

A RGNUTRI EM PARCERIA COM A TECH.FIT,  
MAIOR EMPRESA DE PLATAFORMAS DIGITAIS  
DE SELF-CARE DO BRASIL APRESENTA:

Tracking  
**COVID-19**

**ALIMENTAÇÃO  
E BEM - ESTAR**  
Março - Abril 2020

**SEMANA 04**

**rgnutri**

[www.rgnutri.com.br](http://www.rgnutri.com.br)

**tf tech.fit**

[www.tech.fit](http://www.tech.fit)



COMO SE VÊ,  
COMO SE COMPRA,  
COMO SE ESTOCA,  
COMO SE PREPARA...

O ISOLAMENTO TRAZ UM IMPACTO IMPORTANTE E DETERMINANTE PARA OS PRÓXIMOS ANOS:

**A RELAÇÃO DE VALOR COM A COMIDA VAI MUDAR.**



### TRANSFORMAÇÃO

Grande transformação nos hábitos dos lares pesquisados: **CHEGOU A 77%** o número dos que declaram algum tipo de mudança em seus hábitos alimentares - **E A PERCEPÇÃO É, SOBRETUDO, NEGATIVA.**



### MOOD

**A RELAÇÃO COM A COMIDA PIOROU:** a qualidade cai e há uma significativa piora na autopercepção de saudabilidade!



### ATITUDE

O isolamento cai a cada semana e a **INSEGURANÇA CRESCE.**



## COMIDA

**O BRASILEIRO QUER: SEGURANÇA, PRATICIDADE, CONVENIÊNCIA E INDULGÊNCIA.**

A hora é agora para: congelados, prontos, semi-prontos, produtos de passar no pão, pães, frios e ingredientes para receitas caseiras com mão na massa.



## DELIVERY

Se por um lado cresce o hábito de cozinhar, por outro também cresce o hábito de pedir comida pronta algumas vezes por semana para **VARIAR AS REFEIÇÕES DO DIA A DIA.**



## NA COZINHA

**4 EM CADA 10 PESQUISADOS PASSARAM A COZINHAR** ou aumentaram a frequência na cozinha - principal mudança em tempos de distanciamento social.



## NO MERCADO

**OS BRASILEIROS DESCOBRIRAM NOVOS CANAIS DE COMPRA COMO O DELIVERY,** mas a estrutura digital de alimentos e bebidas não suportou a demanda crescente. Enquanto isso, **SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS MANTIVERAM SEU PROTAGONISMO,** principalmente para as classes mais baixas.



## BEM ESTAR

Os consumidores não estão conseguindo gerenciar os hábitos alimentares em tempos de confinamento e **BUSCAM NO EXERCÍCIO UMA RESPOSTA POSITIVA AO SEDENTARISMO.**



## INFORMAÇÃO

**CRESCEM FONTES MAIS CONFIÁVEIS** como sites sobre alimentação, ao mesmo tempo que sites de notícias e Instagram consolidam-se como as principais fontes de informação sobre alimentação e saúde. Enquanto isso, **CONTEÚDOS VIA WHATSAPP PERDEM POPULARIDADE E CONFIABILIDADE.**

# AO LONGO DAS ÚLTIMAS QUATRO SEMANAS,

acompanhamos a alimentação e o bem-estar dos brasileiros após o isolamento por conta do COVID-19. E o que vimos foi uma grande transformação nos hábitos alimentares dos lares pesquisados, seja com relação à escolha dos grupos de alimentos consumidos ou na forma de preparar a comida.

No início da quarentena, talvez por acreditarem que tudo isso logo acabaria, notamos mais consciência para o isolamento social total da casa. Porém, com o passar das semanas e por motivos diversos, foi possível verificar que há cada vez menos famílias cumprindo as recomendações dos órgãos de saúde.

Neste contexto, o percentual de lares onde a alimentação apresentou mudanças chegou a atingir 77% dos pesquisados, mostrando claramente o impacto brutal da COVID-19 no dia a dia das famílias brasileiras. Na prática, o isolamento levou o escritório das pessoas para a casa, os filhos deixaram de ir à escola e grande parte teve que se adaptar para alimentar todos os membros da família durante todas as refeições, o que certamente gerou um novo hábito alimentar neste mesmo período.

O consumo de alimentos frescos como frutas e verduras mudou para aproximadamente 60% dos pesquisados desde a primeira semana, dividindo-se igualmente entre os que aumentaram ou diminuíram o consumo. Por outro lado, alimentos secos (arroz, feijão e enlatados), carnes congeladas e marmitas/pratos

delivery apresentaram clara tendência de crescimento, assim como mais lares compraram salsichas/linguiças/embutidos.

Da mesma forma, produtos para lanches como pipoca/barrinhas e castanhas, assim como como pães e frios cresceram consistentemente ao longo do último mês - abastecendo mais da metade dos lares que declararam realizar lanches entre as refeições e deixando evidente que as famílias buscaram praticidade na alimentação.

Destaque também para o aumento do consumo de peixes na última semana por conta das comemorações da Semana Santa, assim como guloseimas/doces e chocolates que já cresciam nas primeiras semanas - e apresentaram um salto ainda maior por conta da Páscoa.

É no meio destas mudanças nos grupos alimentares que parece ter surgido um novo patamar no hábito de cozinhar: aproximadamente 4 em cada 10 pesquisados passaram a cozinhar ou aumentaram a frequência na cozinha, hábito este que se manteve ao longo das semanas. Esta talvez seja a principal mudança em tempos de distanciamento social e será importante observar como este novo comportamento dos lares evoluirá ao longo dos próximos meses em que a vida hipoteticamente voltará ao normal.

E se por um lado cresce o hábito de cozinhar, por outro é certo que os brasileiros descobriram novos canais de compra como o delivery: cresceu o hábito de pedir comida pronta algumas vezes por semana, atingindo 42% de penetração no último mês.

Este é mais um indicativo de que, na hora de variar as refeições do dia

a dia, a praticidade e até a indulgência parecem ser os principais critérios de escolha da refeição.

Além disso, foram massivas as campanhas pela TV aberta e Internet de promoções dos restaurantes e das grandes marcas de aplicativos de entregas, o que provavelmente atraiu o público para aproveitar os bons preços neste momento.

Apesar deste crescimento, supermercados/hipermercados mantiveram seu protagonismo como principal canal de abastecimento na semana, um hábito que mais da metade dos brasileiros manteve mesmo com as recomendações de deslocamento restrito.

A rotina da casa mudou e, mesmo sabendo que talvez as escolhas não fossem as mais adequadas nutricionalmente, não houve motivação para a maioria das pessoas planejarem suas refeições de maneira mais saudável. A consequência desta nova realidade é que há uma significativa piora na autopercepção de saudabilidade da alimentação entre os brasileiros, assim como o predomínio de lares que declaram que a qualidade da sua alimentação piorou. Este sentimento negativo permanecerá para uma importante parcela da população e certamente trará desafios para a indústria de alimentos daqui para frente.

Para tentar manter o bem-estar no meio de tantas oscilações, os brasileiros consolidaram o hábito de assistir filmes/séries, mantendo principalmente a organização da casa e o convívio social através de meios eletrônicos. A mudança mais significativa ficou mesmo por conta do aumento da prática de exercícios, uma rotina que cada vez mais pesquisados foram introduzindo semana após semana – muito provavelmente em função da grande

oferta de debates e apresentações ao vivo nos meios digitais, além da sensação de confinamento.

Durante o período analisado, Instagram e sites de notícias oscilaram como as principais fontes de informação sobre alimentação e saúde, ao mesmo tempo que verificamos consistentemente um crescimento de fontes mais confiáveis como sites sobre alimentação – em detrimento da queda de popularidade do WhatsApp semana após semana.

A pesquisa abrangeu todas as regiões brasileiras e teve a periodicidade semanal durante o período de isolamento da COVID-19, com o objetivo de acompanhar o comportamento dos brasileiros com relação a alimentação, saudabilidade, culinária e bem-estar.

A amostra seguiu critérios estatísticos do perfil populacional brasileiro, em termos de idade, renda e distribuição populacional das regiões pesquisadas.



# SEMANA 04

08 A 14

ABRIL

2020

SEMANA 01 | 17 A 23 MARÇO 2020

SEMANA 02 | 24 A 31 MARÇO 2020

SEMANA 03 | 01 A 07 ABRIL 2020

SEMANA 04

# 652

RESPONDENTES  
EM TODAS AS  
REGIÕES DO BRASIL

SEMANA 01 - 1.074 respondentes

SEMANA 02 - 792 respondentes

SEMANA 03 - 494 respondentes

## AMOSTRA

HOMENS  
E MULHERES  
18 - 65 + ANOS

## METODOLOGIA

QUESTIONÁRIO  
ELETRÔNICO

## COLETA DE DADOS

COLETA ONLINE  
ENTRE OS DIAS  
13 E 14 DE ABRIL

## O momento de isolamento

Provavelmente uma consequência do afrouxamento das políticas públicas de isolamento nas últimas semanas, há **cada vez menos famílias em isolamento total**.

Semana 02



Semana 03



Semana 04



■ Todos estão saindo para trabalhar normalmente

■ Alguns estão em isolamento e outros trabalhando

■ A família inteira está em isolamento

# A Alimentação mudou após o covid-19?

Após uma clara alteração durante as 3 primeiras semanas, as mudanças na alimentação durante o isolamento parecem ter chegado ao seu limite – nesta quarta semana há inclusive um retorno do crescimento dos que não reportam mudanças na alimentação.

Semana 01



Semana 02



Semana 03



Semana 04



■ Não mudou nada ■ Mudou um pouco ■ Mudou muito ■ Mudou extremamente

# Como ficou a qualidade da alimentação?

Após uma aparente melhora na percepção dos brasileiros na terceira semana, a **tendência negativa sobre a qualidade da alimentação retorna aos níveis iniciais estudo.**

Semana 02



Semana 03



Semana 04

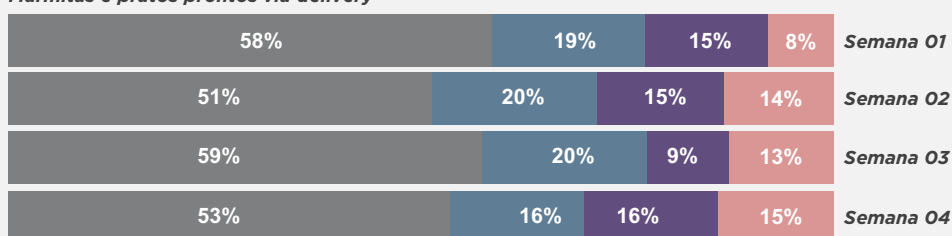


■ Muito pior ■ Pior ■ A mesma qualidade ■ Melhor ■ Muito melhor

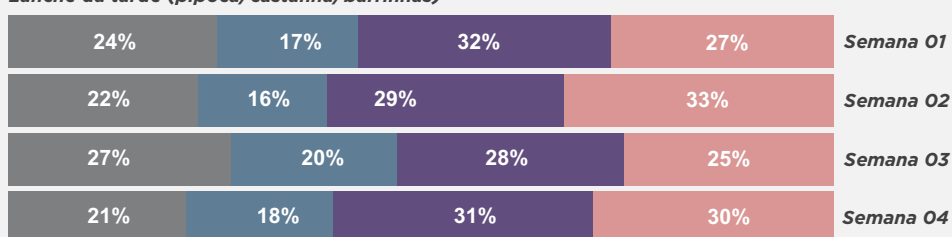
# Consumo de alimentos na última semana

Ao longo de 4 semanas de isolamento, o consumo de **alimentos frescos e secos apresentaram estabilidade ou pequenas oscilações**, enquanto **carnes congeladas, lanches da tarde e marmitas delivery apresentaram crescimento**.

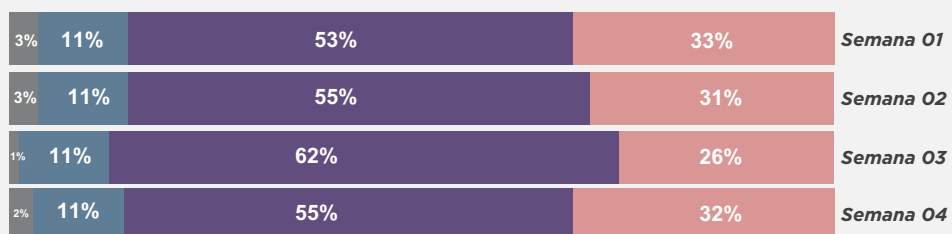
## Marmitas e pratos prontos via delivery



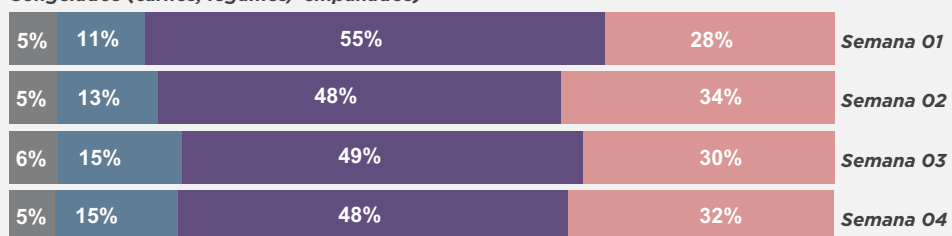
## Lanche da tarde (pipoca/castanha/barrinhas)



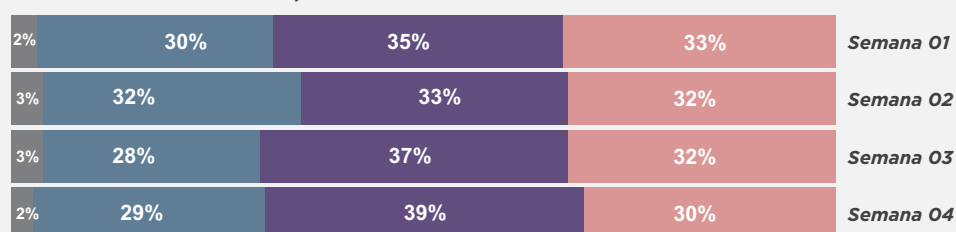
## Alimentos secos (arroz, feijão, enlatados)



## Congelados (carnes, legumes/ empanados)



## Alimentos frescos como frutas/ verduras



Não compra
  Diminuiu
  Não mudou
  Aumentou

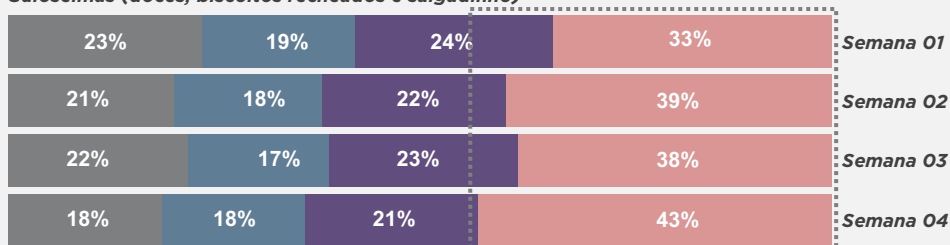


# Consumo de alimentos na última semana

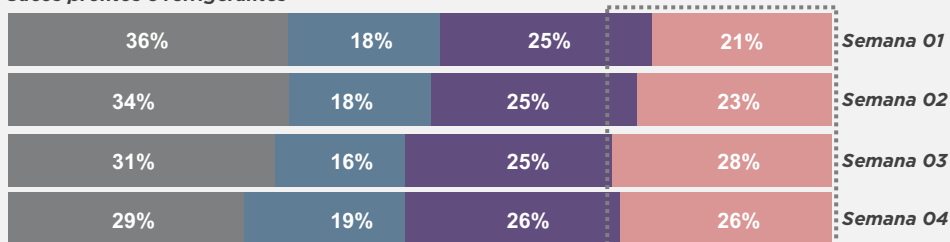
**Produtos para lanches (como pães e frios) e sucos prontos/refrigerantes** cresceram consistentemente ao longo das 4 semanas, assim como mais lares compraram **salsichas/linguiças/embutidos**.

Destaque na última semana para **o aumento pontual do consumo de peixes** e **o incremento ainda mais robusto para a compra de doces/ chocolates** provavelmente por conta da Páscoa.

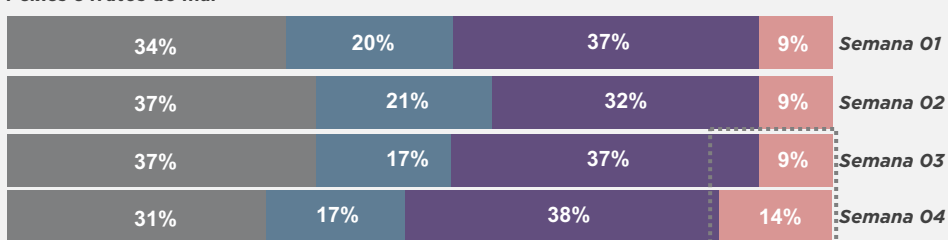
*Guloseimas (doces, biscoitos recheados e salgadinho)*



*Sucos prontos e refrigerantes*



*Peixes e frutos do mar*

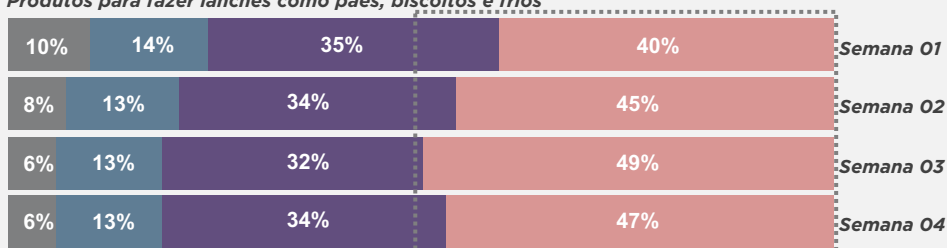


Não compra
  Diminuiu
  Não mudou
  Aumentou

# Consumo de alimentos na última semana

(continuação)

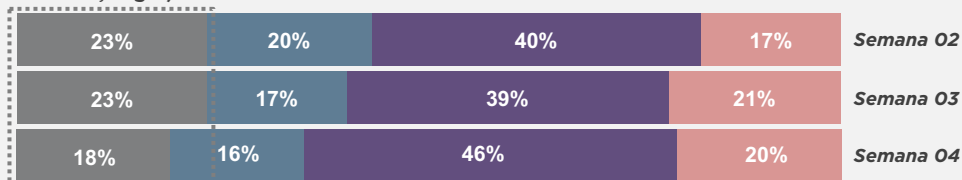
## Produtos para fazer lanches como pães, biscoitos e frios



## Pratos prontos congelados do supermercado



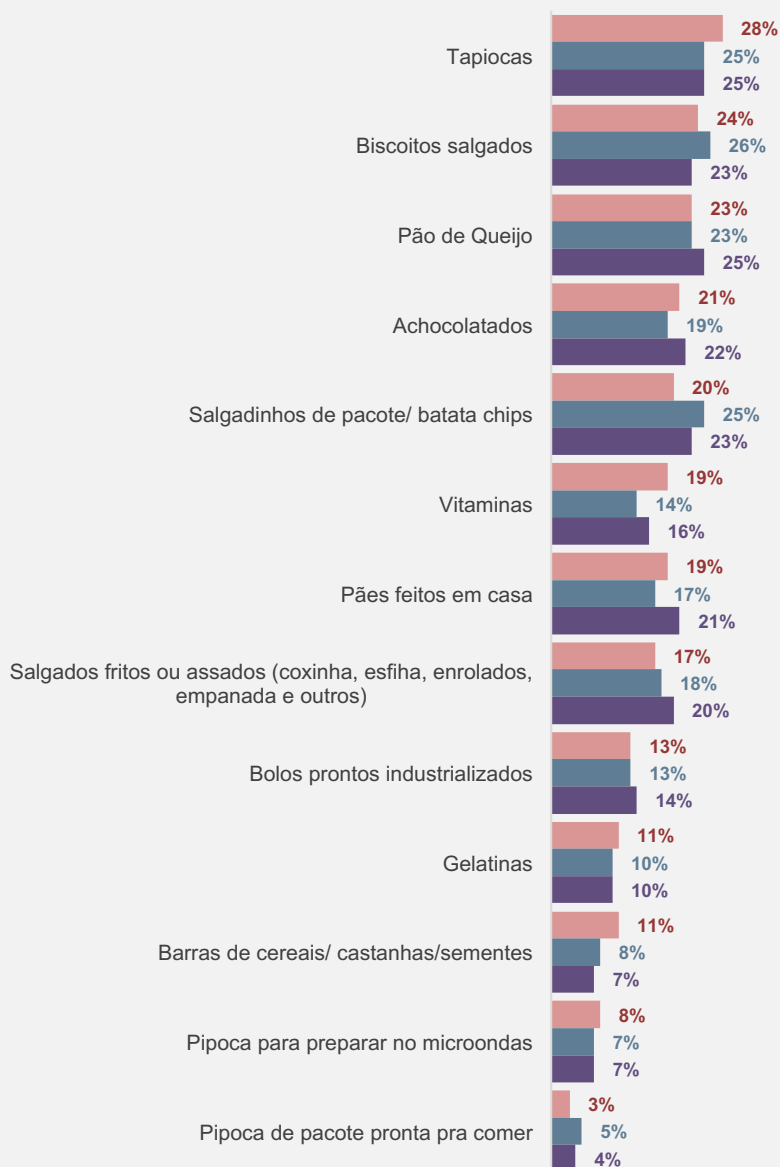
## Salsichas, linguiças e outros embutidos



Não compra
  Diminuiu
  Não mudou
  Aumentou

# Os lanches entre as refeições

Durante o isolamento, observamos mais da metade dos lares realizando lanches entre as refeições, com estabilidade na grande maioria dos produtos consumidos. **Aumento no preparo de bolos caseiros no último período**, além do já observado **crescimento de chocolates por conta da sazonalidade da Páscoa**.



■ Semana 02
 ■ Semana 03
 ■ Semana 04

54% - semana 02  
59% - semana 03

**56%**

Realizou lanches na última semana

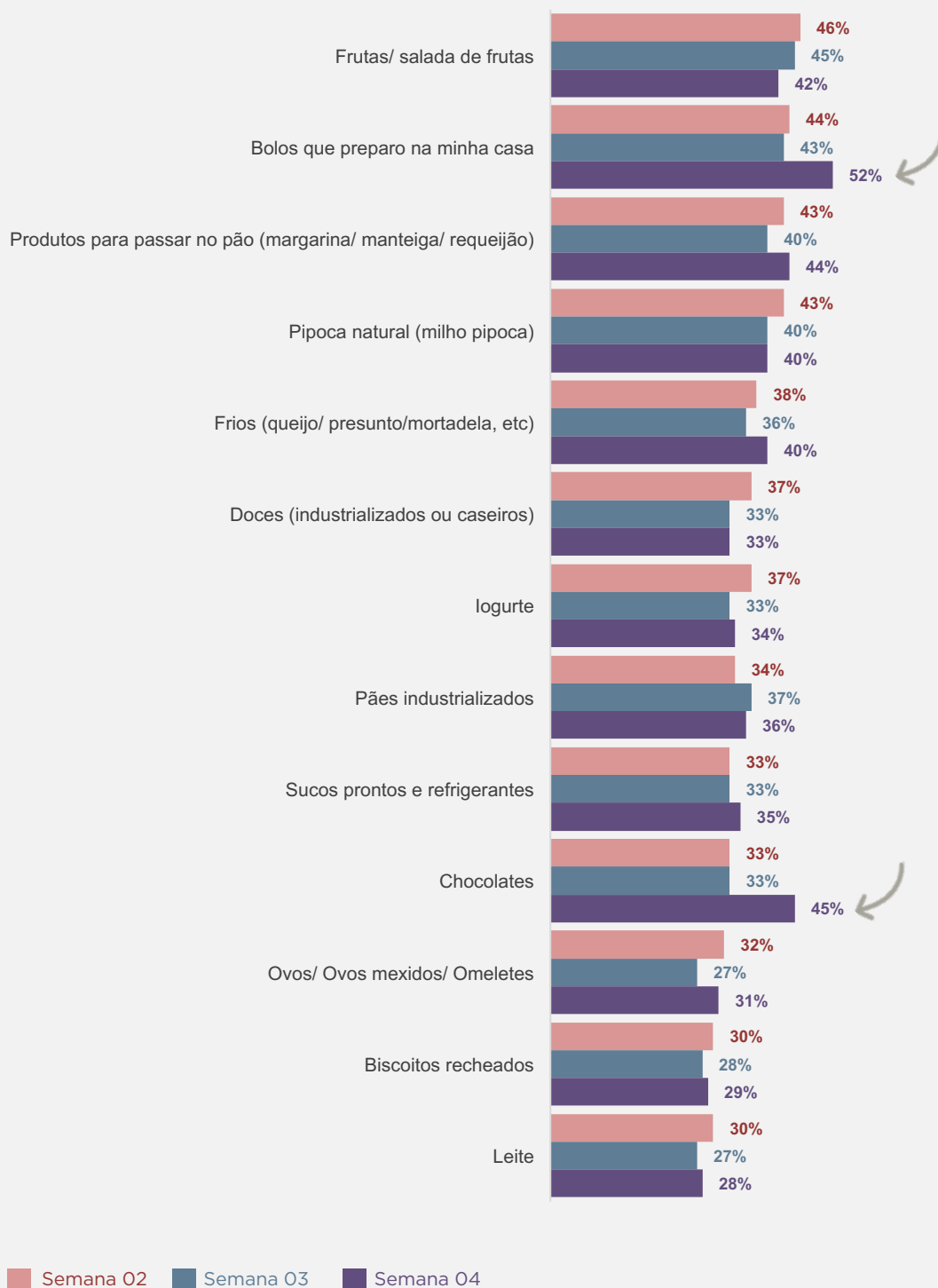
46% - semana 02  
41% - semana 03

**44%**

NÃO fez lanches na última semana

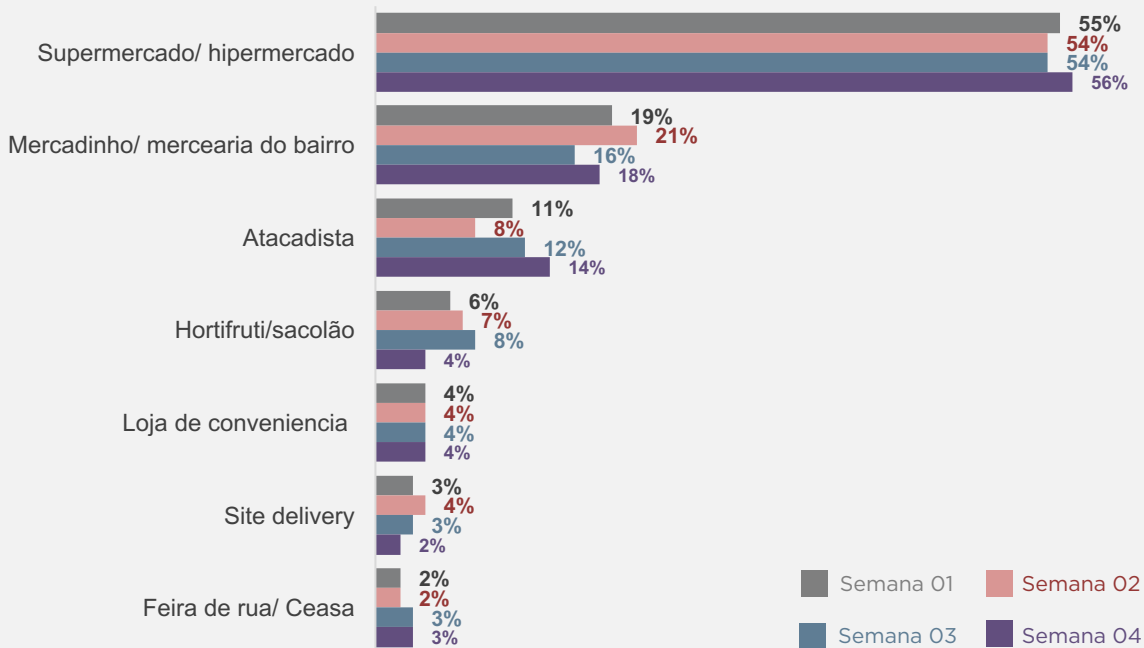
# Os lanches entre as refeições

(continuação)



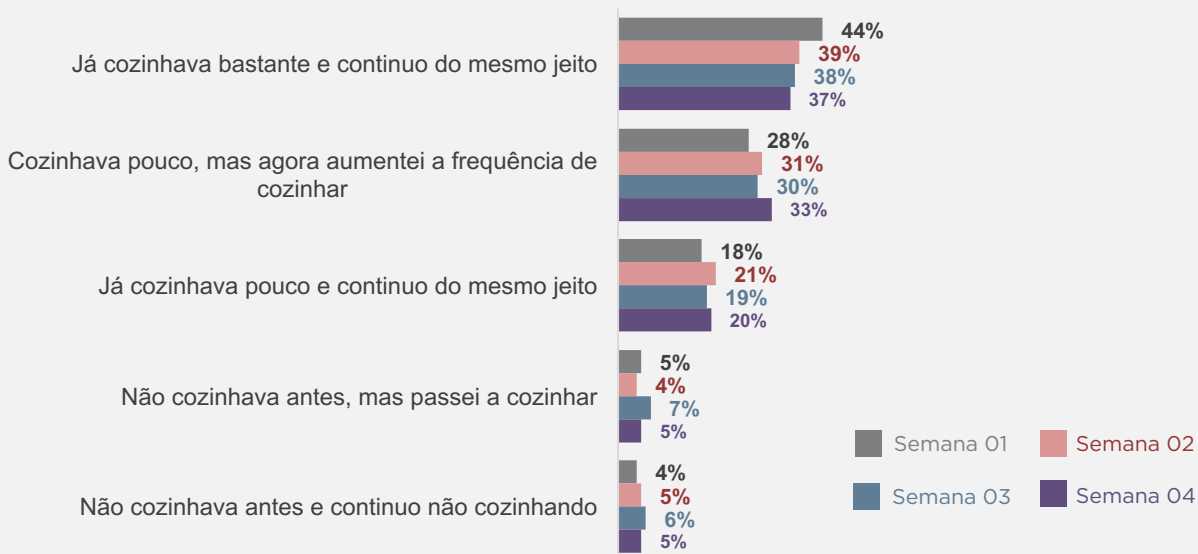
# Local de compra de alimentos

Em tempos de isolamento, é certo que os brasileiros descobriram novos canais de compra - mas **supermercados/hipermercados mantiveram seu protagonismo como principal canal de abastecimento.**



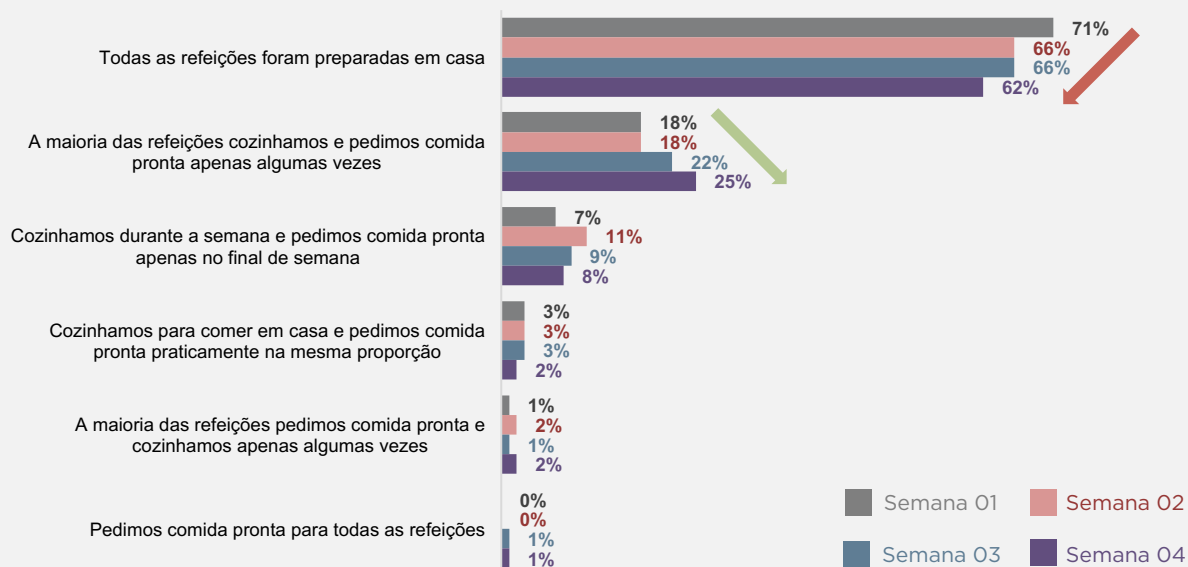
# O hábito de cozinhar mudou?

Uma das características mais importantes deste período foram as mudanças no hábito de cozinhar: **aproximadamente 4 em cada 10 pesquisados passaram a cozinhar ou aumentaram a frequência na cozinha.**



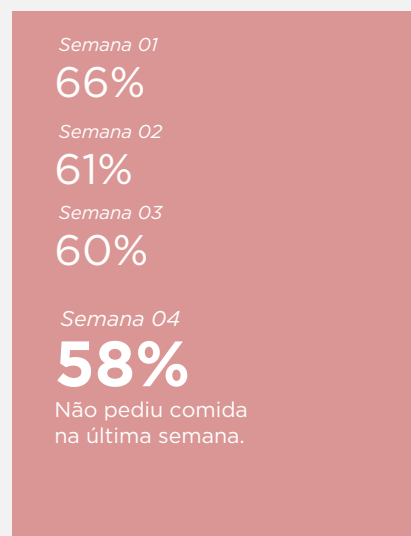
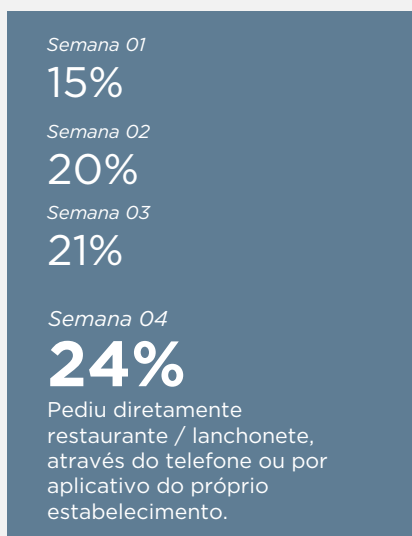
# Refeições caseiras vs. delivery

Da mesma forma, vemos uma estabilidade na parcela que preparou todas as refeições em casa de uma semana pra outra - apesar de um **provável crescimento na frequência de pedidos delivery.**



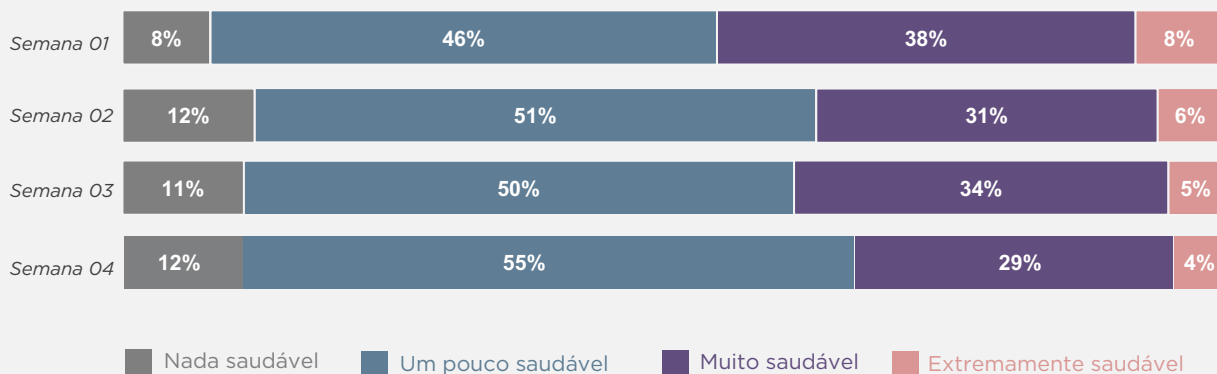
## Delivery e os meios utilizados

A consequência é que temos um **aumento de 12.p.p de penetração do delivery nos lares durante o último mês**, principalmente através do pedido direto ao estabelecimento.



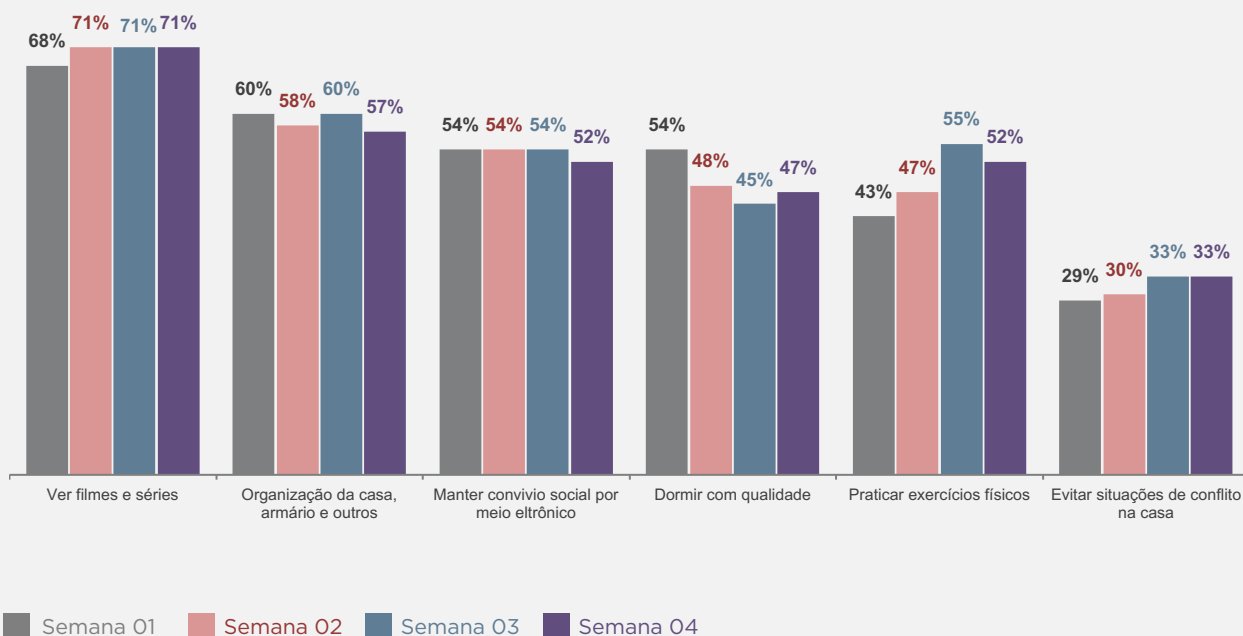
# A alimentação é saudável neste momento?

Se a qualidade da alimentação aparentemente piorou, esta nova realidade influencia uma **significativa piora na auto percepção de saudabilidade da alimentação entre os brasileiros.**



## Como manter o bem-estar?

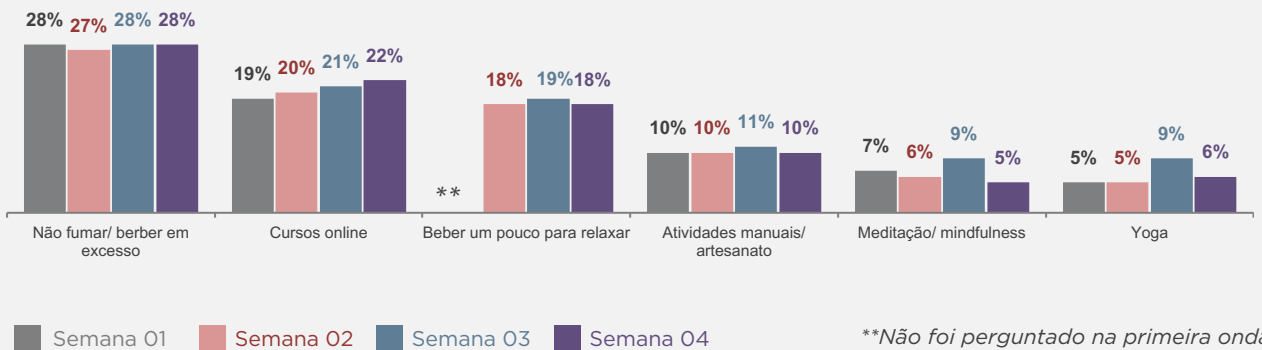
Os brasileiros **consolidaram o hábito de assistir filmes / séries**, mantendo a organização da casa e o convívio social através de meios eletrônicos - a mudança mais significativa ficou mesmo por conta do **aumento da prática de exercícios.**





## Como manter o bem-estar?

(continuação)

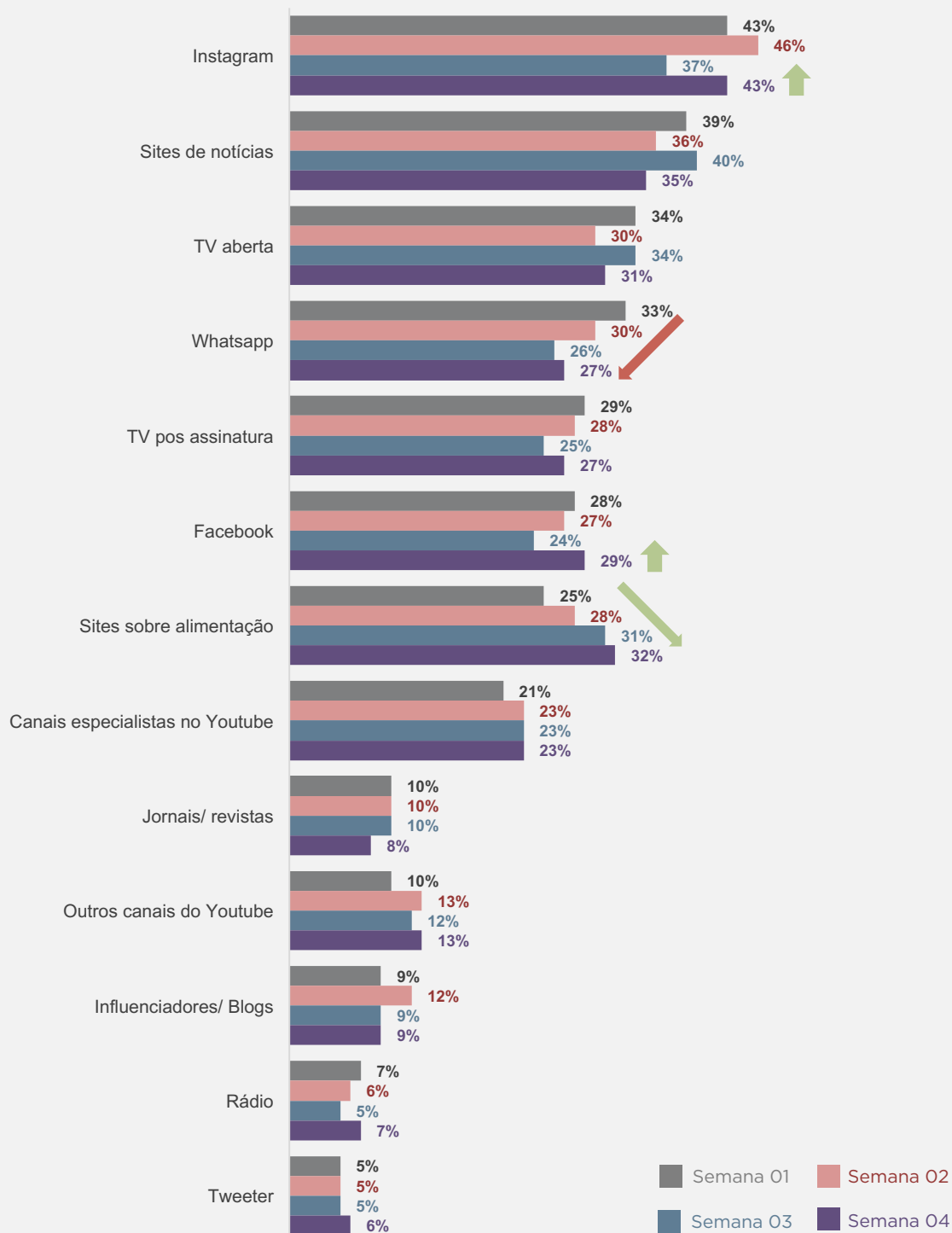


\*\*Não foi perguntado na primeira onda



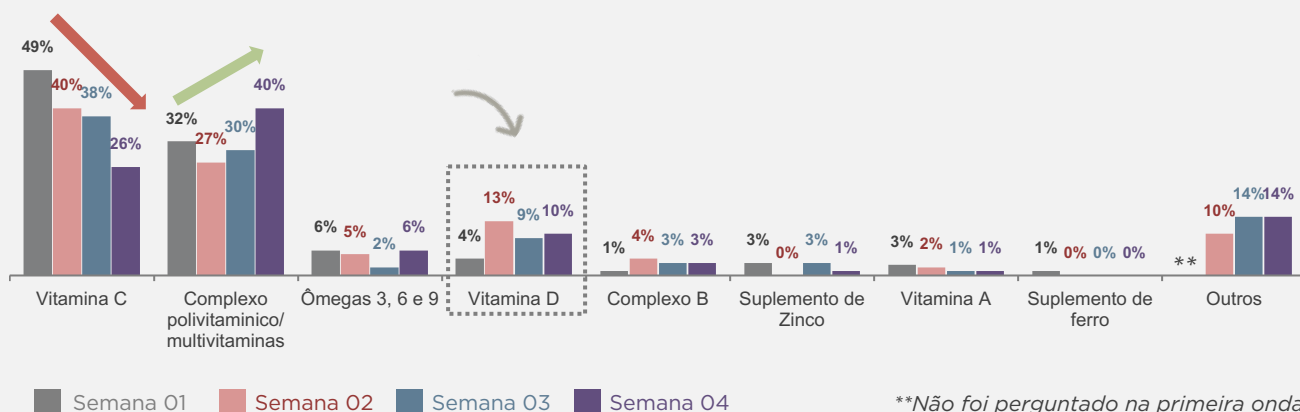
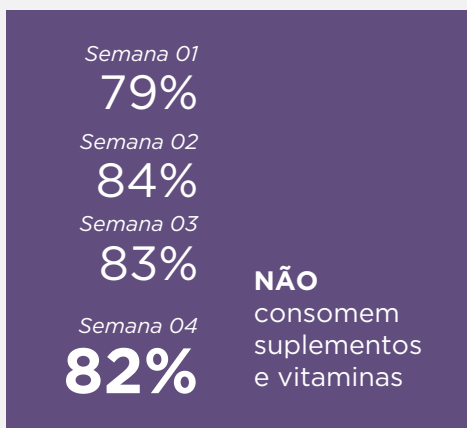
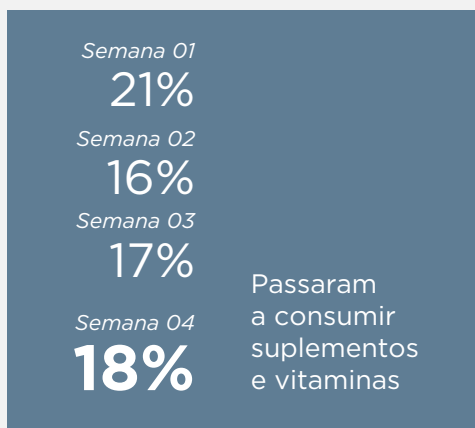
# Informação sobre alimentos e saúde

**Instagram e Sites de notícias oscilaram como as principais fontes de informação** ao longo das últimas 4 semanas, ao mesmo tempo que verificamos consistentemente uma **queda do WhatsApp e o crescimento dos Sites sobre alimentação**.



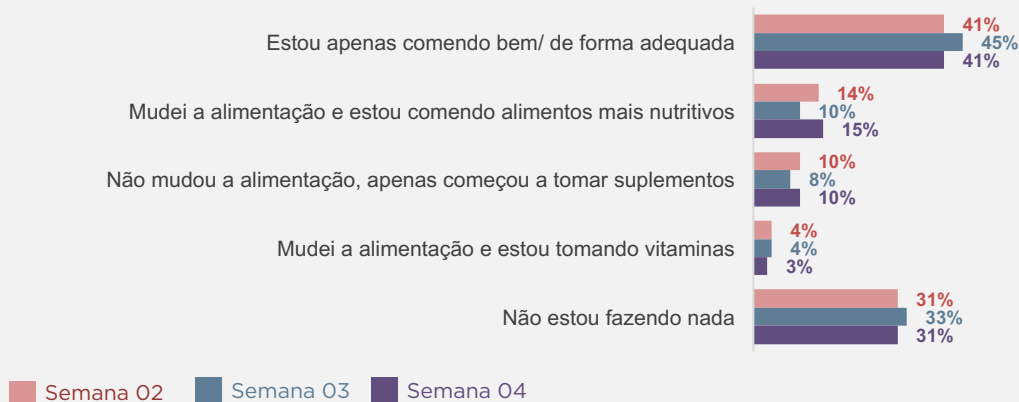
# Como ficou o uso de suplementos e vitaminas?

A cada semana, **um número estável de aproximadamente 20% dos brasileiros** declararam utilizar suplementos e vitaminas - no mesmo período, **crecem os Complexos Vitamínicos e Vitamina D, enquanto cai o uso de Vitamina C.**



# Como cuidam da imunidade?

Aproximadamente **7 em cada 10 brasileiros procuraram formas de aumentar a imunidade** durante este período de 4 semanas, principalmente através de uma **alimentação mais adequada e mais nutritiva.**



# Tracking COVID-19

ALIMENTAÇÃO  
E BEM - ESTAR

Março - Abril 2020

rgnutri  tech.fit

## SEMANA 04

Fale com a gente

**rgnutri**

[andrea@rgnutri.com.br](mailto:andrea@rgnutri.com.br)

 **tech.fit**

[alexandre@tech.fit](mailto:alexandre@tech.fit)