

Hábitos de Consumo de Bebidas Não-alcoólicas - Brasil - Julho 2019

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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

Este relatório analisa as seguintes áreas

- Nestlé passa a oferecer cápsulas de café da Starbucks para venda em supermercados
- Adoçantes naturais ainda são minoria entre os adoçantes usados em bebidas no Brasil
- “Café à prova de balas” é conceito que pode atrair os brasileiros

Diversas categorias de bebidas não alcoólicas têm sofrido redução de seu consumo pelos brasileiros. Na de refrigerantes, por exemplo, 40% dos brasileiros afirmaram estar consumindo menos em relação aos seis meses anteriores.

Por outro lado, bebidas que naturalmente fornecem benefícios funcionais aos consumidores têm ganhado espaço. Segundo a pesquisa da Mintel, 15% dos brasileiros consumiram bebidas não alcoólicas fermentadas nos últimos seis meses. Dentre esses, 25% afirmaram estar consumindo mais esse tipo de bebida. O café, reconhecido por suas propriedades energizantes, também tem visto aumento no consumo – 35% dos consumidores da bebida na versão quente afirmaram estar bebendo mais café em relação aos seis meses anteriores.



“Diversas categorias de bebidas não alcoólicas têm visto redução no seu consumo pelos brasileiros, mas por outro lado, bebidas que naturalmente fornecem benefícios funcionais aos consumidores têm ganhado espaço, como bebidas não alcoólicas fermentadas e café”.

Marina Ferreira, Especialista em Alimentos e Bebidas

Compre este relatório agora

Visite	store.mintel.com
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

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

- Desafios
- Empresas precisam repensar embalagens de bebidas para se adequarem às restrições do governo e à opinião pública em relação aos canudos plásticos
- Canabidiol tem crescido em popularidade fora do país, mas ainda há falta de regulamentação específica para o uso da substância em produtos
- Bebidas destinadas ao público infantil precisam reduzir o uso de alguns ingredientes para superar barreiras de consumo impostas pelos pais
- Oportunidades
- Com pacto para redução do teor de açúcar em produtos industrializados e provável mudanças na rotulagem, uso de adoçantes naturais em bebidas tem espaço para crescer
- Interesse dos brasileiros por benefícios digestivos tem contribuído para a consolidação do segmento de bebidas fermentadas no país
- Café pode ver renovação na categoria com a oferta de opções geladas, que promovam energia e entrada dos produtos da Starbucks nos supermercados
- O que nós pensamos

FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Acordo assinado para reduzir teor de açúcar de bebidas açucaradas e novas regras para a rotulagem exigem adaptação do setor

Figura 1: Modelos de rotulagem nutricional frontal em avaliação pela Anvisa

- Implementação de leis que restringem o fornecimento de canudos plásticos promete levar empresas a repensar embalagens de bebidas que necessitam do utensílio
- Canabidiol vem ganhando espaço internacionalmente como ingrediente no setor de alimentos e bebidas

Figura 2: Buscas mundiais pelo termo "cannabidiol" ("canabidiol" em português) entre 6 de julho de 2014 a 29 de junho de 2019

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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

EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES – O QUE VOCÊ PRECISA SABER

- **Nestlé passa a oferecer cápsulas de café da Starbucks para venda em supermercados**
- **Adoçantes naturais ainda são minoria entre os adoçantes usados em bebidas no Brasil**
- **“Café à prova de balas” é conceito que pode atrair os brasileiros**

CAMPANHAS E AÇÕES DE MARKETING

- **Heineken lança FYs, linha de refrigerantes criada para o público brasileiro**
- **Bonafont lança edição comemorativa de 10 anos de águas sem gás com garrafas que estampam a arte urbana de São Paulo**
- **Nestlé passa a oferecer cápsulas de café da Starbucks para venda em supermercados**

QUEM ESTÁ INOVANDO?

- **Bebidas orgânicas podem crescer no Brasil apostando na renovação do claim**

Figura 3: Lançamentos nas categorias de bebidas não alcoólicas com claim orgânico nos top 3 países que mais lançaram produtos com o claim + Brasil – 2016–2018

Figura 4: Suco de uva e espumante biodinâmico da Vinícola Garibaldi

- **Adoçantes naturais ainda são minoria entre os adoçantes usados em bebidas no Brasil**

Figura 5: Lançamentos nas categorias de bebidas não alcoólicas por tipo específico de adoçante – Brasil, 2014–2018

ESTUDOS DE CASO

- **Marcas podem inovar no segmento de água saborizada desenvolvendo produtos direcionados ao público infantil-juvenil**
- **“Café à prova de balas” é conceito que pode atrair os brasileiros**

Figura 6: Consumo de bebidas não alcoólicas – Qualquer consumo – Brasil, abril de 2019

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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

- **Consumo de bebidas fermentadas não alcoólicas já tem representatividade no Brasil e há oportunidade de crescimento**
- **Suco com gás pronto para beber pode ganhar espaço com posicionamento infanto-juvenil**
- **Substituição do canudo descartável por versão reutilizável é realidade entre os consumidores engajados à causa ambiental**
- **Homens demandam bebidas não alcoólicas saudáveis para consumo em festas e eventos**
- **Energéticos podem apostar em versões com alto teor de proteína para atrair consumidores que trabalham e estudam**
- **Marcas podem usar sistema de logística reversa para incentivar a troca de embalagens retornáveis**

CONSUMO DE BEBIDAS NÃO ALCOÓLICAS

- **Consumo de bebidas fermentadas não alcoólicas já tem representatividade no Brasil e há oportunidade de crescimento**

Figura 7: Consumo de bebidas não alcoólicas – Brasil, abril de 2019

Figura 8: Vídeos da marca de bebidas Kevita sobre probióticos e seu papel na saúde digestiva

Figura 9: Comunicação da linha de kombuchas com probióticos da Campo Largo

- **Adição de ingredientes vegetais à água com gás pode contribuir para aumentar consumo da categoria no Norte e Nordeste**

Figura 10: Consumo de bebidas não alcoólicas por região – Brasil, abril de 2019

MUDANÇAS NO CONSUMO BEBIDAS NÃO ALCOÓLICAS

- **Refrigerantes podem equilibrar volume de vendas focando em estratégias direcionadas ao foodservice**

Figura 11: Mudanças no consumo bebidas não alcoólicas – Brasil, abril de 2019

Figura 12: Comportamentos em relação a bebidas não alcoólicas por mudanças no consumo bebidas não alcoólicas – Refrigerante – Brasil, abril de 2019

Figura 13: Comportamentos e atitudes em relação a bebidas não alcoólicas por mudanças no consumo bebidas não alcoólicas – Refrigerante – Brasil, abril de 2019

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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

Figura 14: McDonald's passou a oferecer refrigerantes no formato refil

- **Suco com gás pronto para beber pode ganhar espaço com posicionamento infanto-juvenil**

Figura 15: Mudanças no consumo bebidas não alcoólicas por filhos morando na residência - Brasil, abril de 2019

COMPORTAMENTOS E ATITUDES EM RELAÇÃO A BEBIDAS NÃO ALCOÓLICAS

- **Substituição do canudo descartável por versão reutilizável é realidade entre os consumidores engajados à causa ambiental**

Figura 16: Comportamentos e atitudes em relação a bebidas não alcoólicas - Brasil, abril de 2019

Figura 17: Canudos de inox comercializados pela marca Green People

Figura 18: Tampa da Starbucks para substituição do uso de canudos em bebidas frias

Figura 19: Bebida com tampa com orifício funcional para consumo sem uso de canudo

- **Consumidores de alta renda podem ser incentivados a substituírem o café quente por café cold brew em dias quentes**

Figura 20: Comportamentos e atitudes em relação a bebidas não alcoólicas por classe social - Brasil, abril de 2019

Figura 21: Espresso Tônica da Pato Rei feito com café cold brew e água tônica

- **Kit para preparo em casa pode ser forma de superar a restrição às bebidas industrializadas impostas pelas mães**

Figura 22: Comportamentos e atitudes em relação a bebidas não alcoólicas por filhos morando na residência - Brasil, abril de 2019

Figura 23: Kit "The Boba Box" da K-teas para a preparação de bubble tea

ATRIBUTOS DE BEBIDAS NÃO ALCOÓLICAS CONFORME A SITUAÇÃO

- **Propriedades relaxantes despertam maior interesse do que benefícios energizantes em bebidas não alcoólicas para ocasiões especiais**

Figura 24: Atributos de bebidas não alcoólicas conforme a ocasião - Em ocasiões especiais - Brasil, abril de 2019

Figura 25: Bebida com CBD da Bimble

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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



Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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

Figura 26: Ingredientes relaxantes presentes nas bebidas da TranQuini

- **Homens demandam bebidas não alcoólicas saudáveis para consumo em festas e eventos**

Figura 27: Atributos de bebidas não alcoólicas conforme a ocasião por gênero - Brasil, abril de 2019

- **Chás gelados podem ser posicionados como bebida saudável de baixa caloria para acompanhar refeições dos consumidores de 35 anos ou mais**

Figura 28: Atributos de bebidas não alcoólicas conforme a ocasião - No almoço ou jantar por faixa etária - Brasil, abril de 2019

INTERESSE POR CLAIMS EM BEBIDAS NÃO ALCOÓLICAS

- **Baixo teor de carboidratos é atributo que pode ser destacado para valorizar bebidas pouco calóricas**

Figura 29: Interesse por claims em bebidas não alcoólicas - Brasil, abril de 2019

Figura 30: Buscas pelo termo "low-carbohydrate diet" ("dieta baixa em carboidratos" em português) entre julho de 2016 e julho de 2019 no Brasil

- **Energéticos podem apostar em versões com alto teor de proteína para atrair consumidores que trabalham e estudam**

Figura 31: Interesse por claims em bebidas não alcoólicas por situação de trabalho e estudo - Brasil, abril de 2019

COMPORTAMENTOS EM RELAÇÃO A BEBIDAS NÃO ALCOÓLICAS NOS ÚLTIMOS SEIS MESES

- **Marcas podem usar sistema de logística reversa para incentivar a troca de embalagens retornáveis**

Figura 32: Comportamentos em relação a bebidas não alcoólicas nos últimos seis meses - Brasil, abril de 2019

Figura 33: Vídeo explicando o funcionamento da Loop

- **Uso de cápsulas para preparo de café pode crescer com oferta de opções para serem consumidas geladas**

Figura 34: Comportamentos em relação a bebidas não alcoólicas nos últimos seis meses por consumo de bebidas não alcoólicas - Brasil, abril de 2019

Figura 35: Sugestão de preparo do café gelado Intenso On Ice da Nespresso

- **Checar a tabela nutricional é hábito de consumidores de energéticos preocupados com teor de açúcar e ingredientes artificiais da bebida**

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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

Figura 36: Comportamentos em relação a bebidas não alcoólicas nos últimos seis meses, análise CHAID – Brasil, abril de 2019

Figura 37: Aplicativo Desrotulando

APÊNDICE – ABREVIACÕES

- **Abreviações**

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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



Sobre a Intel

A Intel é **especialista em identificar o que os consumidores desejam e por quê**. Como líderes mundiais em inteligência de mercado, nossas análises de consumidores, mercados, inovações de produtos e cenários competitivos fornecem uma perspectiva única sobre as economias globais e locais. Desde 1972, nossas análises preditivas e recomendações de especialistas permitem que nossos clientes tomem melhores decisões de negócios com mais rapidez.

Nosso objetivo é ajudar empresas e pessoas a crescer. Para saber como fazemos isso, visite [intel.com](https://www.mintel.com).