

Snacks: o que tem pro lanche?

Entenda os hábitos, preferências e marcas favoritas dos brasileiros quando o assunto são snacks e a hora do lanche

7 min

19 Nov 2019



Lanche é uma palavra nostálgica. Me diz aí se você não foi automaticamente transportado para o recreio da escola, hein? A verdade é que essa rotina – que começa lá na infância – continua sendo parte fundamental das nossas vidas, apesar da correria do mundo adulto.

De maneira geral, podemos considerar que o ato de lanchar acontece principalmente em dois momentos do dia: 1) entre o café da manhã e o almoço, e 2) entre o almoço e o jantar. Ah! Nem todo brasileiro realiza todas essas refeições, mas isso a gente te conta daqui a pouco.

Sob o ponto de vista do consumidor, a escolha de um lanche envolve diversas variáveis, como praticidade, preço e, para alguns, saudabilidade. Isso porque os snacks são, muitas vezes, apontados como vilões da boa alimentação e/ou da dieta. Especialistas estimam que o nicho de lanches

considerados mais saudáveis vá crescer cerca de 60% ao longo dos próximos 4 anos no Brasil, enquanto que biscoitos doces devem perder aproximadamente 3% de seu *market share*.

Atualmente, a categoria de snacks já movimentava mais de 22 bilhões de reais por ano aqui no Brasil (dados de 2017 de uma pesquisa da Deloitte). Não é por acaso que diversas marcas estão de olho nessa fatia. Para aqueles que desejam ser bem sucedidos na missão, o desafio está em entender melhor a jornada de compra de um snack, drivers de escolha e momentos de consumo. E é exatamente sobre isso que falaremos aqui.

Realizamos um estudo com 1000 brasileiros, homens e mulheres, de todas as regiões do país, classes ABC, para mapear hábitos, preferências, carências e tendências quando o assunto é lanche. As principais descobertas você confere a seguir. Boa leitura!



Photo by [Tanaphong Toochinda](#) / [Unsplash](#)

Snacks: o que são? onde vivem? como se reproduzem?

Podemos considerar que a categoria de snacks é constituída por oito subcategorias. São elas: biscoitos salgados; biscoitos doces; nozes, castanhas e mixes em geral; chips e salgadinhos; pipoca; barrinhas de cereais; snacks de frutas; e pretzels.

Sim, pipoca é lanche – pelo menos segundo as fontes que utilizamos para esse estudo ;) Entendemos também que algumas outras categorias não são tão comuns ainda no Brasil, como é o caso dos pretzels. O importante aqui é compreender a amplitude e, conseqüentemente, a complexidade dessa categoria, que acaba competindo com guloseimas, fast food, dentre outras. Diante de uma arena competitiva tão expandida, o processo de escolha do consumidor também se torna quase impossível de ser desenhado, uma vez que, além dos lanches pela manhã e pela tarde, o snack pode substituir, inclusive, refeições principais.

67% dos nossos respondentes realizam de 3 a 4 refeições por dia durante a semana (segunda a sexta-feira).

13% às vezes acaba pulando o almoço. 3% raramente para para almoçar.

18% raramente janta. 4% nunca realiza essa refeição.

Será que essas pessoas que saltam refeições as substituem por um lanchinho?

Independentemente do que esses dados possam indicar, uma coisa é certa: os snacks são um mercado em franca expansão, principalmente quando pensamos em opções saudáveis de lanche. De acordo com o [Bloomberg](#), o segmento de lanches saudáveis vai valer US\$ 32.88 bilhões até 2025. A categoria é liderada, principalmente, pelo consumo de barrinhas de cereal e granola. Isso falando em hábitos de consumo globais, combinado?

A grande questão é: e no Brasil? Como anda o consumo de snacks por aqui?