



GUIA DE TENDÊNCIAS PARA PEQUENOS NEGÓCIOS 2022

CONSTRUINDO UM
MINDSET DISRUPTIVO

©2021. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro – Sebrae/RJ
Rua Santa Luiza, 685, 7º andar, Centro, Rio de Janeiro /RJ. Telefone: (21) 2212-7700.

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL

Antônio Florêncio de Queiroz Junior

DIRETOR-SUPERINTENDENTE

Antônio Alvarenga Neto

DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO

Sergio Malta

DIRETOR DE PRODUTO E ATENDIMENTO

Júlio Cezar Rezende de Freitas

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO, MARKETING E RELACIONAMENTO DIGITAL

Debora Ferreira Finamore – Gerente

Tainá Pedreira Alves Souza – Analista

Iuri José de Almeida Souza – Analista

GERÊNCIA DE EDUCAÇÃO

Antonio Carlos Kronemberger – Gerente

COORDENAÇÃO DE EDUCAÇÃO E CULTURA EMPREENDEDORA

Amanda Alexandre Borges Fernandes – Coordenadora

Renata Maurício Macedo Cabral – Analista

Renan Barbosa Santos – Analista

CONSULTORA

Veronica Marques – Conteudista

Bibliotecário catalogador – Leandro Pacheco de Melo – CRB 7ª 5471

G719 Gouvêa, Veronica de Jesus Marques Pierre de.
Guia de tendências para pequenos negócios : 2022 / Veronica de
Jesus Marques Pierre de Gouvêa. – Rio de Janeiro : Sebrae/RJ, 2021.
13 p.

ISBN 000-00-0000-000-0

1. Consumo – Mercado. 2. Comportamento. 3. Inovação.
I. Sebrae/RJ. II. Título.

CDD 658.8342
CDU 658.3

SUMÁRIO

Seja bem-vindo a 2022, empreendedor!	04
Construindo um mindset disruptivo	05
Então, vamos lá, empreendedor!	06
Disrupções nos consumidores	07
Consciência impulsionada	07
Exigência exacerbada	08
Valorização do poder de compra	09
Desejo por aquisições emocionais	10
Busca por autenticidade	11
Disrupções nos empreendedores	12
Inspiração para ler o consumidor	12
Resiliência para lidar com as adversidades	13
Criatividade para desenvolver o novo	14
Experimentar agora e sempre	15
Assuma a sua atitude disruptiva	16
A sua jornada em 2022 vai ser disruptiva, empreendedor!	17



2022 ESTÁ AÍ, EMPREENDEDOR!

Em um cenário de retomada, oportunidades e desafios estão por toda a parte. Você precisará fazer diferente, não apenas entregando novos produtos e serviços, mas principalmente ofertando outras formas de conexão e relacionamento com os consumidores. Isso exigirá olhar além, superar limites usando a criatividade e entregar novos significados para pessoas que querem, cada vez mais, se conectar com os negócios através das emoções.

É tempo de assumir a atitude empreendedora que mora em você. É hora de aceitar que, em um mercado com tantas possibilidades e contradições, a história de 2022 dependerá da sua capacidade de descobrir potencialidades ocultas, entregar o não-óbvio, ter resiliência para contornar obstáculos e, acima de tudo, usar a inovação para transformar o seu negócio, a sua trajetória como empresário e o mundo: o seu e o de todos.

AFINAL, É HORA DE ACEITAR A DISRUPÇÃO COMO PARTE DO COTIDIANO.

VOCÊ SABE O QUE É DISRUPÇÃO?

O conceito de disrupção remete ao cenário de mudanças radicais que alteram produtos, serviços, experiências e empresas, exigindo inovação continuada para propiciar soluções para a sociedade em constante alternância.

CONSTRUINDO UM MINDSET DISRUPTIVO

Cada uma das frases abaixo representa uma oportunidade de construir um novo mindset. Reflita sobre cada uma delas e seus impactos no seu negócio.

Entenda que não há resposta **certa** e não há resposta **errada**. Há a sua resposta.

Ouse agora e experimente **sempre** para sair do óbvio.

Siga, com medo mesmo, mas siga **sempre** em frente.

Lembre-se de que cada **mudança** cria uma **revolução** no **hoje** e no **amanhã**.

Torne o **propósito** do negócio uma **realidade** através da **inventividade**.

Inspire **transições** na sua **atitude empreendedora** e de todos ao seu redor.

Negócios mudam, pessoas também. **Negócios existem para mudar o mundo de alguém.**

ENTÃO, VAMOS LÁ, EMPREENDEDOR!

A missão será aceitar a disrupção como parte do cotidiano, assim apresentamos dois tipos de tendências neste guia. As cinco primeiras trarão reflexões sobre as mudanças no comportamento e nas expectativas dos consumidores. Sim, seus clientes são mutantes e alternantes e você precisará compreendê-los em plenitude, não só o que querem dos produtos e dos serviços que você oferta, mas das sensações e dos sentimentos que esperam que o seu negócio desperte.

Porém, entender as mudanças nas perspectivas dos consumidores será insuficiente para lidar com as transições. Você também, como empreendedor, precisará desenvolver novas habilidades e posicionamentos para navegar com assertividade pelo mercado cada vez mais competitivo e globalizado. Assim, as cinco últimas tendências de mercado trazem ponderações para que você desenvolva uma nova atitude empreendedora que deve contaminar sua trajetória profissional e impulsionar a inovação no empreendimento.

DISRUPÇÕES NOS CONSUMIDORES

- 1) Consciência impulsionada;
- 2) Exigência exacerbada;
- 3) Valorização do poder de compra;
- 4) Desejo por aquisições emocionais;
- 5) Busca por autenticidade.

DISRUPÇÕES NOS EMPREENDEDORES

- 1) Inspiração para ler o consumidor;
- 2) Resiliência para lidar com as adversidades;
- 3) Criatividade para desenvolver o novo;
- 4) Experimentar sempre;
- 5) Atitude disruptiva.

DISRUPÇÕES NOS CONSUMIDORES

1 – Consciência impulsionada

O consumidor estará muito mais consciente, evitando comprar por impulso. Ao longo da pandemia, grande parte dos consumidores reavaliou seus comportamentos e motivações de compras, assumindo uma postura de reflexão sobre o que de fato precisa e o que realmente importa. Somado a isso, houve ainda um impulso para um comportamento mais sustentável, com o entendimento de que cada compra tem, diretamente e indiretamente, impacto ambiental em um planeta com recursos finitos. Somado a este cenário, muitos consumidores descobriram o minimalismo como estilo de vida, adotando uma postura mais enxuta para a aquisições de bens.

VOCÊ SABE O QUE É MINIMALISMO?

O estilo de vida minimalista sugere a redução de excessos e a aquisição apenas de itens essenciais. Isso não significa, necessariamente, a ausência de poder econômico por parte daquele indivíduo, mas sim a opção de viver com menos, de forma mais simples e em busca de momentos mais significativos.

IMPULSIONANDO A DISRUPÇÃO

Pare e reflita sobre as questões abaixo.

E lembre-se de que a disrupção começa na reflexão.

Então, para cada pergunta, pense no que você poderia fazer diferente no seu negócio, especialmente olhando para o consumidor que estará mais consciente.

Aponte o seu celular para saber mais sobre esta tendência ou acesse clicando aqui.



Qual a relevância do que você oferta ao mercado?

Quais práticas de sustentabilidade estão inseridas no negócio?

Se o consumidor adotar o minimalismo, o seu negócio continua importante?

2 – Exigência exacerbada

Superar as exigências dos consumidores será um dos grandes desafios das marcas, principalmente, porque os clientes estão mais cientes da crise nos mercados, da concorrência acirrada e da superabundância de possibilidades. Mais do que nunca, eles entendem que são o centro dos negócios e querem que suas demandas específicas sejam atendidas por meio de soluções customizadas. O que querem os consumidores? Serem reconhecidos como parte integrante e importante das marcas que consomem, assumindo um diálogo constante nos vários canais e o papel de cocriadores de tudo aquilo que chega ao mercado.

IMPULSIONANDO A DISRUPÇÃO

Pare e reflita sobre as questões abaixo.

E lembre-se de que a disrupção começa na reflexão.

Então, para cada pergunta, pense no que você poderia fazer diferente no seu negócio, especialmente olhando para o consumidor que estará mais exigente.

Aponte o seu celular para saber mais sobre esta tendência ou acesse clicando aqui.



Quais exigências dos consumidores você ainda não atende?

Como você pode colocar o consumidor como o centro do seu negócio?

Você dialoga de verdade com os consumidores nos vários canais?

3 – Valorização do poder de compra

Com o cenário de desvalorização do poder econômico da população brasileira, a ordem é obter o máximo pelo mínimo. O consumidor pechinha muito mais, está atrás de boas ofertas e busca esgarçar o recurso financeiro investido no negócio para potencializar o produto ou o serviço que está adquirindo. Também prefere comprar em menor quantidade e aos poucos, não só para evitar o desembolso de uma única vez, mas também para aproveitar ofertas repentinas. Por fim, pesquisa muito antes de tomar uma decisão, usando informações de fontes variadas e a opinião de seu círculo de relacionamento.

IMPULSIONANDO A DISRUPÇÃO

Pare e reflita sobre as questões abaixo.

E lembre-se de que a disrupção começa na reflexão.

Então, para cada pergunta, pense no que você poderia fazer diferente no seu negócio, especialmente olhando para o consumidor que estará valorizando mais seu poder de compra.

Os valores cobrados por seu negócio são percebidos como competitivos?

Você dispõe de opções para clientes com menor poder de compra?

As ofertas criadas trazem algo de valor, além de preço, para os clientes?



Aponte o seu celular para saber mais sobre esta tendência ou **acesse** clicando aqui.

4 – Desejo por aquisições emocionais

Engajamento através de emoções e sensações é um dos grandes desejos do consumidor. Ele não quer apenas adquirir um produto ou serviço, mas sim vivenciar uma experiência interativa, sensorial e emocional. Isso implica em criar jornadas completas de relacionamento com a marca que acontecem nos vários canais e que se retroalimentam e reforçam a cocriação, o compartilhamento e a colaboração. Cabe lembrar sempre que as experiências mais impactantes são aquelas ofertadas de forma customizada, entendendo os múltiplos papéis e perfis dos consumidores que dialogam com o negócio.

IMPULSIONANDO A DISRUPÇÃO

Pare e reflita sobre as questões abaixo.

E lembre-se de que a disrupção começa na reflexão.

Então, para cada pergunta, pense no que você poderia fazer diferente no seu negócio, especialmente olhando para o consumidor que está em busca de experiências.

**Quais experiências
o seu negócio
oferece?**

**Quais são os
sentimentos que seu
negócio desperta no
consumidor?**

**Como você pode
incrementar as
experiências para
entregar novidades?**

Aponte o seu
celular para saber
mais sobre esta
tendência ou
acesse
clicando aqui.



5 – Busca por autenticidade

Em um mercado com superabundância de produtos e serviços, o consumidor valoriza a autenticidade, tanto nas soluções entregues como também no posicionamento da marca. Neste cenário, os empreendedores devem perceber que seus concorrentes podem, não necessariamente, estar no seu setor. A competição é por conexões emocionais e pelo tempo do cliente, independente ao segmento de atuação. Assim, para garantir protagonismo no mercado, os empreendimentos precisam criar estratégias e soluções recheadas de originalidade, autenticidade e ineditismo, pensando não apenas no valor da entrega que fazem ao consumidor, mas em seu propósito, posicionamento de marca e diferenciais.

IMPULSIONANDO A DISRUPÇÃO

Pare e reflita sobre as questões abaixo.

E lembre-se de que a disrupção começa na reflexão.

Então, para cada pergunta, pense no que você poderia fazer diferente no seu negócio, especialmente olhando para o consumidor que estará desejando mais autenticidade.

O que é de fato autêntico no seu negócio?

Como você usa a originalidade para gerar protagonismo no mercado?

Qual seria a experiência mais inédita que você poderia ofertar ao consumidor?

Aponte o seu celular para saber mais sobre esta tendência ou acesse clicando aqui.



DISRUPÇÕES NOS EMPREENDEDORES

1 – Inspiração para ler o consumidor

Os empreendedores precisarão lidar com consumidores mutantes e alternantes que navegam por muitos universos, estilos de vida e novidades ao mesmo tempo. Eles são ávidos pelo desconhecido, ansiosos e vorazes em suas escolhas. E trazem para os empreendedores o desafio de acompanhar com assertividade estas mudanças de comportamento e usar o cotidiano como fonte de inspiração para criar possibilidades em produtos, serviços e experiências. Para isso, os negócios devem promover canais diretos de comunicação e cocriação com os consumidores, interagir com o estilo de vida dos clientes e ler nas entrelinhas sempre.

IMPULSIONANDO A DISRUPÇÃO

Pare e reflita sobre as questões abaixo.

E lembre-se de que a disrupção começa na reflexão.

Então, para cada pergunta, pense no que você poderia fazer diferente no seu negócio, especialmente analisando suas atitudes para acompanhar as mudanças no comportamento do consumidor.

Como você acompanha as mudanças no comportamento do consumidor?

Você tem canais oficiais de criação conjunto com os consumidores?

Você observa mudanças de usos e costumes para criar soluções?



Aponte o seu celular para saber mais sobre esta tendência ou **acesse** clicando aqui.

2 – Resiliência para lidar com as adversidades

Em um cenário econômico particularmente difícil e com amplas exigências dos consumidores, os empreendedores precisarão desenvolver uma atitude resiliente não apenas para superar obstáculos, mas para manter o olhar em tudo o que acontece. Muitas das inovações e novas possibilidades que irão sacudir mercados inteiros e gerar uma legião de consumidores apaixonados são fruto da criatividade de empreendedores em momentos de superação e de mudança de rotas no empreendimento. Por mais difícil que pareça, o olhar diferenciado pode transformar a adversidade em oportunidade ao entender como, quando, porquê, o que, quem e onde está localizado o novo desafio do negócio.

IMPULSIONANDO A DISRUPÇÃO

Pare e reflita sobre as questões abaixo.

E lembre-se de que a disrupção começa na reflexão.

Então, para cada pergunta, pense no que você poderia fazer diferente no seu negócio, especialmente analisando suas atitudes para lidar com resiliência frente aos desafios.

Você conta com parceiros que podem ajudar a oxigenar o negócio?

Como você mapeia os principais obstáculos na trajetória do negócio?

Você consegue antecipar mudanças que irão afetar o empreendimento?

Aponte o seu celular para saber mais sobre esta tendência ou acesse clicando aqui.



3 – Criatividade para desenvolver o novo

O desejo por novidade é uma marca dos consumidores atuais. Assim, os empreendedores precisam manter a criatividade em dia na entrega de outros produtos, serviços e experiências. Muitos empreendedores afirmam, erroneamente, que não são criativos e que não conseguem fazer com que o negócio navegue por outros horizontes. Todavia, ser empreendedor é ser um criador de novas possibilidades para o negócio e seus consumidores. Ao investir em criatividade os empreendedores alargam as oportunidades de diálogo com mercados que estão em constante movimento, com potenciais novos consumidores e com toda a sociedade.

IMPULSIONANDO A DISRUPÇÃO

Pare e reflita sobre as questões abaixo.

E lembre-se de que a disrupção começa na reflexão.

Então, para cada pergunta, pense no que você poderia fazer diferente no seu negócio, especialmente analisando suas atitudes para ter rotinas mais criativas para o desenvolvimento de soluções.

Aponte o seu celular para saber mais sobre esta tendência ou **acesse clicando aqui.**



Você dedica um tempo semanalmente para novas criações?

Você abastece o negócio de inspirações vindas de outros setores?

O que poderia mudar no negócio se fosse adotasse a criatividade como posicionamento?

4 – Experimentar agora e sempre

Todo o empreendedor da atualidade deve ter tempo e espaço para experimentar. É através da experimentação que ideias e percepções surgem, assim como estratégias e inserções. Quem experimenta, testa. E quem testa, ganha o mercado com o novo. É preciso entender a experimentação como um movimento que envolve diversos atores e atrizes: a liderança do negócio, colaboradores, parceiros, fornecedores, clientes e até não consumidores. Desenvolver momentos, mesmo que sejam temporários, de experimentação permite compreender novas rotas e a validar hipóteses que podem mudar os rumos do negócio.

IMPULSIONANDO A DISRUPÇÃO

Pare e reflita sobre as questões abaixo.

E lembre-se de que a disrupção começa na reflexão.

Então, para cada pergunta, pense no que você poderia fazer diferente no seu negócio, especialmente analisando suas atitudes para estar sempre experimentando novas possibilidades.

Você dedica um tempo semanalmente para a experimentação no seu negócio?

Como você poderia usar a experimentação para ampliar o relacionamento da marca?

O que poderia ser feito para alavancar a experimentação entre seus colaboradores?



Aponte o seu celular para saber mais sobre esta tendência ou **acesse clicando aqui.**

5 – Assumir sua atitude disruptiva

Para os empreendedores que querem potencializar seus negócios, acompanhar tendências é insuficiente. É preciso compreender em plenitude como a disrupção irá impactar o empreendimento e como pode ser um elemento de mudança e protagonismo de mercado. Assim, é preciso desenvolver um percurso a ser seguido pela empresa que garanta sua existência no futuro, além de entender como as estratégias e as ações podem ser alinhadas para que a empresa alcance com menos dificuldade este espaço no mercado. O intuito não é apenas estar em um movimento de evolução como empreendimento, mas, principalmente, permitir o protagonismo do negócio no setor onde atua e em outros correlacionados e que disputam o consumidor.

IMPULSIONANDO A DISRUPÇÃO

Pare e reflita sobre as questões abaixo.

E lembre-se de que a disrupção começa na reflexão.

Então, para cada pergunta, pense no que você poderia fazer diferente no seu negócio, especialmente analisando suas atitudes para estar sempre adotando uma postura de evolução como empreendedor e na gestão do negócio.

Aponte o seu celular para saber mais sobre esta tendência ou **acesse clicando aqui.**



Você assume a disrupção que está no mercado?

Como você pode usar a disrupção para obter protagonismo frente à concorrência?

Você tem um percurso a ser seguido para garantir a existência do negócio no futuro?

A SUA JORNADA EM 2022 VAI SER DISRUPTIVA, EMPREENDEDOR!

O mundo muda. As pessoas mudam. Os negócios mudam. O maior desafio em 2022 vai ser olhar para uma sociedade em movimento de transição e entender quais disrupções vieram para ficar e quais delas são apenas modismos, portanto, temporárias. Esta, porém, não é uma tarefa fácil. Para entender de disrupção, empreendedor, você vai precisar encará-la como parte do seu jeito de gerir seu negócio, entregar valor para seus consumidores e, acima de tudo, de ofertar propósito em um mercado de superabundância. Para fazer disrupção, você vai precisar, empreendedor, assumir a disrupção que mora em você.

ASSUMINDO A SUA DISRUPÇÃO

Cada uma das frases abaixo representa uma oportunidade de assumir a sua disrupção.

Refleta sobre cada uma delas

Inspiração é para olhar ao redor.

Imaginação é para criar o inexistente.

Piração é para assumir o caos.

Criatividade é para modelar sentidos.

Inventividade é para descobrir percursos.

Inovação é para consolidar soluções.

Transformação é para emocionar pessoas.

Disrupção é para assumir mudanças.



SEBRAE

