

O MÁGICO E
LUCRATIVO MERCADO

GEEK



ESAMC

INTRODUÇÃO

De camisetas e colecionáveis a eventos especializados. O mercado Geek movimenta milhões, todos os anos, no Brasil e no mundo. São fãs apaixonados que não medem esforços e nem gastos para adquirir um item do seu personagem ou universo favorito.

Tamanho crescimento e identificação com o gênero, que até pouco tempo passava despercebido, acabou se mostrando uma ótima oportunidade para jovens empreendedores ou até mesmo para quem buscava novos mercados para investir.

Porém, para criar um negócio altamente competitivo e, claro, lucrativo, quem pretende investir nesse nicho de mercado precisa, antes de tudo, conhecer esse público-alvo. Afinal, mesmo fazendo parte do mesmo círculo ou grupo social existem pequenas diferenças entre os vários públicos que consomem esse tipo de informação e produto. Diferenças essas que podem impactar de forma direta ou indireta no negócio.

CONHECENDO O PÚBLICO



Fãs de tecnologia, super-heróis e histórias em quadrinhos, apaixonados por livros, games e entusiastas do cinema. Essas são algumas características dos geeks. Tais aspectos fazem com que esse público busque não somente informações sobre um tema específico, mas também passe a adquirir produtos relacionados a ele. São canecas, chaveiros, bonecos colecionáveis, camisetas personalizadas, quadros e outros produtos.

Porém, não pense que esse é um público que se contenta com pouco. Fiéis e exigentes, os geeks estão sempre atentos às novidades e gostam de produtos ricos em detalhes, de qualidade e exclusivos.

Embora muitas vezes acabem ainda sendo confundidos com os nerds, os geeks aos poucos conseguiram vencer o estereótipo de inaptidão social e vêm se tornando um público altamente rentável para as marcas.

Mas, qual é a diferença entres esses públicos? E como as marcas podem conversar com vertentes tão parecidas e ao mesmo tempo distintas entre si?

NERD X GEEK:

ENTENDA A DIFERENÇA



Comumente confundidos tantos nerds como geeks acabam divergindo um pouco sobre a definição de cada tribo. Por isso, é importante saber com qual público você está ou pretende conversar.

QUEM SÃO OS NERDS ?

O escritor e cartunista americano Theodor Seuss deu origem ao termo nerd em 1954, ao fazer a combinação dos termos “lerdeza” e “roupas listradas para pessoas de físico magro”. Na teoria quando alguém é chamado de nerd essa pessoa é definida como engraçada e com uma personalidade que se interessa por determinados assuntos.

Os nerds possuem um forte desejo pela leitura e muitas vezes acabam encontrando dificuldade em se relacionar com pessoas que não possuam os mesmos interesses que os seus. Além disso, mais do que simplesmente apaixonados por livros, filmes e séries, o nerd é todo aquele que consome cultura, seja ela pop ou dentro de um tema mais específico como música, arte, astrofísica ou matemática.

Por possuir interesses variados, é comum que entre as conversas desse público os temas sejam variados: meio ambiente, tecnologia ou novas descobertas da ciência são alguns exemplos. Já quando o assunto é filmes, eles costumam ter mais afinidade com produções como: O Senhor dos Anéis, Jornada nas Estrelas, De Volta Para o Futuro e Matrix.

QUEM SÃO OS GEEKS?

Por mais inusitado que possa parecer o termo geek tem origem circense e surgiu em meados dos anos 1870, quando a população passou a chamar trapezistas, acrobatas e vários outros artistas de geek. Com o passar dos anos, o termo começou a ser designado a pessoas que tinha facilidade para resolver problemas na área de computação, os famosos computer geeks.

Porém, embora geeks e nerds sejam semelhantes quando o assunto é tecnologia, a personalidade do geek é mais centrada. Ou seja, quando um geek gosta de uma determinada coisa ou assunto, aquilo passa a fazer parte de sua rotina e com isso ele se torna um especialista daquele universo.

O geek, ao contrário do nerd, é mais extrovertido e consegue se relacionar mais facilmente com pessoas que não possuam os mesmos interesses que os seus. Além de suas paixões, sejam elas por revista em quadrinhos, super-heróis ou games, por exemplo, o geek gosta de conversar sobre as suas experiências de vida e de sua carreira profissional. Outro ponto é que ele normalmente tem um estilo único e sofisticado voltado para roupas, perfumes, eletrônicos e música pop.

É importante salientar que apesar da confusão que os dois termos geram, não existe uma disputa entre os dois grupos. Embora tenha interesse mais amplos, um nerd pode ser um geek do mesmo modo que o geek pode gostar de vários elementos que compõem o universo nerd. Com isso se abre um leque de oportunidades para quem deseja investir nesse mercado segmentado de fãs apaixonados, sejam eles nerds ou geeks.

UM MERCADO LUCRATIVO PARA ANTIGOS E NOVOS EMPREENDEDORES



Tanto os geeks como os nerds gostam de mostrar para todos as suas paixões. Uma forma de fazer isso é consumindo produtos referentes à essas paixões. E o mercado, vendo a potencialidade desse público, vem diversificando seus produtos a cada ano e até mesmo focando exclusivamente nesse nicho.

A rede de fast shop [Riachuelo](#), há anos já trabalhava com produtos licenciados, porém ao perceber a alta da demanda por produtos geeks no mercado, em especial os inspirados na franquia Star Wars, lançou coleções especiais criadas por uma equipe de designers, especialmente voltadas para os fãs da série.

Em 2017, a marca participou da [Comic Con Experience \(CCXP\)](#), ofertando ao público presente produtos de qualidade a um preço acessível. Para Júlia Medeiros, gerente de licenciamento da Riachuelo, o diferencial da rede é a “aposta na democratização da moda, que apresenta preços acessíveis e leva produtos licenciados de outras franquias de sucesso como: Harry Potter, O Hobbit, O Senhor dos Anéis e personagens importantes do mundo dos quadrinhos para todos os cantos do país.”

Além disso, Júlia Medeiros destaca o planejamento da rede, que desenvolve um calendário geek para lançar coleções especiais e edições limitadas em parceria com os ilustradores do [Chiaroscuro Studios](#).

A [Lupo Urban](#) é outra marca que percebeu a oportunidade que o mercado geek oferece. A marca, que também participou da Comic Con Experience (CCXP) em 2017, apostou em duas coleções voltadas para os fãs de [Star Wars](#) e [Harry Potter](#).

O sucesso foi tanto que segundo o designer da marca, Celso Ludgero, há planos de expansão para esse segmento que incluem sucessos como Jurassic Park e até mesmo Super Mario.

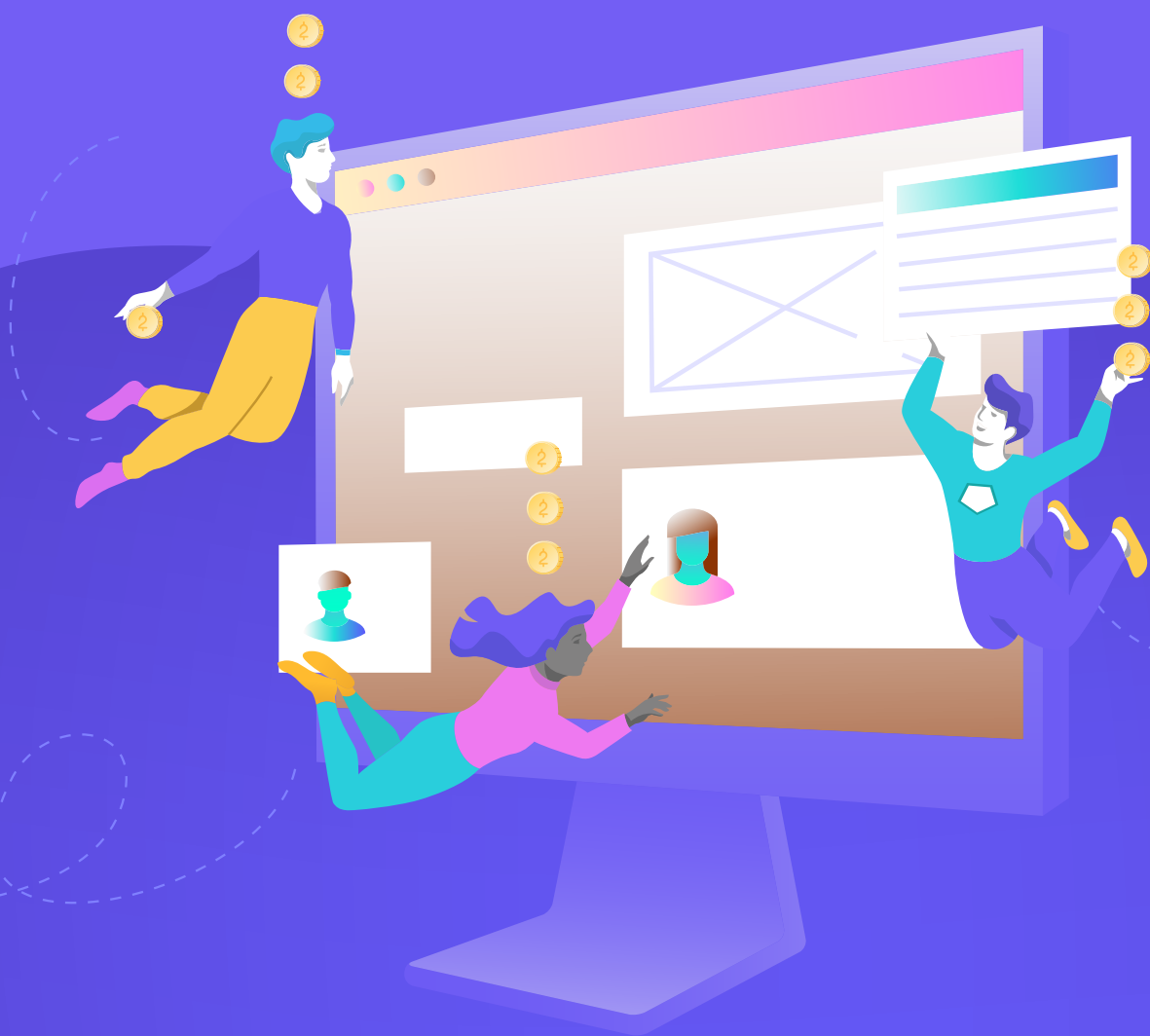
PEQUENAS EMPRESAS QUE SE TORNARAM GRANDES NEGÓCIOS

Criada em 2010 pelo empreendedor Felipe Rosetti, a varejista de camisetas [Piticas](#) produz estampas com aprovação de empresas como Disney, Warner, Marvel e conta com 304 pontos de vendas em todo o Brasil, ocupando a 43ª posição no ranking das 50 maiores franquias do país, segundo a [Associação Brasileira de Franchising](#).

Rosetti, sócio-diretor da marca, ressalta que no começo as pessoas não confiavam na força do mercado geek. Atualmente, a marca produz 25 mil peças por dia e em 2017, obteve um faturamento de R\$ 123 milhões.

A mesma descrença do mercado foi sentida por Renan Pizii, dono da [PiziiToys](#) quando ele, há dez anos, começou a importar bonecos colecionáveis para o Brasil. Hoje, além de ser um nome consolidado no mercado, a marca entrega para 700 pontos de venda no Brasil e possui uma fábrica própria na China, a [Iron Studios](#).

O POTENCIAL DA INTERNET PARA O MERCADO



Os geeks e nerds se sentem em casa na internet, estando presente nas redes sociais e buscando informações em fóruns e grupos especializados. Em média 57% dos geeks realizam compras online com frequência, e o empreendedor que deseja almejar esse mercado precisa usar esses canais de forma inteligente e eficaz para conversar como seu público.

Como beneficiar-se do mercado geek da forma correta:



Divulgação: Participar de feiras e eventos e manter as redes sociais ativas, assim como um bom site, são fundamentais, pois é através desses canais que o público-alvo tem o primeiro contato com a empresa.

Fornecedores: É importante lembrar que os geeks gostam de produtos exclusivos e de qualidade e ter um fornecedor de confiança é primordial nesse caso. Outro ponto importante é não fazer grandes estoques e sim trabalhar com encomendas.



Fidelidade: Para conquistar o público você precisa cativá-lo. Para isso, é preciso criar um bom relacionamento, pois esse é o tipo de cliente que, além de exigente, conhece a fundo o produto. Investir em newsletters e promover descontos para clientes antigos é uma boa forma de manter um cliente fiel.

A large, crowded comic convention hall. The scene is filled with people, many wearing costumes, browsing through various booths. In the foreground, a man in a light green shirt is pushing a stroller with a child. To the left, a booth for 'BRITISH MANGA' is visible, along with a sign for 'mayamada'. In the center, a woman is wearing a bright yellow costume with a blue plush toy. To the right, a booth for 'LUCKY TARGET COMICS' is visible. The background shows a large screen displaying a blue and white image, and a sign for 'SHEFF' is visible on the right. The overall atmosphere is busy and festive.

UM SUCESSO CHAMADO COMIC CON

Com um público de duzentas e vinte mil pessoas e um faturamento próximo a R\$ 50 milhões, a [Comic Con Experience \(CCXP\)](#), que é realizada durante quatro dias na São Paulo Expo, é o maior evento voltado para o público geek e nerd do país.

São pessoas de variados perfis de idade, classe social e gênero. Desse público, 60% dos visitantes pertencem a classe C, 25% são das classes A-B e 15% são da classe D, sendo que 39% têm entre 19 e 25 anos. Outro dado interessante é que do total do público visitante da edição de 2017 da feira, 43% foi feminino o que sinaliza que a cultura geek e nerd está deixando de ser um ambiente majoritariamente masculino.

Com sete sócios de três empresas distintas (o site de cultura pop [Omelete](#), a [Chiaroscuro Studios](#) e a [PiziiToys](#)) e inspirada na Comic-Con de San Diego, na Califórnia, a [Comic Con](#) no Brasil vem se fortalecendo a cada ano. Segundo os organizadores, o sucesso se deve ao fato que antigamente, esses tipos de eventos no país eram voltados apenas para quadrinhos ou filmes e a Comic Con surgiu com uma forma de unir todo o universo geek e nerd aliando a paixão do público com o consumo.

Com um faturamento de quase 36 bilhões de dólares (cerca de 118 bilhões de reais), segundo a consultoria [PwC](#), a indústria do entretenimento do Brasil é uma das grandes responsáveis pelo crescimento rápido da Comic Con. Entre as maiores bilheterias, os filmes de super-heróis sempre são presenças marcantes. Ainda de acordo com o estudo, esse é um mercado que deve crescer muito em todo mundo até 2020, com o faturamento chegando em torno dos 48 bilhões de dólares.

COMIC CONS PELO MUNDO

Atualmente existem pelo menos 50 edições espalhadas pelo mundo que trazem em sua assinatura o nome Comic Con. Porém, o que poucos sabem é que nenhum desses eventos é, de fato, afiliado da Comic-Con de San Diego na Califórnia. Realizada há 42 anos, a edição detém todos os direitos da marca Comic-Con, com hífen, enquanto o nome Comic Con, sem hífen, é de domínio público e pode ser usado por qualquer pessoa. Brasil, Índia, Filipinas e Romênia são alguns dos países que atualmente realizam eventos com o nome Comic Con.

Um ponto de divergência entre a Comic-Con e as Comic Cons é que enquanto o evento principal é organizado por um pequeno grupo sem fins lucrativos, os demais possuem receitas milionárias chegando ao um faturamento estimado de 50 milhões de dólares por ano.

E levando em conta que muitas vezes a paixão por super-heróis, games e histórias fantásticas passa de pais para filhos, podemos vislumbrar que tanto a Comic-Con e as Comic Cons têm longos e rentáveis anos pelo frente.

CONCLUSÃO

O mercado voltado para geeks e nerds está em ascensão e prestes a deixar de ser somente um nicho para se tornar um segmento do mercado ganhando relevância entre pequenas e grandes empresas. O empreendedor que conseguir construir uma boa estratégia de marketing e principalmente criar um bom relacionamento com esse público exigente, mas bom pagador, terá a médio e longo prazo o retorno do seu investimento.

ESAMC

 /ESAMC

 /ESAMCOFICIAL

 /ESAMCOFICIAL