

Tendências em Sabores e Ingredientes - Brasil - Abril 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.

Este relatório analisa as seguintes áreas

- Disposição dos consumidores para provar novos sabores e ingredientes
- Ocasões em que os brasileiros estão mais disponíveis para experimentações
- Sabores mais atrativos nos alimentos e bebidas e qual o potencial de atratividade dos sabores
- Fatores mais influentes na escolha dos ingredientes

A pesquisa revelou que os brasileiros se mostram bastante abertos a experimentar novos sabores e ingredientes e que a ocasião mais comum para experimentar novos sabores é ao comer fora de casa. Mas uma parcela significativa dos consumidores disse sentir-se mais à vontade para experimentar novos sabores e ingredientes ao cozinhar em casa. O sabor doce é o favorito em alimentos e bebidas, indicando oportunidade para sabores indulgentes que podem trazer algum conforto emocional para os brasileiros durante a pandemia. Outro destaque é a preferência por ingredientes aromáticos no momento da escolha por ingredientes para cozinhar em casa, indicando que o uso de ervas e especiarias pode crescer na categoria de ingredientes.



"Os brasileiros em geral se mostram bastante abertos a experimentar novos sabores e ingredientes, e costumavam fazer isso principalmente quando comiam fora de casa. Com a pandemia e o crescimento do hábito de cozinhar em casa os consumidores estão experimentando novos ingredientes e aproveitando para testar novidades em casa."

- Laura Menegon, analista de alimentos e bebidas

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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
- O impacto da COVID-19 nas tendências em sabores e ingredientes

Figura 1: Impacto esperado da COVID-19 em curto, médio e longo prazos nas tendências em sabores e ingredientes, abril de 2020

- O impacto até o momento atual
- Impacto em curto e médio prazos (abril de 2021 até dezembro de 2021)
- Impacto em longo prazo (2022-2025)
- Mintel Trend Drivers
 - Figura 2: Mintel Trends Drivers
- Desafios
- Queda na renda das famílias ante a inflação e maior endividamento poderão impactar varejo de alimentos e bebidas
- Mais da metade dos brasileiros relatam piora na saúde mental devido à pandemia
- Brasileiros são mais abertos a experimentar novos sabores e ingredientes em restaurantes
- Oportunidades
- Campanhas relacionadas a ética ambiental e social podem incentivar os consumidores a explorarem novos sabores
- Ingredientes para o preparo de alimentos em casa podem trazer novos sabores para as classes D e E
- Alimentos e bebidas podem associar sabores cítricos à presença de vitamina C para aumentar sua atratividade
- Sabores nostálgicos podem trazer conforto para consumidores

FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Queda na renda das famílias ante a inflação e maior endividamento poderão impactar varejo de alimentos e bebidas

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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

- Mais da metade dos brasileiros relatam piora na saúde mental devido à pandemia

EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES – O QUE VOCÊ PRECISA SABER

- Nostalgia e saudabilidade pautam alguns dos lançamentos
- Sabores defumados e apimentados podem crescer na categoria de alimentos
- Flamin'Hot, sabor apimentado de salgadinhos, torna-se movimento cultural e mercado de kombuchas cresce globalmente

CAMPANHAS E AÇÕES DE MARKETING

- Piraquê lança linha de salgadinhos com o Comida de Buteco
- Nissin lança novos sabores de macarrão instantâneo para serem consumidos frios
- Nescau lança novos sabores oferecendo opções indulgentes para o consumidor
- Chocolates AMMA e Azeite Andorinha lançam chocolate em parceria
- Nestlé lança Moça Mini em três sabores: original, chocolate e morango

QUEM ESTÁ INOVANDO?

- Existe oportunidade para marcas investirem mais em alimentos com sabores defumados
- Figura 3: Sabores mais atraentes em alimentos, Brasil, janeiro de 2021
- Figura 4: Lançamentos de alimentos com sabor defumado nos três últimos anos completos, Brasil, 2018-20
- Categoria de alimentos pode explorar mais sabores apimentados

Figura 5: Lançamentos de alimentos com sabor "apimentado"** nos 5 maiores mercados mais o Brasil, 2018-20

ESTUDOS DE CASO

- Flamin'Hot Cheetos, um salgadinho apimentado que virou um fenômeno cultural nos EUA
- Kombuchas têm potencial de crescimento global

MİNTEL

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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

O CONSUMIDOR – O QUE VOCÊ PRECISA SABER

- A maioria dos brasileiros tem o hábito de experimentar novos sabores e ingredientes**
- Restaurantes podem estimular o consumo de novos sabores através de imagens e vídeos em redes sociais e aplicativos**
- Campanhas que convidem os consumidores a opinar sobre novos sabores podem atrair jovens da geração Z**
- Em alimentos, doces e salgados atraem igualmente os brasileiros, enquanto atratividade por sabores defumados parece crescer**
- Marcas de ingredientes devem explorar aromas para destacarem-se no mercado**
- Embalagens com instruções precisas podem encorajar consumidores mais jovens a experimentarem novos ingredientes**

AUTOPERCEPÇÃO SOBRE HÁBITOS DE EXPERIMENTAR NOVOS SABORES E INGREDIENTES

- A maioria dos brasileiros tem o hábito de experimentar novos sabores e ingredientes**

Figura 6: Autopercepção sobre o hábito de experimentar novos sabores e ingredientes, Brasil, janeiro 2021

Figura 7: Disponibilidade para experimentar sabores/ingredientes por faixas etárias, Brasil, janeiro de 2021

- Ingredientes para o preparo de alimentos em casa podem trazer novos sabores para as classes D e E**

Figura 8: Consumidores que raramente experimentam novos ingredientes por classificação socioeconômica, Brasil, janeiro de 2021

- Campanhas relacionadas à ética ambiental e social podem incentivar os consumidores a explorarem novos sabores**

Figura 9: Escolha de ingredientes por autopercepção, Brasil, janeiro de 2021

OCASIÕES PARA TESTAR NOVOS SABORES E INGREDIENTES

- Restaurantes podem estimular o consumo de novos sabores através de imagens e vídeos em redes sociais e aplicativos**

Figura 10: Ocasiões para experimentar novos sabores e ingredientes, Brasil, janeiro de 2021

- Consumidores com 55 anos ou mais são os que mais experimentam novos sabores/ingredientes quando cozinham em casa e em sobremesas**

Figura 11: Ocasiões de consumo de novos sabores/ingredientes por faixa etária, Brasil, janeiro de 2021

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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

- Refeições prontas podem trazer novidades para consumidores que trabalham de casa**

Figura 12: Ocasiões de consumo de novos sabores/ingredientes por ocupação - Brasil, janeiro de 2021

CANAIS DE EXPOSIÇÃO

- Marcas de foodservice podem manter vendas oferecendo produtos no varejo**

Figura 13: Canais de exposição a novos sabores e ingredientes, Brasil, janeiro de 2021

- Campanhas que convidem os consumidores a opinarem sobre novos sabores podem atrair jovens da geração Z**

Figura 14: Consumidores que buscam informações sobre ingredientes e sabores online por gênero e faixa etária, Brasil, janeiro de 2021

- Marcas próprias podem investir em ingredientes premium oferecendo oportunidade de experimentação para consumidores**

Figura 15: Consumidores que aprendem sobre novos ingredientes ao comprar em mercados e que concordam que vale a pena pagar mais caro por ingredientes de melhor qualidade, Brasil, janeiro de 2021

SABORES ATRAENTES

- Adição de sabores cítricos ou frutados a bebidas doces pode aumentar sua atratividade**

Figura 16: Sabores mais atraentes em bebidas, Brasil, janeiro de 2021

Figura 17: Análise TURF – Sabores atraentes, janeiro de 2021

- Alimentos e bebidas podem associar sabores cítricos à presença de vitamina C para aumentar a atratividade**

Figura 18: Sabores mais atraentes em alimentos e bebidas, Brasil, janeiro de 2021

- Consumidores da classe C têm preferência significativamente maior por alimentos e bebidas doces**

Figura 19: Preferência pelo sabor doce em alimentos e bebidas por classes socioeconômicas, Brasil, janeiro de 2021

ESCOLHA DE INGREDIENTES

- Marcas de ingredientes devem explorar aromas para destacarem-se no mercado**

Figura 20: Fatores importantes na escolha de ingredientes, Brasil, janeiro de 2021

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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

- Bebidas açucaradas podem oferecer funcionalidades para o consumidor brasileiro**

Figura 21: Sabores atraentes em bebidas por escolha de ingredientes, Brasil, janeiro 2021

ATITUDES SOBRE SABORES E INGREDIENTES

- Embalagens com instruções precisas podem encorajar consumidores mais jovens a experimentarem novos ingredientes**
- Sabores nostálgicos podem trazer conforto para consumidores**

Figura 22: Opinião sobre cozinhar com novos ingredientes, por faixa etária, Brasil, janeiro de 2021

Figura 23: Atitudes sobre sabores e ingredientes, Brasil, janeiro de 2021

APÊNDICE – ABREVIACÕES

- Abreviações**

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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



Sobre a Mintel

A Mintel é **especialista em identificar o que os consumidores desejam e por quê**. Como líderes mundiais em inteligência de mercado, nossas análises de consumidores, mercados, inovações de produtos e cenários competitivos fornecem uma perspectiva única sobre as economias globais e locais. Desde 1972, nossas análises preditivas e recomendações de especialistas permitem que nossos clientes tomem melhores decisões de negócios com mais rapidez.

Nosso objetivo é ajudar empresas e pessoas a crescer. Para saber como fazemos isso, visite mintel.com.