

# BIG IDEIAS 2 \* 23

VAREJO \* CONSUMO \* FINANÇAS



---

9 tendências apontadas pelos  
Top Voices do LinkedIn para o próximo ano.

---

Tendência 1

# A HIPERCONVENIÊNCIA VAI DITAR O CONSUMO

As marcas devem investir mais na conveniência para atender o consumidor quando, onde e como ele quiser.

Veremos maior diversificação dos canais de compra e presença em diferentes locais e momentos.

Os varejistas precisam oferecer canais integrados e sem grandes fricções.

Isso demandará maiores investimentos em omnichannel, integração entre online e offline e experiências personalizadas.



Tendência 2

## VAREJISTAS INVESTEM MAIS EM MARCA PRÓPRIA

Com a alta da inflação, os varejistas estão investindo em produtos de marca própria e a tendência deve permanecer em 2023.

O private label representa uma alternativa mais econômica para o bolso dos consumidores e maior margem de lucro para as empresas.

Cerca de 5% dos produtos vendidos no comércio alimentar brasileiro é de marca própria, enquanto nos Estados Unidos e na Europa esse percentual é de 20% e 40% respectivamente.



# EXPANSÃO DO COMÉRCIO PELAS REDES SOCIAIS

O social commerce deve chegar a US\$ 1,29 trilhão em faturamento em 2023, representando 20% das vendas globais do e-commerce.

No Brasil, esse formato deve expandir com o desenvolvimento das ferramentas de comércio do TikTok, YouTube, WhatsApp e outras plataformas.

O objetivo é que o consumidor realize toda a jornada de compra sem sair das redes sociais (e isso está relacionado à tendência de hiperconveniência).



## OS TAXIS VÃO DECOLAR

Atualmente existem cerca de 300 eVOLTS\* no mundo e essa indústria já atraiu mais de US\$ 6 bilhões em investimento privado.

Alguns países já estão em fase teste:

França está investindo em táxis voadores para as Olimpíadas de 2024 em Paris.

No Brasil, a Eve Air Mobility pretende testar eVTOLs para conectar a Barra da Tijuca ao Aeroporto do Galeão, no Rio de Janeiro.

Os ricos serão os primeiros passageiros, porém espera-se que essa tecnologia seja usada, futuramente, para transporte médico em áreas remotas, competições esportivas e outras aplicações.

\*sigla em inglês para veículo elétrico de decolagem e pouso vertical.

Fonte: LinkedIn Notícias. "Big Ideias 2023: as 20 grandes tendências que definirão o próximo ano". Dezembro/2022



Tendência 5

# IMPLEMENTAÇÃO DA MOEDA DIGITAL BRASILEIRA

O projeto piloto do Real Digital, a moeda digital do Banco Central do Brasil, estreia em 2023, com o objetivo de reduzir a circulação de dinheiro cédula e aumentar a digitalização financeira dos brasileiros.

A moeda digital deverá facilitar a criação de contratos de empréstimo personalizados, facilitar pagamentos internacionais e promover a inclusão financeira dos cidadãos no sistema de pagamentos digitais.



Tendência 6

## OPEN FINANCE NO BRASIL

Em 2023, o Open Finance, ambiente de compartilhamento de dados, produtos e serviços entre instituições financeiras e clientes, vai entrar na fase final de implantação e impactar a vida de mais de 182 milhões de clientes do setor financeiro brasileiro.

O projeto deve aumentar a eficiência dos mercados de crédito, pagamentos, investimentos e seguros, além de incentivar a competição entre bancos e a melhora das experiências personalizadas.



## O DINHEIRO VAI FLUIR NO ESPORTE FEMININO

Com o enorme engajamento do público com esportes femininos, as marcas estão despertando para oportunidades de marketing inexploradas nesse meio.

Nos Estados Unidos, os patrocínios para mulheres atletas nos principais esportes aumentou 20% em 2022 e deve subir em 2023.

O patrocínio pode ajudar a iniciar um círculo virtuoso, pois permite que as atletas treinem e joguem em tempo integral, o que eleva qualidade do esporte e atrai mais fãs e outros patrocinadores.

## CARNE FEITA EM LABORATÓRIO SERÁ MAIS COMUM

Em 2023, as carnes criadas em laboratório devem ganhar mais presença nos restaurantes.

Singapura foi o primeiro país a aprovar um produto de frango cultivado para consumo em 2020.

A China divulgou um plano de 5 anos para a agricultura que inclui carnes cultivadas.

A empresa australiana, Vow, anunciou que o primeiro produto estará disponível em restaurantes de Singapura até o final de 2022.

Entretanto, as carnes cultivadas levarão mais tempo para serem vendidas em grande escala nos supermercados.

Tendência 9

# UMA RECESSÃO GLOBAL É PROVÁVEL, MAS NÃO VAI DURAR

A economia global está à beira de uma virada.

As três maiores economias — Estados Unidos, China e Zona do Euro — estão freando bruscamente.

Mas seja pelo otimismo tenaz diante do arrefecimento da pandemia ou pela fé persistente de que os bancos centrais irão aliviar o ajuste monetário que vêm fazendo nas taxas de juros, a baixa econômica não deve ser descontrolada.

