



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

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

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.

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**

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.

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 Tortuguita 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

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.

- 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

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.



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 nootrópicos 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 – 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.