

Biscoitos Doces e Salgados - Brasil - Outubro 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.



"A categoria de biscoitos tem uma alta penetração entre os consumidores brasileiros. De acordo com a pesquisa Mintel, 96% dos entrevistados afirmam consumir algum tipo de biscoito, doce ou salgado."
– Andre Euphrasio, Analista de Pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

- Empresas precisam atrair mais consumidores maduros para categoria
- Variedades mais saudáveis podem contribuir para o aumento de consumo

A categoria, no entanto, sofre a concorrência de outras categorias de snacks, como amendoim/nozes, pipocas, salgadinhos. As empresas devem investir em inovação, principalmente em relação à saúde, a novos sabores e a fatores que ajudem a manter os biscoitos frescos após a abertura das embalagens.

O consumo de biscoitos doces e salgados per capita no Brasil é de 5,5 quilos ao ano. Além de um aumento nas vendas em valor, as vendas em volume, que passavam por dificuldade desde 2010, começaram a subir novamente a partir de 2013. Em 2014, o total do rendimento do mercado varejista de biscoitos foi de R\$ 12,1 bilhões, um crescimento de 9% em relação ao ano anterior e de 35% desde 2010. A subcategoria de biscoitos doces continua a dominar o mercado – em 2014, representou 73% das vendas em valor da categoria.

Preocupações com a saúde representam um grande obstáculo para a categoria, já que 24% dos entrevistados consideram biscoitos menos saudáveis do que outros tipos de snacks. O interesse por versões mais saudáveis, porém, sugere uma oportunidade para as marcas de superar tal empecilho.

COMPRE ESTE
Relatório agora

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
EMEA
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil
0800 095 9094

Américas
+1 (312) 943 5250

China
+86 (21) 6032 7300

APAC
+61 (0) 2 8284 8100

EMAIL:
reports@mintel.com

Você sabia?

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

Biscoitos Doces e Salgados - Brasil - Outubro 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

Exclusões dos dados de mercado

Termos

Resumo Executivo

O mercado

Vendas em valor no mercado varejista deverão crescer 36% até 2020

Figura 1: Previsão de vendas no varejo brasileiro de biscoitos doces e salgados, por valor, 2010-20

Fatores que irão influenciar o mercado

Empresas, marcas e inovação

Figura 2: Participação das empresas no mercado varejista de biscoitos doces e salgados, por valor, 2013-14

O consumidor

Consumo de biscoitos salgados é maior do que consumo de biscoitos doces

Figura 3: Consumo de biscoitos doces e salgados, julho de 2015

Sabor é fator crucial no mercado; consumidores são muito sensíveis ao preço

Figura 4: Fatores de influência na compra de biscoitos doces e salgados, julho de 2015

Saúde é fator importante principalmente para consumidores mais maduros

Empresas devem promover consumo de biscoitos entre as refeições

Harmonização de biscoitos com bebidas

O que pensamos

Tópicos Centrais

Empresas precisam atrair mais consumidores maduros para categoria

Os fatos

As implicações

Figura 5: Linha de biscoitos Oreo De Light Thin, julho de 2015, China

Variedades mais saudáveis podem contribuir para o aumento de consumo

O fatos

As implicações

Figura 6: Fatores de influência na compra de biscoitos doces e salgados, julho de 2015

Figura 7: Biscoitos com "baixo teor/reduzido/sem" de certos ingredientes, mercados internacionais

Fatores que irão Influenciar o Mercado

Produtos saudáveis

Redução de gorduras trans

Redução do teor de sódio

Redução de açúcar pode ser a próxima medida a ser adotada

Seca e desvalorização da moeda afetam preços da categoria

**COMPRE ESTE
relatório agora**

VISITE: store.mintel.com

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

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Biscoitos Doces e Salgados - Brasil - Outubro 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.

Mudanças nos rótulos deverão incluir alergênicos

Quem está Inovando?

A maioria dos lançamentos é de produtos sem sabor adicionado ou com sabor de chocolate

Chocolate é o principal sabor entre novos lançamentos de biscoitos

Figura 8: Lançamentos de novos produtos na categoria de biscoitos doces, por sabor, 2012-15

Figura 9: Lançamentos de biscoitos saborizados, Brasil

Biscoitos salgados sem sabor adicionado lideram os lançamentos de novos produtos

Figura 10: Novos produtos na subcategoria de biscoitos salgados, por sabor, 2012-15

Figura 11: Lançamentos de biscoitos salgados saborizados, Brasil

Produtos com posicionamento "baixo teor/reduzido/sem" gordura trans estão em declínio

Figura 12: Posicionamento "baixo teor/reduzido/sem" na subcategoria de biscoitos doces, 2012-15, Brasil

Figura 13: Posicionamento "baixo teor/reduzido/sem" na subcategoria de biscoitos doces, 2015, Brasil

Figura 14: Posicionamento "baixo teor/reduzido/sem" na subcategoria de biscoitos salgados, 2012-15, Brasil

Figura 15: Posicionamento "baixo teor/reduzido/sem" na subcategoria de biscoitos salgados, 2012-15, Brasil

O Mercado – O que Você Precisa Saber

Brasileiros comem biscoitos tanto quanto os mexicanos e chilenos

Vendas em valor no varejo cresceram 9% entre 2013 e 2014

Subcategoria de biscoitos salgados cresce mais rapidamente do que a de biscoitos doces

Vendas em valor no varejo deverão crescer 36% até 2020

Tamanho do Mercado, Previsão e Desempenho das Subcategorias

Mercado mundial de biscoitos doces e salgados

Figura 16: Mercado internacional de biscoitos doces e salgados, países selecionados, Taxa Composta Anual de Crescimento no varejo, por valor e consumo per capita

Desempenho do Mercado

Figura 17: Lançamento de produtos premium na categoria de biscoitos doces e salgados, Brasil

Figura 18: Vendas no varejo de biscoitos doces e salgados no Brasil, por valor e volume, 2010-14

Desempenho das Subcategorias

Figura 19: Valor de vendas no varejo de biscoitos doces e salgados, em R\$ bilhões, 2013-14

Figura 20: Volume de vendas no varejo de biscoitos doces e salgados, em (000) toneladas, 2013-14

Previsões para o mercado de biscoitos doces e salgados

Figura 21: Previsão de vendas no varejo brasileiro de biscoitos doces e salgados, por valor, 2010-20

Figura 22: Previsão do Brasil vendas no varejo de biscoitos doces e salgados, em volume, 2010- 20

Empresas Líderes – O que Você Precisa Saber

M. Dias Branco é a empresa líder no mercado brasileiro de biscoitos doces e salgados

M. Dias lidera também os lançamentos de novos produtos

Participação de Mercado

M. Dias Branco é líder no mercado de biscoitos doces e salgados

Figura 23: Participação das empresas no mercado varejista de biscoitos doces e salgados, por valor, 2013-14

Figura 24: Participação das empresas no mercado varejista de biscoitos doces e salgados, por volume, 2013-14

**COMPRE ESTE
relatório agora**

VISITE: store.mintel.com

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

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Biscoitos Doces e Salgados - Brasil - Outubro 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.

M. Dias lidera desenvolvimento de novos produtos

Figura 25: Novos lançamentos de produtos na categoria de biscoitos doces e salgados, M. Dias Branco

PepsiCo reforça a marca Toddy

Figura 26: Linha de biscoitos doces da Toddy, PepsiCo, Brasil

Figura 27: Eqlibri, PepsiCo, Brasil

Club Social investe regularmente em novos produtos

Figura 28: Club Social Sanduba, Mondelēz

Figura 29: Club Social Recheado - edições especiais Rock in Rio, Brasil

Figura 30: Lançamentos de novos produtos, por empresa, 2013-14

O Consumidor – O que Você Precisa Saber

Consumo de biscoitos salgados é maior do que consumo de biscoitos doces

Grupo socioeconômico DE consome mais biscoitos salgados, enquanto grupo AB consome mais biscoitos doces

Cream Crackers é o segmento de maior consumo entre os biscoitos salgados, já os biscoitos de maisena/Maria lideram a subcategoria de biscoitos doces

Consumidores jovens são mais abertos à experimentação de diferentes produtos

Sabor é fator crucial no mercado

Consumidores brasileiros dão muita importância ao preço

Saúde é fator importante principalmente para os consumidores mais maduros

Empresas devem promover consumo de biscoitos doces e salgados entre as refeições

Aspectos relacionados à saúde representam uma barreira à categoria

Harmonização de biscoitos com bebidas

Tornar a categoria mais interessante pode ajudar a impulsionar o crescimento

Consumo de Biscoitos Doces e Salgados

Consumo de biscoitos doces e salgados é alto no Brasil

Figura 31: Consumo de biscoitos doces e salgados, julho de 2015

Cream crackers são os biscoitos salgados preferidos dos brasileiros

Figura 32: Consumo de biscoitos doces e salgados, julho de 2015

Figura 33: Biscoitos salgados, Brasil

Figura 34: Consumo de biscoitos salgados, julho de 2015

Biscoitos de maisena/Maria possuem alta penetração entre os consumidores brasileiros

Figura 35: Biscoitos doces, Brasil

Figura 36: Consumo de biscoitos doces, julho de 2015

Repertório de consumo é maior entre os jovens

Figura 37: Repertório de consumo de biscoitos doces e salgados, julho de 2015

Fatores de Influência na Compra de Biscoitos Doces e Salgados

Sabor é fator crucial no mercado de biscoitos doces e salgados

Figura 38: Fatores de influência na compra de biscoitos doces e salgados, por gênero e idade, julho de 2015

Figura 39: Novos biscoitos doces saborizados, Brasil, 2015

**COMPRE ESTE
relatório agora**

VISITE: store.mintel.com

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

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Biscoitos Doces e Salgados - Brasil - Outubro 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 40: Biscoitos doces com baunilha de Madagascar, Bélgica

Figura 41: Biscoitos com frutas brasileiras, Brasil

Figura 42: Biscoitos doces com sabores de sobremesa, mercados internacionais

Figura 43: Biscoitos salgados saborizados, mercados internacionais

Preço é fator fundamental, apesar de não ser prioridade entre os consumidores

Fatores financeiros e amostras grátis são mais importantes para a classe DE

Figura 44: Fatores de influência na compra de biscoitos doces e salgados, por fatores financeiros, julho de 2015

Baixo teor de sódio é o fator relacionado à saúde mais procurado

Figura 45: Fatores de influência na compra de biscoitos doces e salgados, por fatores de saúde, julho de 2015

Figura 46: Novos produtos com posicionamento "baixo teor", Brasil

Atitudes em Relação a Biscoitos Doces e Salgados

Novos sabores são boas opções para produtos já existentes no mercado

Figura 47: Atitudes em relação a biscoitos doces e salgados, julho de 2015

Biscoitos doces e salgados são consumidos entre as refeições

Figura 48: Fhom Duetto Slim, Brasil

Figura 49: Wafer com posicionamento de alta saciedade, Brasil

Incentivando o consumo por impulso

Produtos sem glúten são vistos como mais saudáveis por mulheres e consumidores maduros

Figura 50: Lançamentos de novos produtos sem glúten, Brasil

Figura 51: Atitudes em relação a biscoitos doces e salgados, julho de 2015

Razões para não Consumir Biscoitos Doces e Salgados com Maior Frequência

Fatores relacionados à saúde são as principais barreiras ao consumo de biscoitos

Além de ser vista como prejudicial à saúde, consumidores também consideram a categoria cara

Figura 52: Produtos em porções separadas/porções individuais de biscoitos doces e salgados, Brasil

Marcas de supermercados são uma alternativa aos produtos mais caros

Figura 53: Comparação de produtos de marcas normais e marcas de supermercados, 2010-14

Figura 54: Lançamentos de novos produtos de marcas de supermercados, Brasil

Harmonização de biscoitos com bebidas

Figura 55: Biscoitos salgados posicionados para serem consumidos com bebidas

Harmonização de crackers com seleção de queijo

Concorrência no mercado de snacks

Figura 56: Lançamentos de biscoitos para serem aquecidos no forno micro-ondas, mercados mundiais

Figura 57: Biscoitos doces e salgados para serem aquecidos no forno de micro-ondas, mercado mundial

Formatos pequenos podem ser ideais para o consumo em movimento e para evitar sujeira

Figura 58: Biscoitos em formatos pequenos, mercado internacional

Figura 59: Razões para não consumir biscoitos doces e salgados com maior frequência, julho de 2015

Apêndice – Fontes de Dados, Abreviações e Informações Adicionais

Abreviações

**COMPRE ESTE
relatório agora**

VISITE: store.mintel.com

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

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Biscoitos Doces e Salgados - Brasil - Outubro 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.

Fatores usados na previsão

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com
LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094
Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300
APAC +61 (0) 2 8284 8100 |
EMAIL: reports@mintel.com