LEVANTAMENTO MOSTRA COMO NOVOS HÁBITOS ESTÃO TRANSFORMANDO A FORMA COMO O BRASILEIRO COMPRA

Cada vez mais interativo e inteligente

A Kantar Worldpanel apresenta um novo estudo que aponta hábitos e tendências de consumo para este ano. De acordo com Christine Pereira, diretora comercial da empresa, as informações mostram como a vida cada vez mais conectada, com excesso de informações, e a busca por simplificação no dia a dia, bem como o bolso apertado, estão transformando a forma de comprar do consumidor brasileiro.

Pelo segundo ano consecutivo, os gastos das famílias superam a renda. Em 2017, metade dos lares brasileiros gastou acima da renda. O ano de 2015 foi o pior ponto para o consumo domiciliar de alimentos, bebidas, higiene pessoal e limpeza. Em 2016 e 2017 houve lenta recuperação, mas ainda insuficiente para retornar aos patamares de 2014.

Uma das mudanças estabelecidas é que o processo de comprar é cada vez menos linear e mais interativo, já que o mundo conectado propicia uma enorme gama de pontos de contato do consumidor com aquilo que pretende adquirir: além das tradicionais visitas aos pontos de venda, o comprador trava contato com posts e fotos nas redes sociais, vídeos, compartilhamento de links, depoimentos e compras on-line, entre outras possibilidades virtuais.

Com essa multiplicidade de possibilidades a que têm acesso, os shoppers visitam mais canais de compra. Em 2017, eles compraram em sete canais diferentes - foram cinco em 2013 -, porém, o valor gasto em cada um deles é cada vez menor, inclusive nos canais que ganham clientes.

De acordo com o levantamento da Kantar Worldpanel, nesse cenário nacional de tênue recuperação econômica, os shoppers estão fazendo escolhas mais inteligentes, em busca de eficiência e economia. Então, têm valorizado as moedas "dinheiro" e "tempo". Assim, embora haja uma frequência menor de ida dos shoppers aos pontos de venda, eles levam mais produtos a cada visita, incluindo itens de categorias práticas e simples.