

Consumo de Bebidas Fora de Casa - Tendências - Brasil - Junho 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



"Apesar da redução do consumo de bebidas alcoólicas fora de casa observada no Brasil nos últimos anos, marcas de bebidas, principalmente de destilados, abrem cada vez mais bares próprios no país. Essa é uma estratégia interessante para incentivar o aumento do consumo e promover lançamentos recentes."
- Andre Euphrasio, Analista de Pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

- Empresas podem aproveitar o influxo de turistas no país
- Preço é um obstáculo para o aumento do consumo de álcool em bares
- Mercado de bebidas premium cresce no Brasil

A Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 representam boas oportunidades para o país, que enfrenta desafios acarretados por frequentes aumentos de impostos e rigorosas leis de trânsito em relação ao consumo de bebidas alcoólicas.

COMPRE ESTE
Relatório agora

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
EMEA
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil
0800 095 9094

Américas
+1 (312) 943 5250

APAC
+61 (0) 2 8284 8100

EMAIL:
oxygen@mintel.com

Você sabia?

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

Consumo de Bebidas Fora de Casa - Tendências - Brasil - Junho 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Sumário

Introdução

Definição

Cerveja

Destilados

Vinhos (sem gás e espumantes/frisantes)

Abreviações

Resumo Executivo

O mercado

Figura 1: Previsão de volume de consumo de cerveja fora de casa, Brasil, 2009-19

Figura 2: Previsão do volume de consumo de destilados fora de casa, Brasil, 2009-19

Figura 3: Previsão do volume de consumo de vinho fora de casa, Brasil, junho, 2009-19

Fatores que influenciarão o mercado

Figura 4: Impostos sobre bebidas alcoólicas selecionadas, 2013

Empresas, marcas e inovação

O consumidor

O que pensamos

Tópicos Centrais e Insights

Empresas podem aproveitar o influxo de turistas no país

Fatos

Repercussões

Preço é um obstáculo para o aumento do consumo de álcool em bares

Fatos

Repercussões

Mercado de bebidas premium cresce no Brasil

Fatos

Repercussões

Uso de Tendências

Tendência: Life Hacking (Informatização da Vida)

Tendência: Extend my Brand (Estenda a Minha Marca)

Mintel future: Brand Intervention (Intervenção de Marca)

Fatores que Influenciarão o Mercado

Tópicos centrais

Governo lança penalidades severas para combater a condução sob efeito do álcool

Parcerias são boas estratégias de promoção de marca

Aumento de impostos é obstáculo para categoria

Figura 5: Impostos sobre bebidas alcoólicas selecionadas em 2013

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: oxygen@mintel.com

Consumo de Bebidas Fora de Casa - Tendências - Brasil - Junho 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

A classe média tem sede de bebidas premium

Figura 6: Lançamentos de novas bebidas alcoólicas posicionadas como premium, 2009-14

Quem Está Inovando?

Tópicos centrais

Mudança de imagem atrai novos consumidores

Marcas promovem seus produtos através de bares próprios

Cachaçarias ganham destaque junto aos consumidores

Tamanho do Mercado, Previsão e Desempenho dos Segmentos

Tópicos centrais

A bebida mais popular do Brasil

Figura 7: Previsão do volume de consumo de cerveja fora de casa – Brasil, 2009-19

Figura 8: Volume do consumo de cerveja fora de casa, 2009-19

Uma mudança no gosto dos brasileiros

Figura 9: Previsão do volume de consumo de destilados fora de casa – Brasil, 2009-19

Figura 10: Volume do consumo de destilados fora de casa, 2009-19

O futuro promissor do vinho

Figura 11: Previsão do volume de consumo de vinho fora de casa – Brasil, 2009-19

Figura 12: Volume do consumo de destilados fora de casa, 2009-19

O mercado nos próximos anos

Fatores usados na previsão

Cerveja

Destilados

Vinho

O Consumidor – Frequência de Consumo de Diferentes Bebidas Fora de Casa

Tópicos centrais

Figura 13: Mudanças nos hábitos de consumo - bebidas alcoólicas em 2013, janeiro de 2014

Figura 14: Tipos de bebidas consumidas fora de casa, março de 2014

A preferida da nação

Figura 15: Tipos de cervejas consumidas fora de casa de duas a três vezes por mês ou mais, pela faixa etária e grupo socioeconômico, março de 2014

Destilados ainda são mais consumidos por pessoas do sexo masculino

Figura 16: Tipos de destilados consumidos fora de casa duas ou três vezes por mês ou mais, por gênero, março de 2014

Ainda há espaço para crescimento do mercado de vinho

Figura 17: Vinho consumido fora de casa de duas a três vezes por mês ou mais, pelo gênero, março de 2014

Figura 18: Tipos de vinho consumidos fora de casa duas ou três vezes por mês ou mais, por gênero e grupos socioeconômicos, março de 2014

O Consumidor – Ocasões de Consumo de Bebidas Fora de Casa

Tópicos centrais

Figura 19: Ocasões de consumo de bebidas fora de casa, março de 2014

O Consumidor – Atitudes e Comportamento de Consumo de Bebidas Fora de Casa

COMPRE ESTE
relatório agoraVISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: oxygen@mintel.com

Consumo de Bebidas Fora de Casa - Tendências - Brasil - Junho 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Tópicos centrais

Figura 20: Atitudes e comportamentos de consumo de bebidas alcoólicas fora de casa, março de 2014

Bebida e tira-gosto: a combinação perfeita para os brasileiros

Marcas podem atrair a atenção do consumidor no próprio local de consumo

O Consumidor – Locais de Consumo de Bebidas Fora de Casa

Tópicos centrais

Beber na casa de amigos está em primeiro lugar

Figura 21: Inflação trimestral, Brasil, janeiro de 2013 – abril de 2014

A grande atração dos botecos

Figura 22: Lugares de consumo de bebidas alcoólicas, pela demografia, março de 2014

Apêndice – Tamanho do Mercado e Previsão

Figura 23: Previsão adicional de melhor/pior cenário para cerveja, por volume, junho de 2014

Figura 24: Previsão adicional de melhor/pior cenário para destilados, por volume, junho de 2014

Figura 25: Previsão adicional de melhor/pior cenário para vinho, por volume, junho de 2014

Apêndice – O Consumidor – Frequência de Consumo de Bebidas Fora de Casa

Figura 26: Frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa, março de 2014

Figura 27: Frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - cerveja nacional padrão, pela demografia, março de 2014

Figura 28: Frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - chope, pela demografia, março de 2014

Figura 29: Frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - Cerveja nacional premium, pela demografia, março de 2014

Figura 30: Frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - Cerveja importada ou de marcas internacionais, pela demografia, março de 2014

Figura 31: Frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - cerveja artesanal, produzida artesanalmente pelo próprio bar, pela demografia, março de 2014

Figura 32: Frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - Cachaça, pela demografia, março de 2014

Figura 33: Frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - vodka, pela demografia, março de 2014

Figura 34: Frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - whisky, pela demografia, março de 2014

Figura 35: Frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - coquetéis, pela demografia, março de 2014

Figura 36: Frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa – Vinho sem gás, pela demografia, março de 2014

Figura 37: Frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - qualquer vinho espumante/frisante, pela demografia, março de 2014

Figura 38: Frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - outros destilados puros, pela demografia, março de 2014

Apêndice – O Consumidor – Ocasões de Consumo de Bebidas Fora de Casa

Figura 39: Ocasões de consumo de bebidas fora de casa, março de 2014

Figura 40: Ocasões de consumo de bebidas fora de casa, pela demografia, março de 2014

Figura 41: Ocasões de consumo de bebidas fora de casa, pela demografia, março de 2014 (cont.)

Apêndice – O Consumidor – Lugares Visitados Para Beber

Figura 42: Locais de consumo de bebidas alcoólicas, março de 2014

Figura 43: Locais de consumo de bebidas, pela demografia, março de 2014

Figura 44: Ocasões de consumo de bebidas fora de casa, por locais de consumo de bebidas, março de 2014

Apêndice – O Consumidor – Atitudes e Comportamento ao Sair para Beber

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: oxygen@mintel.com

Consumo de Bebidas Fora de Casa - Tendências - Brasil - Junho 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Figura 45: Atitudes e comportamentos ao sair para beber, março de 2014

Figura 46: Atitudes e comportamentos ao sair para beber, pela demografia, março de 2014

Figura 47: Atitudes e comportamento ao sair para beber, pela demografia, março de 2014 (cont.)

Figura 48: Atitudes e comportamentos ao sair para beber, pela frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - Cerveja nacional padrão, março de 2014

Figura 49: Atitudes e comportamentos ao sair para beber, pela frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - Chope, março de 2014

Figura 50: Atitudes e comportamentos ao sair para beber, pela frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - cerveja nacional premium, março de 2014

Figura 51: Atitudes e comportamentos ao sair para beber, pela frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - cerveja importada ou de marcas internacionais, março de 2014

Figura 52: Atitudes e comportamentos ao sair para beber, pela frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - cerveja artesanal, março de 2014

Figura 53: Atitudes e comportamentos ao sair para beber, pela frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - cachaça, março de 2014

Figura 54: Atitudes e comportamentos ao sair para beber, pela frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - vodca, março de 2014

Figura 55: Atitudes e comportamentos ao sair para beber, pela frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - whisky, março de 2014

Figura 56: Atitudes e comportamentos ao sair para beber, pela frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - coquetéis, março de 2014

Figura 57: Atitudes e comportamentos ao sair para beber, pela frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - vinho sem gás, março de 2014

Figura 58: Atitudes e comportamentos ao sair para beber, pela frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - qualquer vinho espumante, março de 2014

Figura 59: Atitudes e comportamentos ao sair para beber, pela frequência de consumo de diferentes bebidas fora de casa - outros destilados puros, março de 2014

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: oxygen@mintel.com