

# Os Novos Consumidores Brasileiros

Hábitos de compra e consumo dos jovens entre 16 e 22 anos

Parceria:

**AGP**  
PESQUISAS ESTATÍSTICAS

Julho/ 2018



- + Introdução e Principais destaques do Estudo**
- + Objetivo e Método - coleta de dados**
- + Perfil Amostral**
- + Resultados**
- + Conclusão do Estudo**



# INTRODUÇÃO

## E PRINCIPAIS DESTAQUES DO ESTUDO

---

---



## Os novos consumidores já nasceram omnichannel.

**Não existe experiência de compra exclusivamente física.**



Muito se fala sobre o envelhecimento da população, e a necessidade de adequação do varejo como um todo para este público mais experiente, com mais renda e mais exigências.

Mas ao mesmo tempo temos uma nova geração que já nasceu na era digital, passa o dia todo conectada, e a pergunta que não quer calar é: **o varejo e as marcas estão adaptados para as demandas deste público?**

**Como pensa e quais os hábitos dos Novos Consumidores?** Esse público, que possui entre 16 e 22 anos, possui muito acesso a informação, tem sonhos e angústias do mundo atual, e muitas opiniões formadas.



- + **Maioria dos jovens não faz compras regularmente, mesmo porque a maioria ainda mora com os pais (69%), e não possui atividade remunerada (57%).**
- + **3/4 dos jovens afirmam fazer compras online, sendo que sites de lojas virtuais (Submarino, Americanas.com, etc) e sites de revenda (OLX, Mercado Livre, etc) são os mais utilizados.**
- + **O público de novos consumidores tem hábito de comprar Roupas e Acessórios, e Eletrônicos/Eletrrodomésticos em compras online.**
- + **O Boleto Bancário é um meio de pagamento que se destaca nesse público (40%), tendo popularidade próxima ao Cartão de Crédito (49%). Possível efeito da menor *bancarização* desse público.**
- + **Praticamente a totalidade dos jovens possuem Whatsapp, Facebook e Instagram, e o nível de utilização é muito alto.**
- + **1/3 dos jovens afirma que não busca notícias, apenas se informa com o que os atinge em sua rotina. O Facebook já empata com a TV como principal fonte de informações**



- + Os temas de interesse dos jovens são os mais diversos. Temas como Saúde e Tecnologia se destacam, resultado do efeito de que o maior acesso a informação está popularizando temas que no passado eram de acesso restrito.
- + **O público jovem é muito interessado na situação econômica e política do país, avaliando o momento de forma muito negativa, e com altíssimo interesse em morar em outro país no futuro breve.**
- + Os jovens de 16 a 22 anos tem posições definidas sobre o processo eleitoral brasileiro. Parcela representativa é contra a obrigatoriedade de voto (55%), e acredita que mudanças devem ser feitas (61%) – especialmente para garantir a segurança contra fraudes na urna eletrônica.
- + **Os principais sonhos desse público são os mesmos das outras gerações, comprar a casa própria e concluir a faculdade. Porém é notável a participação de sonhos como viagens e intercâmbio, assim como busca por estabilidade financeira, empregos e empreender.**







# OBJETIVO E MÉTODO

---

---



A Pesquisa teve como objetivo quantificar aspectos relacionados aos hábitos de compra, alguns hábitos e opiniões dos novos consumidores, jovens entre 16 e 22 anos:

- + Perfil pessoal e profissional;
- + Hábito de compras, especialmente online;
- + Uso de redes sociais, celular, onde procura se informar.







- + **Tipo de Pesquisa:** pesquisa quantitativa de opinião, por meio de abordagem via painel online
- + **Amostra:** 623 entrevistas
- + **Questionário:** 36 perguntas
- + **Data de coleta:** 02 a 07 de maio de 2018
- + **Abrangência:** Nacional
- + **Margem de Erro:** +/- 4 pontos percentuais, considerando nível de confiança de 95%





# PERFIL AMOSTRAL

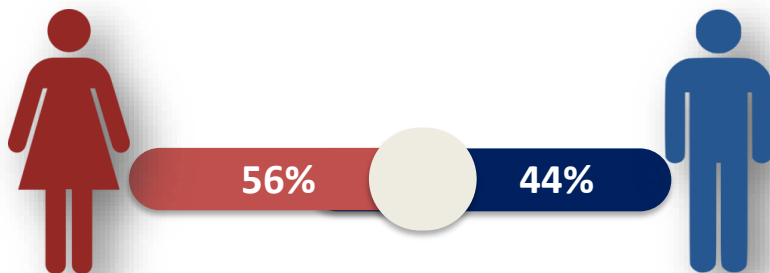
---

---

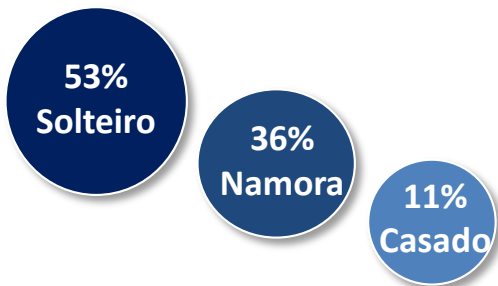
# Maioria são mulheres, solteiras e possuem 20 anos de idade



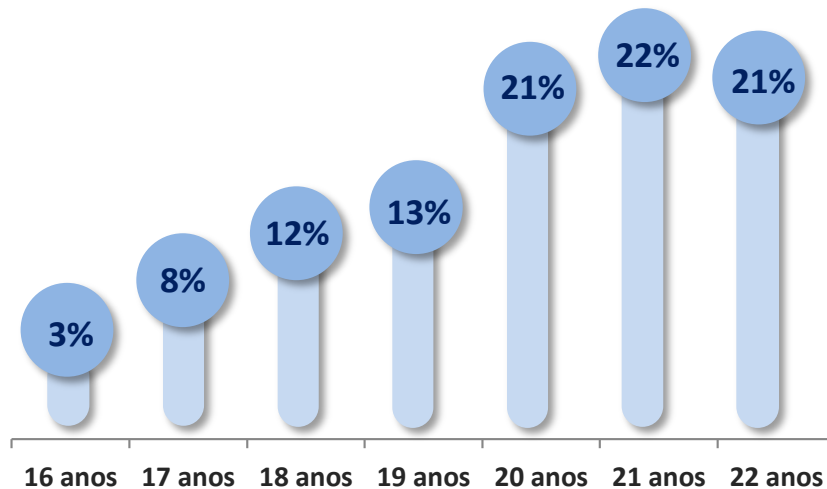
## Sexo



## Estado Civil



## Faixa Etária



**Idade média: 19,9**

# Maioria não possui filho, moram com os pais e residem em São Paulo



## Filhos



Somente 16% possuem filhos

## Você mora:

69%



Pais

19%



Companheiro(a)

9%



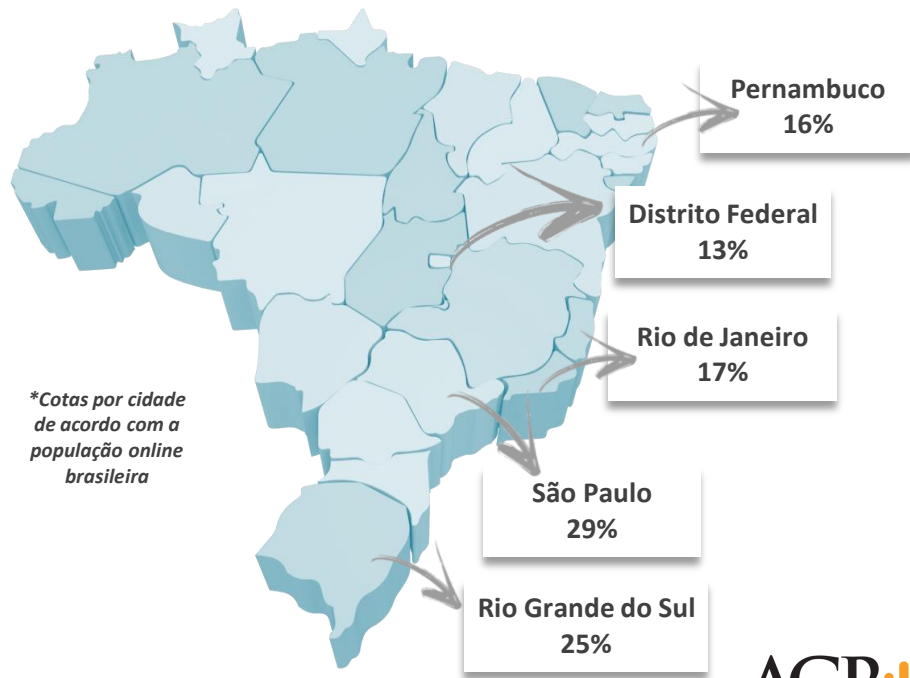
Sozinho(a)

2%



Amigos

## UF de Residência



# Metade estão a procura de uma atividade remunerada. Dos que trabalham, maioria possui carteira registrada



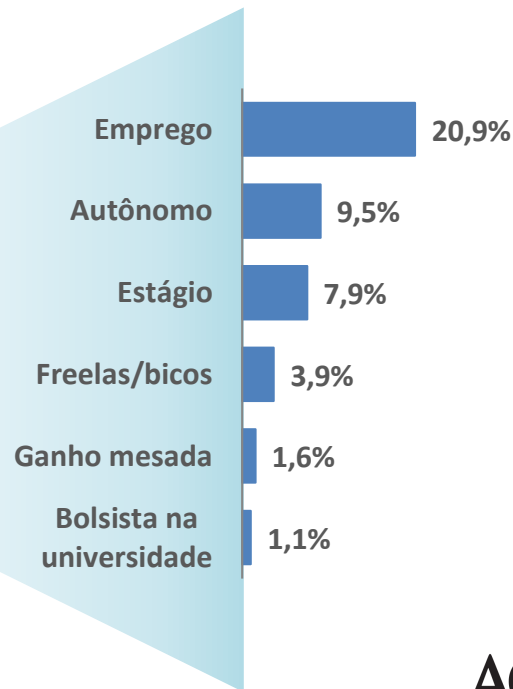
## Possui atividade remunerada:



- Não, mas está procurando
- Sim →
- Não, e não está procurando

Reforça o alto índice de desemprego dessa parcela da população

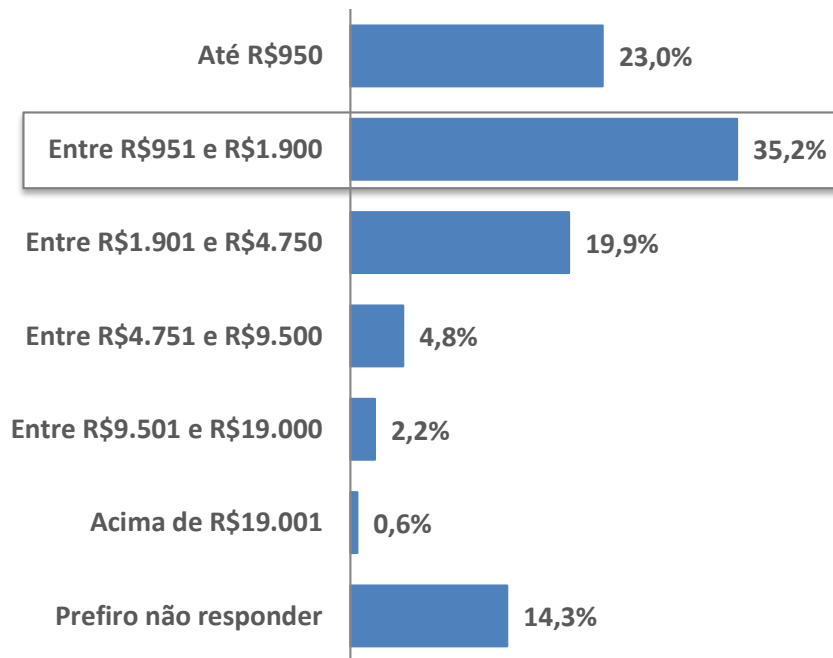
## Tipo de atividade remunerada:



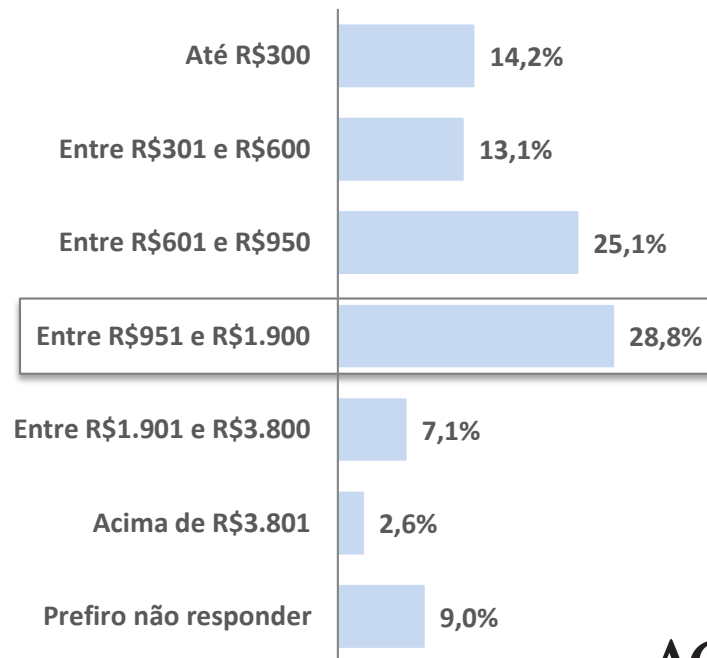
# A renda individual mensal está concentrada abaixo de 2 salários mínimos



## Renda Familiar Mensal



## Renda Individual Mensal





# RESULTADOS

---

---

**Hábitos de compra**

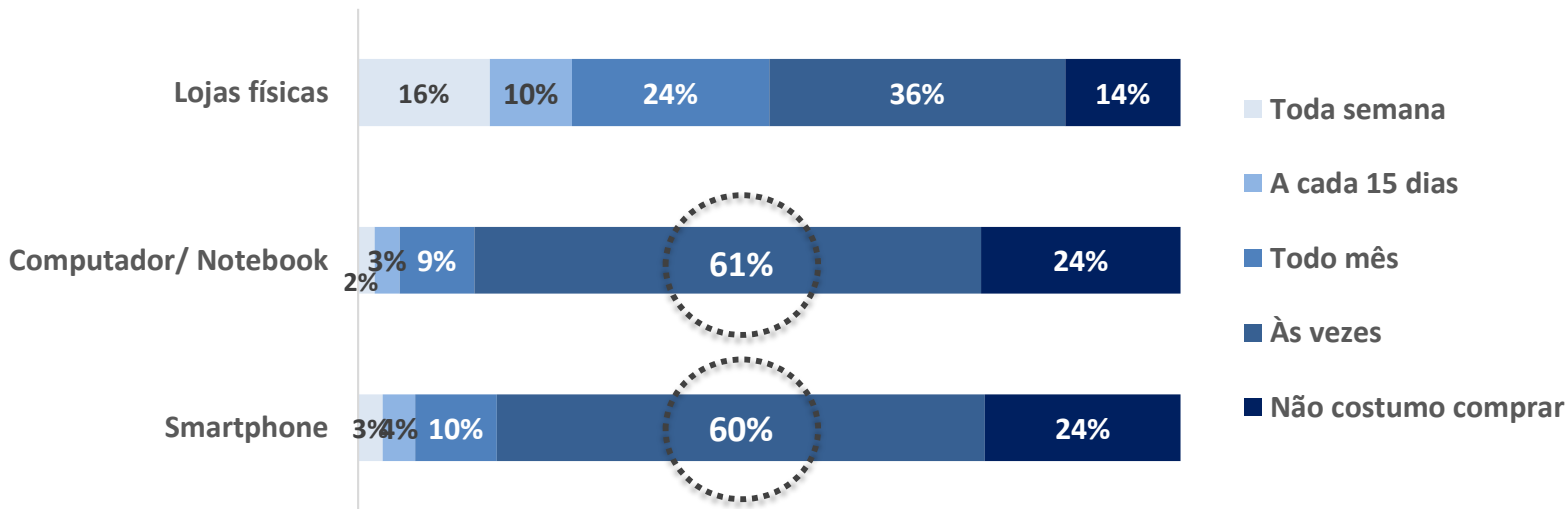


# 3/4 dos jovens afirmam fazer compras online



## Você costuma realizar compras com que frequência?

Responsável pela decisão de compra



# Roupas, calçados e acessórios lideram as compras online



## Quais produtos ou serviços você compra online?



ROUPAS, CALÇADOS E ACESSÓRIOS  
**76%**



ELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS  
**53%**



FAST FOOD/  
COMIDA P/ CONSUMO IMEDIATO  
**35%**



LIVROS/ REVISTA  
**34%**



SERVIÇOS DE TRANSPORTE  
(TÁXI/ UBER)  
**33%**



TELEFONIA/ INFORMÁTICA  
**21%**



VIAGENS (PASSAGENS, PACOTES)  
**21%**



EVENTOS/ FESTAS  
**20%**



CURSOS EDUCATIVOS  
**16%**



ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS  
**11%**



MEDICAMENTOS  
**11%**



MATERIAIS DE  
CONSTRUÇÃO  
**5%**



COMPRAS DE SUPERMERCADO  
**4%**



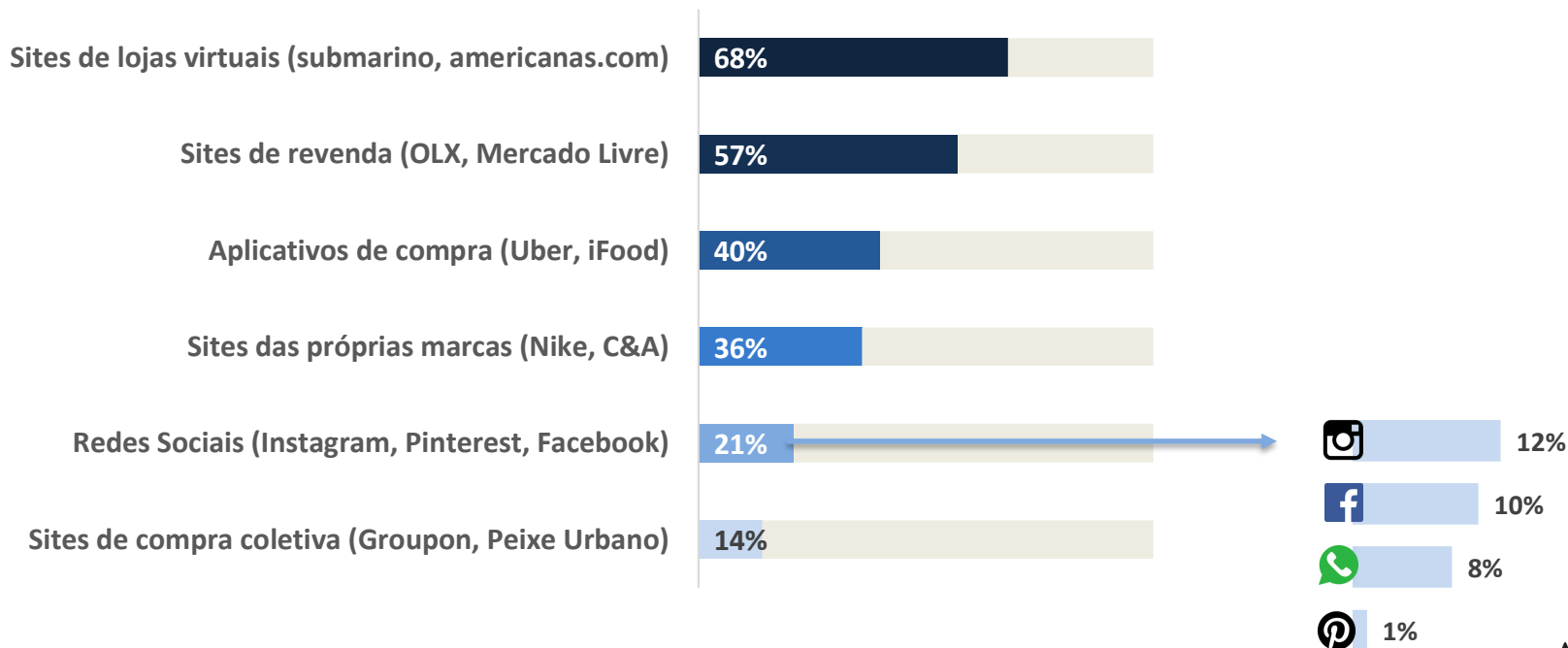
OUTROS  
**2%**

Cosméticos e Perfumaria – 6 citações  
Pet Shop – 1 citação

# Redes sociais começam a aparecer como plataforma de compras online, principalmente Instagram e Facebook



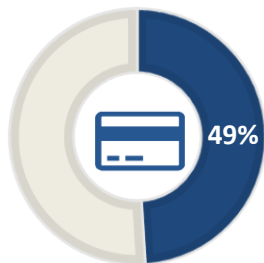
## Qual plataforma você costuma utilizar para fazer as compras online?



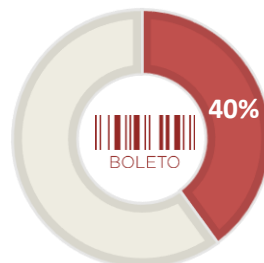
# Alta participação de boleto bancário como forma de pagamento. Possível efeito do menor índice de *bancarização* entre os jovens.



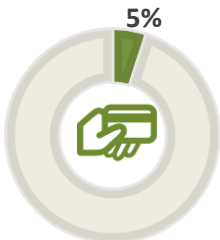
Qual o meio de pagamento mais utilizado quando você faz compras pela internet?



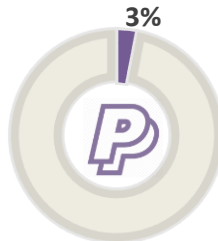
Cartão de crédito



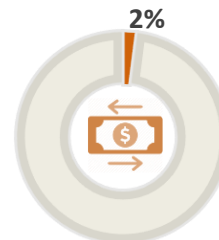
Boleto Bancário



Cartão de débito



Paypal, Moip, PagSeguro

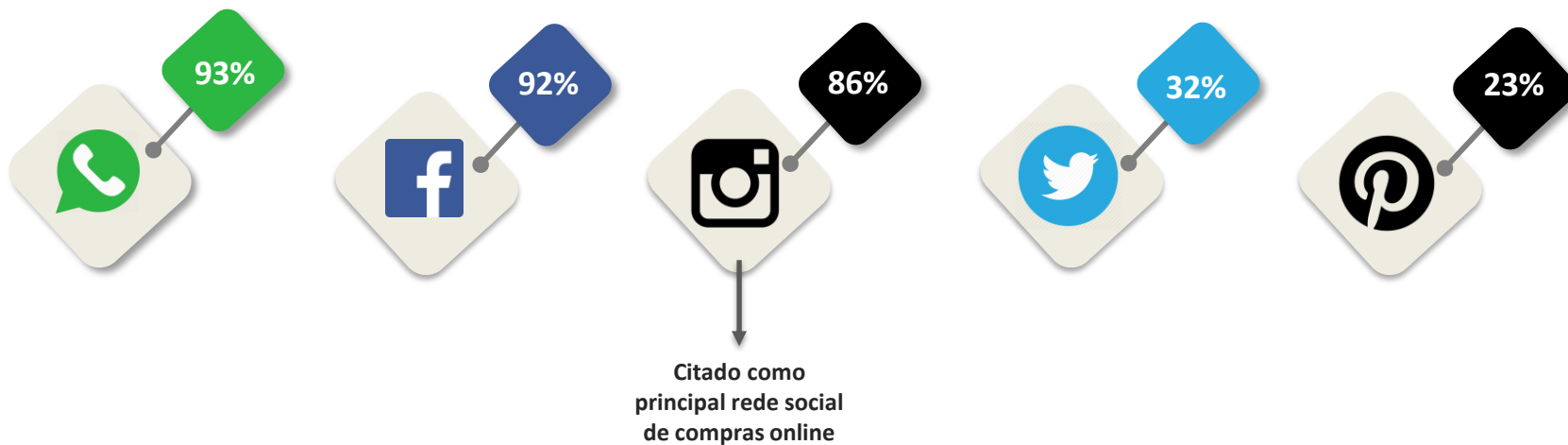


Transferência/ Depósito bancário

# Alta penetração das redes sociais Whatsapp, Facebook e Instagram



## Quais redes sociais você possui?



# Uso do celular é frequente, principalmente em redes sociais e apps que enviam notificações



## Com qual frequência você utiliza o celular para checar as redes sociais?

**70%** Toda vez que recebo uma notificação

**12%** Uma vez a cada 30 minutos

**8%** Uma vez a cada 1 hora

2% Uma vez a cada 2 horas

2% Uma vez a cada 3 horas

6% Fico 4 horas ou mais sem  
acessar minhas redes sociais

### Resultado preocupante:

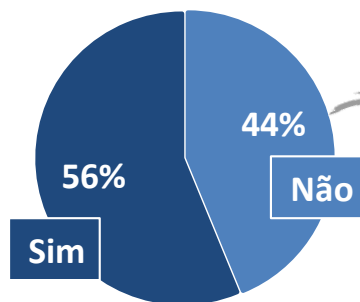
- Verificação compulsiva
- Muito tempo gasto no celular
- Dependência emocional ao uso



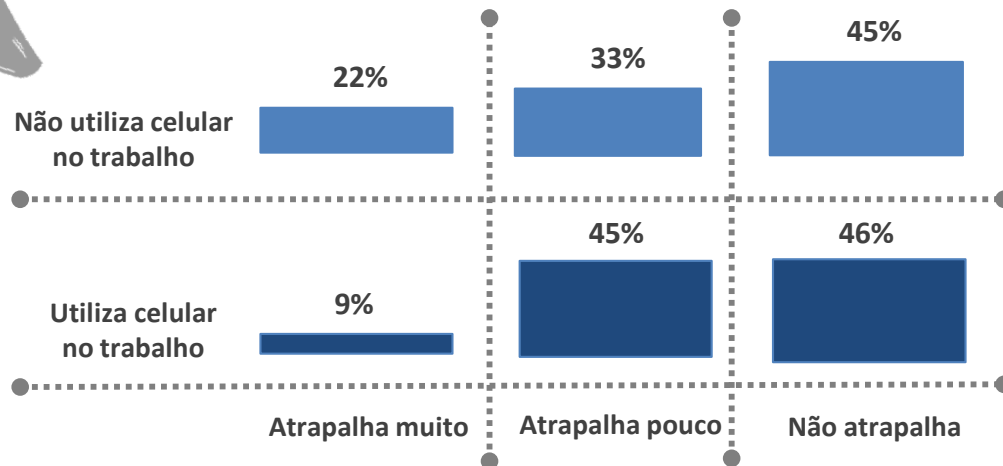
# Mais da metade dos jovens afirmam consultar redes sociais no horário de trabalho e admitem que seu uso atrapalha



Utiliza o celular para acompanhar redes sociais em horário de trabalho?



O uso do celular em sua rotina...

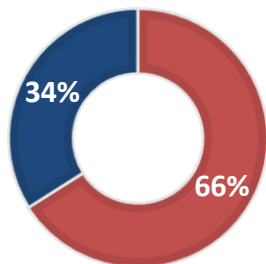




# Maioria busca por notícias, intercalando entre televisão e rede social, principalmente Facebook



## Você busca notícias e informações em portais/jornais/TV?

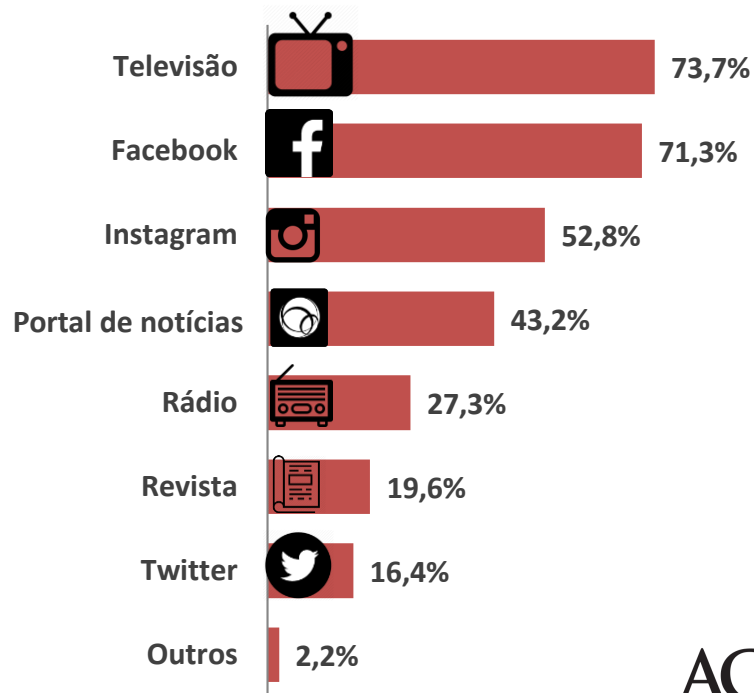


■ Busco notícias

■ Leio apenas o que aparece na timeline

**1/3 dos Novos Consumidores afirma que não buscam notícias, apenas absorvem parte do que lhe é oferecido.**

## Quais são as suas principais fontes de notícias?

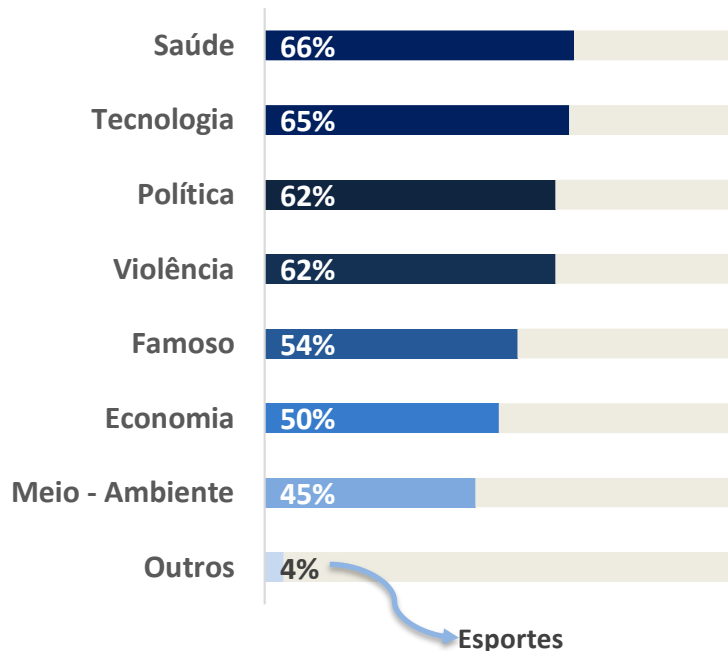


# Os temas que atraem esse público são diversos e distintos.

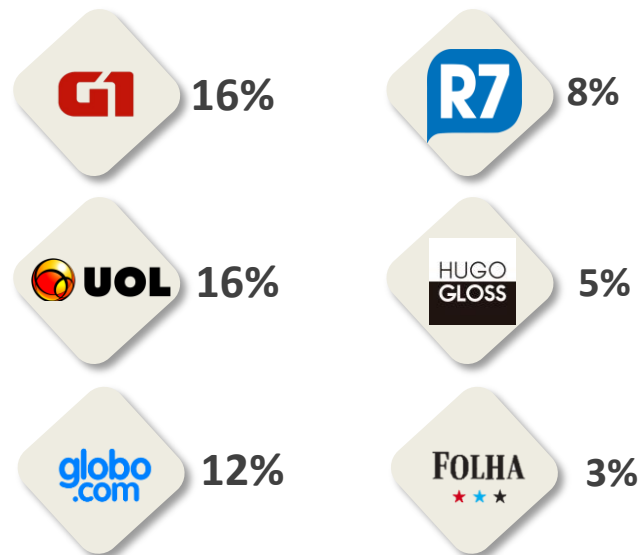
## O portal e sites da Globo são as principais fontes de informação e notícias



### Quais tipos de notícias você acompanha?



### Quais são os principais perfis que você segue para se manter informado?

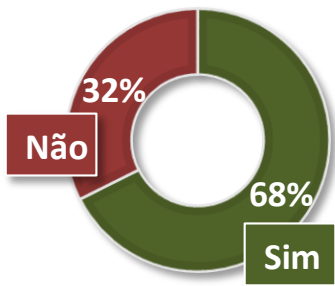


2% - SBT, Diário de Pernambuco, Estadão, Fofocalizando, Fatos Desconhecidos, Globo News, entre outros

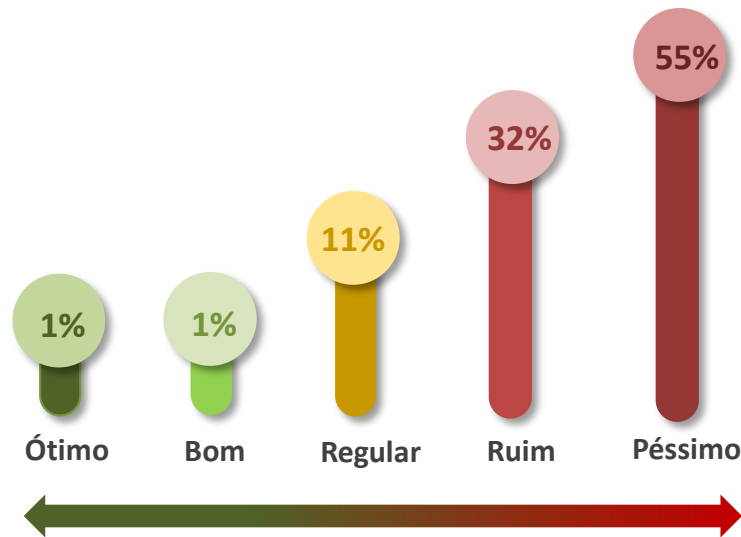
# Mais da metade possui interesse na situação política e econômica do país. E caracterizam o momento do país como **PÉSSIMO**



Costuma conversar com seus amigos e familiares sobre a situação política e econômica do Brasil?



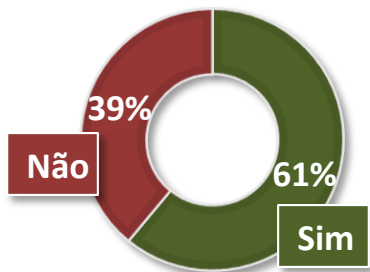
O que acha do momento político/econômico do Brasil?



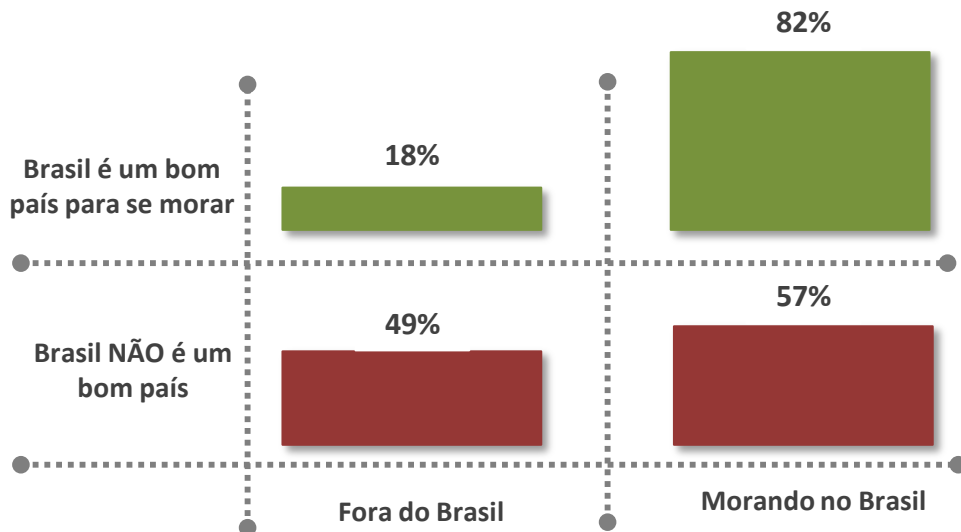
# Parcela significativa não avalia o Brasil como um bom país para se morar, e o interesse em morar em outro país é alto mesmo para quem gosta do Brasil

2 1 3

Você acredita que o Brasil é um bom país para se morar?

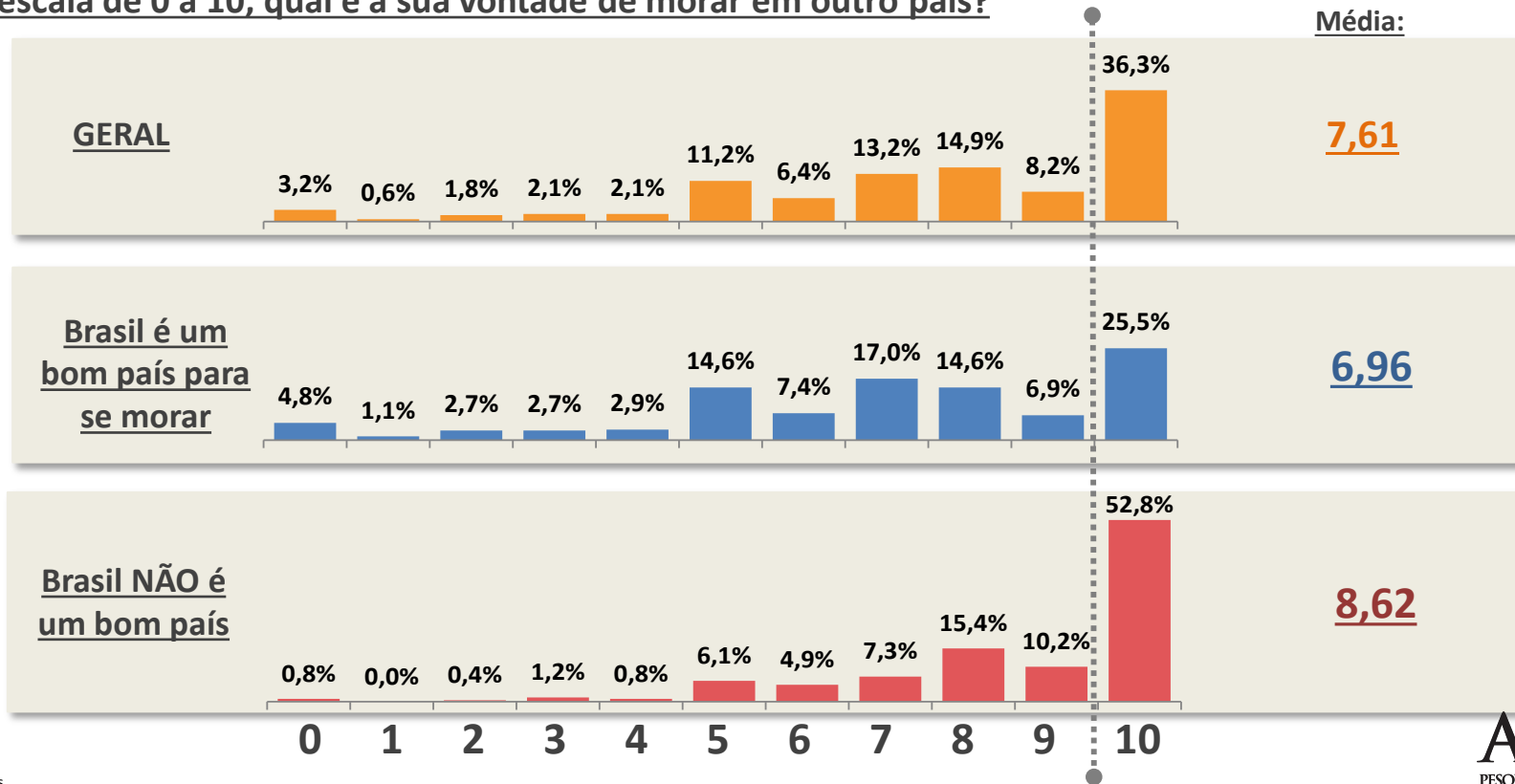


Você acredita que daqui 5 anos estará morando no Brasil?



# Interesse em morar em outro país é alto

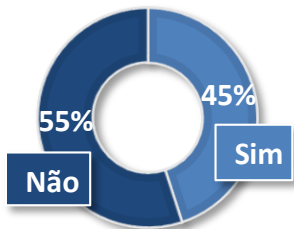
Em uma escala de 0 a 10, qual é a sua vontade de morar em outro país?



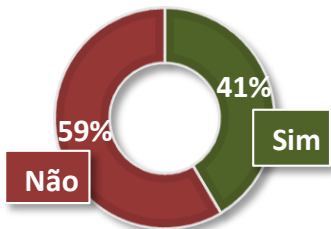
# Maioria é contra a obrigatoriedade de voto, e não acredita que o sistema de voto brasileiro é correto, devido a facilidade de fraudes

2 1 3

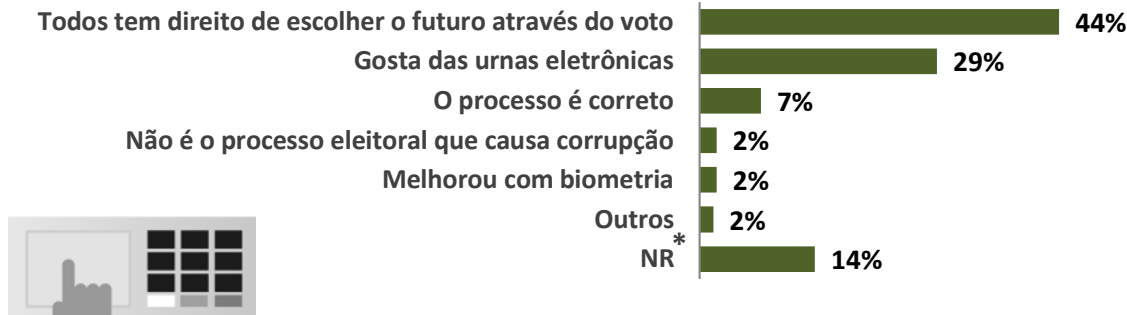
## Você acha que o voto deve ser obrigatório?



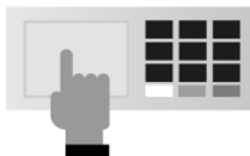
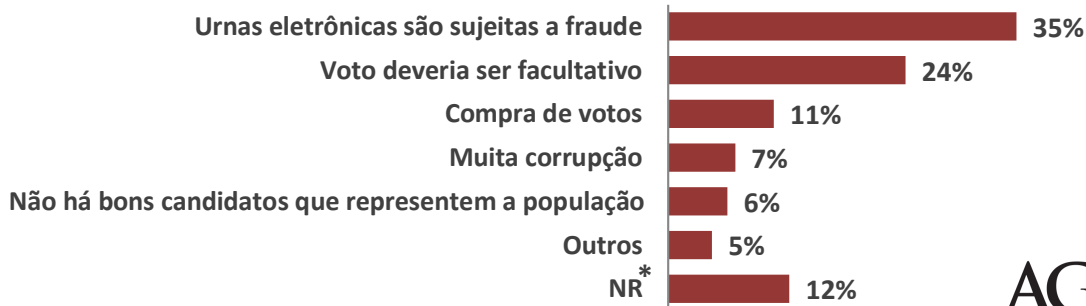
## Você acredita que o sistema de voto brasileiro é correto?



## Por que você acha que o sistema voto É CORRETO?



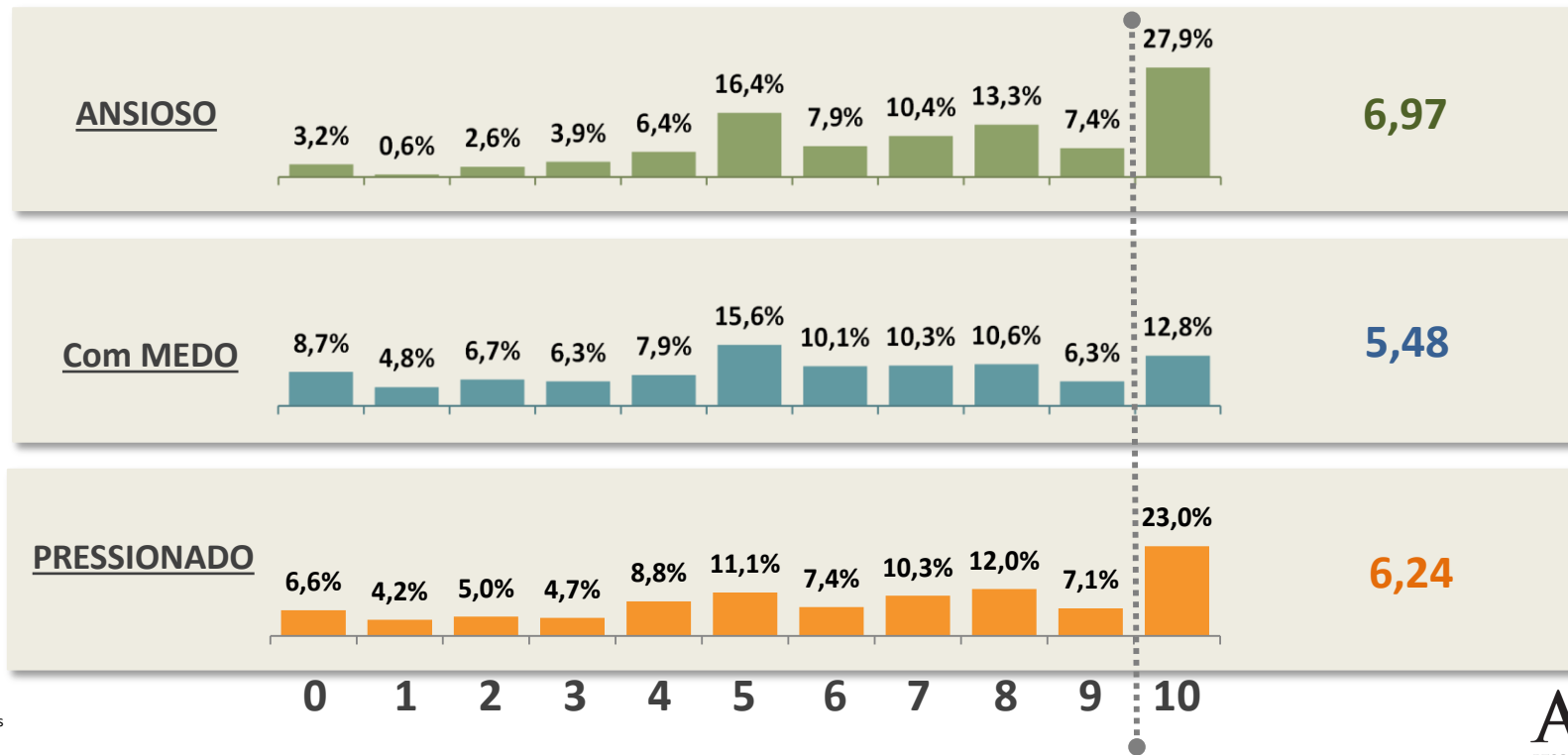
## Por que você acha que o sistema NÃO é correto?



# Nos últimos meses, os jovens sentiram-se ansiosos e pressionados

Quanto você se sentiu nos últimos meses em uma escala de 0 a 10?

Média:

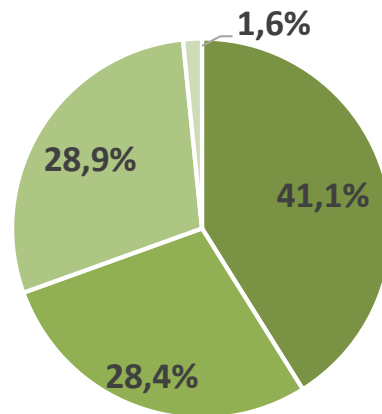
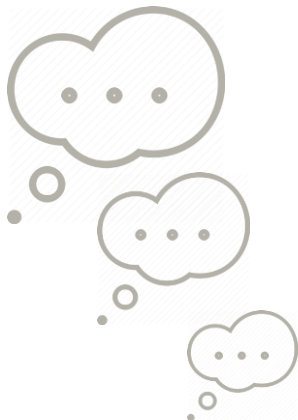
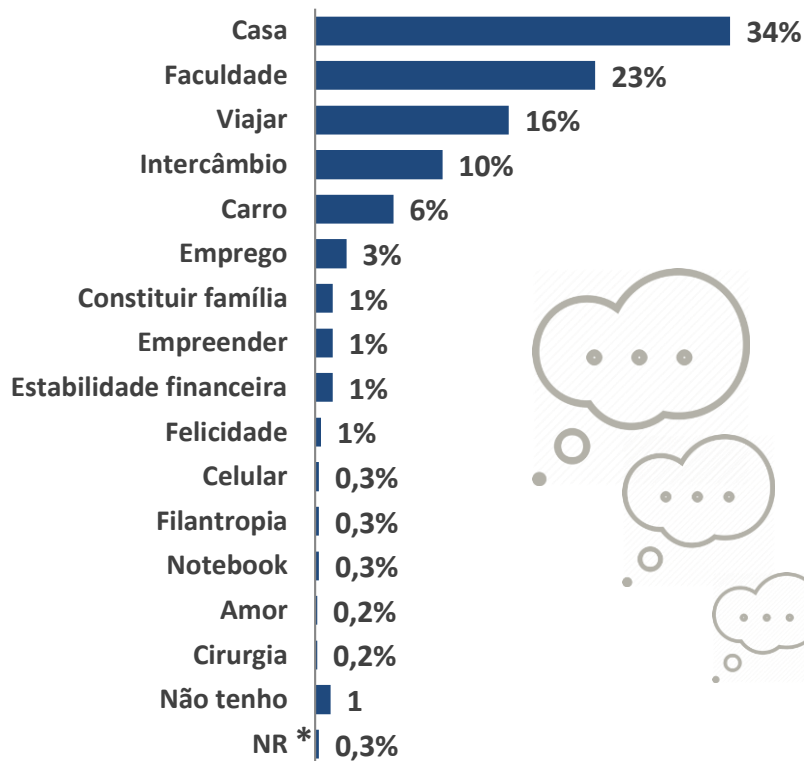




# Aquisição de bens é o principal sonho do jovem brasileiro, seguido por carreira profissional



## Qual é o seu maior sonho?



- Aquisição de bens
- Financeiro/Carreira Profissional
- Experiências de vida/Felicidade
- NR/Não tem



# CONCLUSÃO

---

---



Neste Estudo pode-se notar algumas características predominantes entre esses jovens. Eles são:

- **Interativos:** todos eles possuem algum tipo de rede social, onde dialogam, interagem e agregam, buscando comunicação e informação.
- **Transparentes:** A superexposição, espontaneidade e autenticidade expõem sua intimidade e fragilidades. É a primeira geração que não possui vergonha de ser quem se é.
- **Pressionados:** O Brasil pós crise mostrou a esse jovem como é necessário ser realista e prático, e o impõe muitas responsabilidades e pensamento lógico, o que o deixa com medo e pressionado ao enfrentar esse novo caminho da vida.
- **Antenados:** Buscam por notícias e estão informados em relação a saúde, tecnologia e política.
- **Ansiosos:** Geração atendida, de forma compulsiva e preocupante. O que mostra a não separação do mundo online e offline.



## Coordenação Técnica:

**Eduardo Terra** – Presidente da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria

**Alberto Serrentino** – Vice-presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC, Fundador da Varese Retail

**Hélio Biagi** – Presidente do Conselho Deliberativo da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria

**Ronald Nossig** – Vice-Presidente de Parcerias e Novos Negócios da SBVC

**Maria Odete Alves** – Gerente Executiva da SBVC

**Fernanda Besnosoff** – Coordenadora de Pesquisas e Estudos da SBVC

## Realização:

**Antonio José Perina Ferreira** – Sócio Diretor da AGP Pesquisas Estatísticas

**Gustavo Okuyama** – Socio Diretor da AGP Pesquisas Estatísticas



---

## PRINCIPAIS ATIVIDADES:

---

ESTUDOS E PESQUISAS;

PLATAFORMA DE CONTEÚDO PARA O VAREJO

NEWSLETTER DIÁRIA COM AS PRINCIPAIS NOTÍCIAS DO VAREJO;

PROMOÇÃO DE RELACIONAMENTO ENTRE OS DIVERSOS ASSOCIADOS;

COMISSÕES DE DISCUSSÕES DE TRABALHO COM TEMAS FOCADOS EM MARKETING, T.I., PREVENÇÃO DE PERDAS, RH, SERVIÇOS FINANCEIROS, ENTRE OUTRAS;

REALIZAÇÃO E APOIO DE EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS.



---

A **AGP Pesquisas** atua no mercado desde 2009, utilizando todas as metodologias de pesquisa disponíveis para coletar dados e oferecer a solução mais completa e confiável para gerar informação de qualidade para os clientes em mais de 100 projetos realizados.

Aliando o expertise de sua equipe e fundadores à seriedade com que trata cada projeto, a AGP Pesquisas vem se destacando por unir metodologias inovadoras e eficientes a um relacionamento sólido com clientes e parceiros.

AGP Pesquisas, fornecendo mais que números, gerando informação.

# OBRIGADO

---

---

