

Ambiente Econômico

Expectativas do consumidor

Na última edição do Snapshot alertamos sobre os sinais de que 2023 pode ser um ano difícil para o consumo o que vai exigir bastante criatividade marqueteira das empresas. A visão de especialistas aponta para indicadores econômicos complexos além de algumas incertezas locais e globais. Esta não é obrigatoriamente a visão do consumidor através dos sinais que ele emite em alguns indicadores construídos com base em pesquisas. A confiança do consumidor capturada pela FGV mostra-se relativamente estável ao longo dos últimos 3 meses, ou seja, o último mês antes da posse e os dois primeiros meses do novo governo. Globalmente, os Barômetros Globais, que também capturam expectativas de consumo, apresentaram forte recuperação na última tomada. A análise das expectativas de consumo, bem como de renda e crédito que são medidos pela Confederação Nacional do Comércio, conforme o gráfico ao lado, apresentam uma tendência de crescimento, principalmente nos últimos 5 meses, retomando, em alguns casos, patamares pré-Pandêmicos.

Existe um aspecto importante a ser ressaltado e que diz respeito a esta tendência de confiança percebida pelo consumidor. As suas manifestações baseiam-se sempre naquele chamado microcosmos, formado pelo núcleo familiar, amigos, vizinhos, igreja, clube, etc. Vale dizer que neste ambiente de convívio, o consumidor, por mais que esteja certamente sentindo os efeitos da inflação, percebe o desemprego diminuindo e as pessoas à sua volta, de certa forma, um pouco mais aliviadas. É inegável que a tensão pré-eleitoral quando muito se falou sobre futuro também colaborou com a dificuldade em confiar em alguma melhora. Não deixa de ser um paradoxo, onde os especialistas, por um lado, desenham um cenário difícil e o consumidor sente um ambiente um pouco mais favorável.

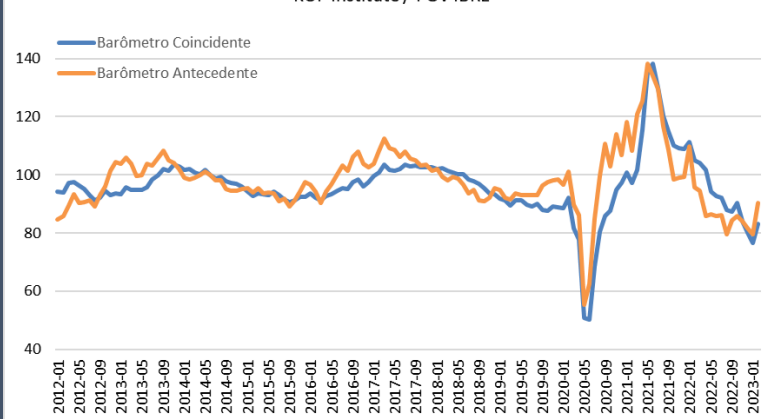
Independente de quem tenha mais ou menos razão, é mais um sinal de que será preciso acompanhar com rigor todos os acontecimentos e tirar a temperatura do mercado mais frequentemente para evitar surpresas.

Esta situação apenas reforça a percepção de que as empresas deverão ser criativas, se apropriando de momentos adequados e específicos para ativar as suas táticas de venda e, conseqüentemente, de sucesso.

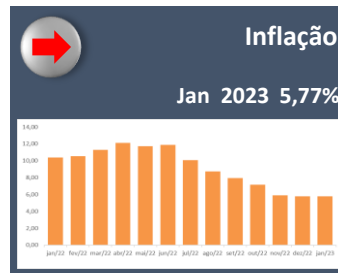
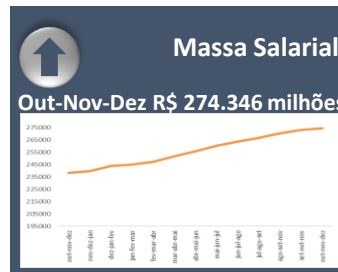
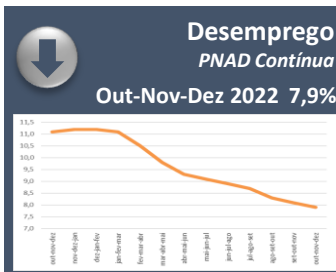
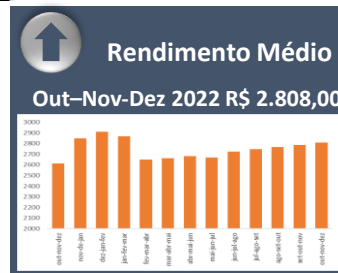
Vale a pena observar

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 subiu 6,2 pontos em Fevereiro ante Janeiro atingindo 83,3 pontos. O segundo, também em Fevereiro, subiu para 90,5 com aumento de 11,2 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. A alta dos dois indicadores em Fevereiro foi motivada, principalmente, pela região da Ásia, Pacífico & África, que contribui quase que inteiramente para ambos os resultados.

Barômetros Globais - Últimos 10 anos
KOF Institute / FGV IBRE



Dashboard



Destaques do Mês*

Projeção Itaú (13/02/2023)

Em 2023, o Brasil deve crescer 1,3%. Taxa SELIC chegando a 12,50% a.a. e o Dólar a R\$ 5,30 no final de 2023. PIB para 2024 atingindo pífios 1,0%. Projeções semelhantes às de Janeiro de 2023, com ligeira piora da taxa SELIC.

Banco Central – Boletim Focus (24/02/2023)

Para o ano de 2023, as previsões para o Brasil mostram-se melhores do que as anteriores para a previsão de crescimento do PIB em 0,84 %, taxa Selic a 12,75 % e taxa de câmbio em R\$ 5,25 para US\$1. Previsão do PIB para 2024 de 1,5% (Em Janeiro era também de 1,5%).

Projeção Bradesco (06/02/2023)

O PIB Brasileiro deve subir 1,48% (1,04% em Janeiro 23) em 2023, com a agropecuária puxando esta subida com 6,03%. A previsão de crescimento do varejo é de 1,30%. Para 2024, a previsão de crescimento do PIB é de 1,55%. Previsões melhoradas em relação ao PIB para 2023.

Inteligência artificial no varejo

A inteligência artificial (IA) tem se mostrado cada vez mais relevante para diversos setores da economia, incluindo o varejo. Isso porque a IA pode ser utilizada para melhorar a eficiência e a experiência do consumidor, além de oferecer novas possibilidades de análise de dados e otimização de processos.

Uma das principais aplicações da IA no varejo é o uso de *chatbots* e assistentes virtuais para atendimento ao cliente. Essas ferramentas permitem que os consumidores obtenham respostas rápidas e eficientes para suas dúvidas e necessidades, sem a necessidade de interação humana. Isso ajuda a reduzir o tempo de espera e melhora a satisfação do cliente.

Além disso, a IA pode ser utilizada para personalizar a experiência de compra do consumidor. Com a análise de dados de compras anteriores e informações do perfil do cliente, é possível oferecer produtos e serviços que estejam mais alinhados com suas preferências e necessidades. Isso ajuda a aumentar as chances de venda e a fidelização do cliente.

A IA também pode ser utilizada para otimizar a gestão de estoque e a logística. Com a análise de dados de vendas e previsões de demanda, é possível ajustar a quantidade de produtos armazenados e programar entregas mais eficientes, reduzindo custos e aumentando a eficiência do negócio.

Por fim, a IA pode ser utilizada para a detecção de fraudes e para a segurança do ambiente de compras. Com a análise de padrões de comportamento de compra, é possível identificar transações suspeitas e prevenir possíveis fraudes. Além disso, a IA pode ajudar a garantir a segurança do ambiente de compras, identificando possíveis ameaças e evitando possíveis danos.

Em resumo, a IA é uma ferramenta cada vez mais importante para o varejo. Ela pode ser utilizada para melhorar a eficiência e a experiência do consumidor, além de oferecer novas possibilidades de análise de dados e otimização de processos. Os varejistas que souberem utilizar essa tecnologia de forma estratégica terão uma vantagem competitiva no mercado, aumentando suas chances de sucesso e crescimento.

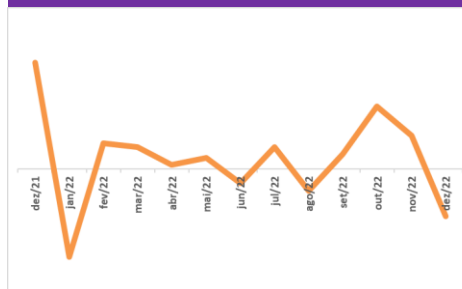
Este texto até o último parágrafo acima foi escrito pela plataforma Chat GPT de Inteligência Artificial. Apenas solicitamos à plataforma um texto em Português e que expusesse a importância da IA para o varejo. Foram exaustivos 15 segundos até que o texto fosse entregue no formato apresentado acima. Ainda resta alguma dúvida em relação à relevância que a IA assume não só para o varejo, mas para todas as atividades humanas?

Indústria



Pesquisa Industrial Mensal – Produção Física - IBGE

Em Dezembro de 2022, a Indústria decresceu 1,3% em comparação com Dezembro de 2021. O crescimento acumulado em 2022, até Dezembro é de -0,7%.



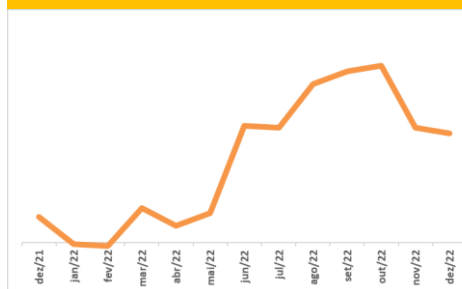
As influências positivas mais importantes foram assinaladas por vestuário (8,0%) e produtos farmacêuticos (9,0%).

Serviços



Pesquisa Mensal de Serviços - IBGE

O indicador de serviços cresceu 6,0% em Dezembro de 2022 frente a Dezembro de 2021. A taxa anualizada passou para 8,3% em Dezembro.



Ganhos mais significativos em transportes (2,5%) e outros serviços (10,3%).