

Hábitos de Gastos do Consumidor - Brasil - Julho 2015

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



“A inflação, o aumento do desemprego e o crédito mais caro vêm causando diminuição no consumo e uma rápida mudança nos hábitos de compras dos brasileiros.”
– Renata Pompa de Moura, Gerente de Pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

- Considerando-se o cenário econômico atual, quais são as categorias que os consumidores estão priorizando e quais categorias foram cortadas de suas listas de compras nos últimos 12 meses?
- Quais são os grupos demográficos que apresentaram maior probabilidade de ter aumentado suas compras nos últimos 12 meses?
- Quais são as principais razões para mudanças nos hábitos de compra dos consumidores brasileiros?
- Quais são as principais ações dos consumidores para economizar dinheiro?
- Quais são as atitudes e hábitos que mais influenciam o comportamento de compra dos consumidores?

A prioridade agora é dada aos itens de primeira necessidade, enquanto várias outras categorias não essenciais têm sido cortadas das listas de compras nos últimos 12 meses. Enquanto a economia continua a desacelerar, ações promocionais e versões mais acessíveis de produtos são medidas necessárias para a sobrevivência de marcas e varejistas. No entanto, entre todos estes indicadores negativos, algumas faixas etárias e regiões do país destacam-se pelo seu potencial de compra e representam oportunidades para os profissionais de marketing no cenário atual e em curto prazo.

COMPRE ESTE
Relatório agora

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
EMEA
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil
0800 095 9094

Américas
+1 (312) 943 5250

APAC
+61 (0) 2 8284 8100

EMAIL:
reports@mintel.com

Você sabia?

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

Hábitos de Gastos do Consumidor - Brasil - Julho 2015

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Sumário

Introdução

Definição

Abreviações

Resumo Executivo

O consumidor

Alimentação fora de casa, dispositivos eletrônicos, lazer e bebidas alcoólicas foram as principais áreas cortadas nas listas de compra

Figura 1: Mudanças no volume de compras, Brasil – abril de 2015

Alta dos preços de alimentos e de contas da casa são as principais razões para mudanças nos hábitos de compra

Figura 2: Razões para mudanças de hábitos de compra, Brasil - abril de 2015

TV continua sendo um importante veículo para o anúncio de promoções

Figura 3: Ações para economizar dinheiro, Brasil - abril de 2015

37% dos brasileiros são fiéis a marcas

Figura 4: Atitudes em relação aos gastos, Brasil - abril de 2015

O que pensamos

Tópicos centrais

O que pode ajudar as mulheres jovens a quitarem suas dívidas?

O que os restaurantes podem fazer para continuar atraindo consumidores, mesmo com a alta de preço dos alimentos?

Onde estão os consumidores que gastam mais em agrados pessoais?

Aplicação de Tendências

Mood to Order (Humor por Encomenda)

Totophobia (Fobia de Tudo)

The Nouveau Poor (Os Novos Pobres)

Fatores que Irão Influenciar o Mercado

Tópicos centrais

PIB continua tendência de queda

Figura 5: Variações no PIB, EM %, 2001-14

Inflação atinge nível mais alto no 1º trimestre de 2015

Figura 6: Variação mensal do IPCA, em %, maio de 2014 a maio de 2015

Figura 7: Inflação acumulada (IPCA) nos últimos 12 meses, em %.

Figura 8: Variação do IPCA, por grupo e subgrupo selecionados de produtos, nos 12 meses anteriores a abril de 2015

Taxas de juros mais altas desaceleraram consumo

Figura 9: Taxa preferencial de juros SELIC, porcentagem anual, 2010-15

2015: um ano marcado pelo aumento de desemprego

Figura 10: Taxa de desemprego em trimestres móveis, em %, 2014-15

O Consumidor – Mudanças no Volume de Compras

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: reports@mintel.com

Hábitos de Gastos do Consumidor - Brasil - Julho 2015

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Tópicos centrais

Alimentação fora de casa, dispositivos eletrônicos, lazer e bebidas alcoólicas foram as áreas de maior redução de consumo

Figura 11: Mudanças no volume de compras, Brasil – abril de 2015

Além de itens essenciais, produtos de cuidados domésticos, de beleza e cuidados pessoais foram os mais propícios a se manterem estáveis

Mais consumidores limitam suas compras em um grande número de categorias

Figura 12: Análise de repertório das mudanças no volume de compras, por “mais” e “menos”, abril de 2015

Quando se trata de comprar mais, os consumidores jovens destacam-se em várias categorias

Figura 13: Maior volume de compra em categorias selecionadas, por faixa etária e total, abril de 2015

O Consumidor – Razões para Mudanças nos Hábitos de Compra

Tópicos centrais

Alta de preço dos alimentos e contas da casa são as principais razões para mudanças nos hábitos de compra

Figura 14: Razões para mudanças nos hábitos de compra, Brasil, abril de 2015

Entre os homens, os idosos são os que mais tendem a mudar seus hábitos de compra devido à alta de preço dos alimentos e das contas da casa

Figura 15: Razões selecionadas para mudança nos hábitos de compra, por faixa etária e gênero, Brasil, abril de 2015

Consumidores das regiões Norte e Sul apresentam menor probabilidade de estar economizando e maior probabilidade de afirmar que sua renda domiciliar diminuiu

Figura 16: Razões selecionadas para mudança nos hábitos de compra, por região, Brasil, abril de 2015

Consumidores da classe DE são os que mais citam o desemprego como razão da redução de volume de compra

Figura 17: Razões selecionadas para mudanças nos hábitos de compra, por grupo socioeconômico, Brasil, abril de 2015

O Consumidor – Ações para Economizar Dinheiro

Tópicos centrais

TV continua sendo um importante veículo para o anúncio de promoções

Figura 18: Ações para economizar dinheiro, Brasil, abril de 2015

Internet e televisão atingem diferentes grupos socioeconômicos

Figura 19: Ações selecionadas para economizar dinheiro, por grupo socioeconômico, Brasil, abril de 2015

Promoções anunciadas em jornais atraem 25% dos homens acima de 55 anos

Figura 20: Ações selecionadas para economizar dinheiro, por gênero e faixa etária, Brasil, abril de 2015

O Consumidor – Atitudes em Relação aos Gastos

Tópicos centrais

37% dos brasileiros são fiéis às marcas

Figura 21: Atitudes em relação aos gastos, Brasil, abril de 2015

Jovens adultos tendem a gostar mais de combinar compras com outras atividades de lazer

Figura 22: Concordância com atitude “Gosto de combinar compras com outras atividades de lazer, por faixa etária, no Brasil, abril de 2015

Uso de cartão-presente ainda é muito baixo no Brasil

Figura 23: Concordância com a atitude “Já usei/dei de presente um cartão-presente”, por grupo socioeconômico, Brasil, abril de 2015

Enquanto os homens mais velhos tendem a pesquisar antes de comprar, os jovens consumidores tendem a comprar mais por impulso

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com
LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094
Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100
EMAIL: reports@mintel.com

Hábitos de Gastos do Consumidor - Brasil - Julho 2015

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Figura 24: Atitudes selecionadas em relação aos gastos, por gêneros e faixa etária, no Brasil, abril de 2015

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com
LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094
Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100
EMAIL: reports@mintel.com