

Estilo de Vida dos Acima de 55 anos - Brasil - Setembro 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.



“Pessoas acima de 55 anos gostam de passar o tempo com a família e os amigos. Por isso, muitas empresas de diferentes setores poderiam se beneficiar ao combinar as necessidades de consumidores mais velhos e mais jovens.”

– Andre Euphrasio, Analista de Pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

- Desenvolvendo alimentos e bebidas para sêniores
- Sêniores vão se beneficiar com opções mais baratas

O número de sêniores trabalhando além da aposentadoria está aumentando. Isso não afeta apenas o futuro da mão-de-obra, mas também cria oportunidades para as marcas focarem nos consumidores acima de 55 anos, pois eles continuam trabalhando e consumindo.

As marcas poderiam fazer parcerias com esses consumidores e convidá-los a participar do processo de desenvolvimento de novos produtos, criando eventos para ouvi-los e, conseqüentemente, adaptar seus produtos e serviços às necessidades deles.

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

Estilo de Vida dos Acima de 55 anos - Brasil - Setembro 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

O que você precisa saber

Definição do relatório

Resumo Executivo

Fatores que irão Influenciar o Mercado

Tempo de trabalho tem ido além da aposentadoria

O consumidor

Sêniores brasileiros gostam de cozinhar em casa

Figura 1: Hábitos alimentares, maio de 2016

Falta de conhecimento tecnológico exige funcionários treinados

Figura 2: Compra e uso de tecnologia, maio de 2016

Promovendo atividades de lazer para os sêniores

Figura 3: Hábitos de lazer e cuidados pessoais, maio de 2016

Sêniores estão mais cautelosos com seus gastos

Figura 4: Hábitos de compras, qualquer concordância, maio de 2016

O que pensamos

Tópicos Centrais

Desenvolvendo alimentos e bebidas para sêniores

Os fatos

As implicações

Figura 5: Alimentos e bebidas destinadas aos sêniores com benefícios adicionais, mundo

Figura 6: Alimentos e bebidas que são fáceis de mastigar e engolir, mundo

Sêniores vão se beneficiar com opções mais baratas

Os fatos

As implicações

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Brasileiros estão vivendo e trabalhando mais tempo

Fatores que irão Influenciar o Mercado

Envelhecimento da população

Figura 7: População brasileira acima dos 55 anos, Censo 2010

Sêniores estão tendo dificuldades financeiras e continuam trabalhando

Buscando trabalho depois da aposentadoria

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Sêniores gostam de cozinhar em casa

Sêniores querem atenção nas lojas e aprender mais sobre tecnologia

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

Estilo de Vida dos Acima de 55 anos - Brasil - Setembro 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.

Passar tempo com a família e os amigos é essencial
Sêniores estão mais cautelosos com seus gastos

Hábitos Alimentares

Pessoas acima de 55 anos têm o hábito de cozinhar em casa

Figura 8: Pasta fácil de preparar, Estados Unidos

Figura 9: Cozinhar do zero, consumidores acima de 55 anos, por gênero e grupo socioeconômico, maio de 2016

Kits para promover refeições variadas

Figura 10: 'Kits refeição' contendo pratos não brasileiros, mundo

Combinando o ato de cozinhar do zero e receitas brasileiras

Adaptando os restaurantes para atrair mais sêniores

Receitas online são ligeiramente mais utilizadas

Figura 11: Uso de receitas, consumidores acima de 55 anos, por gênero e grupo socioeconômico, maio de 2016

Figura 12: Hábitos alimentares, maio de 2016

Compra e Uso de Tecnologia

Vendedores para ajudar nas lojas é desejável

Figura 13: Compra e uso de tecnologia, consumidores acima de 55 anos, por gênero e grupo socioeconômico, maio de 2016

Facilitando o uso de tecnologia para consumidores sêniores

Empresas estão criando vídeos online para ajudar sêniores

Nova campanha do Itaú foca em mulheres mais velhas

Figura 14: Compra e uso de tecnologia, consumidores acima de 55 anos, por gênero e grupo socioeconômico, maio de 2016

10% dos sêniores ainda acham muito complicado usar banco online

Figura 15: Compra e uso de tecnologia, consumidores acima de 55 anos, por gênero e grupo socioeconômico, maio de 2016

Figura 16: Compra e uso de tecnologia, maio de 2016

Hábitos de Lazer e Cuidados Pessoais

Combinando necessidades para promover serviços

Promovendo atividades de lazer para sêniores

Figura 17: Hábitos de lazer, maio de 2016

Cuidando de si próprio

Mais academias para pessoas acima de 50 anos

Ter funcionários sêniores incentiva as vendas

Melhorando as farmácias para consumidores sêniores

Figura 18: Hábitos de cuidados pessoais, maio de 2016

Hábitos de Compras

Sêniores são conscientes de seus gastos

Figura 19: Hábitos de compras, qualquer concordância, por gênero e grupo socioeconômico, maio de 2016

Produtos ecologicamente responsáveis valem o custo

Produtos convenientes e não testados em animais nem tanto

Figura 20: Produtos pelos quais vale a pena gastar mais, qualquer concordância, por gênero e grupo socioeconômico, maio de 2016

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

Estilo de Vida dos Acima de 55 anos - Brasil - Setembro 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.

Melhorando serviços de e-commerce para os sêniores

Campanha da OLX exhibe equipe de várias gerações

Figura 21: Hábitos de compras online, qualquer concordância, por gênero e grupo socioeconômico, maio de 2016

Figura 22: Hábitos de compras, qualquer concordância, maio de 2016

Apêndice – Metodologia e Definições

Figura 23: População brasileira, Censo 2010

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