



Tendências de consumo: expectativas do consumidor de Pernambuco e da Cidade do Recife



Foto: Flávio Costa

Por Ana Cláudia Arruda

O presente estudo tem como objetivo apresentar síntese de entrevistas com técnicos, especialistas, consultores, líderes empresariais e gestores públicos sobre o comportamento de mercado e tendências de consumo para o Estado de Pernambuco e para a Cidade do Recife.

É unanimidade entre os entrevistados, a percepção de que o estado de Pernambuco está mudando há mais de uma década, com novos processos de geração de renda e, conseqüentemente, novos padrões de consumo, a partir da Região Metropolitana expandida, de Goiana até Rio Formoso. A chegada de centenas de empresas vem causando um novo tipo de consumo de bens e

de serviços. Este surto de crescimento do Estado de Pernambuco vem possibilitando a demanda nos últimos anos por novos tipos de moradia (moradia temporária, hospedagem, acomodação das pessoas), bem como, a demanda por produtos de educação, tendo em vista que essas pessoas têm necessidades próprias por novos negócios nos quais elas estão entrando, e, obviamente, muitos deles são casados, têm filhos, e assim por diante.

Foi destacado que Pernambuco é um Estado muito criativo e inovador com setores animados, motivados e que se arriscam. Por outro lado foi destacado, também a existência de setores do empresariado tradicionais e conservadores. Foi destacado que o comércio

eletrônico aqui em Pernambuco é muito pouco explorado. As grandes cadeias utilizam estes recursos, mas micro e pequenas empresas estão totalmente à margem desse meio, e isso é um negócio que cresce muito.

Entre os gargalos ao processo de desenvolvimento teve destaque a tecnologia. No Brasil, hoje, não existe gente suficiente para programar e formar programadores. Conectar educação com tecnologia é um negócio fundamental, afirma um dos entrevistados. Outro ponto onde nem as grandes empresas fazem uso é a base de dados de comportamento, utilização de inteligência artificial e de redes neurais para poder fazer a análise do comportamento do mercado, podendo-se a partir deste recurso customizar melhor o seu produto, fazendo como fazem Google, Facebook e Amazon. Essas grandes plataformas usam os nossos dados e nos conhecem muito mais do que nós mesmos e, conseqüentemente, ganham muito mais dinheiro. A gente está fora disso, destacou um dos entrevistados.

Foi destacado também que o turismo gastronômico é crescente no mundo. Recife tem esse perfil, afirma um dos entrevistados, tem que se investir no regional e também no contraponto de uma cozinha mais universal com qualidade.

Outra tendência no mundo são os eventos acontecerem em formatos *pop ups*, acontece aqui e depois vai acontecer em outro lugar, acontece pequeno, acontece curto, o show tem 10 minutos, a contação de história tem 15 minutos, alguém lê uma poesia em 5 minutos,



isso é muito legal, destaca um dos entrevistados. Um dos aspectos destacados é que o consumidor pernambucano gosta da marca local, aprecia a marca local, prefere a marca local desde que ela tenha qualidade. Ele, o consumidor, não compra se não tiver qualidade. As *love brandings* que a gente tem em Pernambuco são assim porque elas têm qualidade e porque são daqui. Então, na hora de comparar um biscoito Treloso com outro biscoito, eu vou sempre preferir o biscoito Treloso porque além de ter qualidade ele é feito aqui, e ele sabe dialogar comigo, destaca um dos entrevistados.

Sobre o consumidor do futuro a pesquisa aponta que este consumidor é bem informado, urbano, metropolitano e que está avesso às mídias tradicionais. Não há um único perfil de consumidor pernambucano, obviamente

existem grupos de consumidores e eles estão distribuídos geograficamente. Em Pernambuco, quanto à classe média alta de Recife, o que se observa é que ela tem uma demanda sofisticada de restaurantes, de vinhos, de celulares, de serviços digitais sofisticados, de escolas de qualidade e assim por diante. Na periferia, as pessoas têm outras demandas, mas elas têm a demanda de conectividade, porque essa é uma demanda universal. Tem uma coisa que está começando a se transformar em padrão, independentemente da faixa de renda e do lugar, as pessoas querem mais qualidade, mais performance, melhor atendimento.

O consumidor do futuro vai querer moradia de

melhor qualidade, transporte de melhor qualidade, escola de melhor qualidade, educação extraescolar de melhor qualidade e, em mais quantidade, porque parte do mercado não está atendido, ele vai querer se vestir melhor, e não vai querer comprar coisas só porque são mais baratas, ele vai ter aspirações e expectativas que ele não tinha há 10 anos. É esta a lógica do consumo que está se construindo no estado de Pernambuco, a partir da visão dos especialistas.

Em síntese, estas são as principais reflexões dos especialistas sobre tendências de consumo em Pernambuco e características do consumidor do futuro.

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 Córte 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