

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	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.

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

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

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

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.

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

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

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).