

Um guia prático para
impulsionar o negócio
de sua cooperativa
durante a pandemia.



COVID-19

Mapear tendências:

dicas para planejar o futuro de sua cooperativa

Como se preparar para um mundo em transformação.



© “novo normal”





O que já sabemos

Desde a declaração de pandemia feita pela Organização Mundial da Saúde (OMS), a consultoria McKinsey tem ouvido centenas de pessoas no intuito de rastrear os novos hábitos pessoais e profissionais decorrentes do isolamento.

A tendência mais marcante observada é a reflexão pessoal sobre o que é, de fato, **essencial**. Conforme o estudo, foi o maior tempo de convivência familiar e a restrição nos deslocamentos que levou as pessoas a reavaliarem a maneira como suas vidas estavam estruturadas.



PONTO DE VISTA PESSOAL:

- + Aprofundamento das relações pessoais:** embora as pessoas sempre tenham afirmado que a família era prioridade, isso não era traduzido na forma de tempo dedicado, o que é uma realidade agora.
- + Ressignificação sobre o que traz felicidade:** exceto pela parcela de pessoas que depende de renda obtida diariamente, há uma tendência generalizada de desaceleração profissional por parte de pessoas que perceberam que podem viver com menos dinheiro e, conseqüentemente, menos consumo. Algumas pessoas têm reavaliado o valor do trabalho em suas vidas, dando atenção ao que realmente traz alegria para elas.
- + Saúde como prioridade:** o estudo identificou o crescimento de uma mentalidade que coloca a saúde em primeiro lugar em países, realidades sócio-econômicas e idades distintas.

Essas tendências são relevantes porque traduzem comportamentos. É possível olhar para elas e antecipar o tipo de escolha que as pessoas irão fazer quando o “novo normal” se consolidar. Afinal, conclui a McKinsey, é bem pouco provável que a sociedade como um todo retorne à maneira como as coisas eram feitas antes.

PONTO DE VISTA PROFISSIONAL:

- + **Propósito:** preferência cada vez mais acentuada por trabalhar e consumir de organizações baseadas em propósito e não somente em lucro, o que representa uma potencial oportunidade para cooperativas, que são organizações focadas em propósito ao contribuírem para o desenvolvimento sustentável das comunidades em que estão inseridas.
- + **Flexibilidade:** disposição a novos *trade-offs*, como trocar altos salários por mais flexibilidade, menos deslocamento e um ritmo menos intenso de trabalho, entre outras trocas
- + **Equilíbrio:** resistência a trabalhar em organizações que não aplicam na prática iniciativas para proporcionar equilíbrio entre vida pessoal e trabalho

Para ter acesso a mais informações sobre este estudo, leia



o **artigo da McKinsey** e os demais estudos da consultoria.

AO LONGO DESTA E-BOOK, TAMBÉM EXPLORAREMOS RESULTADOS IMPORTANTES DE PESQUISAS REALIZADAS POR DELOITTE, WGSN, GOOGLE E OUTRAS FONTES.



Mudanças nos hábitos de consumo

Pesquisa conduzida pelo Google mostra que houve impactos imediatos nos hábitos de consumo em todos os níveis da pirâmide de necessidades: sociais, aspiracionais, emocionais e funcionais.

O Google pontua, ainda, os principais impactos esperados para o pós-crise:

1

Aceleração da digitalização para ocupações fundamentais como trabalho e educação, além de hábitos como o culto religioso.

2

Aceleração da **confiança no digital** como canal de conversões: aumento das compras e uso de serviços on-line.

3

Consolidação de plataformas digitais de conteúdo e streamings em penetração e frequência.

4

Possível abalo nas relações familiares com **aumento do número de divórcios**, a exemplo da China, devido ao aprofundamento das relações pessoais.

5

Possível ganho de peso populacional e aumento de **problemas de saúde e emocionais** em consequência. Aumento de problemas de autoestima. Possível mudança em referenciais de beleza. Provável aumento na demanda por academias após o fim do isolamento devido à priorização da saúde.

6

Empobrecimento da população com pelo menos 50% gravemente impactado. Escassez e uso mais racional de recursos devem equilibrar a euforia por consumo por conta da demanda reprimida.

7

Criação de **maior consciência do coletivo** com alta taxa de compartilhamento de renda já acontecendo.

8

Urgência na **retomada de grandes decisões e planos**, assim como compra de bens duráveis.



Confira o estudo completo para saber mais sobre as **prováveis mudanças nos hábitos de consumo de acordo com o Google.**

An illustration of a person with dark hair and a question mark above their head, looking thoughtful. They are sitting at a desk with a laptop. The laptop screen shows a dollar sign inside a starburst shape. The person's hand is on a mouse. The background is a mix of purple and white with some orange lines.

Low touch economy

Do ponto de vista da oferta por parte das organizações, uma das tendências observadas é a Low Touch Economy. Esta tendência se resume como uma série de medidas de controle para lidar com as mudanças de comportamento das pessoas, que prioriza o distanciamento e a redução na necessidade de interações e contatos físicos no processo de consumo. Fazendo com que produtos e serviços sejam adaptados ou criados para atender essas novas demandas.

Há exemplos de iniciativas em praticamente todas as indústrias. Muitas delas já foram listadas pelo [**Board of Innovation**](#) e podem servir de inspiração para as cooperativas. Há, inclusive, um relatório em que é possível ter acesso a, além dos exemplos listados por segmento, um teste sobre o quanto sua cooperativa está pronta para a Low Touch Economy e quais iniciativas podem ser tomadas para preparar os negócios para esse novo normal.

Covid-19 como aceleradora de tendências

As tendências estão ligadas às primeiras manifestações de um determinado comportamento de consumo ou de uma necessidade emergente. Elas estão ligadas às mudanças em quaisquer setores: alimentação, transporte, saúde ou mesmo nos hábitos das pessoas.

Vivemos um período de grandes transformações e, segundo o futurista [**Jamie Metzl**](#) a magnitude do que vivemos, tem um paralelo com as inovações que surgiram na 2ª Guerra Mundial. E essas inovações tem transformado os comportamentos, indicando tendências de novos hábitos futuros.



A WGSN desenvolveu uma pesquisa em que coloca a Covid-19 como catalisadora global de mudanças. Da mesma maneira que a McKinsey, a entidade aposta em mudanças profundas na sociedade.

Por meio de pesquisa a empresa identificou o principal acelerador de mudanças sociais deflagrado pela pandemia e que precisa ser levado em consideração para a formatação de negócios alinhados à nova realidade mundial.

Este fator é composto por **ansiedade e medo**. Detectados já em 2017 como traços culturais da geração atual, a ansiedade e o medo estão presentes de forma ainda mais evidente nos consumidores.

Decorrentes deles, há uma tendência acentuada de aumento da preocupação com a saúde o bem-estar, além do fator financeiro. Nesse sentido, ganham espaço e visibilidade organizações capazes de gerar sensação de segurança e tranquilidade.

Este efeito, de acordo com o estudo, é alcançado por meio de transparência nas ações, além de certificações de qualidade e responsabilidade sócio-ambiental. Foi detectada, inclusive, intenção de pagar mais por produtos e serviços com essas características.

Para mais informações, bem como exemplos práticos de atitudes que têm sido tomadas por marcas ao redor do globo,



confira o **estudo completo**
realizado pela WGSN

Como planejar mudanças





A importância da resiliência organizacional

De acordo com estudo conduzido pela [Deloitte](#), tempos incertos demandam ainda mais resiliência por parte das organizações. É esta característica que as coloca em vantagem na criação e atendimento de tendências. Na prática, isso significa menos obstáculos para captar tendências de maneira prematura e promover rapidamente as mudanças necessárias para endereçá-las.

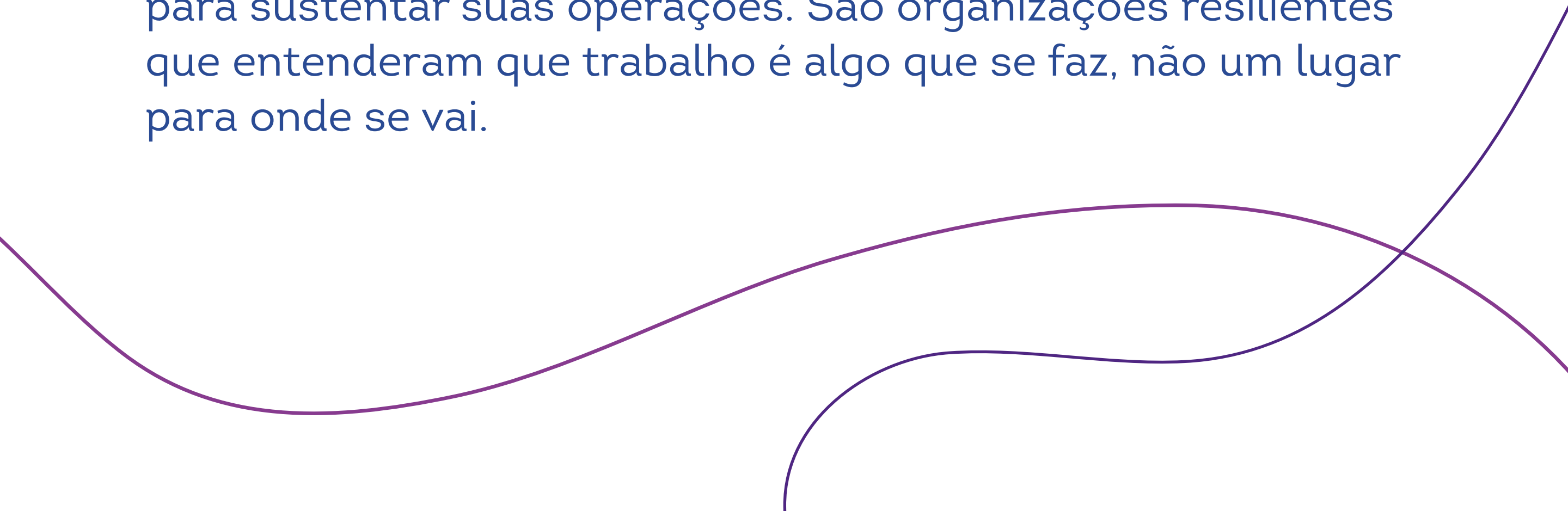
Para a consultoria, é simples perceber isso a partir da necessidade urgente que as organizações enfrentaram de colocar os colaboradores para trabalhar a distância.



O QUESTIONAMENTO FEITO PELA DELOITTE É:

O que isso significou para o seu negócio? Caso não seja uma demanda temporária, mas permanente, como sua organização vai continuar a criar valor neste novo ambiente de negócios?

O estudo aproveita para pontuar que organizações que já haviam se antecipado às tendências de mudança nas formas de trabalho - há muito aventadas - estão melhor posicionadas para sustentar suas operações. São organizações resilientes que entenderam que trabalho é algo que se faz, não um lugar para onde se vai.



O papel da liderança frente às transformações

Para a McKinsey, o momento atual representa o principal desafio para as lideranças. E, de acordo com a consultoria, os pequenos hábitos diários dos líderes têm potencial para capitalizar a transformação neste olhar para o futuro. Os líderes têm o papel de orientar a estratégia e, por isso, precisam estar atentos aos sinais das tendências para guiar seu time.

AS RECOMENDAÇÕES
SÃO ORGANIZADAS
EM 3 FRENTES:

1. CUIDANDO DE SI MESMO

O líder precisa assegurar sua própria saúde física e mental. As recomendações são:

- Reabasteça mente e corpo, encontrando tempo para si mesmo
- Saia do solidão inerente à liderança e procure conversar com pessoas que sejam francas, honestas e diretas com você, incluindo família e amigos
- Adapte seu modelo operacional pessoal, investindo em estratégias para gerenciamento de tempo



2. APROVEITANDO O MOMENTO

A crise atual não deixa de ser uma oportunidade de aprendizado e desenvolvimento. Para tanto:

- Ajuste a narrativa e aproveite para se aproximar dos times operacionais e outras camadas da hierarquia organizacional
- Crie atos simbólicos e dê o exemplo das atitudes que tem tomado na pandemia
- Mobilize as pessoas e aproveite a nova onda de engajamento dos times

3. POSICIONANDO-SE À FRENTE

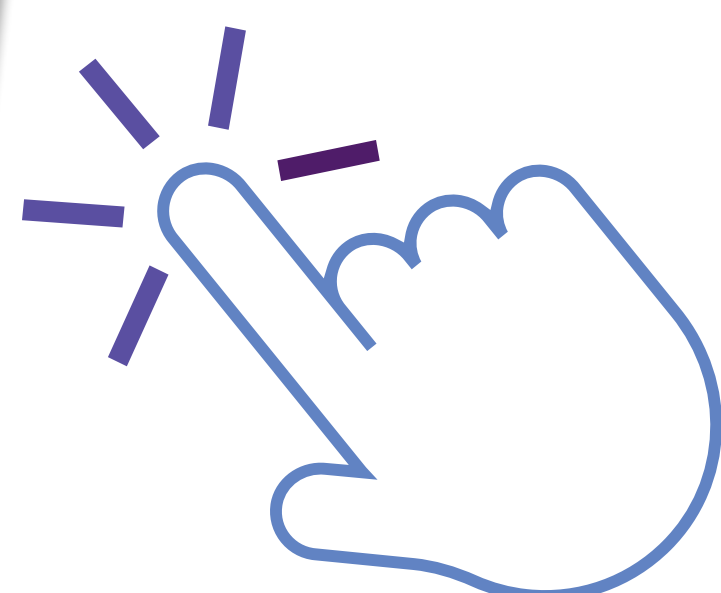
Para ser cada vez mais eficiente, é preciso olhar à frente dos obstáculos e decisões diárias, pensando e planejando com olhos para o longo prazo.

- Sintonize os stakeholders, proporcionando mais autonomia aos colaboradores e aumentando a transparência entre as camadas organizacionais
- Mantenha o olhar no final do jogo e aproveite o momento para reconstruir estruturas e processos, ressignificando a visão de futuro



Para saber mais sobre os desafios e oportunidades existentes nesse momento, confira o **artigo completo da McKinsey**.

VEJA TAMBÉM O
NOSSO E-BOOK
SOBRE
“**COMO SER UM
LÍDER INOVADOR**”



Ferramenta: como planejar e decidir em tempos de incerteza?

Num contexto em que as mudanças tendem a acontecer cada vez mais rapidamente e sem aviso, mais importante do que antecipar movimentos a partir de análises de cenários, é ser capaz de se adaptar rapidamente.

É o que afirma a futurista e analista de tendências tecnológicas Amy Webb no artigo “**How Futurists Cope With Uncertainty**” ou “Como futuristas lidam com a incerteza”, publicado no Medium. Para ela, “Sua meta agora não é fazer previsões, mas se preparar para o que vem em seguida. Precisamos mudar nosso mindset de ‘fazer previsões’ para ‘estar preparado’”.

Para isso, ela recomenda o uso de uma ferramenta chamada “Eixos da Incerteza”.

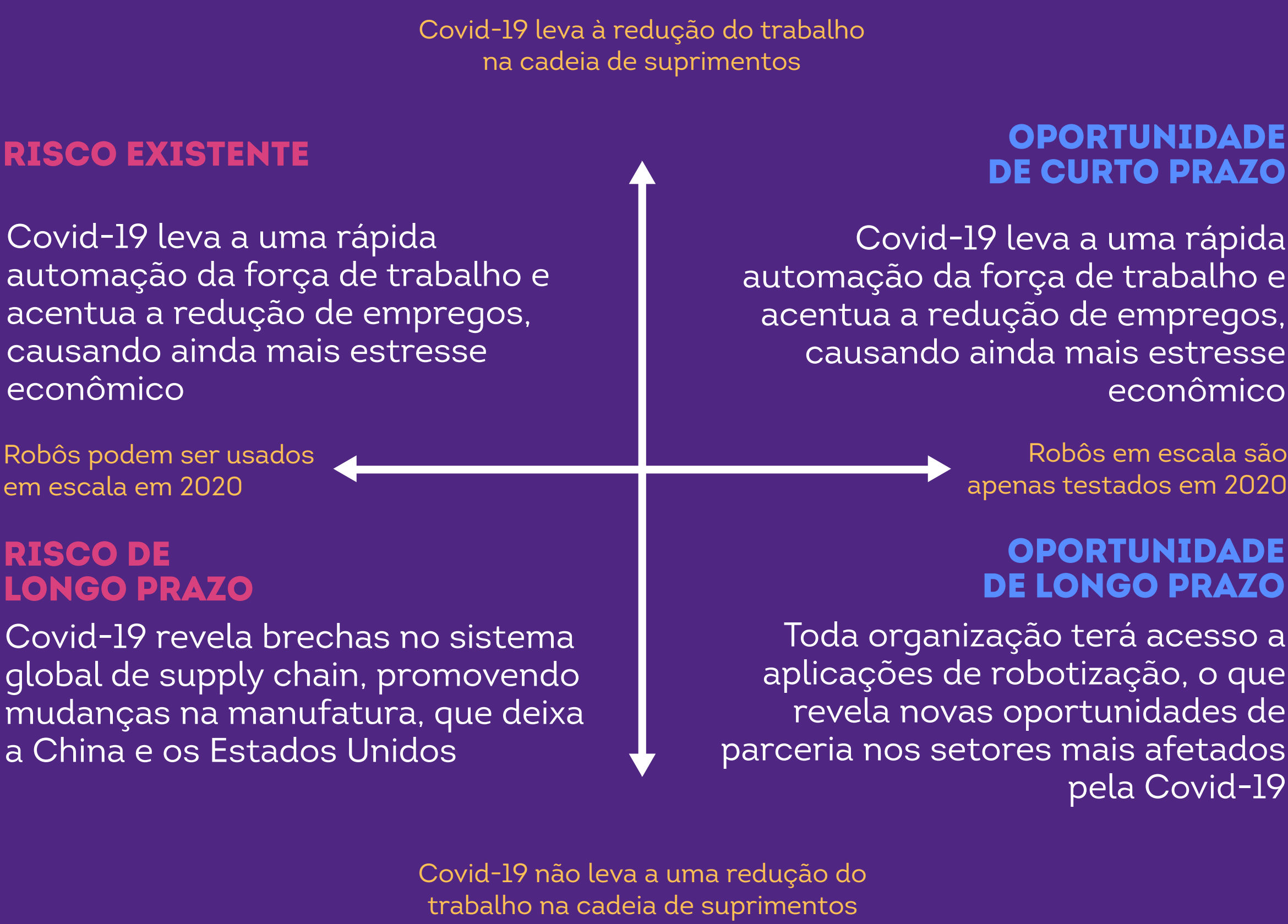


COMO DECIDIR A PARTIR DOS EIXOS DA INCERTEZA

A ferramenta cria uma matriz de 2 x 2, sendo que os eixos representam consequências possíveis para cada decisão. Para chegar ao modelo adequado, Webb recomenda seguir o passo a passo:

- 1. Liste as principais incertezas externas
- 2. Liste as principais incertezas internas
- 3. Selecione quatro incertezas e as coloque em lados opostos de cada eixo
- 4. Escreva um resumo sobre o cenário futuro imaginado no caso da incerteza se concretizar
- 5. Rotule cada quadrante como:
 - a. Oportunidade de curto prazo
 - b. Oportunidade de longo prazo
 - c. Risco de longo prazo
 - d. Risco existente

O RESULTADO SERÁ UMA IMAGEM SEMELHANTE A ESSA:



6. Defina as ações a serem tomadas.

Uma vez que os “futuros plausíveis” foram identificados, é preciso planejar alguma ação. Pode ser simples e fácil: se revelou uma oportunidade em potencial, faça mais pesquisas e explore a ideia com mais profundidade. Se revelou uma possível ameaça, converse com seus colegas e continue a pesquisar e desenvolver o cenário para entendê-lo a fundo. Adquirir o hábito de realizar ações incrementais e fazer pequenas apostas é uma boa maneira de lidar com um futuro em transformação.

Amy reforça que, este trabalho pode ser a base para desenvolver um cenário de um setor. Ele pode ser a base da construção de um planejamento estratégico de curto ou longo prazo para sua cooperativa.



Confira o **artigo completo para instruções detalhadas e ilustradas sobre como aplicar a ferramenta na prática.**



Como mapear tendências



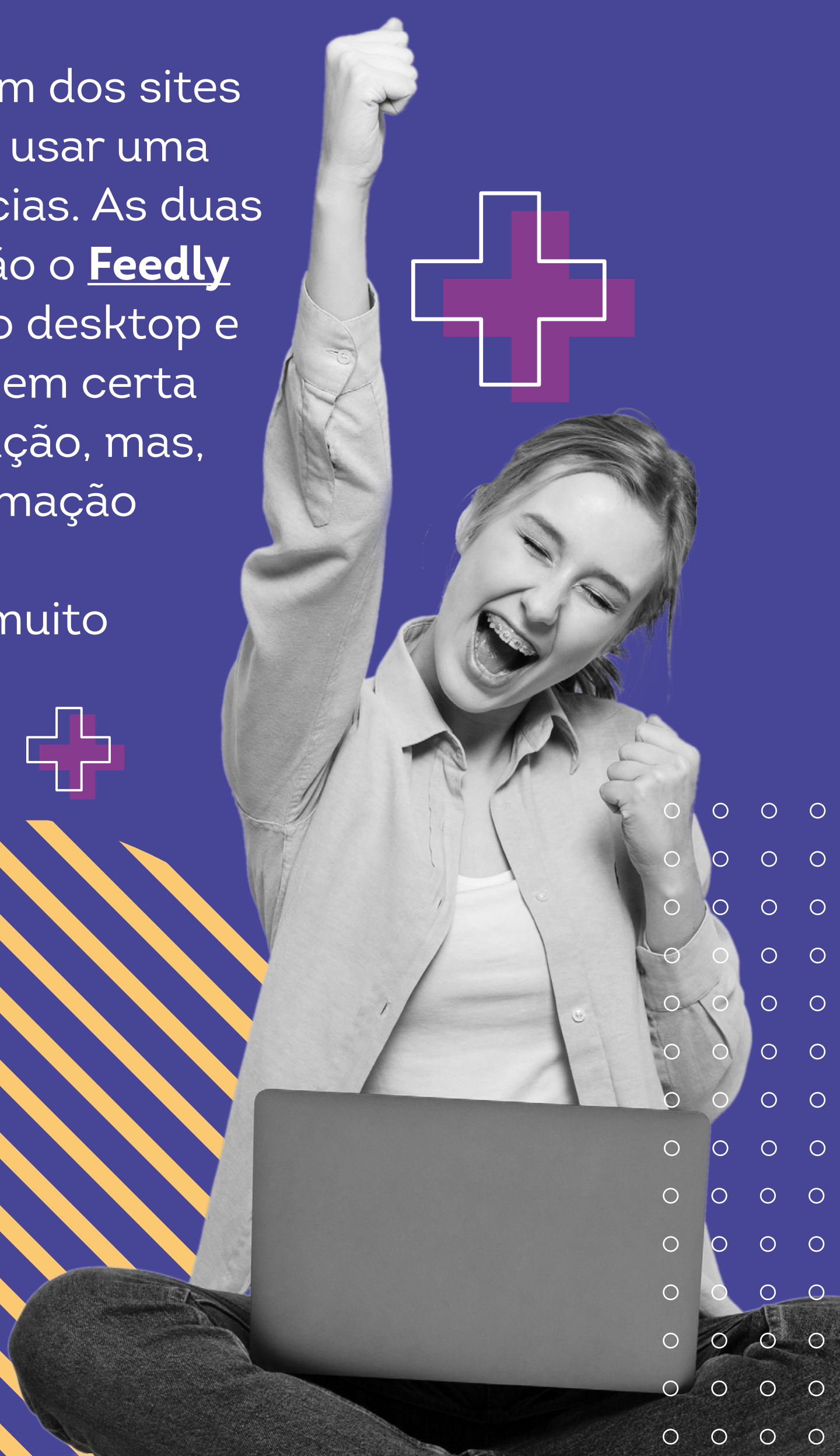
ATUALIZE SEUS CONHECIMENTOS

A lição mais importante que fica para as cooperativas é: **estejam preparadas para as mudanças**. Ao estar sempre antenado com as tendências e contar com processos internos para mapear tendências, a cooperativa promove inovação contínua. Dessa maneira, entendem para onde estão se encaminhando as tendências em produção e consumo e podem aplicar de maneira mais ágil aos seus negócios.

Tudo isso se traduz no conceito conhecido como lifelong learning, que significa, literalmente, aprender ao longo de toda a vida. Podemos entender esse conceito como uma aprendizagem continuada, considerada importante por proporcionar atualização constante às pessoas e aos profissionais e, dessa forma, promover desenvolvimento e incremento no desempenho.

Colocar esse conceito em prática envolve organização interna, a capacitação constante e uso de ferramentas como os eixos de incerteza. Envolve, ainda, a atenção constante às transformações e tendências. E, para isso, nada melhor do que ficar de olho nas principais referências do mundo. Listamos algumas para você.

Para não precisar visitar cada um dos sites diariamente, a recomendação é usar uma ferramenta agregadora de notícias. As duas mais conhecidas no mercado são o **Feedly** e o **Flipboard**. Existem na versão desktop e app para dispositivo móvel. Exigem certa dedicação inicial para configuração, mas, depois que seus canais de informação preferidos estiverem listados, acompanhar as novidades fica muito mais fácil e produtivo.



PARA ESTAR SEMPRE PREPARADO PARA O FUTURO,
PROCURE ACOMPANHAR RELATÓRIOS E NOVIDADES
QUE SÃO PERIODICAMENTE PUBLICADOS POR:

CONSULTORIAS

- + [McKinsey](#)
- + [Deloitte](#)
- + [Accenture](#)
- + [Stylus](#)
- + [Mintel](#)
- + [WGSN](#)
- + [Trend Watching](#)
- + [Wunderman Thompson](#)
- + [Board of Innovation](#)

REPOSITÓRIOS E VEÍCULOS DE INFORMAÇÃO

- + [Medium](#)
- + [Forbes](#)
- + [Tech Trends](#)
- + [TechCrunch](#)
- + [The Economist](#)
- + [Covid Innovations](#)

CONTEÚDOS ENDOSSADOS POR UNIVERSIDADES

- + [Harvard Business Reviews](#)
- + [MIT Technology Review](#)
- + [Singularity Blog](#)

É claro que esta lista poderia ser maior. Trouxemos aqui uma amostra de boas fontes de referência quando o assunto é se manter atualizado. Assim, você pode começar com este novo hábito.

Além disso, procure identificar profissionais que sejam referência nos segmentos em que você atua. Os grandes influenciadores são colaboradores assíduos do [LinkedIn](#) e podem ser seguidos por lá.

Não deixe de ficar ligado nas novidades que a OCB está preparando. Uma delas é a **plataforma InovaCoop**, que será lançada neste mês. O site vai organizar as principais iniciativas de inovação no cooperativismo, trazer muito conteúdo e ferramentas para ajudar as cooperativas e os profissionais ficarem antenados com relação às tendências. Fique atento às nossas redes sociais para se informar sobre o lançamento.

ESTEJA PREPARADO PARA MUDAR E INOVAR!

inova **coop**



sistemaocb

Conteúdo desenvolvido em parceria com

coonecta
COOPERATIVISMO E INOVAÇÃO