

# Bem-Estar: Um Estilo de Vida - Brasil - 2023

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

- Como os brasileiros avaliam seu bem-estar atualmente
- Quais áreas da vida os brasileiros estão focados em desenvolver para melhorar seu bem-estar em 2023
- Hábitos de longo prazo para melhoria do bem-estar e ações imediatas para lidar com estresse
- Principais fontes de estresse e ansiedade
- Hábitos e atitudes relacionadas ao bem-estar

Diante de um cenário de orçamento apertado, de cotidianos sobrecarregados e grande ansiedade, as marcas precisam deixar de comercializar o bem-estar como apenas artigo de luxo e oferecer também opções acessíveis de produtos e serviços que atendam a demandas mais segmentadas. Segundo a pesquisa, a preocupação com saúde mental e bem-estar emocional segue sendo ponto focal do bem-estar, mas há uma maior demanda por uma atuação segmentada que atenda perfis mais diversos, como a comunidade LGBTQ+ e consumidores negros, e perfis socioeconômicos menos favorecidos. Focando no bem-estar físico, a prática de exercícios físicos e o consumo de uma dieta balanceada são pontos de atenção e seguem sendo desafios para a maioria dos consumidores focados em manter hábitos de bem-estar.

As fontes de estresse e ansiedade também variam de acordo os diferentes perfis. Entre as gerações, por exemplo, enquanto para a geração Z trabalho e demanda por hiperprodutividade são pontos de estresse, ansiedade e frustração, entre os baby boomers, se destacam a sensação de insegurança e as notícias.



“O bem-estar está cada vez mais na pauta dos brasileiros, não se restringindo mais a uma ou outra categoria e abrangendo diversas áreas da vida dos consumidores.”  
– Ana Paula Gilsogamo, analista sênior - 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 bem-estar, fevereiro 2023.
- Desafios
- Mesmo com certo recuo do desemprego e ligeiro aumento da renda média salarial, brasileiros seguem preocupados com área financeira
- Enquanto para alguns falar sobre a saúde mental ainda é tabu, para outros perfis a demanda por serviços e soluções de saúde mental é urgente
- Ambiente de trabalho deve seguir sendo foco na pauta sobre bem-estar e saúde mental entre jovens
- Marcas podem munir baby boomers de informação e recursos para lidar com tentativas de golpes e impacto constante de notícias
- Oportunidades
- Opções segmentadas que se adaptem a rotinas e perfis diversos podem ajudar os consumidores a manter rotina de exercícios físicos
- Controlar pequenas tarefas diárias pode ajudar geração Z a lidar com auto cobrança por hiperprodutividade e a manter hábitos de longo prazo
- Opções mais acessíveis de comidas e bebidas relaxantes podem ajudar classes C, D e E a lidar com o estresse
- Marcas podem investir em recursos auditivos para oferecer experiências relaxantes e ajudar consumidores a lidar com o estresse

### FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Mesmo com certo recuo do desemprego e ligeiro aumento da renda média salarial, brasileiros seguem preocupados com área financeira  
Figura 2: Áreas focais para melhorar o bem-estar – Brasil, 2023
- Trabalho tem grande impacto no bem-estar dos brasileiros

## 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: £3265.00 | \$4495.00 | €3940.00

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

- **Mais da metade da população brasileira convive com a insegurança alimentar**
- **COVID-19 tem impactos de longo prazo na saúde física e mental da população**

### EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- **Empresas e marcas**
- **Focando na rotina de autocuidado, categoria de beleza investe no mercado de bem-estar**  
Figura 3: Cartas de Autocuidado – Natura  
Figura 4: Crônicas de um cuidado – Parceria entre Johnson & Johnson e podcast Mamilos
- **Além de alimentos e bebidas funcionais, categoria investe em outros estímulos sensoriais para ampliar conexão com bem-estar**  
Figura 5: Chock #SemCulpa TPM Alívio Chocolate – Com vitamina B6, zinco e magnésio  
Figura 6: Campanha Nissin – 11 sabores de puro relaxamento  
Figura 7: Bis – Edição especial Stranger Things 4
- **Aplicativos e serviços online lançam campanhas focadas na segurança de seus usuários**  
Figura 8: Episódio Vovozinha – Não inviabilize com patrocínio do Tinder
- **Estudos de caso**
- **Após crescimento de 250% no primeiro semestre de 2022, a marca Lubs de bem-estar sexual quer se consolidar como referência na categoria**  
Figura 9: Hábitos de longo prazo focados no bem-estar – Brasil, 2023  
Figura 10: Captura de tela – Post no Instagram  
Figura 11: Kit Reflexão – Sex Journal + Vela aromática

### AUTO AVALIAÇÃO DE BEM-ESTAR E ÁREAS FOCAIS PARA MELHORAR O BEM-ESTAR

- **Saúde mental se destaca como foco de bem-estar em 2023 entre consumidores negros**  
Figura 12: Áreas focais para melhorar o bem-estar, pela auto identificação de raça/etnia – Brasil, 2023  
Figura 13: Bad Bitches Have Bad Days Too  
Figura 14: Therapy for Black Girls
- **Aqueles que buscam melhorar as áreas sociais e intelectuais também têm a aparência como foco de atenção em 2023**

### 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: £3265.00 | \$4495.00 | €3940.00

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

Figura 15: Áreas focais para melhorar o bem-estar, pelas demais áreas focais para melhorar o bem-estar – Brasil, 2023

- **Aqueles que avaliam seu bem-estar como regular se sentem mais desconfortáveis para falar sobre sua saúde mental**

Figura 16: Hábitos e atitudes relacionados ao bem-estar, pela autoavaliação de bem-estar – Brasil, 2023

Figura 17: Captura de tela – Stories Instagram – Psicotrópica

### HÁBITOS DE LONGO PRAZO FOCADOS NO BEM-ESTAR

- **Opções segmentadas que se adaptem a rotinas e perfis diversos podem ajudar os consumidores a manter rotina de exercícios físicos**

Figura 18: Hábitos de longo prazo focados no bem-estar – Brasil, 2023

Figura 19: Captura de tela – Nike Sync

- **Experiências relaxantes ao ar livre e/ou que promovam qualidade de sono podem atrair mulheres desejosas por férias de cotidiano sobrecarregado**

Figura 20: Hábitos de longo prazo focados no bem-estar, pelo gênero – Brasil, 2023

Figura 21: Captura de tela – Plataforma Day Break Hotels.com

- **Consumidores que não moram sozinhos têm maior dificuldade em manter uma dieta balanceada**

Figura 22: Hábitos de longo prazo focados no bem-estar, pela situação de moradia – Brasil, 2023

Figura 23: Captura de tela – Headspace Family Plan

### FONTES DE ESTRESSE E ANSIEDADE

- **Ambiente de trabalho deve seguir sendo foco na pauta sobre bem-estar e saúde mental entre jovens**

Figura 24: Fontes de estresse e ansiedade, por faixa etária – Brasil, 2023

Figura 25: Pilares de serviços – Deli Life

Figura 26: The Oreo Thininvite

Figura 27: Oreo Thins + Microsoft 365

- **Marcas podem munir baby boomers de informação e recursos para lidar com tentativas de golpes e impacto constante de notícias**

Figura 28: Fontes de estresse e ansiedade, por geração – Brasil, 2023

### 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: £3265.00 | \$4495.00 | €3940.00

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

Figura 29: Campanha Itaú e você contra golpes e fraudes | Golpe no WhatsApp

### AÇÕES PARA BEM-ESTAR E RELAXAMENTO IMEDIATO

- **Marcas podem investir em recursos auditivos para oferecer experiências relaxantes e ajudar consumidores a lidar com o estresse**

Figura 30: Ações para bem-estar e relaxamento imediato – Brasil, 2023

Figura 31: SmokeLess Break Beats

Figura 32: Capturas de tela – Anúncio patrocinado do aplicativo Calm – Instagram

- **Opções mais acessíveis de comidas e bebidas relaxantes podem ajudar classes C, D e E a lidar com o estresse**

Figura 33: Ações para bem-estar e relaxamento imediato, por perfil socioeconômico – Brasil, 2023

Figura 34: Alimentos e bebidas de marca própria com alegações relacionadas a relaxamento e sono

- **Inovações unindo aromaterapia à prática de exercícios físicos podem focar consumidores que moram sozinhos**

Figura 35: Ações para bem-estar e relaxamento imediato, por perfil socioeconômico – Brasil, 2023

Figura 36: Smells like yoga

Figura 37: HIIT ME UP Energizing essential oils

Figura 38: Limpador higienizador para tapete de yoga

- **Marcas podem ajudar pessoas LGBTQ+ a adotar rituais individuais ou coletivos que auxiliem a se conectar com sua espiritualidade**

Figura 39: Ações para bem-estar e relaxamento imediato, por identificação como parte da comunidade LGBTQ+ – Brasil, 2023

Figura 40: Anúncio patrocinado – Mastercard

Figura 41: Anúncio Patrocinado – American Express

### HÁBITOS E ATITUDES RELACIONADOS AO BEM-ESTAR

- **Formato de newsletter pode oferecer maior controle, conveniência e curadoria de notícias para consumidores sobrecarregados**

Figura 42: Hábitos e atitudes relacionados ao bem-estar – Brasil, 2023

Figura 43: Captura de Tela – Canal Meio

### 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: £3265.00 | \$4495.00 | €3940.00

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

- **Controlar pequenas tarefas diárias pode ajudar geração Z a lidar com autocobrança por hiperprodutividade e a manter hábitos de longo prazo**

Figura 44: Hábitos e Atitudes relacionados ao bem-estar – Brasil, 2023

Figura 45: Noom: Healthy Weight Loss App

Figura 46: Shimmy: Workouts for Charity App

Figura 47: Captura de tela – Aplicativo Forest na Play Store

- **Frustração gerada pelo conteúdo das redes sociais tradicionais pode motivar busca por novos formatos de conteúdo e interação nas redes**

Figura 48: Hábitos e atitudes relacionados ao bem-estar, pelas mídias sociais visitadas semanalmente – Brasil, 2023

## 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).