

## Carnes Processadas - Brasil - Março 2015

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.



"Embora o consumo de carnes processadas esteja aumentando entre os brasileiros, eles ainda preferem comprar carne crua. Além disso, o preço desempenha um papel importante na compra de carnes processadas."

– Andre Euphrasio, Analista de Pesquisa

## Este relatório responde às seguintes questões:

Em 2014, o valor de vendas do mercado varejista de carne processada no Brasil chegou a R\$ 7,3 bilhões, um crescimento de 16% em relação ao ano anterior. A previsão é de que apresente um crescimento de 40% entre 2014 e 2019.

Hoje, mais do que nunca, os brasileiros consomem alimentos processados, incluindo uma grande variedade de carnes processadas. Para aumentar ainda mais este consumo, as empresas podem lançar novas receitas e sabores, e notar que os consumidores estão também mais exigentes em relação a produtos saudáveis.

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

# Carnes Processadas - Brasil - Março 2015

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

Abreviações

### Resumo executivo

O mercado

Figura 1: Previsão de vendas de carnes processadas, 2009-19

Fatores que irão influenciar o mercado

Empresas, marcas e inovação

O consumidor

Figura 2: Tipos de carnes processadas consumidas nos três meses anteriores a outubro de 2014

O que pensamos

### Questões Principais e Insights

Transparência e rastreamento

Os fatos

As implicações

### Uso de Tendências

Guiding Choice (Escolha Guiada)

Make it Mine (Faça-o Meu)

Brand Intervention (Intervenção de Marca)

### Fatores que irão Influenciar o Mercado

Tópicos centrais

Segunda Sem Carne

Sabores brasileiros

A pior seca da história do Brasil gera aumento de preço da carne

Rastreamento

### Quem está Inovando?

Tópicos centrais

Food trucks são alternativas atraentes para os consumidores

Sadia é a marca com maior número de produtos lançados em 2014.

Figura 3: Participação das 5 principais marcas no lançamento de novos produtos, Brasil, 2013-14

Figura 4: Lançamentos de novos produtos pela Sadia, Brasil, 2013-15

Figura 5: Lançamentos de novos produtos pela Seara, Brasil, 2013-15

"Adequado para" e "conveniência" são os posicionamentos mais usados por empresas de carne processada

Figura 6: Lançamentos de novos produtos, por principais posicionamentos, Brasil, 2013-14

Figura 7: Novos produtos com reduzido teor de sódio, Brasil, 2013-15

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)

# Carnes Processadas - Brasil - Março 2015

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 8: Novos produtos com reduzido teor de gordura, Brasil, 2013-15

Figura 9: Lançamentos de novos produtos com posicionamento "mais", em vários países, 2013-15

Figura 10: Novos produtos com posicionamento funcional de emagrecimento, Brasil, 2013-15

Produtos em porções individuais podem atrair os consumidores solteiros e com famílias pequenas

Figura 11: Produtos embalados individualmente, Brasil, 2013-15

## Tamanho do Mercado, Previsão e Desempenho do Segmento

Tópicos centrais

Mercado mundial de carne processada

Figura 12: Mercado varejista mundial de consumo per capita (população), por volume, 2013

Desempenho do mercado

Figura 13: Previsão de vendas de carnes processadas, por valor, 2009-19

Figura 14: Previsão de vendas de carne processada, por volume, 2009-19

Desempenho dos Segmentos

Figura 15: Segmentação do mercado varejista, por valor (R\$ bilhões), 2013-14

Figura 16: Segmentação do mercado varejista, por volume (000 toneladas), 2013-14

Exportações impulsionam o mercado de carnes processadas

Futuro do mercado

Fatores usados na previsão

## Participação de Mercado

Tópicos centrais

O mercado de carne processada no Brasil é altamente concentrado

Figura 17: Participação das empresas no varejo, por valor, Brasil, 2013-14

Figura 18: Participação das empresas no varejo, por volume, Brasil, 2013-14

O retorno da Perdigão

Uso de celebridades para promover marcas

Seara - Fátima Bernardes

Perdigão - Angélica e Luciano Huck

Friboi - Toni Ramos e Roberto Carlos

Aurora - Gustavo Kirchner

## Empresas e Marcas

BRF S.A.

Publicidade e marketing

Questões operacionais

JBS

Publicidade e marketing

Questões operacionais

Portfólio de produtos

Cooperativa Central Aurora Alimentos

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)

# Carnes Processadas - Brasil - Março 2015

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.

Publicidade e marketing

Portfólio de produtos

Questões operacionais

## O Consumidor – Tipos de Carne Processada Consumida

Tópicos centrais

Jovens consomem mais carnes processadas

Figura 19: Qualquer tipo de carne processada, por idade e gênero, outubro de 2014

Região Nordeste apresenta maior índice de consumo de carnes processadas

Figura 20: Qualquer tipo de carne processada, por região, outubro de 2014

Figura 21: Aurora Churrasco Fácil

Carne moída é o tipo de carne processada com maior penetração no mercado brasileiro

Figura 22: tipos de carne processada consumida, outubro de 2014

Salsichas e carnes para hambúrguer também são bastante populares

Figura 23: Tipos de carne processada consumida, salsicha e carnes para hambúrguer, por idade, outubro de 2014

Cortes temperados de aves e carne vermelha

## O Consumidor – Maneiras de Consumo de Carne Processada

Tópicos centrais

Carnes processadas como refeição principal

Figura 24: Maneiras de consumo de carne processada

Figura 25: Maneiras de consumo de carne processada, por grupos socioeconômicos, outubro de 2014

Figura 26: Variações de salsichas, no mundo

Figura 27: Variações de carnes para hambúrguer, no mundo

Churrasco é uma parte essencial da culinária brasileira

Consumo de carnes processadas em cozidos

Figura 28: Feijoadas prontas

Figura 29: Produtos de preparo rápido e fácil à base de carne para o preparo de feijoada

Variar é preciso

## O Consumidor – Frequência de Compra por Local

Tópicos centrais

Supermercado é o principal canal de compra de carnes processadas

Figura 30: Frequência de compra por local, outubro de 2014

Figura 31: Frequência de compra por local, supermercados e açougues, outubro de 2014

Padarias e mercados de rua apresentam frequências de uso semelhantes

## O Consumidor – Fatores de Escolha

Tópicos centrais

Preço é fator importante na compra de carnes processadas

Figura 32: Fatores de escolha, outubro de 2014

Figura 33: Fatores de escolha, por região, outubro de 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)

## Carnes Processadas - Brasil - Março 2015

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.

### Sabor pode ser uma maneira de aumentar vendas

Figura 34: Fatores de escolha, por gênero e idade, outubro de 2014

Figura 35: Produtos de carne processada com adição de sabor, Brasil

Figura 36: Asas de frango com sabor tequila limão, Tyson, México

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)