

Consumer Trends Report

2021



2021



Fabrício Fudissaku



FACEBOOK IQ - LATAM

Identificando tendências

de consumo

Framework

POR QUE ISSO ESTÁ ACONTECENDO AGORA?

Quais são as forças externas que estão mudando o comportamento do consumidor

1. Observações

O que está mudando no comportamento do consumidor

2. Hipóteses

Como essas mudanças explicam o comportamento do consumidor

3. Validação

Dados e estudos para comprovar as hipóteses

4. Projeção

Impacto das tendências para os setores, audiências e mercados

Qual o próximo passo?

Tendências



|

01

Sharing mania

|

02

A era do DIY

03

FOGO

04

Superprodutos

05

Mais por menos

01

Sharing mania



COMPARTILHAR
COMPARTILHAR
COMPARTILHAR
COMPARTILHAR
COMPARTILHAR
COMPARTILHAR

POSSE X USO

Cada vez mais, produtos podem ser adquiridos por meio de assinaturas ou sistemas de pagamento por uso ou até mensais. De carros a roupas, o que as pessoas querem agora é conveniência, economia, desburocratização e qualidade. São os consumidores que ditam as regras ao trocar a posse pelo uso.



46%

optaram por serviços compartilhados devido à flexibilidade de trocar produtos e serviços de forma mais fácil.

45%

utilizam serviços compartilhados para não realizarem manutenções regulares e ter custo com isso.

45%

pretendem usar mais aplicativos de mobilidade e repensar a posse de seus carros.

44%

aderem a serviços compartilhados devido à qualidade dos serviços.

Aluguel de roupas

Selfridges
Inglaterra

Loja de departamentos inglesa lança primeira linha de roupas para aluguel. O catálogo inclui peças de mais de 40 marcas diferentes e os consumidores podem alugá-las por um período que varia de 4 a 20 dias.

FASHION
FASHION
FASHION
FASHION
FASHION
FASHION
FASHION



Aluguel de veículos

Turbi
Brasil

Locadora de veículos digital oferece aluguel de carros por aplicativo. A cobrança é feita por hora e os veículos podem ser retirados em diversos pontos da cidade.

CARS
CARS
CARS
CARS
CARS
CARS



Programa Omo Lavanderia Compartilhada

Unilever
Brasil

A Unilever oferece a condomínios a instalação de lavanderias em suas áreas comuns no sistema pay-per-use. O agendamento e o pagamento são feitos completamente por aplicativo.

LAUNDRY
LAUNDRY
LAUNDRY
LAUNDRY
LAUNDRY
LAUNDRY



WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT



Os serviços de compartilhamento ganharão cada vez mais espaço, principalmente entre consumidores mais jovens. Sustentabilidade, conveniência e economia são os principais vetores dessa transformação.

02

A era do DIY



AUTONOMIA
AUTONOMIA
AUTONOMIA
AUTONOMIA
AUTONOMIA
AUTONOMIA

“FAÇA VOCÊ MESMO” AGORA

Com a quarentena, o “Do It Yourself” (faça você mesmo) ganhou espaço no dia a dia dos brasileiros. Seja por praticidade, economia ou hobby, essa atividade ganhou força e deve se consolidar após a pandemia.



77%

concordam que nos próximos anos cozinharão mais em casa.

54%

realizam atividades DIY como um momento de desconpressão e para aprender coisas novas.

55%

pretendem continuar realizando mais atividades DIY após a pandemia.

49%

passaram a realizar atividades DIY devido ao fechamento dos estabelecimentos.

Novos hobbies foram adotados para ajudar no isolamento social

Número de adesões de membros a grupos de hobbies na América Latina por mês

131%

foi o aumento médio mensal de usuários que entraram em grupos no Facebook relacionados a hobbies na América Latina



Comunidade

Imperial College of London - Huawei
Inglaterra

A comunidade open-source “Hectar Hydroponics” foi criada para compartilhar instruções para pessoas desenvolverem seus próprios sistemas hidropônicos para cultivo em casa.

GROWERS
GROWER
GROW
GRO
GRO
GRO
GRO



Cursos

ArkDeFo

Escócia

Durante a quarentena, a marca de moda escocesa criou um curso on-line de “slow fashion” para crianças.

Além de costurar, elas aprendem a reparar e customizar as peças, conquistando uma habilidade pessoal importante que pode servir para aumentar a durabilidade de suas roupas e torná-las mais pessoais.

FASHION
FASHION
FASHI
FASH
FAS
FAS



Assinatura de alimentos

The Market

Brasil

Assinatura quinzenal de alimentos. O assinante escolhe uma entre cinco receitas e recebe um box com ingredientes frescos para prepará-la em casa. A iniciativa não só aumenta a diversidade dos alimentos preparados em casa, como também facilita essa tarefa.

FOOD

FOOD

FOOD

FOOD

FOOD

FOOD



Móveis

Movêu

Brasil

A marca de móveis customizados oferece aos consumidores a possibilidade de personalizar medidas, estilo e cores de seus produtos on-line.

O consumidor recebe as partes em casa e monta o seu móvel por meio de um sistema simples de encaixe das peças. O produto tem como alvo clientes que não querem deixar de ter uma decoração com a sua cara, mesmo em espaços menores.

HOME
HOME
HOME
HOM
HOM
HOM



WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT



O DIY deve continuar em crescimento. Ao cultivar, montar ou customizar seus próprios produtos, roupas ou cardápios, as pessoas passam a ter um vínculo maior com suas criações e experimentam uma sensação bem-estar.

03

FOGO

“Fear Of Going Out”



Fonte: “Consumer Trends”. Estudo comissionado pelo Facebook IQ e realizado pela Offerwise, 2021.

SEGURANÇA
SEGURANÇA
SEGURANÇA
SEGURANÇA
SEGURANÇA
SEGURANÇA

MEDO DE SAIR DE CASA

A segurança passou a ser uma das prioridades dos brasileiros ao realizarem uma compra, o que favoreceu a migração para o mundo digital e on-line.

Mesmo quando realizam compras em lojas físicas, os consumidores buscam as formas mais seguras para fazer isso.



69%

aumentarão a utilização de pagamentos por aproximação através de carteiras digitais, PIX etc.

51%

pretendem comprar de marcas que possuem opção de assinatura.

56%

declararam que, mesmo após a pandemia, reduzirão as visitas aos pontos de venda.

49%

gostariam de comprar em lojas com cobrança automática ou self-checkout.

52%

gostariam de comprar produtos essenciais e de abastecimento em vending machines.

Máquina

Coca-Cola e AWS

Estados Unidos

Disponível em mais de 17 países, a “Coca-Cola Freestyle Machine” permite uma experiência sem qualquer contato ao comprar uma bebida.

O consumidor escaneia um QR code na máquina, escolhe entre mais de 200 opções e retira a sua bebida sem nenhum contato com a máquina, evitando vetores de contaminação durante a pandemia.

MACHINES
MACHINE
MACH
MAC
MAC
MAC



Máquina

The Locket

Estados Unidos

Disponível para condomínios, espaços de trabalho e universidades, “The Locket” é uma máquina de venda automática que permite adquirir refeições e produtos diversos, com pagamento via celular, evitando o contato físico com superfícies em locais públicos.

MACHINES

MACHINE

MACH

MACH

MACH

MACH



Entrega

Ambev e Speedbird Aero

Brasil

A Ambev fez seu primeiro teste de entrega, via drone, na cidade de Jaguariúna (SP) em maio de 2021, como forma alternativa de distribuição.

Essa tecnologia está rapidamente saindo do mundo da ficção científica e chegando ao futuro como um dos meios de entrega mais convenientes, automatizados e promissores.

DRONES
DRONES
DRONES
DRONES
DRONES
DRONES



Realidade virtual

Volkswagen

Brasil

Brasilwagen é novo modelo de concessionária da marca, que usa a realidade virtual para apresentar os seus modelos aos consumidores. A solução criativa da empresa permite que os clientes testem novos modelos mesmo durante a pandemia.

CARS
CARS
CARS
CARS
CARS
CARS



WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT



Comprar o que se deseja, da forma preferida e através de uma jornada segura (desde o descobrimento do produto/serviço até o pagamento), passa a ser uma exigência do consumidor. Isso representa uma oportunidade para a indústria, por meio de modelos de vendas diretas, e um desafio para o varejo, que deverá se adaptar para aprimorar a experiência do showrooming.

04

Superprodutos



LONG LASTING
LONG LASTING
LONG LASTING
LONG LASTING
LONG LASTING
LONG LASTING

COMPRA CONSCIENTE + ECONOMIA

Os consumidores estão aderindo cada vez mais à compra consciente, diminuindo o uso de produtos e embalagens que gerem lixo desnecessário e que sofram da obsolescência programada.

Ao mesmo tempo, a necessidade de economizar reforça a preferência por produtos mais duráveis e com melhor desempenho.



62%

comprarão roupas de qualidade e mais básicas para durarem mais tempo e que também possam ser usadas em todas as estações.

55%

comprarão mais produtos de qualidade que durem mais e evitarão o excesso de lixo.

55%

buscam marcas que utilizam embalagens reutilizáveis.

54%

se incomodam quando compram um produto que dura pouco.

Roupas

American Eagle Outfitters

Estados Unidos

A varejista Unsubscribed apresenta linhas de roupas produzidas com menos impacto ambiental e mais duráveis.

SLOW RETAIL
SLOW RE
SLOW
SLOW
SLOW
SLOW
SLOW



Móveis

Staxxiom

Canadá

A marca de móveis desenvolve produtos eco-friendly e multifunção. Há encaixes modulares que permitem a personalização e a combinação de peças, de forma a aumentar a flexibilidade e evitar que as peças precisem ser substituídas.

CASA
CASA
CASA
CASA
CASA
CASA
CASA



WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT



Os “super produtos” devem ganhar cada vez mais força, conforme os consumidores brasileiros amadurecem e se tornam dispostos a pagar mais por produtos com vida útil maior, com mais de uma função e de melhor performance.

05

Mais por menos



A PANDEMIA PESOU NO BOLSO

O impacto da pandemia no bolso dos consumidores causou a queda nas compras por impulso e aumentou a busca por descontos e pela compra inteligente.



79%

serão mais criteriosos nas compras, evitando gastos desnecessários ou por impulso.

30%

trocaram produtos que costumam consumir para economizar (ex.: troca de suco de caixinha por suco em pó).

72%

buscarão mais descontos e promoções para continuar consumindo suas marcas preferidas.

30%

passaram a comprar mais itens em promoção.

Há um movimento de adaptação dos brasileiros para que possam manter seus hábitos de consumo

Estratégias dos brasileiros em tempos de crise:

1. ECONOMIZAM

- 31% procuram comprar somente com desconto
- 30% não mudaram o padrão de consumo
- 30% passaram a comprar embalagens/ pacotes promocionais
- 26% passaram a parcelar o pagamento das compras

2. BUSCAM ALTERNATIVAS

- 34% passaram a procurar marcas mais baratas dos produtos que consomem
- 30% trocaram produtos que costumam consumir para economizar (ex.: troca de suco de caixinha por suco em pó)

3. DESISTEM/ADIAM A COMPRA

- 33% diminuíram o consumo
- 17% pararam de consumir produtos que compravam regularmente
- 11% adiaram a compra

A substituição de categorias é uma das alternativas do consumidor

O aumento no preço do óleo de soja reativou a demanda por banha de porco, categoria mais barata e tradicional.

Substituir por ícone de um porco



961%

Gráfico de barras estilizado mostrando um aumento

Aumento de vendas online da categoria Banha de porco entre Maio e abril de 2021²

50%

trocaram produtos que costumam consumir para economizar (ex.: trocar suco natural por suco em pó)

Motivos do aumento:
Maior demanda internacional por soja, e a alta do dólar frente o real.

AGRO

Preço do óleo de soja dobrou e deve continuar alto em 2021; entenda

No estado de São Paulo, por exemplo, preço médio da garrafa de 900 ml subiu de R\$ 3,86 em fevereiro de 2020 para R\$ 7,45 em igual mês deste ano. Cotação do grão no mercado externo e dólar são alguns dos fatores que vão manter valor do produto elevado, afirmam economistas.

Por Paula Salati, G1

25/03/2021 06h00 · Atualizado há 3 meses



Aumenta a procura por produtos de segunda mão

Número de usuários únicos do Facebook interessados em roupas/brinquedos pelo Marketplace na América Latina, por mês

40%

de aumento na média mensal de usuários que fazem posts de venda de roupas e brinquedos no Facebook Marketplace na América Latina



Compras coletivas

Facily Brasil

Facily é um aplicativo de compras coletivas on-line que oferece descontos de até 70% para produtos de diversas categorias, desde hortifrúti até eletrônicos.

FACILY
FACILY
FACILY
FACILY
FACILY
FACILY
FACILY



Carrefour

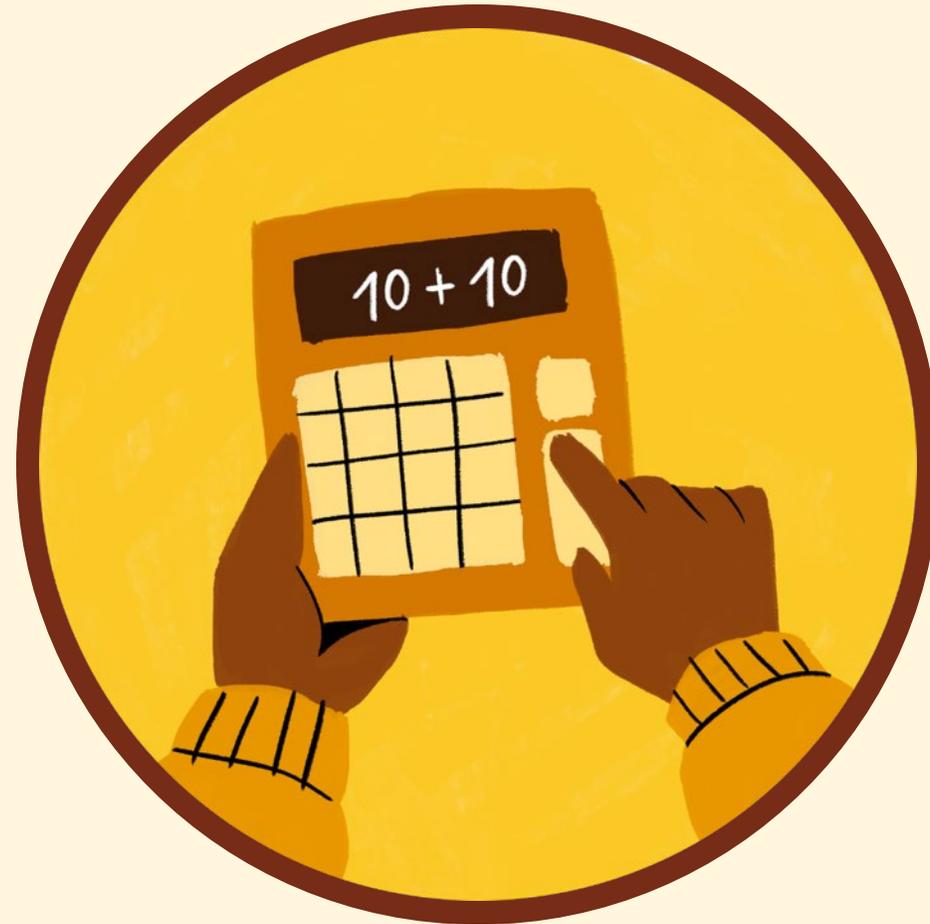
Cybercook
Brasil

A plataforma de receitas do Carrefour, agora permite integração com seu e-commerce. Dessa forma, consumidores podem saber qual é o preço de cada receita do site e planejar melhor suas compras.

CARREFOUR
CARREFOUR
CARREFOUR
CARREFOUR
CARREFOUR
CARREFOUR
CARREFOUR



WHAT'S NEXT
WHAT'S NEXT



Em tempos de crise, consumidores sempre buscarão economizar. Conforme o tempo passa, os brasileiros passam a incorporar esse hábito que se mantém mesmo com o aquecimento da economia. As marcas e varejistas têm a oportunidade de oferecer aos consumidores a sensação de “compra inteligente”, que os estimula a continuar comprando.

Visite nosso site:
facebook.com/iq



Assine nossa newsletter



FACEBOOK IQ