

# Hábitos de Consumo de Snacks - Brasil - 2022

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

- Tipos de snacks e frequência de consumo de snacks e lanchinhos pelos brasileiros
- Principais motivadores da compra de snacks com posicionamento saudável
- Principais motivadores da compra de snacks com posicionamento indulgente
- Comportamentos relacionados à compra de snacks
- Atitudes sobre o consumo de snacks
- O consumo de snacks e diversão

Os brasileiros têm consumido snacks e lanchinhos com bastante frequência, motivados pela necessidade de manter a energia ao longo do dia e reduzir o estresse e a ansiedade. A priorização de um estilo de vida saudável tem levado consumidores a comerem mais frutas e snacks à base de plantas, ainda que o preço seja uma barreira para esta categoria em particular. Entretanto, a indulgência ocupa um espaço importante na categoria, e os consumidores mostram-se ávidos por produtos com diferentes texturas e sabores exóticos.



“A nova rotina imposta aos brasileiros pela COVID-19 favoreceu o consumo de snacks, levando a um crescimento da categoria. Após dois anos de pandemia, preocupações com a saúde e com a situação econômica têm gerado mudanças no comportamento dos consumidores, que vêm tentando reduzir o consumo de snacks a fim de controlar a ingestão de calorias e economizar dinheiro”

– Laura Menegon, analista júnior de pesquisas – Alimentos e

bebidas

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

## 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 snacks, fevereiro de 2022
- Desafios
- Crise econômica e alta da inflação impactam comportamentos de consumo de snacks.
- Consumidores preocupados com a saúde veem a redução do consumo de snacks como uma maneira fácil de cortar calorias
- Oportunidades
- Claims relacionados a “mais energia” podem atrair brasileiros que trabalham à distância
- Marcas podem capitalizar popularidade das frutas explorando formatos e texturas
- Categoria de snacks pode investir em ingredientes nootrópicos e indulgência para facilitar o relaxamento

### FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Inflação em janeiro de 2022 é a maior em seis anos e é impulsionada por alimentos
- Eventos climáticos impactam preço dos alimentos e insumos para a indústria
- Novo modelo de rotulagem representará um desafio para toda a categoria

Figura 2: Limites de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio para fins de declaração da rotulagem nutricional frontal – Brasil, outubro de 2020.

Figura 3: Modelos que devem ser usados em alimentos cujas quantidades dos três nutrientes (açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio) sejam iguais ou superiores aos limites definidos – Brasil, outubro de 2020

Figura 4: Novo modelo Tabela de Informação Nutricional

- Envelhecimento da população brasileira deverá impactar a escolha de snacks

## 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

## EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- **Empresas e marcas**

- **Nestlé lança produto em parceria com ONG Gerando Falcões**

Figura 5: Imagem de divulgação das barrinhas de nuts e frutas da Nestlé em parceria com a ONG Gerando Falcões, Brasil, 2022

- **Arcor lança Tortuguitta 7Belo em ação de co-branding de duas de suas marcas mais icônicas**

Figura 6: Imagem de divulgação do lançamento de Tortuguitas sabor 7Belo, Brasil, 2022

- **Oreo lança edição especial para o lançamento do novo filme Batman**

Figura 7: Promoção "Oreo – Desafio Batman", Brasil, 2022

- **Nutella promove comemorações no "World Nutella Day"**

Figura 8: Campanha "Nutella Day", Brasil, 2022

- **"A-BIS-tinência": nova campanha de Bis usa trocadilho para brincar com efeitos da ausência de Bis na vida das pessoas**

Figura 9: Lançamento campanha a-Bis-tinência, Brasil, 2022

- **N.Ovo lança linha de produtos à base de "frango" vegetal, incluindo coxinhas congeladas**

Figura 10: Lançamento coxinha de frango vegetal N.Ovo, Brasil, 2022

- **Mars anuncia mudança na marca e em seus tradicionais personagens para tornar-se mais inclusiva**

Figura 11: Novo design dos personagens M&M'S, 2022

- **Piraquê transforma batatas em obras de arte**

Figura 12: Lançamento dos snacks de batata Piraquê, Brasil, 2022

- **Marilan lança linha de biscoitos com fermentação natural**

Figura 13: Lançamento da linha de biscoitos com fermentação natural Marilan, Brasil, 2022

- **Hu Kitchen conquista espaço no saturado mercado norte americano com snacks better for you**

Figura 14: Linha de produtos Hu Kitchen, 2021

## O CONSUMIDOR – O QUE VOCÊ PRECISA SABER

- **Frequência de consumo de snacks/lanchinhos**

- **Kits de snacks com opções saudáveis e indulgentes podem atrair consumidores frequentes**

Figura 15: Frequência de consumo de snacks, Brasil, 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

- **Claims relacionados a “mais energia” podem atrair brasileiros que trabalham à distância**

Figura 16: Pessoas que consomem lanchinhos/snacks duas vezes por dia por situação de emprego e trabalho remoto, Brasil 2022

- **Marcas podem capitalizar popularidade das frutas explorando formatos e texturas**

Figura 17: Frequência de consumo de snacks por consumidores de frutas frescas, Brasil, 2022

Figura 18: Análise dos lançamentos de aperitivos com frutas na composição nos três últimos anos completos nos 5 maiores mercados mais o Brasil, 2019-21

### MOTIVADORES DE COMPRA DE SNACKS SAUDÁVEIS

Figura 19: Atributos importantes na escolha de snacks saudáveis, Brasil, 2022

- **Novo modelo de rotulagem deverá impactar mais consumidores com 55 anos ou mais**

Figura 20: Atributos importantes na escolha de lanchinhos/snacks saudáveis, Brasil, 2022

- **Preço mais acessível é condição para o crescimento de snacks plant-based**

Figura 21: Atitudes sobre o consumo de snacks, por motivadores de compra de snacks saudáveis

### MOTIVADORES DE COMPRA DE SNACKS INDULGENTES

- **Diferentes texturas podem aumentar a atratividade de snacks indulgentes**

Figura 22: Atributos importantes na compra de snacks / lanchinhos indulgentes, Brasil, 2022

- **Ingredientes derivados de upcycling poderiam endereçar preocupações relacionadas à sustentabilidade**

- **Sabores exóticos podem proporcionar experiência de consumo divertida, especialmente para a Geração Z**

Figura 23: Motivadores de compra de snacks indulgentes por motivadores de compra de snacks indulgentes, Brasil, 2022

### COMPORTAMENTOS RELACIONADOS À COMPRA DE SNACKS

- **Mais variedades de sabores de snacks podem aumentar engajamento do consumidor**

Figura 24: Comportamentos relacionados à compra de snacks, Brasil, 2022

- **Brindes para pets podem estimular consumo de snacks**

### 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

Figura 25: Compra de snacks incentivada por promoção, por posse de animal de estimação, Brasil, 2022

### ATITUDES SOBRE O CONSUMO DE SNACKS

- Versões minis de snacks podem ajudar consumidor a gastar menos e controlar ingestão de calorias**

Figura 26: Atitudes sobre o consumo de snacks, Brasil, 2022

Figura 27: Consumidores que planejam seus lanchinhos/ snacks como parte da dieta por classificação socioeconômica, Brasil, 2022

### O CONSUMO DE SNACKS E DIVERSÃO

- Categoria de snacks pode investir em ingredientes nootropicos e indulgência para contribuir com relaxamento**

Figura 28: O consumo de snacks e diversão, Brasil, 2022

- Snacks/lanchinhos semiprontos para finalizar em casa podem oferecer praticidade em eventos sociais em casa**

Figura 29: Consumidores que servem snacks caseiros e industrializados quando recebem pessoas em casa por faixas etárias, Brasil, 2022

### 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 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](https://www.mintel.com)**.