

Estilo de Vida dos Brasileiros - Convivendo com a Incerteza - Brasil - Julho 2019

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.



“2019 segue um ano cheio de incertezas. Enquanto grandes reformas, como a da previdência, não receberem sinal verde no Congresso, a tendência é que as empresas adiem investimentos, protelando a geração de empregos e a recuperação gradual da economia.”
– Marina Ferreira, Analista de pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

O conselho para as empresas é seguir apostando em estratégias que foram bem sucedidas nos últimos anos porém, sem esquecer que o período abre a possibilidade para que novos produtos e serviços sejam oferecidos. Embora o cenário se mostre desfavorável, o consumidor está otimista sobre o futuro e certos perfis demográficos se mostram inclinados a voltar a comprar produtos de maior valor agregado.

Marcado pela greve nacional dos caminhoneiros, que praticamente paralizou o país por dez dias, 2018 mostrou crescimento econômico abaixo do esperado, com o Produto Interno Bruto (PIB) crescendo cerca de 1%, enquanto que as projeções iniciais eram de cerca de 3%. 2019 também tem mostrado lentidão na retomada do crescimento, apresentando retração trimestral no PIB de 0,2% em relação ao último trimestre de 2018, disparando o alerta para um novo período de recessão.

**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 Brasileiros - Convivendo com a Incerteza - Brasil - Julho 2019

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

Economia

Brasil corre o risco de entrar em "recessão técnica" em 2019

População está dividida em relação ao futuro dos preços de produtos e serviços no país

Brasileiros estão otimistas sobre suas finanças pessoais no próximo ano mas volta ao patamar de consumo dos tempos pré-crise ainda não deverá acontecer

Novas regras do Cadastro Positivo prometem facilitar a obtenção de crédito por consumidores com bom histórico de pagamentos e podem aquecer o mercado

Alimentos e bebidas

Alimentos e bebidas com benefícios não apenas para o bem estar físico, mas também o emocional, devem crescer no Brasil

Restaurantes têm o desafio de atrair consumidor a seus estabelecimentos diante da sensação de insegurança nas ruas, ampliação de serviços de delivery e alta dos preços

Maior preocupação com a sustentabilidade deverá impactar o mercado de alimentos e bebidas

Setor de bebidas pode apostar no posicionamento de produtos para diferentes segmentos de consumidores

Beleza e cuidados pessoais

Ingredientes naturais deverão fazer cada vez mais parte das formulações dos produtos

Tecnologias se tornam imprescindíveis para que marcas de beleza se aproximem de seus clientes

Marcas premium de produtos de beleza e cuidados pessoais têm a oportunidade de aumentar sua presença na região Norte

Demografia

Reforma da previdência poderá aumentar oferta de serviços financeiros para a terceira idade

O que nós pensamos

O Brasil de Hoje – O Que Você Precisa Saber

Brasil corre o risco de entrar em "recessão técnica" em 2019

Em 2060, cerca de 7 em cada 10 brasileiros não serão contribuintes do Sistema Previdenciário

A Economia

Brasil corre o risco de entrar em "recessão técnica" em 2019

Figura 1: Variação trimestral do PIB Brasileiro

Desemprego segue alto no Brasil fazendo aumentar o número de trabalhadores informais

Figura 2: Variação em relação ao mesmo trimestre móvel do ano anterior de pessoas de 14 anos ou mais de idade, ocupadas como empregado no setor privado sem carteira de trabalho assinada (excluindo trabalhador doméstico), 2013-2018

Um dos principais responsáveis pelo aumento da inflação em 2018, greve dos caminhoneiros pode ter novo episódio em 2019

Figura 3: IPCA - Variação acumulada em 2018

A População

Níveis de escolaridade vêm subindo no Brasil e podem contribuir para crescimento do poder de compra da população no futuro

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 Brasileiros - Convivendo com a Incerteza - Brasil - Julho 2019

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 4: Distribuição das pessoas de 14 anos ou mais de idade pelo nível de instrução - Brasil, 2016-2017

Figura 5: Rendimento-hora médio real do trabalho principal das pessoas ocupadas pelo nível de instrução - 2017

Em 2060, cerca de 7 em cada 10 brasileiros não serão contribuintes do Sistema Previdenciário

Visão Geral das Categorias – Alimentação: dentro e fora de casa

O que você precisa saber

O que nós pensamos

Destaques

Brasileiro vê alimentação como forma de impactar não apenas seu bem estar físico, mas também o emocional

Brasileiros vêm mostrando crescente interesse em alternativas à carne animal

Figura 6: Impacto para o meio ambiente do hambúrguer da Beyond Burger vs. hambúrguer de carne de origem animal

Diversificação pode ampliar ainda mais a participação dos serviços de entrega no dia a dia do consumidor brasileiro

Figura 7: "Party Packs" - Taco Bell

Interação entre marcas e categorias trazem texturas e sabores inovadores para o mercado

Figura 8: Burrito de Kit Kat

Desafios

Apesar da preocupação com a saúde, brasileiro tem dificuldade em manter hábitos saudáveis

Figura 9: Aplicativo Desrotulando

Diante da revisão da rotulagem nutricional e acordos para redução de açúcar e sódio em alimentos, categorias indulgentes têm o desafio de manter o sabor

Figura 10: Modelos de rotulagem nutricional frontal em avaliação pela Anvisa

Figura 11: Logotipos do programa "Tu porción justa" da Arcor na Argentina

Restaurantes têm o desafio de atrair consumidor para seus estabelecimentos diante da sensação de insegurança nas ruas, ampliação de serviços de delivery e alta dos preços

Figura 12: Pratos e coquetéis que brilham na luz negra - Restaurante Namakura.ke

O futuro

Maior preocupação com a sustentabilidade deverá impactar o mercado em relação ao desperdício de alimentos

Figura 13: Aplicativo Karma - The Surplus Food

Figura 14: Vídeo explicativo - Sell more, Wasteless

Depois de delivery, formato "grab and go" se mostra como o próximo passo para oferecer a conveniência que o consumidor procura em seu dia a dia

Figura 15: Divulgação BK Express - Burger King

Figura 16: Vídeo divulgação e funcionamento - Zaitt loja - cidade de São Paulo

Figura 17: Baguete Duo de Mostarda - Ofner to Go

Com uma maior expectativa de vida do brasileiro, mercado pode estimular a adoção de uma alimentação saudável focada na prevenção e benefícios em longo prazo

Principais descobertas sobre o consumidor

Visão Geral das Categorias – Bebidas Não Alcoólicas

O que você precisa saber

O que nós pensamos

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 Brasileiros - Convivendo com a Incerteza - Brasil - Julho 2019

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.

Destaques

Destaque a benefícios funcionais é a atual estratégia da indústria para impulsionar o consumo de bebidas não alcoólicas

Bebidas com alto teor de proteína estão em alta no mercado nacional

Figura 18: Lançamentos de bebidas não alcoólicas* com claim alta/ proteína adicionada – Mundo, 2014-2018

Categorias percebidas como poucos saudáveis têm apostado em bebidas sazonais e edições limitadas para reter consumidores

Desafios

Pacto da indústria com o Ministério da Saúde para a redução de açúcar em bebidas açucaradas traz desafios para o setor

Figura 19: Campanha de relançamento do Sprite, em versão sem açúcar

Figura 20: Vídeo da Coca-Cola informando a volta do Sprite tradicional

Setor de bebidas precisa ser mais transparente sobre ingredientes, origem e métodos de produção

Figura 21: Recursos do Aplicativo Tetra Pak - Mitos

Leis de restrição ao fornecimento de canudos plásticos estão contribuindo para mudar as exigências dos consumidores em relação ao tema da sustentabilidade

Figura 22: Ação promocional da Água da Pedra que promovia o refil das antigas embalagens plásticas em vez da compra de um novo produto

O futuro

Bebidas orgânicas devem ganhar espaço à medida que aumenta a discussão sobre o uso de agrotóxicos

Bebidas saudáveis voltadas ao público infantil podem ter boom nos próximos anos

Visual das bebidas será cada vez mais valorizado

Figura 23: Vídeo com textura da infusão de café especial Gold Brew Nitro

Figura 24: Copo da Batch Organics

Principais descobertas sobre o consumidor

Visão Geral das Categorias – Bebidas Alcoólicas – Consumo Dentro e Fora de Casa

O que você precisa saber

O que nós pensamos

Destaques

Marcas de bebidas alcoólicas estão apostando em extensões para outras categorias e licenciamentos para atrair novos públicos

Marcas de cervejas artesanais compradas por grandes fabricantes estão investindo em experiências de imersão para manter o valor agregado de seus produtos

Figura 25: Bar do Urso da marca de cervejas Colorado

Figura 26: Artigos de merchandising da Colorado

Aumento do consumo de álcool pelo público feminino vira oportunidade para o mercado

Figura 27: Percentual de mulheres com mais de 18 anos que consumiram quatro ou mais doses de bebida alcoólica em uma mesma ocasião, nos 30 dias anteriores à realização da pesquisa, por faixa etária – Brasil, 2013-2017

Figura 28: Vídeo da campanha “cervejas de verdade para mulheres de verdade” da Beer

Figura 29: Cervejas da Cervejaria Feminista

Desafios

Instabilidade econômica e baixo poder de compra da população impactam no preço de bebidas alcoólicas em 2018

Figura 30: Mudança no comportamento de compra, Brasil – março de 2019

Figura 31: IPCA – Variação acumulada em 2018 – setores específicos

Envelhecimento da população traz barreiras para o consumo de bebidas alcoólicas

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 Brasileiros - Convivendo com a Incerteza - Brasil - Julho 2019

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.

O futuro

Segmentar bebidas alcoólicas para diferentes ocasiões de consumo dentro de casa é oportunidade para o setor

Consumidores têm cada vez mais interesse em virar experts sobre as suas bebidas alcoólicas preferidas

Figura 32: Reality Show Eisenbahn Mestre Cervejeiro 2018 - Episódio 8 - Final

Principais descobertas sobre o consumidor

Visão Geral das Categorias – Saúde e Bem-Estar

O que você precisa saber

O que nós pensamos

Destaques

Tecnologias se tornam imprescindíveis para que marcas se aproximem de seus clientes

Figura 33: Vídeo sobre o chatbot Sensely, janeiro de 2017

Figura 34: Vídeo sobre o chatbot Florence, janeiro de 2017

Celulares podem se tornar principal meio de compra de produtos

Aumento da população idosa traz diversas oportunidades ao mercado

Desafios

Sustentabilidade deverá fazer parte do propósito de todas as empresas do segmento de Beleza e Cuidados Pessoais

Figura 35: Angle razor, Reino Unido

Ingredientes naturais deverão fazer parte cada vez mais das formulações dos produtos

O futuro

Produtos que protejam a pele contra agressores externos vão se popularizar

Doenças transmitidas por mosquitos

Aquecimento global e raios ultravioletas

Luz visível azul

Poluição

Alimentar os perfis das mídias sociais e pensar no “embelezamento” do produto deverá se tornar parte da rotina de todas as empresas do segmento

Figura 36: Loja da Charlotte Tilbury, Londres

Principais descobertas sobre o consumidor

Visão Geral das Categorias – Finanças Pessoais

O que você precisa saber

O que nós pensamos

Destaques

Cadastro positivo facilitará a obtenção de crédito por consumidores com bom histórico de pagamentos e poderá aquecer o mercado de bens duráveis

Congestionamentos e alto preço da gasolina podem estar contribuindo para aumentar a demanda por meios alternativos de transporte

Figura 37: Planos de assinatura para acesso às bicicletas do Bike Itaú

Figura 38: Serviço de compartilhamento de bicicletas elétricas da Yellow

Figura 39: Aluguel de bicicletas elétricas da Movida

Congelamento na verba de educação pode favorecer empresas privadas que atuam no setor de ensino à distância

**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 Brasileiros - Convivendo com a Incerteza - Brasil - Julho 2019

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 40: Valores da graduação à distância da Universidade Cruzeiro do Sul

Figura 41: Valor da matrícula da Universidade Anhanguera

Figura 42: Valor da mensalidade dos cursos à distância da Uninove

Alto número de motoristas de aplicativos tem transformado mercado automotivo brasileiro

Figura 43: Parceria Uber com locadoras de veículos para motoristas do aplicativo

Figura 44: Localiza Driver

Desafios

Alta do dólar impõe barreiras à compra de produtos que não são fabricados no Brasil

Figura 45: Taxa de câmbio R\$/US\$ comercial (valor de venda) média, jan/2013 - mai/2019

Figura 46: Cartão pré-pago Pay Pal sem variação de câmbio

O futuro

Pagamentos cashless (sem uso de dinheiro vivo ou cartões) devem se tornar mais presentes no mercado

Figura 47: Parcerias realizadas pelo Itaú com benefícios para compra com Apple Pay

Principais descobertas sobre o consumidor

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Sensação de piora extrema na situação financeira é maior entre os brasileiros entre 45 e 54 anos

Millennials têm mais confiança na melhora do cenário em curto prazo, o que pode contribuir para aumento da compra de produtos premium

Brasileiros estão receosos em relação a seus direitos à previdência e aposentadoria

Brasileiros ainda são pouco engajados em iniciativas que envolvem marcas

Brasileiros preferiram diminuir a frequência de compra dos produtos alimentares não essenciais para evitar troca de marca e de categoria

Marcas premium de produtos de beleza e cuidados pessoais têm a oportunidade de aumentar a presença na Região Norte

Situação financeira atual

Quase um terço dos brasileiros sinaliza que sua situação financeira piorou

Figura 48: Situação financeira atual, por tipo de situação, Brasil – Março de 2019

Sensação de piora extrema na situação financeira é maior entre os brasileiros entre 45 e 54 anos

Figura 49: Situação financeira atual, por idade, Brasil – Março de 2019

Figura 50: Conta Santander Duo

Figura 51: Soluções da Sum Up em serviços de máquinas de cartões

Situação financeira nos próximos 12 meses

Brasileiros estão otimistas sobre suas finanças pessoais no próximo ano mas preocupados com estagnação do poder de compra

Figura 52: Situação financeira nos próximos 12 meses, Brasil – Março de 2019

Figura 53: Promoção "Kimberly Clark, prêmios para toda a família" do Atacadão em parceria com a Kimberly Clark

Millennials têm mais confiança na melhora do cenário em curto prazo, o que pode contribuir para aumento da compra de produtos premium

Figura 54: Situação financeira nos próximos 12 meses, por geração, Brasil – Março de 2019

Expectativas em relação à situação do país

Brasileiros estão receosos em relação a seus direitos à previdência e aposentadoria

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 Brasileiros - Convivendo com a Incerteza - Brasil - Julho 2019

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 55: Expectativas em relação à situação do país, Brasil – Março de 2019

Figura 56: Calculadora da One Reverse Mortgage de hipoteca reversa

População está dividida em relação ao futuro dos preços de produtos e serviços no país

Figura 57: Expectativas em relação à situação do país, Brasil – Março de 2019

Figura 58: Ação do Bike Itaú durante a greve dos caminhoneiros

Homens jovens acreditam que valor dos salários irá melhorar nos próximos anos

Figura 59: Expectativas em relação à situação do país, por gênero e idade, Brasil – Março de 2019

Comportamentos quanto à relação com as marcas

Brasileiros ainda são pouco engajados em iniciativas que envolvem marcas

Figura 60: Comportamentos quanto à relação com as marcas, Brasil – Março de 2019

Figura 61: Água Ama

Figura 62: Ação da água AMA com o Rappi para doação de água para os atingidos pelo desastre em Brumadinho

Reclamar das marcas nas redes sociais é comportamento presente em todas as gerações

Figura 63: Comportamentos quanto à relação com as marcas, por geração, Brasil – Março de 2019

Figura 64: Comunidade Online da Nubank NuCommunity

Figura 65: Comparativo Cartão de Crédito Nubank x Média do Mercado

Marcas também precisam pensar na forma de acesso pelas classes C e DE aos conteúdos proprietários desenvolvidos

Figura 66: Comportamentos quanto à relação com as marcas, por classe social, Brasil – Março de 2019

Figura 67: Diferenças do App da Uber tradicional e o App Uber Lite

Comportamento de compra nos últimos 12 meses

Consumidores deram prioridade ao preço na hora de escolher produtos alimentares de primeira necessidade

Figura 68: Comportamento de compra nos últimos 12 meses, Brasil – Março de 2019

Brasileiros preferiram diminuir a frequência de compra dos produtos alimentares não essenciais para evitar troca de marca e de categoria

Figura 69: Comportamento de compra nos últimos 12 meses, Brasil – Março de 2019

Figura 70: Programa de Felicidade Bacio di Latte

Consumidores que tiveram melhora na situação financeira voltaram a comprar de marcas que haviam abandonado

Figura 71: Comportamento de compra nos últimos 12 meses pela Situação financeira atual, Brasil – Março de 2019

Figura 72: Ação de unboxing da Omo

Mudança no comportamento de compra nos próximos 12 meses

1 em cada 4 brasileiros não pretende comprar bebidas não alcoólicas no próximo ano

Figura 73: Mudança no comportamento de compra nos próximos 12 meses, Brasil – Março de 2019

Marcas premium de produtos de beleza e cuidados pessoais têm a oportunidade de aumentar a presença na Região Norte

Figura 74: Mudança no comportamento de compra nos próximos 12 meses, por região, Brasil – Março de 2019

Lares com filhos planejam substituir produtos de limpeza por alternativas mais baratas

Figura 75: Mudança no comportamento de compra nos próximos 12 meses, por filhos na residência, Brasil – Março de 2019

Apêndice – Abreviações

Abreviações

Apêndice – Tamanho de Mercado

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 Brasileiros - Convivendo com a Incerteza - Brasil - Julho 2019

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.

Alimentação dentro de casa

Figura 76: Vendas em valor, 2013-18

Alimentação fora de casa

Figura 77: Vendas em valor, 2013-18

Bebidas não alcoólicas

Figura 78: Vendas em valor, 2013-18

Bebidas alcoólicas dentro de casa

Figura 79: Vendas em valor, 2013-18

Bebidas alcoólicas fora de casa

Figura 80: Vendas em valor, 2013-18

Beleza e Cuidados Pessoais

Figura 81: Vendas em valor, 2013-18

Produtos Farmacêuticos e MIPS

Figura 82: Vendas em valor, 2013-18

Cuidados Domésticos

Figura 83: Vendas em valor, 2013-18

Itens para Casa

Figura 84: Vendas em valor, 2013-18

Roupas e Acessórios

Figura 85: Vendas em valor, 2013-18

Transporte

Figura 86: Vendas em valor, 2013-18

Férias

Figura 87: Vendas em valor total de vendas, 2013-18

Tecnologia e comunicações

Figura 88: Vendas em valor, 2013-18

Lazer e Entretenimento

Figura 89: Vendas em valor, 2013-18

Finanças Pessoais e Habitação

Figura 90: Vendas em valor, 2013-18

Itens Diversos

Figura 91: Vendas em valor total de vendas, 2013-18

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