

Projeções para 2020

Tendências do marketing digital

Até 2023, mais de 50% dos orçamentos em publicidade devem ser alocados para o ambiente online. Enquanto mercados mais maduros já estão consolidados, o Brasil ainda tem um espaço considerável para crescer tanto em acesso como nas mídias. O País já é o sétimo mercado do mundo em marketing digital e deve fechar o ano movimentando algo perto de US\$ 18 bilhões nessas plataformas



Segundo um levantamento do veículo de comunicação especializado em ações de mídia digital Adaction, o marketing de performance – estratégia do meio digital focada na conquista de melhores resultados por meio do uso de dados – já consome, em média, R\$ 8 milhões ao mês das verbas de marketing dos bancos tradicionais brasileiros, por exemplo.

Este volume representa um crescimento de 40% em relação ao que era aplicado em 2018 e consolida este tipo de estratégia como uma das grandes armas na disputa entre as instituições financeiras tradicionais e as fintechs. Mas não é só o mercado financeiro que movimenta o mercado e algumas tendências devem crescer em 2020 entre todas as indústrias. Veja algumas delas:

On Demand – O perfil dos consumidores mudou. Oferecer o serviço sob medida, conforme a necessidade do cliente, por meio de múltiplos formatos de conteúdo para diferentes públicos, como já ocorrem com os filmes, por exemplo, será essencial para os negócios. E isso vai depender cada vez mais de tecnologias como a programática.

Mídia Programática – Gerar dados que permitem aos profissionais do marketing entender o perfil dos consumidores para então definir quem são os potenciais clientes. É essa segmentação inteligente que fornece os subsídios para criação de mensagens personalizadas. Assim, se direciona a melhor mensagem ao canal mais adequado e, ao consumidor com maior chance de compra. Isso também garante a comprovação do

retorno sobre o investimento, permitindo mensurar os resultados finais de cada ação com precisão.

Realidade Aumentada – Embora ainda no início, o potencial para os próximos anos são enormes. De acordo com o relatório de Realidade Virtual e de Realidade Aumentada nos negócios da Digi-Capital, o mercado de RA/RV alcançará US\$ 180 bilhões até 2021. Por ser uma tecnologia mais “simples”, a RA ficará com uma fatia de US\$ 108 bilhões.

Robotização – A robotização deve impactar todos os processos produtivos de uma empresa, da produção ao atendimento. É muito comum vermos chatbots e outros robôzinhos em sites corporativos. Atuando em conjunto com a Inteligência Artificial, a robotização é sinônimo de agilidade em diversas atividades corporativas.

Conteúdo educativo e pago – Cada vez mais as pessoas buscam infoprodutos como e-books e cursos online porque querem aprender mais, obter conhecimentos e saberes úteis a algum propósito que possuem. E não se importam em pagar por isso. Assim, o conteúdo pago é uma modalidade cada vez mais comum e disponibilizada até mesmo por site de empresas.

A estratégia é sempre prezar pela qualidade e oferecer gratuidade, bem como dar opções de conteúdo pago para o aprofundamento, sempre dentro de uma estratégia bem construída.

Fonte: Adaction.

Projeções apontam para uma melhora da economia neste ano

Etore Frederici (*)

A DuPont deu início a 2020 com o objetivo claro de que este será o seu melhor ano no Brasil.

Essa ideia não é apenas um sentimento ou uma intenção, mas uma meta que começa a tomar forma

após anos de estratégia que culminam neste momento especial da empresa no país. Em 2019, a DuPont passou a operar de forma independente, separando-se da holding DowDuPont, e tornando-se uma empresa de materiais especializados. Esse marco veio deixar claro nosso papel de fornecer as melhores soluções em uma infinidade de áreas em escala global.

No Brasil, a DuPont reforçou essa vocação ao reformular processos. Por exemplo, na área de área de segurança e construção, globalmente chamada de Safety & Construction (S&C), que contempla o portfólio de soluções para segurança do trabalho, demos início a uma nova estratégia para nos aproximarmos do usuário final dos EPIs, com mensagem e ação focadas na proteção ideal dos trabalhadores de acordo com as especificidades de cada segmento industrial.

Essa aproximação nos permitirá agilidade no recebimento de insights de clientes, garantindo soluções cada vez melhores e mais personalizadas. Também estamos reformulando plataformas digitais informativas da DuPont, como o DuPont™ SafeSPEC™, ferramenta que oferece dados sobre a proteção mais adequada para os trabalhadores, e o Falando de Proteção, blog com novidades sobre o setor.

Preparamos para este ano um novo portfólio de soluções e daremos sequência a lançamentos e eventos/premiações consolidados no mercado, como o Prêmio Saúde e Segurança do Trabalhador, que valoriza iniciativas que salvam vidas e entrará em sua décima edição neste ano.

Por fim, as projeções econômicas apontam para uma melhora ainda maior da economia do Brasil em 2020, o que nos traz a confiança de que devemos dar sequência com força total a nossos projetos e investimentos no país. Continuaremos a gerar valor aos clientes e prosperidade aos colaboradores, rumo a um mundo mais justo, inclusivo e sustentável.

Inovação, segurança e qualidade estão e estarão sempre presentes em nossos processos.

(*) - É líder do negócio de Safety & Construction no Brasil e Diretor de Vendas de DuPont Personal Protection para América Latina.

Um ano de muitas possibilidades

Leandro Santos (*)

Reprodução Youtube



Leandro Santos durante palestra na 26ª Semana da Engenharia, Arquitetura e Tecnologia de 2019.

Antes de falar de 2020 vamos falar sobre 2019. Como passou rápido! Quase não deu tempo de respirar.

Foi um ano em que nosso país e o mundo passaram por várias mudanças. Muitas delas, afetaram nosso negócio, outras ainda reverberam por aqui. Um exemplo foi a Lei da Informática, marco legal que orienta a produção de eletroeletrônicos no Brasil, que acabou de passar pela maior reformulação desde que foi criada; agora a forma de produzir e os investimentos em pesquisa e desenvolvimento foram remodelados, devido a uma disputa na organização mundial do comércio (OMC).

Além desta mudança, ainda existe uma expectativa de que outras, relativas a uma racionalização dos impostos, principalmente nos que incidem sobre a produção, devem continuar ocorrendo em 2020. No mundo, a guerra comercial entre Estados Unidos (EUA) e China criou uma instabilidade enorme no mercado, fazendo a cotação do dólar flutuar excessivamente e, esta “guerra” também abriu espaço para que a produção mundial se transformasse; vemos um grande fluxo de produção migrando da China para outros países, principalmente Índia, Malásia e México.

Através desta disputa entre EUA x China, uma onda protecionista iniciou uma grande transformação nas condições de comércio mundial, forçando países a buscarem outras formas de se relacionar com seus parceiros de negócios. Realmente 2019 foi um ano difícil.

Na Flex, usamos as dificuldades para fortalecer cada um dos nossos negócios: o FIT passou por uma reestruturação e agora conta com 3 áreas de atuação (P&D, Product Innovation Center e Serviços), iniciamos a operação do corredor logístico em Manaus; na manufatura fizemos investimentos significativos em melhoria do nosso parque de máquinas e em automação, na área de serviços aumentamos o volume de negócios no Panamá, consolidamos nosso site de venda direta (afabrica.com) e aumentamos a capacidade de reciclagem e inovação do Sintronics.

Tudo isso ao mesmo tempo em que criamos o mais amplo programa de auto desenvolvimento para nosso time. Investimos na criação do espaço de compartilhamento de conhecimento e no centro de capacitação e treinamento em sustentabilidade e tecnologias avançadas. Nosso ecossistema é hoje uma referência nacional e mundial em manufatura de eletrônicos

sustentável, certificado Zero Waste e um lugar onde cada um pode, por meio de seu esforço individual e coletivo, de maneira voluntária, fazer a diferença.

Como reconhecimento, recebemos o selo Social em Sorocaba, uma menção honrosa da ONU Mulheres e outra da FIESP, dois prêmios destaque no setor automotivo, entre outros. Nada disso seria possível sem a vontade de cada um de nossos colaboradores em fazer acontecer e, para fechar o ano, fomos certificados pelo GPTW (Great Place to Work)!

Todo esse movimento externo, assim como a instabilidade interna criaram um ambiente muito desafiador e quase impossível de planejar. Mas a Flex chegou ao final de 2019 firme e forte. Nossos colaboradores, nossa maior riqueza, demonstram muita disposição para encarar este novo ano e fazer de 2020 um ano excepcional.

Um ano no qual os investimentos que fizemos em nossa operação e na expansão de nossos serviços poderá florescer, trazendo crescimento e oportunidades e assim continuar gerando valor e vantagem competitiva para nossos clientes.

2020 começa de maneira bem positiva onde podemos enxergar alguns sinais promissores: a taxa de juros no Brasil é a menor da história, em 4,5%, a inflação está sob controle e um programa de investimentos em infraestrutura, principalmente na área de saneamento e transporte está sendo anunciado pelo governo como prioridades. Isso cria uma perspectiva de crescimento econômico e geração de empregos.

Depois de longos anos de recessão e instabilidade, essa é uma ótima notícia e uma real possibilidade de nossa economia voltar a crescer de forma mais rápida, de maneira mais robusta e sustentável. Na Flex, que completará 20 anos de Brasil, estamos bem otimistas para 2020 e vamos investir muito na expansão de nossos negócios e no desenvolvimento de nossas pessoas.

Acreditamos que a conectividade, a inteligência artificial e a indústria 5.0 – que une o ser humano, as máquinas e o planeta – serão cada vez mais necessárias nos próximos anos e 2020 será o ano de posicionar o Brasil como um país capaz de produzir tecnologias e liderar estas mudanças que serão responsáveis pelas próximas transformações que veremos no mundo.

Em 2020 vamos continuar nos desafiando todos os dias a construir este Brasil NOVO, inovador, inclusivo e sustentável.

(*) - É VP de Operações, Flex Brasil.