



# Observatório Sebrae aponta tendências de negócios em Pernambuco.



O consumidor do futuro terá um comportamento diferente do habitual.

Por Ana Cláudia Arruda

O empreendedorismo nos últimos anos no Brasil adquiriu uma nova faceta. Em pesquisa recente, realizada em outubro de 2014, pelo Observatório Empresarial do SEBRAE/PE, procurou-se levantar junto a técnicos, consultores, líderes empresariais e gestores públicos que atuam no mercado pernambucano as tendências de comportamento do mercado do Estado e o perfil do consumidor do futuro, chegando-se resumidamente as seguintes conclusões:

## 1. Perfil do Consumidor do Futuro:

- Será essencialmente urbano e metropolitano. Gostará de ser visto como uma pessoa, como um usuário.
- Estará disposto a compartilhar produtos como um usuário.
- Será conectado, Digital e móvel. Será bem informado sobre o produto/serviço que consome.
- Buscará informação em mídias não tradicionais.
- Será exigente quando a legibilidade socioambiental.
- Buscará no consumo também os valores agregados e simbólicos.
- Não estará disposto a se esforçar para ir atrás dos produtos.
- Continuará a valorizar a marca local desde que tenha qualidade.

## 2- Tendências de mercado em Pernambuco:

### 2.1 Moradia

- Apartamentos menores (de 50 a 90 m<sup>2</sup>) para recém-casados e famílias pequenas.
- Moradias temporárias como flats mobiliados e apartamentos com 2 quartos mobiliados.
- Flats substituindo as casas de praia ou de campo.
- Arquitetura verde e construção sustentável: melhor uso da luz, da ventilação e da água.
- Serviços de arquitetura para ambientação e decoração de interiores residenciais.
- Serviços sob empreitada (alvenaria, eletricidade, hidráulica, pintura, marcenaria, gesso etc.)

### 2.2. Bem-estar

- Uso de praças e de mercados públicos como opções de lazer.
- Realização de atividades físicas fora das academias e em novos formatos.
- Produção e consumo de alimentos orgânicos.
- Uso da tecnologia da informação para realizar tarefas cotidianas e evitar deslocamentos.
- Fortalecimento de produtos e serviços com foco na beleza e na saúde (do corpo e da mente).

### 2.3. Entretenimento

- Valorização da cultura regional em novos produtos e formatos.
- Exibição de espetáculos e de exposições universais (clássico e contemporâneo).
- Criação de novos roteiros de turismo cultural e de base comunitária.
- Fortalecimento da cadeia produtiva da indústria criativa.
- Espaços culturais e museus mais dinâmicos e interativos.



O consumidor do futuro terá um novo olhar sobre o planeta.

## 2.4 Alimentação

- Ampliação dos formatos da culinária regional e tradicional
- Desenvolvimento de novas cozinhas internacionais
- Fortalecimento dos roteiros de turismo gastronômico
- Maior variedade na oferta de alimentos orgânicos
- Valorização da produção local de alimentos típicos

## 2.5 Mobilidade (e imobilidade) urbana

- Uso alternado ou compartilhado dos meios de transportes privados
- Melhoria e aumento da oferta dos meios de transportes públicos
- Fortalecimento do comércio de bairro para evitar deslocamentos urbanos
- Fortalecimento da refeição no trabalho para evitar deslocamentos urbanos

## 2.6. Sustentabilidade

- Sistemas residenciais e condominiais para evitar desperdícios de água e de energia
- Sistemas comerciais para uso da energia solar e eólica
- Serviços de reciclagem de resíduos industriais, comerciais e residenciais
- Replanejamento urbano valorizando os espaços de convívio social
- Produção e comercialização de alimentos orgânicos

## 2.7 Tecnologia

- Universalização da internet através dos telefones celulares (smartphones)
- Fortalecimento do comércio eletrônico (e-commerce)
- Aplicativos para celular que ajudem as pessoas a otimizar tempo
- Uso da tecnologia da informação para prestar um serviço público de qualidade ao cidadão
- Criação de ferramentas de gestão informatizadas para micro e pequenas empresas

## 2.8 Educação

- Cursos profissionalizantes de curta duração
- Cursos de qualificação profissional sob demanda
- Cursos online de desenvolvimento pessoal e profissional
- Berçários e creches em tempo integral próximas às áreas residenciais
- Maior diversidade de atividades extraescolares para crianças e adolescentes

Fonte: Observatório SEBRAE-PE, 2015

No período de 2009 a 2014 entraram no mercado 6 milhões de novos empreendimentos. A última pesquisa GEM - Global Entrepreneurship Monitor, que se constitui o maior estudo de empreendedorismo no mundo, indica que, em 2013, no Brasil, a proporção de empreendedores por oportunidade (empreendedores que identificam uma chance de negócio e decidem empreender, mesmo possuindo alternativas de emprego e renda), vem se ampliando em relação aos empreendedores por necessidade, ou seja, aqueles que iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções de ocupação. No ano de 2013, o percentual de empreendedores por oportunidade, foi de 71,3%; enquanto que em 2002 era de 42,4%. Entre os fatores determinante estão: a ampliação do mercado interno; a entrada de empreendedores com melhor nível educacional (grande parte dos empreendedores (61%) que entraram no mercado nos últimos anos têm no mínimo segundo grau e 14% grau universitário) e a melhoria no sistema tributário, cuja revolução ocorreu a partir de 2007 com o Supersimples, que é o regime simplificado que permite em uma única guia todos os impostos federais, estaduais e municipais com uma carga tributária média reduzida.

Sobre o ambiente de negócios em Pernambuco o grande desafio para os anos vindouros é dar continuidade ao processo de investimento realizado nos últimos anos melhorando a infraestrutura social básica (saúde, educação, saneamento e mobilidade). Grande parte desses negócios está agora em processo de operação. Não há dúvida que o estado de Pernambuco vem mudando a estrutura produtiva há mais de uma década o que vem provocando novos padrões de consumo.

Esse movimento não está concentrado na Região Metropolitana (RMR). Existe, também, nas Cidades Médias do Interior. A chegada de centenas de empresas de grande e médio porte vem provocando mudanças na estrutura de bens e serviços, como também de qualidade no capital humano. Isto representa um grande desafio aos empreendedores locais. A classe média alta tem uma demanda sofisticada por restaurantes, escolas de qualidade etc. Isto tem se refletido, positivamente, também, na periferia, onde se observa novos e crescentes padrões de consumo.

Por Ana Cláudia Arruda, analista do Sebrae em Pernambuco.  
Comentários para a imprensa podem ser feitos pelos telefones:  
81-2101 8463 e 81-999632595.



www.pe.sebrae.com.br  
0800 5700800

Presidente  
Josias Silva de Albuquerque  
Diretor superintendente  
José Oswaldo de Barros Lima Ramos  
Diretora técnica  
Ana Cláudia Dias Rocha  
Diretora administrativo financeira  
Adriana Corte Real Kruppa

Comitê de Editoração Sebrae Pernambuco  
Eduardo Jorge de Carvalho Maciel  
Janete Evangelista Lopes  
Fábio Lucas Pimentel de Oliveira  
Angela Miki Saito  
Carla Andréa Almeida  
Jussara Siqueira Leite  
Roberta de Melo Aguiar Correia  
Unidade de Apoio Estratégias e Diretrizes  
Jussara Leite - Gerente

Unidade de Marketing e Comunicação  
Eduardo Maciel - Gerente  
Texto  
Ana Cláudia Arruda  
Edição  
Janete Lopes  
Fotografias  
Stock photos royalty free  
Projeto gráfico original  
Z. diZain Comunicação