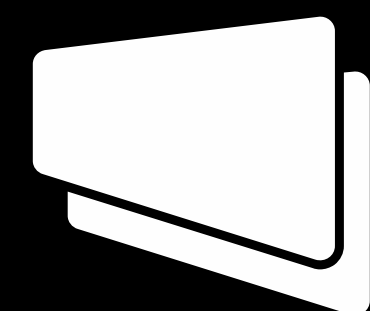




INSIGHTS



negócios SC



ESTUDO DE MERCADO:

SNACKS

TENDÊNCIAS

MUDANÇA DE HÁBITOS

Desde 2020, o gasto com alimentação fora de casa tem diminuído em relação ao gasto em casa, principalmente no almoço. Com a suavização da pandemia, o gasto com alimentação fora do lar ainda não retomou os patamares anteriores (com exceção no Nordeste e Sul), o que se atribui à inflação.

O brasileiro tem substituído refeições por lanches ou snacks, que proporcionam em média uma economia 4 vezes maior, além de praticidade.



41%

DOS CATARINENSES AFIRMA QUE
FREQUENTEMENTE COME LANCHES AO
INVÉS DE UMA REFEIÇÃO ADEQUADA.

ESTRATÉGIAS 2023

O QUE OS VAREJISTAS CONSIDERAM PARA O ANO



*Focar inteligência no
negócio (decisões com
base em dados)*



*Investir em pessoas
(capacitação e estruturas)*



Avançar em expansão

CONSUMO

***OS
CATARINENSES
BUSCAM
PRATICIDADE***

78%

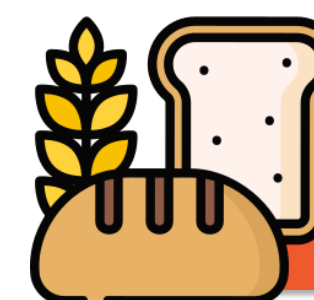
*CONSUMIRAM SNACKS
NOS ÚLTIMOS 12 MESES.*

Os produtos mais consumidos pela

 **MANHÃ**



1º FRUTAS



2º PÃO



3º CAFÉ



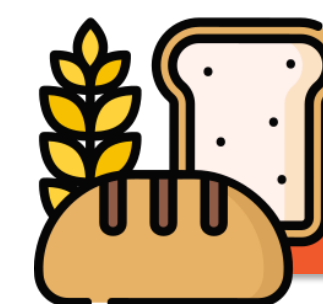
4º IOGURTE



5º OVOS

Os produtos mais consumidos pela

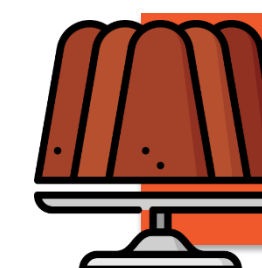
 **TARDE**



1º PÃO



2º CAFÉ



3º BOLO

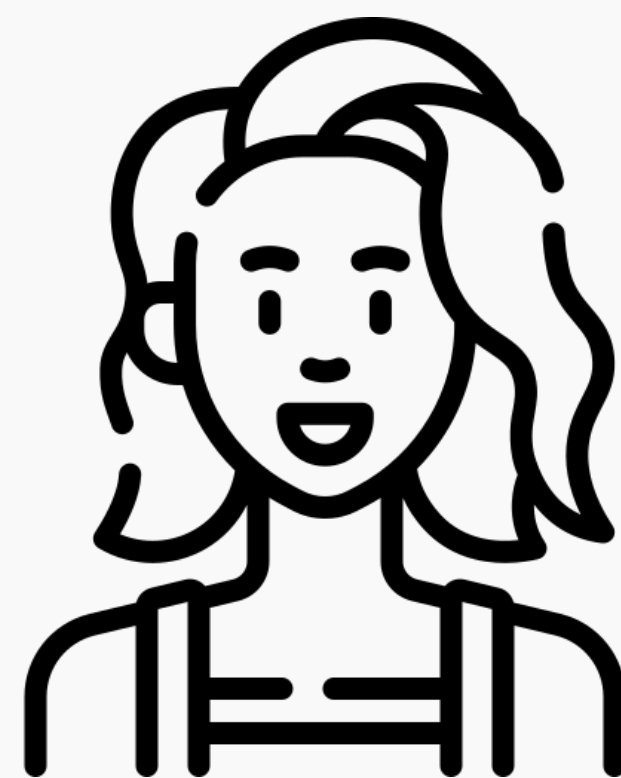


4º FRUTAS



5º LEITE

TARGET



CLASSE B
18 A 35 ANOS
JOVEM E DESPREOCUPADA
CONSUMIDORA PRÁTICA/
COTIDIANA

CONSUMO DE MÍDIA

*Em apenas 30 dias, os veículos da
NSC Comunicação conversam com*

81%

dos consumidores de snacks.



BENCHMARKING

MARILAN



Marilan lançou uma linha de biscoitos salgados feito com fermentação natural, que tornam a massa mais leve e garantem sabor e aroma de pão. Além disso, a marca se aproxima da busca dos consumidores por opções mais saudáveis.



**FAZ
COMO
NINGUÉM
FAZ.**