

Estilo de Vida dos Brasileiros - 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

- Desafios vivenciados em 2022
- Percepção de valor de um produto
- Estratégias para economizar e mudanças de gastos por categorias, em um cenário de alta dos preços
- Orgulho brasileiro e expectativas em relação à situação do país nas mais diferentes áreas, incluindo saúde, educação, direitos civis, segurança, dentre outros
- Interesse em experiências

Mesmo com a melhora de índices macroeconômicos, como o recuo do desemprego, da inflação e aumento do PIB, a pandemia de COVID-19 deixou muitos efeitos negativos na economia e sociedade brasileiras. De modo geral, os brasileiros demonstram preocupação com suas finanças, e buscam por meios de economizar, migrando para marcas e varejistas mais baratos e adotando uma posição mais crítica em relação aos benefícios que são importantes para as mais diferentes categorias.

Além do desafio para manterem estilos de vida mais saudáveis, outro desafio enfrentado por uma parcela significativa dos brasileiros se refere a lidar com os conflitos em meio a um cenário de maior polarização política e aumento da violência. Com isso, apoiar a saúde mental e emocional dos brasileiros continua a ser fundamental, estimulando os indivíduos a socializar e ter momentos de lazer/ entretenimento, ainda que com um orçamento mais restrito.



“Em um ano marcado pelas eleições e dificuldades econômicas, os brasileiros demonstraram preocupação com suas finanças pessoais e o futuro do país nas mais diferentes esferas.”

– **Amanda Caridad, Analista Sênior 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

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
- Definição

RESUMO EXECUTIVO

- Economia e trabalho
- População e composição familiar
- Alimentos e bebidas
- Saúde e bem-estar
- Tecnologia e mundo digital
- Visão geral do mercado

O BRASIL DE HOJE – A ECONOMIA

- Apesar de queda da inflação e aumento do PIB, famílias brasileiras ainda têm consumo de categorias essenciais afetado**

Figura 1: IPCA – Variação acumulada do ano (%) – para índice geral e grupos de produtos e serviços – Brasil, de 2021 a 2022

- Dólar apresenta queda em 2023, sob influência de fatores domésticos e externos**

Figura 2: Taxa de câmbio – R\$/US\$ – comercial – compra – média – Brasil, julho de 2022 a julho de 2023

- Queda do desemprego, adoção integral do modelo híbrido e adoção de semana de trabalho de 4 dias**

Figura 3: Taxa de desocupação – Brasil – Divulgação trimestral, jan-fev-mar 2022 a abr-mai-jun 2023

- Mais de 10 milhões de brasileiros saíram da linha de pobreza em 2022**

- Eleições de 2022 são marcadas por forte polarização e aumento da violência política**

O BRASIL DE HOJE – A POPULAÇÃO

- Brasil atinge 203 milhões de habitantes em 2022**

Figura 4: Taxa média geométrica de crescimento anual da população brasileira, 1890 a 2022

- Cresce número de lares mononucleares, e de idosos e pretos em 2022**

- Indicadores de educação apresentam piora, sob reflexo da pandemia**

- OMS declara fim da Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional da COVID-19**

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.

VISÃO GERAL DAS CATEGORIAS

- **Alimentação: dentro e fora de casa**
- **O que você precisa saber**
- **O que nós pensamos**
- **Destaques**

Figura 5: Café Tostao oferece descontos em pães e salgados preparados à algumas horas em suas lojas física – Colômbia

Figura 6: Food To Save

Figura 7: Pães embalados com composição nutricional em destaque
- **Desafios**
- **Alto custo de alimentos e bebidas impacta hábitos de consumo dentro e fora de casa**
- **Opções mais acessíveis de comidas e bebidas relaxantes podem ajudar classes C, D e E a lidar com o estresse**

Figura 8: Alimentos e bebidas de marca própria com alegações relacionadas a relaxamento e sono
- **O futuro**
- **Comparadores de preços e promoções podem estimular compra on-line de mantimentos e bebidas para consumo em casa**

Figura 9: Captura de tela comparador de preços e promoções – Matspar
- **Marcas podem focar na saúde do coração e desmistificar crença de que corpos magros são necessariamente saudáveis**

Figura 10: Alimentos e bebidas com alegações relacionadas à saúde cardiovascular

Figura 11: Alimentos e bebidas com alegações relacionadas à saúde cardiovascular
- **Saúde muscular pode ganhar destaque entre hábitos e cuidados para envelhecimento saudável**

Figura 12: Suplementos em pó para consumidores com 50 anos ou mais
- **Bebidas Não Alcoólicas**
- **O que você precisa saber**
- **O que nós pensamos**
- **Destaques**

Figura 13: Bebida energética Rocamina, México
- **Desafios**

Figura 14: Sugestões de receitas com refrigerantes como ingrediente, Zevia Beverages

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

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: publicação incentivando o consumo de refrigerante da marca Convenção para acompanhar a pipoca ao assistir filmes

Figura 16: Série de publicações informativas sobre o consumo e benefícios de bebidas esportivas, Gatorade Brasil

- **O futuro**
- **Tecnologias podem levar a hidratação a novos patamares**

Figura 17: Hydration Biosensor, Nix

Figura 18: Garrafa de água inteligente Weo

- **Bebidas não alcoólicas com benefícios de melhora do humor podem mirar consumidores que buscam reduzir o consumo de álcool**

Figura 19: Análise TURF – Benefícios que motivariam o consumo, 2023

Figura 20: Linha de bebidas Kin Euphorics

- **Cafés gelados têm potencial para crescer no mercado brasileiro principalmente entre consumidores mais jovens**

Figura 21: Campanha de lançamento da bebida Cloud Macchiato da rede Starbucks, Estados Unidos, 2019

Figura 22: Exemplos de cafés frios comercializados no varejo

- **Bebidas Alcoólicas – Consumo Dentro e Fora de Casa**

- **O que você precisa saber**

- **O que nós pensamos**

- **Destaques**

Figura 23: divulgações de eventos na vinícola Casa Perini

Figura 24: Divulgação de prêmio recebido pelo espumante Casa Valduga

Figura 25: Screenshot do bar da Cerveja Cristal no jogo Minecraft

Figura 26: Lançamentos de cervejas inspirados em séries

- **Desafios**

Figura 27: Promoções de cervejas no aplicativo Super Opa, Brasil, 2022

Figura 28: Vinho tinto da marca Vinhos de Combate, Brasil, 2022

Figura 29: Campanhas promovidas pelo consórcio de empresas de bebidas alcoólicas e a associação Destiladores Unidos del Perú

- **O futuro**

- **Bebidas com baixo/sem teor alcoólico devem reforçar credenciais saudáveis para consolidarem-se como alternativa saudável**

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 30: Bebidas não alcoólicas com claims relacionados à saudabilidade

- **Sustentabilidade deve permear todo o processo produtivo, incluindo os ingredientes desde sua origem**

Figura 31: Ações de sustentabilidade do Grupo Heineken

- **Saúde e Bem-Estar**
- **O que você precisa saber**
- **O que nós pensamos**

- **Destaques**

Figura 32: Saneantes indicados para limpeza de banheiros com posicionamento econômico

Figura 33: Alternativas mais econômicas para alívio da cólica menstrual

Figura 34: Buscofem realiza campanhas e oferece aplicativo para ajudar mulheres a monitorar ciclo menstrual

Figura 35: Captura de tela – Cleanipedia reúne dicas de cuidados domésticos, incluindo limpeza e organização

- **Desafios**

Figura 36: Campanha Natura Chronos Sérum preenchedor Biohidratante, Brasil, 2022

Figura 37: Campanha #OTempoNãoMePara O Boticário, Brasil, 2022

Figura 38: Avon e Natura realizam campanhas com Linn da Quebrada

Figura 39: Desodorantes naturais com fórmulas isentas de alumínio

Figura 40: Perfumes com fórmulas 100% naturais

Figura 41: Produtos de banho que contribuem para o relaxamento

- **O futuro**

- **Marcas devem ampliar oferta de tratamentos para couro cabeludo que tratem as condições mais prevalentes entre os brasileiros, perda capilar e caspa**

Figura 42: Tratamentos para couro cabeludo com ação antiqueda

Figura 43: Tratamentos para couro cabeludo com ação anticaspas

- **Saúde hormonal é pauta relevante para mulheres e homens da geração X**

Figura 44: Suplementos posicionados para mulheres em menopausa

Figura 45: Suplementos e vitaminas que apoiam a saúde hormonal masculina

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.

- **Finanças Pessoais**

- **O que você precisa saber**

- **O que nós pensamos**

- **Destaques**

Figura 46: Santander e Nubank aproximam-se de brasileiros com baixa renda

Figura 47: Guia de Educação Financeira para Idosos, Brasil, 2020

Figura 48: Campanha La Tía te explica Superfondos, Santander, Argentina, 2022

- **Desafios**

Figura 49: Magazine Luiza apresenta Lu, sua influencer virtual

Figura 50: Captura de tela – Stories Instagram – Psicotrópica

Figura 51: Bad Bitches Have Bad Days Too

- **O futuro**

- **Trabalho híbrido é o formato ideal para maioria dos brasileiros, mas demanda suporte das empresas em relação à saúde mental dos funcionários**

Figura 52: Empresas se inspiram no universo gamer para estimular funcionários a cuidar da saúde mental

- **Aumento de famílias com pets representa oportunidades para setor de serviços**

Figura 53: Pet Driver oferece transporte exclusivo de animais domésticos

Figura 54: Espaço Mercadoteca em Curitiba, Paraná

Figura 55: Stories da aba destaques do Botanikafé em São Paulo

Figura 56: Pousada Gaia Viva

Figura 57: Avião da Azul Linhas Aéreas divulga parceria com Purina

DESAFIOS VIVENCIADOS NO ÚLTIMO ANO

- **Diante de um cenário socioeconômico difícil, metade dos brasileiros teve dificuldades em manter rotinas saudáveis**

Figura 58: Desafios vivenciados no último ano, 2023

Figura 59: Alimentos que combinam atributos de saudabilidade, conveniência e acessibilidade

Figura 60: Academia Foguete, criada pelo treinador físico Ricardo Lapa

- **Aumento da violência contra crianças e adolescentes faz com que pais priorizem segurança dentro e fora das redes sociais**

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

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 61: Desafios vivenciados no último ano – Segurança, por status parental, 2023

Figura 62: Family Center é novo recurso do Instagram para uso seguro de jovens

- **Adoção de iniciativas antirracistas são importantes para tornar ambiente corporativo mais inclusivo e acolhedor**

Figura 63: Desafios vivenciados no último ano – Adaptação a atividades presenciais, por raça/etnia, 2023

Figura 64: Nivea e Instituto Das Pretas apoiam projeto Escola de Elisás

PERCEPÇÃO DE VALOR DE UM PRODUTO

- **Embalagens econômicas e sustentáveis podem ampliar percepção de valor de produtos**

Figura 65: Percepção de valor de um produto – Qualquer classificação, 2023

Figura 66: Produtos sustentáveis e econômicos

- **Durabilidade é atributo especialmente valorizado por homens que são pais**

Figura 67: Percepção de valor de um produto – Dura mais, qualquer classificação, por status parental e gênero, 2023

Figura 68: Produtos de cuidados pessoais com embalagens maiores e posicionamento econômico

Figura 69: Captura de tela – pão de forma abóbora e nozes em versões de 380g e 630g

Figura 70: Produtos alimentícios com embalagens em tamanho família

- **Produtos de beleza e cuidados pessoais multifuncionais ganham relevância entre consumidoras jovens em busca de economia de tempo**

Figura 71: Percepção de valor de um produto –

Multifuncional, por classificação, por gênero e idade, 2023

Figura 72: Produtos de beleza e cuidados pessoais com abordagem multifuncional

ESTRATÉGIAS PARA ECONOMIZAR

- **Aplicativos podem facilitar rotina de compras de pais que buscam por promoções e descontos em mantimentos**

Figura 73: Estratégias para economizar – compra durante promoções/com descontos, por filhos morando na residência, 2023

Figura 74: SPAR e Munch oferecem descontos na compra de alimentos

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 75: Captura de Tela – aplicativo Farmish

- **Marcas podem ajudar consumidores de 45 a 64 anos a administrar suas finanças tendo espaço no orçamento para viver experiências**

Figura 76: Estratégias para economizar – desistir de certos itens não essenciais, por idade, 2023

Figura 77: Captura de tela – Prevent Senior Experiências que Encantam

- **Sudeste é região em potencial para que marcas próprias aumentem sua penetração de mercado**

Figura 78: Estratégias para economizar – comprar mais marcas próprias, por regiões, 2023

Figura 79: Produtos de marca própria com claims de sustentabilidade, durabilidade e segurança

Figura 80: Carrefour anuncia congelamento de preços de produtos de marca própria

MUDANÇAS DE GASTOS

- **Preocupação com bem-estar de pets estimula tutores a gastar mais com alimentos que oferecem benefícios à saúde animal**

Figura 81: Mudanças de gastos, por categoria – afirmaram ter gasto mais dinheiro, 2023

Figura 82: Rações com apelo funcional para cães e gatos

- **Marcas de bebidas alcoólicas podem estimular consumo ao oferecer versões alinhadas à busca por economia e saúde**

Figura 83: Mudanças de gastos, por categoria – Bebidas alcoólicas, 2023

Figura 84: Budweiser une-se à Netflix para lançar cervejas exclusivas

Figura 85: Amstel Ultra e Kikos Fit incentivam brasileiros à prática de exercícios físicos

- **Atividades de lazer e entretenimento podem ajudar jovens da geração Z a socializar fora de casa**

Figura 86: Mudanças de gastos - Lazer/entretenimento – afirmaram ter gasto mais dinheiro, por geração – Brasil2023

Figura 87: Villa Jazz é festival realizado pelo Shopping Villa Lobos em São Paulo

MANEIRAS DE GASTAR O DINHEIRO EXTRA

- **Com aumento do endividamento, quitar dívidas é uma das principais prioridades para 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

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 88: Maneiras de gastar o dinheiro extra - Brasil 2023

Figura 89: Projeto Serasa na Estrada

- **Marcas podem reduzir desigualdade de gênero estimulando consumo mais inteligente e empoderando minorias**

Figura 90: Maneiras de gastar dinheiro extra - Investimentos e produtos de beleza, por gênero e idade, 2023

Figura 91: Banco Bolivariano e Banco Azteca oferecem contas exclusivas para público feminino

Figura 92: The Jefas oferece caixas com produtos de beleza de marcas latinas

- **Brasileiros da geração baby boomers demonstram intenção em gastos com viagens**

Figura 93: Maneiras de gastar dinheiro extra - Viagens, por geração, 2023

ORGULHO BRASILEIRO

- **Brasilidade é reforçada por meio de ingredientes e da biodiversidade, aspectos de maior orgulho para brasileiros**

Figura 94: Orgulho brasileiro - Qualquer classificação, 2023

Figura 95: Exemplos de como celebrar brasilidade em alimentos e bebidas

Figura 96: Exemplos de produtos de BPC que celebram ingredientes e a biodiversidade brasileiras

Figura 97: Feira Sabor Nacional

- **Retomada de eventos culturais presenciais aumenta demanda por ações destinadas à segurança das mulheres**

Figura 98: Orgulho brasileiro - Cultura, qualquer classificação, por gênero e idade, 2023

Figura 99: Ministério das Mulheres e ONU criam campanha para Carnaval mais seguro

Figura 100: Estandartes da campanha #CelebrarSemAssédio de Diageo no Bloco Pagu

Figura 101: L'Oréal promove campanha Stand Up contra o assédio nas ruas

- **Marcas têm missão de apoiar aumento da equidade e representatividade feminina no esporte**

Figura 102: Orgulho brasileiro - Seleções/atletas brasileiros, por gênero e idade, 2023

Figura 103: Jogadora Marta usou chuteira sem patrocínio em 2023

Figura 104: Captura de tela - Plataforma #BotaElasNoJogo de Guaraná Antarctica

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 105: Captura de tela – latas exclusivas do Guaraná Antarctica com atletas do futebol feminino

Figura 106: Visa compartilha história da ex-jogadora Rata

Figura 107: CBF promove Nossa Seleção para apoiar a seleção feminina de futebol

EXPECTATIVAS EM RELAÇÃO À SITUAÇÃO DO PAÍS

- Treinamentos de comunicação não-violenta podem ajudar homens a lidar com pautas conflituosas, como apolítica doméstica**

Figura 108: Expectativas em relação à situação do país – entrevistados que citaram piora, por gênero, 2023

- Grupos minoritários demonstram otimismo com relação à proteção de direitos civis**

Figura 109: Expectativas em relação à situação do país – Direitos civis, por gênero, raça/etnia e identidade LGBTQ+, 2023

Figura 110: Ambev cria Fundo Bora Cultura Preta em parceria com Instituto Preta Hub

Figura 111: Institutos Avon e Maria da Penha apoiam ação #ParaCadaUma

INTERESSE EM EXPERIÊNCIAS

- Marcas podem estimular convívio familiar por meio de experiências lúdicas nos afazeres domésticos**

Figura 112: Interesse em experiências – Item selecionado, por filhos morando na residência, 2023

Figura 113: Magic Pantry, plataforma interativa da Kerrygold

- Restaurantes podem ajudar a disseminar gastronomia e cultura de outras regiões**

Figura 114: Interesse em experiências – Item selecionado, por situação como estudante, 2023

Figura 115: Restaurante Mocotó, em São Paulo

Figura 116: Restaurante Cuscuz da Irina, em São Paulo

Figura 117: Restaurante Banzeiro, em São Paulo

APÊNDICE – ABREVIACÕES

- Abreviações**

APÊNDICE – TAMANHO DE MERCADO

- Alimentação dentro de casa**

Figura 118: Vendas em valor, Brasil - 2017-2022

- Alimentação fora de casa**

Figura 119: Vendas em valor, Brasil - 2017-2022

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

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.

- **Bebidas não alcoólicas**
Figura 120: Vendas em valor, Brasil – 2017-2022
- **Bebidas alcoólicas dentro de casa**
Figura 121: Vendas em valor, Brasil – 2017-2022
- **Bebidas alcoólicas fora de casa**
Figura 122: Vendas em valor, Brasil – 2017-2022
- **Beleza e Cuidados Pessoais**
Figura 123: Vendas em valor, Brasil – 2017-2022
- **Produtos Farmacêuticos e MIPs**
Figura 124: Vendas em valor, Brasil – 2017-2022
- **Cuidados Domésticos**
Figura 125: Vendas em valor, Brasil – 2017-2022
- **Itens para Casa e Jardim**
Figura 126: Vendas em valor, Brasil – 2017-2022
- **Roupas e Acessórios**
Figura 127: Vendas em valor, Brasil – 2017-2022
- **Transporte**
Figura 128: Vendas em valor, Brasil – 2017-2022
- **Férias e turismo**
Figura 129: Vendas em valor, Brasil – 2017-2022
- **Tecnologia e comunicações**
Figura 130: Vendas em valor, Brasil – 2017-2022
- **Lazer e Entretenimento**
Figura 131: Vendas em valor, Brasil – 2017-2022
- **Finanças Pessoais e Habitação**
Figura 132: Vendas em valor, Brasil – 2017-2022
- **Itens Diversos**
Figura 133: Vendas em valor, Brasil – 2017-2022

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



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).