

Tendências em Comer Fora - Brasil - Agosto 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.



“Existem oportunidades no mercado para manter o interesse do brasileiro em comer fora, como por exemplo, inovar nos pratos oferecidos (como mais opções de comida saudável e de sobremesas), oferecer mais rapidez e programas de fidelidade acessíveis.”
 – Naira Sato, Especialista da Área de Alimentação e Bebidas

Este relatório responde às seguintes questões:

- Como ajudar as mulheres de 16-24 anos a economizar tempo quando comem fora de casa?
- Jovens, que já são adeptos da comida pronta, podem aumentar o seu consumo por meio de aplicativos?
- Como manter a frequência das classes AB e C1 em comer fora?

A recessão econômica já está afetando os hábitos dos consumidores brasileiros em comer fora, mas mais do que trabalhar apenas preço, é importante que o setor de foodservice e a indústria de alimentos e bebidas estejam cientes de que preço baixo não garante a fidelização de seus clientes. Muitos consumidores consideram comer fora uma atividade que os ajuda a sair da rotina e como uma forma de lazer. Por essa razão, a qualidade dos pratos e o serviço são alguns dos pontos aos quais os estabelecimentos devem estar atentos.

COMPRE ESTE
Relatório agora

VISITE:
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

Você sabia?

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

Tendências em Comer Fora - Brasil - Agosto 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

Definições
Gourmet
Restaurantes por quilo
Siglas, moedas e escalas

Resumo Executivo

Serviços de entrega que priorizem rapidez e pratos saudáveis podem ser atraentes para classe AB

Figura 1: Total de consumidores que pediram comida para viagem, por classe social, março 2015

Existe oportunidade para restaurantes promoverem o cardápio de sobremesas entre o público feminino

Figura 2: Atitudes selecionadas em relação a comer fora, por gênero, março 2015

Consumidores acima de 55 anos se mostram mais interessados em cardápios de dietas especiais

Figura 3: Atitude "gosto de comer em lugares que tem pratos especiais no cardápio (ex. para vegetarianos, pratos sem lactose, sem glúten, etc.)", por faixa etária, março 2015

Investir em programas de fidelidade pode ajudar empresas do setor de foodservice a manterem o hábito dos consumidores de comer fora

Figura 4: Hábitos de gastos em relação à comer fora, março 2015

O que pensamos

Mercado – Tópicos Centrais

Como ajudar as mulheres de 16-24 anos a economizar tempo quando comem fora de casa?

Jovens, que já são adeptos da comida pronta, podem aumentar o seu consumo por meio de aplicativos?

Como manter a frequência das classes AB e C1 em comer fora?

Quem está inovando?

Tópicos centrais
Food trucks estão buscando endereços fixos
Chefs celebridades influenciam o hábito de comer fora
Novos hábitos de consumo: relação entre economia e sustentabilidade
Novos hábitos de consumo: consumo compartilhado

Fatores que irão influenciar o Mercado

Tópicos centrais
Influenciadores do cenário econômico atual
Figura 5: Variações no PIB, em %, 2001-14
Figura 6: Taxa de desemprego em trimestres móveis, em %, 2014-15
Gastronomia de rua está ganhando espaço em todo o país
Comida de rua no Brasil tem a sua própria cultura

O Consumidor – Frequência de Comer Fora e de Pedir Comida Para Viagem

Tópicos centrais
Queda no rendimento médio dos brasileiros afeta os gastos com alimentação fora do lar

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: 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

Tendências em Comer Fora - Brasil - Agosto 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 7: Frequência de comer fora e de pedir comida para viagem, março 2015

Serviços de entrega que priorizem rapidez e pratos saudáveis podem ser atraentes para classe AB

Figura 8: Total de consumidores que pediram comida para viagem, por classe social, março 2015

Culinária japonesa pode atrair mais as mulheres a comer fora

Figura 9: Frequência de comer fora pelo menos uma vez por dia, por gênero, março 2015

O Consumidor – Atitudes em Relação a Comer Fora e a Pedir Comida Para Viagem

Tópicos centrais

Qualidade de serviço é um dos fatores determinantes da lealdade dos consumidores

Figura 10: Atitudes em relação a comer fora, março 2015

Existe oportunidade para restaurantes promoverem o cardápio de sobremesas entre o público feminino

Figura 11: Atitudes selecionadas em relação a comer fora, por gênero, março 2015

Experiências divertidas em restaurantes ajudam a criar um ambiente de lazer para a classe DE

Figura 12: Atitude "sair para comer fora é bom para fugir um pouco da rotina", por classe social, março 2015

O Consumidor – Atitudes em Relação a Tendências em Comer Fora

Tópicos centrais

Existe oportunidade para food trucks de consolidar a imagem de comida conveniente a preços acessíveis

Figura 13: Atitudes em relação a tendências em comer fora, março 2015

Consumidores acima de 55 anos se mostram mais interessados em cardápios de dietas especiais

Figura 14: Atitude "gosto de comer em lugares que tem pratos especiais no cardápio (ex. para vegetarianos, pratos sem lactose, sem glúten, etc.)", por faixa etária, março 2015

Restaurantes americanos têm oportunidade de oferecer mais atividades que atraiam os homens jovens a se reunir com amigos

Figura 15: Atitude "costumo ir a restaurantes americanos (ex. Outback, Applebee's) quando vou comer com os amigos", por gênero e faixa etária, março 2015

O Consumidor – Hábitos de Gastos em Relação a Comer Fora

Tópicos centrais

Investir em programas de fidelidade pode ajudar empresas do setor de foodservice a manterem o hábito dos consumidores de comer fora

Figura 16: Hábitos de gastos em relação à comer fora, março 2015

Serviços de entrega ainda não são percebidos como uma alternativa mais em conta do que comer fora

Pais com filhos de 8 a 12 anos se mostram preocupados com preço e saudabilidade na hora de comer fora

Figura 17: Hábito de gasto "quando eu levo minha família para comer fora, costumo escolher lugares com preço mais em conta", por idade dos filhos morando na residência, março 2015

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: 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