

Alimentação Saudável - Tendências - Brasil - Dezembro 2016

Preço do relatório: £3199.84 | \$3995.00 | €3775.81

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



“Os brasileiros já perceberam que a alimentação saudável contribui não somente para a perda de peso, mas também para a manutenção da saúde em geral. Existe o interesse em produtos que contribuam para a saúde física (como os que ajudam no desenvolvimento muscular) e mental (como melhoria do estresse).”

– **Naira Sato, Especialista da Área de Alimentação e Bebidas**

Este relatório responde às seguintes questões:

- **Classe AB pode manter o hábito saudável e continuar economizando**
- **Produtos sem glúten e sem lactose são alternativas para uma alimentação saudável**
- **Explorando alternativas saudáveis sem comprometer o sabor**

Os brasileiros continuam buscando um estilo de vida saudável, porém ainda enfrentam dificuldades em relação ao preço, funcionalidade e sabor dos produtos que consomem, barreiras que podem ser tratadas para públicos específicos, entendendo a necessidade de cada um. O importante é que o consumidor brasileiro já percebeu que um estilo de vida saudável deve ser acompanhado por atividades físicas e procura produtos que possam ajudá-lo neste ponto. Atualmente, os alimentos e bebidas saudáveis acabam migrando também para outros setores, sendo vistos como parte importante na suplementação de nutrientes e no tratamento estético.

**COMPRE ESTE
Relatório agora**

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
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

EMAIL:
reports@mintel.com

Você sabia?

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

Alimentação Saudável - Tendências - Brasil - Dezembro 2016

Preço do relatório: £3199.84 | \$3995.00 | €3775.81

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

Sumário

Visão Geral

Definição

Resumo Executivo

Empresas, marcas e inovações

Mulheres precisam de nutrientes específicos para fases da vida

Proteínas e fibras como fonte de energia

O consumidor

Mulheres acreditam que comer saudável é comer de tudo, em pequenas porções

Figura 1: Atitude "ser saudável é comer de tudo, só que em pouca quantidade", por gênero, junho de 2016

Homens se exercitam mais do que as mulheres para manter uma vida saudável

Figura 2: Atributo "prefiro fazer mais exercícios e comer de tudo a ter que fazer só regime sem exercícios", por gênero, junho de 2016

Classe AB busca benefícios estéticos em alimentos e bebidas

Figura 3: Interesse no benefício "ajuda a melhorar a aparência (ex. da pele, cabelo, unhas, etc.)", por classe social, junho de 2016

Jovens buscam mais descontos em alimentação saudável

Figura 4: Hábito de gastos "estou comprando alimentos saudáveis quando estão em promoção", por faixa etária, junho de 2016

O que nós pensamos

Tópicos Centrais

Classe AB pode manter o hábito saudável e continuar economizando

Os fatos

As implicações

Produtos sem glúten e sem lactose são alternativas para uma alimentação saudável

Os fatos

As implicações

Explorando alternativas saudáveis sem comprometer o sabor

Os fatos

As implicações

O Mercado – O que Você Precisa Saber

Aumenta o desemprego no Brasil

Oportunidade para investir em mercado da terceira idade

Brasileiros têm mais problemas de saúde

Fatores que Irão Influenciar o Mercado

Aumento do desemprego pode afetar a compra de alimentos saudáveis

Envelhecimento da população contribui para aumentar a demanda por produtos saudáveis

Diabetes e hipertensão afetam a saúde dos brasileiros

Empresas, Marcas e Inovação – O que Você Precisa Saber

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: 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 |

EMAIL: reports@mintel.com

Alimentação Saudável - Tendências - Brasil - Dezembro 2016

Preço do relatório: £3199.84 | \$3995.00 | €3775.81

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

Mulheres precisam de nutrientes específicos para fases da vida
Proteínas e fibras como fonte de energia

Quem está Inovando?

Mulheres têm interesse em produtos para os diferentes momentos de vida

Figura 5: Percentual de lançamentos com claims direcionados para mulheres em alimentos e bebidas, dentro do total de lançamentos deste tipo no mundo, pelos top 10 países, 2016*

Fibras e proteínas também podem ser utilizadas para dar mais energia

O Consumidor – O que Você Precisa Saber

Mulheres cuidam da saúde comendo menos

Homens buscam exercícios como parte de uma vida saudável

Benefícios estéticos atraem classe AB

Desempregados, jovens buscam mais promoções

Atitudes em Relação a Alimentos/Produtos Saudáveis

Devido à inflação, categoria de saudáveis possui a percepção de sempre estar aumentando de preço

Figura 6: Atitudes em relação a alimentos/produtos saudáveis, junho de 2016

Produtos fortificados e naturais podem começar a atrair mais a classe AB

Figura 7: Atitude "é melhor comer alimentos fortificados com vitaminas do que ter que tomar suplementos de vitaminas", por classe social, junho de 2016

Mulheres acreditam que comer saudável é comer de tudo, em pequenas porções

Figura 8: Atitude "ser saudável é comer de tudo, só que em pouca quantidade", por gênero, junho de 2016

Atributos em Relação a Alimentos/Produtos Saudáveis

Produtos posicionados para exercícios leves/estilo de vida ativo podem ganhar mais espaço

Figura 9: Atributos em relação a alimentos/produtos saudáveis, junho de 2016

"Atalhos" de cozinha mais saudáveis podem atrair as mulheres

Figura 10: Atributo "Gostaria de aprender a cozinhar de forma mais saudável", por gênero, junho de 2016

Homens se exercitam mais do que as mulheres para manter uma vida saudável

Figura 11: Atributo "prefiro fazer mais exercícios e comer de tudo a ter que fazer só regime sem exercícios", por gênero, junho de 2016

Interesse em Inovações

Brasileiro está procurando mais benefícios relacionados à mente

Figura 12: Interesse em inovações, junho de 2016

Produtos podem entregar mais benefícios relacionados à qualidade do sono

Figura 13: Interesse no benefício "melhora a qualidade do sono", por faixa etária, junho de 2016

Classe AB busca benefícios estéticos em alimentos e bebidas

Figura 14: Interesse no benefício "ajuda a melhorar a aparência (ex. da pele, cabelo, unhas, etc.)", por classe social, junho de 2016

Hábitos de Gastos com Alimentação Saudável

Oportunidade para atacarejos promoverem o hábito de cozinhar em casa

Figura 15: Hábitos de gastos com alimentação saudável, junho de 2016

Jovens buscam mais descontos em alimentação saudável

Figura 16: Hábito de gastos "estou comprando alimentos saudáveis quando estão em promoção", por faixa etária, junho de 2016

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: 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 |

EMAIL: reports@mintel.com

Alimentação Saudável - Tendências - Brasil - Dezembro 2016

Preço do relatório: £3199.84 | \$3995.00 | €3775.81

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

Classe DE é menos leal às marcas de produtos saudáveis

Figura 17: Hábito de gastos "estou comprando marcas mais baratas dos mesmos tipos de alimentos saudáveis", por classe social, junho de 2016

Apêndice – Abreviações

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: 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 |

EMAIL: reports@mintel.com