Estratégias Competitivas na Alimentação Fora do Lar

Apresentação #4 – SEBRAE-SP

Outubro 2026

Euromonitor International

SEBRAE

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Beatriz Ballestero

Beatriz é formada e mestranda em Relações Internacionais e faz parte do time de consultoria no escritório da Euromonitor International de São Paulo desde 2024. Apoia empresas e instituições dos mais diversos setores, do foodservice aos acessórios pessoais, na transformação de dados e tendências em insights acionáveis.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Panorama do *Foodservice* Independente

3 Estratégias de Sucesso para o Empreendedor

- 3.1 Proposta de Valor
- 3.2 Experiência
- 3.3 Redes Sociais
- 3.4 Saudabilidade
- 3.5 Tecnologia

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 **Introdução**

2 Panorama do *Foodservice* Independente

3 Estratégias de Sucesso para o Empreendedor

- 3.1 Proposta de Valor
- 3.2 Experiência
- 3.3 Redes Sociais
- 3.4 Saudabilidade
- 3.5 Tecnologia

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Euromonitor International

A Euromonitor International é líder em análise de dados e pesquisa sobre mercados, indústrias, economias e consumidores. Fornecemos insights e dados globais sobre milhares de produtos e serviços, tornando-nos o primeiro destino para organizações que buscam crescimento.

- Somos um provedor confiável e independente de inteligência de negócios, com mais de 50 anos de experiência e especialização.
- Ajudamos nossos clientes a tomar decisões estratégicas com confiança.
- Pesquisamos em 210 países e jurisdições, que representam 99,9% dos consumidores do mundo.
- Temos pesquisadores locais em mais de 100 países.
- Contamos com 16 escritórios ao redor do mundo.
- Oferecemos serviços de assinatura e pesquisa personalizada.
- Utilizamos especialistas locais em mercados e indústrias.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Euromonitor em detalhes

Nossas soluções

- Assine nosso hub de conhecimento em pesquisa de mercado
- Pesquisas personalizadas adaptadas às suas necessidades específicas
- Relatórios de pesquisa de prateleira

Nossas capacidades

- Combinamos história e modernidade, oferecendo sabedoria e inovação
- Construímos e possuímos nossos dados robustos, obtidos de fontes confiáveis por meio de uma abordagem rigorosa
- Adicionamos um toque local aos dados globais com nossa rede de analistas em 100 países
- Nossa metodologia padronizada e precisa permite comparações entre países

Nossa expertise

- Tamanhos de mercado, participações e *forecasts*
- Tendências do mercado e fatores de crescimento
- Inteligência competitiva sobre empresas e marcas
- Canais de distribuição de todo o universo do varejo
- *Claims* de produtos, posicionamento e inovação
- Tendências de consumo, opiniões e estilos de vida
- Cenário econômico, ambiente de negócios e comércio internacional

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Introdução

As empresas de *foodservice* estão navegando por um cenário de transformações impulsionadas por novas tecnologias, mudanças econômicas e pela evolução das expectativas dos consumidores. Este relatório analisa as estratégias que as marcas estão adotando para se manterem competitivas e construir lealdade dos consumidores em um ambiente cada vez mais dinâmico e incerto.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Por que essas informações são relevantes?

Em 2025, o mercado movimentou cerca de **60 mil compras por dia no Brasil**. Compreender as principais tendências desse setor pode ajudar pequenos negócios a ganhar competitividade, fortalecer a fidelização dos clientes e identificar novas oportunidades de crescimento em um mercado cada vez mais dinâmico.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Como compreender essas informações impacta os clientes do Sebrae?

Número de Pequenas e Microempresas

Lanchonetes casas de chá, de sucos e similares	456.713
Restaurantes e similares	388.780
Fornecimento de alimentos preparados	371.552
Serviços ambulantes de alimentação	213.502
Fabricação de produtos de padaria e confeitaria	198.588

Fonte: IBGE

Para o Sebrae, compreender essas tendências é essencial para orientar os mais de 1 milhão de estabelecimentos de foodservice no Brasil a se manterem competitivos em um mercado em constante transformação.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 **Panorama do *Foodservice* Independente**

3 Estratégias de Sucesso para o Empreendedor

3.1 Proposta de Valor

3.2 Experiência

3.3 Redes Sociais

3.4 Saudabilidade

3.5 Tecnologia

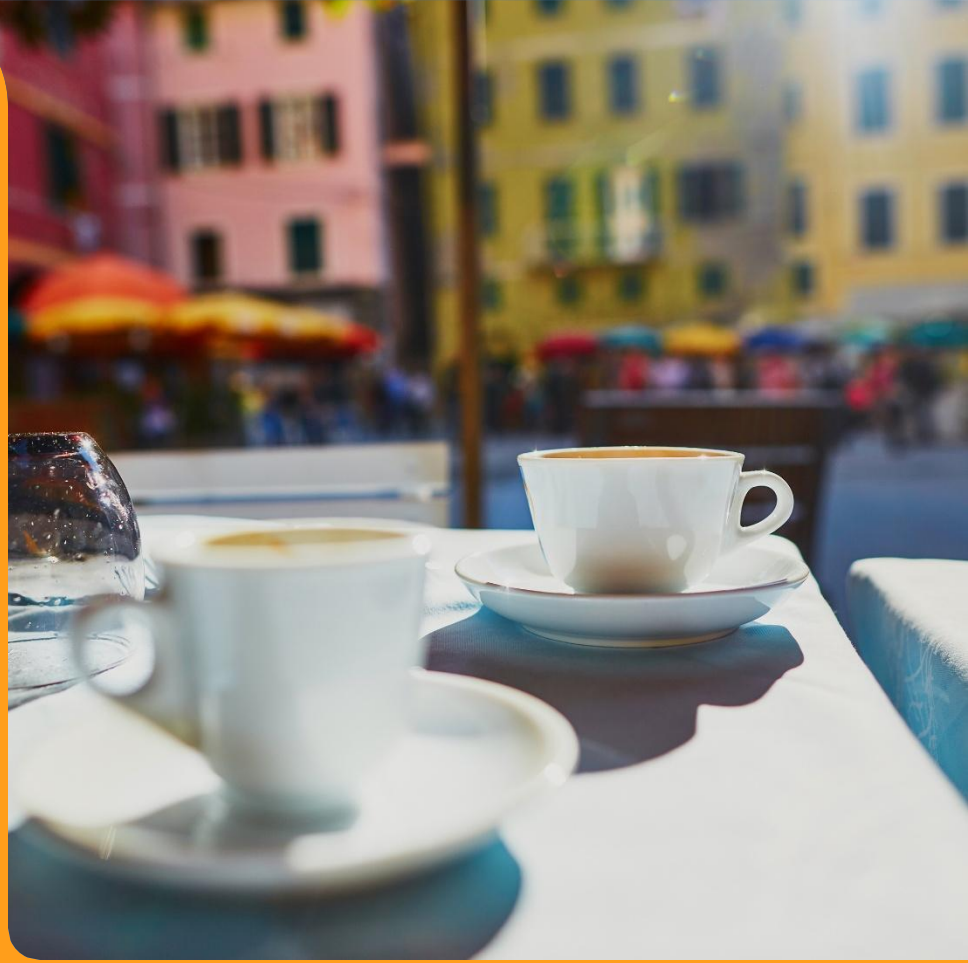
4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Mesmo sob pressão econômica, o *foodservice* encontra crescimento

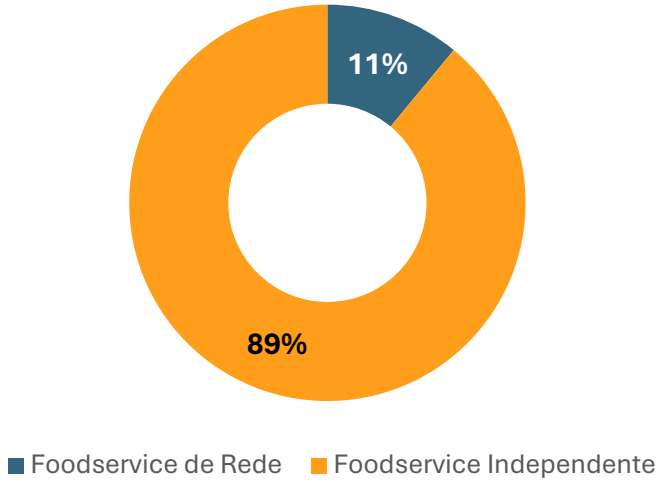
O *foodservice* brasileiro enfrentou um cenário desafiador, marcado pela inflação persistente e por incertezas relacionadas ao ambiente econômico e à política fiscal, fatores que pressionaram tanto o consumo quanto os custos operacionais. Nesse contexto, grandes redes registraram menor fluxo de consumidores e intensificaram estratégias de valor para estimular a demanda. Ainda assim, o segmento manteve um desempenho robusto em termos de valor, beneficiado por ganhos de escala, forte atividade promocional e programas de fidelidade.



© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

O mercado de alimentação fora do lar independente cresceu 11,4% no agregado dos últimos cinco anos

Faturamento por Tipo de Foodservice, 2025



1.041.850

Estabelecimentos de Foodservice Independentes no Brasil em 2025

R$ 475.968 mi

Faturamento do Foodservice Independente no Brasil em 2025

A elevada fragmentação do mercado cria oportunidades de incremento de valor, já que o *foodservice* independente reúne 97% dos estabelecimentos, mas responde por 89% do faturamento.

Fonte: Euromonitor International, 2026.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Operadores independentes enfrentam o desafio de equilibrar concorrência crescente e fragilidade financeira

Expansão das redes

A competição tende a aumentar em diversas frentes. A entrada e expansão de novos players internacionais nas plataformas de delivery, além do avanço da consolidação do setor por meio de aquisições e fusões favorece operadores com maior escala, acesso a capital e capacidade de investimento, tornando o ambiente mais desafiador para empresas menores.

Pressão financeira

Custos de insumos e logística seguem em alta, enquanto a maior sensibilidade do consumidor a preços limita os repasses e pressiona as margens. Ao mesmo tempo, desafios de gestão de caixa, dependência de crédito e aumento do endividamento elevam o risco de fechamento dos negócios, com cerca de 40% dos operadores reportando contas em atraso em 2025.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Panorama do *Foodservice* Independente

3 Estratégias de Sucesso para o Empreendedor

- 3.1 Proposta de Valor
- 3.2 Experiência
- 3.3 Redes Sociais
- 3.4 Saudabilidade
- 3.5 Tecnologia

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Que tipo de estratégia pode ser adotada pelo empreendedor independente dentro do serviço de alimentação no Brasil?

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Alguns movimentos vêm impactando o mercado de *foodservice* no Brasil

Proposta de Valor

Operadores buscam equilibrar custos crescentes com valor percebido pelo consumidor.

Experiência

Mesmo sob pressão econômica, consumidores seguem valorizando experiências diferenciadas no *foodservice*.

Redes Sociais

Redes sociais moldam o comportamento do consumidor e influenciam o desenvolvimento de produtos.

Saudabilidade

Saúde, bem-estar e sustentabilidade tornaram-se fatores centrais para o crescimento no *foodservice*.

Tecnologia

Operadores investem em IA, automação e robótica para otimizar operações e melhorar a experiência do consumidor.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Panorama do *Foodservice* Independente

3 Estratégias de Sucesso para o Empreendedor

3.1 Proposta de Valor

3.2 Experiência

3.3 Redes Sociais

3.4 Saudabilidade

3.5 Tecnologia

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Operadores de *foodservice* continuam equilibrando pressão de custos e entrega de valor ao consumidor

O *foodservice* continua enfrentando pressão dos custos e busca evitar aumentos de preços por meio da **otimização de cardápios, priorização de itens com maior margem, redução da variedade de ingredientes e criação de ofertas de valor**. Os custos trabalhistas seguem sendo um dos principais desafios, apontados por 41% dos players do setor de serviços globalmente, e 52% dos operadores de foodservice do mundo foram obrigados a reajustar preços em pelo menos parte do cardápio em 2025.

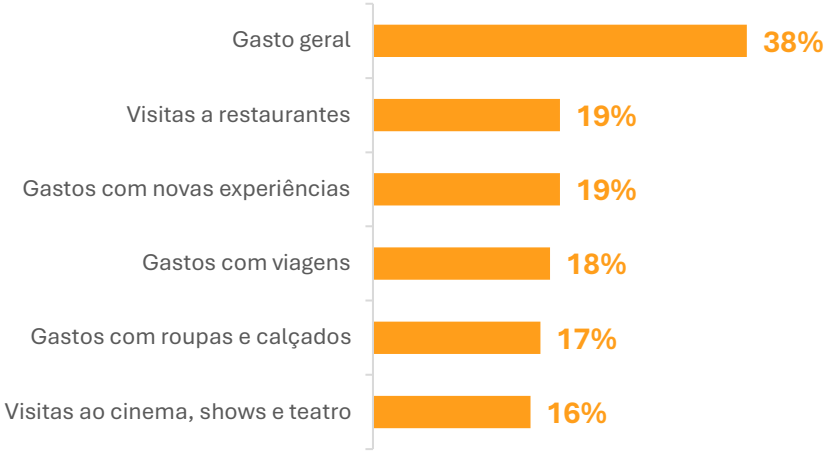
63%

dos consumidores planejam cortar gastos em 2026

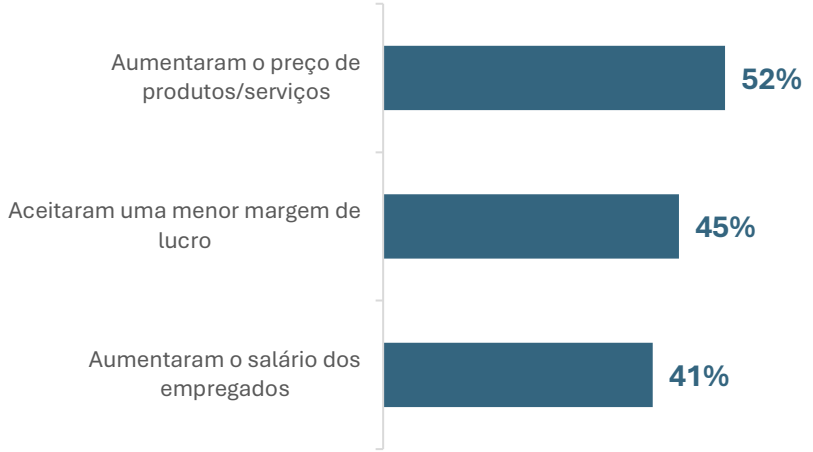
© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Equilibrar acessibilidade e valor percebido tornou-se uma prioridade estratégica

Consumidores que planejam diminuir os gastos por categoria, Brasil, 2026



Top 3 ações tomadas pelo setor de serviços em resposta à inflação, Global, 2025



Fonte: Euromonitor Voice of the Consumer: Lifestyles Survey, 2026. Euromonitor Voice of the Industry Survey, 2025.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Padaria responde à pressão de custos com eficiência operacional

A pequena padaria **Panificadora Olivetanos** (São Paulo, SP) alcançou faturamento anual relevante apostando em padronização, controle rigoroso de processos e inovação em receitas. Os proprietários relatam forte foco operacional para garantir consistência, reduzir perdas e aumentar a vida útil de alguns produtos por meio do uso de enzimas em vez de conservantes. O controle da operação e a redução de desperdícios permitiram aumentar eficiência e gerar valor ao consumidor sem abrir mão da qualidade.

Fonte: Pequenas Empresas & Grandes Negócios, G1.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

De uma loja de 5 m² a rede nacional, Nanica cresceu com proposta de valor clara

A **Nanica** (São Paulo, SP) iniciou sua trajetória com uma proposta focada em um número reduzido de produtos, concentrando esforços nos itens de maior demanda e rentabilidade. Essa estratégia contribuiu para simplificar a operação, reduzir desperdícios e otimizar o uso de ingredientes, permitindo à empresa crescer sem aumentar significativamente a complexidade do negócio. À medida que expandiu sua rede, a marca manteve o foco na entrega de valor ao consumidor por meio de produtos reconhecidos pela qualidade e forte apelo de marca.

Fonte: Bloomberg Linea.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Panorama do *Foodservice* Independente

3 Estratégias de Sucesso para o Empreendedor

- 3.1 **Proposta de Valor**
- 3.2 **Experiência**
- 3.3 Redes Sociais
- 3.4 Saudabilidade
- 3.5 Tecnologia

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

O sucesso depende da experiência oferecida, e não apenas da qualidade dos alimentos

57% dos players do setor de serviços priorizam a melhoria da jornada e da experiência do consumidor. Em resposta, operadores de foodservice vêm transformando a experiência de consumo por meio de **personalização, ambientes mais interativos e soluções digitais**, reconhecendo que os consumidores buscam mais do que apenas qualidade dos alimentos. A criação de experiências imersivas e maior conexão emocional com a marca tornou-se um importante diferencial competitivo para o setor.

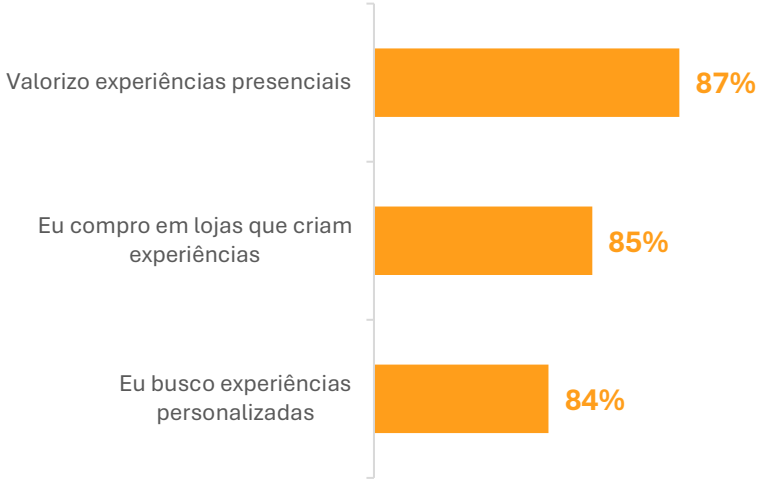
65%

dos consumidores acreditam ser importante gastar com experiências

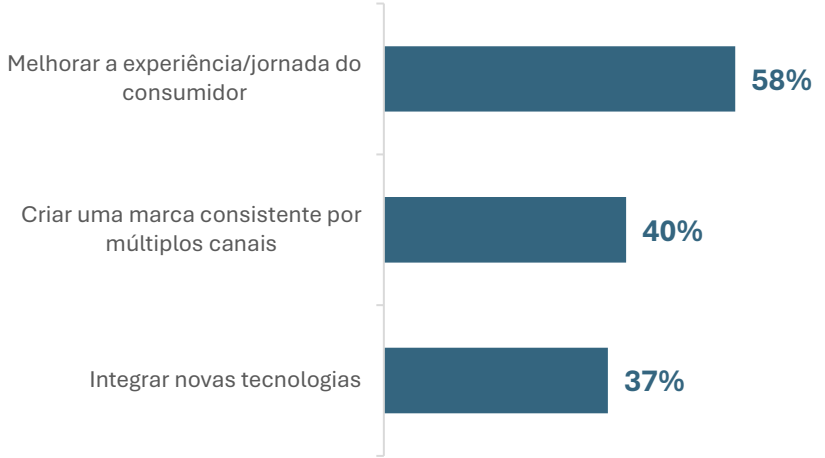
© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Atender a essas demandas fortalece marcas e aumenta a satisfação dos consumidores

Atitudes em relação à experiências, Brasil, 2026



Top 3 prioridades para empresas de serviços nos próximos 12 meses, Global, 2025



Fonte: Euromonitor Voice of the Consumer: Lifestyles Survey, 2026. Euromonitor Voice of the Industry Survey, 2025.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Diferenciação por meio de ambientes acolhedores e experiências multissensoriais

O **OOP Café** (Belo Horizonte, MG) foi criado para ser mais do que uma cafeteria, funcionando como um espaço de “descompressão” que convida os consumidores a desacelerar e se desconectar da rotina. Para isso, a marca investe em uma experiência multissensorial, combinando ambientação diferenciada, elementos visuais e sonoros e um atendimento focado em hospitalidade. Segundo os fundadores, o sucesso do negócio está em equilibrar a qualidade do café com a experiência proporcionada ao cliente, transformando cada visita em um momento de imersão e conexão com a marca.

Fonte: Perfect Daily Grind.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Pizzaria temática transforma paixão pelo rock em experiência e aumenta o movimento em 30%

A **Pizza Rock Bar** (Jundiaí, SP), demonstra como pequenos negócios podem se diferenciar ao oferecer uma experiência que vai além da qualidade dos alimentos. A ambientação inspirada no rock está presente na decoração, nos nomes das pizzas e até nas embalagens, enquanto apresentações de música ao vivo complementam a jornada do consumidor. Segundo o empreendedor, as noites com shows registram aumento de 20% a 30% no movimento, evidenciando como entretenimento, identidade de marca e conexão com os interesses do público podem ampliar a atratividade do estabelecimento.

Fonte: Pequenas Empresas & Grandes Negócios, G1.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Panorama do *Foodservice* Independente

3 Estratégias de Sucesso para o Empreendedor

- 3.1 Proposta de Valor
- 3.2 Experiência
- **3.3 Redes Sociais**
- 3.4 Saudabilidade
- 3.5 Tecnologia

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

As redes sociais tornam-se parte central das estratégias das marcas no *foodservice*

A presença nas redes sociais tornou-se essencial para marcas de foodservice, tanto como canal de comunicação quanto de engajamento com consumidores. Plataformas como TikTok e YouTube ajudam a **gerar tráfego, influenciar decisões de compra e fortalecer a conexão** com a marca por meio de vídeos curtos, conteúdos de bastidores e campanhas criativas. Além disso, tendências virais das redes sociais vêm influenciando diretamente o desenvolvimento de produtos e cardápios, reforçando o papel estratégico desses canais para o setor.

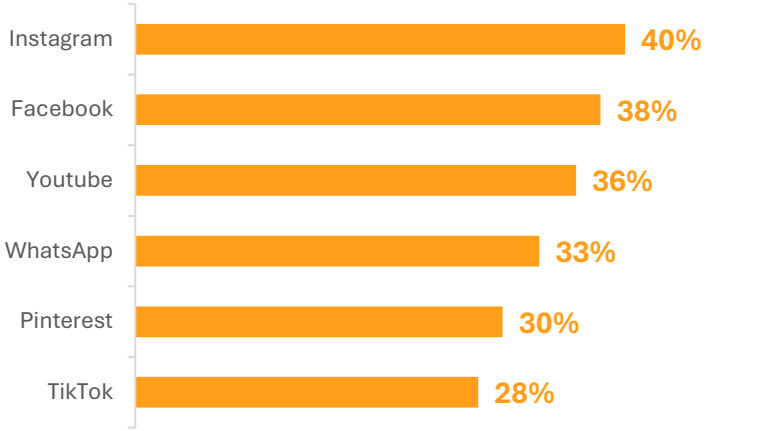
33%

dos consumidores usam redes sociais para buscar produtos e serviços

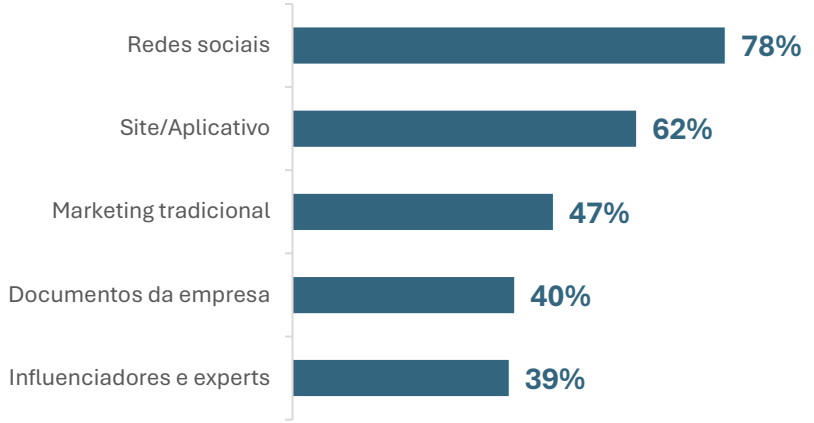
© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Redes sociais impulsionam conexão, relevância e competitividade no foodservice

Buscas em relação a marcas, empresas, produtos e serviços em redes sociais, Brasil, 2026



Ferramentas de comunicação das empresas em relação a novos produtos e serviços, Global, 2024



Fonte: Euromonitor Voice of the Consumer: Digital Shopper Survey, 2026. Euromonitor Voice of the Industry Survey, 2024.

Euromonitor International

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Redes sociais transformam consumidores em promotores da marca

O rodízio de brigadeiros criado por **Leandra Winck**, em Porto Alegre, transformou uma pequena confeitaria em um fenômeno nas redes sociais. A visibilidade do negócio cresceu rapidamente após vídeos compartilhados por influenciadores e clientes viralizarem online, atraindo um grande fluxo de visitantes para a loja. O aumento da exposição ajudou a impulsionar o faturamento em mais de 200% e consolidou o rodízio como a principal atração da marca, demonstrando como o engajamento espontâneo nas redes sociais pode acelerar o crescimento de pequenos negócios de foodservice.

Fonte: Pequenas Empresas & Grandes Negócios, G1.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Hamburgueria independente transforma inovação viral em crescimento de público e vendas

A hamburgueria **Joe Robert Burger** (Santo André, SP), utilizou as redes sociais para amplificar uma proposta diferenciada de self-service de hambúrgueres. Após um vídeo da experiência viralizar e atingir milhões de visualizações, a empresa registrou aumento no fluxo de clientes e incorporou a iniciativa de forma permanente ao negócio, demonstrando como conteúdos compartilháveis e conceitos inovadores podem acelerar o crescimento de pequenos operadores de foodservice.

Fonte: Pequenas Empresas & Grandes Negócios, G1.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Panorama do *Foodservice* Independente

3 Estratégias de Sucesso para o Empreendedor

3.1 Proposta de Valor

3.2 Experiência

3.3 Redes Sociais

3.4 Saudabilidade

3.5 Tecnologia

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Consumidores priorizam cada vez mais saúde e sustentabilidade em suas escolhas alimentares

Cerca de 54% dos profissionais do setor acreditam que a tendência de saudabilidade continuará impactando significativamente o mercado nos próximos cinco anos. Em resposta, operadores ampliam a oferta de opções mais saudáveis e personalizáveis, incluindo itens **vegetarianos, sem glúten e ricos em nutrientes, além de produtos funcionais**, como kombuchas e refeições com alto teor de proteína. Paralelamente, práticas mais sustentáveis, como abastecimento local, embalagens compostáveis e redução de desperdícios, ganham espaço no setor.

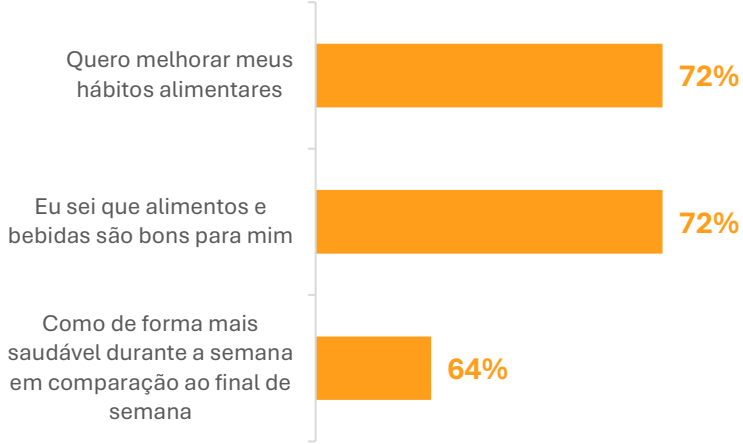
63%

dos consumidores buscam melhorar seus hábitos alimentares

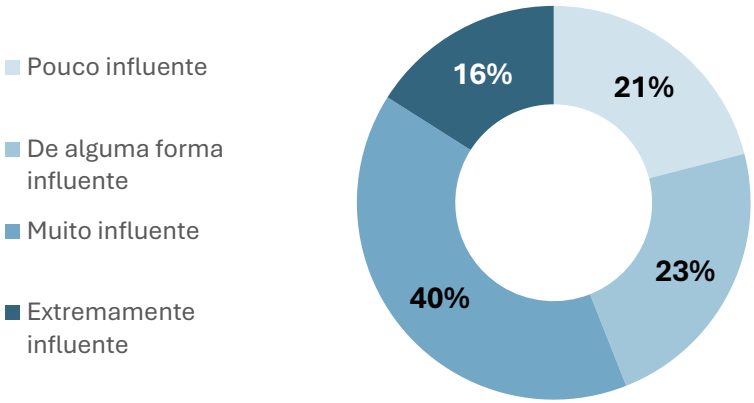
© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Operadores de foodservice incorporam saúde e sustentabilidade às suas estratégias

Atitudes do consumidor em relação a seus hábitos alimentares, Brasil, 2026



Impacto percebido da saudabilidade na indústria nos próximos 5 anos, Global, 2025



Fonte: Euromonitor Voice of the Consumer: Lifestyles Survey, 2026. Euromonitor Voice of the Industry Survey, 2025.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Saúde e sustentabilidade como propostas de valor, ampliando a oferta de refeições vegetais

A **Cannelle Veggie** (Brasília, DF) nasceu para oferecer versões veganas de produtos tradicionais de cafeteria e confeitaria, tornando a alimentação baseada em plantas mais acessível ao consumidor. A marca construiu uma clientela fiel ao combinar *indulgência* e saudabilidade, mostrando como pequenas operações podem atender à busca crescente por opções alimentares alinhadas a preocupações com saúde, bem-estar e consumo responsável.

Fonte: Correio Brasiliense.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Oh!Whey cresce ao unir indulgência e saudabilidade em sorvetes proteicos

A **Oh!Whey** (Maringá, PR) é uma pequena empresa brasileira que surgiu da busca por uma alternativa mais saudável ao sorvete tradicional, combinando sabor, cremosidade e nutrição. Com foco na tendência crescente de saudabilidade, a marca desenvolveu uma linha de sorvetes proteicos à base de whey protein, sem adição de açúcares, sem lactose e sem gorduras trans, atendendo consumidores que desejam equilibrar prazer e bem-estar.

Fonte: Oh!Whey.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Panorama do *Foodservice* Independente

3 Estratégias de Sucesso para o Empreendedor

3.1 Proposta de Valor

3.2 Experiência

3.3 Redes Sociais

3.4 Saudabilidade

3.5 Tecnologia

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

A tecnologia segue redefinindo o *foodservice*

A inteligência artificial vem ganhando destaque como impulsionadora de eficiência operacional e melhoria da experiência do consumidor. Robótica e automação também avançam rapidamente e deixaram de ser diferenciais para se tornarem ferramentas essenciais diante da escassez de mão de obra. Como resultado, restaurantes estão adotando **soluções inteligentes para manter a qualidade e otimizar operações**, enquanto a aceitação dos consumidores cresce: 31% dos consumidores digitais afirmam se sentir confortáveis com robôs preparando uma refeição inteira.

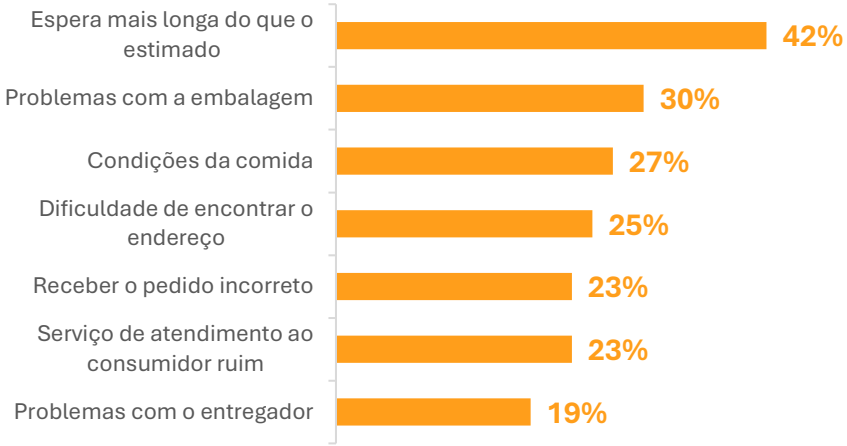
45%

dos profissionais afirmam que a IA teve grande impacto nos seus negócios

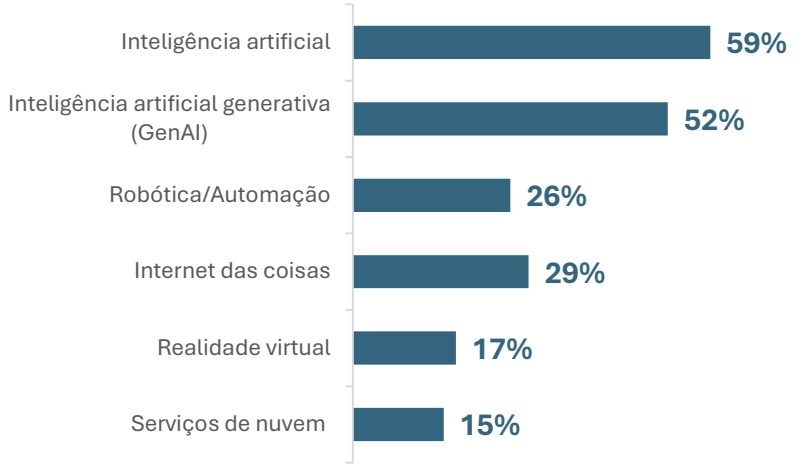
© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

A tecnologia está transformando a operação das empresas e a experiência dos consumidores

Principais desafios em relação à entrega de pedidos do foodservice, Brasil, 2026



Top tecnologias que irão moldar o setor de serviços nos próximos 5 anos, Global, 2025



Fonte: Euromonitor Voice of the Industry Survey, 2025.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Automação e autoatendimento ajudam a reduzir custos e aprimorar a experiência

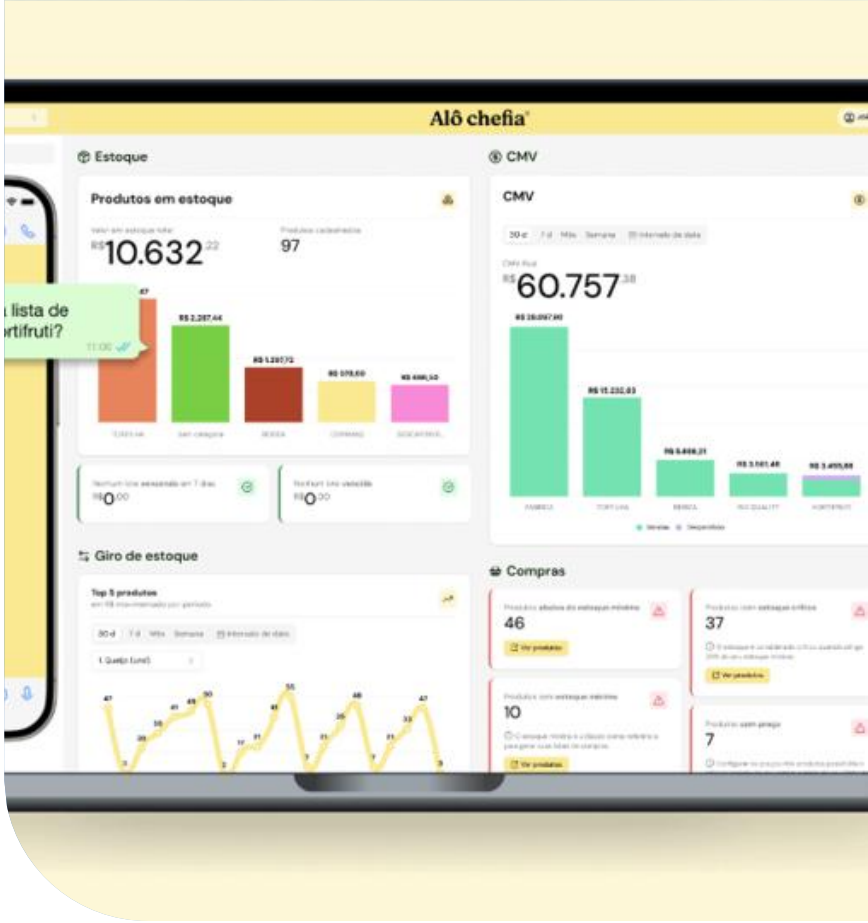
O restaurante **Casa Gaúcha** (Brasília, DF) adotou um pequeno robô interativo posicionado na área de pesagem do buffet. Após o cliente servir a refeição, o robô realiza a pesagem, registra automaticamente o pedido em uma comanda eletrônica e interage com os consumidores durante o processo. O restaurante também implementou totens de autoatendimento para pagamento. Segundo o proprietário, a digitalização eliminou problemas com comandas em papel, reduziu perdas e extravios em cerca de 80% e ajudou a eliminar filas, aumentando a eficiência operacional e melhorando a experiência dos clientes.

Fonte: ASN.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Inteligência artificial ajuda restaurantes a economizar até R$ 20 mil com gestão de estoque

A plataforma brasileira **Alô chefia** (São Paulo, SP) desenvolvida a partir da experiência de um proprietário de restaurante utiliza IA para analisar padrões de consumo, sugerir compras e monitorar insumos em tempo real. A primeira versão da plataforma levou cerca de seis meses para ser desenvolvida e foi lançada em 2023. Desde então, a startup reúne cerca de 8 mil negócios cadastrados e atende mais de 1.500 clientes diariamente.



Fonte: Pequenas Empresas & Grandes Negócios, G1.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Panorama do *Foodservice* Independente

3 Estratégias de Sucesso para o Empreendedor

- 3.1 Proposta de Valor
- 3.2 Experiência
- 3.3 Redes Sociais
- 3.4 Saudabilidade
- 3.5 Tecnologia

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Consumidores equilibram busca por valor e por experiências

Embora operadores busquem maior eficiência e rentabilidade, consumidores seguem exigindo qualidade e um atendimento diferenciado. Ao mesmo tempo, as redes sociais elevam a importância de experiências memoráveis e compartilháveis.

A tecnologia no *foodservice* potencializa, e não substitui

Ao aumentar a eficiência operacional, reduzir custos e garantir maior consistência, automação e inteligência artificial estão transformando cozinhas e modelos de serviço.

Crescimento do *foodservice* impulsionado pelo foco em bem-estar

Com consumidores cada vez mais atentos à nutrição e à sustentabilidade, operadores precisam ampliar a oferta de opções saudáveis e adotar práticas mais sustentáveis para se manterem competitivos.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Ações simples que podem ser tomadas pelo empreendedor no foodservice

Proposta de Valor

Criar um combo com preço fechado (prato + bebida, por exemplo) para transmitir sensação de economia e previsibilidade ao consumidor.

Experiência

Desenvolver um elemento exclusivo e memorável no atendimento ou na apresentação dos pratos, como finalização na mesa, embalagem diferenciada ou ambiente instagramável.

Redes Sociais

Produzir vídeos curtos dos bastidores (preparo, ingredientes, equipe, novidades) e publicar com frequência no Instagram e TikTok.

Saudabilidade

Incluir ao menos uma opção saudável identificada no cardápio, destacando benefícios como alto teor de proteína, ingredientes frescos ou opções vegetarianas/veganas.

Tecnologia

Implementar um sistema simples de pedidos online para agilizar o atendimento e reduzir erros operacionais.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Panorama do *Foodservice* Independente

3 Estratégias de Sucesso para o Empreendedor

- 3.1 Proposta de Valor
- 3.2 Experiência
- 3.3 Redes Sociais
- 3.4 Saudabilidade
- 3.5 Tecnologia

4 Conclusões e Recomendações

5 **Pesquisa de Satisfação e Perguntas**

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Conte-nos o que achou

Iremos enviar um link com uma pesquisa de opinião sobre a apresentação. Não deixe de responder, sua devolutiva é muito importante para nós.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Perguntas?

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Outros relatórios disponíveis em Passport

A Mistura Perfeita: Como a Geração Z está Redesenhando o Mercado de Café e Chá

Criando Rotinas e Impulsionando Ocasiões de Consumo na Ásia – O Que o Brasil Pode Aprender desta Experiência?

Contatos de apoio do Passport para o SEBRAE-SP:

Luiza Rehder

luiza.rehder@Euromonitor.com

Acesso ao Passport: https://www.portal.euromonitor.com

Assinatura do Passport SEBRAE-SP

Beauty and Fashion
- Apparel and Footwear
- Beauty and Personal Care*
- Consumer Health*
- Eyewear
- Luxury Goods
- Personal Accessories

Drinks and Tobacco
- Alcoholic Drinks
- Cannabis
- Hot Drinks
- Soft Drinks**
- Tobacco

Assinatura atual

Brasil + Dados agregados do mundo + dados agregados da América Latina

Home and Tech
- Mobility
- Consumer Appliances
- Consumer Electronics
- Home and Garden
- Home Care
- Tissue and Hygiene
- Toys and Games

Services and Payments
- Consumer Finance
- Consumer Foodservice
- Retailing
- Sports
- Travel

Food and Nutrition
- Product claims & positioning
- Fresh Food
- Health and Wellness
- Ingredients
- Nutrition
- Packaged Food
- Packaging
- Pet Care

Survey
- Beauty Survey
- Cannabis Survey
- Lifestyle Survey
- Digital Consumer Survey
- Health & Nutrition Survey
- Nicotine Survey

Economies and Consumers
- Business Dynamics
- Cities
- Digital Consumer
- Economy, Finance and Trade
- Households
- Income and Expenditure
- Industrial
- Lifestyles
- Sustainability
- Population

Analytics
- Competitor Analytics
- Industry Forecast Model

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Obrigada!

Beatriz Ballestero, **Consultora Associada**

✉ beatriz.ballestero@euromonitor.com

Daniela Mizumoto, **Head de Consultoria**

✉ daniela.mizumoto@euromonitor.com

Meika Nakamura, **Business Development**

✉ meika.nakamura@euromonitor.com

Luiza Rehder, **Gerente de Conta**

✉ luiza.rehder@euromonitor.com

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.