

Ambiente Econômico

Um ano de desafios para as empresas e, em especial, para o Marketing

O ano que se inicia será, no mínimo, um ano desafiador já que tanto em nível Global quanto internamente muitas incertezas pairam no ar e vão exigir dedicação dos gestores, especialmente aqueles ligados à cadeia de consumo.

Os Barômetros Coincidente e Antecedente, cuja gestão no Brasil está a cargo da FGV e que acompanhamos pelo Snapshot mensalmente, podendo ser vistos na sessão abaixo, estão em queda desde a metade do primeiro semestre de 2022 e continuam a apontar que tanto hoje, quanto a curto prazo a situação econômica mundial não deve apresentar melhoras. A inflação mundial, que em alguns países superou 10% ao ano deve continuar a castigar os preços em dólar, penalizando de alguma forma o comércio internacional.

No Brasil vivemos a expectativa a respeito das medidas econômicas do novo governo e como irão impactar o dia a dia dos cidadãos. Um ponto positivo para o consumo de forma geral, sem dúvida, é a manutenção do auxílio em R\$600,00, além da elevação do salário mínimo, mesmo que ainda não superando a inflação anual. Negativamente, vivenciamos uma inflação que segue ainda acima da meta, já que o Boletim Focus do Banco Central aponta para uma taxa de 5,39% em 2023. Adicionalmente, a flexibilização no teto de gastos aprovados através da PEC da transição deverá ser acompanhado para que não acabe sinalizando mais impacto nos custos implicando em mais inflação. Os preços dos combustíveis, que foram de alguma forma forçosamente diminuídos no final do ano passado, podem voltar a subir e assim pressionar os custos logísticos e de distribuição de produtos.

Não são desafios novos para os gestores brasileiros que convivem com interferências como estas de forma sistemática há décadas, assumindo diversos tons e intensidades ao longo do tempo. Alta nos insumos produtivos, no preço final na gôndola e no dispêndio com distribuição vão exigir soluções criativas para fazer chegar ao consumidor final o produto que ele precisa e no preço que caiba em seu bolso.

A tecnologia, sem dúvida deverá ser uma ferramenta imprescindível atuante na cadeia de produção / distribuição / comercialização / consumidor, exigindo porém uma boa dose de sensibilidade para disponibilizar cada produto, cada apresentação, cada promoção no momento e com a estrutura mais adequada.

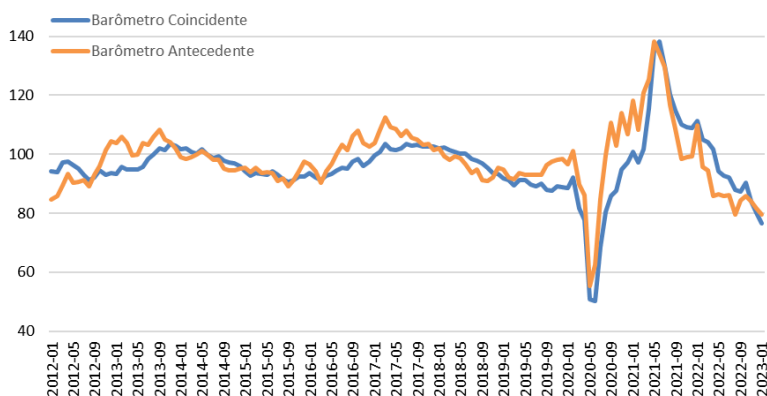
Do lado público a provável revisão da política tributária pode impactar positivamente, se for criada, aprovada e implementada, porém isso pode demorar.

Em momentos econômicos complexos o marketing costuma ser penalizado, mas agora, muito provavelmente esta será uma área e estes serão os profissionais mais preparados para encarar este desafio e apoiar a empresa como um todo na busca das melhores soluções e equações, definindo as variáveis mais razoáveis em busca do resultado esperado. Que a área de marketing possa fazer valer agora o seu jogo de cintura e sua capacidade de adaptação.

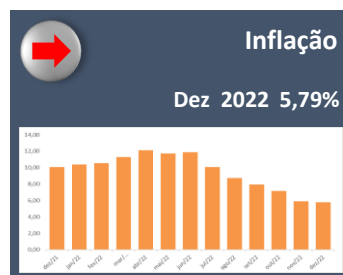
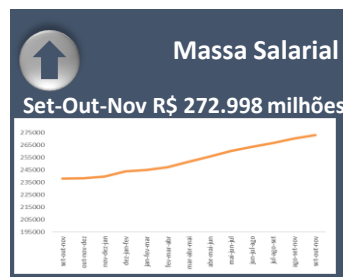
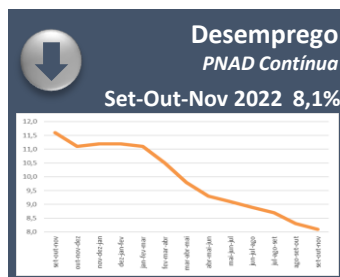
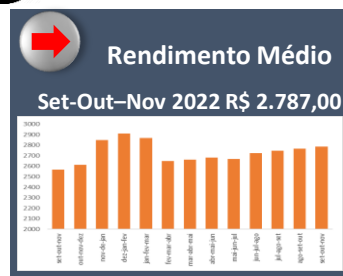
Vale a pena observar

A Fundação Getúlio Vargas em parceria com o Instituto KOF de Zurique, desenvolvem dois indicadores que avaliam a saúde econômica Global: o **Barômetro Coincidente** e o **Antecedente** da Economia Global. O primeiro caiu 3,3 pontos em Janeiro ante Dezembro atingindo 76,5 pontos. O segundo, também em Janeiro, caiu para 79,6 com decréscimo de 2,1 pontos percentuais. O **Barômetro Coincidente** avalia a situação atual da economia no mundo, enquanto que o **Antecedente**, antecipa entre 3 e 6 meses os ciclos econômicos. Os níveis atingidos pelos dois indicadores, excluindo o pior momento da Pandemia, não eram observados desde 2009, apontando para um momento ruim da economia global.

Barômetros Globais - Últimos 10 anos
KOF Institute / FGV IBRE



Dashboard



Destaques do Mês*

Projeção Itaú (13/01/2023)

Em 2023, o Mundo deve ter o PIB crescendo em 2,3% enquanto o Brasil deve crescer 0,9%. Taxa SELIC chegando a 12,25% a.a. e o Dólar a R\$5,50 no final de 2023. PIB para 2024 atingindo pífios 1,0%. Projeções semelhantes às de Dezembro de 2022.

Banco Central – Boletim Focus (20/01/2023)

Para o ano de 2023, as previsões para o Brasil mostram-se próximas das anteriores com previsão de crescimento do PIB em 0,77%, taxa Selic a 12,50 % e taxa de câmbio em R\$ 5,28 para US\$1. Previsão do PIB para 2024 de 1,5% (Em Dezembro era também de 1,5%).

Projeção Bradesco (22/12/2022)

O PIB Brasileiro deve subir 1,04% (0,54% em Novembro 22) em 2023, com a agropecuária puxando esta subida com 4,06%.

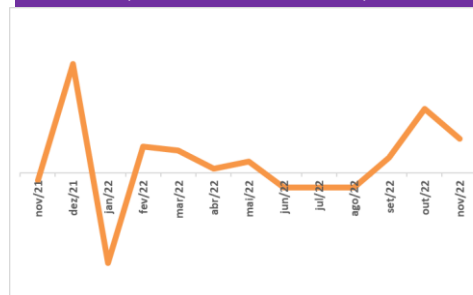
A previsão de crescimento do varejo é de 1,30%. Para 2024, a previsão de crescimento do PIB é de 1,55%.

Indústria



Pesquisa Industrial Mensal – Produção Física - IBGE

Em Novembro de 2022, a Indústria cresceu 0,9% em comparação com Novembro de 2021. O crescimento acumulado em 2022, até Novembro é de 0,6%.



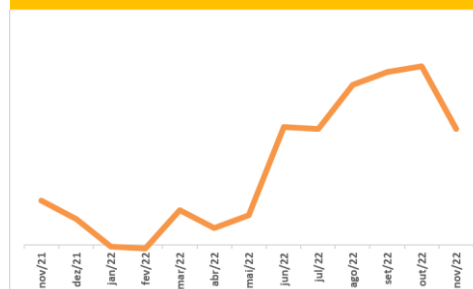
As influências negativas mais importantes foram assinaladas por produtos eletrônico e ópticos (-6,5%) e produtos têxteis (-5,4%).

Serviços



Pesquisa Mensal de Serviços - IBGE

O indicador de serviços cresceu 6,3% em Novembro de 2022 frente a Novembro de 2021. A taxa anualizada passou para 8,7% em Novembro.



Perdas mais significativas em informação e comunicação (-0,7%) e serviços prestados às famílias (-0,8%).

Ano novo, previsões novas

A rede social Pinterest de compartilhamento de fotos, realizou um estudo em sua base de dados apontando as tendências para 2023 desenhadas pelos seus usuários:

- **Família inclusiva:** Millenials e Geração Z educando seus filhos incorporando temas como diversidade, gênero e identidade.
- **Mais velhos celebrando a vida:** mais investimentos em eventos e comemorações, decoração e presentes.
- **Gestão Financeira com diversão:** maneiras mais simples e divertidas de poupar dinheiro; de desafios nas redes até a gamificação da vida financeira.
- **Ano de festa para os pets:** 2023 será um ano com mais investimentos em eventos, festas, decoração e presentes para pets.
- **Cuidados com o couro cabeludo:** aumento do consumo de produtos para limpeza, hidratação e massagem do couro cabeludo.
- **Jovens buscando maneiras criativas de cuidar da saúde mental:** terapia de escrita (escrita sem rigores ortográficos e gramaticais), arteterapia expressiva e musicoterapia são alguns exemplos.
- **Economia de água aliada à decoração da casa:** investimento em ferramentas para poupar e reutilizar água em casa. Indiretamente a busca por economia nos gastos mensais no domicílio.
- **Dates criativos:** mais jovens querem encontros mais originais e fora do comum, aliando cultura com entretenimento.
- **Looks futuristas:** mais jovens ditando moda com looks futuristas e distópicos inspirados em filmes de ficção científica, vídeo games e inovações digitais.
- **Exercícios simples no cuidado do corpo:** Alongamentos, mobilidade e treinos de movimento para corrigir posturas e evitar o sedentarismo.