

A top-down view of a brown ceramic bowl filled with a smooth, light brown soup. The bowl sits on a dark, rustic wooden table. To the left, a yellow, white, and black plaid napkin is tucked under the bowl. To the right, a silver butter knife and a silver fork are laid out. The text is centered on the soup.

*Da quinoa
ao bacon:*

o que norteia as escolhas
alimentares dos brasileiros.



INSTITUTO
QualiBest



EQUILIBRIUM
CRIANDO RELAÇÕES SAUDÁVEIS

Objetivo

- Os principais **drivers** que norteiam as escolhas dos brasileiros em relação à saudabilidade e alimentação;
- Entender o **comportamento** fluido do consumidor.

Metodologia

Qualitativa:

05 entrevistas em profundidade com especialistas.

05 entrevistas em profundidade com consumidores da classe C.

Comunidade online com **31 participantes**.

Quantitativa

880 entrevistas com homens e mulheres, de 16 anos ou mais, das classes ABCD (Critério Brasil - 2015), abrangência nacional.

> Margem de erro de 3,3 p.p.

Diário Virtual

9 participantes:
Homens e mulheres, classe AB.

SAUDABILIDADE



Saudabilidade

horizonte

para o qual todos olham

Associado à **qualidade de vida** das pessoas, torna-se um tema abrangente e contemporâneo, com o qual todos dialogam.

“

*Na realidade
saúde e bem estar
caminham em conjunto.*

*Uma mente sã
combinada
a um corpo com
vitalidade*

*são os princípios básicos
para o desenvolvimento
exponencial do ser.*

Citação qualitativa

”

Traduzida como um

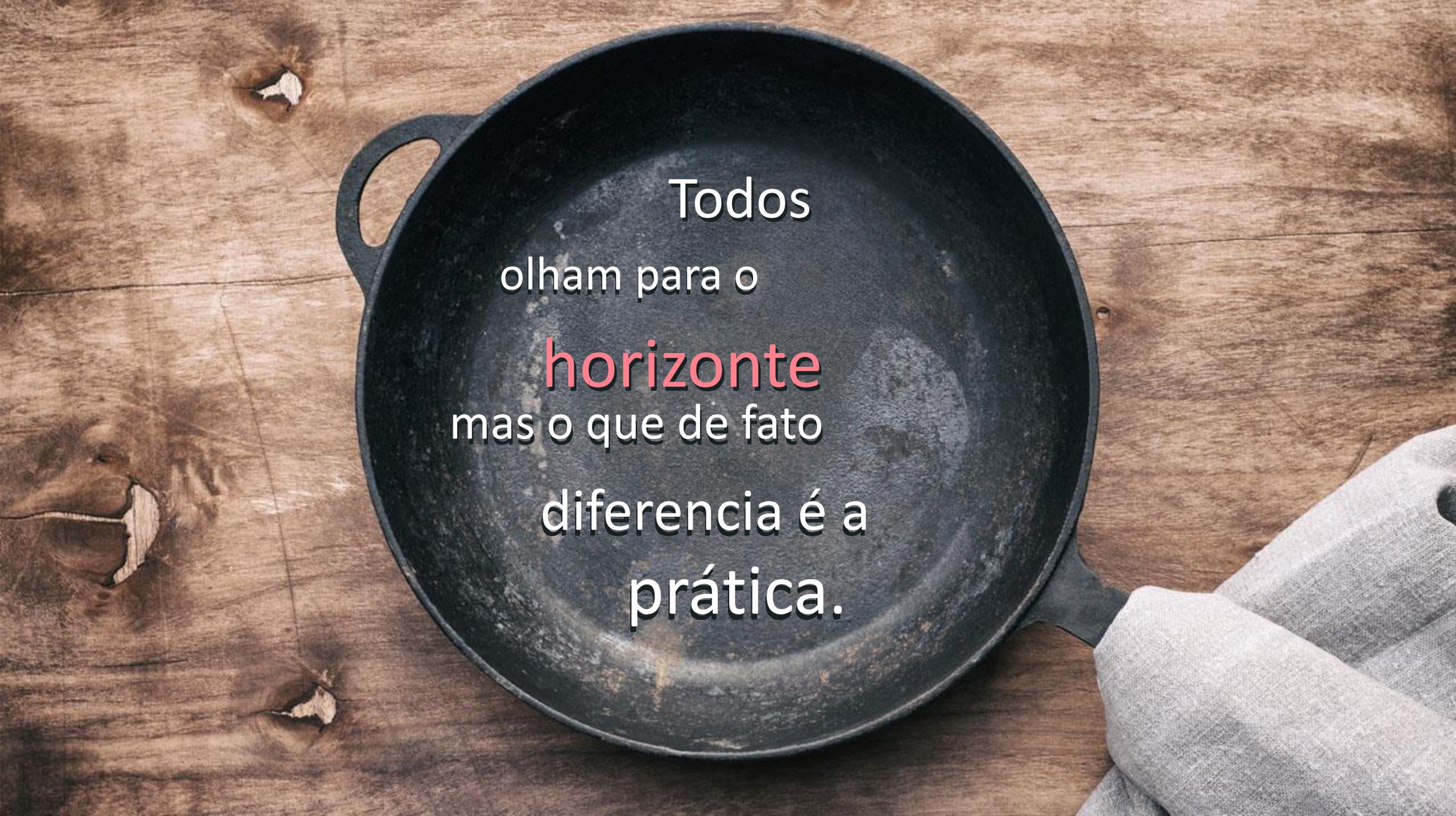
estado de equilíbrio,
tende a ser muito **idealizada...**

e idealização

GERA CULPA !

“Meu corpo fala que eu sou... preguiçosa. Mas estou me esforçando porque faço muito corpo mole mas agora estou me cuidando mais do que antes.”

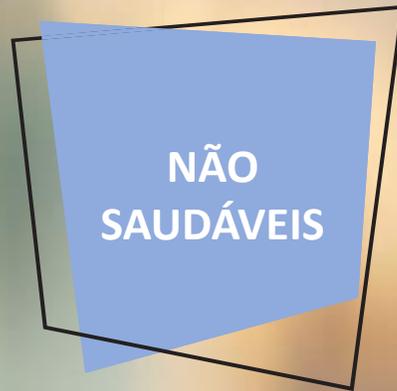
Citação qualitativa

A black cast-iron skillet is centered on a rustic wooden surface. The wood has several knots and some surface wear. A grey cloth is partially visible on the right side of the skillet. The text is overlaid on the skillet's interior.

Todos
olham para o
horizonte
mas o que de fato
diferencia é a
prática.

A percepção pessoal de saudabilidade reflete nas práticas!

Identificamos 3 perfis



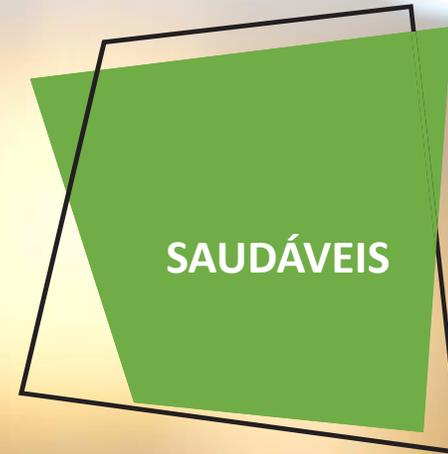
15%

1 a 4



73%

5 a 8



12%

9 a 10

Nota para
saudabilidade:

Oscilam em que? No que **pensam e como agem**

Prática exige escolhas

“ *Ter uma vida saudável depende de muitos vieses em sua vida* ”
Citação qualitativa

A saudabilidade está relacionada a **inúmeras decisões** cotidianas: da alimentação à espiritualidade, das atividades físicas ao lazer, etc.

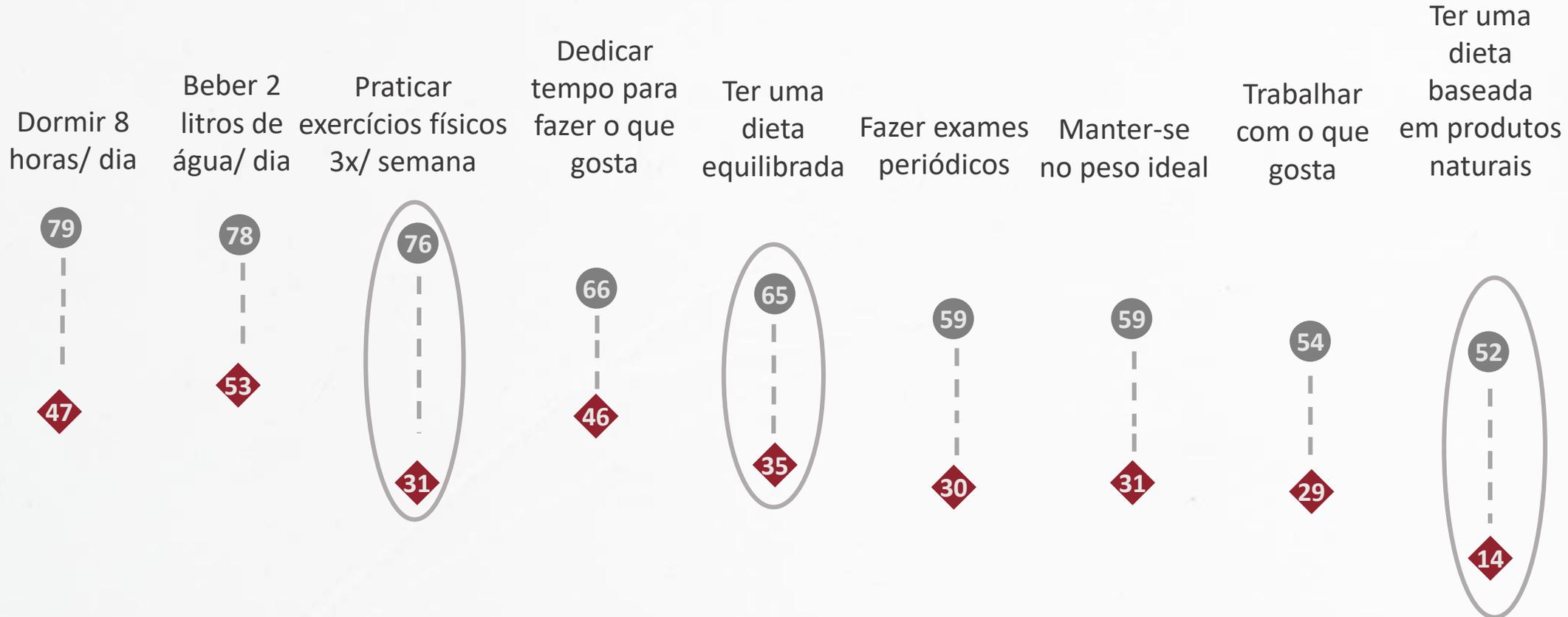
Por isso as **pessoas oscilam**, é difícil ser **consistente** nas escolhas o **tempo todo**.

Oscilantes

A dificuldade nas escolhas é clara no gap entre o que acham que são hábitos saudáveis e o que de fato praticam

O que são
Hábitos saudáveis

O que praticam



Perfis que se consideram

mais saudáveis

integram melhor o
repertório de práticas

**Atividades físicas, Cozinhar... São
mais praticados por este perfil.**

Usam menos palavras como
“**controle**”, falam em “**conexão**”:
e se dizem **mais felizes!**

*“Meu corpo adora
quando me
exercito, pois estou
conectado comigo e
com o mundo de
forma saudável.”*

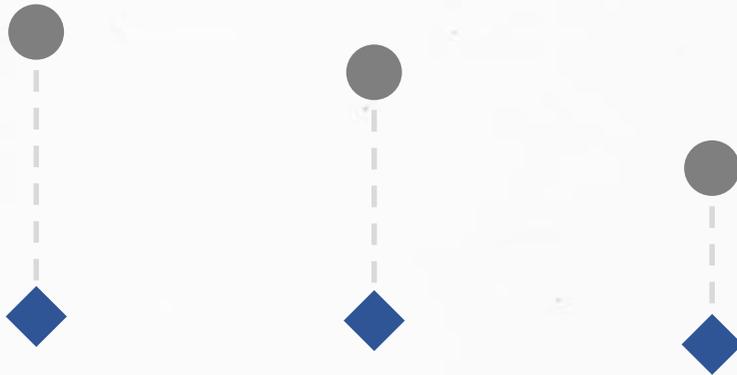
Citação qualitativa



*O discurso é comum nos grupos,
mas a prática os distingue.*

Grupo não saudável

O que são hábitos saudáveis



O que praticam

Praticar
exercícios
físicos 3x/
semana

Ter uma
dieta
equilibrada

Ter uma dieta
baseada
em produtos
naturais

Grupo saudável

O que são hábitos saudáveis



O que praticam

Praticar
exercícios
físicos 3x/
semana

Ter uma
dieta
equilibrada

Ter uma dieta
baseada
em produtos
naturais

*O perfil mais saudável cozinha **mais**
e **gosta mais** de cozinhar*

	Grupo não saudável	Oscilantes	Grupo saudável
Gosta de cozinhar (média)	6,3	7,3	8,2

**O hábito de cozinhar
está conectado com a noção
de saudabilidade!**

57% do grupo saudável cozinha praticamente todos os dias e **43% AMA** cozinhar!

Saudabilidade está relacionada
à felicidade...

No entanto, convive com metas e preocupações maiores - que “disputam” tempo e energia com as práticas para **saudabilidade**.



Em um primeiro patamar felicidade é **representada por**
conforto.

Quais das situações mais representam **felicidade?**



Estabilidade
Financeira



Estar com a
família



Trabalhar com
o que gosta



Estar em paz
consigo mesmo

Ainda que aspectos de **saudabilidade**
fiquem em outro patamar...

Quais das situações mais representam **felicidade**?



9º

Estar saudável,
com saúde



10º

Envelhecer com
saúde



14º

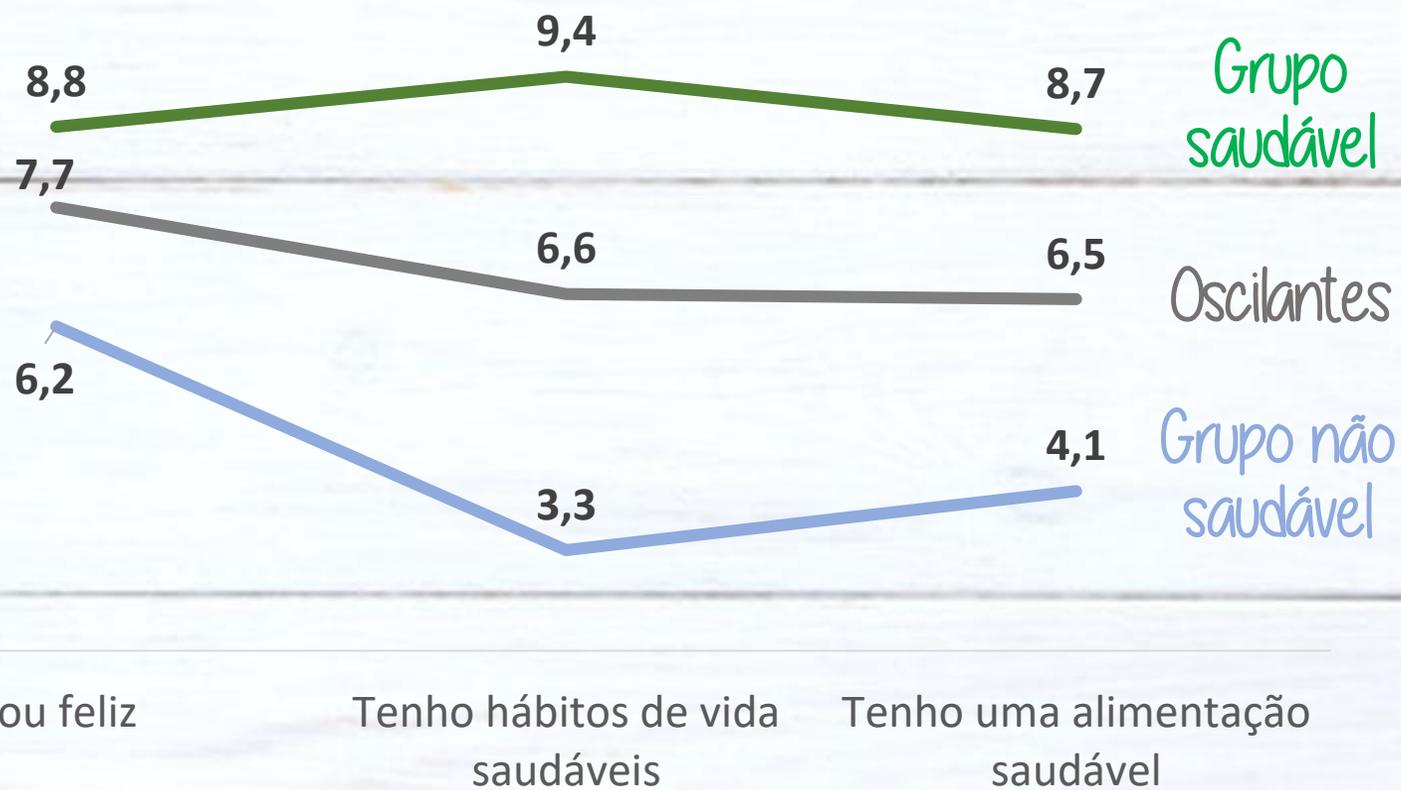
Poder comer o
que quiser



16º

Se alimentar de
forma saudável

Os mais *saudáveis* são mais felizes





RELAÇÃO
COM ALIMENTOS

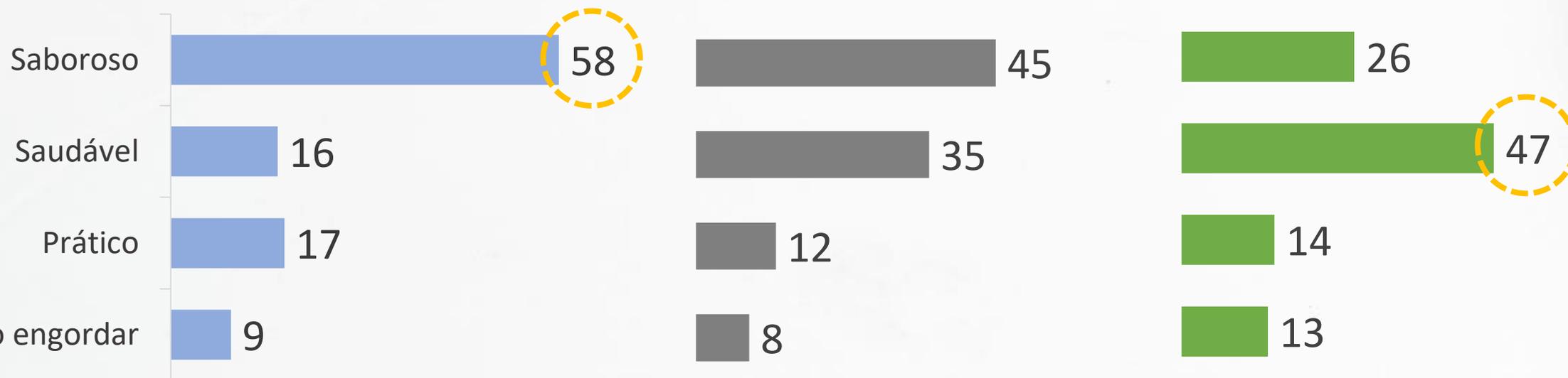
A dicotomia **prazer x saudabilidade** é o que mais distingue os perfis “extremos”

Prioridades na escolha:

Grupo não saudável

Oscilantes

Grupo saudável



Além disso a percepção do que é ou não saudável vai ficando mais rigorosa conforme o perfil



“Minha comida preferida: strogonoff de frango, batata palha, arroz e fritas. E um refrigerante junto pra completar. Às vezes pode!”

“Almocinho de hoje! apesar da saladinha, abobrinha e frango grelhado com atum, coloquei uma batatinha noisete, o que não deixou o prato tão saudável. mas é quase fds, né, acho que pode rsrs”



Diário digital

“A minha vida **não é muito saudável** atualmente”

“Minha família em casa não tem o costume de tá **comendo muita bobeira**, mais comida mesmo”

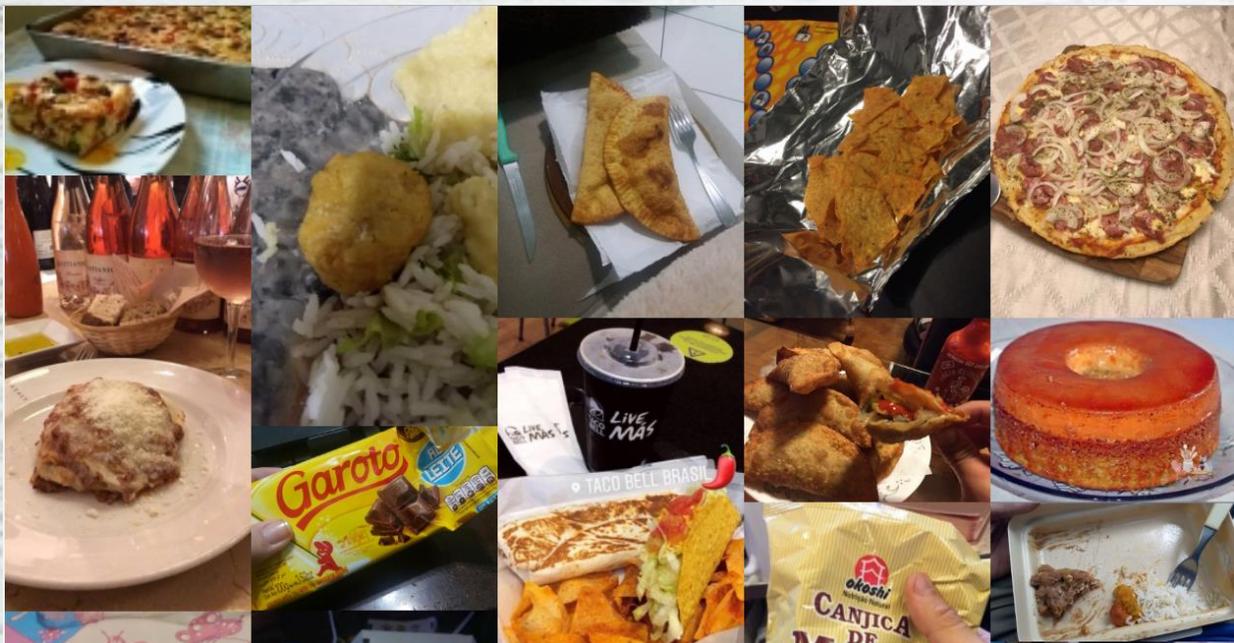
“Eu queria ter uma alimentação **mais saudável**, ter tempo para preparar uma verdura, muita coisa que eu compro acaba estragando porque não tenho tempo”

“Cara, **estou bem próximo** de onde quero chegar”



E todos, independente
do perfil, escorregam nas escolhas

Diário virtual



Atividade:
Alimentos **não**
tão saudáveis

Mas é impossível ser consistente todo o tempo

O **estado emocional** é um dos aspectos que afeta as decisões de escolha de qualquer pessoa, **independente do perfil!**

Animado, triste, estressante:



Dia tranquilo/ mais tempo para preparo:



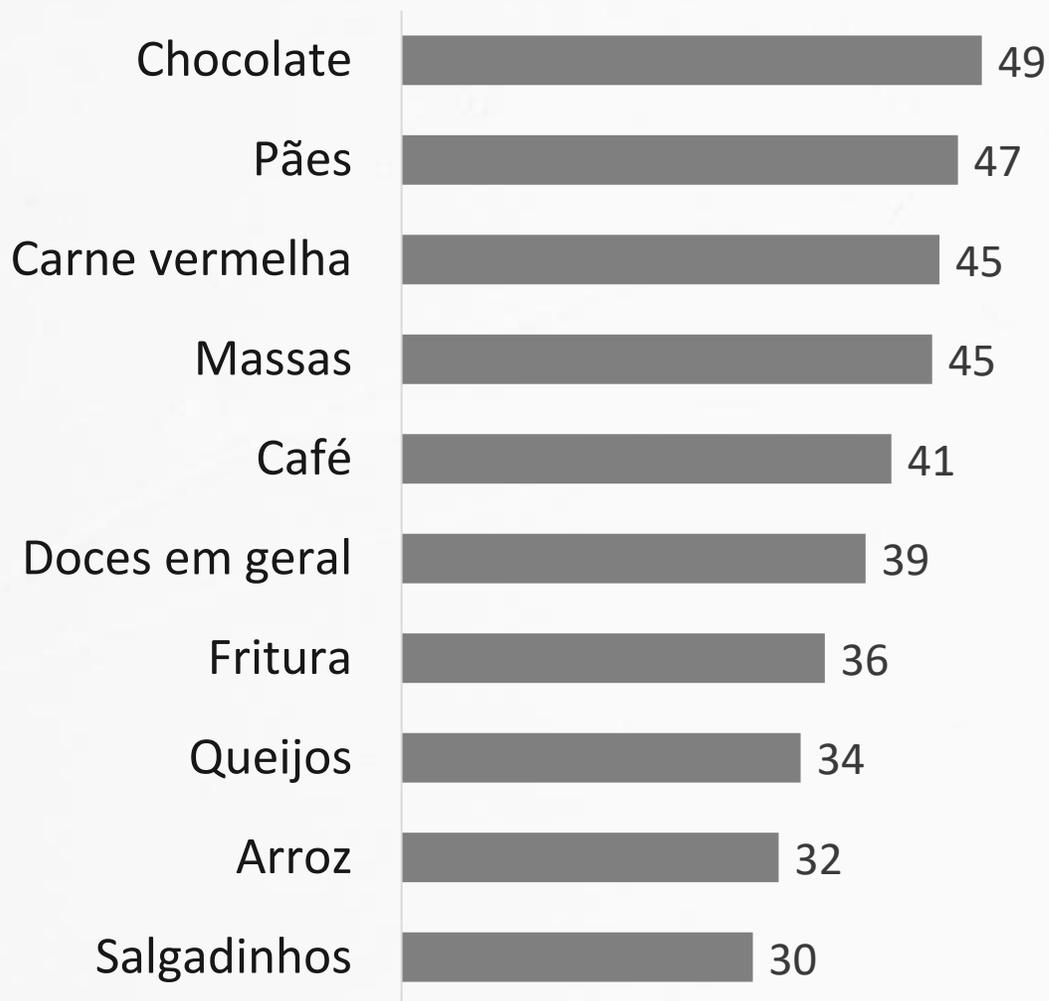
Beliscar/ fome no meio da tarde:



**Chocolate é a indulgência
em um dia estressante!**

E é difícil ficar longe de algumas tentações

Desafios



I.M: 5,1

Grupo saudável

- 1º Chocolate
- 2º Carne vermelha
- 3º Café

Grupo não saudável

- 1º Carne vermelha
- 2º Pães
- 3º Chocolate

Além disso se alimentar de forma saudável não é

tarefa fácil

Concordam que Alimentos/ produtos saudáveis:

75% são mais caros

57% exigem mais tempo e dedicação para preparo

45% não podem ser industrializados

35% são difíceis de encontrar

Nota-se ainda uma **simplificação**
na **percepção** sobre
saudabilidade nos alimentos

O discurso ainda associa
saudabilidade nos alimentos
a produtos **in natura**

Há uma ausência no **discurso**
espontâneo dos produtos
industrializados
como sendo auxiliares de uma
dieta saudável

Atividade: alimentos saudáveis

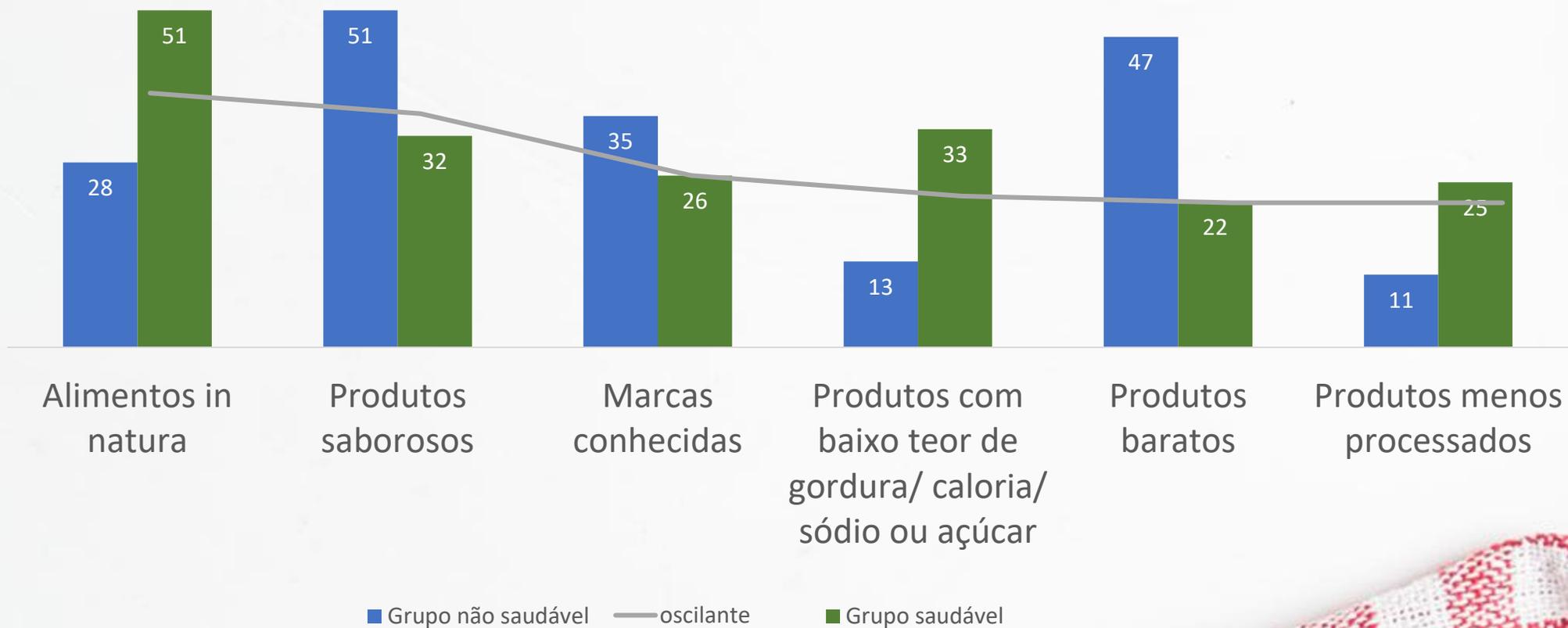
Diário virtual



É comum a discussão do alimento saudável ser **focada na fruta** Ou em uma **comida mais leve**, caseira com base em legumes e verduras

A simplificação também está presente na hora de **priorizar as escolhas de compra.**

Prioridades na hora da compra:



*Na possibilidade de trocas
é mais comum trocar*

*o industrializado
pelo natural*

40%

SEMPRE

trocam o suco de
caixinha pelo suco
natural

30%

SEMPRE

trocam temperos
industrializados por
temperos naturais



O consumidor **não** parece
confortável em assumir que o
industrializado pode fazer parte de
uma **alimentação saudável**

Ainda que os industrializados
façam parte do dia a dia

A maioria faz um mix de produtos industrializados e produtos in natura na hora de cozinhar!

Para preparar a massa...

15%

Preparam TUDO! Da massa caseira ao molho de tomate!

31% Grupo saudável

25%

compram uma massa artesanal e faz molho com tomates frescos.

49%

compram uma massa comum, adicionando alho e cebola para temperar o molho de tomate industrializado.

11%

compram uma massa que já venha pronta, só precisa aquecer

16% Grupo não saudável

A indústria parece não ter ocupado
um *locus* no imaginário de
saudabilidade do consumidor

Será por desconhecimento?

Quais serão os impedimentos?

Será que porque as ofertas de
produtos
“**mais saudáveis**” distanciam
os produtos do sabor/prazer
nos alimentos?

É preciso **pensar
estratégias** para
trabalhar o
imaginário do
consumidor.

Como a indústria pode quebrar esse imaginário?

Mais do que apenas
uma questão de
sabor, a **PERCEPÇÃO**
SOBRE O QUE É
SABOROSO influencia
muito as escolhas
alimentares

Alimento saudável
não é gostoso
Não saudáveis 52%

Os mais saudáveis
discordam
desta afirmação.





Como o horizonte é comum,
é importante olhar para o
perfil dos que estão mais
próximos da saudabilidade.

Mais abertos para trocas



Horizonte aberto

Perfil **aspiracional**
para quem olha o
horizonte.

Maior preocupação com o que é saudável

Repertório mais amplo e integrado



Da quinoa

ao bacon...

Todos buscam equilibrio!

