

Hábitos de Consumo de Snacks - Brasil - Fevereiro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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



“A questão da saudabilidade vem sendo uma exigência cada vez maior dos consumidores, que demandam opções saudáveis tanto durante quanto entre as refeições.”

– **Marina Ferreira, Especialista em Alimentos e Bebidas**

Este relatório responde às seguintes questões:

- **Níveis de sal e açúcar nos snacks preocupam os consumidores**
- **Consumidores ainda não têm o hábito de verificar a tabela nutricional dos snacks**

Os hábitos de consumo de snacks vêm se transformando por diversos fatores: busca por uma alimentação mais saudável, maior clareza dos consumidores sobre suas restrições alimentares e valorização de produtos com benefícios extras. Somado a isso, um período de recessão econômica que tem obrigado os consumidores a repensar alguns dos seus comportamentos.

Este Relatório Mintel busca elucidar algumas das questões relacionadas às ocasiões de consumo, atitudes e percepções sobre os snacks para que as empresas possam entender como melhor posicionar cada categoria levando em conta a imagem que os consumidores já construíram sobre ela e os possíveis territórios para inovação.

**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

Hábitos de Consumo de Snacks - Brasil - Fevereiro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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

Resumo Executivo

Desafios

Níveis de sal e açúcar nos snacks preocupam os consumidores

Consumidores ainda não têm o hábito de verificar a tabela nutricional dos snacks

Oportunidades

Snacks têm espaço para melhorar a relação com saudabilidade

Distribuição mais abrangente de produtos sem glúten/lactose para atender à demanda

Crise econômica pode ser oportunidade para impulsionar lanchinhos que valem por uma refeição

O que nós pensamos

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Alimentos e bebidas exercem pressão negativa, mas inflação segue impactando o poder de compra dos consumidores

Aumento da população com hipertensão, diabetes e problemas de peso no Brasil

Fatores Que Influenciarão o Mercado

Alimentos e bebidas exercem pressão negativa, mas inflação segue impactando o poder de compra dos consumidores

Aumenta no Brasil a população com hipertensão, diabetes e problemas de peso

Legislação obriga que rótulos apresentem informações sobre presença de glúten, lactose e ingredientes alergênicos

Empresas, Marcas e Inovações – O Que Você Precisa Saber

Apoio a causas é uma das estratégias para conquistar o público

Investir na brasilidade é opção para snacks

Campanhas e Ações de Marketing

Apoio a causas é uma das estratégias para conquistar o público

Figura 1: Campanha #bakeamillion da Maltesers

Figura 2: Kinder Natoon

Oreo introduz o sistema de assinatura para fidelizar consumidores de biscoitos

Figura 3: Caixa Oreo Cookie Club

Alimentos populares para refeições completas são posicionados visando consumo a qualquer momento

Quem está inovando?

Snacks de fruta podem se destacar explorando sabores

Figura 4: Lançamentos de snacks por tipo, na América Latina, entre agosto de 2017 a janeiro de 2018

Investir na brasilidade é opção para snacks

Figura 5: Percentual de lançamentos de snacks feitos com ingredientes brasileiros*, dentro da categoria de snacks no Brasil, 2013-17

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

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

Hábitos de Consumo de Snacks - Brasil - Fevereiro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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

Opções tanto doces como salgadas se mostram atrativas como snack
 Chocolates e doces podem investir em substitutos ao açúcar
 Homens consomem mais snacks antes, durante e após se exercitarem
 Opções sem glúten e/ou lactose têm demanda entre consumidores
 Estudantes demandam snacks com embalagens mais práticas

Consumo de Snacks

Opções tanto doces como salgadas se mostram atrativas como snack
 Figura 6: Consumo de snacks – Brasil, novembro de 2017

Iogurtes podem ser impulsionados junto ao público feminino trazendo benefícios como o alívio do stress
 Figura 7: Atitudes em relação ao consumo de snacks, por frase selecionada e gênero – Brasil, novembro de 2017

Snacks de beber atraem as classes AB
 Figura 8: Consumo de vitaminas/bebidas à base de leite, por classe social – Brasil, novembro de 2017

Percepções sobre snacks

Iogurtes e barrinhas de cereal são vistas com posicionamentos semelhantes
 Figura 9: Análise de correspondência, snacks, novembro de 2017

Oportunidade para salgadinhos com ingredientes naturais
 Marcas de chocolates e doces podem investir em substitutos ao açúcar

Ocasões de Consumo de Snacks

Biscoitos salgados são preferência para matar a fome entre as refeições
 Figura 10: Ocasão de consumo de snacks – Brasil, novembro de 2017

Snacks de carne são opção de lanchinho para ser consumido enquanto se trabalha/estuda
 Figura 11: Ocasão de consumo de snacks, por consumo de snacks – Brasil, novembro de 2017

Homens consomem mais snacks antes, durante e após se exercitarem
 Figura 12: Ocasão de consumo de snacks, por gênero – Brasil, novembro de 2017

Atitudes em Relação a Snacks

Snacks sem glúten e/ou lactose têm demanda entre consumidores
 Figura 13: Atitudes em relação ao consumo de snacks - Brasil, novembro de 2017

Biscoitos doces em tamanho reduzido podem ajudar consumidores a satisfazer o desejo sem sentimento de culpa
 Figura 14: Atitudes em relação ao consumo de snacks, por consumo de snacks – Brasil, novembro de 2017

Consumidores na faixa de 35-44 anos podem estar trocando refeições por snacks para economizar dinheiro
 Figura 15: Repertório de itens de snacks consumidos, por faixa etária – Brasil, novembro de 2017

Opiniões em Relação a Snacks

Existe espaço para melhorar a imagem dos snacks de carne
 Figura 16: Opiniões sobre snacks – Brasil, novembro de 2017

Para classe AB, snacks são opção leve para o jantar
 Figura 17: Opiniões sobre snacks, por faixa etária – Brasil, novembro de 2017

Estudantes demandam snacks com embalagens mais práticas
 Figura 18: Opiniões sobre snacks, por ocupação – Brasil, novembro de 2017

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

Hábitos de Consumo de Snacks - Brasil - Fevereiro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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

Apêndice – Abreviações

Abreviações

Apêndice – Análise de Correspondência

Metodologia

Figura 19: Análise de correspondência, snacks, novembro de 2017

Figura 20: Percepção sobre snacks, Brasil – novembro de 2017

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