

Sucos de Fruta - Brasil - Junho 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 sucos de fruta ainda é vista como saudável e uma boa fonte de nutrição, apesar de seus produtos conterem níveis elevados de açúcar. Embora os brasileiros ainda prefiram sucos naturais feitos na hora, diretamente da fruta, o mercado de sucos prontos para beber deverá crescer de forma constante nos próximos anos.”
 – Andre Euphrasio, Analista de Pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

- Açúcar

O consumo per capita de sucos de fruta prontos para beber no Brasil ainda é baixo: apenas seis litros por ano. O maior consumo é de suco natural, direto da fruta. Apesar disso, há potencial para o crescimento do segmento de sucos prontos para beber. Porém, as empresas enfrentam o desafio de convencer os consumidores a deixar de beber sucos feitos na hora e passar a consumir sucos prontos.

Mintel prevê que o mercado varejista de sucos irá gerar um faturamento de R\$ 8,1 bilhões em 2015. A previsão também é de que entre 2015 e 2020, as vendas no varejo da categoria aumentem 62%, chegando a R\$ 13,2 bilhões.

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:
reports@mintel.com

Você sabia?

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

Sucos de Fruta - Brasil - Junho 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
- Definição dos segmentos
- Abreviações

Resumo Executivo

- O mercado
 - Figura 1: Previsão de vendas no varejo brasileiro de sucos de fruta, por valor, 2010-20
- Fatores que irão influenciar o mercado
- Empresas, marcas e inovação
 - Figura 2: Participação das empresas no mercado varejista de sucos, por valor, 2013-14
- O consumidor
 - Figura 3: Frequência de consumo de sucos e refrescos de fruta, por tipo, abril de 2015
- O que pensamos

Tópicos Centrais

- Açúcar
- Fatos
- Implicações
 - Figura 4: Tabela de informação nutricional, Sufresh e Greenday, Brasil

Aplicação de Tendências

- Help Me Help Myself (Ajude-me a cuidar de mim mesmo)
 - Figura 5: Produtos da marca Greenday, com seus benefícios em destaque, Brasil
- The Big Issue (A Grande Questão)
- Transumers (Consumidores em Trânsito)

Fatores que irão Influenciar o Mercado

- Tópicos centrais
- Redução de imposto sobre sucos e refrescos de fruta
- Alterações na rotulagem e teor de suco usados nos produtos da categoria
 - Figura 6: Nova embalagem de Sufresh laranja mostrando a porcentagem de suco na parte inferior da embalagem, abril de 2015
- Redução do consumo de açúcar
- Restrições à publicidade de alimentos industrializados

Quem está Inovando?

- Tópicos centrais
- Aumentam os lançamentos de produtos com redução de açúcar
 - Figura 7: Lançamentos de novos produtos no Brasil com posicionamento "menos", 2011-15
 - Figura 8: Lançamentos de novos produtos com teor de açúcar reduzido, Brasil

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: reports@mintel.com

Sucos de Fruta - Brasil - Junho 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.

Alternativas ao açúcar refinado

Figura 9: Produtos da marca Amazon feitos com stevia, empresa AMA Waters, dezembro de 2013, Brasil

Figura 10: Lançamentos em outros países de novos produtos adoçados com Stevia

Mistura de água de coco com sucos de fruta é alternativa para reduzir teor de açúcar

Figura 11: Novos produtos com mistura de água de coco e sucos de fruta, Brasil

Lançamentos de sucos 100% integral disparam no mercado brasileiro

Figura 12: Lançamentos de sucos 100% integral, 2010-14, Brasil

Figura 13: Lançamentos de sucos 100% integral, Brasil

Figura 14: Embalagem de design inovativo da Sufresh 100%, 2014, Brasil

Sucos prensados a frio são posicionados como mais saudáveis

Figura 15: Lançamentos de novos sucos prensados a frio, Brasil

Misturar vegetais aos sucos de frutas é uma boa forma de reduzir açúcar e adicionar vitaminas

Figura 16: Lançamentos de sucos misturados com vegetais, Brasil

Sucos com benefícios funcionais

Figura 17: Novos produtos com posicionamentos funcionais, Brasil

Figura 18: Posicionamento funcional, 2011-14, Brasil

Figura 19: Novos lançamentos com posicionamento funcional, Brasil

Produtos para crianças

Figura 20: Novo sucos para crianças, Brasil

Figura 21: Novas alternativas mais saudáveis de sucos para crianças, Brasil

Figura 22: Novas alternativas mais saudáveis de sucos para crianças, outros países

Produtos interessantes e inusitados em mercados internacionais

Figura 23: Novos sucos em mercados internacionais

Tamanho do Mercado, Previsão e Desempenho dos Segmentos

Tópicos centrais

Mercado mundial de suco

Figura 24: Mercados internacionais de suco em países selecionados, selecionados, por Taxa Composta de Crescimento Anual e consumo per capita

Desempenho do mercado

Figura 25: Vendas de sucos de fruta no varejo brasileiro, por valor, 2010-14

Figura 26: Vendas de sucos de fruta no varejo brasileiro, por volume, 2010-14

Previsões para o mercado de sucos de fruta

Figura 27: Previsão de vendas no varejo brasileiro de sucos de fruta, por valor, 2010-20

Figura 28: Previsão de vendas no varejo brasileiro de sucos de fruta, por volume, 2010-20

Desempenho dos segmentos

Figura 29: Vendas em valor de sucos no varejo, em R\$ milhões, 2013-14

Figura 30: Vendas em volume de sucos no varejo, em milhões de litros, 2013-14

Fatores usados na previsão

Participação de Mercado

Tópicos centrais

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: reports@mintel.com

Sucos de Fruta - Brasil - Junho 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.

Coca-Cola é a empresa líder no mercado brasileiro de suco

Figura 31: Participação das empresas no varejo brasileiro de sucos de fruta, por valor, 2013-14

Figura 32: Participação das empresas no varejo brasileiro de sucos de fruta, por volume, 2013-14

Figura 33: Novos produtos à base de água de coco lançados em 2013-14, por empresa, Brasil

Marca especializada do bem

Figura 34: Sucos prontos para beber do bem

Empresas e Marcas

The Coca-Cola Company

Portfólio de produtos

PepsiCo (Amacoco Água de Coco da Amazônia)

Portfólio de produtos

Wow! Nutrition

Portfólio de produtos

Tampico

Portfólio de produtos

Empresa Brasileira de Bebidas e Alimentos (Ebba)

Portfólio de produtos

O Consumidor - Frequência de Consumo de Sucos e Refrescos de Fruta

Tópicos centrais

Brasileiros consomem sucos de fruta com alta frequência

Figura 35: Frequência de consumo de sucos e refrescos de fruta, abril de 2015

Maior frequência de consumo pelos brasileiros é de sucos frescos

Figura 36: Frequência de consumo de sucos e refrescos de fruta, por tipo, abril de 2015

Sucos em pó também possuem consumo elevado

Figura 37: Frequência de consumo de sucos e refrescos de fruta, por grupo socioeconômico, abril de 2015

Sucos prontos para beber

Figura 38: Frequência de consumo de sucos e refrescos de fruta, por região, pelo menos uma vez durante os seis meses anteriores a abril de 2015

Figura 39: Frequência de consumo de sucos e refrescos de fruta, por grupo socioeconômico, pelo menos uma vez durante o período de seis meses anteriores a abril de 2015

Suco 100% integral tem potencial de crescimento

O Consumidor – Razões para o Consumo de Sucos e Refrescos de Fruta

Tópicos centrais

Nutrição e controle de peso são as principais razões para o consumo de sucos de fruta

Figura 40: Razões para o consumo de sucos e refrescos de fruta, abril de 2015

Sucos e refrescos de fruta para diferentes momentos do dia

O Consumidor – Atitudes em Relação a Sucos e Refrescos de Fruta

Tópicos centrais

Variedades de vegetais brasileiros

Figura 41: Atitudes em relação a sucos e refrescos de fruta, abril de 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 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: reports@mintel.com

Sucos de Fruta - Brasil - Junho 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.

Uso de frutas tipicamente brasileiras pode aumentar consumo

Vegetais podem representar um importante papel na indústria do suco

Ainda há confusão sobre os tipos de sucos disponíveis no mercado

Misturar água de coco pode ajudar a reduzir o consumo de açúcar

Figura 42: Atitudes em relação a sucos e refrescos de fruta, abril de 2015

Consumidores da classe DE são mais propensos a fazerem seus próprios sucos

Figura 43: Atitudes em relação a sucos e refrescos de fruta, abril de 2015

O Consumidor – Fatores de Influência na Compra de Sucos e Refrescos de Fruta

Tópicos centrais

Sabor é um importante fator de influência na compra de sucos e refrescos de fruta

Figura 44: Fatores de influência na compra de sucos e refrescos de fruta, abril de 2015

Preço é fator importante para consumidores da classe DE

Figura 45: Fatores de influência na compra de sucos e refrescos de fruta, abril de 2015

Figura 46: Fatores de influência na compra de sucos e refrescos de fruta, por grupos socioeconômico, abril de 2015

Marca é mais importante do que os benefícios para a saúde

Figura 47: Fatores de influência na compra de sucos e refrescos de fruta, abril de 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 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: reports@mintel.com