

Refrigerantes - Brasil - Maio 2016

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.



“Existem dois fatores principais impactando o consumo de refrigerantes: o primeiro é a recessão econômica; o outro é a migração para opções que os brasileiros percebem como mais saudáveis. A retenção destes consumidores é primordial e, para tanto, as empresas vêm investindo em bebidas gaseificadas mais saudáveis, com chás e suco de fruta natural.”

Naira Sato, Especialista da Área de Alimentação e

Este relatório responde às seguintes questões:

- Consumo de refrigerantes pode aumentar entre homens por meio de propostas naturais e funcionais
- Refrigerantes à base chá/ervas podem comunicar relaxamento para os brasileiros estressados
- Maior variedade de refrigerantes saudáveis pode evitar migração para outras categoria

Durante períodos de recessão econômica, é comum que os consumidores cortem alguns produtos supérfluos, a exemplo de refrigerantes, por isso é importante manter o consumidor na categoria por meio da oferta de preços mais acessíveis (como garrafas retornáveis), mas também atendendo a suas demandas (como por exemplo, por variantes mais saudáveis). A vantagem da categoria é que, por mais que o consumo diminua, os brasileiros parecem ser fiéis a suas marcas prediletas, diminuindo apenas a frequência de consumo ao invés de trocá-las por bebidas mais baratas.

**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

Refrigerantes - Brasil - Maio 2016

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

Definição

Resumo Executivo

O mercado

Crise econômica impacta o desempenho do mercado em 2015

Figura 1: Previsão do mercado de refrigerantes, varejo, em valor, 2010-20

Empresas, marcas e inovação

Coca-Cola se manteve líder de mercado em 2015

Figura 2: Participação de refrigerantes no total varejo, em valor, 2015

O consumidor

Embalagens retornáveis impulsionam consumo de refrigerantes da classe C12

Figura 3: Consumo de refrigerantes, por classe social, fevereiro de 2016

Jovens economizam com refrigerantes para poder gastar com outras coisas

Figura 4: Mudanças de gastos com refrigerantes, por faixa etária e pelo atributo "estou comprando mais refrigerantes em embalagem retornável", fevereiro de 2016

Redução do inchaço do corpo é um benefício que atrai brasileiros

Figura 5: Atitudes relacionadas a refrigerantes, fevereiro de 2016

Refrigerantes à base de chá e sabores exóticos são atraentes para a classe AB

Figura 6: Interesse em inovações, fevereiro de 2016

O que nós pensamos

Tópicos Centrais

Consumo de refrigerantes pode aumentar entre homens por meio de propostas naturais e funcionais

Os fatos

As implicações

Refrigerantes à base chá/ervas podem comunicar relaxamento para os brasileiros estressados

Os fatos

As implicações

Maior variedade de refrigerantes saudáveis pode evitar migração para outras categorias

Os fatos

As implicações

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Crise econômica impacta o desempenho do mercado em 2015

Jogos olímpicos podem influenciar o consumo, mas não como a Copa

Inflação, desemprego e problemas de saúde afetam o consumo

Mercado e Previsão

2015 não acompanha desempenho do ano anterior

Figura 7: Mercado de refrigerantes em valor e volume, varejo, 2010-20

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

Refrigerantes - Brasil - Maio 2016

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.

Proliferação de bebidas mistas ajuda a categoria a inovar

Figura 8: Previsão do mercado de refrigerantes, varejo, em valor, 2010-20

Figura 9: Previsão do mercado de refrigerantes, varejo, em volume, 2010-20

Fatores que Irão Influenciar o Mercado

Refrigerantes acumulam IPCA de 12,59%

Aumento do desemprego e queda no rendimento comprometem o poder aquisitivo do brasileiro

Hipertensão cria demanda por produtos com menos sódio

Mais da metade da população está acima do peso

Empresas, Marcas e Inovação – O Que Você Precisa Saber

Coca-Cola se manteve líder de mercado em 2015

Aumenta a oferta de refrigerantes adoçados com mel ou estévia

É possível fazer refrigerante em casa

Participação de Mercado

Coca-Cola reposiciona marca globalmente em 2016

Figura 10: Participação de refrigerantes no total varejo, em valor, 2014-15

Figura 11: Participação de refrigerantes no total varejo, em volume, 2014-15

Quem Está Inovando?

Adoçantes naturais vs. adoçantes artificiais

Figura 12: Percentual de lançamentos de refrigerantes contendo estévia ou mel dentro do total de lançamentos da categoria de refrigerantes, global, 2011-15

Inovações: refrigerantes feitos em casa

Figura 13: Percentual no total do período de lançamentos de bebidas com a palavra "cápsula" dentro do total de lançamentos deste tipo, global, 2011-15

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Cenário econômico e busca por saudabilidade impactam o consumo de refrigerantes

É importante manter os clientes fiéis à marca, mesmo que consumam menos

Redução de sódio pode trazer benefícios funcionais

Consumidor mostra interesse em produtos mais saudáveis e refrescantes

Consumo de refrigerantes

Diminuição do consumo de refrigerantes

Figura 14: Consumo de refrigerantes, fevereiro de 2016

Embalagens retornáveis impulsionam consumo de refrigerantes da classe C12

Figura 15: Consumo de refrigerantes, por classe social, fevereiro de 2016

Mulheres parecem estar trocando refrigerantes por outras opções de bebidas

Figura 16: Consumo de refrigerantes, fevereiro de 2016

Mudanças nos gastos com refrigerantes

Clientes continuam fiéis a suas marcas, mesmo consumindo menos

Figura 17: Mudanças de gastos com refrigerantes, fevereiro de 2016

Jovens economizam com refrigerantes para gastar com outras coisas

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

Refrigerantes - Brasil - Maio 2016

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 18: Mudanças de gastos com refrigerantes, por faixa etária e pelo atributo "estou comprando mais refrigerantes em embalagem retornável", fevereiro de 2016

Cardápios promocionais de almoço podem estimular maior consumo da categoria

Atitudes relacionadas a refrigerantes

Redução do inchaço do corpo é um benefício que atrai brasileiros

Figura 19: Atitudes relacionadas a refrigerantes, fevereiro de 2016

Produtos naturais e premium podem atrair mulheres mais jovens

Figura 20: Atitude "Ingredientes naturais são mais importantes num refrigerante do que a quantidade de calorias", por gênero e por faixa etária 16 a 24 anos, fevereiro de 2016

Benefício detox em refrigerantes: um atrativo para a classe AB

Figura 21: Atitude "refrigerantes que têm benefícios detox são atraentes para mim", por gênero e faixa etária, fevereiro de 2016

Interesse em inovações

Temperaturas acima da média abrem as portas para produtos mais refrescantes

Figura 22: Interesse em inovações, fevereiro de 2016

Refrigerantes à base de chá e sabores exóticos são atraentes para a classe AB

Figura 23: Interesse em inovações, fevereiro de 2016

Oportunidade para refrigerantes temáticos se posicionarem para os jovens

Figura 24: Interesse em "refrigerantes com embalagens e/ou sabores inspirados em filmes e séries de TV (ex. Star Wars, De Volta Para o Futuro, etc.)", por faixa etária, fevereiro de 2016

Apêndice – Tamanho de Mercado e Previsão

Figura 25: Mercado de refrigerantes em valor e volume, varejo, 2010-20

Apêndice – Metodologia e Abreviações

Fatores usados na 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