



Top 10 Global Consumer Trends for 2016

Daphne Kasriel-Alexander

Prof. Dra. Geciane Silveira Porto

Quais as tendências para o consumo que irão reinar em todo o mundo em 2016?

- O Consumismo em 2016 está apoiado em uma mistura de tendências:
- Preocupação com o meio ambiente, a saúde ideal, condições físicas e o bem-estar mental.
- Luta contra o tempo escasso e o envelhecimento. Outsourcing ganha espaço.
- Mercado digital tem aumentado devido a facilidade na hora de comprar em qualquer parte do mundo com agilidade.

Cliente agnóstico



- São econômicos encontrando qualidade no desconhecido.
- Atraídos pela inovação em torno de valor
 - Filtros que buscam vários sites.
 - Ensinando Poupar.
 - Lojas com descontos ainda mantêm seu encanto com o consumidor
 - Geolocalização para smartphones
 - Negociação do usado

Cliente agnóstico

■ Compra economizando

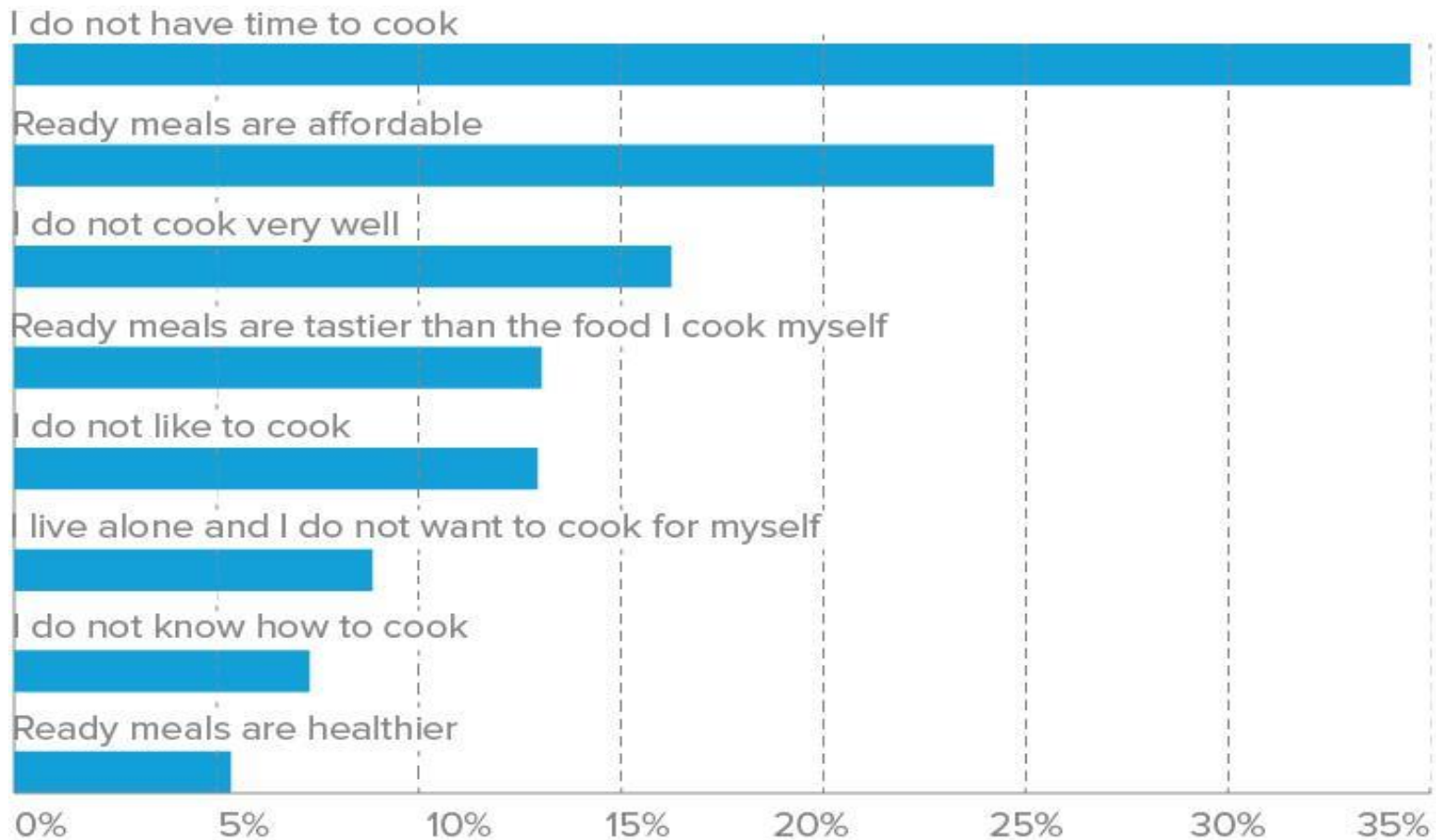
- Buscam produtos em vários lugares.
- Esperam por descontos
 - PriceWaterhouse: pesquisa pré-natal
 - Rewe: Alemães "querem sustentabilidade, orgânicos, qualidade e ainda um preço razoável".
- CCR: Argentina: Flutuações de preços
- Jornal venezuelano El Mundo: Optando por comprar marcas locais ao invés de roupa estrangeira.
- Jornal Financial Times: Hoje, "o gosto do consumidor brasileiro de bens top tem sido verificado por sua realidade econômica "



Tempo de Compra

- Economia de tempo é tendência
 - Outsourcing
 - Reino Unido: Natal 2015: um terço dos lares iria contar com opções de comida prontas para economizar tempo e esforço na cozinha.
- 70% dos indianos ricos com idades entre 18-35: Luxo esta relacionado com a quantidade de tempo livre, ao invés de poder de compra
 - 68% dos entrevistados na Coreia do Sul e 59% na China concordam com a pesquisa.

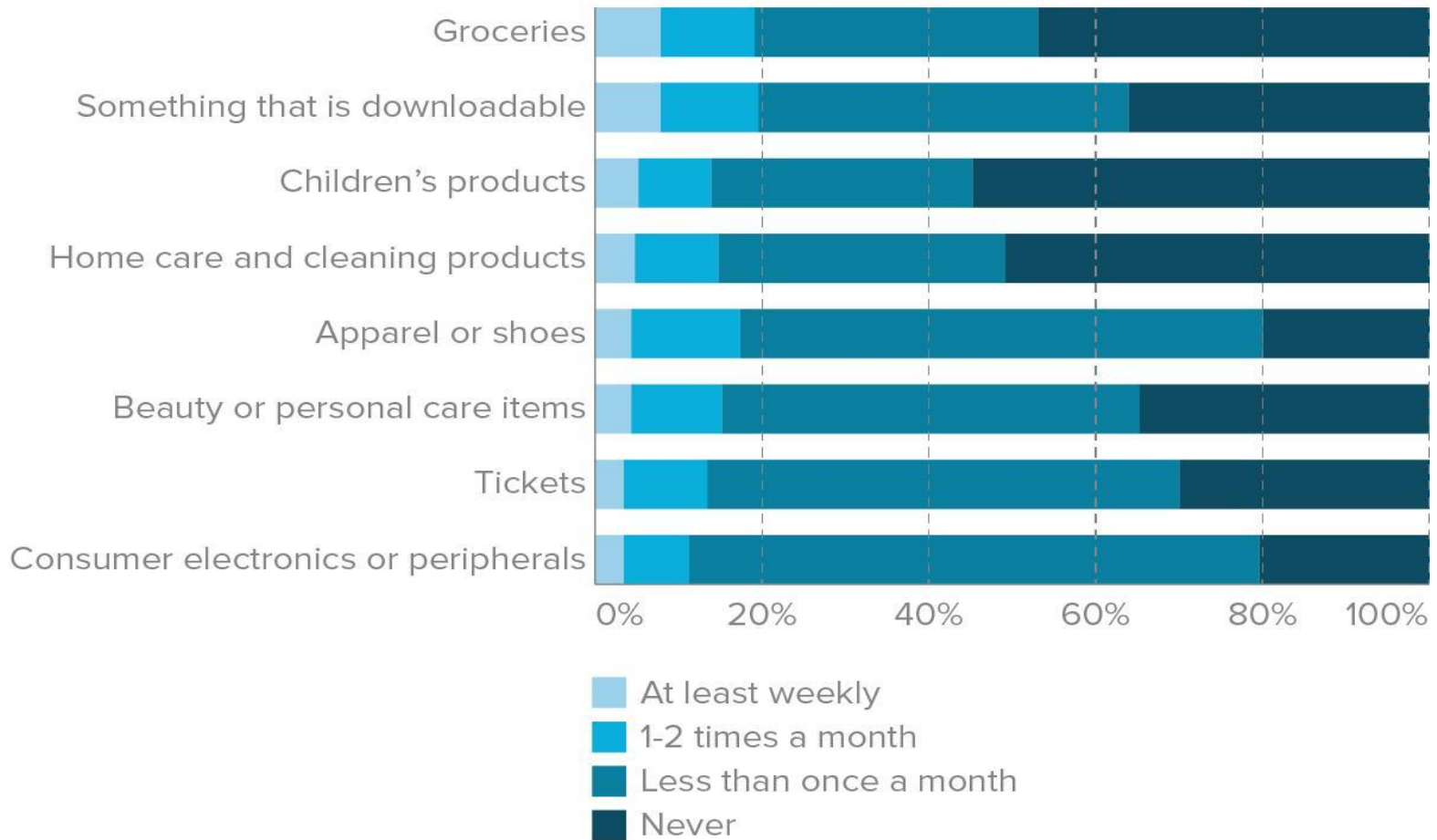
Razões para comer refeições prontas



Tempo de Compra

- HotelsByDay: soluções de economia de tempo: ofertas de hotéis durante o dia
 - Uma estadia durante o dia no Hotel Flatiron em Nova York é lançado para os viajantes que desejam se sentir revigorado, empresários que querem trabalhar em um espaço mais descontraído e moradores de uma área mais ampla que vem para o centro da cidade para fazer compras.
- Pistas rápidas pedestres
 - Reino Unido: Liverpool One: Marcações calçada.

Tempo de Compra



Tempo de Compra

- Dispositivos digitais que economizam tempo em casa
 - aspiradores de pó robô
 - Preparo de alimentos e cozimento sem intervenção humana
 - BIMBY: Itália e Portugal: Descrito pelo Wall Street Journal como "um multitarefa que supera iPads high-end e é mais popular no Facebook do que a banda de rock mais conhecida do país".

Tempo de Compra

■ Aplicativos

- Índia: encontrar pessoas tarefas domésticas
- Vietnã: lavagem e tempo de espera de suas roupas.
- EUA: Amazon iniciou recentemente a entrega de comida aos seus membros Prime.
- Venezuela: app Sincola evita filas mostrando atualizações por SMS.

■ Atendimento ao cliente em tempo real

■ Venda de sono

- Milk Night da alemã Milchkristalle: vacas ordenhadas à noite, contem mais hormônio do sono, a melatonina.

Envelhecimento



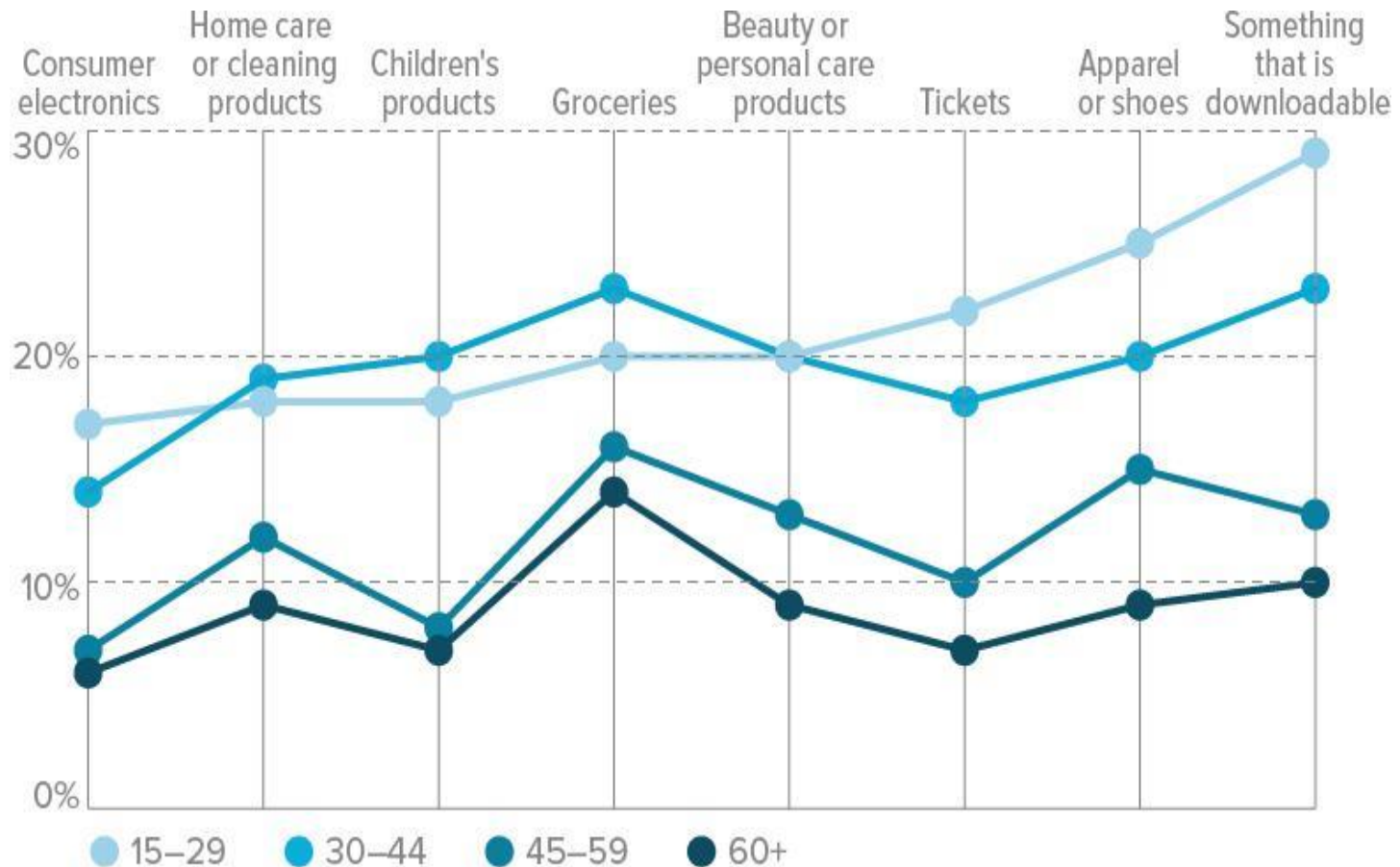
- Consumidores 55-65 representam grande mercado: 626 milhões em 2016 para uma população global total de 7,3 bilhões
 - Passeios de lazer; aumento no consumo de bens culturais, alimentação e serviços de saúde.
- Advanced Style: livro beleza e estilo.

Envelhecimento

■ Inclusão digital

- Alto número de redes sociais
- Ferramenta de contato família e amigos
- Monitor de saúde
- Indicador de descontos

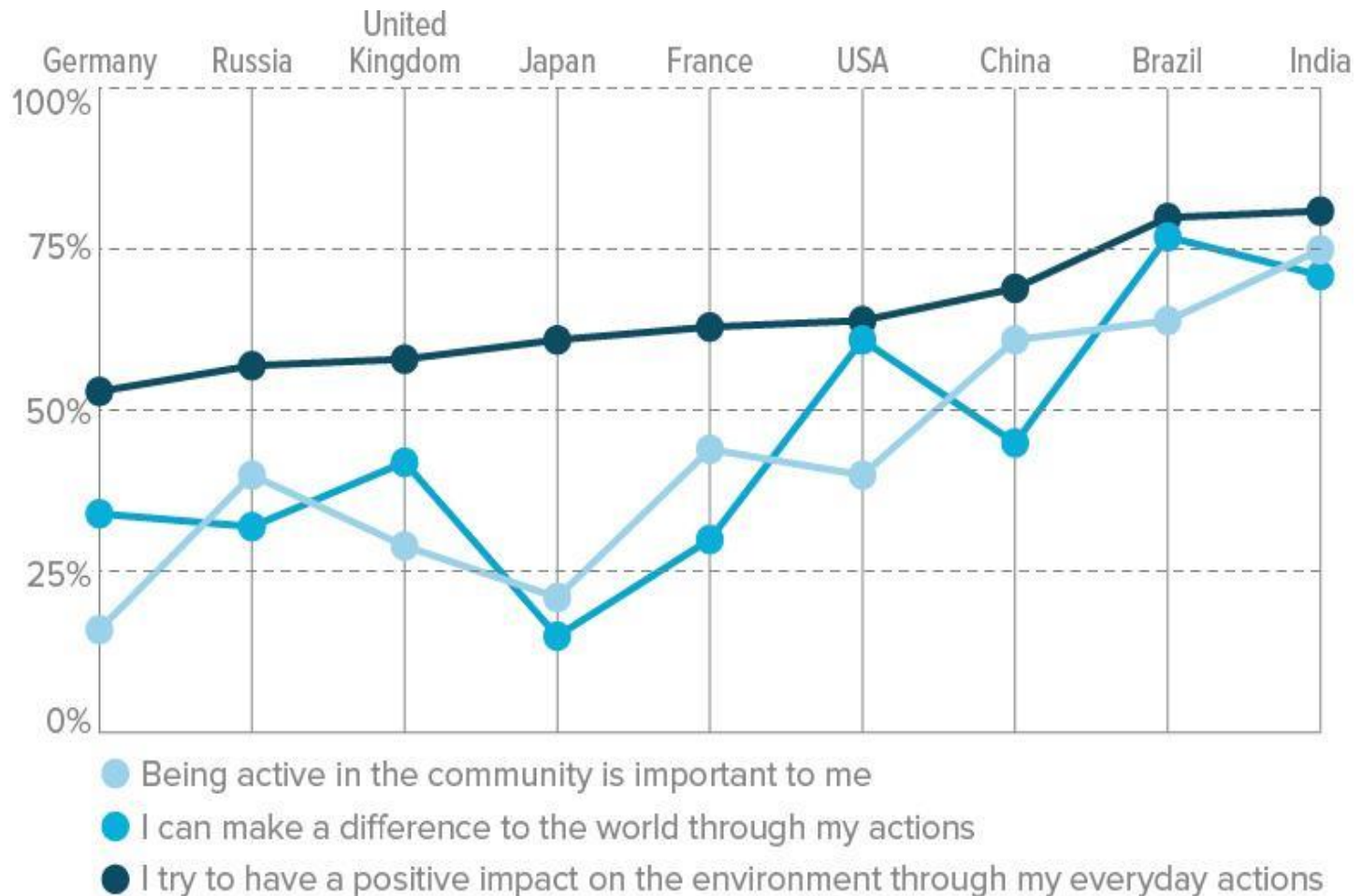
Compras on-line por Idade



Changemakers

- Mudanças que beneficiam o social
- As expectativas dos consumidores em relação às questões ambientais da empresa estão crescendo
 - Jeremy Finch: site Co.Exist diz que os jovens empresários estão construindo planos de negócios com ideia para salvar o mundo e corrigir os erros do passado.

Traços e valores pessoais, por país



Changemakers



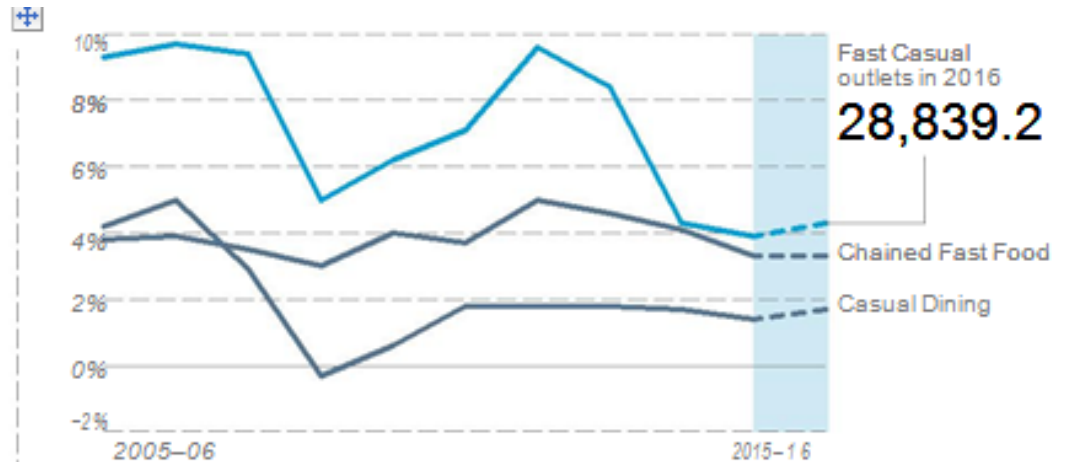
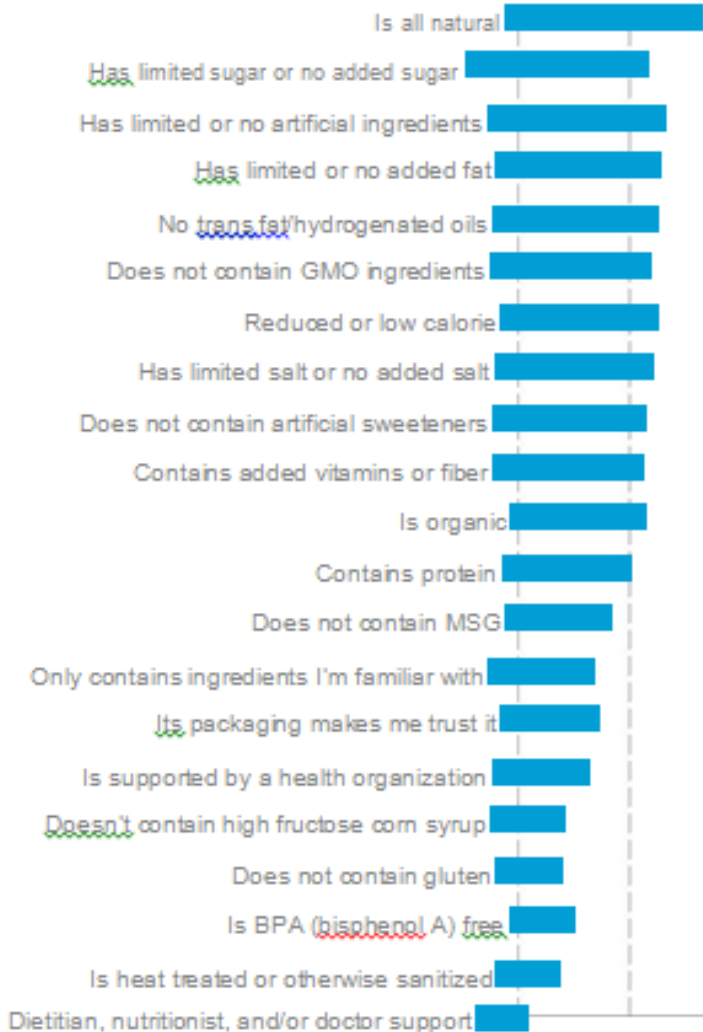
- No ano passado, o Yahoo! News publicou uma notícia intitulada: "Como mudar o mundo, com US\$ 10"
 - Mais consumidores estão dando pequenas doações
- Facebook apoiou campanhas sem fins lucrativos
- Momastery blogge: protege mulheres
 - Kevin Conroy, diretor da GlobalGiving diz que de 1980 pra hoje os doadores são vistos como parceiros.

Mistura de Gêneros

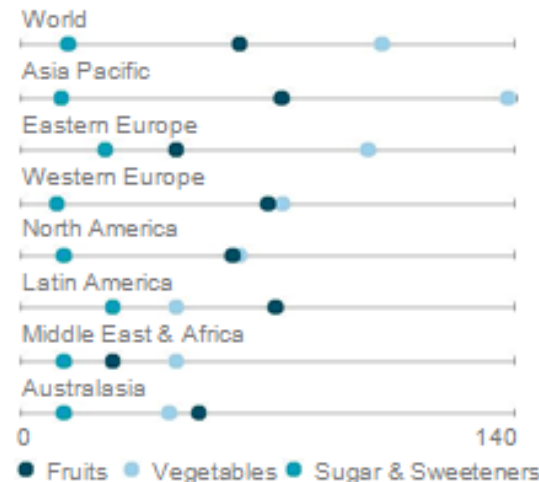


- Varejistas e fabricantes estão criando rótulos de gênero neutro.
 - Disney Store: todos os trajes de Halloween, mochilas e lancheiras indicam "para crianças"
 - Amazon: não utiliza gênero para brinquedos infantis.
 - Airfix: Empresa britânica de brinquedos
 - Jim prata diz para o TimetoPlaymag.com: "Há tantas meninas que querem ser Homem de Ferro e Capitão América, e os rapazes que querem jogar com o Easy-Bake"

Alimentos Mais Verde



Fruits and Vegetables vs Sugar
Total Volume by Region
kg per cap, 2016



ORGANIC PACKAGED FOOD, 2016

\$32,153mn

global retail value RSP, US\$ mn, constant 2015 prices

ORGANIC BEVERAGES, 2016

\$3,972.7mn

global retail value RSP, US\$, constant 2015 prices

*Note: The "Preferred Food Attributes and Ingredients" chart uses Euromonitor International Global Consumer Trends online survey; 2015

Alimentos Mais Verde



- Nestlé: citada no jornal alemão “Welt am Sonntag”: prevendo que comer irá transportar uma carga ideológica semelhante à que pertence a um partido político ou um clube de futebol.
- Há até uma nova patologia, "ortorexia", um desejo anormal a comer de forma saudável, corretamente e eticamente.
- Um aspecto fundamental do alimento verde: comer alimentos cultivados localmente
 - De acordo com estatísticas oficiais, 300.000 consumidores argentinos compram diretamente de fazendas.

Alimentos Mais Verde

■ Alimentos mais seguros

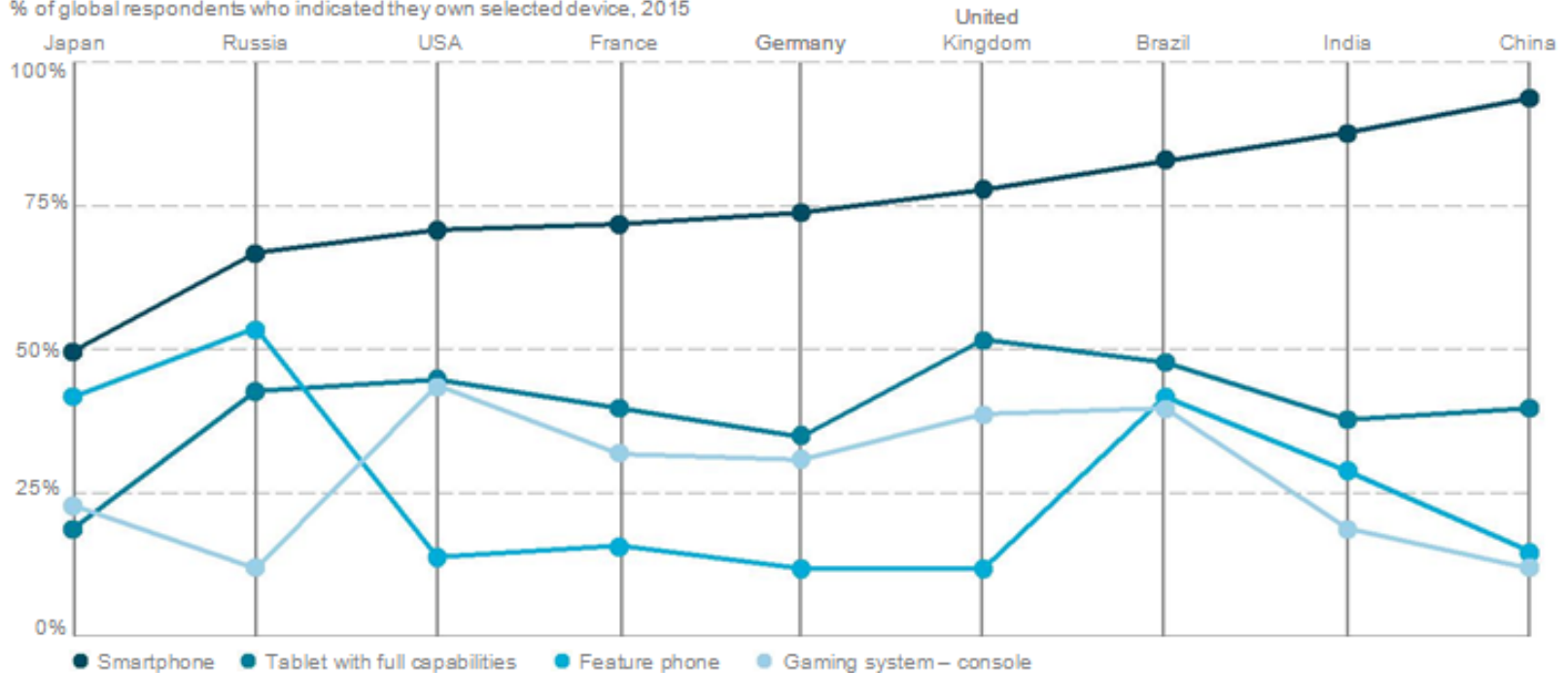
- fast-food estão respondendo a demandas de clientes que querem opções mais saudáveis, como carne livre de antibióticos.
- McDonald, a maior cadeia alimentar no mundo, está prometendo que o frango servido em seus restaurantes norte-americanos estarão livres da utilização de antibióticos dentro de dois anos
- Pizza Hut estão jogando fora os aditivos e abraçando os ingredientes naturais", relatou a revista TIME

Bem-estar Mental

- Os consumidores estão olhando para além da saúde física.
 - Google e Apple
 - O consumo não é apenas sobre coisas
 - O interesse no bem-estar mental é parte de uma rejeição mais ampla sustentada do consumo como meramente a aquisição de mais produtos.
 - Esqueça pesos, circuitos ou esteiras. Encontre tranquilidade, paz e tranquilidade
 - Katy Young: livros para colorir Amazon 3º best-seller de 2015
 - Yoga está em um momento de expansão global

Consumidores muito conectados

% of global respondents who indicated they own selected device, 2015



Internet Usage Continues to Grow Global Outlook

% of population using the internet, 2006-2016



Store-based Retailing Still Popular

Despite Increased Global Internet Usage
retail value RSP, US\$ bn, constant, 2006-2016



SPA RETAIL VALUE RSP, US\$ BN, 2016

\$63.7bn

SPAs are among 'unconnected' activities with a 'leave your device' at the door ethos, enjoying growing consumer appeal around the world

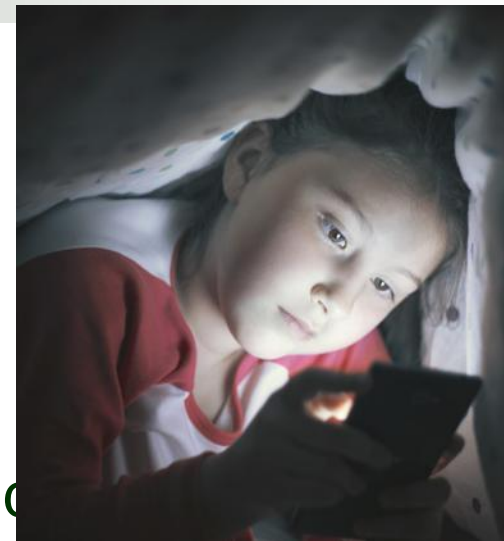
Note: "Selected Device Access" chart is using data from the [Euromonitor International Global Consumer Trends online survey, 2015](#)

Consumidores muito conectados

- Previsão de 3 bilhões de usuários com acesso a internet em 2016 (metade população mundial)Euromonitor International
 - dormir com o seu telefone e levá-lo com você quando você chuveiro é comum.
 - 60% dos participantes de os EUA, Reino Unido, Brasil, China, Espanha, México e Índia disseram que dormia segurando seus aparelhos
 - 79% sentem-se incomodados em desligar o aparelho em momentos inoportunos.

Consumidores muito conectados

- Vampire kids
- Crianças e adolescentes estão usando dispositivos eletrônicos à noite, atrapalhando o sono, a saúde e desempenho acadêmico
- Estudo da James Cook de Queensland sugere que a tecnologia "acelera o nosso sentido de tempo"
- Pesquisa meados de 2015: Cerca de um terço dos espanhóis sofrem de "techno-stress" e estão em risco de desenvolver doenças oculares, ansiedade, pressão arterial alta e insônia como resultado do tempo de tela estendida



Compras para o controle

- A insegurança está influenciando muitas decisões de compra
 - Pais colocam sistemas de rastreamento em telefones e investigadores para seguir suas babás e moram em condomínios fechados
 - Free-Range Kids: fórum online objetiva lutar contra a crença que os filhos estão em perigo constante
 - ADT Security: arme sua casa de onde estiver
 - Euromonitor International prevê que globalmente os consumidores vão gastar US\$ 1.152 bilhões on-line em 2016, um aumento de 16,3% em 2015
- Dilema: Liberdade e segurança

Compras para o controle

Introduction to Trend

Fear-inducing personal security and financial worries as well as unsettling global events and diminished trust in brands and institutions, are driving consumer interest in buying for control. Keen to feel safer and protected alongside smart devices, the broad range of goods and services that consumers spend on includes organic food, financial services, sun protection, security agents and air purifiers.

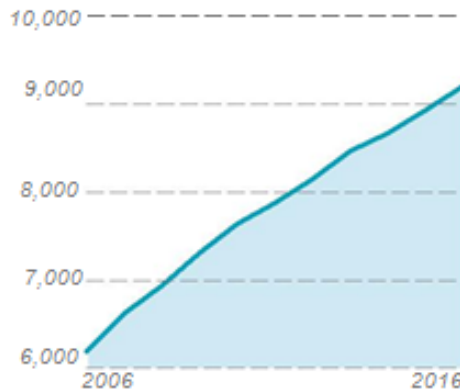
HEALTH AND WELLNESS ORGANIC, 2016

\$36,125.7mn

global retail value RSP, US\$ mn,
constant 2015 prices

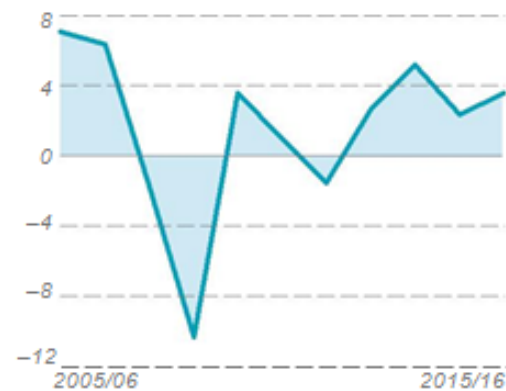
Sun Protection

Consumers Spending to Avoid UV Rays
global retail value RSP, US\$ mn, 2006–2016



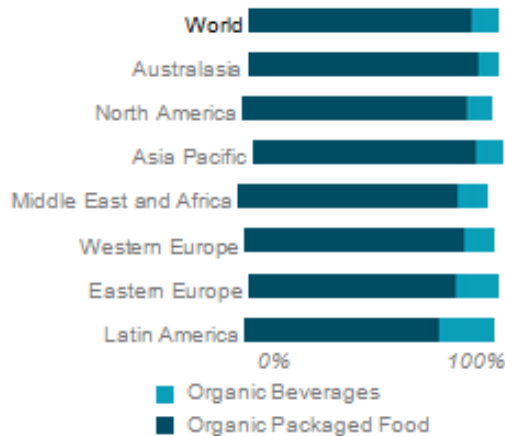
Post-recession Spending on Financial Advice Looking Up for 2016

global y-o-y % growth, 2005/06–2015/16



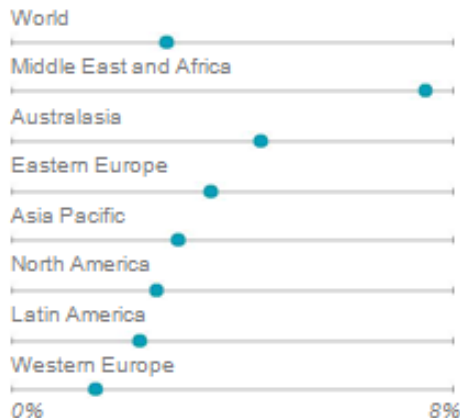
Organic Packaged Food and Beverages Share of Organic Category

% share, constant 2015 prices, 2016



Air Purifiers

Global and Regional Growth
retail volume '000 units, % growth, 2015–16



Public and Private Security Agents

in Selected Latin American Countries
'000 of agents, 2012



*Note: Data in the chart above is sourced from José Gabriel Paz/Universidad del Salvador, Buenos Aires, Argentina.

Escolha de Gastos

- Produtos e experiências para si próprios
 - Viagens solo: 1 a cada 3 britânicos buscaram estadias curtas na cidade e a oportunidade de conhecer outros solteiros em 2015.
 - Cerca de 25% dos adultos nunca se casaram ou agora estão divorciados ou viúvos.
 - Navio da Norwegian Cruise Line, o Escape norueguês, tem 82 cabines individuais e espaço para solteiros se conhecerem
 - 38% das mulheres americanas com idade entre 20 anos e 44 anos de idade não têm filhos
- Consumidores buscam exclusividade
 - Moxy Hotéis; Hyatt Centric