

# Tendências em Alimentação Saudável - Brasil - 2022

Preço do relatório: £3265.00 | \$4495.00 | €3940.00 Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

## Este relatório analisa as seguintes áreas

- Fatores que influenciarão o mercado tais como inflação, insegurança alimentar, impacto da COVID-19 na saúde física e mental e novas legislações e regulamentações
- Benefícios esperados de uma dieta alimentar ideal
- Compra de alimentos e bebidas em versões saudáveis, por categoria
- Fatores que impulsionam ao consumo de alimentos/bebidas não saudáveis
- Fatores importantes para a manutenção de hábitos alimentares saudáveis

Os consumidores consideram ingredientes frescos e pouco processados, o equilíbrio entre opções saudáveis e indulgentes e o consumo moderado de ingredientes, como cafeína e álcool, fatores muito importantes para se manter hábitos alimentares saudáveis. Mas esses são hábitos que nem sempre, ou raramente, eles conseguem manter, tendo como grandes barreiras para isso principalmente a falta de dinheiro, ocasiões em que comem fora de casa e frequentam reuniões sociais.

Na busca por uma dieta ideal, o controle do peso ainda se mostra um fator muito relevante, mas cresce a percepção de que ser magro não necessariamente está relacionado a se ter um corpo saudável. E essa percepção abre espaço para que a categoria invista em mais opções focadas na saúde e no bem-estar mental e emocional e na prevenção/cuidado de doenças e ações para um envelhecimento saudável com foco na saúde do coração, muscular e cerebral.



“Preço, falta de opções acessíveis fora de casa e ocasiões sociais são mencionadas como os grandes motivadores que levam os consumidores a não se alimentarem de maneira saudável. Nesse cenário, a categoria tem o desafio de oferecer opções mais diversificadas, inclusivas e convenientes que vão além das calorias.”

– Ana Paula Gilsogamo, analista sênior de Alimentos e Bebidas - Latam

## 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

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 alimentação saudável, outubro de 2022
- Desafios
- Com mais da metade da população convivendo com insegurança alimentar, a falta de dinheiro é a principal barreira encontrada pelas classes DE para se alimentarem de maneira saudável
- Alimentos e bebidas precisam se adaptar às novas regras de rotulagem
- Com menus mais diversificados, ocasiões sociais podem oferecer alternativas equilibradas, saudáveis e inclusivas
- Foodservice e varejo têm o desafio de ajudar aqueles que trabalham todos os dias fora de casa a consumir mais frutas e vegetais
- Oportunidades
- Marcas podem focar na saúde do coração e desmistificar crença de que corpos magros são necessariamente saudáveis
- Saúde muscular pode ganhar destaque entre hábitos e cuidados para envelhecimento saudável
- Mulheres jovens podem estimular crescimento do segmento de bebidas sem ou com menos cafeína no mercado brasileiro
- Quem não vê magreza como sinônimo de saúde está mais focado no impacto da alimentação no bem-estar emocional e meio-ambiente

### FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Inflação e baixo poder aquisitivo impactam principalmente mais pobres e categorias essenciais como a alimentação  
Figura 2: IPCA – Variação acumulada no ano (%) – Índice geral e grupos de produtos e serviços – Brasil, nos períodos de janeiro a dezembro de 2021 e janeiro a setembro de 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

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

- **Brasil retorna ao mapa da fome e mais da metade da população convive com a insegurança alimentar**
- **Conflito na Ucrânia impacta cadeia produtiva brasileira e amplia escalada do preço do petróleo**
- **COVID-19 tem impactos de longo prazo na saúde física e mental da população**
- **Nova lei de rotulagem de alimentos e bebidas entra em vigor em outubro de 2022**

Figura 3: Limites de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio para fins de declaração da rotulagem nutricional frontal – Brasil, outubro de 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, outubro de 2020

Figura 5: Novo modelo da Tabela de Informação Nutricional

- **Vegetais frescos embalados não precisam mais informar data de validade**
- **Governo zera IPI de bebidas vegetais alternativas ao leite animal**

## EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- **Empresas e marcas**
- **Mercado brasileiro investe no lançamento de opções plant-based e veganas**

Figura 6: Post de divulgação – Requeijão Vegano Plantury - Catupiry

Figura 7: Divulgação lançamento Veg Sponge

Figura 8: Nestlé Moça Alimento Condensado Origem Vegetal à base de arroz

- **Diferentes categorias investem na adição de vitaminas e minerais**

Figura 9: Tang nova formula

Figura 10: Mentos Vitamins

Figura 11: Tang nova formula

- **M.Dias Branco compra Jasmine alimentos visando ampliar seu portfólio com foco em snacks saudáveis**
- **Estudo de caso**
- **Com menu nutritivo e sazonal, a rede True Food Kitchen arrecadou mais de US\$ 100 milhões em fundo para acelerar seu crescimento**

Figura 12: Site True Food Kitchen – Super Foods for Supermoods Brand Philosophy

## 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

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

Figura 13: Conteúdo nas redes sociais divulgando as ações sustentáveis da empresa

### DIETA IDEAL

- **Marcas podem focar na saúde do coração e desmistificar crença de que corpos magros são necessariamente saudáveis**

Figura 14: Atributos para uma dieta ideal – Brasil, 2022

Figura 15: Alimentos e bebidas com alegações relacionadas à saúde cardiovascular

Figura 16: Alimentos e bebidas com alegações relacionadas à saúde cardiovascular

- **Saúde muscular pode ganhar destaque entre hábitos e cuidados para envelhecimento saudável**

Figura 17: Atributos para uma dieta ideal, por geração – Brasil, 2022

Figura 18: Suplemento em pó para consumidores com 50 anos ou mais

- **Bebidas não alcoólicas com benefícios para a saúde ocular podem interessar aos homens, especialmente os com 35 anos ou mais**

Figura 19: Atributos para uma dieta ideal, por gênero e idade – Brasil, 2022

Figura 20: Exemplos de bebidas não alcoólicas com claims relacionados à saúde dos olhos

### OPÇÕES DE ALIMENTOS E BEBIDAS SAUDÁVEIS CONSUMIDAS

- **Refeições prontas para dietas específicas podem focar em energia e saúde gastrointestinal e digestiva para quem mora sozinho**

Figura 21: Opções de alimentos e bebidas saudáveis consumidas, por composição de moradia – Brasil, 2022

Figura 22: Refeições prontas para dietas baixas em carboidratos com claims/benefícios atrelados à energia e/ou à saúde gastrointestinal/digestiva

Figura 23: Refeições prontas – Healthy Choice

- **Doces e sobremesas com benefícios adicionados atraem pais de filhos da geração alfa**

Figura 24: Opções de alimentos e bebidas saudáveis consumidas, por idade do filho – Brasil, 2022

Figura 25: Bebidas lácteas (exceto iogurtes) com claims e benefícios relacionados à saúde do cérebro e sistema nervoso

### 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

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

- **Pastas doces para espalhar e bebidas lácteas com foco na saúde do cérebro têm potencial junto a trabalhadores híbridos**

Figura 26: Opções de alimentos e bebidas saudáveis consumidas, por perfil de trabalho – Brasil, 2022

Figura 27: Bebidas lácteas (exceto iogurtes) com claims e benefícios relacionados à saúde do cérebro e sistema nervoso

Figura 28: Pasta doce para espalhar com claims e benefícios para a saúde do cérebro e sistema nervoso

#### FATORES QUE IMPULSIONAM O CONSUMO DE ALIMENTOS/ BEBIDAS NÃO SAUDÁVEIS

- **Com menus mais diversificados, ocasiões sociais podem oferecer alternativas equilibradas, saudáveis e inclusivas**

Figura 29: Fatores que impulsionam o consumo de alimentos/ bebidas não saudáveis – Brasil, 2022

Figura 30: Opções de doces e sobremesas veganos e Low Carb – Isabela Akkari

Figura 31: Party packs de snacks/petiscos focados em dietas específicas, como à base de plantas e sem glúten

Figura 32: Linha “Futuro party” by Anitta

- **A falta de dinheiro é o fator principal para as classes DE se alimentarem de maneira não saudável**

Figura 33: Fatores que impulsionam o consumo de alimentos/ bebidas não saudáveis, por perfil socioeconômico – Brasil, 2022

Figura 34: Zest Cooking – Aplicativo

- **Opções convenientes focadas no bem-estar emocional podem ajudar aqueles que trabalham e estudam a se alimentarem melhor**

Figura 35: Fatores que impulsionam o consumo de alimentos/ bebidas não saudáveis, por situação de trabalho e estudo – Brasil, 2022

Figura 36: Produtos panificados prontos e para misturar convenientes com alegações funcionais relacionadas a bem-estar do sono e estresse

Figura 37: Produtos panificados prontos e para misturar convenientes com alegações funcionais relacionadas a bem-estar do sono e estresse

#### 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

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

## FATORES IMPORTANTES PARA MANTER UMA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

- **Opções em porções menores e sem ingredientes artificiais podem atrair consumidores de 35 anos ou mais**  
Figura 38: Fatores importantes para manter uma alimentação saudável – Brasil, 2022  
Figura 39: Exemplos de produtos com claims de menos/sem ingredientes artificiais e porcionados ou em menores porções
- **Mulheres jovens podem estimular crescimento do segmento de bebidas sem ou com menos cafeína no mercado brasileiro**  
Figura 40: Fatores importantes para manter uma alimentação saudável, por gênero e idade – Brasil, 2022  
Figura 41: Exemplos chás sem cafeína lançados no Brasil  
Figura 42: Exemplos cafés descafeinados lançados no Brasil  
Figura 43: Sleep Friendly Cold Brew Decaf Ice Cream – Nightfood
- **Foodservice e varejo podem ajudar aqueles que trabalham todos os dias fora de casa a consumir mais frutas e vegetais**  
Figura 44: Fatores importantes para manter uma alimentação saudável, por gênero e idade – Brasil, 2022  
Figura 45: Exemplos de refeições prontas que trazem as porções de frutas e legumes diárias indicadas na embalagem  
Figura 46: Exemplos cafés descafeinados lançados no Brasil

## ATITUDES EM RELAÇÃO A ALIMENTOS/PRODUTOS SAUDÁVEIS

- **Quem não vê magreza como sinônimo de saúde está mais focado no impacto da alimentação no bem-estar emocional e meio-ambiente**  
Figura 47: Atitudes em relação a alimentos/produtos saudáveis – CHAID – Tree output, 2022  
Figura 48: Produtos com claims combinados de benefícios mental/emocional e claims sustentáveis e éticos  
Figura 49: Comunicação – Mãe Terra
- **Alimentação natural e orgânica pode interessar consumidores preocupados com a saúde de seus pets**  
Figura 50: Atitudes em relação a alimentos/produtos saudáveis, pela presença de animais de estimação – Brasil, 2022  
Figura 51: Exemplos de alimentos orgânicos para animais de estimação  
Figura 52: Website – Plano de Assinatura – A Quinta

## 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

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

Figura 53: Comida Natural – ZeeDog Kitchen

- **As redes sociais são canal mais adequado para venda e divulgação de produtos comprometidos com saudabilidade e sustentabilidade**

Figura 54: Atitudes em relação a alimentos/produtos saudáveis, pelo total e compradores de produtos pelas redes sociais – 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 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).