

# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## CONTEXTUALIZANDO PARA O ESTADO DE PERNAMBUCO E A REGIÃO DO AGRESTE

Este resumo visa a trazer uma noção das tendências globais de consumo aplicadas ao contexto da realidade do Agreste pernambucano, traçando um perfil de como se comporta, como pensa e o que quer o consumidor atualmente - e como isso pode ser utilizado dentro do cenário supracitado.

Iêda Helena S. de S. Pinto - 05/08/2016



# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## CONSUMIDOR AGNÓSTICO

Atualmente o consumidor vem adotando uma tendência de consumo que espelha a situação socioeconômica em que vivemos. O consumidor é abastecido por várias fontes de informação disponíveis, tendo à sua disposição a possibilidade de comparar preços e facilidades no pagamento e na entrega do produto.

Esse fator demonstra a necessidade das empresas estarem conectadas com os meios de comunicação, fazendo com que as mesmas sejam facilmente encontradas e comparadas pelos seus clientes em potencial.

O perfil do novo consumidor é agnóstico em relação a marcas, ou seja, importa-se ele mais com o custo-benefício e com a novidade do produto do que com que a marca que ele carrega. Assim, está ávido por produtos de valor que sejam desconhecidos, fora do alcance da grande mídia e por um preço considerado razoável.

Consumidores alemães “querem sustentabilidade, querem orgânicos, querem a melhor qualidade e ainda por um preço razoável”, falou à Reuters o CEO da Rewe, uma cadeia de mercados médios.

Isso gera uma grande oportunidade para as pequenas empresas que estão buscando um lugar no mercado. Oferecer um produto diferenciado, fácil de ser encontrado e exclusivo parece ser um caminho essencial para o sucesso desses empreendimentos.

Algumas empresas estão surgindo para atender à necessidade que os consumidores têm de adquirir valor. Uma inovação desse conceito de valor é a tentativa sustentada de ensinar crianças a consumir. Além disso, algumas empresas de algoritmos estão criando ferramentas que permitem oferecer uma sugestão mais personalizada para o consumidor, quando o mesmo está em busca de algum produto ou serviço. Essa ferramenta agrega valor ao produto final.



# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## CONSUMIDOR AGNÓSTICO

Os polos de confecções de vestuários de Caruaru e Santa Cruz do Capibaribe, por exemplo, se inserem bem nesse contexto. Analisando essa nova tendência de consumo, há uma grande oportunidade de se aproveitar o momento e oferecer aos seus clientes em potencial um produto com valores próprios, únicos, personalizados e por baixo custo.

CADEIA DE VALOR	EXEMPLOS
Moda	Roupas exclusivas, fáceis de ser encontradas e com preços razoáveis.



# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## O TEMPO É PRECIOSO

Poupar o tempo através da conveniência é, sem dúvida, uma enorme tendência global de consumo. As pessoas estão, cada vez mais, terceirizando suas atividades, tendo em vista a rotina atarefada dos consumidores na atualidade.

Estudos da Mintel mostram que boa parte dos brasileiros evita ir a lugares que tenham fila, procurando produtos e serviços que ajudem a economizar tempo, e confirmando uma tendência global de consumo.

Dessa forma, abre-se uma oportunidade para empresas que ofereçam o seu produto com vistas a essa demanda, presente em diversos segmentos de mercado. Comida congelada, fast food, entretenimento rápido e compras online podem (e devem) atender as grandes cidades situadas no Agreste pernambucano.

Aplicativos de delivery para dispositivos móveis também entram forte nessa questão. As grandes redes de restaurantes estão com seus próprios aplicativos disponíveis para celulares e, em boa parte deles, é possível fazer o pedido pelo próprio aplicativo. Além disso, existem aplicativos que reúnem uma grande quantidade de restaurantes em um só lugar, o que facilita ainda mais quem não quer perder tempo entrando em vários aplicativos para visualizar o cardápio. O Ifood é um grande exemplo deste conceito.

A possibilidade de ser atendido em casa ou no trabalho também vem sendo uma grande tendência de consumo. Alguns profissionais como cabeleireiras e manicures estão atendendo em domicílio e embarcando na onda de economizar o tempo dos seus clientes.

CADEIA DE VALOR	EXEMPLOS
Alimentação	Comida congelada, <i>fast food</i> e aplicativos de <i>delivery</i> para restaurantes
Bem-estar	Atendimento <i>delivery</i> de profissionais como cabelereira e manicure



# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## ENVELHECIMENTO SAUDÁVEL

Com o aumento da expectativa de vida das pessoas, em geral, nos últimos anos, acabou surgindo uma grande necessidade de serviços específicos voltados para a melhor idade.

Muitos empresários veem no envelhecimento da população uma oportunidade de negócio. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 21 milhões de brasileiros têm 60 anos ou mais. Até 2025, serão 32 milhões, estima a OMS.

Os idosos estão, cada vez mais, movimentando dinheiro e gastando com lazer. Boa parte dos idosos está gastando parte do seu dinheiro com o próprio bem-estar.

E os idosos estão cada vez mais numerosos na pirâmide social. Com o aumento da expectativa de vida, eles já são a faixa etária que mais cresce no Brasil e no mundo.

Hoje em dia, esse público está bem mais conectado à internet do que há anos atrás. Muitos idosos evoluíram com o mundo e desejam consumir e aproveitar o tempo disponível da melhor forma possível

Assim, abre-se um grande leque de oportunidades voltadas para esse público-alvo. Academias, pacotes de turismo, venda de produtos de bem-estar, casas dançantes estão entre as atividades que mais crescem.

Um grande exemplo disso é a alta procura por cursos na terceira idade. Há muitos idosos dispostos a despendar seu tempo para aprender. Cursos de bordados, tricô e costura têm crescido de forma rápida e sustentável no último ano. Além disso, pelo fato de estarem mais conectados à in-



# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## ENVELHECIMENTO SAUDÁVEL

ternet, estão buscando serviços de consultoria para lidar melhor com a tecnologia. O número de usuários deste tipo de serviço cresce a todo momento.

Trazendo isso para a realidade do Agreste pernambucano, temos várias opções de lazer e ecoturismo na nossa região. Adaptar essas opções e oferecer serviços específicos para a melhor idade parecem ser uma grande oportunidade dentro desse novo cenário. Cidades como Gravatá, Caruaru, Bonito e Bezerros têm um forte apelo no turismo local e podem aproveitar muito bem essa nova onda.

CADEIA DE VALOR	EXEMPLOS
Turismo	Pacotes de turismo voltados para a terceira idade
Bem-estar	Academia para idosos, cursos de costura e venda de produtos de bem-estar



# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## QUEREMOS UM MUNDO MELHOR

O aumento do efeito estufa e suas consequências tem causado efeitos negativos para o nosso planeta. Por isso, cresce cada vez mais o número de pessoas que buscam lutar contra esse processo. E o consumidor moderno está inserido nesse contexto.

Assim, os consumidores vêm buscando empresas que estejam conscientes do seu papel social e abracem as causas ambientais por meio de programas de reflorestamento, destinando uma parte da sua receita para as questões ambientais.

Além disso, o consumidor está valorizando mais as empresas que contribuem com causas sociais e humanitárias. É uma tendência global que, principalmente nos jovens, tende a valorizar empresas comprometidas com um mundo melhor.

Com quase dois em cada cinco (39%) brasileiros inclinados a comprarem das marcas que não agredem o meio ambiente, as empresas têm uma oportunidade significativa de se posicionarem como condutoras de mudanças positivas, num esforço de estimular o apoio dos consumidores.

Dessa forma, a preocupação com um ambiente mais saudável e uma vida mais leve tem feito a cabeça dos consumidores. Muitos estão indo trabalhar de bicicleta e deixando o carro em casa, em busca da redução da poluição no planeta, ou mesmo de uma melhor mobilidade para a sua cidade e, principalmente, de uma melhor qualidade de vida.

Inovações ecológicas surgiram na indústria do transporte como a startup brasileira PortoLeve, que oferece aos moradores do Recife um serviço de compartilhamento de carros elétricos, por uma mensalidade a partir de



# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## QUEREMOS UM MUNDO MELHOR

R\$ 30,00 e tarifas entre R\$ 10 e R\$ 40 por hora. Embora a carona verde estivesse ainda na infância, recentemente durante a Copa do Mundo de 2014 ela está amadurecendo rapidamente e irá se tornar um fator influenciador na economia de transporte no Brasil.

Outro grande exemplo é o aumento da procura por alimentos orgânicos. As pessoas estão querendo consumir, cada vez mais, alimentos saudáveis e sem uso de agrotóxicos, que fazem mal a saúde e ao meio ambiente.

Um bom exemplo dessa nova consciência do consumidor é o consumo de móveis feitos com madeira de reflorestamento, além do uso deste tipo de madeira na construção civil.

No Agreste de Pernambuco, temos muitas cidades que vivem de elementos da natureza na agricultura, na pecuária ou através do ecoturismo. Valorizar o meio ambiente e as causas sociais será um grande diferencial para as empresas da região.

CADEIA DE VALOR	EXEMPLOS
Alimentação	Consumo de Alimentos orgânicos, sem o uso de agrotóxico
Bem-estar	Venda de bicicletas e serviços de compartilhamento de carros elétricos
Construção civil	Uso de madeira de reflorestamento na construção civil
Turismo	Valorização de ecoturismo





# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## DIVERSIDADE DE GÊNEROS

A composição das famílias vem mudando bastante nos últimos anos. Casais divorciados, mães solteiras, casais homossexuais. As famílias estão tomando um formato cada vez mais livre de qualquer distinção de gêneros.

E é tentando seguir essa tendência nas famílias que estão sendo lançados no mercado vários produtos com um gênero neutro. Os produtos específicos para homens ou mulheres, meninos ou meninas, estão, pouco a pouco, perdendo espaço no mercado. A moda andrógina chegou para ficar de vez.

Essa moda pode ser explorada por vários setores da economia. A indústria da moda localizada no Agreste pernambucano deve ficar atenta a essa oportunidade de explorar as características das novas dinâmicas do “novo normal” e focar nos produtos sem a anuência de qualquer gênero.

É justamente essa indústria da moda que mais tem lucrado com a nova tendência do consumidor em geral. Algumas grifes já desfilam nas passarelas com coleções majoritariamente voltadas para as roupas unissex.

– Cinco anos atrás não estávamos preparados para isso; a diferença hoje é que essa tendência tem um rótulo e está cada vez mais sendo aceita pelo grande público, afirma Humberto Leon, um dos fundadores da loja de vanguarda *Opening Ceremony*, em Nova York, defensor de longas datas da moda sem gênero definido.

E isso tem refletido nas lojas varejistas que, em muitos casos, têm deixado de separar as roupas femininas das masculinas, numa clara alusão ao novo conceito que está se estabelecendo.

CADEIA DE VALOR	EXEMPLOS
Moda	Uso de roupas unissex, sem distinção de gênero



# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## SOLTEIROS GASTADORES

Com a crescente mudança na forma como as famílias se constituem, percebe-se que os solteiros estão cada vez mais presentes na nossa sociedade. E, os solteiros em geral, por não terem tantos compromissos e gastos com filhos, acabam tendo uma renda mais livre para gastar.

A solidão é uma situação comum entre os consumidores brasileiros, com 37% admitindo que ser solteiro, às vezes, significa ser solitário. E é de olho nessa tendência que as empresas estão observando que os solteiros estão movimentando um mercado próprio, com comércio de artigos de luxo e viagens. Assim, personalizar as vendas e a prestação de serviços específicos para esse público-alvo tem se tornado uma boa oportunidade no mercado atual.

Esse público é bem heterogêneo na questão da idade, mas no geral é composto por jovens e adultos, podendo ser solteiros, separados ou viúvos. Assim, o perfil de pessoas que moram sozinhas está influenciando cada vez mais a cadeia de valor da construção civil. Hoje muitos apartamentos estão sendo feitos para essa nova realidade. São locais menores, compactos e que geralmente atrelam a oferta de serviços - arrumadeira, restaurante, passadeira etc. São os chamados *home services*.

As empresas de turismo têm observado de perto essa tendência. Muitas delas já oferecem pacotes voltados para um público com esse perfil, promovendo uma experiência autêntica de interação entre os participantes, ou seja, tudo o que alguém solteiro procura numa viagem.

CADEIA DE VALOR	EXEMPLOS
Turismo	Pacotes de turismo promovendo interação social entre os participantes
Construção civil	Apartamentos menores, em edifícios com maior área de lazer e oferta de serviço



# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## ALIMENTAÇÃO VERDE

As consequências de uma alimentação desequilibrada estão cada vez mais evidentes em todo o mundo. O alto consumo de produtos embutidos e com pouco conteúdo nutricional vem causando várias doenças relacionadas com a alimentação e o estilo de vida que as pessoas vêm adotando.

O consumo de alimentos saudáveis no Brasil vem crescendo nos últimos anos. De acordo com um estudo da agência de pesquisa Euromonitor, o mercado de alimentação ligado à saúde e ao bem-estar cresceu 98% no país nos últimos cinco anos.

O setor movimenta cerca de US\$ 35 bilhões por ano no Brasil. Os números crescentes do segmento se justificam pelo fato de que, para 28% dos brasileiros, consumir alimentos com alto valor nutricional é essencial. Além disso, 22% da população escolhe comprar alimentos naturais e sem conservantes.

De acordo com Maria Tereza Bertoldo Pacheco, pesquisadora da área de Química de Alimentos do Instituto de Tecnologia de Alimentos (Ital), o cultivo de crucíferas como brócolis, couve-flor, alho e cebola tem crescido.

Assim, a nova tendência de consumo estimula uma alimentação mais verde e, conseqüentemente, mais saudável. Os consumidores estão valorizando muito o combate à cultura do desperdício e focando numa alimentação mais natural, local e sazonal. Até mesmo as redes de fast foods estão inserindo mais alimentos saudáveis em seus cardápios. O número de vegetarianos vem crescendo e esta tendência já é uma realidade.

Dessa forma, abre-se uma grande oportunidade nessa cadeia de valor, visto que é uma tendência que já é uma realidade no Brasil. Empresas do setor alimentício devem se inserir nesse novo conceito de consumo e explorar esse mercado com restaurantes e lanchonetes transparentes, que mostrem todo o seu processo de produção, além de obviamente inserir alimentos saudáveis no seu menu.



# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## ALIMENTAÇÃO VERDE

O número de restaurantes que são voltados para uma comida mais verde e, conseqüentemente, mais saudável, não para de crescer. Os restaurantes voltados para a venda de açaí têm sido uma febre em todo o Brasil. A fruta tem sido bastante consumida pelo seu sabor e pelo seu alto valor nutricional.

Além disso, a venda de produtos como quinoa, linhaça, açafão e chia tem movimentado bastante o mercado de produtos oriundos da terra. Esses produtos trazem não só energia a quem os consome, mas também uma série de benefícios ao organismo.

Outra grande oportunidade nesse ramo é a tendência de consumir produtos sem glúten ou lactose. Muitas pessoas o fazem por restrições médicas, como no caso de consumidores com doença celíaca ou com intolerância à lactose. Mas esse consumo não está restrito a esses consumidores, pois muitas pessoas estão utilizando o corte dessas substâncias com fins apenas nutricionais, como na dieta sem glúten.

CADEIA DE VALOR	EXEMPLOS
Alimentação	Restaurantes que vendam açaí e lanches com comidas saudáveis
Alimentação	Venda de alimentos sem glúten e/ou sem lactose



# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## BEM-ESTAR

A busca pelo bem-estar mental e por uma maior consciência da sociedade é, sem dúvida, uma grande tendência. Os consumidores estão buscando um equilíbrio, muitas vezes não só físico, mas principalmente mental.

Persuadidos por campanhas de grandes empresas, que valorizam o bem-estar e a redução do estresse, as pessoas estão em busca de produtos e serviços que possam lhes auxiliar neste quesito.

Atividades como ioga, dança e pilates ajudam não só o corpo, mas principalmente a mente. Além disso, livros que valorizam a conscientização da sociedade estão entre os mais vendidos.

Segundo Nestor Mota, diretor do Instituto Goiano de Ioga, são as técnicas de respiração e a filosofia por trás da atividade as grandes responsáveis pelo efeito antiestresse da ioga.

“Em cada situação, quando estamos tranquilos, assustados ou agitados, respiramos de um jeito diferente. Com as técnicas aprendidas, é possível interferir nesse processo instintivo e usar a respiração correta para mudar o estado emocional”, afirma Nestor.

Além disso, a cadeia de valor da construção civil tem um papel importantíssimo na promoção e na valorização da qualidade de vida. A tentativa de desenhar cidades mais ativas, com uma maior inserção de ciclovias, tem ganhado destaque nos últimos anos, alinhada com esse conceito de dar valor a um maior bem-estar.

Assim, é uma boa oportunidade para os empreendedores do Agreste pernambucano entrar nessa tendência global de consumo e oferecer produtos e serviços que possam auxiliar as pessoas na busca por uma melhor saúde mental.

CADEIA DE VALOR	EXEMPLOS
Bem-estar	Ioga, salão de dança de pilates
Construção civil	Construção de ciclovias e parques na cidade



# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## MUNDO CONECTADO

Os consumidores estão cada vez mais conectados à rede. Hoje quase metade da população mundial tem acesso à internet. O número de transações de compra e venda, de prestação de serviços e de transações bancárias realizadas em dispositivos móveis, tablets e computadores só aumenta.

Porém, todo o benefício gerado por essa facilidade traz também alguns riscos. Nossas crianças e adolescentes estão cada vez mais sedentários e se isolando socialmente. Isto é, sem dúvida, um sinal de alerta que tem que ser reparado.

No geral, as empresas podem e devem explorar esse mundo conectado: oferecer seus produtos e serviços na grande rede já é um item básico em vários mercados. A empresa que não se adequar a essa nova realidade terá muitas dificuldades de se comunicar com seus consumidores, visto que a internet é hoje em dia o meio de comunicação que mais tem alcance no mundo.

A pesquisa da Mintel mostra que os brasileiros estão mais dependentes da conectividade. Na verdade, mais de um terço dos consumidores (37%) não podem imaginar suas vidas sem a internet. Esse ambiente cada vez mais conectado torna mais fácil o desenvolvimento de ações voltadas para a grande rede. Como resultado, os consumidores buscam marcas que tenham projetos de consumo colaborativo na indústria de tecnologia, a fim de ajudá-los a racionalizar os custos de suas necessidades tecnológicas.

Além disso, o uso da nanotecnologia vem se destacando com uma nova tendência, tendo atuação em diversas áreas da economia. Na indústria têxtil, essa tecnologia serve para alterar a funcionalidade dos tecidos, dando-lhes características como repelência a insetos, bactérias, umidade, entre outros fatores. Na área de cosméticos e bem-estar, a nanotecnolo-



# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## MUNDO CONECTADO

gia permite que os produtos atinjam as camadas mais profundas da pele, trazendo um resultado muito melhor.

Na cadeia de valor alimentícia, é possível destacar novamente o papel de aplicativos para dispositivos móveis, que vêm facilitando bastante o contato do consumidor com as grandes redes de restaurantes, conforme já foi abordado em tópicos anteriores.

Trazendo para a nossa realidade, é possível identificar ainda que os pernambucanos estão cada vez mais conectados à internet e fazendo cada vez mais uso da rede para se relacionar em redes sociais, consumir produtos e serviços e, principalmente, informações. A capital do estado é uma das 15 mais conectadas do país. Essa tendência tem influenciado bastante os hábitos do interior do estado.

CADEIA DE VALOR	EXEMPLOS
Moda	Uso de nanotecnologia na confecção de tecidos funcionais
Alimentação	Uso de aplicativos de delivery de restaurantes



# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## ROBÓTICA

A robótica nada mais é do que qualquer sistema mecanizado e controlado manualmente ou automaticamente através de circuitos interligados. Assim, os computadores, a televisão, os carros são exemplos da robótica inseridos no cotidiano da vida humana.

Assim, a robótica está inserida em todos os setores da sociedade, sempre trazendo novidades tecnológicas com o fim de entregar soluções tecnológicas a todas as cadeias de valor existentes, sendo um grande propulsor de tendências no modo de consumo das pessoas.

Para Freire, toda a evolução tecnológica atual, em que as pessoas passam o dia inteiro convivendo de perto com seus smartphones, está preparando a sociedade para isso. "Inicialmente a receptividade aos robôs será mais fácil em tarefas mais simples e mais chatas, como ocorre hoje nas linhas de produção da indústria automobilística. A confiança de deixar um bebê aos cuidados de uma babá robótica, sem qualquer tipo de supervisão humana, é algo que vai demorar e dependerá das experiências acumuladas pelas pessoas no processo", prevê.

Algumas empresas perceberam isso e trazem esse potencial para o mercado. Assim, já existe um eletrodoméstico multifuncional utilizado na hora de cozinhar que bate, pica, esquenta, gela e faz tantas outras funções que já está sendo um verdadeiro sucesso. Nesta mesma linha, existem equipamentos que varrem os ambientes automaticamente, sem precisar da interação humana. São exemplos práticos do quanto a robótica pode trazer soluções para o nosso dia a dia. Na construção civil, já existem robôs capazes de criar torres, pirâmides e outras estruturas mais complexas compostas de pequenos tijolos.

CADEIA DE VALOR	EXEMPLOS
Alimentação	Eletrodoméstico funcional que bate, pica, congela, cozinha e etc.
Bem-estar	Equipamentos que varrem o ambiente de forma automatizada
Construção civil	Máquinas que criam torres e estruturas complexas





# TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO

## REFERÊNCIAS

### TOP 10 GLOBAL CONSUMER TRENDS FOR 2016 - DAPHNE KASRIEL-ALEXANDER

<http://www.varejista.com.br/noticias/11501/as-10-tendencias-do-consumo-global-em-2016>

<https://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/mercado/35463/10-tendencias-globais-de-consumo.html>

<http://varejosebrae.blogspot.com.br/2016/01/as-10-tendencias-globais-de-consumo.html>

<http://brasil.mintel.com/tendencias-de-consumo/>

<http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/noticias/5-atividades-para-manter-corpo-e-mente-em-equilibrio>

<http://economia.estadao.com.br/blogs/sua-oportunidade/cresce-demanda-por-servicos-voltados-a-populacao-idosa/>

<http://luiztibirica.com.br/component/content/article/9-mercado/4-clientes-agnosticos?showall=1&Itemid=105>

<http://revistadonna.clicrbs.com.br/coluna/genderless-moda-sem-genero-vai-muito-alem-de-estilo-moda-na-real-por-aspatricias/>

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/segmento-de-alimentacao-saudavel-apresenta-oportunidades-de-negocio,f48da82a39bbe410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

<http://www.portaleducacao.com.br/biologia/artigos/19524/a-nanotecnologia-no-dia-a-dia>

<http://blog.gbcbrasil.org.br/?p=2090>

<https://tudoounadajuntoemisturado.wordpress.com/2015/11/21/robotica-no-cotidiano/>

<http://vejario.abril.com.br/materia/consumo/thermomix-aparelho-alemao-que-bate-pica-esquenta-gela-e-mais-cai-no-gosto-dos-cariocas>

<http://www.motoadventure.com.br/single-trips-lanca-roteiros-para-o-mes-de-agosto-especificos-para-solteiros/>

