

# COMO O CONSUMIDOR DE ALTA RENDA MUDOU E SE ADAPTOU À PANDEMIA

A pandemia de COVID-19 mudou o estilo de vida e os hábitos de consumo das pessoas, obrigando-as a ficar em quarentena e a evitar atividades de entretenimento, viagens e compras relacionadas a viagens. Além disso, ajudou consumidores que não usavam pagamentos digitais a reconhecer os benefícios das compras on-line e estima-se que **o comércio digital tenha crescido 30% na América Latina em 2020.**<sup>1</sup>

À medida que a pandemia começa apresentar sinais de recuperação, o aumento da poupança combinado aos desejos de consumo reprimidos pode abrir uma janela de oportunidade para promover os gastos neste segmento.



## TRANSIÇÕES IMPORTANTES NO SEGMENTO DE ALTA RENDA<sup>2</sup>

**Os consumidores de alta renda buscam experiências diferenciadas.** Embora estejam dispostos a pagar por produtos e serviços de alta qualidade, a maneira como fazem isso mudou. O segmento está em um momento de transição, passando da riqueza para valores de prosperidade.

DE	PARA
Bens materiais	Experiências
Deixar patrimônio	Desfrutar do patrimônio
Acúmulo	Gestão
Luxo como forma de expressar status	Conforto luxuoso e valorização do dinheiro gasto
Exclusividade	Singularidade
Vida numa bolha	Interesse em vivenciar outras realidades
Reconhecimento como grupo	Diferenciação individual
Racional: dinheiro	Emocional: memórias
Crescimento econômico	Desenvolvimento pessoal e espiritual
Ambiente controlado	Ambiente empírico
Pensa em si	Pensa na comunidade
Dependência de serviços	Autonomia digital

## BENEFÍCIOS MAIS VALORIZADOS PELOS CONSUMIDORES DE ALTA RENDA

Os consumidores de alta renda querem uma combinação de benefícios triviais para o curto prazo e de benefícios para quando puderem retomar seus planos de viagem e entretenimento.

**Por exemplo:**



**Descontos** nos pagamentos de contas e assinaturas



**Serviços de emergência** médica internacional



**Reembolso** em caso de cancelamento de viagens



**Proteção física** de itens como celulares e outras compras



**Indenização** em caso de perda de bagagem



**Proteção on-line**, inclusive contra roubo de identidade e fraude.



**Entrega** de alimentos e promoções

## O QUE OS CONSUMIDORES DE ALTA RENDA MAIS ESTÃO FAZENDO PARA VIVER BEM EM TEMPOS DIFÍCEIS

1



**Mudando para sua residência de fim de semana** para relaxar e curtir a natureza.

2



**Fazendo reformas** e substituindo eletrodomésticos.

3



**Promovendo uma cultura de bem-estar** e priorizando opções saudáveis, como alimentos de qualidade, atividade física, vitaminas, meditação e esportes

## A Visa está aqui para ajudá-lo

Contate seu executivo de conta Visa para entender melhor os estilos de vida e os hábitos de consumo dos indivíduos de alta renda e identificar oportunidades para atender esse segmento e promover sua fidelização.

**VISA** onde você quiser estar

Fontes:

1. eMarketer, Latin America eCommerce, junho de 2020

2. Affluent Discovery for Latin America | Relatório encomendado pela Visa ao De La Riva Group 2019.

Sobre a Visa.

Visa Inc. (NYSE:V) é a empresa líder em pagamentos digitais no mundo. Nossa missão é conectar o mundo por meio do que há de mais inovador, confiável e seguro em meios de pagamentos – permitindo que pessoas, negócios e economias prosperem. Nossa avançada rede de processamento global, a VisaNet, oferece pagamentos seguros e confiáveis em todo o mundo e é capaz de processar mais de 65.000 transações por segundo. O foco implacável da empresa em inovação é um catalisador para o rápido crescimento do comércio conectado em qualquer dispositivo e uma força motriz por trás do sonho de um futuro sem dinheiro em papel para todos, em todos os lugares. À medida que o mundo passa do analógico para o digital, a Visa insere sua marca, produtos, pessoas, rede e escala para remodelar o futuro do comércio.

As informações, recomendações ou "melhores práticas" aqui contidas (as "Informações") são fornecidas "TAL COMO ESTÃO" e seus fins são meramente informativos, não devendo ser usadas para aconselhamento comercial, operacional, de marketing, financeiro, jurídico, técnico, tributário ou outro. A Visa não se responsabiliza pelo uso das informações (incluindo erros, omissões, inexatidões ou atemporalidade de qualquer tipo) ou quaisquer suposições ou conclusões extraídas do seu uso. A Visa não oferece nenhuma garantia, seja ela expressa ou implícita, e renuncia explicitamente a qualquer garantia de comerciabilidade e adequação a um propósito particular, a qualquer garantia de não violação a direitos de propriedade intelectual de terceiros ou a garantias de que a informação está atualizada e isenta de erros. Na medida do permitido pelas leis aplicáveis, a Visa não se responsabilizará perante um cliente ou terceiro por danos sob nenhuma teoria jurídica, incluindo, entre outros, danos especiais, consequenciais, emergentes ou punitivos, nem por danos referentes a lucros cessantes, interrupção dos negócios, perda de informações comerciais ou outra perda monetária, ainda que tenha sido alertada da possibilidade de tais danos ocorrerem.