

## Iogurtes - Brasil - Setembro 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.



“O iogurte grego ainda precisa conquistar mais consumidores fora da região Sudeste, enquanto os funcionais tem a possibilidade de ficarem mais atraentes para a classe AB. Sabores diferenciados podem aumentar o consumo de iogurtes entre os homens e a conveniência do iogurte pode ser posicionada para que ele seja mais lembrado como um snack durante o trabalho”  
– Naira Sato, Analista Sênior

Este relatório responde às seguintes questões:

- Como aumentar o consumo de iogurte grego em todas as regiões do Brasil?
- Classe AB pode aumentar a frequência de consumo de iogurtes por meio de atributos de saudabilidade?
- Iogurte pode ser mais posicionado como um lanche durante o período de trabalho?
- Maior diversidade de sabores e sabores mais indulgentes podem aumentar o consumo de iogurtes dos homens?

A vantagem do iogurte é que ele já é visto como sendo um produto saudável pela maioria dos brasileiros, e também já é posicionado como sobremesa e lanche rápido por muitos consumidores – fatores que cobrem os aspectos de saudabilidade e conveniência, que atualmente são importantes para a categoria de alimentos em geral. Os iogurtes funcionais e os iogurtes gregos têm conseguido aumentar o consumo dos brasileiros nos últimos anos, e é esperado que inovações de maior valor agregado e a criação de novos hábitos de consumo possam impulsionar ainda mais o mercado de iogurtes no Brasil.

COMPRE ESTE  
Relatório agora

VISITE:  
[store.mintel.com](http://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:  
[reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

Você sabia?

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

# Íogurtes - Brasil - Setembro 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

- Definições
- Mercado de iogurtes
- Siglas
- Moedas e escalas

### Resumo Executivo

#### O mercado

Figura 1: Previsão de valor do mercado de iogurtes, no varejo, 2009-19

#### Empresas, marcas e inovações

##### Danone lidera o mercado de iogurtes no Brasil

Figura 2: Participação das empresas no mercado de iogurtes, em valor, 2012-13

#### O consumidor

##### Edições limitadas de iogurtes podem aumentar a frequência de consumo dos brasileiros entre 16 a 34 anos

Figura 3: Frequência de consumo de iogurte de potinho com sabor (ex. Danoninho), por faixa etária, junho 2014

##### Iogurtes que ajudam a saciar a fome podem ser atraentes para consumidores que costumam pular refeições

Figura 4: Ocasões de consumo de iogurtes "para substituir uma refeição", por regiões brasileiras, junho 2014

##### Direcionar o iogurte para o uso culinário pode ajudar a desenvolver mais a categoria no Brasil

Figura 5: Atitudes e opiniões sobre iogurtes "iogurte é um substituto saudável de creme de leite, como ingrediente culinário", por faixa etária, junho 2014

##### Lares com filhos costumam comprar mais de um tipo de iogurte, o que pode impulsionar o consumo

Figura 6: Comportamento em relação a iogurtes "normalmente compro tipos diferentes de iogurtes para cada um da minha família", por filhos morando ou não na residência, junho 2014

#### O que pensamos

### Mercado – Tópicos Centrais

Como criar mais relevância para o iogurte grego em todas as regiões do Brasil?

Classe AB pode aumentar a frequência de consumo de iogurtes por meio de atributos de saudabilidade?

Iogurte pode ser mais posicionado como um lanche durante o período de trabalho?

Maior diversidade de sabores e sabores mais indulgentes podem aumentar o consumo de iogurtes dos homens?

### Aplicação de Tendências

Tendência: FSTR HYPR (Rápido e Mais Rápido)

Tendência: Transumers (Consumidores em Trânsito)

Tendência: Extend My Brand (Amplie Minha Marca)

### Quem Está Inovando?

#### Tópicos centrais

##### Inovações em iogurte grego dos EUA podem ser utilizadas no Brasil para contribuir para o crescimento do segmento

Figura 7: Participação de iogurtes gregos nos lançamentos de iogurtes no mercado brasileiro, agosto 2011 a julho 2014

##### Iogurte pode satisfazer a demanda por uma alimentação infantil mais saudável

Figura 8: Lançamentos de iogurtes posicionados para bebês e crianças até 12 anos como participação no total de novos produtos no mercado brasileiro de iogurtes, 2009-13

COMPRE ESTE  
relatório agora

VISITE: [store.mintel.com](http://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: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

# Iogurtes - Brasil - Setembro 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.

Produtos com mais ingredientes podem oferecer mais funcionalidade e gerar diferencial no mercado

Figura 9: Lançamentos de iogurtes com claims "sem/com menos gordura", "sem/com menos açúcar", "regula o funcionamento do intestino", "sem/com menos calorias" como participação no total de novos produtos no mercado brasileiro de iogurtes, 2009-13

## Mercado e Previsão

Tópicos centrais

Mercado de iogurtes cresce principalmente em faturamento devido aos lançamentos de maior valor agregado

Figura 10: Vendas no varejo de iogurtes, Brasil, valor e volume, 2009-19

Demanda por mais conveniência e maior renda impulsionam o consumo de iogurtes no Brasil

Inovações em iogurtes funcionais e gregos contribuem para manter a dinamicidade da categoria

Figura 11: Previsão de valor do mercado de iogurtes, no varejo, 2009-19

Figura 12: Previsão de volume do mercado de iogurtes, no varejo, 2009-19

Fatores usados na previsão

## Participação no Mercado

Tópicos centrais

Danone lidera o mercado de iogurtes no Brasil

Figura 13: Participação das empresas no varejo de iogurtes, em valor, 2012-13

Figura 14: Participação das empresas no varejo de iogurtes, em volume, 2012-13

## Empresas e Marcas

Danone

BRF

Nestlé

Vigor

## O Consumidor – Frequência de Consumo

Tópicos centrais

Figura 15: Frequência de consumo de iogurtes, junho de 2014

Embalagens mais direcionadas para o consumo on-the-go podem aumentar a frequência de consumo de iogurtes para beber

Figura 16: Consumo total de iogurtes e ocasião de consumo de iogurtes "para comer/beber em qualquer lugar/andando (ex. indo para o trabalho, etc)", junho 2014

Edições limitadas de iogurtes podem aumentar a frequência de consumo dos brasileiros entre 16 a 34 anos

Figura 17: Frequência de consumo de iogurte de potinho com sabor (ex. Danoninho), por faixa etária, junho 2014

## O Consumidor – Ocasões de Consumo

Tópicos centrais

Figura 18: Ocasões de consumo de iogurtes, junho 2014

Iogurtes que ajudam a saciar a fome podem ser atraentes para consumidores que costumam pular refeições

Figura 19: Ocasões de consumo de iogurtes "para substituir uma refeição", por regiões brasileiras, junho 2014

Iogurtes têm oportunidade de se posicionar mais para o momento do café da manhã

Figura 20: Ocasião de consumo de iogurtes "como parte do café da manhã (ex. com cereais, fruta)", por situação atual de trabalho, junho 2014

## O Consumidor – Atitudes e Opiniões sobre Iogurtes

Tópicos centrais

COMPRE ESTE  
relatório agora

VISITE: [store.mintel.com](http://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: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## Íogurtes - Brasil - Setembro 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 21: Atitudes e opiniões sobre íogurtes, junho 2014

**Direcionar o íogurte para o uso culinário pode ajudar a desenvolver mais a categoria no Brasil**

Figura 22: Atitudes e opiniões sobre íogurtes "íogurte é um substituto saudável de creme de leite, como ingrediente culinário", por faixa etária, junho 2014

**Propostas para o público feminino podem deixar o íogurte grego mais atraente**

Figura 23: Atitudes e opiniões sobre íogurtes, por gênero, junho 2014

### O Consumidor – Comportamento em Relação a Íogurtes

**Tópicos centrais**

Figura 24: Comportamento em relação a íogurtes, junho 2014

**É importante que as marcas de íogurtes fidelizem seus consumidores brasileiros, que são atraídos por promoções e ofertas**

Figura 25: Comportamento em relação a íogurtes "normalmente compro qualquer marca de íogurte que estiver em promoção/oferta", por classe social, junho 2014

**Lares com filhos costumam comprar mais de um tipo de íogurte, o que pode impulsionar o consumo**

Figura 26: Comportamento em relação a íogurtes "normalmente compro tipos diferentes de íogurtes para cada um da minha família", por filhos morando ou não na residência, junho 2014

### Apêndice – Mercado e Previsão

Figura 27: Melhor e pior cenário para a previsão de valor do mercado de íogurtes, no varejo, 2014-19

Figura 28: Melhor e pior cenário para a previsão de volume do mercado de íogurtes, no varejo, 2014-19

### Apêndice – O Consumidor – Frequência de Consumo

Figura 29: Frequência de consumo de íogurtes, junho 2014

Figura 30: Frequência de consumo de íogurtes – Íogurte natural de potinho (ex. Sem sabor), pela demografia, junho 2014

Figura 31: Frequência de consumo de íogurtes – Íogurte de potinho com sabor (ex. Danoninho), pela demografia, junho 2014

Figura 32: Frequência de consumo de íogurtes – Íogurte para beber (ex. Danup, Neston), pela demografia, junho 2014

Figura 33: Frequência de consumo de íogurtes – Íogurte diet/light (ex. Corpus, Molico), pela demografia, junho 2014

Figura 34: Frequência de consumo de íogurtes – Íogurte grego (ex. Vigor, Nestle), pela demografia, junho 2014

Figura 35: Frequência de consumo de íogurtes – Íogurte grego light/zero (ex. Vigor Zero), pela demografia, junho 2014

Figura 36: Frequência de consumo de íogurtes – Íogurte com propriedades funcionais (ex. Activia, Densia), pela demografia, junho 2014

Figura 37: Frequência de consumo de íogurtes – Íogurte orgânico, pela demografia, junho 2014

Figura 38: Frequência de consumo de íogurtes – Íogurte com cereais (ex. com aveia), pela demografia, junho 2014

Figura 39: Frequência de consumo de íogurtes – Íogurte com calda de fruta ou pedaços de fruta, pela demografia, junho 2014

### Apêndice – O Consumidor – Ocasões de Consumo

Figura 40: Ocasões de consumo de íogurtes, junho 2014

Figura 41: Ocasões de consumo de íogurtes, pela demografia, junho 2014

### Apêndice – O Consumidor – Atitudes e Opiniões sobre Íogurtes

Figura 42: Atitudes e opiniões sobre íogurtes, junho 2014

Figura 43: Atitudes e opiniões sobre íogurtes, pela demografia, junho 2014

Figura 44: Atitudes e opiniões sobre íogurtes, pela demografia, junho 2014 (continuação)

### Apêndice – O Consumidor – Comportamento em Relação a Íogurtes

Figura 45: Comportamento em relação a íogurtes, junho 2014

Figura 46: Comportamento em relação a íogurtes, pela demografia, junho 2014

**COMPRE ESTE  
relatório agora**

VISITE: [store.mintel.com](http://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: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## Iogurtes - Brasil - Setembro 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 47: Comportamento em relação a iogurtes, pela demografia, junho 2014 (continuação)

Figura 48: Comportamento em relação a iogurtes, pela demografia, junho 2014 (continuação)

Figura 49: Comportamento em relação a iogurtes, pela demografia, junho 2014 (continuação)

COMPRE ESTE  
relatório agora

VISITE: [store.mintel.com](http://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: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)