

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 ...

November 2017

Iogurte - Brazil

“Nos últimos anos, a categoria de iogurtes sofreu com o cenário econômico de crise e a alta dos preços. Entretanto, a percepção do iogurte como ingrediente saudável pode ser uma boa forma de driblar a crise. A categoria pode ganhar espaço se ampliar seu portfólio de produtos, oferecendo opções convenientes ...

Biscoitos Doces e Salgados - Brazil

“A categoria de biscoitos doces e salgados possui consumo quase universal entre os brasileiros. Para aumentar a frequência de consumo, especialmente entre as pessoas mais velhas, as empresas precisam investir em inovação, principalmente em novos sabores, ingredientes (como vegetais e grãos) e produtos naturais com alto teor de fibra. Produtos ...

October 2017

Queijo - Brazil

“A categoria de queijos, que vinha em um processo de amadurecimento, sentiu o impacto da crise econômica e dos altos custos de produção no seu volume de vendas nos últimos anos. Diante disso, para continuar amadurecendo é importante educar o consumidor, mostrando-lhe novas possibilidades de consumo. Benefícios extras como saudabilidade ...

September 2017

Pães e Produtos Assados - Brazil

“A categoria de pães e produtos assados possui desafios em relação à percepção de sabor e, especialmente, à questão da saudabilidade. Diante disso, além de oferecer opções de produtos mais saudáveis, uma forma de fortalecer a categoria junto aos consumidores e driblar a alta dos preços pode ser ampliar a ...

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

Ocasões de Refeições - Brazil

“Além de ser uma atividade mais barata, os consumidores também cozinham em casa para ter uma dieta mais saudável e controlar o que comem. As marcas podem participar desse processo educando os brasileiros sobre como cozinhar de forma saudável e econômica.”

– Andre Euphrasio, Analista de Pesquisa

June 2017

Refeições Prontas - Brazil

“Os consumidores continuam desejando refeições caseiras, mas sem o inconveniente de longo tempo de preparação. Kits de refeição podem ajudar a impulsionar a categoria, pois os consumidores ainda podem usá-los para cozinhar do zero, mas gastando menos tempo.

As dificuldades econômicas do Brasil sugerem que mais fabricantes precisam criar ...

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 ...

Hábitos de Consumo de Snacks - Brazil

“O hábito do snack vem se tornando mais forte entre os brasileiros, principalmente devido à busca constante por economizar tempo. Assim, o snack acaba sendo uma forma de saciar a fome entre refeições, e também pode chegar a substituí-las. O importante é verificar que os motivadores para o consumo ...

March 2017

Chocolate - Brazil

"A queda das vendas em volume na categoria de chocolate mostra a necessidade constante das marcas apostarem em inovação para incentivar os brasileiros a continuar consumindo chocolate. As mensagens devem ser centradas na experimentação de novos produtos, sabores e formatos, com ênfase no fator 'agrado pessoal', já que muitas pessoas ...