

O Novo Consumidor Brasileiro

Eduardo Terra

Diretor Geral da UBS– Escola de Negócios

Vice-Presidente do IBEVAR – INSTITUTO BRASILEIRO DE EXECUTIVOS DE VAREJO





Agenda da Palestra

- ✓ *Um marco histórico: 1994/2012*
- ✓ *Quem é o novo consumidor brasileiro ?*
- ✓ *O que ele busca ?*
- ✓ *Perguntas e Debate*

Um Marco Histórico
No mercado de consumo
brasileiro

1994-2012

O MERCADO DE CONSUMO EM UM PASSADO RECENTE (1994)



O MERCADO DE CONSUMO PRESENTE (2012)



O Novo consumidor brasileiro

Quem é o consumidor brasileiro moderno?

[exame/ edição impressa/economia](#)

O retrato dos novos consumidores brasileiros

O Brasil passa por uma transformação sem precedentes no perfil de seus consumidores -- são eles que ditarão as regras de um mercado próximo de chegar a 1 trilhão de dólares por ano



Germano Lüders

Por Fabiane Stefano, Larissa Santana e Marcelo Onaga | 17.04.2011

Revista EXAME - Com 190 milhões de habitantes espalhados no quinto maior território do planeta, o Brasil é saudado em seu hino como um "gigante pela própria natureza".

ENVIAR POR EMAIL

IMPRIMIR

COMPARTILHAR

Tamanho da letra: A

Depois de uma longa e tenebrosa hibernação, parece que o gigante começou a se mexer -- e, quando um país desse tamanho resolve sair do lugar, a repercussão costuma ser

mundial. É o que se vê atualmente. Crescimento econômico acima de 4% ao ano, multiplicação de empregos, acesso ao crédito e elevação da renda estão reproduzindo no país um fenômeno típico de sociedades avançadas: a criação de um mercado consumidor em massa, forte e cada vez mais complexo. Milhões de brasileiros têm aproveitado o bom momento da economia para experimentar, pela primeira vez, as delícias do consumo -- e milhões de outros esperam, ansiosos, a sua vez chegar. De acordo com um estudo feito exclusivamente para EXAME pelas consultorias Bain & Company, de estratégia empresarial e Euromonitor, de pesquisa e inteligência de mercado, o consumo anual no Brasil deve

190 milhões de habitantes

114 milhões os brasileiros que podem ser considerados consumidores

The screenshot shows the website for EXAME magazine. At the top, there is a navigation bar with the Abril.com logo and various menu items like 'Notícias', 'Especials', 'Opinião', 'Saúde', 'Hobby', and 'Novo site'. A search bar is also present. Below the navigation bar, the main header features the 'Portal EXAME' logo and a promotional banner for 'COMPRA AGORA TRAVELERS CHEQUES'. A secondary navigation bar includes categories like 'NOTÍCIAS', 'REVISTAS', 'BLOGS', 'MELHORES E MAIORES', 'INVESTIDOR', 'EXAME TV', 'ESPECIAIS', and 'SOBRE'. A search bar and a 'Logar' button are also visible.

The main content area features an article titled 'O retrato dos novos consumidores brasileiros' (The portrait of new Brazilian consumers). The article text reads: 'O Brasil passa por uma transformação sem precedentes no perfil de seus consumidores -- são eles que ditarão as regras de um mercado próximo de chegar a 1 trilhão de dólares por ano.' Below the text is a small image of a family and a photo credit: 'Foto: Filipe de Moraes, Larissa Santana e Marcelo Onaga | 17.04.2008'. To the right of the article, there are social media sharing options: 'ENVIAR POR EMAIL', 'APROFUNDAR', and 'COMPARTILHAR'. Below these is a 'Tamanho de letra A A A' option.

On the right side of the page, there is a promotional box for Yahoo! with the text: 'Marcela adicionou notícias exclusivas, amigos e muito mais à sua home page do Yahoo!'. Below this is a button that says 'Clique e faça sua home page' and a purple banner that says 'É você que faz o novo YAHOO! BRASIL'.

At the bottom right, there is a section for 'Edição impressa' (Print edition) featuring the cover of 'EXAME TENDÊNCIAS 2008' magazine. The cover text includes 'EXAME TENDÊNCIAS 2008', 'Sua edição de edição', and 'Edições especiais'.



Nos últimos dois anos:

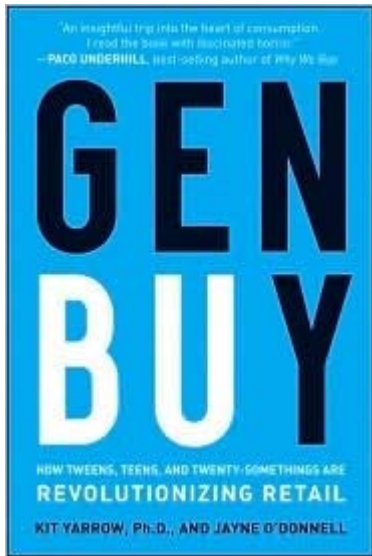
QUASE 30 Milhões
de pessoas



Pesquisa do Instituto Ipsos

Algumas questões econômicas relevantes :

- ***Bônus demográfico***
- ***Distribuição de renda – Classe média (70%)***
- ***Aumento de renda: normal e ampliada***
- ***Aumento/Complexidade da carga tributária***



NOVas gerações

Um novo consumidor



**Um breve histórico das
gerações
1946-2012**

Baby Boomers

Geração X

geração Y

1946

1964 1965

1979 1980

2000





1950
51
anos

2010
73
anos



O consumo na Terceira idade

São responsáveis por 10% do varejo físico e 50% do varejo virtual



77% dos idosos gasta entre R\$ 100 e R\$ 550 mensais no supermercado



80% têm algum tipo de renda



20% associa as compras a uma atividade de lazer



70% não compra por impulso, além de evitar comprar nos fins de semana



19 milhões dos brasileiros são idosos

Potencial de consumo da terceira idade é de R\$ 7,5 bilhões



72% saem de casa todos os dias

A renda média da aposentadoria é de R\$ 777,60





DINKS

GERAÇÃO Y

Essa parcela da população deve dobrar na próxima década.



No mercado imobiliário, os solteiros e os sem-filhos já representam 27% das vendas de imóveis novos. "

Paulo Secches, diretor da empresa de pesquisa TNS InterScience

Google™



**O PODER
DAS NOVAS
CINCO
FORÇAS
DA ECONOMIA**





// O caminho para a compra está mais complexo !

// Há uma quebra do modelo “tradicional” de Marketing

// Impulsos offline geram buscas online – off/on/off

// Ativação de marcas e experiências: Começa via WEB

// Smartphone: o companheiro nas compras

// Estar no Google é estar na cabeça das pessoas

// Compartilhar os momentos é mais relevante que vivê-los



// Um mundo de quatro telas

- ***TV, Tablet, Smartphone (27 Milhões no Brasil) e Notebook***



Brasil

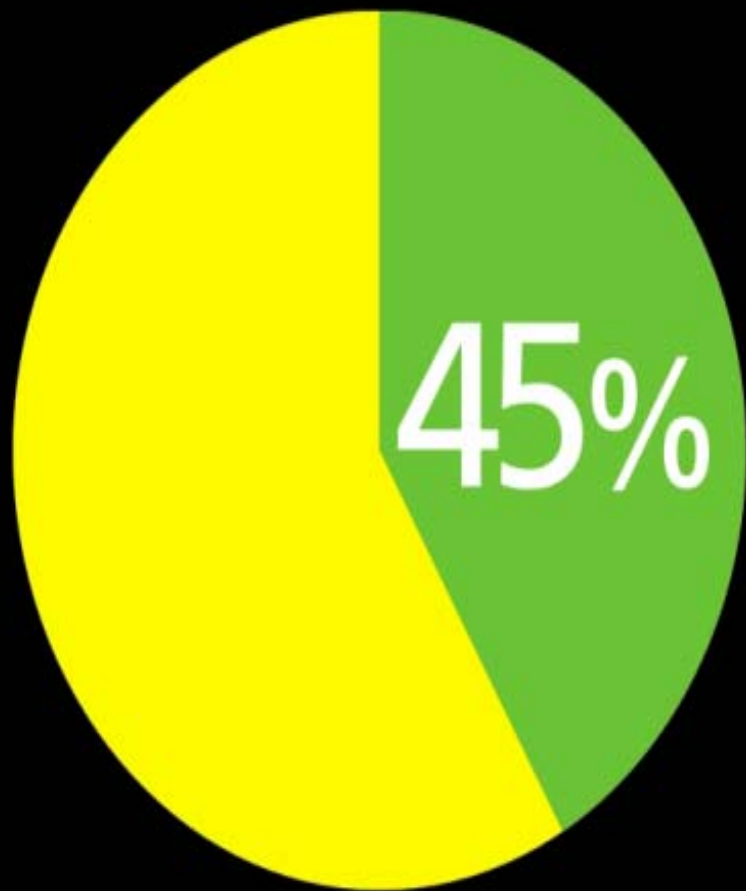
é o segundo país do mundo
em número de acessos a
redes sociais.



85%

dos **brasileiros** na internet
visitam sites de redes sociais.





45% dos internautas acessam
pelo menos 1 vez por dia.





Cada Brasileiro visita, em média,
1,22 MIL PÁGINAS
de Redes Sociais por mês.

Quem é esse 'Smarter Consumer'?

Instrumentado



Tem acesso instantâneo a informações sobre varejistas, produtos e experiências de outros consumidores através da tecnologia

Interconectado



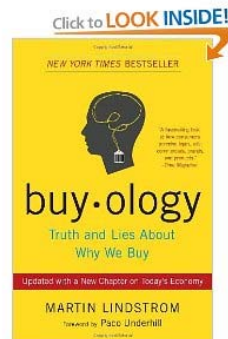
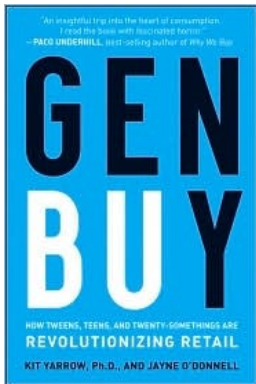
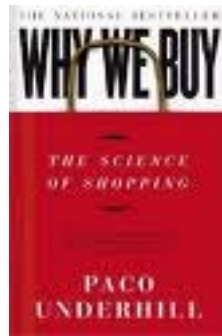
Usam múltiplas tecnologias para interagir com outros consumidores e varejistas

Inteligente



Tem expectativas claramente definidas sobre o que querem dos varejistas agora e no futuro

Science Shopping X Consumer Science



Shopper

Consumer

“O produto está começando a tornar-se menos importante do que a experiência de comprar o produto.”

Joe Pine & James Gilmore

**O Que este novo
consumidor busca ?**

EARN UP TO 35% SAVINGS

Just use your Bonus Savings Club Card and every time you total \$300 in purchases, you'll automatically earn a **5% OFF** REWARD CERTIFICATE good toward a future purchase.

CLICK HERE FOR DETAILS

13 Weeks to Earn!
Earn rewards thru 12/23/10
Redeem thru 12/31/10

THE LOWER PRICE PROJECT REWARDS



BUSCA PROMOÇÕES CHERRY PICKING



Walmart
Save money. Live better.

**We compared prices for you:
You'll save when you shop with us.**

Jewel-Osco Total \$108.65	Walmart Total \$87.57

Your Total Savings: 19%

If you find a better price, we'll match it.
Our stores will match the price of any local competitor's printed ad for an identical product. Not applicable to Walmart.com*. Restrictions apply. See store for details.





Abercrombie & Fitch



**BUSCA
EXPERIÊNCIA**



Times Square



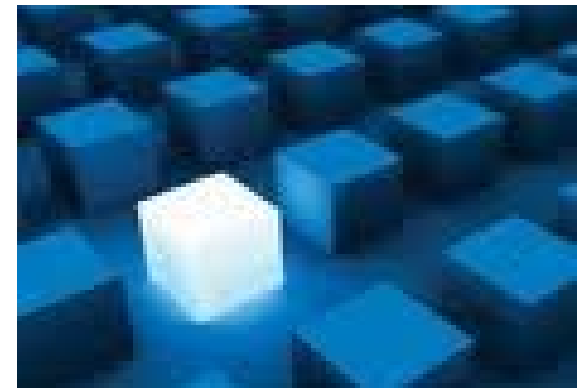
Google



**BUSCA
INOVAÇÃO**



BRASTEMP



Inovação forma de buscar, viver e comprar





greentailing

AND OTHER REVOLUTIONS IN RETAIL

Hot Ideas That Are Grabbing Customers' Attention and Raising Profits



BUSCA SUSTENTABILIDADE





**BUSCA
CATIVIDADE
COM
EMPRESAS E
MARCAS**



Unlock the Values !

Descubra e Entenda os Valores do seu cliente



NFC
Near Field Communication

**BUSCA
NOVAS
TECNOLOGIAS**





Inovação na forma de pagamento e promoções



NFC
Near Field Communication



A Tecnologia tem que ser transparente !

VEM. A HORA É AGORA.

FEIRÃO CAIXA DA CASA PRÓPRIA

PROMOCÃO
Vem. A hora é agora!

NÃO SAIA DE CASA SEM:

- Carteira de identidade
- CPF
- Comprovante de residência
- Comprovante de renda



BUSCA Crédito

"FINANCIAMENTO IMOBILIÁRIO"

ÁgappE
Assessoria

CORRESPONDENTE

CAIXA
AQUI



Conclusões !

Um novo consumidor...

Novas tecnologias...

Novos comportamentos..

NOVAS Estratégias para o mercado imobiliário...



Perguntas...

Obrigado !

edu-terra@uol.com.br