

## Marketing para os Solteiros - Brasil - Janeiro 2015

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



“O interesse de marcas, serviços e supermercados no segmento de produtos e serviços direcionados aos solteiros continua a crescer, na medida em que cresce o número de solteiros, que hoje já representa quase a metade da população.”

– Andre Euphrasio, Analista de Pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

- Produtos específicos para solteiros
- Indo a restaurantes sozinhos

Artigos de luxo, viagens, serviços de spa e versões mais sofisticadas de produtos e serviços devem ser fortemente direcionados aos solteiros, projetando uma imagem e posicionamento de “eu mereço”, já que estes consumidores gostam de se presentear e gastar em si mesmos. Eles também têm uma preferência por embalagens menores de alimentos e bebidas, a fim de evitar o desperdício.

COMPRE ESTE  
Relatório agora

VISITE:  
[store.mintel.com](http://store.mintel.com)

LIGUE:  
EMEA  
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil  
0800 095 9094

Américas  
+1 (312) 943 5250

APAC  
+61 (0) 2 8284 8100

EMAIL:  
[reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

Você sabia?

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

## Marketing para os Solteiros - Brasil - Janeiro 2015

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

## Sumário

## Introdução

Definição

Abreviações

## Resumo Executivo

O mercado

Empresas, Marcas e Inovação

O consumidor

O que pensamos

## Questões Principais e Insights

Produtos específicos para solteiros

Fatos

Implicações

Indo a restaurantes sozinhos

Fatos

Implicações

## Uso de Tendências

Click and Connect

The Power of One

Old Gold

## Fatores que irão Influenciar o Mercado

Tópicos centrais

Aumenta o número de solteiros

Figura 1: Estado civil, Brasil, 2013

Brasileiros se casam casa vez mais tarde

Casas para solteiros

Famílias menores

Figura 2: Lares com uma só pessoa, Brasil, 2011

Comemorando o Dia do Solteiro

## Quem está Inovando?

Tópicos centrais

The Single Flower

Viagens para solteiros

Produtos para solteiros

Figura 3: Exemplos de embalagens/porções pequenas

Figura 4: Pastilhas de Sal, Galateo &amp; Friends, Itália, junho de 2011

COMPRE ESTE  
relatório agora

VISITE: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## Marketing para os Solteiros - Brasil - Janeiro 2015

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

## O Consumidor – Hábitos Diários

## Tópicos centrais

## Hábitos de saúde

Figura 5: Hábitos diários, outubro de 2014

Figura 6: Hábitos diários, outubro de 2014

## Hábitos em relação à aparência física

Figura 7: Hábitos diários, outubro de 2014

Figura 8: Hábitos diários, por gênero, outubro de 2014

## Hábitos de gastos

Figura 9: Hábitos diários, outubro de 2014

## Hábitos em relação ao orçamento

Figura 10: Hábitos diários, por hábitos em relação ao orçamento, 2014 de outubro

Figura 11: Hábitos diários, por hábitos em relação ao orçamento e por gênero, outubro de 2014

## Hábitos de lazer

Figura 12: Hábitos diários, outubro de 2014

Figura 13: Hábitos diários, outubro de 2014

## O Consumidor – Gasto de Dinheiro Extra

## Tópicos centrais

## Gastos em Lazer

Figura 14: Gasto de dinheiro extra em lazer, outubro de 2014

Figura 15: Gasto de dinheiro extra em lazer, por gênero, outubro de 2014

Figura 16: Gasto de dinheiro extra em lazer, por idade, outubro de 2014

## Gastos em produtos e serviços de beleza e cuidados pessoais

Figura 17: Gasto de dinheiro extra em beleza e cuidados pessoais, outubro de 2014

Figura 18: Gasto de dinheiro extra em beleza e cuidados pessoais, por gênero, outubro de 2014

## Gastos em saídas para comer e beber

Figura 19: Gasto de dinheiro extra em saídas para comer e beber, outubro de 2014

Figura 20: Gasto de dinheiro extra em saídas para comer e beber, por gênero, outubro de 2014

## O Consumidor – Tempo Livre

## Tópicos centrais

## Aproveitando o tempo com a família

Figura 21: Tempo livre, outubro de 2014

Figura 22: Tempo livre, por gênero, outubro de 2014

## Aproveitando o tempo livre com amigos

Figura 23: Tempo livre, outubro de 2014

Figura 24: Tempo livre, por gênero, outubro de 2014

## Aproveitando o tempo livre sozinho

Figura 25: Tempo livre, outubro de 2014

COMPRE ESTE  
relatório agora

VISITE: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## Marketing para os Solteiros - Brasil - Janeiro 2015

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Figura 26: Tempo livre, por gênero, outubro de 2014

Figura 27: Tempo livre, por idade, outubro de 2014

### O Consumidor – Atitudes em Relação ao Estilo de vida

#### Tópicos centrais

Figura 28: Atitudes em relação ao estilo de vida, outubro de 2014

Livres para se exercitar

Livres para gastar

Livres para fazerem o que quiser

### Análise de Segmentação

#### Solteiros Otimistas

Demografia

Características

Oportunidade

#### Solteiros Pessimistas

Demografia

Características

Oportunidade

#### Solteiros Sob Pressão

Demografia

Características

Oportunidade

COMPRE ESTE  
relatório agora

VISITE: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)