Supermercados e Hipermercados - Brasil - Dezembro 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.

"O mercado varejista de alimentos e bebidas no Brasil é altamente competitivo, dinâmico e fragmentado. Os brasileiros podem escolher desde mercados de rua até grandes atacadistas, sendo que preferem aqueles que podem oferecer os melhores preços e serviço de atendimento ao cliente."
– Andre Euphrasio, Analista de Pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

- Promovendo produtos de marca própria
- Aumentando vendas on-line

Os consumidores ainda estão para descobrir as vantagens das compras on-line, programas de cartão fidelidade e autoatendimento. Há muitas oportunidades e cabe aos varejistas explorá-las.

Varejistas do setor de alimentos e bebidas devem transformar a escolha por um ou mais produtos em uma experiência agradável, que favoreça a efetivação da compra. Devem pensar em alternativas para estender o tempo que as pessoas passam no ponto de venda, bem como a frequência de suas visitas, evitando assim que elas visitem outros estabelecimentos e encontrem melhores preços.

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

Supermercados e Hipermercados - Brasil - Dezembro 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

Visão Geral

O que você precisa saber

Produtos abrangidos neste relatório

Excluídos

Termos

Resumo Executivo

O Mercado

O setor varejista de alimentos e bebidas cresceu 8% em 2014

Figura 1: Previsão de vendas no varejo de alimentos e bebidas no brasil, por valor, 2010-20

Fatores que irão influenciar o mercado

PIB brasileiro ainda tem de mostrar sinais de recuperação

Figura 2: IPCA variação mensal, em %, janeiro de 2014-outubro de 2015

Empresas e Marcas

Setor varejista de alimentos e bebidas é altamente fragmentado

Figura 3: Principais varejistas do setor de alimentos e bebidas do brasil, pela receita de vendas, 2013-14

Carrefour ultrapassa o Grupo Pão de Açúcar

Dia é um dos varejistas de alimentos e bebidas que mais crescem no Brasil

Pequenos varejistas lançam cada vez mais produtos de marca própria

O Consumidor

Padarias são quase universalmente visitadas

Figura 4: Frequência de compras em diferentes varejistas, Setembro de 2015

Preços baixos e promoções para conquistar clientes

Figura 5: Fatores importantes, Setembro de 2015

Principal motivo para visita é fazer compra regular

Consumidores estão procurando mais promoções do que há 12 meses

O que pensamos

Tópicos Centrais

Promovendo produtos de marca própria

Os fatos

As implicações

Aumentando vendas on-line

Os fatos

As implicações

Figura 6: Frequência de compras em diferentes varejistas, qualquer frequência, Setembro de 2015

O Mercado – O que Você Precisa Saber

O setor varejista de alimentos e bebidas cresceu 8% em 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 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Supermercados e Hipermercados - Brasil - Dezembro 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.

O número de lojas do setor varejista de alimentos e bebidas segue crescendo

Pequenos e médios supermercados têm maior participação em valor

Mercado varejista de alimentos e bebidas deve crescer 38% até 2020

Tamanho do Mercado e Previsão

Desempenho do mercado

Figura 7: Vendas do setor varejista de alimentos e bebidas no Brasil, por valor, 2010-14

Figura 8: Número de varejistas de alimentos e bebidas, Brasil, 2010-14

Desempenho de segmento

Figura 9: Valor das vendas do setor varejista de alimentos e bebidas, por tipo de loja, em R$ bilhões, 2013-14

Figura 10: Volume de vendas do setor varejista de alimentos e bebidas, em número de lojas, 2013-14

Previsões para o mercado varejista de alimentos e bebidas

Figura 11: Previsão de vendas no varejo de alimentos e bebidas no brasil, por valor, 2010-20

Fatores que vão influenciar o mercado

PIB brasileiro ainda tem de mostrar sinais de recuperação

Figura 12: Variação percentual do PIB no trimestre em relação ao mesmo trimestre do ano anterior

Inflação está em sua taxa mais elevada desde 2003

Figura 13: IPCA variação mensal, em %, janeiro de 2014-outubro de 2015

Desemprego continua aumentando

Figura 14: taxa de desemprego por trimestre, Brasil, 2015

Taxa de juros sobe para segurar consumo

Figura 15: Taxa Selic, percentagem anual, Setembro de 2014-Julho de 2015

Empresas Líderes – O que Você Precisa Saber

Setor varejista de alimentos e bebidas é altamente fragmentado

Carrefour ultrapassa o Grupo Pão de Açúcar

Dia é um dos varejistas de alimentos e bebidas que mais crescem no Brasil

Pequenos varejistas lançam cada vez mais produtos de marca própria

Participação de Mercado

O setor varejista de alimentos e bebidas é altamente fragmentado

Carrefour ganha a liderança em 2014 com 8,1% de participação em receita de vendas

Grupo Pão de Açúcar está se expandindo com lojas de pequeno formato

Food Truck Sustentável

Dia é um dos varejistas de alimentos e comidas que mais crescem no Brasil

Walmart volta a abrir novas lojas

Figura 16: Principais varejistas do setor de alimentos e bebidas do Brasil, pela receita de vendas, 2013-14

Figura 17: Principais varejistas do setor de alimentos e bebidas do Brasil, em número de lojas, 2013-14

Participação de mercado em lançamento de novos produtos

Figura 18: Lançamento de novos produtos de marca própria, Brasil, 2010-15 **

Figura 19: Lançamento de novos produtos de marca própria, por supermercado varejista, 2011-15 **

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

Supermercados e Hipermercados - Brasil - Dezembro 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.

O Consumidor – O que Você Precisa Saber

Padarias são quase universalmente visitadas

Supermercados e hipermercados ainda são muito utilizados

Preços baixos e promoções para conquistar clientes

Bom serviço de atendimento ao cliente é essencial

Principal motivo para visita é fazer compra regular

Atraindo consumidores com novos produtos

Consumidores estão procurando mais promoções do que há 12 meses

Frequência de Compras em Diferentes Varejistas

Padarias são quase universalmente visitadas

Supermercados e hipermercados ainda são muito utilizados

Grupo socioeconômico AB visita varejistas de alimentos e bebidas com mais frequência do que outros grupos

Serviço 'click-and-collect' pode aumentar movimento em lojas grandes

Figura 20: Frequência de compra em diferentes varejistas, qualquer frequência, Setembro de 2015

Figura 21: Frequência de compra em diferentes varejistas, Setembro de 2015

Fatores Importantes

Preços baixos e promoções para conquistar clientes

Bom serviço de atendimento ao cliente é fundamental

Figura 22: Fatores importantes, por faixa etária, Setembro de 2015

Criando estabelecimentos 'pet-friendly'

Aumentando as vendas com amostras grátis

Figura 23: Fatores importantes, Setembro de 2015

Programas de fidelidade ainda têm baixa utilização

Figura 24: Fatores importantes, Setembro de 2015

Razões para Visitar

Principal motivo para visita é fazer compra regular

Atraindo consumidores com novos produtos

Combinando compra de alimentos e bebidas com outras atividades

Figura 25: Razões para visitar, de acordo com a faixa etária, Setembro de 2015

Transformando lojas em pontos de coleta para aumentar movimento

Figura 26: Razões para visitar, Setembro de 2015

Comportamentos de Compra

Consumidores estão procurando mais promoções do que há 12 meses

Figura 27: comportamentos de compra, por faixa etária, Setembro de 2015

Cupons ainda são utilizados por uma minoria

Sistemas de autoatendimento ainda são mal vistos

Figura 28: comportamentos de compra, por faixa etária e grupo socioeconômico, Setembro de 2015

Figura 29: comportamentos de compra, Setembro 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 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Supermercados e Hipermercados - Brasil - Dezembro 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.

Apêndice – Tamanho do Mercado e Previsão

Figura 30: Valor das vendas para varejistas de alimentos e bebidas, Brasil, 2010-20

Apêndice – Metodologia e Definições

Metodologia da previsão

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