

# Hábitos Culinários - Brasil - 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

- Perspectiva do analista para a categoria de hábitos culinários para os próximos 1 a 2 anos (próximos passos) e para os próximos 3 a 5 anos (futuro).
- Perfil do consumidor que cozinha em casa
- Impacto da COVID-19 e intenções pós-COVID
- Ingredientes essenciais ao cozinhar em casa
- Motivações para cozinhar em casa
- Formas de cozinhar em casa, hábitos e atitudes

A alta dos preços e o orçamento apertado dos consumidores se mostram como as principais motivações para que os brasileiros cozinhem em casa. O maior foco na economia também tem obrigado os consumidores a adaptar seus hábitos culinários e alimentares em busca de opções mais acessíveis. Nesse cenário, soluções que não encareça as refeições do dia a dia, mas que ofereça uma maior conveniência e benefícios adicionais de saudabilidade tende a ganhar a atenção e espaço na lista de compras do consumidor.



“A alta dos preços e o orçamento apertado se mostram como as principais motivações para que os consumidores cozinhem em casa. Nesse cenário, toda solução que não encareça as refeições do dia a dia, mas que ofereça uma maior conveniência e benefícios adicionais de saudabilidade tende a ganhar a atenção e espaço na lista de compras do consumidor.”

– Ana Paula Gilsogamo, Analista Sênior de Alimentos e Bebidas

## Compre este relatório agora

Visite	<a href="https://store.mintel.com">store.mintel.com</a>
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

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

### RESUMO EXECUTIVO

- Visão geral do mercado
- Perspectiva do analista  
Figura 1: Perspectiva do analista para a categoria de hábitos culinários, 2021
- Desafios
- Alta nos preços e baixo poder aquisitivo faz insegurança alimentar crescer e desafia orçamento dos consumidores
- Categoria tem o desafio de oferecer soluções convenientes que não encareçam o preparo de refeições
- Marcas podem incentivar inversão de papéis, estimulando mulheres a cozinhar mais por lazer e mais homens serem responsáveis pelas refeições do dia a dia
- Oportunidades
- Durante a pandemia os consumidores passaram a cozinhar mais em casa e pretendem manter este hábito mesmo após a pandemia

Figura 2: Impacto da COVID-19 e intenções pós-COVID – Brasil, 2021.

- Categoria pode ajudar consumidores a planejar melhor suas refeições para economizar e evitar desperdícios
- Itens essenciais para cozinhar, condimentos e temperos podem agregar benefícios funcionais às refeições e também incrementar sabor de alimentos mais baratos
- Utensílios e eletrodomésticos que facilitem o preparo e agreguem saudabilidade têm apelo junto aos consumidores

### FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Baixo poder aquisitivo e alta de preços motivam adaptações na mesa dos brasileiros
- Desperdício de alimentos no Brasil ainda é alto
- Busca por uma alimentação mais saudável impacta nas escolhas alimentares dos brasileiros
- Regras da Anvisa para rotulagem de alimentos e bebidas embalados entrarão em vigor em 2022

## 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](https://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

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: Limites de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio para fins de declaração da rotulagem nutricional frontal – Brasil, 2020

Figura 4: Modelos que devem ser usados em embalagens de alimentos cujas quantidades dos três nutrientes (açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio) sejam iguais ou superiores aos limites definidos – Brasil, 2020

Figura 5: Novo modelo da tabela de informação nutricional

- **Novas regras da Anvisa em relação a alimentos integrais entrarão em vigor em 2022**

### EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- **Empresas e marcas**
- **Kraft Heinz expande sua atuação na categoria de temperos e condimentos**
- **Camil amplia categorias de atuação com aquisição de Seleta e Santa Amália**
- **Com ação da marca Hellmann’s, Unilever cria projeto com foco na diminuição de desperdício de alimento**

Figura 6: Projeto Unidos pela Comida – Hellmann’s

- **Carrefour lança a funcionalidade Nutri Escolha no aplicativo Meu Carrefour**

Figura 7: Chegou o Nutri Escolha, a nova funcionalidade do aplicativo Meu Carrefour!

- **Estudo de caso**
- **Startup francesa Jow levanta 20 milhões de dólares em roda de financiamento por seu serviço de planejamento de refeições e compras de mantimentos**

Figura 8: Captura de tela Aplicativo Jow

### O CONSUMIDOR – IMPACTO DA COVID-19 E INTENÇÕES PÓS-PANDEMIA

- **Categoria pode ajudar consumidores a planejar melhor suas refeições para economizar e evitar desperdícios**

Figura 9: Impacto da COVID-19 e intenções pós-COVID – Brasil, 2021

Figura 10: Plataforma #ComeremCasa – Carrefour e CyberCook

Figura 11: Use it Up – Fita adesiva

Figura 12: TheSaladBar

Figura 13: Guia de Armazenamento

Figura 14: Receita de lasanha que pode ser congelada

Figura 15: Foody

### 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](https://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

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.

- Conteúdo online, com destaque para as redes sociais, pode ajudar consumidores a melhorar suas habilidades culinárias**

Figura 16: Impacto da COVID-19 e intenções pós-COVID, pela auto avaliação de habilidades culinárias - Brasil, 2021

Figura 17: Captura de tela - Site do Carrefour com receitas e descontos

Figura 18: Captura de tela - Butterball Turkey no TikTok

- Marcas podem ajudar a tornar mais prazerosas as refeições em casa de mais consumidores que moram sozinhos**

Figura 19: Impacto da COVID-19 e intenções pós-COVID - Tornar a hora da refeição em casa mais agradável (ex. ouvir música ao cozinhar/comer), por situação de moradia - Brasil, 2021

Figura 20: Captura de tela - Barrila Playlist

## INGREDIENTES ESSENCIAIS E HÁBITOS AO COZINHAR EM CASA

- Itens essenciais para cozinhar em casa, condimentos e temperos podem agregar benefícios funcionais às refeições**

Figura 21: Ingredientes essenciais para cozinhar em casa - Brasil, 2021

Figura 22: Golden Mix - Mistura em pó à base de cúrcuma

Figura 23: Sugestões de usos e receitas

- Marcas podem ajudar pais a preparar mais refeições contendo frutas e vegetais com seus filhos**

Figura 24: Ingredientes essenciais para cozinhar em casa, por impacto da COVID-19 e intenções pós-COVID - Brasil, 2021

Figura 25: aplicativo Carrot Kitchen

Figura 26: Receita para sushi - Kit raddish Kids

- Ovos e queijos podem ampliar sua presença nas refeições vegetarianas de consumidores com 55 anos ou mais**

Figura 27: Ingredientes essenciais para cozinhar em casa, pela faixa etária - Brasil, 2021

- Opções convenientes à base de grãos integrais podem facilitar o preparo de refeições daqueles que trabalham de casa pelo menos às vezes**

Figura 28: Hábitos culinários, pela situação de emprego - Brasil, 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](https://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

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.

## MOTIVOS PARA COZINHAR EM CASA

- **Soluções convenientes que não encareçam o preparo de refeições interessam àqueles que precisam cozinhar para economizar**

Figura 29: Motivos para cozinhar em casa – CHAID – Tree output, Brasil, 2021

- **Marcas podem incentivar inversão de papéis, estimulando mulheres a cozinhar mais por lazer e mais homens serem responsáveis pelas refeições do dia a dia**

Figura 30: Motivos para cozinhar em casa e responsabilidade no preparo das refeições, por gênero – Brasil, 2021

Figura 31: Campanha Churrasqueira Perdigão Na Brasa

- **Categoria pode ajudar aqueles que trabalham e estudam a preparar marmitas saudáveis com baixo teor de carboidrato**

Figura 32: Motivos para cozinhar em casa, pela situação de trabalho e estudo – Brasil, 2021

## FORMAS DE COZINHAR NO DIA A DIA

- **Utensílios que facilitem o preparo e agreguem saudabilidade têm grande apelo junto aos consumidores**

Figura 33: Hábitos culinários e motivos para cozinhar em casa, por formas de cozinhar no dia a dia – Brasil, 2021

Figura 34: Nova Linha Electrolux por Rita Lobo

Figura 35: Receitas para AirFryer da Rita Lobo

- **Categoria pode facilitar combinações de alimentos prontos com feitos em casa para ajudar mulheres que decidem o que cozinhar de última hora**

Figura 36: Formas de cozinhar no dia a dia, por gênero – Brasil, 2021

Figura 37: Campanha “Não me Esquece na geladeira” – Nissin

Figura 38: ChefBot – Kroger

## ATITUDES E HÁBITOS EM RELAÇÃO A COZINHAR EM CASA

- **Molhos e condimentos com sabores de inspiração premium podem incrementar sabor, ou mascarar sabor, de alimentos mais baratos**

Figura 39: Atitudes e hábitos em relação a cozinhar em casa, por perfil socioeconômico – Brasil, 2021

- **Sabores inovadores podem agregar valor e status de sobremesa ao cafezinho após as refeições em casa**

## 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](https://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

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: Atitudes e hábitos em relação a cozinhar em casa, por faixa etária – Brasil, 2021

Figura 41: Kit barista – Expert em Café – BrSpices

Figura 42: Linha convencional confeitos de café – BitCoffee

- **Maior variedade de tamanho de embalagem e preços mais acessíveis podem atrair famílias com filhos que consomem mais bebidas durante as refeições**

Figura 43: Atitudes e hábitos em relação a cozinhar em casa, por status parental – Brasil, 2021

### APÊNDICE – ABREVIACÕES

#### 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](https://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 Intel

A Intel 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 [intel.com](https://www.mintel.com).