

Estilo de Vida Ocupado - 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

- Atividades da rotina dos brasileiros e tempo gasto por atividades
- Atividades remotas x atividades presenciais
- Impacto da crise econômica na disponibilidade de tempo
- Aitudes para economizar tempo
- Interesse em atividades

Com exceção do trabalho, as tarefas domésticas são as atividades que tomam mais tempo os brasileiros, sendo que as mulheres são as que mais realizam e mais gastam tempo com a maioria das atividades domésticas. O retorno ao trabalho presencial pode agravar ainda mais a desigualdade entre os gêneros. Além disso, a crise econômica tem feito com que brasileiros gastem mais tempo pesquisando preços e que evitem fazer compras online para evitar o gasto com frete. Para economizar tempo, a realização de atividades online é o principal recurso, porém, a geração Z se destaca por procurar reduzir o tempo de tela para ter mais tempo livre.



“A pandemia mostrou aos brasileiros que muitas atividades do dia a dia podem ser realizadas online e este segue sendo o principal recurso para se ganhar tempo. A desigualdade entre gêneros continua sendo muito presente, sobrecarregando a maioria das mulheres brasileiras.”

– Laura Menegon, analista de pesquisa - Latam

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

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 sobre o estilo de vida de brasileiros ocupados, maio de 2023
- Desafios
- Mulheres ainda são as principais responsáveis por tarefas domésticas e de cuidados
- Bem-estar e saúde mental entrarão na conta dos benefícios para trabalhadores
- Geração Z reduz tempo de tela para ganhar tempo
- Oportunidades
- Economia e sustentabilidade derrubam preconceitos e abrem oportunidades para comércio de itens usados
- Brasileiros mais velhos devem ser incentivados a socializar após isolamento durante a pandemia

FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Cresce o endividamento das famílias brasileiras
- Desaceleração da inflação sobre alimentos e bebidas dá alívio aos consumidores, em especial das classes mais baixas
- Semana de trabalho de 4 dias será testada no Brasil

EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- Empresas e marcas
- Aurora lança linha de refeições saudáveis prontas
Figura 2: Linha de refeições prontas Aurora Bem-Leve
- Spoleto leva suas massas para o varejo
Figura 3: Linha de massas Spoleto para o varejo
- Grupo Carrefour vai fraquear lojas no modelo Express para chegar em regiões mais distantes
Figura 4: Loja Carrefour Express
- Estudos de caso
- Empresa australiana fundada por mulheres desenvolve jogo de sucesso que incentiva usuários a cuidarem de suas emoções/saúde mental

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

Figura 5: Jogo Kinder World, da Lumi Interactive, Austrália

ATIVIDADES DA ROTINA DOS BRASILEIROS E TEMPO GASTO POR ATIVIDADE

- **Cleanfulness, a tendência de bem-estar que pode tornar a rotina de limpeza da casa um momento prazeroso de relaxamento**

Figura 6: Atividades da rotina dos brasileiros

Figura 7: Publicação da marca de produtos de higiene e limpeza Ecolams sobre "cleanfulness", Espanha

- **Marcas podem contribuir para uma divisão mais igualitária e justa dos trabalhos de cuidado**

Figura 8: Atividades da rotina dos brasileiros, por gênero - Brasil, 2023

Figura 9: Campanha Ser Visível É Básico, Hering, março de 2023

Figura 10: Capturas de tela do aplicativo Choreful.app que incentiva a divisão de tarefas domésticas

Figura 11: Capturas de telas do aplicativo Nipto

- **Educar o consumidor sobre planejamento de refeições pode ajudá-lo a economizar tempo e dinheiro**

Figura 12: Tempo gasto com atividades relacionadas ao preparo de alimentos, Brasil, 2023

Figura 13: Publicação sobre planejamento de cardápios no site Panelinha

Figura 14: Atividades da rotina dos brasileiros por classificação socioeconômica, Brasil 2023

Figura 15: Publicação sobre planejamento de cardápio, Qualitá

ATIVIDADES REMOTAS X ATIVIDADES PRESENCIAIS

- **No retorno ao trabalho presencial, flexibilidade ganhará importância**

Figura 16: Comportamentos sobre atividades remotas x atividades presenciais, Brasil, 2023

Figura 17: Alimentador automático Pet Feeder

- **No trabalho híbrido, bem-estar e saúde emocional entrarão na conta dos benefícios para os trabalhadores**

Figura 18: Divulgação do jogo House of Healers criado pela startup de saúde mental Mind You, Filipinas

Figura 19: Sistema de crachás que indicam o estado de saúde física e mental dos funcionários da empresa Onken, Japão

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

IMPACTO DA CRISE ECONÔMICA NA DISPONIBILIDADE DE TEMPO

- Alimentos e bebidas de marcas conhecidas no foodservice podem ser comercializados no varejo, oferecendo indulgência e economia**

Figura 20: Mudanças na rotina em decorrência do aumento de preços, Brasil, 2023

Figura 21: Kit de produtos da marca Momofuku, rede de restaurantes, Estados Unidos

Figura 22: Produtos da rede de restaurantes Friday's comercializados no varejo

- Itens de segunda mão podem ganhar espaço no mercado**

Figura 23: Mudanças na rotina para economizar por classe socioeconômica, Brasil, 2023

Figura 24: Buyback, iniciativa de compra e venda de itens usados da rede Decathlon, Holanda

Figura 25: Arte de divulgação do lançamento da loja online Marimekko Pre-loved, Finlândia

Figura 26: Fundadora da loja Gringa de venda de artigos de luxo de segunda mão, Brasil

- Varejo de alimentos e bebidas deve focar na comunicação de promoções para atrair consumidores**

Figura 27: Atividades da rotina por mudança de hábitos para economizar, Brasil, 2023

Figura 28: Aplicativo Pão de Açúcar Mais, Grupo Pão de Açúcar, Brasil

ATITUDES PARA ECONOMIZAR TEMPO

- Trabalhadores em modelo remoto/híbrido preferem comprar em aplicativos e redes sociais**

Figura 29: Atitudes para economizar tempo, por situação do emprego e trabalho remoto, Brasil, 2023

- Empresas devem oferecer recursos para geração Z controlar o tempo de uso de telas**

Figura 30: Atitudes para economizar tempo por geração, Brasil, 2023

Figura 31: Novos modelos de telefones Nokia, sem acesso à internet.

- Produtos que facilitem a execução de tarefas em movimento podem ser atraentes para mulheres jovens**

Figura 32: Atitudes para economizar tempo por gênero e idade, Brasil, 2023

Figura 33: Maquiagens multifuncionais com embalagens práticas para aplicação em movimento

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

INTERESSE EM ATIVIDADES

- **Eventos corporativos podem viabilizar networking para brasileiros que estão mudando de emprego**
- **Brasileiros mais velhos podem ser incentivados a socializar após isolamento durante a pandemia**

Figura 34: Interesse em atividades, Brasil, 2023

Figura 35: Interesse em atividades, por faixas etárias, Brasil, 2023

Figura 36: Benefícios do serviço prestado para idosos pela startup Papa, Estados Unidos

Figura 37: Caixa de bate papo no supermercado holandês Jumbo

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 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)**.