

Hábitos Culinários - Brasil - Outubro 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.



"Economizar é uma das principais motivações do brasileiro para preparar suas refeições em casa. Com o atual cenário econômico desfavorável, o preço pode ser uma porta de entrada de produtos e marcas para lista de compras do consumidor."

- Ana Paula Gilsogamo, especialista em alimentos e bebidas

Este relatório responde às seguintes questões:

- Cenário econômico turbulento deve impactar hábitos culinários do consumidor brasileiro
- O aumento de doenças como obesidade, hipertensão e diabetes e a preocupação com a saudabilidade desafiam a categoria a oferecer mais opções saudáveis
- Refeições e pratos prontos têm o desafio de ampliar sua participação junto aos consumidores brasileiros

Mas para manter o interesse e a preferência desse consumidor, a categoria deve oferecer mais atributos, como praticidade e saudabilidade para as refeições do dia a dia, e indulgência e inovação para as ocasiões de lazer".

**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 Culinários - Brasil - Outubro 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

Cenário econômico turbulento deve impactar hábitos culinários do consumidor brasileiro

O aumento de doenças como obesidade, hipertensão e diabetes e a preocupação com a saudabilidade desafiam a categoria a oferecer mais opções saudáveis

Refeições e pratos prontos têm o desafio de ampliar sua participação junto aos consumidores brasileiros

Figura 1: Formas de cozinhar – Brasil, agosto de 2018

Restaurantes e serviços de entrega a domicílio têm o desafio de ampliar sua percepção de conveniência junto ao consumidor

Oportunidades

Cenário econômico desfavorável pode motivar brasileiro a cozinhar mais em casa como forma de economizar

Produtos prontos que sirvam de “atalho” podem interessar às mulheres, principais responsáveis pelo preparo das refeições diárias

Ingredientes inusitados e campanhas nas redes sociais têm potencial para impactar os homens e incentivá-los a cozinhar mais em casa

Kit para o preparo de refeições pode ser oportunidade junto aos consumidores que querem inovar ao cozinhar em casa

O que nós pensamos

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Cenário econômico turbulento deve impactar hábitos culinários do consumidor brasileiro

Mudanças demográficas e na composição familiar brasileira afetarão as preferências e hábitos de preparo de refeições do consumidor

Fatores que Influenciarão o Mercado

Cenário econômico desfavorável e alta taxa de desemprego

Alta do dólar deve impactar preços de alimentos e bebidas

Figura 2: Taxa de câmbio R\$/US\$ comercial (valor de venda) média, jan/2013-jul/2018

Greve dos caminhoneiros afeta previsão do PIB e pode elevar inflação dos alimentos

Envelhecimento da população deve impactar os hábitos culinários do brasileiro

60% da população adulta brasileira têm sobrepeso e 6,2% sofre de diabetes

Tendência de diminuição das famílias pode impactar hábitos culinários do brasileiro

Discrepância entre sexos ainda é grande na realização de tarefas domésticas, incluindo preparo de refeições

Empresas, Marcas e Inovações – O Que Você Precisa Saber

Mercado amplia oferta de serviços focados em acesso, conveniência e praticidade de refeições e ingredientes

Grandes marcas apostam na saudabilidade para conquistar a atenção do consumidor brasileiro

A diminuição das famílias e tentativa de evitar desperdício aumenta o potencial das embalagens menores junto ao consumidor brasileiro

Campanhas e Ações de Marketing

Aquisições e novas opções de serviços evidenciam o crescimento dos serviços de entrega a domicílio

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 Culinários - Brasil - Outubro 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.

Figura 3: McDelivery

Aplicativos, e-commerces e grupos de compras de alimentos e bebidas ampliam sua presença no mercado

Minimercados são opções convenientes para realização de compras menores com maior frequência

Grandes marcas apostam na saudabilidade para conquistar a atenção do consumidor brasileiro

Quem está inovando?

A diminuição das famílias e tentativa de evitar desperdícios aumenta o potencial das embalagens menores junto ao consumidor brasileiro

Figura 4: Porcentagem de lançamento globais com "embalagem para consumo individual" pelas categorias Refeições prontas, Industrializados de peixe, carne e ovos, Frutas e legumes, Molhos e condimentos e Acompanhamentos, por semestre, de jan 2015 a jul 2018

Ingredientes culinários saudáveis podem chamar a atenção do brasileiro ao cozinhar suas refeições em casa

Figura 5: Porcentagem de lançamento globais com algum claim "saudável*" dentro das categorias Refeições prontas, Industrializados de peixe, carne e ovos, Frutas e legumes, Molhos e condimentos e Acompanhamentos, por ano de jan 2013 a jul 2018

Figura 6: Porcentagem de lançamentos globais com claims saudáveis dentro das categorias Refeições prontas, Industrializados de peixe, carne e ovos, Frutas e legumes, Molhos e condimentos e Acompanhamentos, por ano, de jan 2013 a jul 2018

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Ingredientes divertidos e inusitados podem estimular os homens a cozinhar mais em casa, especialmente durante ocasiões de lazer

Produtos e ingredientes premium que dão ares de "comida de chef" podem ter apelo junto aos que veem o ato de cozinhar como lazer

Kits que ofereçam novidade, indulgência e passo a passo detalhado podem ser opção para o preparo de refeições em ocasiões de lazer

Independente da classe social, brasileiros têm preparado mais refeições sem carne

Produtos e ingredientes para o preparo de comidas típicas de outros países podem interessar consumidores das classes AB

Formas de cozinhar e frequência

Ingredientes prontos combinados a ingredientes in natura podem auxiliar no preparo de refeições saudáveis e práticas para o dia a dia

Figura 7: Formas de cozinhar – Brasil, agosto de 2018

Produtos prontos de preparo rápido podem ganhar espaço nas ocasiões de lazer junto às classes DE que se destacam por utilizar apenas ingredientes naturais e/ou caseiros em suas refeições

Figura 8: Formas de cozinhar, por classe social – Brasil, agosto de 2018

Ingredientes divertidos e inusitados podem estimular os homens a cozinhar mais em casa, especialmente durante ocasiões de lazer

Figura 9: Formas e frequência de cozinhar, por gênero – Brasil, agosto de 2018

Figura 10: Chicken wing Roulette – ASDA

Motivos para cozinhar em casa

Produtos e ingredientes premium que dão ares de "comida de chef" podem ter apelo junto aos que veem o ato de cozinhar como lazer

Figura 11: Motivos para cozinhar em casa – Brasil, agosto de 2018

Restaurantes e serviços de entrega a domicílio precisam continuar a se expandir para ampliar sua percepção de conveniência

Figura 12: Motivos para cozinhar em casa, por fatores de escolha para minha rotina diária – Brasil, agosto de 2018

Figura 13: Yurban Foods imagens oficiais

Opções saudáveis podem utilizar as redes sociais para impactar as classes AB, motivadas a cozinhar em casa para seguir dietas específicas

Figura 14: Motivos para cozinhar em casa, por classe social – Brasil, agosto de 2018

Figura 15: Receita de Pizza com Massa de Couve-Flor – Mundo Verde

Figura 16: Tastemade Brasil – Série de conteúdos "Comida de Cinema" episódio Ratatouille

Fatores de Escolha

Kits que ofereçam novidade, indulgência e passo a passo detalhado podem ser opção para o preparo de refeições em ocasiões de lazer

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 Culinários - Brasil - Outubro 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.

Figura 17: Fatores de escolha, por ocasião de preparo – Brasil, agosto de 2018

Figura 18: Vídeo de divulgação do serviço Chef Time

Produtos prontos que sirvam de “atalho” podem interessar às mulheres, principais responsáveis pelo preparo das refeições do dia a dia

Figura 19: Fator de escolha para a rotina diária, por gênero – Brasil, agosto de 2018

Consumidores com 55 anos ou mais demonstram maior interesse em opções saudáveis para o preparo de refeições em ocasiões de lazer

Figura 20: Fator de escolha, por faixa etária – Brasil, agosto de 2018

Mudança nos hábitos culinários

Preocupação com saudabilidade pode estimular busca por temperos frescos e mais naturais ganhando espaço dos industrializados

Figura 21: Mudança nos hábitos culinários – Brasil, agosto de 2018

Figura 22: Foto de divulgação – Aggressively Organic

Figura 23: Horta Hidropônica Paquá

Ingredientes naturais congelados em porções menores/individuais podem interessar Baby Boomers

Figura 24: Mudança nos hábitos culinários, por geração – Brasil, agosto de 2018

Independente da classe social, brasileiros tem preparado mais refeições sem carne

Figura 25: Mudança nos hábitos culinários, por classe social – Brasil, agosto de 2018

Figura 26: Post anunciando a parceria com o White Castle

Comportamentos e Atitudes

Lanches leves e convenientes podem ser opção de refeição para brasileiros que raramente planejam o jantar com antecedência

Figura 27: Comportamentos e Atitudes – Brasil, agosto de 2018

Produtos e ingredientes para o preparo de comidas típicas de outros países podem interessar consumidores das classes AB

Figura 28: Comportamentos e Atitudes, por classe social – Brasil, agosto de 2018

Figura 29: Kits de refeições à venda – Shakshuka Marroquino

Homens com idade entre 25 e 34 anos costumam postar fotos das refeições que preparam em suas redes sociais

Figura 30: Comportamentos e Atitudes, por gênero e faixa etária – Brasil, agosto de 2018

Apêndice – Abreviações

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