

January 2018**Impulsionadores de Vendas no Varejo - Brazil**

“O preço baixo é muito levado em consideração, porém varejistas podem explorar outras maneiras de atrair consumidores. Locais de compras capazes de criarem uma experiência agradável, com qualidade de atendimento e um ambiente de compras confortável, têm maior potencial para ganhar a atenção do consumidor.”

– Andre Euphrasio, Analista ...

December 2017**Alimentação Saudável - Tendências - Brazil**

“Os brasileiros estão tentando adotar hábitos saudáveis em seu dia a dia, mas buscam fazer isso de maneira gradativa. Apesar da intenção de limitar o consumo de alguns produtos, como sal, açúcar, carne e carboidratos, a grande maioria ainda não tem a intenção de mudar radicalmente o hábito alimentar. É ...

October 2017**Estilo de Vida Ocupado - Brazil**

“À medida que os consumidores continuam a procurar maneiras de fortalecer seus hábitos alimentares saudáveis, combater o estresse e aproveitar melhor o seu tempo, há oportunidades para que marcas e empresas criem ferramentas e recursos que os ajudem a atingir esses objetivos. Aqueles que podem oferecer assistência nessas áreas provavelmente ...

August 2017**Tendências em Comer Fora - Brazil**

“É importante que os restaurantes continuem investindo em inovações, tanto no cardápio quanto no ambiente, para manter o interesse dos consumidores e criar fidelidade. Ações que melhorem o custo-benefício de comer fora podem ser mais importantes do que os

preços promocionais pontuais.”

– **Andre Euphrasio, Analista de Pesquisa**

July 2017

Comércio Eletrônico - Brazil

“Os canais de venda online estão se transformando no Brasil. Apesar de ainda não serem tão representativas quanto em países como Estados Unidos, as vendas do comércio eletrônico estão evoluindo e os consumidores têm à disposição diversos dispositivos – como laptops, smartphones e tablets – para realizarem suas compras. É ...

Estilo de Vida dos Brasileiros - Hábitos de Gastos do Consumidor - Brazil

“O desemprego ainda está afetando grande parte dos brasileiros, o que os leva a mudar e adaptar seu comportamento de compra durante a crise atual. Apesar de se programarem para pagar dívidas e economizar para o futuro, muitos consumidores ainda declaram gastar dinheiro extra com atividades de entretenimento e lazer ...

April 2017

Vitaminas e Suplementos - Brazil

"Marcas de vitaminas, minerais e suplementos podem se beneficiar se conscientizarem os consumidores de que, apesar de seus melhores esforços, é provável que não estejam consumindo todos os nutrientes que necessitam, mas que podem solucionar este problema com os produtos da categoria.

As vitaminas e suplementos podem se aliar a ...

Mudanças nos Hábitos de Limpeza de Casa - Brazil

"A maior participação dos jovens consumidores em tarefas de limpeza doméstica e a necessidade de economizar tempo e dinheiro são alguns dos principais fatores que influenciam as compras dos consumidores e lançamentos de produtos."

– **Renata Pompa de Moura, Gerente de Pesquisa**

March 2017

Tendências em Beber Fora - Brazil

“Os brasileiros estão bebendo fora de casa com menos frequência, por ser uma atividade cara. Promoções e ofertas especiais são bons incentivos para aumentar o consumo de bebidas alcoólicas. Marcas e estabelecimentos precisam expandir e oferecer experiências e bebidas especiais aos consumidores, a fim de permanecer visíveis e relevantes. Os ...

Hábitos de Beleza - Brazil

“A recessão econômica pela qual tem passado o Brasil pode ter impactado positivamente os hábitos de beleza dos consumidores brasileiros. Eles revelaram estar usando menos água quando se preparam para sair e estar usando o mesmo produto até o final antes de comprar outro. Esses novos hábitos poderão se refletir ...

February 2017

Estilo de Vida dos Millennials - Brazil



Estilos de Vida - Brazil

"A geração dos millennials ainda está atrás em termos de sustentabilidade e hábitos alimentares saudáveis, em comparação às gerações anteriores, já que as pessoas tendem a adotar hábitos mais saudáveis e sustentáveis à medida que envelhecem. Há espaço para as marcas ajudarem os millennials, principalmente os mais maduros, a adotarem ...