

January 2014

Alimentos e Bebidas para Bebês - Brazil

"Em linha com as tendências em alimentação para adultos, os pais brasileiros estão em busca de alimentos convenientes e saudáveis para seus filhos. Enquanto papinhas caseiras seguem como a opção diária de maior preferência, papinhas industrializadas diferenciaram-se através da conveniência, o seu principal posicionamento de vendas.

November 2013

Pães e Produtos Assados - Brazil

"Os pães são consumidos por mais de 95% dos brasileiros, com destaque para os pães frescos, como o pão francês, demandado por 89% dos consumidores e também amplamente distribuído pelas padarias locais, o principal canal de vendas de pães no Brasil.

October 2013

Queijos - Brazil

"A categoria de queijos no Brasil apresenta uma considerável penetração, concentrada nas opções de queijos mais tradicionais, como Mussarela, consumida por 88% dos consumidores, contra apenas 25% que consomem queijos especiais como Camembert ou Brie. Além do preço, essa diferença no consumo se dá pelo desconhecimento local sobre os queijos ...

September 2013

Tendências em Comer Fora - Brazil

"A atividade de comer fora não é vista somente como um momento de lazer, mas é também uma forma de economizar tempo, pois não é necessário cozinhar, e muitas refeições podem ser feitas "on the go". Cada vez mais, os brasileiros estão buscando soluções práticas, que otimizem o tempo que ...

August 2013

Fast Food - Brazil

"O consumo de fast food no Brasil é consideravelmente alto, cerca de um em cada dois brasileiros consome a categoria em 2013. Contudo, é nas lojas independentes onde o consumo é mais intenso, uma vez que mais de 70% dos consumidores declaram frequentar as lanchonetes. Além da ampla disponibilidade de ...

June 2013

Mudanças nos Hábitos Alimentares - Brazil

"A mudança no cenário econômico e político está impactando diretamente nos hábitos alimentares dos brasileiros. Devido a ações do governo, há um aumento no número de empregos formais, o que contribui para a estabilidade do consumo de todas as classes sociais. Pessoas de classe AB são favorecidas por meio de ...

Sopas - Brazil

"Enquanto três em quatro brasileiros tomam sopa, o hábito de consumi-la é pouco frequente. Cerca de um quarto dos consumidores tomam sopas 'menos de uma vez por mês'. A sopa caseira é a mais popular: mais de um quinto dos brasileiros a consomem 'uma ou duas vezes por semana'. Dentre ...

May 2013

Supermercados e Hipermercados - Brazil

"O varejo alimentar é um dos setores que mais tem se beneficiado das mudanças nos padrões sociais e econômicos da população brasileira. Na última década, a renda dos brasileiros não só aumentou, como também foi mais bem distribuída. Aliado a isso, o crédito foi gradualmente ampliado e o desemprego atingiu ...

March 2013

Refeições Preparadas - Brazil

"Apesar da penetração entre 80% dos consumidores, as refeições prontas não são percebidas pelos brasileiros como uma opção para consumo frequente. O preço dos produtos é alto, podendo ser duas a três vezes mais caro do que uma refeição caseira. Além disso, no geral os brasileiros conservam uma apreciação pela ...

Molhos de Mesa e Temperos - Brazil

"A categoria de molhos e temperos/ condimentos está presente hoje em 97% dos lares brasileiros, o que representa uma grande oportunidade para a indústria aumentar a frequência de consumo de alguns produtos. Além disso, também existe a oportunidade de gerar experimentação e futuramente, adoção de novos produtos aos quais os ...

January 2013

Biscoitos Doces e Salgados - Brazil

Sorvetes - Brazil



Alimento - Brazil

“A categoria de biscoitos apresenta grande penetração entre os consumidores brasileiros. Segundo a pesquisa do consumidor, 85% dos brasileiros afirmam consumir biscoitos, sejam doces ou salgados.

“O Brasil é um país que está vivendo um grande crescimento econômico, o que está impactando em todos os setores da indústria. Considerando que este crescimento econômico irá e está impactando também diretamente a pirâmide socioeconômica do país, é necessário lembrar que os consumidores, com maior poder econômico, irão comprar ...