunca foi tão especial — ou terapêutico. Viver momentos até considerados triviais, unicamente cedidos pelo mundo tátil, como estar em contato físico com família, amigos e natureza, é uma maneira de desconectar-se temporariamente dos agitos da vida contemporânea e finalmente relaxar. Alguns dos termos e palavras de ordem por aqui são: atenção plena, qualidade de tempo, despretensão/despojamento, espontaneidade e intimidade.

E AGORA, ATUALIZADA:

Atividades físicas, compras, convivência intensa com a família (ou consigo mesmo, para os que moram sozinhos), entretenimento, estudo e trabalho. A partir de agora, tudo isso precisa estar em um só lugar: nossa casa. Com a pandemia e as medidas necessárias de confinamento, a sociedade está transicionando para um mindset mais "home-centric", o que significa que quanto mais atividades e necessidades pudermos resolver dentro de nossas casas, melhor. Por isso estamos valorizando cada vez mais as soluções que priorizam praticidade e conforto em nossos lares — desde produtos e serviços até mesmo à funcionalidade dos ambientes.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

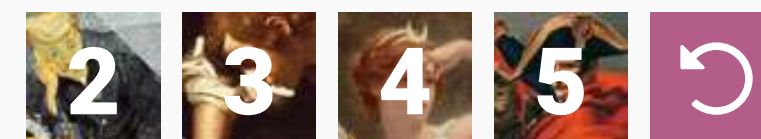
@Sebrae: Com os clientes em casa e fisicamente afastados do seu negócio, pense nas melhores soluções que seu produto/serviço pode oferecer para que estejam mais adequados ao ambiente doméstico. Agora praticidade e conforto são palavra de ordem!

@Sebrae: DIY (o "faça você mesmo") está em alta também. Forneça materiais e equipamentos (entregue na casa do cliente!), instruções e suporte (disponibilizados por meio virtual). E depois peça ainda que seu cliente compartilhe o resultado nas redes sociais, lembrando de marcar a sua empresa!

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends4

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





4.1.2

Autêntico e simples

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Na “Autêntico e Simples” evidenciamos mais uma vez o desejo e a necessidade que rondam as mentes coletivas por experienciar a simplicidade, vivo e palpável. No auge do acesso à informação e conectividade, vivenciar experiências íntimas e informais nunca foi tão especial — ou terapêutico. Viver momentos até considerados triviais, unicamente cedidos pelo mundo tátil, como estar em contato físico com família, amigos e natureza, é uma maneira de desconectar-se temporariamente dos agitos da vida contemporânea e finalmente relaxar. Alguns dos termos e palavras de ordem por aqui são: atenção plena, qualidade de tempo, despretensão/despojamento, espontaneidade e intimidade.

E AGORA, ATUALIZADA:

Momentaneamente, no período de transição digital, estaremos muito ocupados com as novidades e eventuais dificuldades dessa adaptação. Contudo, não irá demorar muito para que a tendência Autêntico e Simples volte com força. Devido ao distanciamento social, que está fazendo com que fiquemos ainda mais imersos no mundo digital, já começamos a perceber a necessidade de descansar dos dispositivos eletrônicos e a sentir os impactos que a falta da convivência presencial nos faz. O retorno e a aceleração da microtendência Autêntico e Simples são gradativos à medida em que pudermos estar nas ruas novamente.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

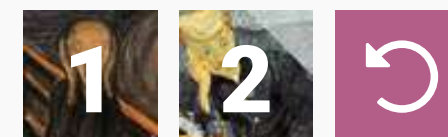
@Sebrae: Autêntico e simples podem ser histórias e experiências passadas de avós para netos, por exemplo... gerações separadas pela pandemia. O seu segmento consegue oferecer algo que una essas duas pontas? Pense sobre como o seu negócio pode ajudar os clientes a se aproximarem das pessoas que mais amam.

@Sebrae: O Faça você mesmo, trabalhos manuais, atividades como jardinagem... são exemplos de oportunidades para serem valorizadas em empreendimentos que possam fornecer conhecimento, materiais, treinamento e suporte. Se o seu segmento tem relação direta com artesanato, moda ou é vinculado à economia criativa, esta dica cai como uma luva.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends4

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





4.1.3

Deslocamentos prazerosos

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Novamente encontramos a tecnologia tendo um papel fundamental na contribuição de experiências que o público almeja viver — ou, neste caso, reviver. Aqui ela atua diretamente em um dos assuntos mais comentados quando se trata de cotidiano e vida prática urbana: o transporte e a mobilidade. Sabe-se que em diversos países, de terceiro à primeiro mundo, o individualismo somado ao consumo automobilístico exacerbados geraram grandes problemas de tráfego, que não só dificultaram o dia-a-dia da população, como também potencializaram o crescimento de quadros ansiosos e depressivos. Por isso, os negócios que propõem opções alternativas de deslocamento (como é o caso dos aplicativos de caronas compartilhadas ou aluguéis de curto período, apresentados também na tendência 2.7, Mobilidade Inteligente) são de extremo interesse e necessidade do público, pois tornam o deslocamento não mais uma tarefa temida ou odiada, e o resgatam enquanto momento prazeroso do dia-a-dia. Aqui também encaixam-se empresas que oferecem flexibilidade de horários de expediente ou que ainda possibilitam dias de home-office, entregando aos colaboradores a possibilidade de não precisarem experimentar diariamente a fatídica “hora do rush”.

E AGORA, ATUALIZADA:

No período da pandemia, redescobrimos o que são ruas calmas. Com menos trânsito, dirigir voltou a ser uma atividade prazerosa para muitos, levando a sociedade a experimentar esse cenário e refletir sobre os impactos negativos causados pelo excesso de automóveis nas cidades. A natureza, por sua vez, até voltou a dar o ar de sua graça, nos surpreendendo com o ressurgimento de fenômenos naturais e animais livres em plenos centros urbanos. Embora no momento estejamos evitando sair de casa a passeio, essas experiências estão trazendo um momento de grande reflexão para a população sobre o caótico estilo de vida que temos adotado. A previsão para os próximos anos é que passemos mais tempo em casa; e graças à expansão de serviços via internet, realmente vamos precisar nos deslocar menos. Com isso, a tendência é que essa ressignificação dos trajetos urbanos, mais calma e contemplativa, ganhe muita força após o quadro pandêmico.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

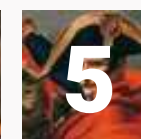
@Sebrae: Se a sua empresa não tem relação direta com mobilidade urbana, você pode buscar parcerias com negócios alternativos desse nicho (especialmente os que reduzem impactos no meio-ambiente). Reflita se a sua marca pode ter pontos em comum com essas empresas, e pense em propostas colaborativas que possam beneficiar ambos!

@Sebrae: Se o seu negócio tem relação com bem-estar ou meio-ambiente, leve as reflexões dessa tendência até o seu público enquanto ele não pode voltar às ruas normalmente. Inclua essas discussões como pauta do seu conteúdo digital, e aproveite o momento para dialogar com o seu público.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends4

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





4.1.4

Turismo Local

TENDÊNCIA SURGINDO AGORA:

Após o susto pelo fechamento das fronteiras e pela drástica redução de mobilidade em longas distâncias, as empresas dependentes de deslocamentos turísticos passam a enxergar o turismo local como uma grande oportunidade para reter prejuízos neste período. Os consumidores, com receio de aglomerações e longas viagens, também darão preferência a passeios mais próximos de casa. Por isso, iniciativas que reforcem o turismo local certamente terão crescimento após o período de adesão ao isolamento social — desde que se mostrem sanitariamente muito seguras, claro.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Primeiramente, no topo da lista: adapte seu estabelecimento às recomendações de segurança. Isso será fundamental para recuperar a confiança dos clientes. Não deixe também de anunciar nas redes quais medidas estão sendo tomadas e informar seu público sobre o novo funcionamento do seu negócio.

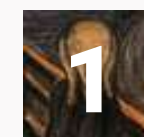
@Sebrae: Seja flexível! Procure fazer reagendamentos, cancelamentos e evite burocracias para sua clientela.

@Sebrae: Se o seu negócio é pequeno ou local, enalteça as belezas naturais e curiosidades da sua região no seu conteúdo digital. Instigue o público a redescobrir as próprias redondezas!

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends4

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:



4.2 SURPREENDA-ME SE FOR CAPAZ

Apesar dos benefícios que a industrialização possa ter trazido para o mercado — produções agilizadas, acessíveis e em larga escala — é natural que isso potencialize o esgotamento do público, gerando a sensação de que suas opções de consumo são geralmente “mais do mesmo”. Embora esse cenário sequer seja recente, é certo que perdurará enquanto a indústria e as relações econômicas atuais continuarem como são. Enquanto isso, as marcas que conseguirem resgatar o entusiasmo de seus consumidores continuarão ganhando destaque.





4.2.1

Desaglomerar para Unir

TENDÊNCIA SURGINDO AGORA:

Bares, restaurantes, casas noturnas, cinemas, enfim, todos os espaços públicos agora precisam repensar em novos formatos de aglomeração. Os negócios que dependem do ambiente físico para faturar estão se redesenhando com marcações para o distanciamento social e controle de fluxo. Porém, soluções virtuais têm surgido para que as pessoas permaneçam seguras em suas casas, criando um novo ambiente virtual.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Delivery! Entrega em casa ou onde o cliente estiver, para manter o vínculo durante o distanciamento (mas lembre-se de ser criativo! Proponha kits, combos ou promoções especiais que estejam mais alinhadas às necessidades do seu cliente e possam surpreendê-lo).

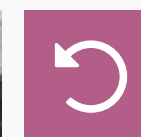
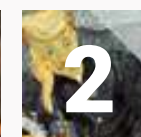
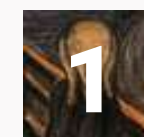
@Sebrae: Valorize os artistas locais! Considere realizar lives com os artistas que trabalhavam no seu estabelecimento antes do isolamento.

@Sebrae: Prepare-se para o retorno no novo normal. Ajuste o ambiente para permitir o contato (ou distanciamento) seguro entre as pessoas. Vale marcar espaços no chão, vale determinar o protocolo de contato físico... Vale tudo para reaproximar as pessoas mantendo a segurança necessária!

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends4

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





4.2.2

Experiências Estendidas

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Apesar do comportamento de “fuga tecnológica” parecer bastante recorrente nesta terceira macrotendência, a tendência de Experiências Estendidas nos mostra um lugar perfeito onde o virtual e os novos valores coletivos podem comungar, tornando a tecnologia mais que bem-vinda: essencial! Através de recursos de Realidade Aumentada (AR) e, principalmente, de Realidade Virtual (VR), é possível entregar ao público experiências que mesmo não-táteis, ainda podem ser altamente impactantes (e vívidas). Se proporcionadoras de vivências “impossíveis” ou dificilmente viáveis no mundo real, e ainda, se somadas a contextos significativos (que abordam questões como consciência ambiental, social ou educacional, por exemplo), poderemos então ter um boom de interesses: narrativas “viscerais”, que não só surpreendem o público, como o fazem sentir-se transformado e, assim como na tendência anterior, melhor preparado para construir um mundo mais justo e seguro.

E AGORA, ATUALIZADA:

Assim como mencionado na tendência **“3.2.2 Realidades Híbridas”**, a introdução forçada da população à tecnologia está levando ao público uma maior familiarização com objetos e recursos virtuais. Reuniões, aulas, treinamentos, jogos e até mesmo visitas (a cidades, exposições, shows etc) estão sendo amplamente explorados pelas pessoas nesse momento, e por isso os recursos de Realidade Virtual ou de Realidade Aumentada serão ainda mais procurados nos próximos anos. Apostar em experiências que mesclam tecnologias virtuais com recursos do mundo real pode ser uma ótima saída para os negócios que querem estar mais presentes nas vidas de seus consumidores, mesmo que à distância.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Se sua empresa possui espaços de mostruário (como showroom, por exemplo), já pensou em criar um ambiente virtual fiel para que o consumidor possa visitar o ambiente sem sair de casa? Pense em soluções que utilizem RV para que o seu cliente possa compreender as dimensionalidades físicas do seu produto à distância!

@Sebrae: Para lojas de roupas e similares que possuam plataformas de e-commerce, é possível agregar provedores inteligentes para o público online. Pesquise sobre as possibilidades e, se puder, implemente este recurso no seu negócio!

@Sebrae: Com a tecnologia de Realidade Aumentada, sua empresa pode criar interações digitais para o público, através de objetos reais. Por exemplo, ao apontar a câmera do celular para uma das paredes do seu estabelecimento físico ou para o seu cartão de visitas, o cliente pode visualizar uma mensagem ou objeto 3D digital. Pode ser uma boa surpresa para o retorno às visitas presenciais.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends4

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





4.2.3

Sem 'BláBláBlá'

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Na era da saturação do sistema e do mercado, falar demais já está mais do que datado. Há alguns anos que as empresas que insistem e prometem muito acabam ganhando mais desconfiados não-simpatizantes do que clientes fiéis — até porque é comum que boa parte das que adotam estas práticas passem longe de cumprir suas promessas, fazendo com que os consumidores se sintam decepcionados ou desrespeitados. O ditado popular já diz, “uma imagem vale mais que mil palavras”. Só que, nesse caso, a imagem se trata da imagem real, das ações práticas vividas cotidianamente sempre que o público precisa entrar em contato com a marca. Um cenário recente de bastante destaque, por exemplo, é o dos bancos digitais. Com diversas simplificações em linguagem e interface dos aplicativos, atendimento empático e personalizado, redução de taxas e desburocratização de processos, esses “bancos jovens” conquistaram uma fatia significativa do mercado, deixando os bancos tradicionais para trás — embora agora venham iniciando uma corrida de modernização para reconquistar o público. Nessa tendência fica claro que a receita para clientes satisfeitos é “menos blablabla, mais efetividade!”

E AGORA, ATUALIZADA:

Esta tendência se acelera no período de pandemia e pós-pandemia. Inundadas de novas informações, verídicas e fakes, úteis e inúteis, as pessoas estão tendendo a se saturar dos blábláblás cada vez mais rápido. Por isso, é muito importante estar atento sobre o conteúdo que a sua marca compartilha com os clientes, checando sempre a pertinência, objetividade e veracidade do que está sendo comunicado. Outro novo fator dessa tendência, que também pode impactar positiva ou negativamente o seu negócio, são as novas medidas sanitárias estão tendo que ser adotadas pelas empresas, graças à pandemia. Embora seja importante divulgar o que a sua marca está fazendo para ajudar a população, prezando pelo bem-estar dos clientes e colaboradores, é importante que essas medidas estejam sendo implementadas e monitoradas rigorosamente. O público está bastante sensibilizado com este cenário, então todos os movimentos serão considerados e meticulosamente analisados. Exigências por efetividade e honestidade continuarão aumentando.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Excelência em atendimento e resolução de problemas em primeiro lugar! Marcas estão sujeitas a erros (de entrega de pedidos, de comunicação, de posicionamento etc), mas as chances de perdão do público vão completamente por água abaixo quando o atendimento como um todo também é um erro. Comunique-se claramente, e esteja sempre disposto a ouvir e ajudar o seu cliente.

@Sebrae: Trabalhe na sinalização (física ou digital) da sua marca, de modo a deixar as indicações o mais objetivas possível. Enumere etapas, inclua imagens ilustradas, crie uma interface limpa e intuitiva no seu e-commerce... Tudo para facilitar o entendimento das informações. Se o público se sentir perdido no processo de compra, as chances de venda caem drasticamente.

@Sebrae: Reduza os passos da jornada do seu cliente. Simplifique e facilite o processo de compra e atendimento para ele.

@Sebrae: Caso ninguém na sua empresa saiba como implementar as dicas acima, experimente contratar um profissional de comunicação (design visual ou de serviços, marketing, publicidade...).

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends4

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





4.2.4

Marcas ‘Gente como a gente’

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Cansados de hierarquias arbitrárias, dificuldades de comunicação e diversas formas de inacessibilidade, agora os consumidores têm direcionado seus olhares para as marcas que adotam uma postura de ‘amizade’ em suas relações. Sem perder a propriedade em termos de conteúdo e informação, as empresas que entregam um relacionamento “via de mão dupla” e incorporam linguagens descomplicadas no resto de suas interações, ganham os corações do público. E isto pode ser feito das formas mais sofisticadas às mais simplificadas, como por exemplo através de parcerias com influenciadores (que, na maioria das vezes, também são vistos como “gente como a gente”), ou simplesmente através de uma comunicação textual acessível e descontraída (isto é, clara, direta e simples, podendo ainda conter o uso de memes atuais ou emojis). Aqui o consumidor busca, acima de tudo, empatia e cumplicidade, sentindo-se tratado de igual para igual.

E AGORA, ATUALIZADA:

Esta tendência continua no mesmo ritmo que anteriormente. Embora as abordagens populistas tenham se mostrado um risco para algumas marcas — especialmente aquelas que não oferecem efetivamente um bom atendimento, ou pior, aquelas que desrespeitam os valores que pregam — a comunicação informal, simplificada e mais próxima à linguagem cotidiana do consumidor ainda tem se mostrado uma ótima carta na manga para as marcas que sabem como utilizá-la.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Utilize uma linguagem clara, simplificada e objetiva na comunicação do seu negócio, principalmente com os clientes (atenção especial a instruções ou contratos);

@Sebrae: Se a personalidade da sua marca é jovem e/ou descontraída, você pode utilizar memes e piadas populares na sua comunicação (mas cuidado com os excessos ou forçações de barra, ninguém vê graça em coisas muito repetitivas e não-autênticas);

@Sebrae: Lembre-se: seu negócio não está acima do seu público. Trate-o com gentileza, tenha empatia e evite que sua marca pareça esnobe, inflexível ou grosseira. É importante também alinhar a sua equipe com os valores da marca, manter coerência de personalidade e ser cordial com clientes, parceiros e fornecedores.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

Neste link você encontra alguns cases:

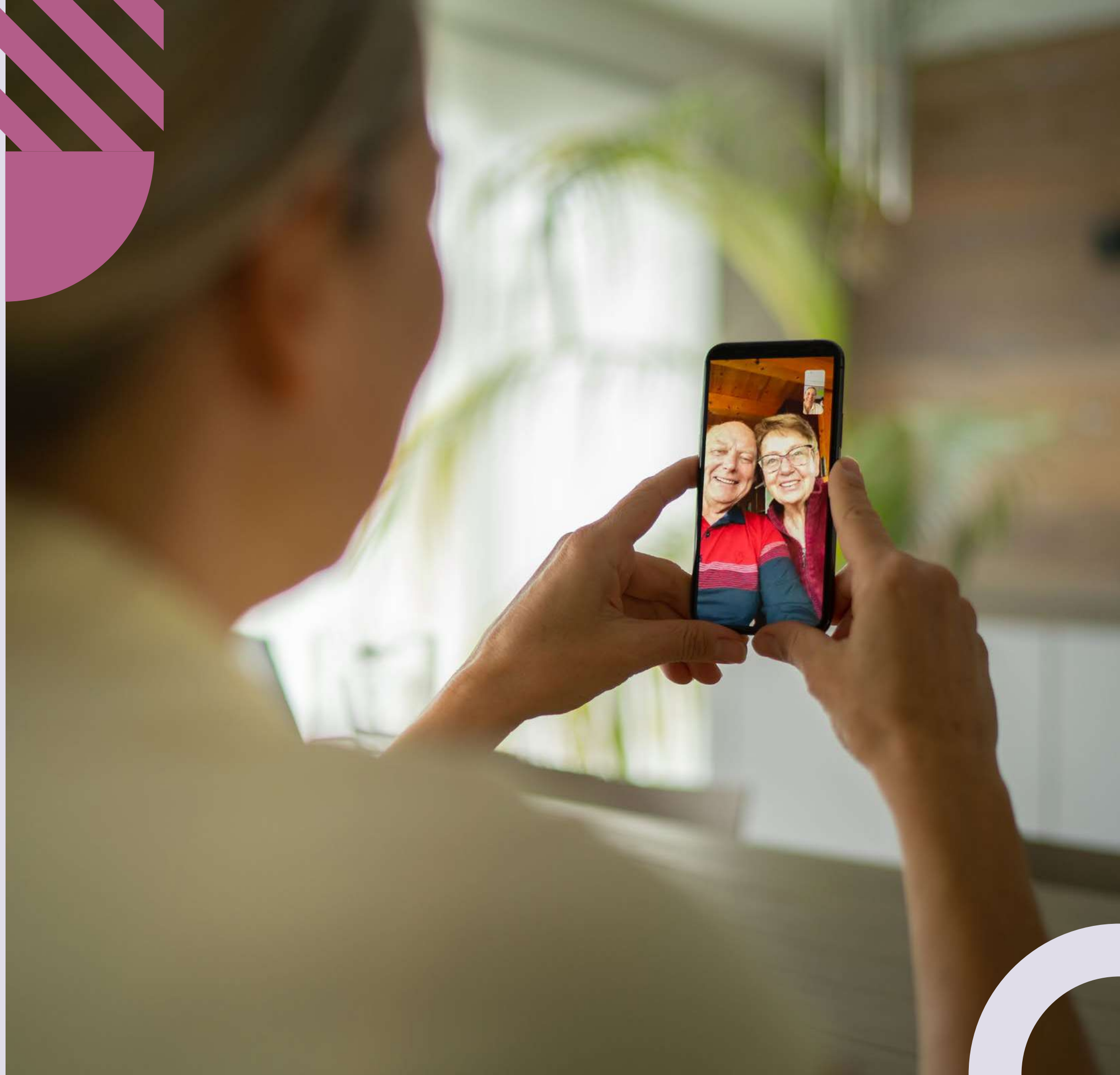
https://bit.ly/sebraepr_trends4

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:



4.3 NOVOS VALORES

Com tantas transformações no mundo, é inevitável que os valores do público também se remodelem. A última macrotendência trazida no **Guia de Tendências 2020-21** aponta os principais novos valores que permeiam a sociedade atual, modificando sua forma de pensar, agir e consumir.





4.3.1

Tempo: o novo capital

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Como já mencionado em outras tendências, os bens materiais têm perdido força e seu espaço tem sido preenchido por experiências (vivências tangíveis) e, juntamente, por “objetos intangíveis” (por mais contraditório que este termo possa soar). Tempo livre e/ou otimização de tempo tem sido uma das maiores metas da sociedade atual, porque justamente dá a ela a possibilidade de viver mais experiências. Logo, negócios ágeis ou que entregam produtos/serviços finais que auxiliam o consumidor a ganhar o tempo (não mais um acessório de vantagem, mas um bem de grande desejo) terão grande destaque nesta nova era.

E AGORA, ATUALIZADA:

Embora à primeira vista possa parecer que, ao passarmos mais tempo em casa, tenhamos mais tempo, em muitos de nós essa sensação pode surgir de modo completamente oposto. Com os ambientes de trabalho, estudo, compras e socialização, todos agora mesclados e unificados ao ambiente da casa — onde temos uma série de afazeres domésticos e demandas familiares — a sensação pode ser de completa escassez de momentos para descanso, tornando o tempo um bem ainda mais precioso e necessário para a sociedade atual. Mesmo quando retomarmos as rotinas de socialização e convívio físico posteriormente, a amplificação desse sentimento seguirá presente entre as pessoas, levando-as a seguir buscando por serviços ágeis e produtos que tornem suas vidas mais práticas.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

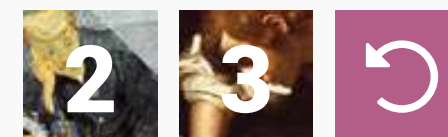
@Sebrae: Se a essência do seu negócio não tem relação direta com agilidade e praticidade (como negócios *grab go*¹, por exemplo), pense em soluções que possam reduzir etapas ou procedimentos burocráticos durante o atendimento. Economize o tempo do seu cliente disponibilizando cardápios inteligentes, novas formas de pagamento digital, ou mesmo contratando profissionais especializados em estudar e otimizar jornadas de cliente (como designers de serviço, por exemplo).

¹ oferta de alimentos prontos para o consumo: “pegue e leve”

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases:
https://bit.ly/sebraepr_trends4

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





4.3.2

Experiências Significativas

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

Significado — esse é um dos grandes sentidos que as pessoas têm buscado em suas experiências de vida. É possível notar que depois de um período de exaltação ao trabalho e à produção, a sociedade alcançou uma espécie de estafa social. Nessa busca por retomar sentidos, encontra-se também um enorme desejo por contribuir em ações para um mundo melhor. Assim como pautas de “consumo consciente”, “inteligência emocional” e outras, tem aumentado e sido cada vez mais incorporadas nos mais variados estilos de vida do público, a busca por trabalhos voluntários, por exemplo, também cresceu. Afinal, atualmente as pessoas têm almejado sentirem-se mais úteis e contribuir efetivamente para os cuidados com o próximo. Nessa tendência, além de retomarmos estes valores sociais, percebemos também a necessidade (e oportunidade) em entregar “experiências significativas” para o público. Desde eventos que colaboram (direta ou indiretamente) para comunidades carentes, grupos de pessoas mais desfavorecidas, cuidados com animais etc, à parcerias ou apoio a ONGs e diversos outros tipos de órgãos de ações sociais, as empresas podem se tornar um foco de conexão com os “problemas do mundo real” e oferecer ao público a oportunidade de colocar a mão na massa para ajudar a transformá-los.

E AGORA, ATUALIZADA:

Quando compartilhamos momentos difíceis com outras pessoas, tendemos a criar fortes vínculos emocionais com elas. Considerando o cenário atual de grandes preocupações quanto à saúde e bem-estar de todos, bem como à sobrevivência em uma crise econômica, estamos nos inclinando ainda mais a nos importarmos com o próximo. Nesse momento, experiências com iniciativas solidárias, focadas em fazer o bem e ajudar outras pessoas, atraem ainda mais pessoas.

@Eu: Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Agite sua comunidade (clientes e parceiros) para ações coletivas beneficentes, que possam ajudar as populações mais vulneráveis. Transforme sua marca em uma embaixadora do bem!

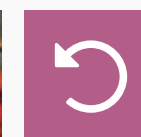
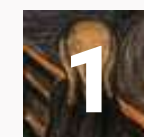
@Sebrae: Ofereça vouchers ou descontos para clientes que fizerem doações a ONGs e instituições de caridade.

@Sebrae: Ajude a divulgar ações sociais que ocorram na sua região, e procure parcerias com os órgãos responsáveis por esses movimentos.

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends4

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





4.3.3

Um Cantinho para o Analógico

EM 2019, ESTA TENDÊNCIA ERA:

O lado positivo do atual período de saturação digital é que, na busca por um pouco de desconexão e tranquilidade, encontramos soluções escapistas que muitas vezes acabam recorrendo à nostalgia de tempos antigos — onde as tecnologias de ponta ainda eram mecânicas e eletrônicas, e o fantástico mundo virtual da internet “era só mato”. No fim do milênio passado vivemos, por exemplo, o abandono dos vinis (LPs) ou das câmeras fotográficas analógicas (aquelas em que é preciso revelar os filmes), bem como suas substituições por novas tecnologias. Recentemente, no entanto, estes artefatos voltaram a ser procurados por um número considerável de consumidores que descobriram um prazer em conectar-se com a história e o com o “slow”, o que restabeleceu uma demanda significativa destes produtos. Isto é, se na última década o analógico passou por um período de resistência e quase extinção, hoje ele se tornou o nosso refúgio reconfortante, conquistando um cantinho especial nos nossos corações e, claro, um espaço só seu no mercado.

E AGORA, ATUALIZADA:

Agora que precisamos da internet para podermos nos comunicar com o resto do mundo desde nossas casas, a necessidade de desconexão digital irá crescer nos próximos anos. Entre as horas de lazer e descanso, buscaremos ainda mais por atividades longe das telas ou mesmo da internet, como livros físicos, tintas, lápis e papéis para desenhar, discos de vinil, impressão/revelação de fotos, entre outros. Por mais contra-corrente que pareça, as atividades manuais e analógicas serão mais requisitadas pelos consumidores, e os nichos de mercado que tiverem relação com essa tendência certamente terão grande crescimento.

Poderia me dar algumas ideias práticas de como eu aplico esta tendência no meu negócio?

@Sebrae: Se os seus produtos ou serviços se encaixam nessa tendência, agora pode ser um bom momento para conectar a sua marca ao desejo do público por desconexão digital: apoie seus consumidores nessa jornada detox (sugerindo dicas de gestão de tempo e autocuidado, por exemplo), e adote esse discurso no posicionamento da sua marca.

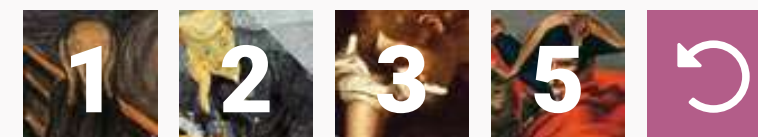
@Sebrae: Explorar nostalgia e sentimentos similares com o seu público também pode ser um direcionamento interessante para o seu negócio.

@Sebrae: Quando a socialização presencial for retomada, considere que os consumidores estarão mais propensos a buscar por locais próximos à natureza, arejados e até mesmo sem conexão com a internet (especialmente em viagens). Como o seu negócio pode oferecer momentos de tranquilidade que remetam a essas atmosferas?

@Eu: Eu gostaria de conhecer exemplos reais de aplicação desta tendência.

@Sebrae: Neste link você encontra alguns cases: https://bit.ly/sebraepr_trends4

@Sebrae: Agora utilize as opções abaixo para seguir para a próxima tendência recomendada para o seu perfil:





CONCLUSÃO

Mesmo com os últimos eventos, tão bruscos e repentinos, a Terra não parou de girar. Tivemos uma breve parada que nos fez compreender melhor como reestruturar um mundo não-presencial, mas aos poucos temos encontrado novas soluções e retomado nossas atividades rotineiras. A propósito, lendo este guia foi possível notar que mesmo que os impactos na forma de consumo não sejam pequenos, também não são irreparáveis. E, em parte, sequer são tão imprevisíveis assim.

As pessoas continuam aficionadas pelo universo digital e, ao mesmo tempo, saturadas dele. O resgate por valores “humanos”, no que tange aspectos sociais e mercadológicos do mundo, também continua. As pessoas querem experienciar mais e possuir menos. Querem focar mais em viver os momentos, em suas trocas com outras pessoas ou em explorarem a si mesmas, e prestar menos satisfações às normas sociais. Menos excessos, menos estímulos e menos lixo. Mais identidade e mais presença.

Na tecnologia, máquinas e dispositivos inteligentes também

seguem ascendendo e tornando-se cada vez mais acessíveis. Afazeres domésticos, tarefas rotineiras, e mesmo funções de trabalho (em casa, no escritório, nas lojas ou nas fábricas) continuam cada vez mais facilitados, encaminhando o ser humano para uma era em que suas capacidades intelectuais, criativas e emocionais serão mais importantes que todas as outras.

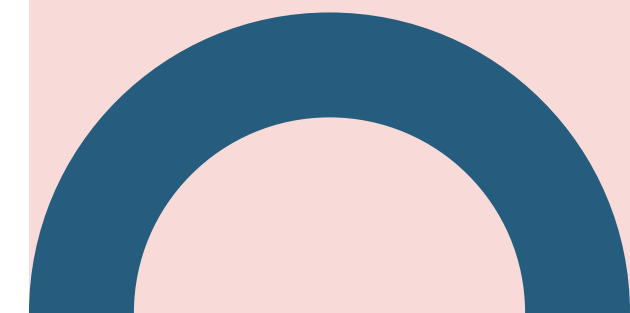
E em outros lados, infelizmente os medos e tensões coletivas também continuam a crescer. As fragilidades políticas por todo o mundo ganharam novas dimensões com a pandemia, e, em consequência, o mal-estar público igualmente. Polarizações ideológicas, grupos extremistas, governos antidemocráticos e inclinações para a violência avançam, alimentando o cenário de instabilidade econômica e social. Neste momento, ter cautela para não semear ainda mais discórdia e agressividade na população tornou-se não só essencial para o bem-estar comum como uma ação que pode ajudar a conter uma crise econômica ainda pior. .

Para quem tem acompanhado as tendências nos últimos anos, porém, nenhuma das informações acima é uma grande novidade. No fim talvez a maior surpresa, além da pandemia em si, tenha sido a velocidade com que essas realidades se escancararam nos últimos meses. Há quem diga até que a pandemia tenha sido o marco histórico que finalmente transiciona a humanidade do século XX para o século XXI. Afinal, do dia para a noite fomos forçados a compreender que daqui pra

frente todas estas questões são “pra valer”: a interdependência entre o analógico e o digital, a obsolescência das mentalidades anteriores diante das máquinas e novos recursos tecnológicos, e um intenso período de questionamento sobre as prioridades e propósitos da humanidade. As pessoas poderão estar afastadas presencialmente por um breve período, mas nenhuma dessas tendências morre por isso — muito pelo contrário, como já vimos.

Para os negócios (e para todos, na verdade), não há dúvidas que este é um momento sensível. Ainda estamos tentando compreender os próximos passos e visualizar as próximas regras, mas é impossível obter estas respostas em momentos de transição. No fim, o melhor a se fazer é manter a calma, exercitar a visão analítica e aprimorar a capacidade estratégica. Após acompanhar este guia, pudemos enfim constatar uma outra certeza além da imprevisibilidade dos tempos: manter-se ao lado do público, sabendo escutá-lo e trazendo soluções alinhadas às suas novas causas ou necessidades, será uma das principais características dos negócios que sobreviverão à nova realidade.

E agora que você, caro empreendedor, possui todas estas informações a respeito do mundo no qual seu consumidor está vivendo, compreendendo mais sobre suas motivações e novos comportamentos, resta saber: o que você vai fazer com todo esse conhecimento?



2 AGORA QUE VOCÊ JÁ LEU TODAS AS TENDÊNCIAS E ANALISOU A APLICABILIDADE DE CADA UMA, ESCOLHA CINCO TENDÊNCIAS DA FERRAMENTA 1, NA ABA À DIREITA, QUE FORAM CLASSIFICADAS COMO SENDO DE MUITA APLICABILIDADE AO SEU NEGÓCIO E TRANSFIRA PARA OS QUADROS DE TENDÊNCIAS SELECIONADAS (1 A 5).

TENDÊNCIA SELECIONADA 1

EM UMA ANÁLISE INICIAL BREVE, COMO VOCÊ ACHA QUE ESTA TENDÊNCIA PODE SER APLICADA AO SEU NEGÓCIO?

Pense nesta tendência...

- Que tipo de investimento seria necessário para aplicá-la ao seu negócio? Investimento alto ou baixo?
- E isso seria uma mudança a curto ou longo prazo?
- O impacto da adoção da tendência no negócio seria interno (impactando os colaboradores da empresa) ou externo (impactando os clientes)?
- Esta tendência proporcionaria uma pequena melhoria em seu negócio ou produto/serviço oferecido aos seus clientes? Ou seria uma mudança radical em seu negócio?

Analise estas questões e marque as respostas nas réguas ao lado.

TENDÊNCIA SELECIONADA 2

EM UMA ANÁLISE INICIAL BREVE, COMO VOCÊ ACHA QUE ESTA TENDÊNCIA PODE SER APLICADA AO SEU NEGÓCIO?

Em seguida, siga os passos descritos na primeira tendência selecionada, para poder analisar a implementação de cada uma no seu negócio.



TENDÊNCIA SELECIONADA 3

EM UMA ANÁLISE INICIAL BREVE, COMO VOCÊ ACHA QUE ESTA TENDÊNCIA PODE SER APLICADA AO SEU NEGÓCIO?



TENDÊNCIA SELECIONADA 4

EM UMA ANÁLISE INICIAL BREVE, COMO VOCÊ ACHA QUE ESTA TENDÊNCIA PODE SER APLICADA AO SEU NEGÓCIO?



TENDÊNCIA SELECIONADA 5

EM UMA ANÁLISE INICIAL BREVE, COMO VOCÊ ACHA QUE ESTA TENDÊNCIA PODE SER APLICADA AO SEU NEGÓCIO?



3E AGORA VOCÊ PODE UTILIZAR OS CANVAS SEGUINTES PARA PLANEJAR A IMPLEMENTAÇÃO DAS TENDÊNCIAS MAIS ATRAENTES PARA O SEU NEGÓCIO.

Selecione três tendências entre as selecionadas nas folhas anteriores. Baseie sua escolha nos aspectos analisados:

- Investimento: qual o seu orçamento para custear a implementação destas tendências?
- Prazo: você tem pressa?
- Impacto: você busca resultados dentro da empresa, com seus colaboradores, ou fora dela, com seus clientes?
- Inovação: você está preparado para buscar uma inovação disruptiva, que impactará o mercado ou o seu segmento? Ou seria melhor investir em inovação incremental, com melhoria contínua e progressiva no seu negócio?



TENDÊNCIA:	
DENTRO DO NEGÓCIO, QUAIS SÃO AS FORÇAS PARA IMPLEMENTAR ESTA TENDÊNCIA? 	DENTRO DA EMPRESA, QUAIS FRAQUEZAS PODEM IMPEDIR A IMPLEMENTAÇÃO DESTA TENDÊNCIA? 
QUAIS OPORTUNIDADES ESTA TENDÊNCIA TRAZ PARA O NEGÓCIO? 	CASO ESTA TENDÊNCIA NÃO SEJA IMPLEMENTADA, O QUE PODERÁ ACONTECER COM O NEGÓCIO? 
PLANO: TRÊS AÇÕES NECESSÁRIAS PARA IMPLEMENTAÇÃO DA TENDÊNCIA	
1	
2	
3	

TENDÊNCIA:

DENTRO DO NEGÓCIO,
QUAIS SÃO AS FORÇAS
PARA IMPLEMENTAR
ESTA TENDÊNCIA?



DENTRO DA EMPRESA,
QUAIS FRAQUEZAS PODEM
IMPEDIR A IMPLEMENTAÇÃO
DESTA TENDÊNCIA?



QUAIS OPORTUNIDADES
ESTA TENDÊNCIA TRAZ
PARA O NEGÓCIO?



CASO ESTA TENDÊNCIA
NÃO SEJA IMPLEMENTADA,
O QUE PODERÁ ACONTECER
COM O NEGÓCIO?



PLANO: TRÊS AÇÕES NECESSÁRIAS PARA IMPLEMENTAÇÃO DA TENDÊNCIA

1

2

3

TENDÊNCIA:

DENTRO DO NEGÓCIO,
QUAIS SÃO AS FORÇAS
PARA IMPLEMENTAR
ESTA TENDÊNCIA?



DENTRO DA EMPRESA,
QUAIS FRAQUEZAS PODEM
IMPEDIR A IMPLEMENTAÇÃO
DESTA TENDÊNCIA?



QUAIS OPORTUNIDADES
ESTA TENDÊNCIA TRAZ
PARA O NEGÓCIO?



CASO ESTA TENDÊNCIA
NÃO SEJA IMPLEMENTADA,
O QUE PODERÁ ACONTECER
COM O NEGÓCIO?



PLANO: TRÊS AÇÕES NECESSÁRIAS PARA IMPLEMENTAÇÃO DA TENDÊNCIA

1

2

3

REFERÊNCIAS

BOARD OF INNOVATION. The New Low Touch Economy (2020)

BOMPAS E PARR. Fluid Landscapes Report - Creative Futures in a Mid Post COVID-19 orld (2020)

CIELO. Impacto do COVID-19 no Varejo Brasileiro (2020)

ELO. Impacto do COVID-19 (2020)

GARTNER. Impacto do coronavírus na continuidade da prestação de serviços, funcionários e clientes (2020)

GLOBALWEBINDEX. GI Coronavirus Research - Consumer Spending (2020)

GOOGLE RETAIL AIT. Impactos no Varejo - COVID-19 (2020)

HOOTSUITE. COVID-19s impacts on Customer Engagement (2020)

IAT. Impactos de Comportamento - Coronavírus (2020)

KPMG. Impactos e respostas aos efeitos do COVID-19 (2020)

MIT. Fluid Landscapes Report - Creative Futures in a Mid Post COVID-19 orld (2020)

MJV. Design Thinking Digital - A virada de chave para tempos de incerteza (2020)

MONITOR DELOITTE. COVID-19 Impacto y Escenarios de recuperación en Consumo y Distribución (2020)

PASSPORT. The Impact of Coronavirus on the Global Economy (2020)

THINKFORWARD. Trends Shaping Social in 2019 (2019)

TRENDAHUNTER. 2020 Trend Report (2020)

TREND WATCHING. Trends for a post-corona world (2020)

TRENDAHUNTER. ebinar - 1 Megatrends of the New Normal (2020)

TRENDAHUNTER. Special Report - The New Normal (2020)

WGSN. O consumidor do futuro 2021 (2020)

WGSN. Coronavírus - aceleradores globais de mudança (2020)

WGSN. Coronavírus - estratégias das marcas (2020)

WGSN. Marketing para os millennials - auto-cuidado e bem-estar (2020)

WGSN. ellness Packaging (2020)

As cores utilizadas neste Guia foram inspiradas na publicação

Colours to Soothe Soothe Anxiety & Promote Wellness

(Joanne Thomas para GSN Insider): “As cinco cores estão baseadas na natureza e têm uma visão otimista, que esperamos que acalme seus sentidos e acenda sentimentos de alegria, tranquilidade e conforto”.





FICHA TÉCNICA

© 2020. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná – SEBRAE/PR

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

INFORMAÇÕES E CONTATO

SEBRAE/PR

Rua Caeté, 150 – Prado Velho.

CEP 80220-300 – Curitiba – PR

Internet: www.sebraepr.com.br

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO

Ágide Meneguette

Diretoria Executiva

Vitor Roberto Tioqueta

Julio Cezar Agostini

José Gava Neto

Gerente da Unidade de Gestão e Inovação de Produtos

Joana D’Arc Julia de Melo

Coordenação Técnica do Desenvolvimento - Unidade de Gestão e Inovação de Produtos

Mauricio Reck

Consultoria de Desenvolvimento

DUCO – direção por Gisele Raulik Murphy; pesquisa e redação por Suzana Piazza e Evelyne Pretti Rodrigues; Julia Fontana como suporte em pesquisa; design gráfico por Suiane Cardoso.