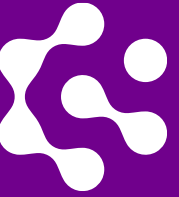


PESQUISA GALUNION.
6ª EDIÇÃO. SET. 2022

Alimentação hoje: a visão do consumidor

Objetivos do estudo



Desde 2020 monitoramos as alterações do comportamento do consumidor, que você pode consultar nas 5 edições anteriores disponíveis no nosso website.



Sobre a 6ª edição

Nessa edição, decidimos voltar a checar como está a taxa de emprego trabalho e rotinas diárias de almoço das pessoas; bem como diversos pontos referentes a delivery e *take away*.

Além disso, investigamos sobre ocasiões de consumo e tendências em oferta culinária, entendendo quais as novidades que o consumidor gostou recentemente e o que entende por *comfort food*.

Quisemos entender também melhor sobre diferentes dietas alimentares e onde as pessoas preferem consumir diferentes tipos de comidas e bebidas.



Metodologia



quem

Foram realizadas 1045 entrevistas com consumidores a partir de 18 anos, das classes ABC de todo o Brasil



como e onde

Metodologia **quantitativa online**.
Questionário de autopreenchimento, via WEB pelo Instituto Qualibest.

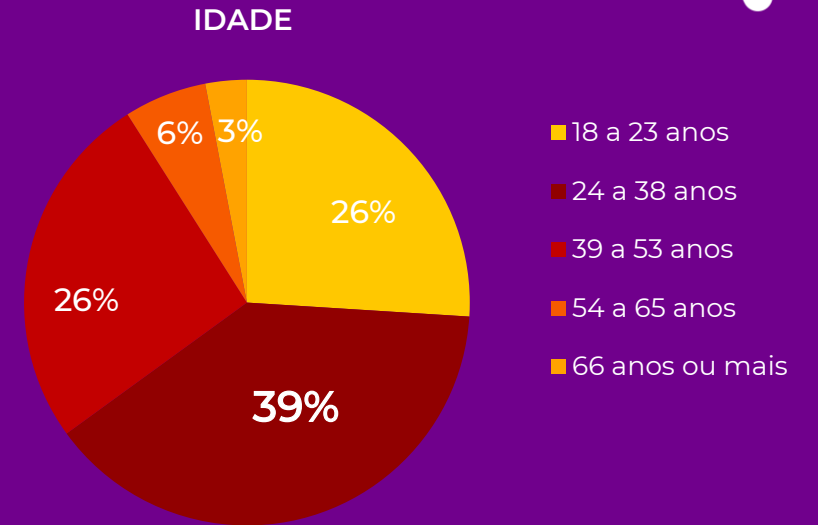
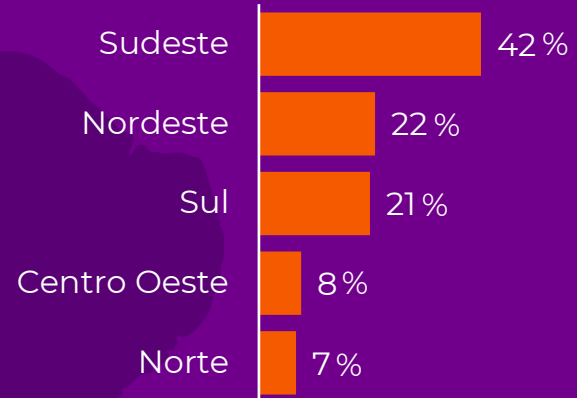


quando

Entre 19 e 26 de setembro de 2022



Perfil da amostra



49%
Masculino

51%
Feminino

0%
Não-binário;
sem resposta

CLASSE SOCIAL

15%
Classe A

45%
Classe B

40%
Classe C

TIPO DE CIDADE

44%
Capital

29%
Região
Metropolitana

27%
Interior



Principais insights sobre o consumidor hoje no Brasil



Digitalização
e Rapidez



Preço!



Retorno do
encontro



Comida gostosa
e confortável



Novidades!



Domine sua ocasião
de consumo



Consumidor
mais consciente



Começamos
com boas notícias!
**O número
de pessoas
trabalhando
aumentou!**





Mas a situação muda de acordo com a classe social, onde temos trabalhando....

Classe A

93%

Classe B

87%

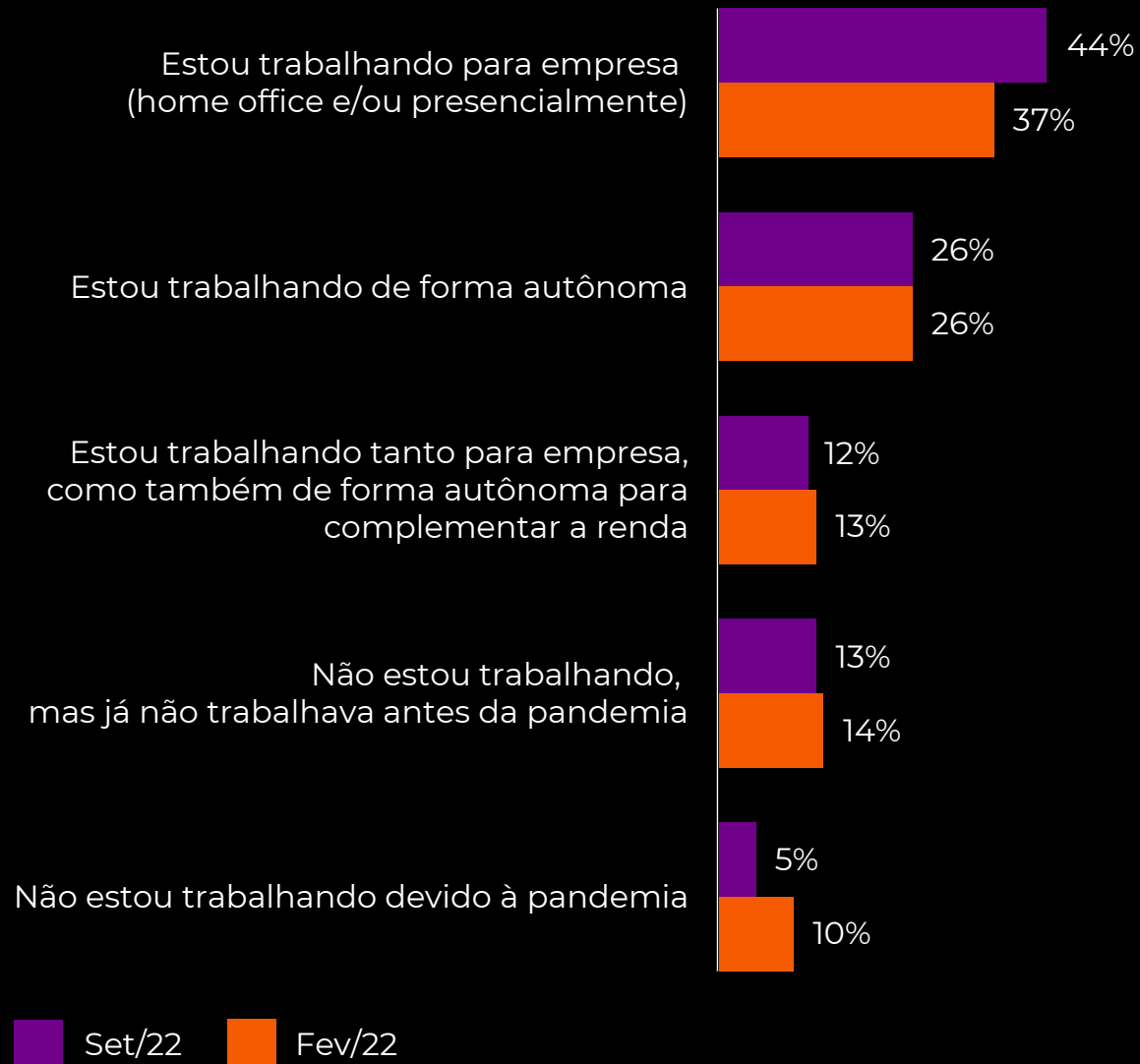
Classe C

73%



Como se encontram profissionalmente?

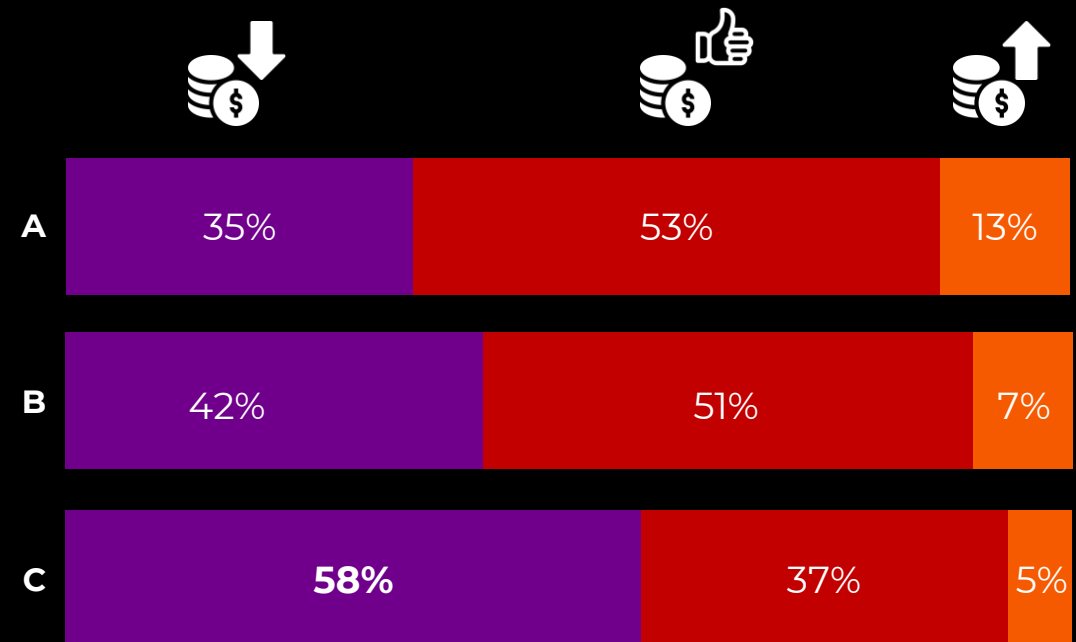
9%
na classe C não estão trabalhando como impacto da pandemia





O que pretende fazer em relação aos gastos com comida fora de casa nos próximos 6 meses?

Classe B com equilíbrio entre manter e reduzir gastos com alimentação fora do lar, e maior tendência de redução para a Classe C





Rotina de trabalho até Junho 2023



■ Set/22 ■ Jul/20



Hábitos no almoço: quando trabalha em casa

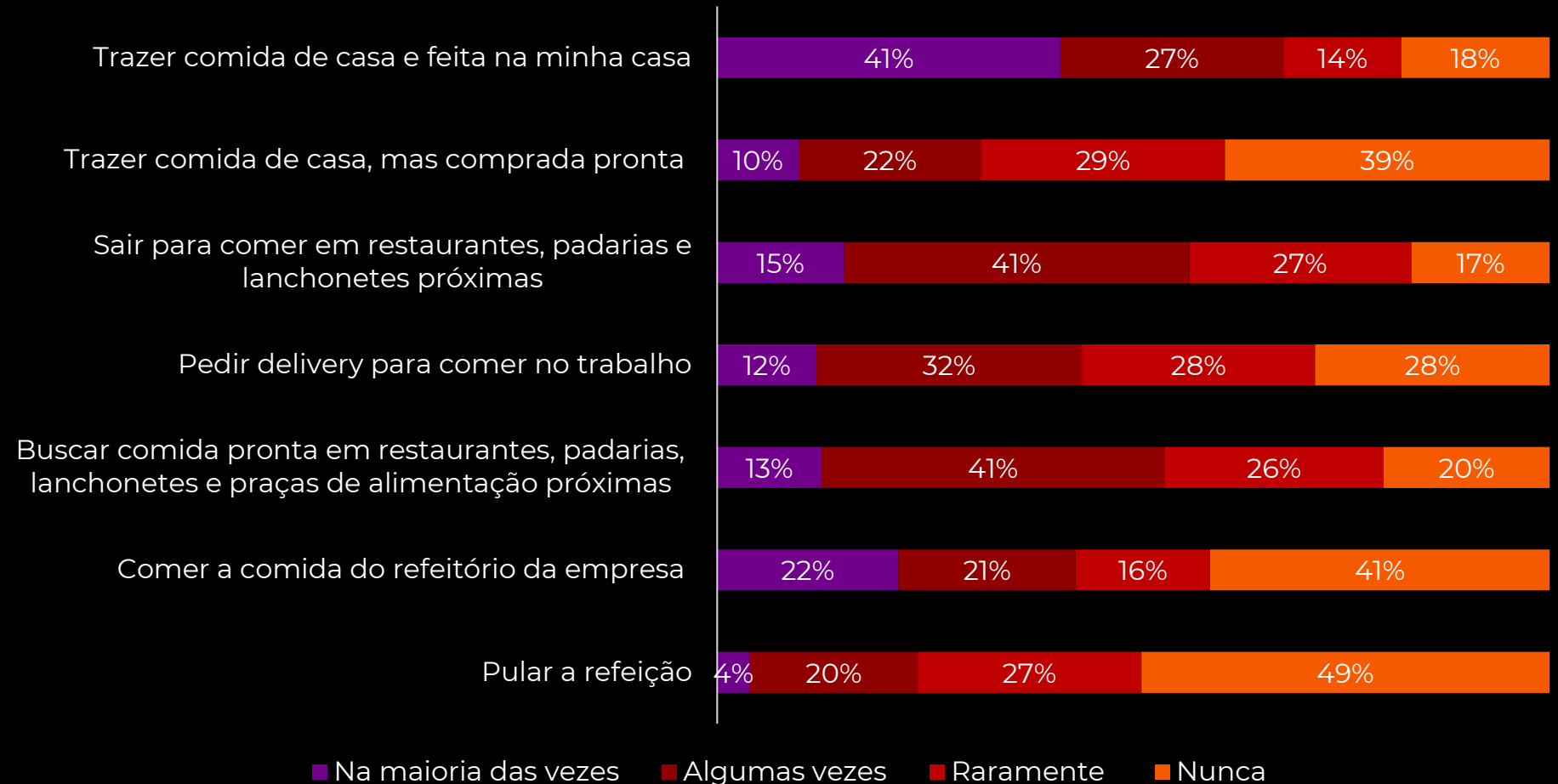
comem comida em casa feita
em casa

64%
na maioria das vezes

24%
algumas vezes



Hábitos atuais de almoço quando está no escritório ou local de trabalho

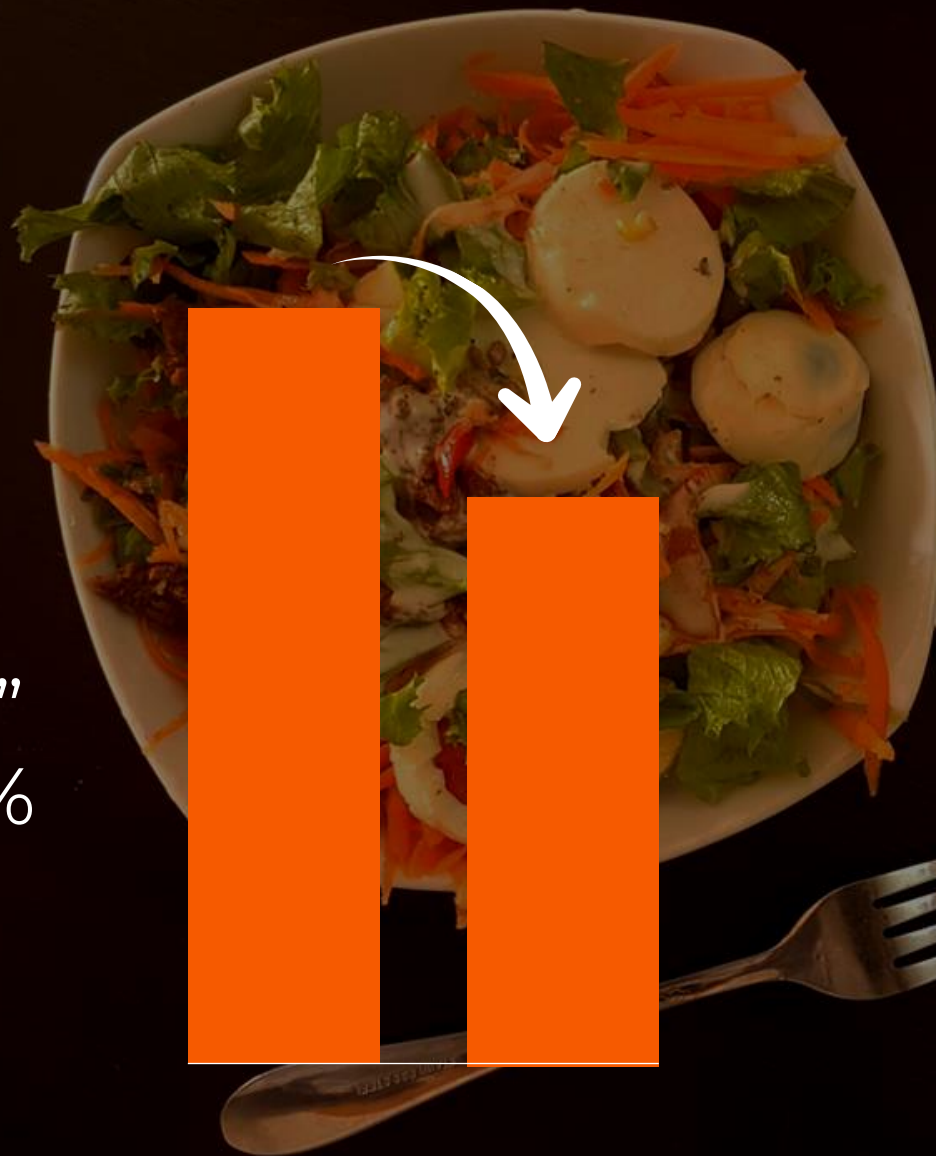




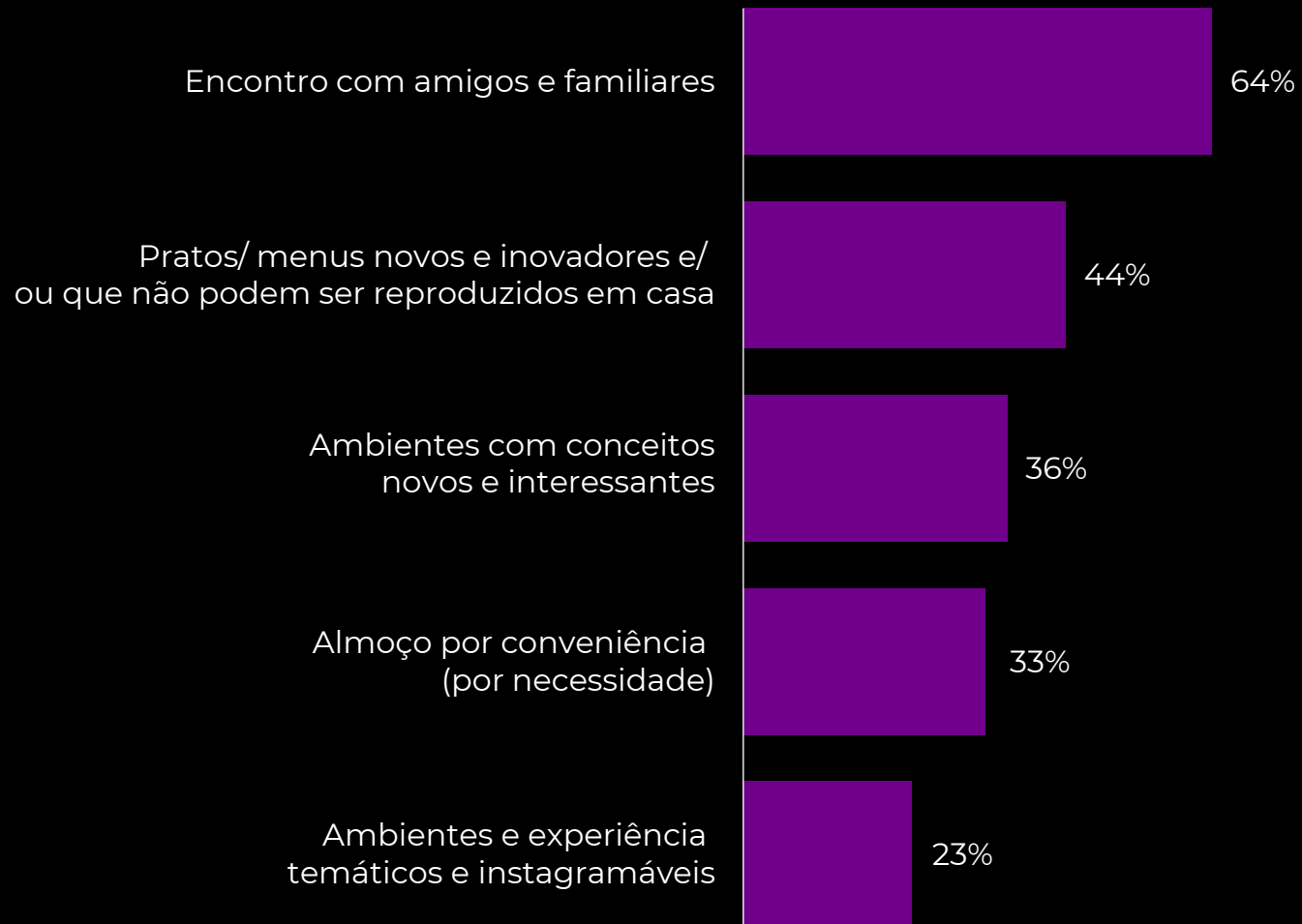
Os hábitos no escritório mudaram?

“Sair para comer na maioria das vezes” caiu de 20%* para 15%

Queda de 25%!



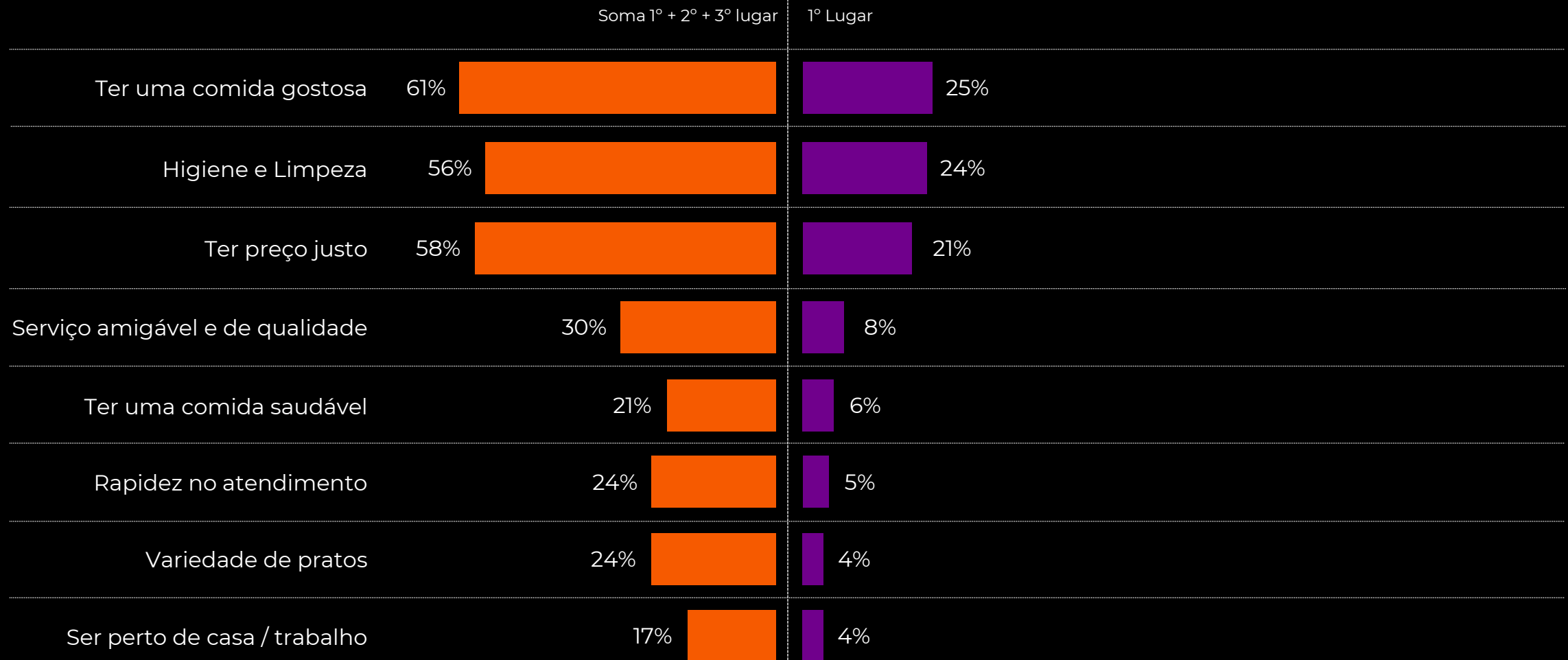
*antes da pandemia



Saem para comer por diversos motivos, mas o reencontro social é o principal!



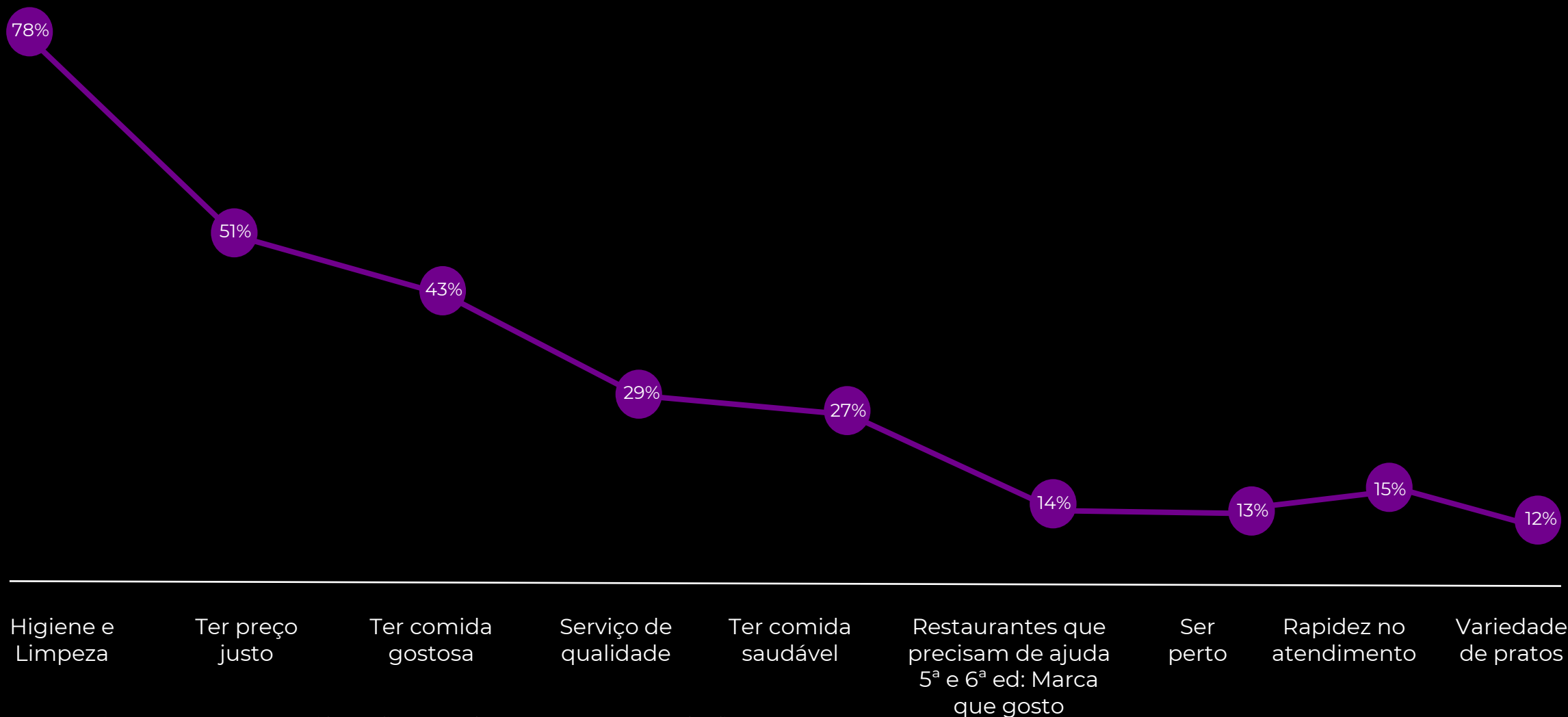
Os critérios de escolha de restaurantes



Critérios de escolha

Soma 1º + 2º + 3º lugar

● 1ª edição



Fonte: pesquisas GALUNION com consumidores, edições 1 a 6, de 2020 a 2022, n~1100 em cada edição

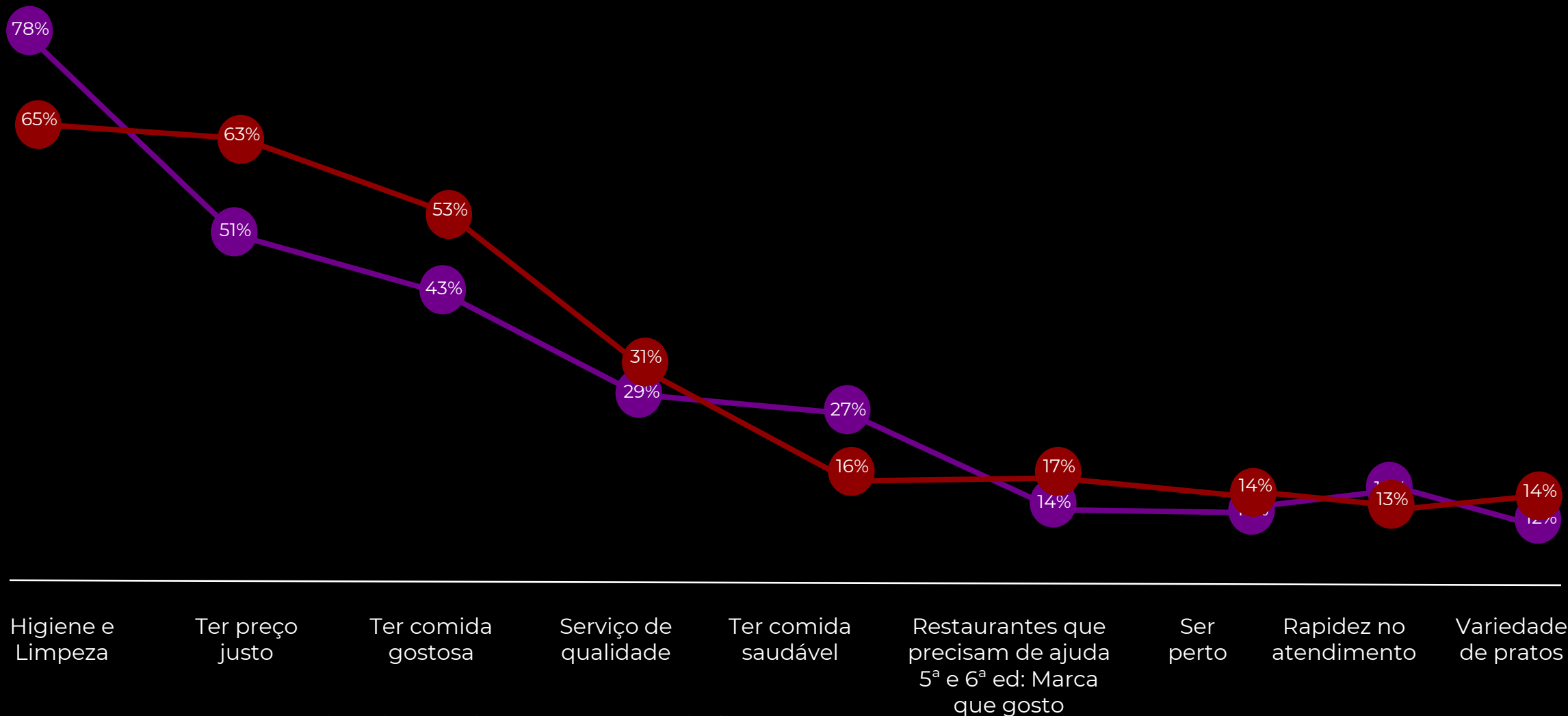
Critérios de escolha

Soma 1º + 2º + 3º lugar



1ª edição

2ª edição



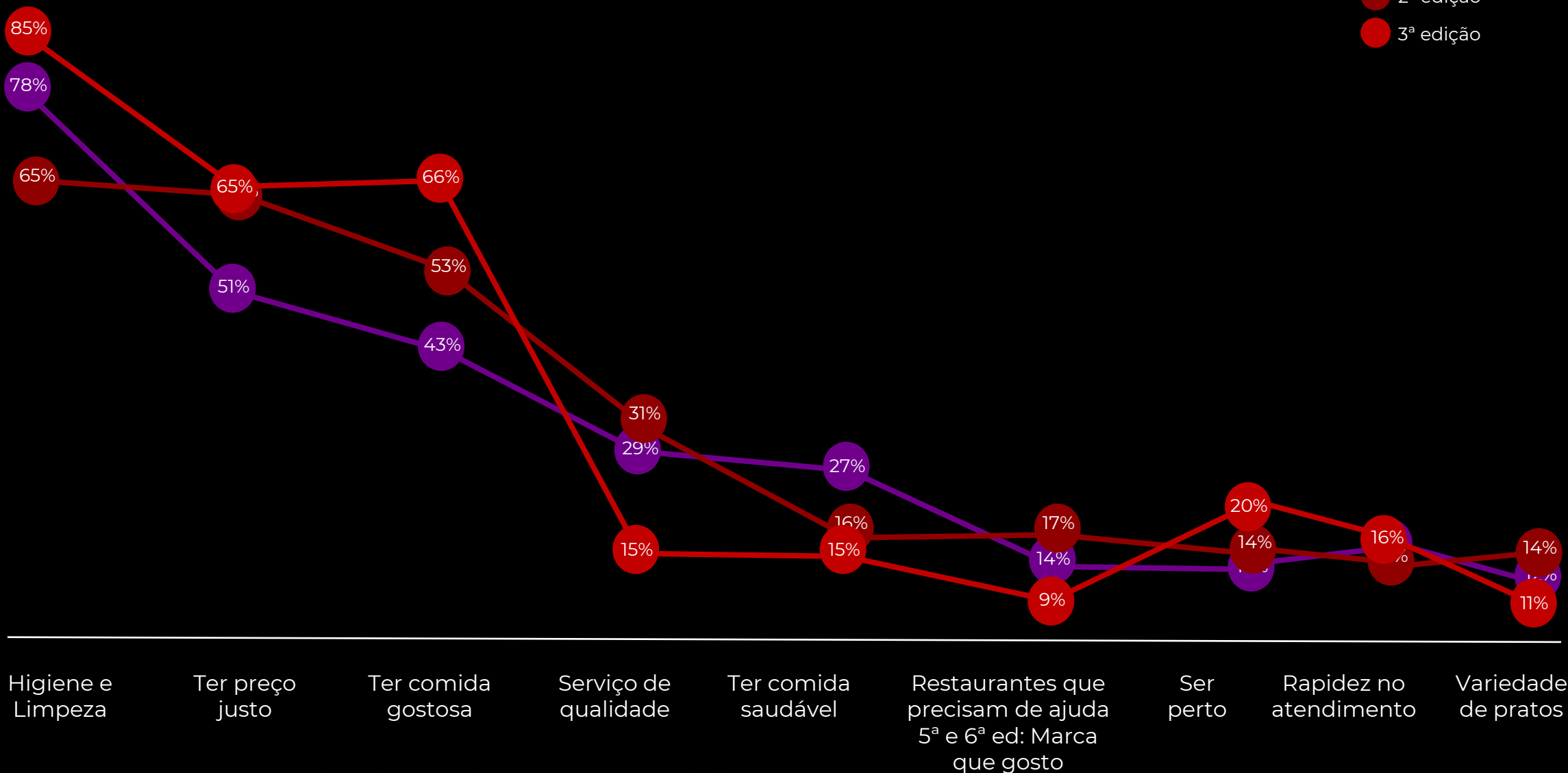
Fonte: pesquisas GALUNION com consumidores, edições 1 a 6, de 2020 a 2022, n~1100 em cada edição

Critérios de escolha



Soma 1º + 2º + 3º lugar

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição



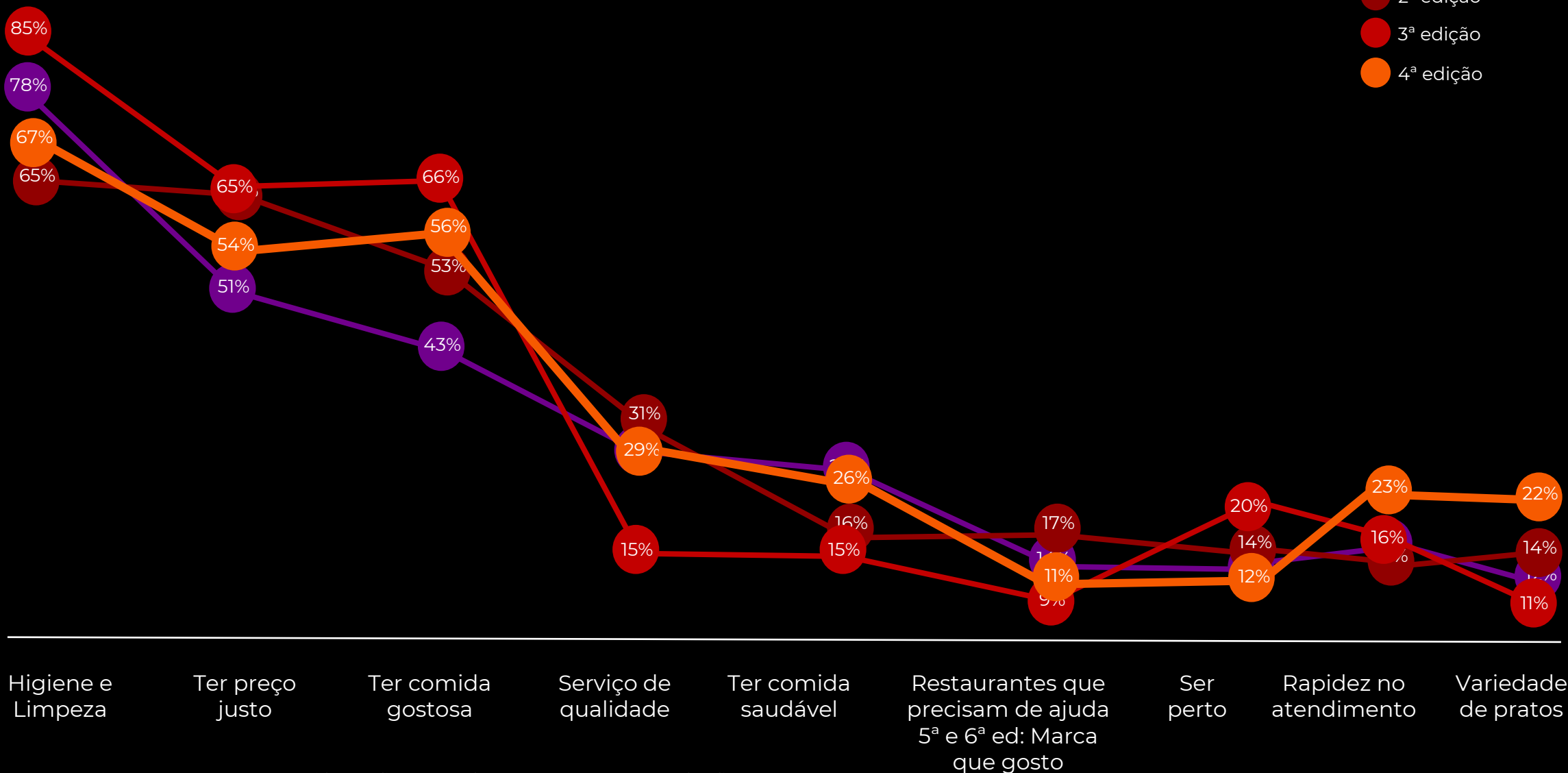
Fonte: pesquisas GALUNION com consumidores, edições 1 a 6, de 2020 a 2022, n~1100 em cada edição

Critérios de escolha



Soma 1º + 2º + 3º lugar

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição
- 4ª edição



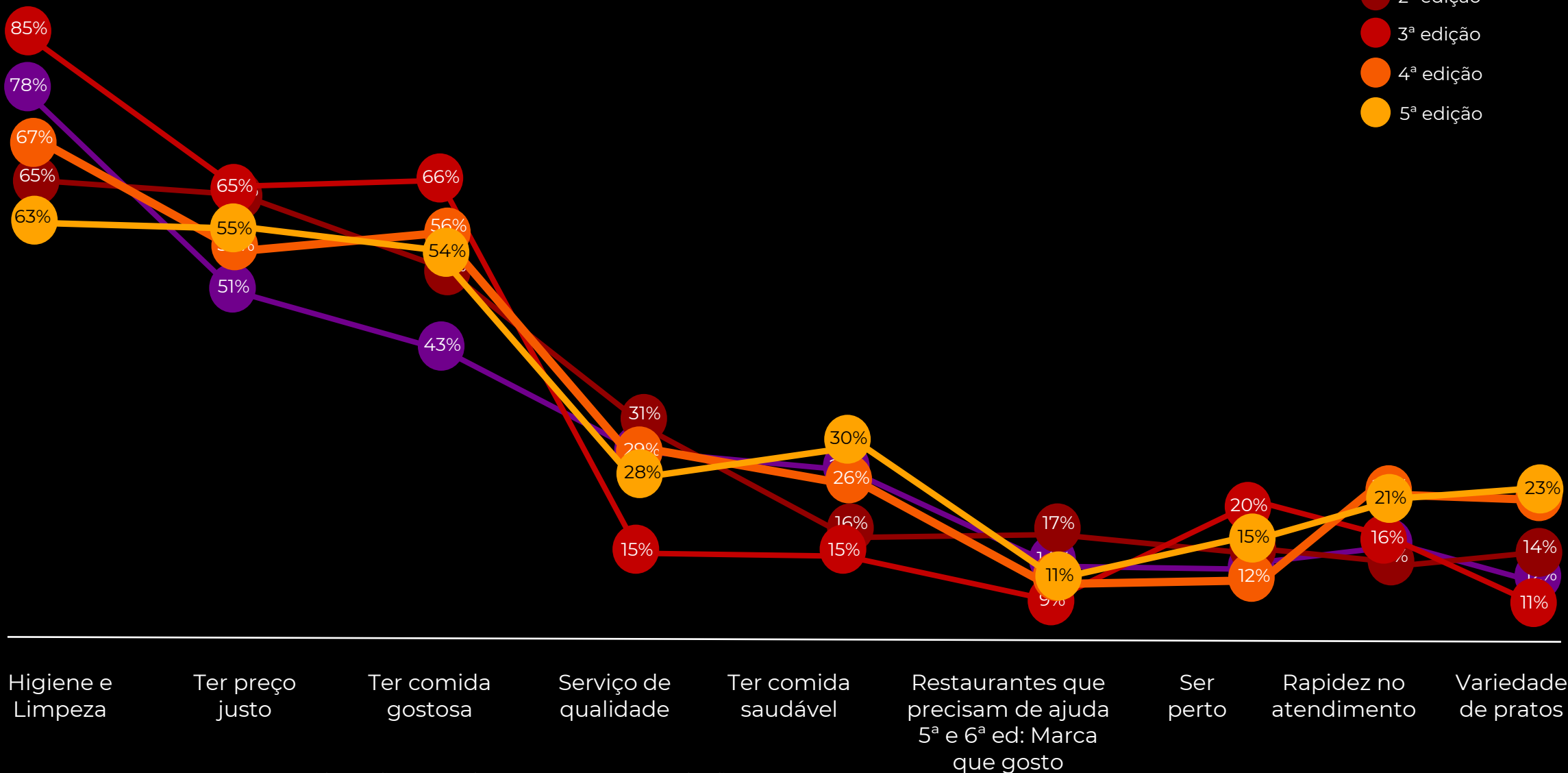
Fonte: pesquisas GALUNION com consumidores, edições 1 a 6, de 2020 a 2022, n~1100 em cada edição

Critérios de escolha



Soma 1º + 2º + 3º lugar

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição
- 4ª edição
- 5ª edição

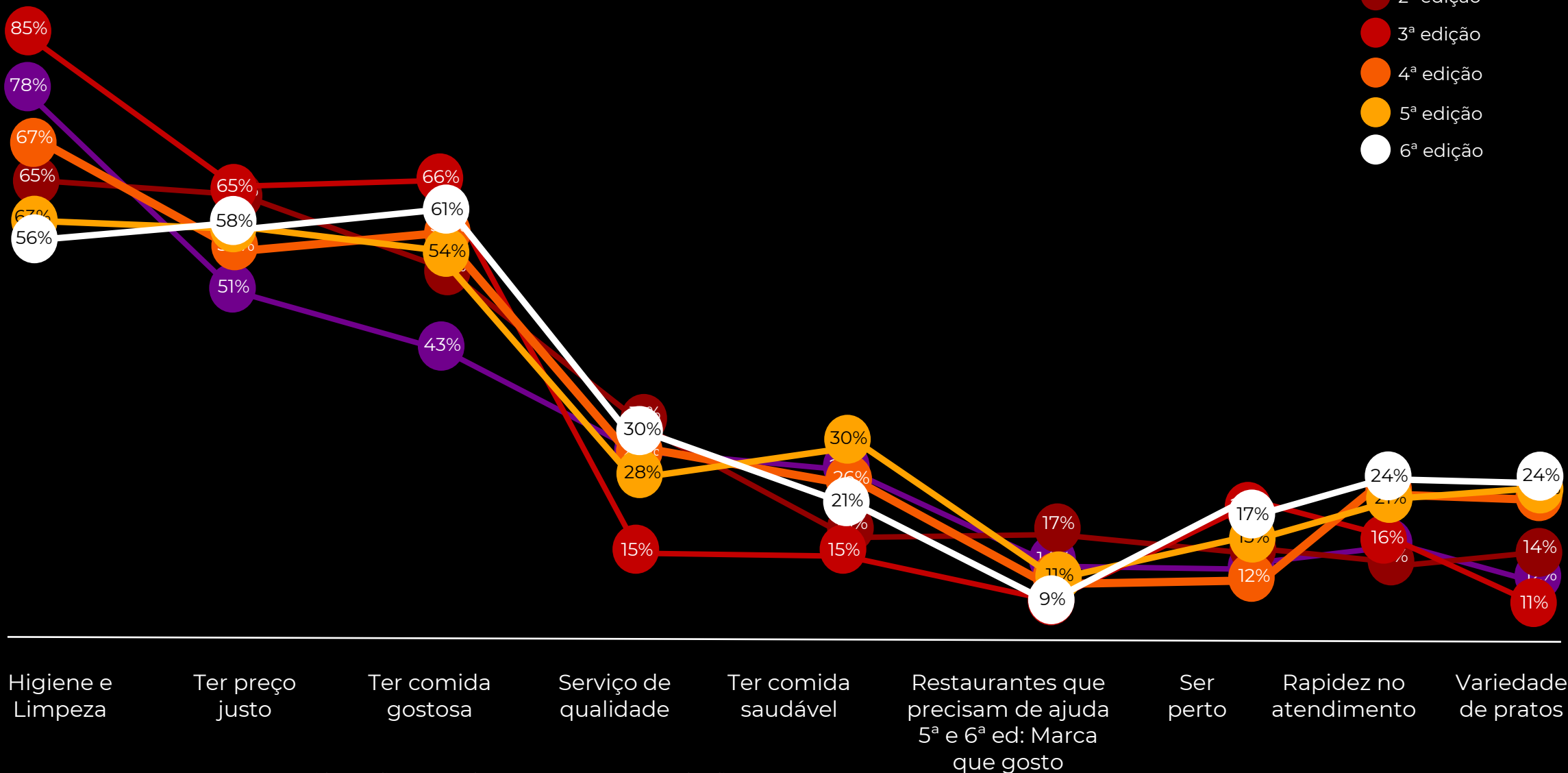


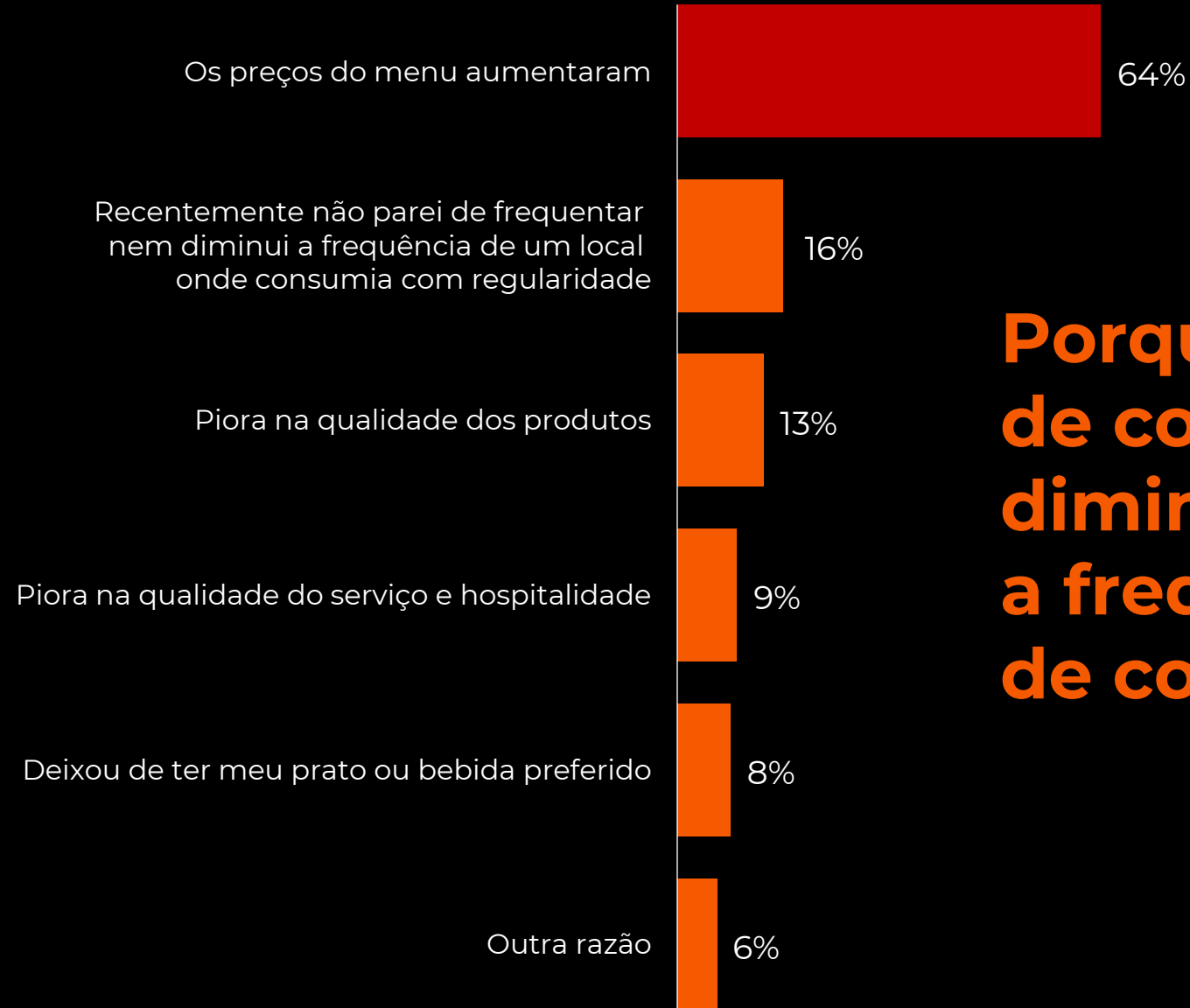
Critérios de escolha



Soma 1º + 2º + 3º lugar

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição
- 4ª edição
- 5ª edição
- 6ª edição





Porque deixaram de consumir ou diminuíram a frequência de consumo?

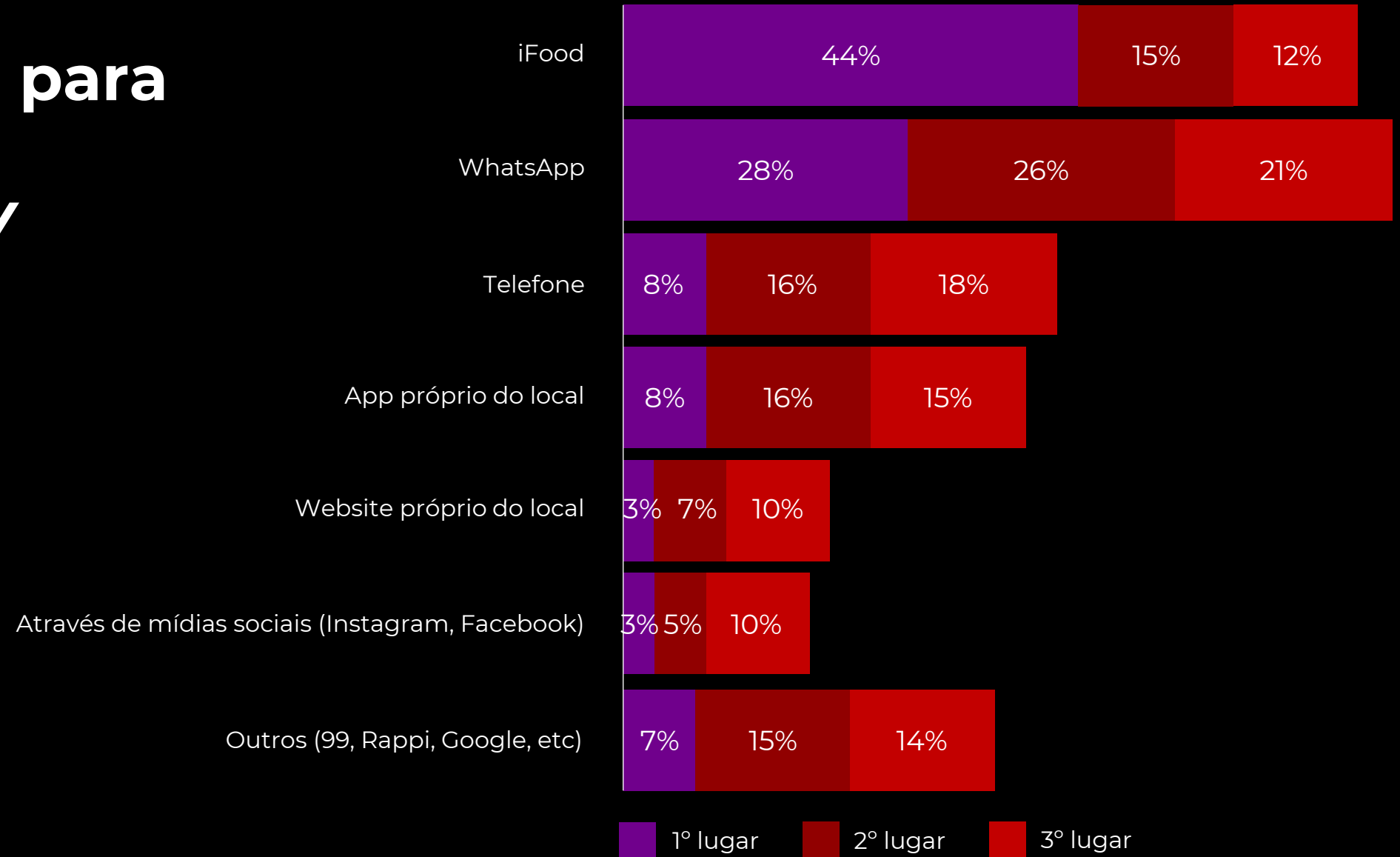


Quando perguntamos
às pessoas se faziam
pedidos de Delivery
ou *Take Away*...
80% sim!

...com maior
incidência na
Classe A (94%)
que na Classe C (71%)



Métodos preferidos para delivery e take away





84%

das pessoas tiveram problemas com delivery nos últimos 3 meses

69%

dos que tiveram problemas, o principal foi o tempo de entrega maior que o prometido





**No delivery,
além do prato principal,
as pessoas costumam
incluir:**

51%

Bebidas
não alcoólicas

44%

Sobremesas
ou doces





E quais as principais barreiras para não comprarem entradas, acompanhamentos, sobremesas e bebidas no delivery?

40%

são opções de marcas que encontro em todos os lugares e já tenho em casa

30%

são opções que posso comprar iguais ou similares em outro lugar





**Vamos falar
de ocasiões
de consumo?**





Perguntamos onde frequentemente vão nas seguintes ocasiões:

	Celebrações aniversários	Encontro com amigos	Refeições no dia a dia com a famílias	Almoço em dias úteis	Alimentação pressionada pelo tempo
1	 Restaurantes de serviço completo	 Restaurantes de serviço completo	 Restaurantes de serviço rápido	 Em casa	 Restaurantes de serviço rápido
2	Em casa	Restaurantes de serviço rápido	Em casa	Autosserviço	Autosserviço



95%

das pessoas querem encontrar novidades em alimentos e bebidas nos bares e restaurantes!



As principais tendências em oferta culinária, na visão do consumidor...



42%

Produtos feitos com ingredientes naturais



40%

Produtos de café da manhã, qualquer hora do dia



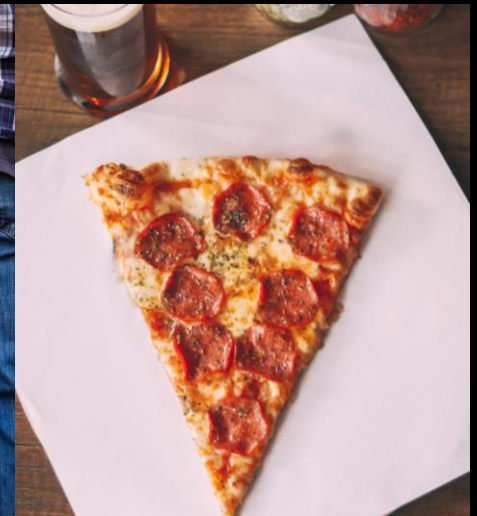
38%

Comfort food: prato ou bebida que te traz conforto



36%

Produtos de fornecedores locais / artesanais

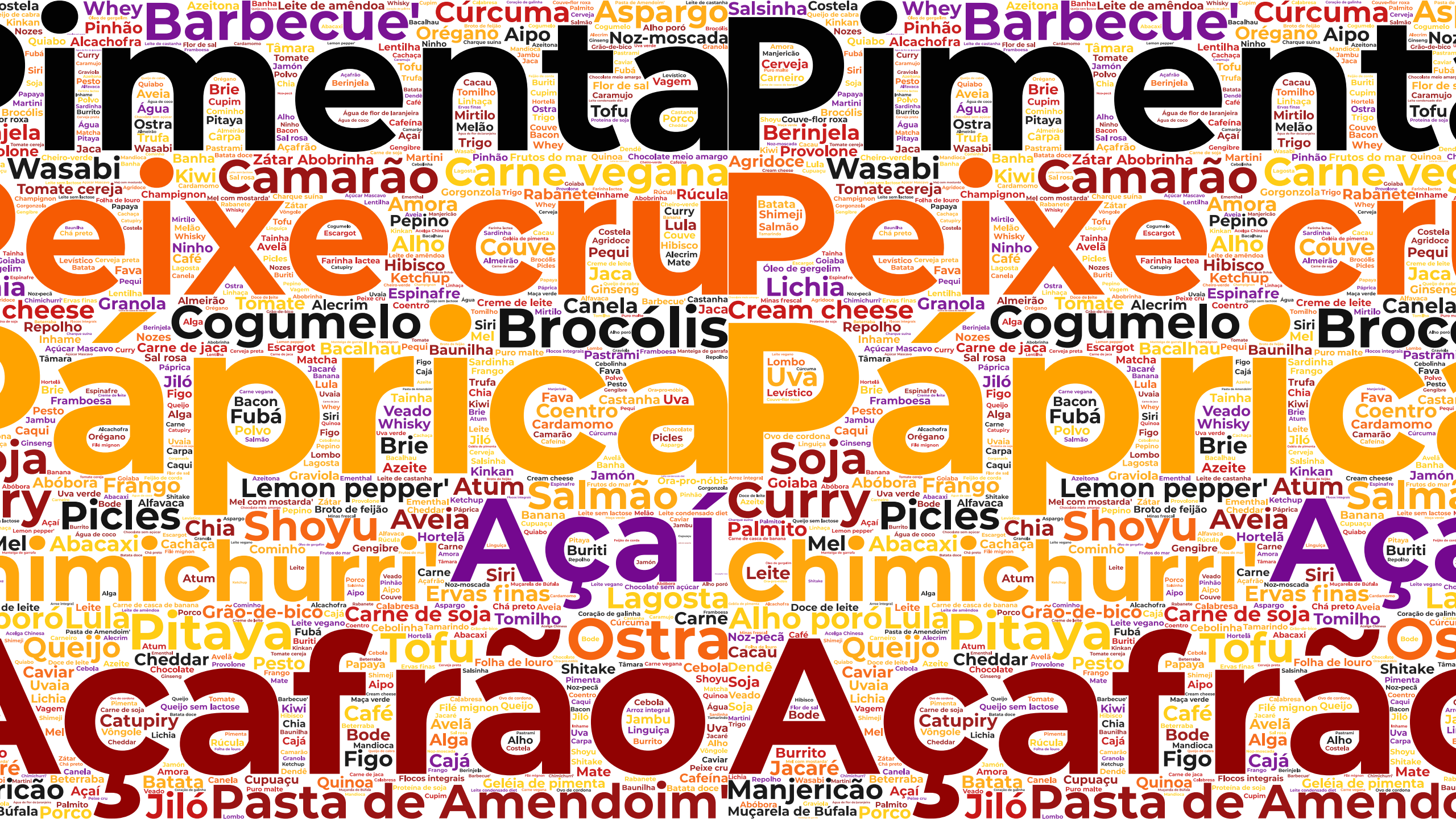


34%

Produtos gostosos e indulgentes, para me premiar



**Quais ingredientes
surpreenderam
o consumidor
de forma positiva
recentemente?**





O que é ***comfort food*** para os consumidores?

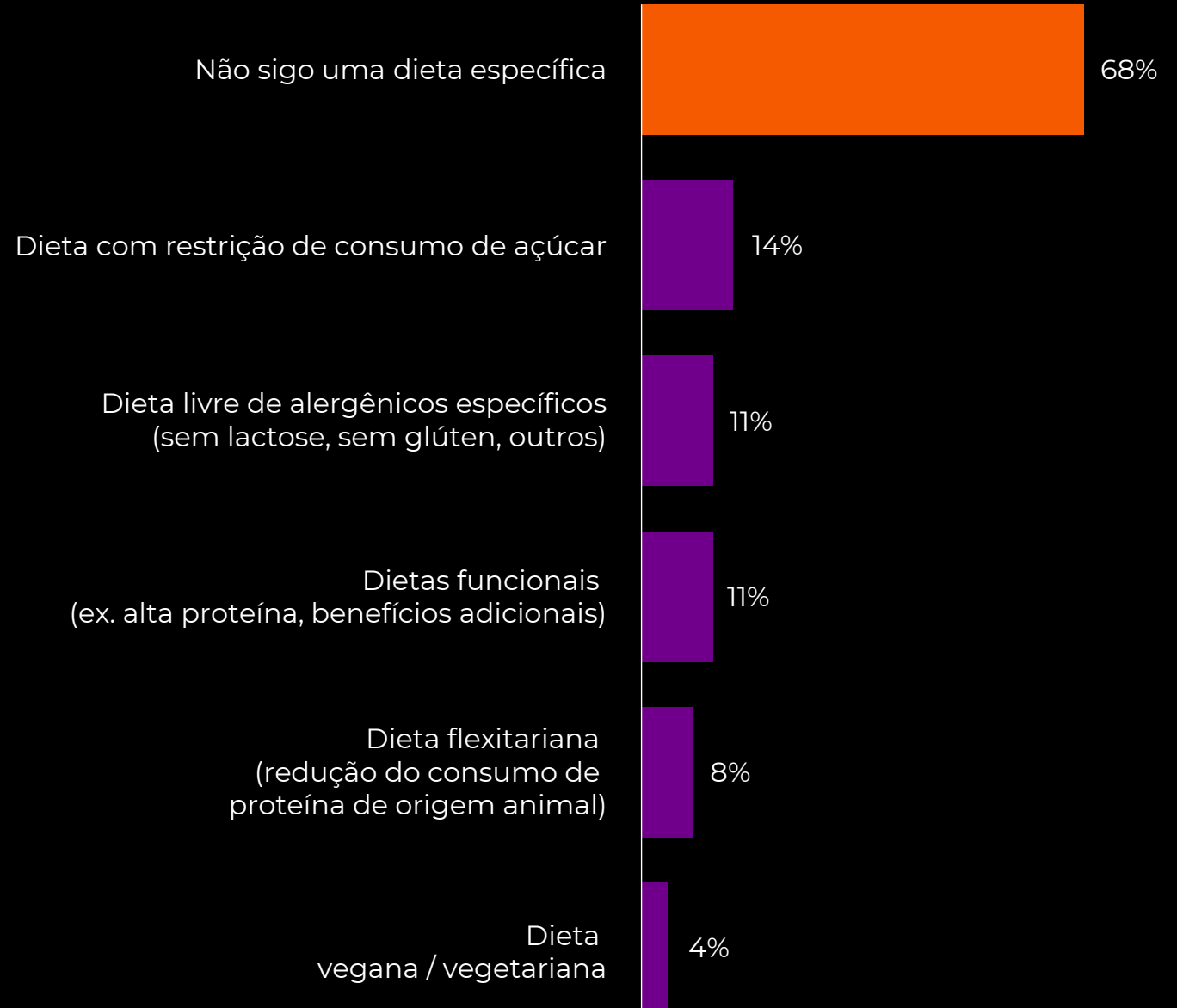


32%

**dos consumidores
indicaram ter ao menos
uma dieta alimentar
específica**



Quais são as dietas alimentares que mais apareceram?





Quando falamos de
produtos à base de plantas,
vemos uma preferência dos
consumidores dividida entre...



No Brasil hoje...

66%

Produtos com foco
em frutas e vegetais



34%

Produtos que imitam
similares de proteína
animal (tais como
hamburgueses, queijos,
ovos, peixes, outros)



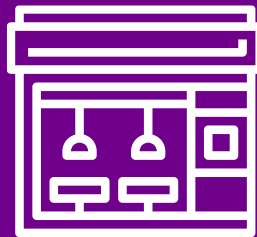
**Mas nem todas as
tendências e culinárias
são desejadas em
todos os lugares**



Perguntamos onde as pessoas preferem consumir diferentes tipos de comida e bebida...

15
tipos de comidas
e bebidas
diferentes

3
Possibilidades:



Comer em
restaurantes
e bares

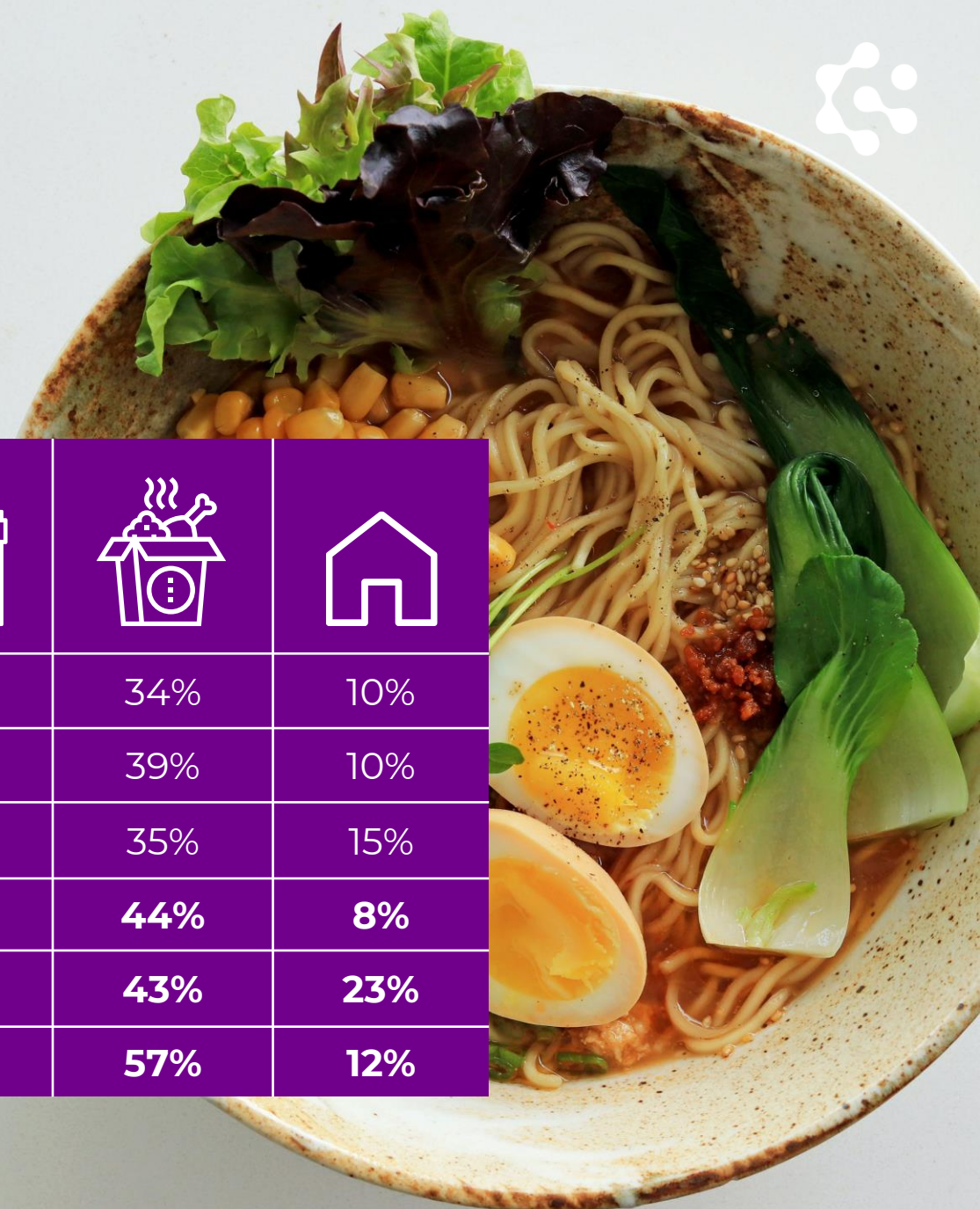





Delivery ou
take away



Cozinhar
em casa




O que preferem que seja feito FORA de casa

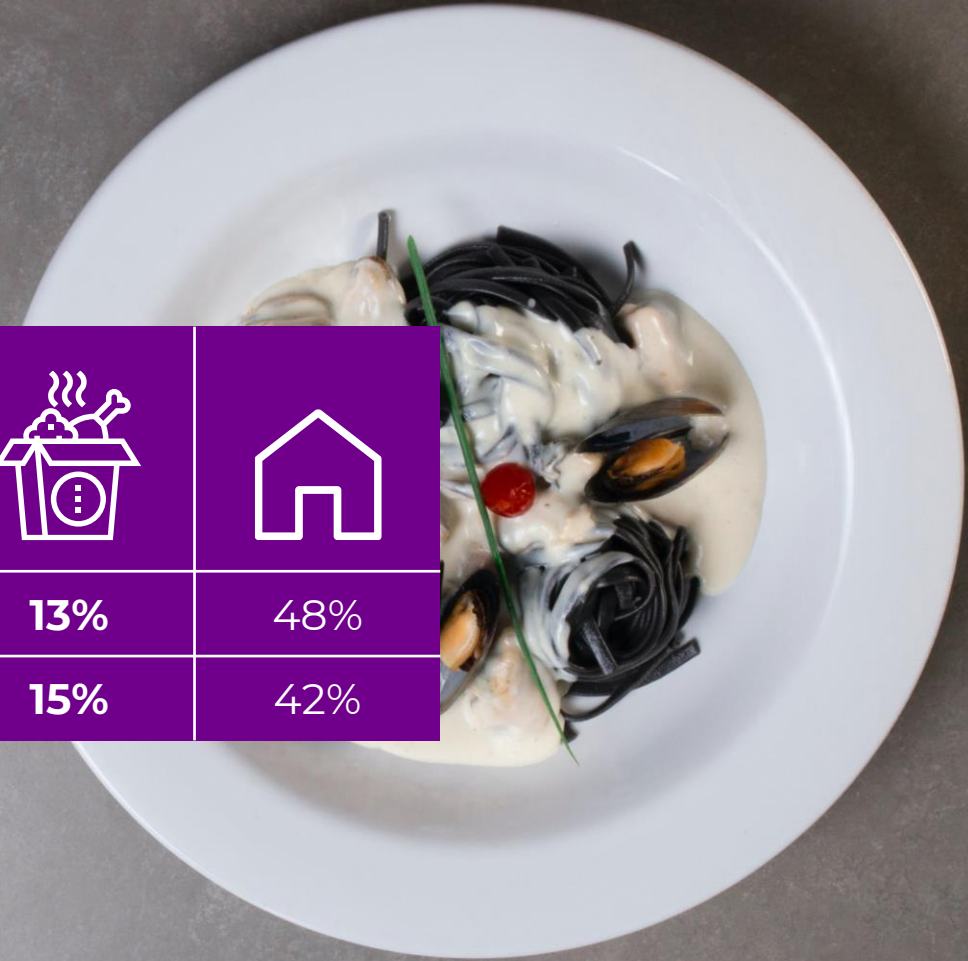


			
Culinárias internacionais	55%	34%	10%
Açaí / Sorvetes	51%	39%	10%
Salgados (coxinha / esfiha / quibe / empanada, etc.)	50%	35%	15%
Asiática (Chinesa / Japonesa, etc.)	48%	44%	8%
Sanduíches (hambúrguer / cachorro-quente / wraps, outros)	34%	43%	23%
Pizzas	31%	57%	12%



O que menos pessoas preferem por delivery ou *take away*

			
Grelhados, churrascos, espetos	39%	13%	48%
Peixes e frutos do mar	42%	15%	42%








O que mais pessoas preferem fazer em casa

			
Culinária caseira	20%	11%	70%
Cafés, chás, sucos, vitaminas	26%	10%	64%
Saladas e <i>pokes</i>	22%	19%	59%
Massas	30%	21%	49%

Algumas oportunidades interessantes



			
Vegana / vegetariana	35%	23%	42%
Bolos e doces	34%	26%	40%
Brasileira regional	39%	23%	38%



O consumidor é cada vez mais protagonista...

85%

desejam alterar ou personalizar
seu pedido do seu jeito

77%

gostariam de receber sugestões
de alterações do pedido com base
em suas escolhas anteriores





As novas gerações preferem digitalização e autonomia



	18-23 anos	24-38 anos	39-53 anos	54+
Acesso ao menu	52%	48%	38%	36%
Realizar o pedido	43%	41%	36%	29%
Pagar o pedido	45%	45%	42%	39%
Receber ou retirar (no balcão) o pedido	23%	25%	18%	21%
Tirar dúvidas de produto ou serviço	29%	21%	20%	14%



Se você pudesse fazer um pedido aos donos de restaurante, bares, cafeterias...qual seria?





45%

“Traga opções de pratos mais baratos e gostosos”

33%

“Não sacrifique a qualidade dos produtos”



E o que mais?

15%

“Invista em experiência e hospitalidade”

7%

“Crie maneiras de me atender onde quer que eu esteja”

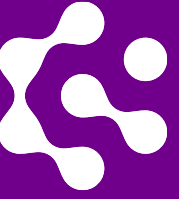




**“Educação, humildade,
respeito, ser acolhedor
e pedir feedback dos
clientes em relação
aos alimentos e ao
atendimento”**



“Procurem comidas naturais, saudáveis e gostosas; e invistam no bom atendimento e respeito ao cliente”



Quer saber mais sobre essa pesquisa?

nroyo@galunion.com.br
sgalante@galunion.com.br

Nos contate para
maiores informações
sobre:

- Dados em profundidade;
- Dados exclusivos;
- Aplicação da pesquisa para o seu negócio.



Inovação, conteúdo e consultoria para Foodservice.

Há mais de dez anos no mercado, a GALUNION é uma empresa especializada em alimentação e catalisadora de conhecimento, network e inovação em prol dos negócios e profissionais do foodservice.

Atuamos em

Consultoria: projetos de estratégia, redesenho de negócios e oferta,

Trendwatching: estudos, pesquisas e criação de conteúdo

Educação: palestras, cursos, treinamentos, eventos e missões técnicas

Culinary Labs: aterrissamos a inovação em nosso centro culinário, fazemos demonstrações, roadshows, terceirização

Fomento: novos negócios, soluções e start-ups

Unimos expertise em toda a cadeia de valor a uma equipe criativa, competente – e apaixonada pelo que faz – na busca por resultados que gerem diferenciação duradoura.

