Snacks Salgados - Brasil - Fevereiro 2016

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.



"Em 2015, a maioria das categorias de alimentos e bebidas sofreu com a alta da inflação no Brasil, como a indústria de snacks salgados. Mas essa categoria pode manter o seu lugar na cesta de compras do consumidor ao posicionar-se como um alimento conveniente e saudável."
– Naira Sato, Especialista da Área de Alimentação e Bebidas

Este relatório responde às seguintes questões:

- **Grãos e sementes com sabores diferenciados em edições limitadas podem atrair os brasileiros**
- **Kits de salada com snacks de vegetais podem ser uma opção de refeição saudável e rápida para os brasileiros**
- **Benefícios funcionais das castanhas podem melhorar a percepção das mulheres acima de 45 anos sobre os snacks salgados**

A categoria de snacks salgados vem crescendo no Brasil e 2014 representou um ano favorável, especialmente influenciado pela Copa do Mundo. Em 2015, porém, os efeitos da crise econômica impactaram negativamente o mercado, devido a fatores como a inflação e o aumento do índice de desemprego, por exemplo. Mesmo assim, a crescente busca por um estilo saudável e conveniente traz oportunidades para o desenvolvimento de inovações saudáveis em snacks salgados, o que pode ajudar a manter o crescimento da categoria.

COMPRE ESTE Relatório agora

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
EMEA
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil
0800 095 9094

Américas
+1 (312) 943 5250

China
+86 (21) 6032 7300

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

Snacks Salgados - Brasil - Fevereiro 2016

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

Visão Geral

Definição

Resumo Executivo

O mercado

Mercado de snacks salgados sofre impacto em 2015

Figura 1: Previsão do mercado de snacks salgados, varejo, em valor, 2010-20

Empresas, marcas e inovação

Figura 2: Participação de snacks salgados no total varejo, em valor, 2014

O consumidor

Consumo declarado de snacks salgados diminuiu nos últimos 12 meses

Figura 3: Declaração de aumento, diminuição ou manutenção do consumo de snacks salgados, novembro 2015

Categoria pode crescer entre classe AB por meio de salgadinhos de vegetais com benefícios funcionais

Figura 4: Interesse em snacks salgados, por classe social, novembro de 2015

Sementes podem ser mais exploradas como opção de salgadinho saudável para mulheres

Figura 5: Opiniões sobre snacks salgados, novembro de 2015

Tamanhos econômicos, de atacarejo, podem ser oferecidos em outros locais de compra da classe DE

Figura 6: Atitudes em relação a snacks salgados, novembro de 2015

O que nós pensamos

Tópicos Centrais

Grãos e sementes com sabores diferenciados em edições limitadas podem atrair os brasileiros

Os fatos

As implicações

Kits de salada com snacks de vegetais podem ser uma opção de refeição saudável e rápida para os brasileiros

Os fatos

As implicações

Benefícios funcionais das castanhas podem melhorar a percepção das mulheres acima de 45 anos sobre os snacks salgados

Os fatos

As implicações

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Previsão de crescimento conservador para a categoria

Alto índice de desemprego e inflação afetam o consumo de snacks

Mercado e Previsão

Mercado de snacks salgados sofre impacto em 2015

Figura 7: Mercado de snacks em valor e volume, varejo, 2010-2020

Atual cenário econômico impacta previsão de crescimento da categoria

Figura 8: Previsão do mercado de snacks salgados, varejo, em valor, 2010-20

COMPRE ESTE relatório agora

VISITE: store.mintel.com

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

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Snacks Salgados - Brasil - Fevereiro 2016

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 9: Previsão do mercado de snacks salgados, varejo, em volume, 2010-20

Fatores que Irão Influenciar o Mercado

Inflação atinge maior índice dos últimos 13 anos

Aumento do desemprego e queda no rendimento comprometem o poder aquisitivo do brasileiro

Hipertensão cria demanda por produtos com menos sódio

Empresas, Marcas e Inovação – O Que Você Precisa Saber

Snacks salgados sem glúten podem explorar grãos, sementes e vegetais

Saúde dos brasileiros pode criar maior demanda por produtos com menos sódio

PepsiCo relança marca Elma Chips

Participação de Mercado

PepsiCo lidera o mercado de snacks salgados

Figura 10: Participação de snacks salgados no total varejo, em valor, 2013-14

Figura 11: Participação de snacks salgados no total varejo, em volume, 2013-14

Quem Está Inovando?

Oportunidade para snacks salgados nos produtos sem glúten

Figura 12: Percentual de lançamentos de produtos com claim “sem gluten” dentro do total de lançamentos da categoria de snacks (desconsiderando Brasil), nos top 5 países em lançamentos com este claim, 2012-15

Sal do Himalaia e sal light proporcionam menos sódio aos snacks salgados

Figura 13: Percentual de lançamentos de produtos com claim “com menos/sem sódio” dentro do total de lançamentos da categoria de snacks, nos top 5 países em lançamentos com este claim, 2012-15

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

O brasileiro declara estar consumindo menos snacks salgados

Snacks com alta concentração de fibras ou proteínas ajudam a promover o benefício da saciedade

Maior variedade de tamanhos de embalagens podem manter o consumo de snacks durante a crise

Consumo de Snacks Salgados

Consumo declarado de snacks salgados diminuiu nos últimos 12 meses

Figura 14: Declaração de aumento, diminuição ou manutenção do consumo de snacks salgados, novembro 2015

Salgadinhos saudáveis já fazem parte do consumo do brasileiro

Figura 15: Consumo de snacks salgados, novembro 2015

Salgadinhos integrais com sabores indulgentes podem atrair mais mulheres para a categoria

Figura 16: Consumo de alguns tipo de snacks salgados, por gênero, novembro 2015

Interesse em Snacks Salgados

Mix de salgadinhos ajudam a promover a experimentação de diferentes produtos e sabores

Figura 17: Interesse em snacks salgados, novembro de 2015

Conceito multi-grãos de pães pode ser mais aplicado em snacks salgados

Categoria pode crescer entre classe AB por meio de salgadinhos de vegetais com benefícios funcionais

Figura 18: Interesse em snacks salgados, por classe social, novembro de 2015

Opiniões sobre snacks salgados

Existe oportunidade para promover outros snacks de amendoins e castanhas para atividades físicas

COMPRE ESTE relatório agora

VISITE: store.mintel.com

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

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

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 19: Opiniões sobre snacks salgados, novembro de 2015

Claim de saciedade pode ser mais promovido por snacks com alta concentração de proteínas e/ou de fibras

Figura 20: Opiniões sobre snacks salgados, novembro de 2015

Sementes podem ser mais exploradas como opção de salgadinho saudável para mulheres

Figura 21: Opiniões sobre snacks salgados, novembro de 2015

Atitudes em Relação a Snacks Salgados

Tamanhos menores podem manter a lealdade dos consumidores

Figura 22: Atitudes em relação a snacks salgados, novembro de 2015

Tamanhos econômicos, de atacarejo, podem ser oferecidos em outros locais de compra da classe DE

Figura 23: Atitudes em relação a snacks salgados, novembro de 2015

Snacks salgados podem ser posicionados como uma opção prática e rápida para festas

Figura 24: Atitudes em relação a snacks salgados, novembro de 2015

Apêndice – Tamanho de Mercado e Previsão

Figura 25: Mercado de snacks em valor e volume, varejo, 2010-2020

Apêndice – Metodologia e Abreviações

Fatores usados na previsão

Abreviações

COMPRE ESTE relatório agora

VISITE: store.mintel.com
LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094
Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300
APAC +61 (0) 2 8284 8100 |
EMAIL: reports@mintel.com