

**Consumo consciente:  
As marcas também têm  
causa**

**Entenda como  
transformar esse  
movimento em  
oportunidade  
para o seu negócio.**



# Tendências de mercado para ficar de olho

Na era em que vivemos, as empresas precisam estar preparadas para atuar em um mercado dinâmico. Seja qual for o porte ou a área, muitos negócios recebem influência das tendências de comportamento.

Inseridos nesse contexto de mudanças, os empreendedores devem se manter atentos para identificar oportunidades de ação e inovação.

## Tendência de Mercado

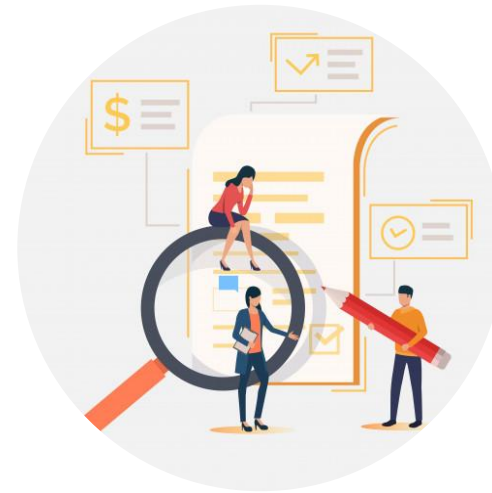
Esse termo designa os movimentos sociais, econômicos, políticos e tecnológicos que apontam possíveis rumos para o futuro do mercado.

Por meio de sua observação, é possível identificar a direção que determinados mercados estão tomando e, desse modo, preparar-se para atingir as expectativas dos consumidores e realizar bons negócios.



## Por que é importante se atualizar?

Em ambientes de negócios com alta competitividade, empresas que entendem as mudanças do mercado com antecedência e adequam sua oferta obtêm um grande diferencial sobre as demais. Assim, a previsão de tendências permite a tomada de decisão assertiva e o lançamento de produtos e serviços que atendam às demandas do momento.



## Como as tendências são identificadas?

A realização de pesquisas é uma das técnicas mais utilizadas para identificar tendências de mercado. Existem vários métodos para coleta de dados, como aplicação de questionários, grupos focais e etnografia (análise de determinados grupos). Observar a atuação de grandes empresas também gera informações importantes.



## **Curiosidade**

### **Caçando tendências**

Você sabia que algumas empresas já contam com uma pessoa especializada em observar as tendências de mercado? É o coolhunter, profissional que observa diferentes ambientes e culturas para descobrir hábitos, desejos e necessidades emergentes. Por meio desse estudo, ele consegue realizar antecipação de cenários e de possíveis demandas do mercado.

Agora que você já sabe um pouco mais sobre a relevância das tendências para os negócios, que tal conhecer aquelas que mais influenciarão o mercado brasileiro pelos próximos anos?

# Consumo consciente: As marcas também têm causa

Refere-se ao aumento da conscientização sócio ambiental do consumidor e intensificação das exigências éticas e de eficiência no processo produtivo.



## O que você deve saber

- Os consumidores estão buscando fazer escolhas conscientes e questionando as empresas sobre processos produtivos e impactos gerados.
- Negócios que se engajam de forma consistente em causas sociais e ambientais podem conquistar repercussão positiva e a preferência de consumidores.
- Com o consumo consciente, cresce no mercado negócios de impacto social, que visam lucro com o desenvolvimento de soluções para problemas sociais e ambientais.

# Introdução

São cada vez mais frequentes os debates sobre a necessidade de mudar os hábitos de consumo. Dessas discussões emergiu a expressão consumo responsável, que trata sobre um olhar diferenciado sobre a atuação das empresas. O consumo responsável abrange desde saber de onde vieram e como foram feitos os produtos até a preferência por marcas comprometidas em reduzir o impacto gerado ao meio ambiente e apoiar causas sociais.



Nesse contexto, o consumidor desejará obter cada vez mais informações sobre os produtos oferecidos, desde a aquisição de matérias-primas, passando pelo processo de fabricação até o destino final. Conhecer a composição, as condições de processamento e transporte e os fabricantes dos componentes do produto são alguns exemplos de informação que serão exigidas.

# Meta: Desenvolvimento sustentável

Já somos mais de 7 milhões de pessoas a viver no planeta. E, para isso, precisamos consumir recursos de forma responsável, além disso, diversas leis de regulação ambiental têm sido criadas e estão colaborando para tornar a conscientização um aspecto mais palpável para a sociedade. Dentre os diversos aspectos ambientais considerados pelo consumidor, destacam-se: a poluição (dentro do processo produtivo), o consumo ou a disposição final, a sustentabilidade das matérias-primas e a ética social. Cada vez mais o consumidor brasileiro tem se mostrado cada vez mais preocupado com a aquisição e o uso de produtos e serviços sócio ambientalmente sustentáveis.



## Impacto sobre os negócios

O principal impacto está sobre a imagem e a reputação das marcas: os consumidores conscientes acompanham a atuação das empresas e esperam que elas busquem por resultados que vão além dos aspectos financeiros.

O consumo consciente favorece a criação de negócios de impacto social. Este tipo de empresa, que visa o lucro a partir da oferta de produtos e serviços que gerem benefícios sociais ou ambientais. Para fazer parte desse movimento, é preciso identificar a causa social que melhor se adapta ao seu negócio.

**Para conquistar a confiança do consumidor, a atuação da empresa deve ser consistente. Uma boa estratégia é realizar ações colaborativas com ONGs ou outras marcas.**





## Quem são os consumidores conscientes?

De um lado está a geração Y ou Millennial (nascidos a partir da década de 1980), informada e conectada, composta por consumidores jovens, críticos e que se importam com os valores cultivados pelas empresas.



De outro lado estão pessoas mais velhas, apontadas como os consumidores mais conscientes no Panorama do Consumo Consciente no Brasil 2018, desenvolvido pela Akatu. Segundo o estudo, esse público é majoritariamente feminino, de alta escolaridade e das classes A e B.

## Como transformar essa tendência em oportunidade?

As causas que mais engajam os brasileiros são:

- Educação (73%);
- Combate à fome e pobreza (70%);
- Luta contra a violência doméstica (64%);
- E proteção a crianças e adolescentes, a animais e direitos trabalhistas (59%).





## Posicionamento

Segundo pesquisa da agência de comunicação Edelman, realizada em 2018, 69% dos consumidores escolhem, evitam ou mesmo boicotam uma marca com base no seu posicionamento. Dois em cada três consumidores procuram comprar de empresas éticas.

De acordo com dados coletados pela Opinion Box, 37% dos consumidores comprariam mais de marcas que se posicionassem a favor de causas sociais e 44% indicariam empresas que apoiam causas sociais publicamente a amigos e familiares.