

## Sucos - Brasil - Julho 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



“A forte preferência pelo suco fresco no Brasil faz com que o suco embalado precise apresentar um forte diferencial para conquistar o consumidor. Inovações, como uso de ingredientes orgânicos e naturais, podem ajudar a impulsionar a categoria, especialmente entre os consumidores mais velhos, que apresentam alto interesse nesses atributos.”

– Andre Euphrasio, Analista de Pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

- **Aumentando a transparência sobre os ingredientes usados**
- **Popularizando sucos 100%**
- **Desenvolvendo sucos para consumidores mais velhos**

Este Relatório Mintel abrange todos os sucos de fruta, refrescos e smoothies no Brasil.

Os dados relativos ao tamanho do mercado abrangem os seguintes produtos: sucos feitos a partir de vegetais, congelados ou não; sucos naturais feitos diretamente das frutas; sucos prontos para beber do tipo néctar e refrescos, incluindo sucos gaseificados que podem ser consumidos sem a adição de água. Também está incluída a água de coco, classificada como “suco integral” (suco de coco).

O tamanho do mercado considera todos os canais de venda e os produtos estão divididos em:

- **Integral/Puro: produtos “100% suco de fruta” (não contém nada além de suco de frutas com a mesma consistência de que quando o fruto é espremido);**
- **Néctar: produtos 25-99% suco de fruta, com ingredientes adicionados, principalmente água;**
- **Refrescos: produtos com menos de 25% suco de fruta, contendo ingredientes como água, mas também adoçantes, saborizantes, corantes e/ou vitaminas.**

### Excluídos

Os produtos a seguir estão excluídos do tamanho do mercado:

- **Sucos desidratados/em pó que precisam de adição de água;**
- **Xaropes e polpas que os consumidores precisam diluir com água;**
- **Sucos não embalados espremidos direto da fruta no ponto de compra para serem consumidos imediatamente (ex. lojas especializadas em sucos e suco espremido na feira);**
- **Smoothies;**
- **Bebidas energéticas à base de frutas;**
- **Águas saborizadas.**

Produtos excluídos do tamanho do mercado são analisados separadamente em outras seções.

**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

China  
+86 (21) 6032 7300

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

# Sucos - Brasil - Julho 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

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

Definição

### Resumo Executivo

O mercado

Figura 1: Previsão de vendas no varejo de suco, por valor, Brasil, 2012-22

Fatores que irão influenciar o mercado

Empresas, marcas e inovações

Figura 2: Participação\* das empresas no mercado varejista de sucos, em valor, 2015-16

Figura 3: Lançamentos de produtos de suco, Brasil, 2012-16

O consumidor

Suco de fruta natural lidera consumo

Figura 4: Consumo de suco, abril de 2017

Alta concentração de suco de fruta influencia compra

Figura 5: Fatores de influência de compra de suco, abril de 2017

Consumidores estão buscando opções saudáveis

Figura 6: Comportamentos de compra, abril de 2017

Preço e qualidade são barreiras para aumento no consumo

Figura 7: Barreiras de consumo, abril de 2017

Suco concentrado tem imagem melhor do que suco em pó

Figura 8: Atitudes em relação a sucos, abril de 2017

O que pensamos

### Tópicos Centrais

Aumentando a transparência sobre os ingredientes usados

Os fatos

As implicações

Figura 9: Sucos tipo néctar com ingredientes reduzidos

Popularizando sucos 100%

Os fatos

As implicações

Desenvolvendo sucos para consumidores mais velhos

Os fatos

As implicações

Figura 10: Informações na frente da embalagem, Brasil

### O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Vendas em valor no varejo deverão atingir R\$ 9,7 bilhões em 2022

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 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

**EMAIL:** [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## Sucos - Brasil - Julho 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

OMS recomenda mais impostos sobre bebidas com açúcar

### Mercado e Previsão

Mercado global de suco

Desempenho do mercado

Figura 11: Vendas no varejo de suco, por valor, Brasil, 2012-16

Figura 12: Vendas no varejo de suco, por volume, Brasil, 2012-16

Consumo per capita é baixo

Figura 13: Vendas nos diferentes segmentos do varejo brasileiro de suco, por valor (R\$ bilhões), 2015-16

Figura 14: Vendas nos diferentes segmentos do varejo brasileiro de suco, por volume (milhões), 2015-16

Figura 15: Consumo per capita (em litros) de água engarrafada, refrigerantes e sucos, Brasil, 2010-16

Previsões para o mercado de suco

Figura 16: Previsão de vendas no varejo brasileiro de sucos de fruta, por valor, 2012-22

Figura 17: Previsão de vendas no varejo brasileiro de sucos de fruta, por volume, 2012-22

### Fatores Que Influenciarão o Mercado

Pressão para a redução do açúcar

6,2% dos adultos brasileiros têm diabetes e 21,4% sofrem de hipertensão

Publicidade infantil de bebidas

Envelhecimento da população apresenta desafios e oportunidades

A economia brasileira mostra sinais de melhora

Inflação mostra sinais de queda

Taxa de desemprego recua

Governo mantém cortes na taxa de juros

### Empresas, Marcas e Inovações- O Que Você Precisa Saber

Coca-Cola lidera o mercado com participação em valor de 34,7%

Britvic compra Bela Ischia

Coca-Cola compra AdeS

### Participação de Mercado

Coca-Cola é líder de vendas em valor

Figura 18: Participação\* das empresas no mercado varejista de sucos, em valor, 2015-16

Figura 19: Participação das empresas no mercado varejista de sucos, em volume, 2015-16

Lançamento de novos produtos

Figura 20: Novos produtos, Natural One, 2016-17

Figura 21: Novos produtos, Britvic, 2016-17

Coca-Cola lança sucos Del Valle 100% e Laranja Caseira em garrafas PET

Figura 22: Novos produtos, The Coca-Cola Company, 2017

### Estratégias Competitivas

Consolidação

Britvic adquire Bela Ischia

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 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## Sucos - Brasil - Julho 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Heineken compra Brasil Kirin

Coca-Cola compra marca de suco de soja AdeS

Ambev adquire Do Bem e estreia no mercado

Atividade digital

Publicidade e marketing

### Quem Está Inovando?

A categoria sucos continua líder dentro do mercado de bebidas não alcoólicas

Figura 23: Lançamento de produtos novos no mercado de bebidas não alcoólicas, por categoria, Brasil, 2012-16

Figura 24: Lançamentos de produtos de suco, Brasil, 2012-16

Figura 25: Lançamentos de produtos de suco, por sub-categoria, Brasil, 2012-16

Embalagem cartonada é o principal formato usado na categoria

Figura 26: Novos lançamentos no mercado de suco embalado, embalagem cartonada, Brasil, 2016-17

Figura 27: Novos lançamentos no mercado de suco embalado, em garrafa, Brasil, 2017

Usando embalagens de vidro para se destacar

Figura 28: Produtos com embalagens de vidro

Figura 29: Novos lançamentos no mercado de suco embalado, por tipo de embalagem, Brasil, 2012-17

Marcas próprias vs. marcas de fabricantes

Figura 30: Novos lançamentos de suco integral, marca própria vs marca de fabricante, Brasil

Figura 31: Novos lançamentos no mercado de suco, marcas próprias vs. marcas de fabricantes, Brasil, 2012-16

### O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Sucos frescos dominam a categoria

Consumidores querem produtos com 100% de suco

Consumidores querem sucos saudáveis

Alto preço pode estar diminuindo o consumo

Inovando com sucos concentrados

### Consumo de Suco

Suco de fruta natural tem consumo quase universal

Figura 32: Consumo de suco, abril de 2017

Sucos em pó são altamente consumidos

Figura 33: Inovações em sucos e vitaminas em pó, mundo

Benefícios dos sucos integrais podem impulsionar o consumo

Figure 34: Novos lançamentos de sucos integrais, Brasil

Néctares apresentam maior redução de consumo

### Fatores de Influência de Compra de Suco

Aumentando a variedade de produtos com baixo açúcar adicionado

Figura 35: Produtos sem/com pouco açúcar adicionado, Brasil

Figura 36: Produtos feitos com stevia, mundo

Figura 37: Fatores de influência de compra de suco, abril de 2017

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 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

**EMAIL:** [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## Sucos - Brasil - Julho 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Sucos com vegetais podem atrair consumidores mais velhos

Figura 38: Fatores de influência de compra de suco, por idade, abril de 2017

Marca é uma fator importante para um terço dos brasileiros

Oportunidade para oferecer benefícios funcionais

Figura 39: Sucos com benefícios funcionais, mundo

### Comportamentos de Compra

Consumidores estão buscando mais opções saudáveis

Figura 40: Comportamentos de compra, abril de 2017

Desenvolvendo produtos focados em esportes

Figura 41: Sucos/vitaminas focadas em esportes

Figura 42: Comportamentos de compra, por gênero e idade, abril de 2017

### Barreiras de Consumo

Preço alto pode estar impedindo um consumo maior

Figura 43: Barreiras de consumo, abril de 2017

Frutas apresentam barreira ao consumo de sucos

Consumidores jovens querem variedades

Figura 44: Inovações em sabor, mundo

### Atitudes em Relação a Sucos

Sucos concentrados têm uma imagem mais positiva do que sucos em pó

Figura 45: Inovações em sucos concentrados, Brasil

Figura 46: Atitudes em relação a sucos, abril de 2017

Posicionando vitaminas de frutas para substituir refeições

Figura 47: Sucos posicionados como substitutos de refeição, mundo

Inovações em sucos de vegetais

### Apêndice – Tamanho do Mercado, Previsão, Abreviações e Informações de Apoio

Tamanho do mercado e previsão

Figura 48: Valor de vendas no varejo de suco, Brasil, 2012-22

Figura 49: Volume de vendas no varejo de suco, Brasil, 2012-22

Figura 50: Melhor/pior cenário para vendas no varejo de suco, por volume, Brasil, 2016-22

Figura 51: Melhor/pior cenário para vendas no varejo de suco, por volume, Brasil, 2016-22

Fatores usados na previsão

Abreviaturas

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 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

**EMAIL:** [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)