

Foodservice - Brasil - Janeiro 2021

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.



“Diante dos desafios impostos pela pandemia de COVID-19, a categoria de foodservice precisou, e continua precisando, de se reinventar. Não bastasse a necessidade de uma adaptação rápida aos serviços de delivery e às novas rotinas dos consumidores, também precisa encontrar espaço no orçamento apertado dos brasileiros”.

– **Ana Paula Gilsogamo, Analista Sênior de Alimentos e Bebidas**

Este relatório responde às seguintes questões:

- Impacto da COVID-19 na categoria de foodservice no Brasil
- Hábitos e atitudes do consumidor brasileiro em relação ao foodservice
- Consumo e percepções dos brasileiros por tipo de restaurante
- Como mudou a frequência de pedidos de delivery e alimentação fora de casa dos brasileiros durante a pandemia de COVID-19
- Conforto e frequência dos brasileiros em comer dentro e fora de restaurantes e bares durante a pandemia
- Hábitos e expectativas que os consumidores pretendem manter mesmo após a pandemia de COVID-19
- Demandas e interesses dos consumidores que seguem dietas saudáveis

A categoria de foodservice foi profundamente afetada pela pandemia de COVID-19 durante os períodos mais restritos de quarentena e mesmo agora, com a reabertura gradativa dos restaurantes, muitos brasileiros ainda não se sentem confortáveis em comer no interior ou exterior de restaurantes. É importante que a categoria tenha em mente que alguns novos hábitos e demandas que cresceram neste período deverão continuar fazendo parte das preferências e impactando as escolhas dos consumidores mesmo após a pandemia. Entre eles estão o maior uso de serviços de delivery, maior preocupação com a higiene e aumento da adoção de hábitos alimentares mais saudáveis, bem como uma crescente demanda por ações sustentáveis e de suporte a comunidade local que devem passar a impactar cada vez mais a categoria em longo prazo.

**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

Foodservice - Brasil - Janeiro 2021

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
- Principais pontos deste relatório
- Definição
- COVID-19: contexto de mercado

Resumo Executivo

Visão geral do mercado

Impacto da COVID-19 na categoria de foodservice

Figura 1: Impacto esperado da COVID-19 em curto, médio e longo prazo para a categoria de foodservice, janeiro de 2021.

O impacto até o momento atual

Impacto em curto e médio prazo (janeiro de 2021 até dezembro de 2021)

Figura 2: Conforto em realizar atividades – Brasil, 19 de novembro a 02 de dezembro de 2020.

Impacto em longo prazo (2022-2025)

Mintel Trend Drivers

Figura 3: Intel Trends Drivers

Desafios

Desafios econômicos pelos quais os brasileiros estão passando devem impactar negativamente a categoria de foodservice

Estabelecimentos alimentícios precisam melhorar sua percepção de higiene para que brasileiros se sintam confortáveis em frequentá-los novamente

Categoria precisa ficar atenta à crescente demanda por opções saudáveis

Oportunidades

Restaurantes podem oferecer soluções com menor contato humano para atrair consumidores de delivery de volta às lojas

Serviços de delivery podem investir em soluções que reduzam o desperdício de embalagem para fidelizar consumidores que trabalham remotamente

Lanchonete pode ser modelo ideal para tornar culinária internacional acessível a todas as classes sociais

Fatores que Influenciarão o Mercado

Desemprego, fim do auxílio emergencial e alta nos preços de alimentos devem impactar também a categoria de foodservice

Figura 4: Prioridades de gastos com comida de restaurante – Brasil, Novembro 19, 2020 - Dezembro 2, 2020.

Maior adoção do trabalho remoto pode diminuir consumo nas lojas físicas de restaurantes e tem potencial para estimular o delivery

Foodservice deve ficar atento à maior demanda por opções saudáveis

Maior preocupação com a sustentabilidade deve impactar escolhas de consumidores no foodservice

Empresas, Marcas e Inovações – O que você precisa saber

Foodservice investe em estratégias de delivery e campanhas para se adequar ao cenário da pandemia

Apostando em sustentabilidade e destacando vegetais no cardápio, Corrutela é o novo restaurante brasileiro entre os 50 melhores da América Latina

Campanhas e Ações de Marketing

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

Foodservice - Brasil - Janeiro 2021

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.

Google lança função delivery diretamente através de busca no Google Maps

Figura 5: Função delivery Buscas ou Maps - Google

McDonald's vende molho especial do Big Mac em edição limitada

Figura 6: Post de divulgação Molho Especial Big Mac - McDonalds

Campanha do Burger King mostra Whopper mofado para anunciar a retirada de todos os conservantes do sanduíche

Figura 7: Campanha Nada Além do Whopper - Burger King

iFood faz teste de entregas em curtas distâncias com drones

Cinemark passa a comercializar pipoca no iFood

Figura 8: Embalagens de pipoca Cinemark adaptadas para entrega

Durante a pandemia, Outback relança seus fondues de queijo e chocolate em campanha produzida totalmente à distância

Figura 9: Making-off Campanha Outback - Dia dos Namorados

McDonald's lança recurso para eliminar filas nos restaurantes

Figura 10: Mèqui sem fila

Estudo de casos

Apostando em sustentabilidade e destacando vegetais no cardápio, Corrutela é o novo restaurante brasileiro entre os 50 melhores da América Latina

Figura 11: Post destacando o uso de ingredientes orgânicos, produtores parceiros e etapas de preparo do arroz de brócolis - Corrutela

Figura 12: Post sobre os vinhos biodinâmicos servidos no restaurante

Figura 13: Post divulgação da cesta de produtos orgânicos

Nos EUA, serviço de delivery Goldbelly faz sucesso ao entregar por todo o país itens icônicos de restaurantes locais

Figura 14: Captura de tela do site - Goldbelly

O Consumidor – O que você precisa saber

Restaurantes por quilo podem investir em delivery e destacar sua percepção de saudabilidade para driblar a queda de consumo

Restaurantes focados nas classes DE podem investir em serviço próprio de delivery

Redes que não de fast-food precisam melhorar sua percepção de sustentabilidade

Vegetarianos demandam mais opções saudáveis no cardápio de restaurantes comuns

Restaurantes saudáveis podem se associar a aplicativos e serviços online de monitoramento da saúde para ampliar frequência de consumo

Hábito de alimentação fora de casa

Restaurantes por quilo podem investir em delivery e destacar sua percepção de saudabilidade para driblar a queda de consumo

Figura 15: Hábito de alimentação fora de casa – Brasil, novembro de 2020

Figura 16: Cardápio Restaurante Manai - iFood

Sabores indulgentes em tamanhos menores e diversificados de inspiração internacional podem atrair ainda mais mulheres entre 16 e 34 anos a pizzarias

Figura 17: Hábito de alimentação fora de casa, por gênero e faixa etária – Brasil, novembro de 2020

Figura 18: Captura de tela – Post do Instagram Pizza Roma – Ombra Bar

Figura 19: Captura de tela – post Braz Elettrica

Lanchonete pode ser modelo ideal para tornar culinária internacional acessível a todas as classes sociais

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

Foodservice - Brasil - Janeiro 2021

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 20: Hábito de alimentação fora de casa e motivações e interesse em inovação, por perfil socioeconômico – Brasil, novembro de 2020

Figura 21: Piadina De Rosbife Caseiro – Piadina Romagnola

Figura 22: Sanduíche Lox com salmão defumado e cream cheese, incrementado com tomate, cebola roxa, alcaparras e dill

Figura 23: Post de divulgação do lanche do mês – Zapiekanka (sanduiche polonês)

Mudanças nos hábitos de pedidos de delivery e alimentação fora de casa

Restaurantes podem oferecer soluções com menor contato humano para atrair consumidores de delivery de volta às lojas

Figura 24: Mudanças nos hábitos de pedidos de delivery, por motivações e interesse em inovação – Brasil, novembro de 2020

Figura 25: Heineken 0.0 | Zer0.0 Contact Bar – Campanha

Figura 26: Captura de tela de divulgação do produto – Raw.K Robot

Figura 27: Site Menú Digital – Grupo Modelo

Figura 28: Foto Ilustrativa de unidade em shopping do Jeronimo Burger – Grupo Madero

Restaurantes focados nas classes DE podem investir em serviço próprio de delivery

Figura 29: Hábito de consumo/pedido no foodservice, por perfil socioeconômico – Brasil, novembro de 2020

Kits para preparo de refeições com ingredientes produzidos e comercializados localmente têm apelo potencial entre usuários de delivery

Figura 30: Razões para pedir mais delivery, por consumidores que pediram mais delivery para apoiar estabelecimentos locais – Brasil, novembro de 2020

Figura 31: Caixa "Só quero um café normal"

Percepção em relação ao tipo de foodservice

Foodservice precisa melhorar sua percepção de higiene para que brasileiros se sintam confortáveis em frequentá-los novamente

Figura 32: percepção de nível de higiene em relação ao tipo de restaurante – Brasil, novembro de 2020

Redes que não de fast-food precisam melhorar sua percepção de sustentabilidade

Figura 33: Percepção de sustentabilidade em relação ao tipo de restaurante – Brasil, novembro de 2020

Figura 34: Destaque das ações sustentáveis presentes na EcoParada Madero

Restaurantes independentes podem ampliar percepção de autenticidade e incentivar pedidos de delivery associando-se a ingredientes e culinária locais

Figura 35: Percepção em relação ao tipo de restaurante – Brasil, novembro de 2020

Figura 36: Marmita para delivery ou retirada e imagem de produtos comercializados na loja anexa ao restaurante – A Baianeira

Motivações e interesse em inovação

Cafés, padarias e docerias podem investir em kits que promovam uma experiência prazerosa de preparo em casa

Figura 37: Interesse em kits de refeições de restaurante, pelos consumidores de lojas que vendem chá ou café e sobremesas/produtos assados – Brasil, novembro de 2020

Figura 38: Kit para montar alfajores – Polka Dot

Figura 39: Post mostrando os ingredientes que serão utilizados nas receitas realizadas ao vivo no Instagram no #bakeclub - Christina Tosi

Figura 40: Box Starbucks – The BoxCo

Vegetarianos demandam mais opções saudáveis no cardápio de restaurantes comuns

Figura 41: Motivações e interesse em inovação, pela adoção de dietas saudáveis – Brasil, novembro de 2020

Figura 42: Opções de pratos principais – Cardápio Arturito

Brasileiros que mantêm dieta sem glúten têm maior interesse por restaurantes saudáveis especializados

Figura 43: Motivações e interesse em inovação, por total de entrevistados e por consumidores de dietas sem glúten – Brasil, novembro de 2020

Figura 44: Post com divulgação de entrega do selo "Sem Glúten" - Acelpar

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

Foodservice - Brasil - Janeiro 2021

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.

Hábitos e atitudes em relação ao foodservice

Serviços de delivery podem oferecer soluções que reduzam o desperdício de embalagem para fidelizar trabalhadores remotos

Figura 45: Atitudes e mudanças nos hábitos de pedidos de delivery, por situação de emprego e trabalho remoto – Brasil, novembro de 2020

Restaurantes saudáveis podem se associar a aplicativos e serviços online de monitoramento da saúde para ampliar frequência de consumo

Figura 46: Hábitos e atitudes em relação ao foodservice visando à manutenção de hábitos saudáveis, por total de entrevistados e por entrevistados que usam serviços de monitoramento da saúde – Brasil, novembro de 2020

Restaurantes podem investir em opções com ingredientes premium ultra indulgentes para atrair brasileiros das classes AB

Figura 47: Hábitos e atitudes em relação ao foodservice, por nível socioeconômico – Brasil, novembro de 2020

Figura 48: Hambúrguer de Kobe – Restaurante Jamile

Figura 49: Cappuccino Doce de Leite em cápsula – Havanna e Três Corações

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