

Tendências de negócio para 2019

O que é necessário para montar um negócio? Se chegou até aqui, você pode estar se fazendo essa pergunta. Afinal, você tem um dinheirinho guardado e muita disposição para fazer acontecer. O problema é que ainda não sabe muito bem em que segmento investir.

Para ajudar você a se tornar um empreendedor de sucesso, lá vai a primeira dica: para alcançar a glória, é preciso estar disposto a aprender, já que todo negócio que prospera deve entender o que o público precisa, descobrir a sua dificuldade e apresentar uma solução que melhore a vida das pessoas. Isso quer dizer que montar uma empresa de sucesso requer muita inovação – e coragem também! Afinal, estamos falando de criar soluções que ainda não existem e muitas vezes esbarrar na falta de investimento.

Nesse sentido, separamos algumas tendências de mercado que envolvem uma boa oportunidade de crescimento. Não esqueçamos que estamos na era digital, portanto, inovações acontecem constantemente e quem inova sempre tem mais chance de ter um negócio bem-sucedido.

Sustentabilidade

É comum ouvirmos notícias sobre como a sustentabilidade é importante nesses tempos de desequilíbrio ambiental. E será que a sua empresa pode fazer alguma coisa para tornar o planeta mais sustentável?

A ecoinovação está muito em voga em 2019. Trata-se de uma estratégia empresarial que tem a sustentabilidade como inspiração para criar modelos de negócios diferenciados. Seu objetivo é aumentar a competitividade das empresas com base na adoção de práticas de responsabilidade socioambiental.

A sua empresa pode entrar nesse ciclo ao inovar em produtos e serviços que estejam relacionados ao emprego de recursos e insumos de maneira mais eficiente. Isso envolve, por exemplo, negócios voltados a:

- Energias alternativas, como a solar e a eólica.
- Reutilização de resíduos, como reciclagem e compostagem.
- Reaproveitamento de água.
- Construções inteligentes.

Economia colaborativa

Há uma onda consciente se ampliando no mercado. Em muitos casos, o consumismo tem ficado de fora da pauta econômica, dando espaço para o compartilhamento, e a isso tem se dado o nome de economia colaborativa.

Mais uma vez, a preocupação ambiental aparece como um dos principais motivadores de desenvolvimento de negócios. Isso quer dizer que agora é a hora de investir na troca de serviços e objetos para ter sucesso nos negócios. Como o modelo de negócio é baseado no compartilhamento, a ideia é que os dois lados (quem oferece os serviços ou produtos e quem usa) sejam beneficiados. E a sua empresa pode ajudar a mediar essa relação de troca.

Você pode, por exemplo, desenvolver aplicativos que ajudem pessoas com necessidades específicas a encontrar outras que tenham soluções para seus problemas, como:

- Empréstimo de objetos diversos, como: furadeira, cortador de grama e até mesmo carro.
- Troca de serviços.

Você pode, ainda, criar espaços compartilhados para que as pessoas:

- Utilizem como escritório para trabalho, como os espaços de coworking.
- Convivam com profissionais que exercem uma atividade semelhante, para troca de experiências, como os ateliês compartilhados.
- Deixem os filhos enquanto utilizam outros espaços do local para trabalhar.
- Vendam seus produtos.

Finanças

Fintechs são as queridinhas do momento. Sabe por quê? Porque elas oferecem serviços bancários, mas cobram bem menos que os bancos, e são extremamente eficientes, já que usam a melhor tecnologia para entregar resultados aos seus clientes.

Dessa maneira, elas têm tudo a ver com o que se espera de um negócio promissor hoje em dia: mudam o relacionamento das pessoas com o universo da economia ao melhorar a experiência do público com instituições bancárias e financeiras.

Aproveitando a agilidade dos negócios digitais, a sua empresa pode começar a atuar nesse ramo, para inovar nos serviços financeiros, muito conhecidos por sua burocracia. Veja algumas ideias de temas em que você pode investir e desenvolver negócios inovadores:

Crowdfunding.

Organização e planejamento financeiro.

E-commerce.

Bitcoins.

Atendimento ao cliente

Falar em tempo real com o seu cliente é a tendência de atendimento. Hoje não existe mais barreira para se relacionar com alguém. Com as redes sociais e os aplicativos de bate-papo, tudo o que basta é enviar uma mensagem instantânea.

Quando se trata do relacionamento com o cliente, as empresas precisam estar preparadas para responder os contatos rapidamente. A clientela quer tirar dúvidas, fazer reclamações, enviar sugestões e, sobretudo, resolver problemas o mais rápido possível.

Hoje em dia, existem ferramentas para realizar essa tarefa. São os bots, programas de computador que simulam uma pessoa na conversação. A sua startup pode investir na criação desses programas e oferecer o produto para empresas, é sucesso na certa.

Alimentação alternativa

Nunca se falou tanto em saúde e bem-estar. Por isso, tem-se buscado cada vez mais produtos naturais. E essa é uma ótima oportunidade para você, que quer montar um negócio no ramo de alimentação. O que vai fazer a diferença em 2019 é oferecer produtos e serviços customizados, buscando atender as necessidades (e restrições) alimentares do seu público consumidor.

Assim, no segmento de alimentação alternativa, há algumas tendências em que investir, como os alimentos sem glúten e sem lactose. A procura por esse tipo de produto é tanta que em 2018 a maior taxa de crescimento entre os alimentos industrializados foi justamente a dos considerados saudáveis.

Outra aposta do setor são os orgânicos. Vivemos um momento de alerta contra os perigos do uso de agrotóxico e transgênicos na nossa alimentação. Por isso, quem oferecer produtos livres de veneno vai ser muito valorizado. Pesquisa da Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário aponta que a produção orgânica nacional vem crescendo a cada ano, mas que a demanda ainda não está sendo suprida.

Cervejaria artesanal

O Brasil é um dos maiores consumidores de cerveja do mundo, e a média anual de litros consumidos por habitante cresce a cada ano. Uma pesquisa realizada pelo Ibope revelou que a cerveja é a bebida preferida de 2/3 dos brasileiros para comemorações.

Isso torna o mercado de cervejas um campo a ser explorado. Principalmente porque há uma busca enorme por sabores diferenciados, o que é encontrado nas cervejas artesanais. De acordo com o Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja, espera-se que até o próximo ano existam mais de 350 cervejarias artesanais no país.

Food truck

No Brasil, o food truck já virou febre. É que muitos empresários viram nesses restaurantes sobre rodas uma chance de inovar no serviço de alimentação. As vantagens são o custo mais baixo que o de um estabelecimento físico e um contato mais próximo com o público.

No entanto, a moda pode ter deixado o mercado um pouco saturado. Mas é justamente aí que entra a sua criatividade para se dar bem nesse setor. Claro que uma boa análise de concorrência é indispensável, mas o mercado ainda tem espaço para quem sabe como inovar e está afinado com as necessidades dos clientes.

No seu novo food truck, você pode:

Criar um nicho turístico e oferecer comidas típicas da sua região.

Atender eventos festivos.

Inovar nas embalagens, para facilitar o manuseio da comida.

Atender um público com restrição alimentar, como os veganos e os celíacos.

Atender em um ponto fixo para fidelizar a clientela.

Serviços

Com a recuperação da economia brasileira e a inflação sob controle, além da estabilidade nas taxas de juros e câmbio, 2019 dá esperanças para quem quer empreender. É isso o que mostra o Relatório Negócios Promissores em 2019, elaborado pelo Sebrae.

[Veja nesta página](#) por que o setor de **serviços** é uma **aposta** para quem planeja investir no **próprio negócio**.

Não se esqueça de planejar

A abertura e o gerenciamento de um novo negócio exigem um **conjunto de habilidades e conhecimentos**, como entender o mercado, o público e planejar bem cada etapa. Uma boa administração considera, também, estratégias de marketing, um fluxo de caixa controlado e passa, ainda, por muita criatividade e inovação.

Para iniciar bem o seu novo negócio, nós criamos um roteiro para você seguir e, assim, facilitar o seu trabalho.

- [Confira, agora, os seis passos para montar um negócio de sucesso](#)

Ideias de negócio

O Sebrae fez diversos estudos sobre mais de 450 ideias de negócio, que dão uma visão geral sobre cada negócio para apoio na tomada de decisão do futuro empresário. Conheça outras possibilidades empreendimento que você pode montar e tome a decisão sobre o negócio certo para você!

- [Quero conhecer outras ideias de negócio](#)

Cursos online (Sebrae)

- [Como se tornar um microempreendedor individual](#)
- [Planejamento estratégico para empreendedores](#)
- [Iniciando um pequeno grande negócio](#)
- [Como analisar o mercado](#)

Fonte: [Sebrae](#)

Artigo

Quer vender mais?

Demóstenes Moreira de Farias*

(*) Professor Mestre de Marketing Estratégico e Estratégia Empresarial em Cursos de MBA. Graduado em Administração, MBA em Marketing, Mestre em Avaliação de Políticas Públicas. Gerente de Negócios do Ambiente de Negócios com Micro e Pequena Empresa do Banco do Nordeste

Essa é uma pergunta retórica, pois, de modo geral, todo empresário desejaria aumentar as vendas e ampliar os resultados dos negócios. A seguir, descrevemos algumas reflexões que podem contribuir para aumentar as suas vendas.

Como premissa básica, mantenha um olho dentro da empresa e outro fora da empresa. Explicando melhor, por um lado, procure aprofundar o seu conhecimento sobre o atendimento ao cliente e, por outro lado, observe as movimentações do mercado, as tendências que vêm se destacando e se consolidando. Observe como a concorrência reage ao novo comportamento e protagonismo do consumidor.

Se fizermos outra pergunta retórica “você conhece o seu cliente?”, todos nós temos o impulso de responder prontamente: “claro que sim”. A questão, porém, propõe um conhecimento mais aprofundado dos hábitos de compra de seus clientes. Quem compra o quê? Em qual quantidade e com que frequência? Que produtos vendem menos e quais vendem mais? E com que frequência e em que períodos? Então, quais são seus bons clientes? Quais são os clientes mais frequentes, que comprem mais itens e de maior valor agregado? Quais são seus clientes leais? E quais são os detratores? Você percebe sazonalidade das vendas?

Se você conseguir responder às perguntas propostas de maneira fundamentada, através da coleta de dados de vendas, da observação cuidadosa e da análise dos registros de saídas e de estoques, poderá direcionar seus esforços para obter resultados crescentes. Fique de olho na logística, mantenha seus estoques na medida necessária e mantenha uma parceria aquecida e salutar com seus fornecedores. Esteja atento aos produtos que o cliente procurou e que estavam em falta. Considere ofertar novos produtos ou novas linhas de produtos que estão despontando no mercado. Esteja atento às novas oportunidades de venda, observe a movimentação dos concorrentes e fique atento às tendências, mas lembre-se de que tendências são diferentes de modismo passageiro, já que as primeiras prosperam e as segundas não vão muito longe. Alie a sua intuição empresarial à informação válida.

Um item que não pode faltar para estimular as vendas é o atendimento atencioso. Vale lembrar que, nos tempos atuais em que fica cada vez mais difícil manter os diferenciais competitivos – já que não são tão duradouros e passaram a ser fáceis de imitar – o atendimento pode fazer a diferença. Faça o cliente se sentir importante, respeitado e

considerado. Mostre que você “se importa” com ele. É fundamental atender às suas necessidades. É importante conhecer as “dores” dos clientes e buscar atendê-las. Há empresas que pensam em surpreender entregando mais do que o cliente esperava, mas há quem se esquece de atender às premissas básicas: cumprir o que prometeu e entregar o que o cliente necessita e deseja, no prazo adequado e a um preço justo.

Conheça as boas técnicas de vendas e capacite sua equipe. Na verdade, a relevância deste tema exige um artigo à parte, o que faremos posteriormente.

Considere, ainda, que, ao longo dos meses do ano, o volume de vendas de um negócio pode se comportar como uma verdadeira “montanha-russa”; procure evitar grandes impactos aprendendo a lidar com essas variações. Lembre-se do exemplo dos ovos de Páscoa, que podem cair para a metade do preço após a respectiva data, assim como ocorre com os panetones após as festas natalinas. Use a sazonalidade a seu favor e planeje suas vendas para o enfrentamento da concorrência.

Planeje-se de forma a adequar suas vendas para equilibrar o desempenho dos negócios ao longo do ano. Evite os impactos negativos e se beneficie dos impactos positivos que a sazonalidade pode trazer para o desempenho das vendas de sua empresa. Estabeleça um calendário de vendas e se planeje com antecedência, reforçando os seus estoques nos momentos certos e na medida certa. Atente para as pesquisas de intenção de compra publicadas nas tevês e jornais, especialmente para as datas comemorativas, a exemplo de pesquisas como as da CNDL/SPC e Fecomércio.

Procure conhecer as datas mais importantes do Calendário do Varejo: o Natal, estimulado principalmente pelo 13º salário, é imbatível; e o Black Friday passou a ser a segunda data, superando o Dia das Mães. Há, ainda, o Dia das Crianças, o Dia dos Namorados; o Dia dos Pais e a Páscoa. Identifique outras datas, especialmente aquelas que se relacionam, direta ou indiretamente com a proposta de seu negócio e mantenha um foco especial sobre as datas que têm relação mais forte com o varejo e com o seu segmento/atividade.

No calendário a seguir, veja o que se adéqua à sua empresa: **Janeiro**: Dia mundial da paz (1º); Dia do Leitor (07); Volta às aulas (no final do mês); Dia da Saudade (30); **Fevereiro**: Carnaval; Valentine’s Day (14); Dia dos esportistas (19); **Março**: Dia Internacional da Mulher (08); Dia do Cliente (15); **Abril**: Páscoa; Dia mundial da saúde (07); Dia do jovem (13); Dia do Frete Grátis (28); **Mai**o: Dia Mundial do Trabalho (1º); Dia das Mães (segundo domingo do mês); **Junho**: Dia dos Namorados (12); **Julho**: Dia mundial do chocolate (07); Dia do Amigo (20); **Agosto**: Dia dos Pais (segundo domingo de agosto); Dia do solteiro (15); **Setembro**: Dia do Cliente (15) Dia da Secretária (30); **Outubro**: Dia das Crianças (12); Dia do Vendedor (01); Dia dos professores (15); Dia das flores (29); Halloween (31); **Novembro**: Dia Internacional do homem (19); Black Friday (penúltima sexta-feira); **Dezembro**: Natal (25); Cyber Monday (02); 12 – Dia da propaganda (04); Dia do atleta (21); Férias.

Analise e observe estrategicamente o que é adequado e que possa se reverter em aumento de vendas. Considere fazer ações de promoção que contribuam para incrementar as vendas nos períodos que estiverem menos aquecidas e pondere se a concessão de um desconto será

compensadora ao se converter em um aumento de vendas. Para aumentar seus estoques e vender mais nas datas comemorativas, fortaleça o seu capital de giro. Comece a planejar todas as campanhas com cerca de dois meses de antecedência em relação à data comemorativa. E para reforçar seus estoques e matérias primas, conte com o Banco do Nordeste. Com o Capital de Giro BNB, os empresários de MPE podem ter acesso a linhas de curto prazo com a melhor taxa de juros do país para adquirir matéria-prima, insumos e estoque ou suprir as necessidades imediatas de caixa. As MPE têm, ainda, vantagens adicionais:

Até 100% do investimento; Dispensa de garantias reais em negócios de até R\$ 50 mil; Dispensa de garantias reais para curto prazo até 15% do faturamento; Dispensa projetos para financiamentos até R\$ 3,4 milhões; Financiamento para imóvel, inclusive terreno para a sede da empresa; Exclusivo bônus de adimplência aos pagamentos pontuais com fonte FNE.

[Saiba mais](#)

ESCRITÓRIO TÉCNICO DE ESTUDOS ECONÔMICOS DO NORDESTE - ETENE | Economista-Chefe: Luiz Alberto Esteves. Gerente de Ambiente: Tibério Rômulo Romão Bernardo. Célula de Gestão de Informações Econômicas: Bruno Gabai (Gerente Executivo), José Wandemberg Rodrigues Almeida. Projeto Gráfico: Gustavo Bezerra Carvalho. Estagiários: Francisco Kaique Feitosa Araujo, Marcus Vinicius Adriano Araujo. Jovens Aprendizes: Roberto Rodrigues Pontes, Sarah Lucena Barros. Colaboração: AMBIENTE DE NEGÓCIOS COM MICRO E PEQUENA EMPRESA | Gerente de Ambiente: Marcelo Azevedo Teixeira. Célula de Estruturação de Negócios com Micro e Pequena Empresa: José Maurício de Sousa Filho (Gerente Executivo), Demóstenes Moreira de Farias.

Aviso Legal: O BNB/ETENE não se responsabiliza por quaisquer atos/decisões tomadas com base nas informações disponibilizadas por suas publicações e projeções. Desse modo, todas as consequências ou responsabilidades pelo uso de quaisquer dados ou análises desta publicação são assumidas exclusivamente pelo usuário, eximindo o BNB de todas as ações decorrentes do uso deste material. O acesso a essas informações implica a total aceitação deste termo de responsabilidade. Os conceitos e opiniões emitidos nesse documento não refletem necessariamente o ponto de vista do BNB. É permitida a reprodução das matérias, desde que seja citada a fonte.