

## PRÊMIO DESIGN JOVENS TALENTOS 2021

**Reflexões: Tendências e futurologia, criação, consumo consciente e compra online.**

A medida que estamos desenvolvendo o projeto do Prêmio, consideramos que seja necessário fazer algumas reflexões que estabeleçam uma solução criativa e que atenda a alguns fatores que, no universo do design, se tornam imperiosas para uma proposta que atenda o conceito de **Transformar**.

Com isso, aqui estamos: atentos e utilizando fontes de informações tais como o SEBRAE para que você possa fundamentar sua proposta e levar em consideração os itens abaixo relacionados.

---

A pandemia do coronavírus pegou a todos de surpresa. São meses de desafios e adaptações para as empresas, empresários e colaboradores.

Os consumidores também foram afetados por essas mudanças, o que gerou um novo padrão de comportamento. Então, afinal, o que esperar? O que muda no pós-pandemia? Como as mudanças afetam os negócios?

Não sabemos quão profundo e duradouro serão os efeitos desse período no cenário econômico e no mercado consumidor, mas precisamos estar preparados para o futuro.

**Confira algumas tendências e se prepare para esse novo momento.**

### **Experiência de consumo virtual**

Mesmo antes da pandemia, os consumidores já buscavam em suas experiências um valor diferencial, capaz de despertar novas relações com um produto ou serviço. Essa transformação ganhou força nos últimos meses e reforçou a importância da ideologia de status de uma marca ou empresa postada nas redes sociais.

A presença online se tornou um canal de contato direto com os clientes. Além de se fazer presente para vendas, demonstrar os valores empresariais gera respostas. A ideia é mostrar que, mesmo com as relações de consumo prejudicadas pela crise, há uma preocupação com o bem-estar do seu público, e assim gerar uma relação de confiabilidade e empatia. Essa presença digital deve se fortalecer cada vez mais no pós-pandemia. A experiência comunicada de forma virtual conquista novos clientes e cria a expectativa de uma nova vivência por meio do consumo do serviço ou produto.

### **Consumo responsável e consciente**

As incertezas sobre o futuro, a redução da renda de muitas famílias e a preocupação maior com questões ligadas à saúde geram um novo padrão de consumo, mais consciente e responsável. Bens essenciais entram na lista de prioridades, mas essa noção do que é essencial varia de cliente para cliente. A decisão de consumo leva ainda em consideração outros fatores, como a flexibilização na compra e a rapidez na entrega.

## PRÊMIO DESIGN JOVENS TALENTOS 2021

Por isso, as empresas precisam ter cada vez mais atenção à forma de comunicar os seus valores, fazendo isso de maneira clara. E, ainda, conhecendo o que é valor e o que é fator de consumo para cada perfil de cliente, gerar a experiência individual de consumo responsável e consciente em suas vendas.

### **Avanço do virtual**

Alguns padrões de consumo virtual já estavam em alta, mas a pandemia trouxe novas experiências que devem permanecer após esse período, como é o caso de consultas médicas, educação e ensino, e atividades de bem-estar e lazer. Os canais digitais e plataformas de streaming também ganharam força para práticas como leitura, filmes, músicas e exercícios.

A presença das empresas no digital deve ser avaliada. Em muitos casos pode haver uma migração parcial ou total, dependendo da natureza do negócio. As lojas físicas também precisam estar estruturadas para trabalhar de forma interligada com o cliente digital. Ao ingressar no meio online, as empresas devem estar preparadas para gerar experiências atrativas e tão positivas e vantajosas quanto as presenciais.

### **Descentralização de consumidores**

A busca por uma melhor qualidade de vida já era uma tendência, e se efetivou com as mudanças na rotina impostas pela pandemia. Estar nos grandes centros se tornou algo mercadologicamente não essencial, visto que empresas e profissionais liberais se adaptaram ao modelo de trabalho a distância. Essa certamente é uma mudança que irá gerar alterações nos padrões de consumo, como já é visto através da redução das compras presenciais.

Com a migração de trabalhadores para centros menores, as compras online serão impulsionadas. Empresas físicas e digitais precisarão ajustar sua logística para atender de forma ágil e eficiente um público cada vez mais descentralizado e distante das grandes capitais e centros urbanos.

### **Saúde e qualidade de vida**

Com a pandemia, os olhos se voltaram cada vez mais para as questões ligadas à saúde. A prática regular de exercícios físicos, alimentação saudável e novos hábitos surgiram. A busca por uma saúde mental equilibrada também faz parte desse novo processo. E essa preocupação com o corpo e a mente tende a continuar.

Mesmo os negócios que não têm relação direta com o segmento da saúde são capazes de se adequar no sentido de estimular práticas que gerem qualidade de vida. As empresas podem colaborar de forma direta ou indireta, seja através de suas atividades, como a comercialização de produtos e serviços relacionados à saúde e bem-estar, ou gerando informações e conteúdo que valorizem e estimulem práticas benéficas a um estilo de vida saudável.

### **Flexibilização do local de trabalho**

Com as regras de isolamento social, grande parte da população passou a realizar vários tipos de atividades em casa. Dentre elas, o trabalho remoto. Tais mudanças trouxeram para as empresas uma nova visão sobre o home-office e suas vantagens, como custos operacionais reduzidos e aumento da produtividade. Este último fortemente ligado à melhora da qualidade de vida, já que os funcionários gastam

## PRÊMIO DESIGN JOVENS TALENTOS 2021

menos tempo com deslocamentos e ganham mais tempo para o descanso e lazer. A redução de custos com transporte e alimentação também conta positivamente.

Por isso, há uma forte tendência de que essa mudança no modo de trabalho influencie muitas empresas, adotando o home-office como modelo principal ou gerando uma flexibilização, permitindo tanto o trabalho remoto quanto o presencial. Cada empresa deve avaliar as vantagens e desvantagens de acordo com a natureza de cada negócio.

---

Esperamos que com estas reflexões iniciais o seu projeto atenda estes pré-requisitos indispensáveis no contexto atual do design.

Até nosso próximo encontro na próxima semana.

Atenciosamente,

**Prof. Eddy**

*Curador do Prêmio Design Jovens Talentos*

Participe também do grupo no Facebook, lá todos podem tirar suas dúvidas, conversar com outros participantes e ficar de olho nas novidades: <http://bit.ly/FacebookPremioDesign>

Ficou com alguma dúvida? Envie um e-mail para [premiodesign@unibescultural.org.br](mailto:premiodesign@unibescultural.org.br)