

O Consumidor: atitude atual

GfK / António Salvador

LISBOA | 25-26 JUN'15 |  ISEL
Instituto Superior de Engenharia de Lisboa

9º E N C O N T R O

transportes



Previsões e tendências do consumo

Para perceber as expectativas do consumidor actual . o que é que ele procura . e como se referencia o papel da inovação a essas expectativas, considere importante proceder ao seu enquadramento. Nas tendências que estão a marcar os consumos nos últimos anos e na forma como é previsível que elas venham a marcar o futuro.

Há vários indicadores que reflectem o estado da economia e as tendências do consumo.



Previsões e tendências do consumo

Mas, vou centrar-me numa análise recorrendo à sondagem de Consumidores da Comissão da UE, mensalmente realizada pela GfK, e no seu âmbito perceber:

- Qual a expectativa económica e de rendimentos dos consumidores? Qual a tendência?
- Qual a disposição para comprar/ gastar?
- E qual o impacto na compra efectiva/ nos gastos que se fazem?

Em Portugal e por confronto com outros países da EU.

Questiono-me, pois:



O consumidor Português
ainda está de %castigo+?



Ou já emerge algum
optimismo?



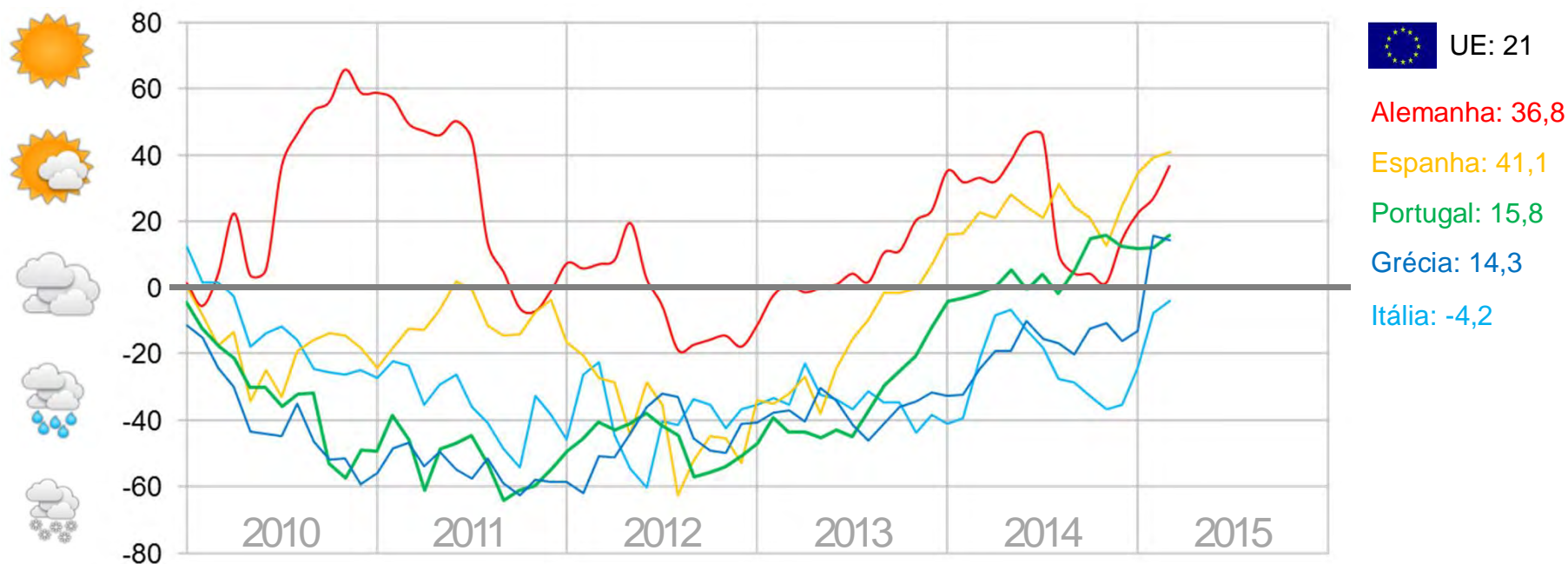
Expectativa Económica dos consumidores

Os Consumidores Portugueses revelam alguma confiança numa recuperação económica!

A opinião positiva sobre o desenvolvimento económico de Portugal regista 15,8 pontos em Março, o que significa que este indicador se encontra logo abaixo da sua alta de longo prazo de 15,9 pontos registada em Novembro de 2014.

Há um ano, o valor deste indicador era negativo (-2 pontos).

Hoje é superior ao da Itália, mas distante da Alemanha e, sobretudo, da Espanha.



Fonte: GfK inquérito aos consumidores encomendado pela Comissão Europeia (actualizado Março 2015)

Expectativa de Rendimentos dos consumidores

Os consumidores estão a prever vencimentos e salários estáveis nos próximos meses.

Isto reflecte-se no desenvolvimento das expectativas de rendimento, que registaram um ligeiro aumento de 2,1 pontos para 4,7 pontos.

Assim sendo, o indicador encontra-se agora ao mesmo nível do de Outubro de 2014, tendo o valor mais elevado neste período, sido registado, no ano de 2010.



Fonte: GfK inquérito aos consumidores encomendado pela Comissão Europeia (actualizado Março 2015)

Previsões e tendências do consumo

Não obstante, e apesar de os consumidores portugueses apresentarem alguma confiança na recuperação económica



Disposição para comprar

...a sua disposição para comprar ainda não parece ter beneficiado desse facto.

- “ Permanece em terreno francamente negativo . a recuperação ligeira que se verificou face ao período anterior não foi suficiente para sair dele com algum significado;
- “ Abaixo de Portugal, na Europa a 28, só se encontra a disposição para comprar da Grécia.



Fonte: GfK inquérito aos consumidores encomendado pela Comissão Europeia (actualizado Março 2015)

Previsões e tendências do consumo

Diz-nos assim a sondagem da GfK que a confiança dos consumidores portugueses (ainda) não é forte o suficiente para impulsionar a sua predisposição à compra, ã

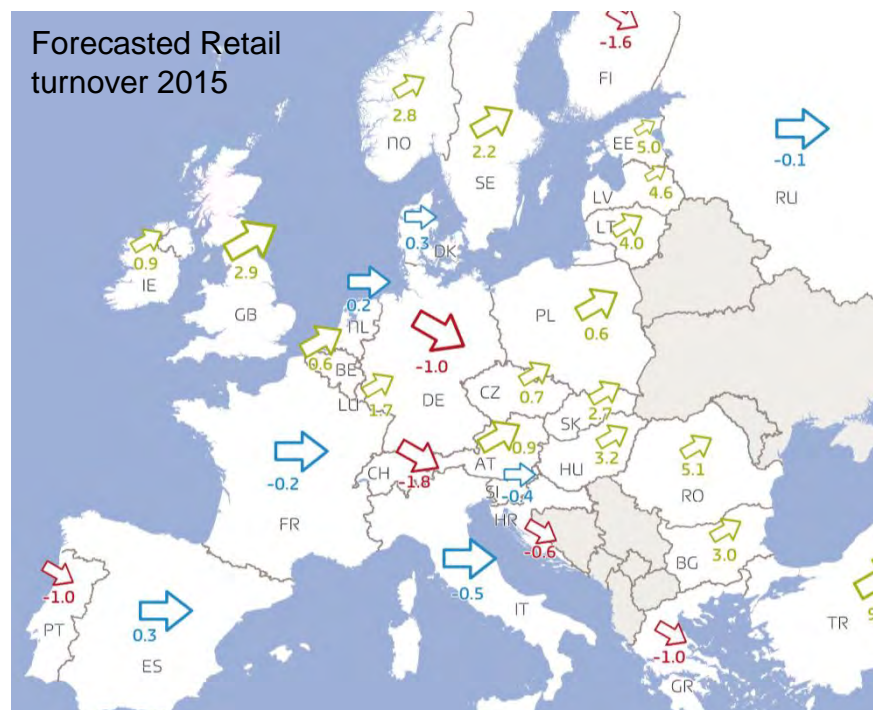
E há também outros estudos que comprovam esta (ainda) contenção face à compra/ a gastos supérfluos/ menos necessários.



Sector do Retalho:

Portugal ainda mantém previsão negativa!

Segundo uma análise que a GfK desenvolveu sobre a actual situação do sector do retalho (em 32 países europeus), as previsões para 2015 ainda não são muito optimistas (em Portugal, o volume de negócios do retalho ascendeu, em 2014, aos 39,2 mil milhões de euros).



Fonte: GfK European Retail Study. O estudo analisa o poder de compra, a percentagem das despesas totais da população que é dedicada ao retalho, a inflação, a produtividade da área de vendas, as mudanças no retalho provocadas pelo eCommerce

Previsões e tendências do consumo

Há ainda outros estudos locais que nos dão conta de que as compras de roupa diminuíram cerca de 4% no 1º trimestre de 2015.

Mas também nos dizem, esses estudos, que mesmo as compras de produtos de grande consumo . os chamados FMCG . estão em decréscimo de volume, total e por acto de compra, desde o princípio do ano.

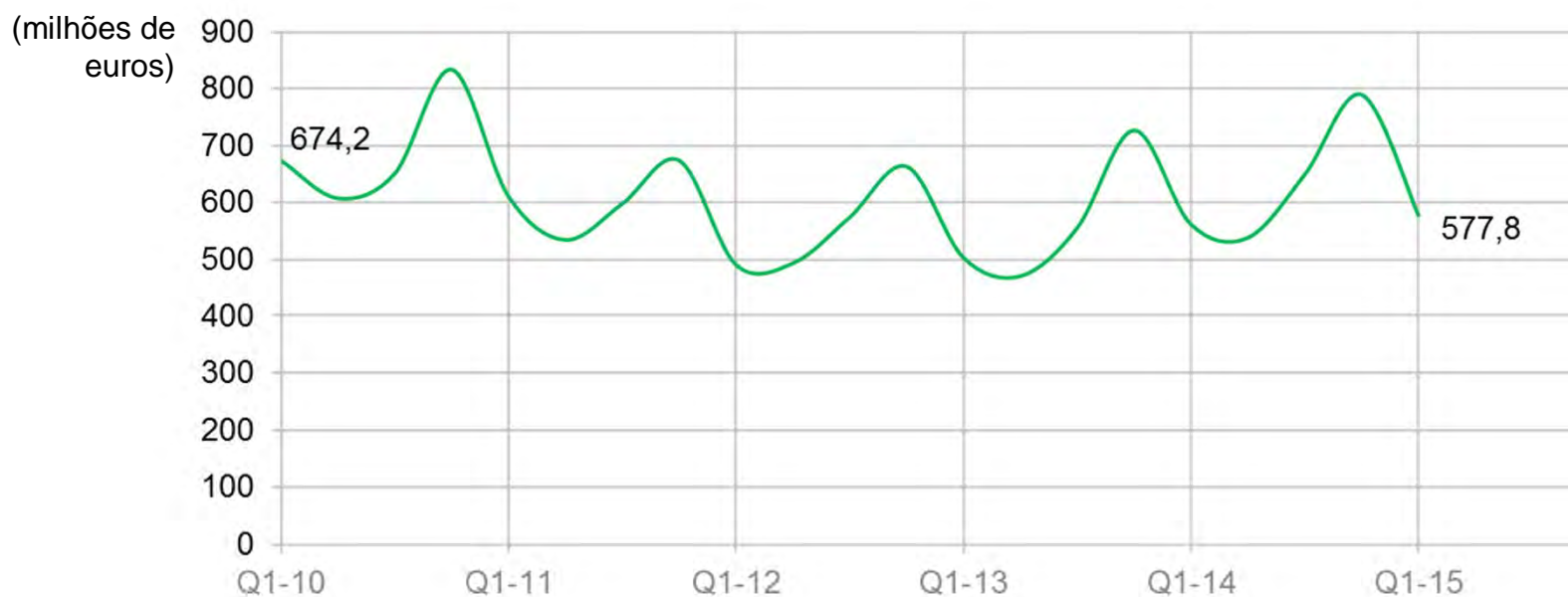
õ entre outros vários indicadores que espelham esta %contenção+face à compra!



Vendas dos Produtos Tecnológicos em Portugal

O Mercado de Produtos Tecnológicos manteve-se positivo no 1º trimestre de 2015, com um crescimento de 3%, face a período homologa, impulsionado por Telecom e Pequenos Electrodomésticos. Todas as restantes áreas porém, estão negativas neste primeiro trimestre do ano.

Mas é especialmente preocupante vermos que a recuperação é muito frágil, tendo em consideração que apenas Telecom continua com forte crescimento.



Fonte: GfK TEMAX (actualizado 1º Trimestre de 2015)

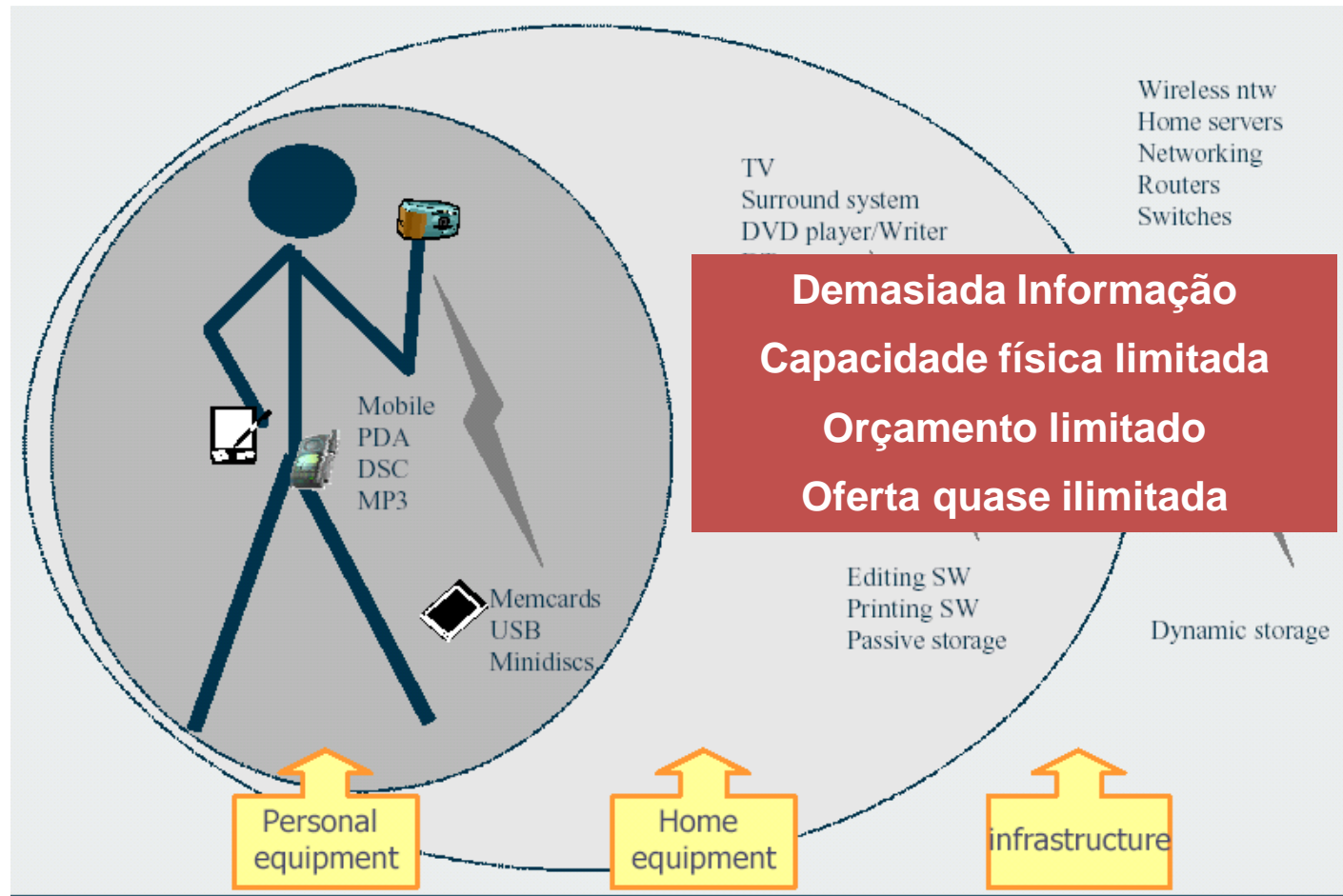
Evolução Globalização

Tecnologias Convergentes



Evolução Globalização

O Consumidor Í ConectadoÔ



Evolução Globalização

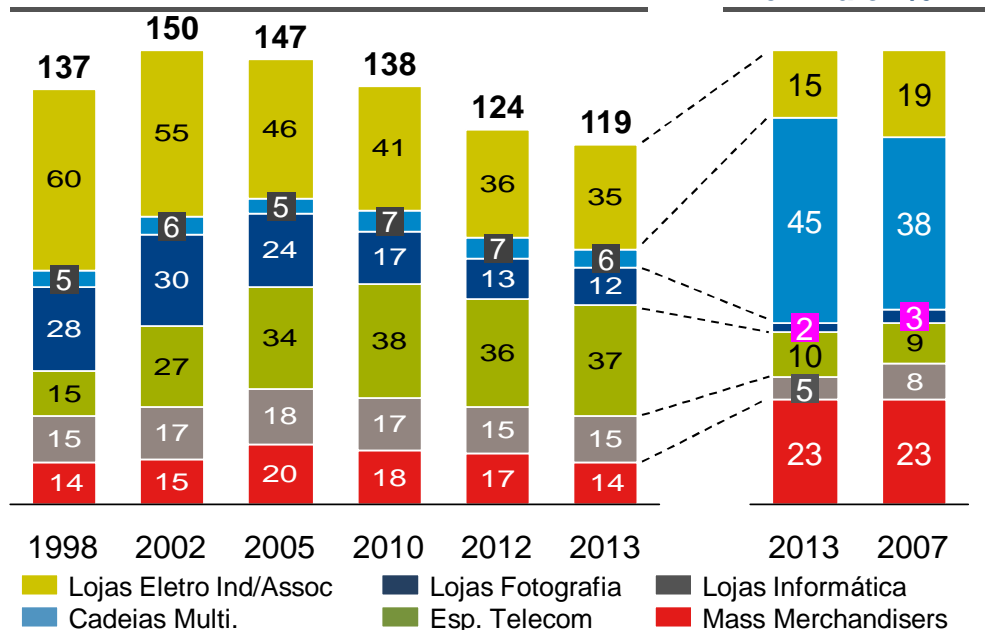
Concentração no Retalho

Produtos tecnológicos para o Lar . Vendas Tradicionais (Online excluído)

Europa Ocidental*

Universos absolutos em Milhares

Quota Mercado
em Valor %



Enorme concentração & consolidação
na Grã-Bretanha

Em 1985,

22

Cadeias
Multiespecialistas
operavam na GB.

Hoje, só

4

sobrevivem.



- " Atlantis
- " Bennetts
- " Bridgers
- " Clydesdale
- " Colourvision
- " **Richer Sounds**
- " Connect
- " **Currys**
- " **Dixons**
- " Fona
- " Comet

- " Greens
- " Ketts
- " Laskys
- " Rumbelows
- " Supreme
- " Tandy
- " Trident
- " Ultimate
- " Vallances
- " Wigfalls
- " **Hughes**

* Referência: Produtos Auditados nos respectivos Países /Canais

Aparentemente o consumidor acertou o passo com a crise!

ão terão aprendido com a crise a aderir
cada vez mais à compra racionalizada, ao
consumo ponderado e a deixar-se
condicionar pela lista do que é
verdadeiramente necessário comprar.