

A empresa de consultoria McKinsey acaba de divulgar o estudo “**Meet the new brazilian consumer**”, analisando o comportamento do consumidor brasileiro, no momento atual da economia.

<http://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/meet-the-new-brazilian-consumer?cid=other-eml-alt-mip-mck-oth-1606#0>

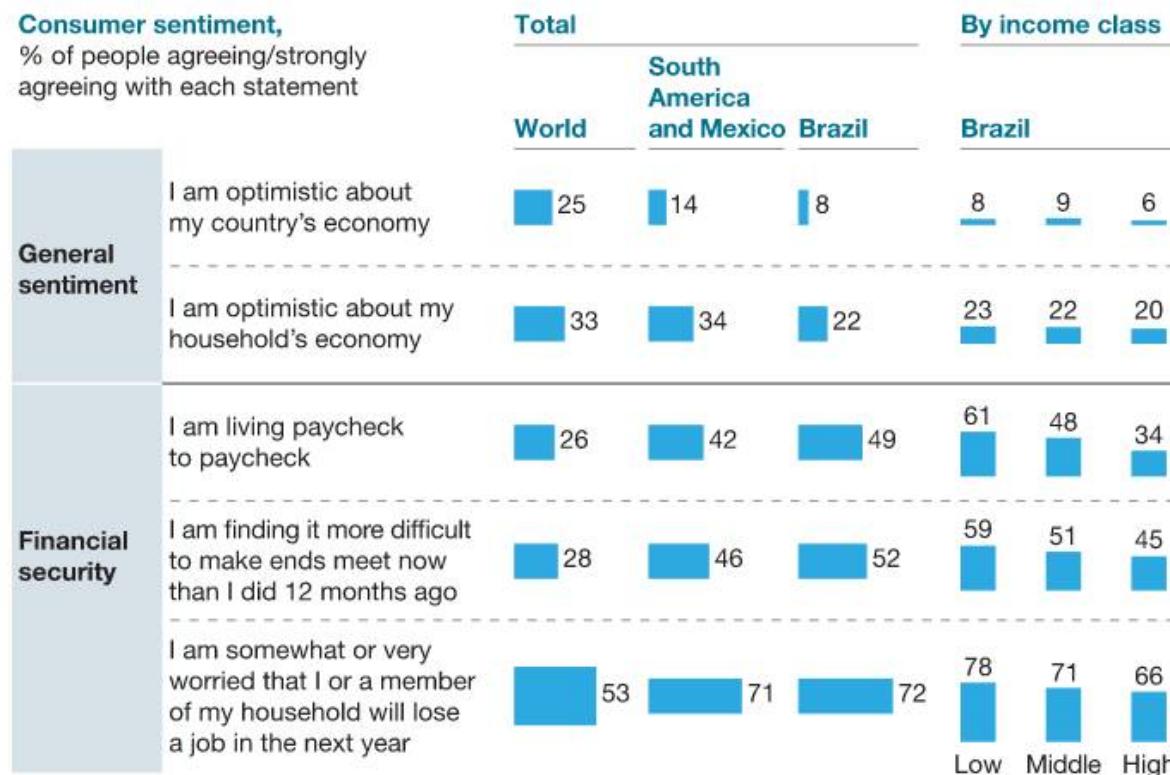
A situação é comparada a mais de vinte países e, como esperado, os números daqui são os mais pessimistas.

Uma frase do texto pode servir de referência para qualquer mercado, inclusive o de seguros:

“Em meio à recessão, as marcas devem dar aos consumidores razões sólidas para escolher os seus produtos, em detrimento de alternativas de menor preço”.

Exhibit 1

Optimism was lowest in Brazil, out of 26 countries surveyed.



McKinsey&Company | Source: McKinsey Global Consumer Sentiment Survey, 2016

Fonte: Francisco Galiza/[Rating de Seguros](#), em 23.06.2016.