

WGSN

# Consumidor do futuro 2026

A WGSN garante que as principais marcas do mundo criem os produtos que os consumidores do futuro irão querer comprar.



# Nossa previsão Consumidor do futuro identifica os quatro perfis de compradores que elas precisam compreender.



## Esperançosos

O burnout está levando esse grupo a buscar uma vida mais simples. Da revitalização rural às famílias de consideração, os Esperançosos estão redefinindo o significado de comunidade, cuidado e realização pessoal.

## Autônomos

Esses consumidores trilham seus próprios caminhos, estabelecendo suas próprias regras e valores. Muitos deles estão encontrando propósito na resistência rebelde e nos coletivos de apoio.

## Imparciais

Em meio a uma crise de desinformação, esse grupo sensato se preocupa mais com fatos do que com ficção, preferindo transparência crua a narrativas charmosas. Uma estratégia de comunicação honesta e vendas otimizadas irão conquistar a confiança desses consumidores.

## Sinérgicos

Movido pela curiosidade, esse grupo tem a missão de criar um mundo melhor para todos – tanto online quanto offline. Para isso, eles defendem os novos contrafluxos culturais e apoiam a simbiose humano-tecnológica.

# Esperançosos

Conheçam os Esperançosos, que estão redefinindo a felicidade, uma pequena conquista por vez.

# Afetados pelo aumento do custo de vida e pelas pressões da cultura da pressa, os Esperançosos estão refutando os marcos de vida tradicionais e celebrando pequenos prazeres, redes de apoio comunitárias e conquistas mais factíveis e individuais.

Para encontrar um pouco de luz em meio a tanta escuridão, os Esperançosos estão abandonando a ideia de produtividade e redefinindo os conceitos de sucesso, felicidade e comunidade em uma escala mais pessoal e sustentável. Esses otimistas pragmáticos são céticos em relação às expectativas sociais, preferindo comemorar as pequenas vitórias e prazeres – os chamados micromomentos de alegria – que tornam a vida cotidiana melhor. Eles se interessam profundamente pelo cuidado, tanto de si mesmos quanto dos outros, e pelas “famílias de consideração” (unidades familiares formadas por pessoas sem laços sanguíneos). Eles também são

pioneiros da grande migração, uma tendência que a WGSN vem acompanhando desde 2021, trocando a vida urbana por regiões rurais mais acessíveis e revitalizando bairros ao longo do caminho.

## O que eles precisam

Os Esperançosos buscam produtos, serviços e experiências que melhoram o humor e facilitam o dia a dia de forma simples mas significativa. Detratores das expectativas sociais, eles esperam que as marcas criem pensando em cada etapa de vida, e não na idade cronológica. Além disso, eles se atrairão por tudo aquilo que alimente o cuidado, as comunidades e a felicidade de forma concreta e factível.



# Estratégias



Quatro  
estratégias  
para atrair os  
Esperançosos

# 1

## Celebre pequenas conquistas

Identifique os pequenos momentos que mais afetarão seus consumidores, sejam eles aniversários de animais de estimação, um carro novo ou um novo hábito saudável, e crie produtos e serviços que facilitem e celebrem essas conquistas. Ajudar as pessoas a reconhecer essas pequenas vitórias é uma das maneiras mais impactantes de conquistar sua confiança e lealdade a longo prazo.



# 2

## Seja uma referência na área do cuidado

Os Esperançosos estão se posicionando contra a cultura do burnout e da resiliência (a expectativa de que é preciso se recuperar rapidamente após grandes mudanças, como uma gestação ou doença), e eles irão esperar o mesmo da sua marca. Faça do cuidado – de si mesmo, dos outros e do planeta – sua missão, e explore como seu negócio pode incentivar hábitos mais gentis e saudáveis, seja possibilitando o descanso, mostrando uma forma de alimentação mais consciente ou incentivando o consumo sustentável.

# 3

## Invista na revitalização rural

O apelo das grandes metrópoles está diminuindo à medida que mais pessoas buscam uma vida acessível e sustentável fora das grandes cidades. Os Esperançosos estão liderando essa mudança, por isso é essencial estar onde eles estão. Isso pode ser feito por meio da inauguração de novas lojas ou da criação de produtos e serviços que ajudem as pessoas a se desconectar e fugir da cidade, mesmo que por curtos períodos.

**WGSN**

# 4

## Facilite a criação de terceiros espaços

Os terceiros espaços (lugares de convivência não associados a instituições como escolas ou locais de trabalho) irão atrair os Esperançosos, que consideram a comunidade e a conexão fundamentais para a felicidade e o bem-estar. Alinhe sua marca com esses espaços – seja patrocinando eventos esportivos em um parque ou organizando workshops na sua loja – para criar experiências memoráveis menos focadas em vendas mas com um grande retorno.



Oferecemos muitos outros insights de consumo e estratégias na [wgsn.com](https://wgsn.com).

→ Entre em contato com nossa equipe e vire nosso cliente

# O que move os Esperançosos?





# Esperançosos em números

Consumo ético

+62%

Aumento anual do interesse nas redes sociais sobre chocolate produzido de forma ética

– WGSN TrendCurve

WGSN

A busca por alegria

49%

Porcentagem de pessoas que estariam mais propensas a comprar de uma marca que lhes trouxesse uma sensação de alegria

– VML

O fim do burnout

42%

Porcentagem de trabalhadores no Japão, Austrália, EUA, Reino Unido, França e Alemanha que dizem sofrer de burnout

– Pesquisa Future Forum Pulse

# Esperançosos em números

Priorização dos cuidados pessoais

26%

Penetração da saúde capilar como tópico de conversa entre influenciadores de beleza nas redes sociais

– TrendCurve WGSN

WGSN

Hobbies terapêuticos

US\$ 74.5bi

Tamanho projetado do mercado global de arte e artesanato em 2031, acima dos US\$ 44,1 bilhões registrados em 2021

– Business Research Insights

Saúde mental

12bi

Número de dias de trabalho perdidos anualmente em todo o mundo devido à depressão e à ansiedade

– Organização Mundial da Saúde

# Evolução do perfil

2024

## Construtores de memórias

Este grupo prefere focar no momento presente, simplificando a vida em vez de viver buscando a perfeição.

2025

## Protetores do Tempo

Os Protetores do Tempo estão criando uma vida mais empolgante por meio de rituais diários e experiências significativas, dando mais atenção para coisas que agregam valor ao seu mundo pessoal.

2026

## Esperançosos

Em um mundo cada vez maior, mais rápido e com mais pressões, os Esperançosos estão abandonando as expectativas sociais para criar rotinas com mais alegria e satisfação.



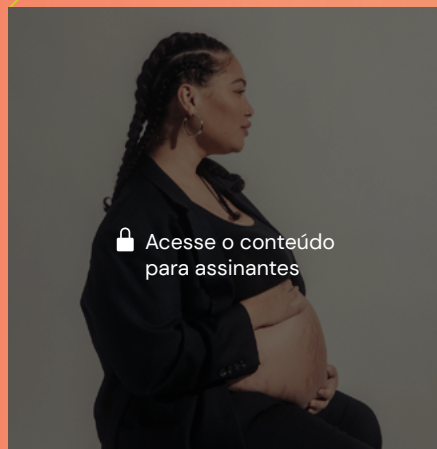
O que virá a seguir?

# Conheça os sentimentos e perfis do Consumidor do futuro que vão impulsionar mudanças em 2026.

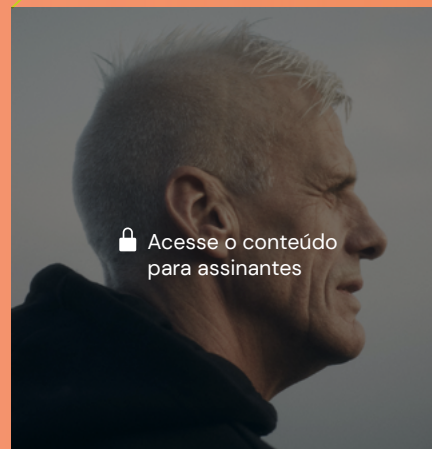
Esperançosos



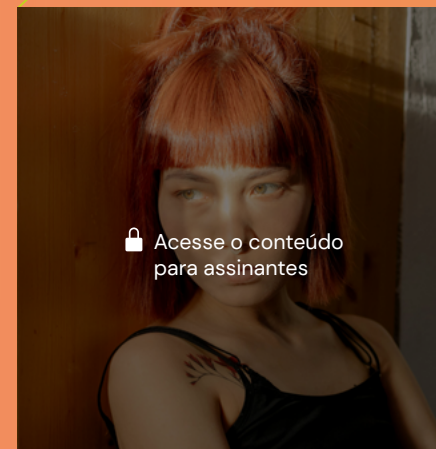
Autônomos



Imparciais

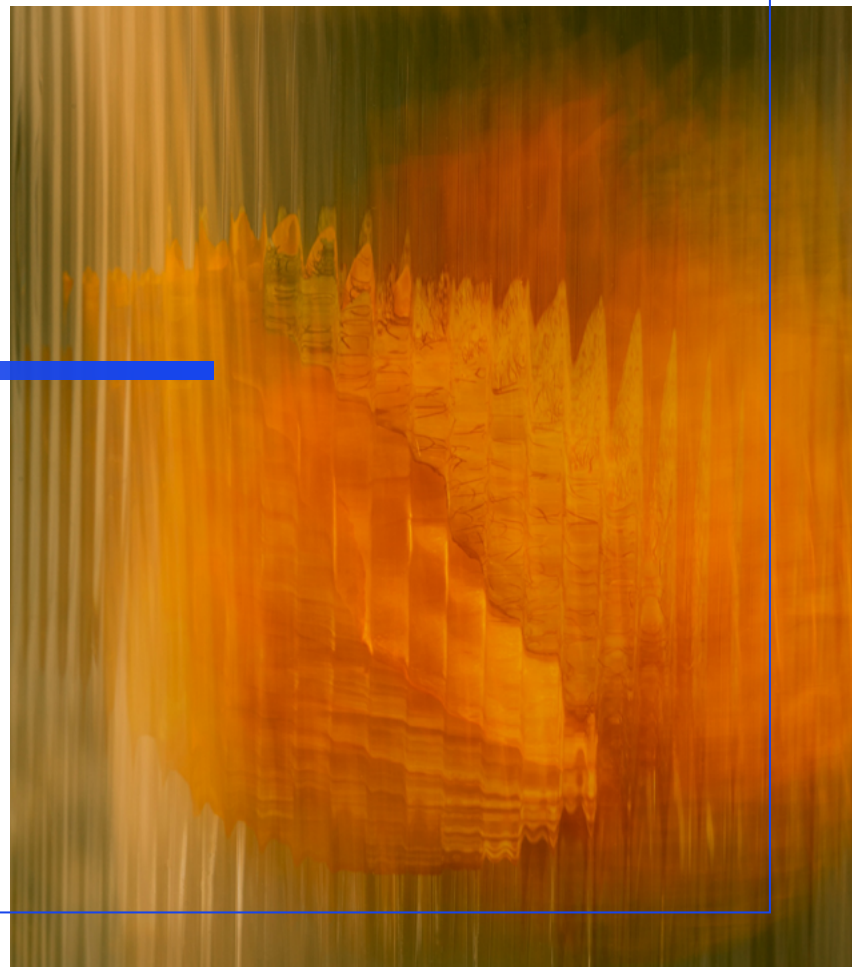


Sinérgicos



—> Solicite acesso ao conteúdo completo da Previsão 2026

Consultada pelas maiores e mais inovadoras marcas do mundo, a WGSN é a maior autoridade global na área de previsão de tendências.



Sobre a WGSN

# Nossa metodologia

A WGSN oferece uma visão holística das tendências globais por meio de nossa exclusiva metodologia STEPIC, que acompanha novos desenvolvimentos em seis pilares: **Sociedade, Tecnologia, Meio Ambiente, Política, Indústria e Criatividade**. Para garantir uma precisão inigualável, combinamos esses dados qualitativos com o **WGSN TrendCurve+** – nosso produto de análise preditiva que combina fontes de dados de redes sociais, termos de pesquisa, dados de comércio digital, desfiles de moda e sentimentos do consumidor – para lhe dizer em quais tendências investir, com que profundidade e quando.

## 1 Observação

### STEPIC

Sociedade  
Tecnologia  
Meio ambiente  
Política  
Indústria  
Criatividade

- Dados proprietários WGSN
- Especialistas WGSN

## 2 Síntese

- Conexão estética
- Modelagem de dados e análise
- Debate crítico

## 3 Previsão

- Insights sobre o consumidor
- Estilos de vida
- Design de produto

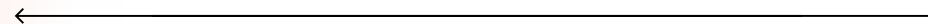
## 4 Foco

Comercialização

## 5

## Reavaliação

Monitoramento contínuo

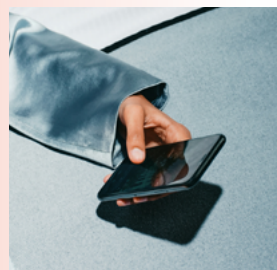


## Sobre a WGSN

Nossas previsões ajudam as empresas a entender as mudanças que elas precisam fazer agora para poder criar os melhores produtos e serviços amanhã.

Nossa expertise abrange todos os produtos e serviços que afetam a vida das pessoas, desde as roupas que elas vestem até os produtos de skincare que elas usam, os alimentos que consomem, a tecnologia com a qual se conectam e os produtos domésticos que as cercam. Onde quer que seu consumidor esteja, nós estaremos lá, três passos à frente.

Com especialistas em todos os cantos do mundo, WGSN oferece uma perspectiva verdadeiramente global das forças que moldarão nosso futuro, e nossa empresa de consultoria Mindset oferece serviços adicionais criados sob medida.



→ Entre em contato conosco e descubra como podemos preparar sua empresa para o futuro