

Bebidas Não-alcoólicas: Interação entre as Categorias - Brazil - Janeiro 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

- Acordo entre empresas e Ministério da Saúde impulsiona redução de açúcar na categoria de bebidas
- Bebidas misturadas não alcoólicas, consideradas mais caras pelo consumidor, têm o desafio de agregar percepção de valor junto ao consumidor brasileiro
- A categoria tem o desafio de ampliar sua presença no dia a dia do consumidor

De acordo com a pesquisa realizada para este relatório, 28% dos consumidores afirmaram ter consumido "Bebidas misturadas prontas para beber (ex. água com gás com suco de fruta)" nos últimos 6 meses. Além disso, a pesquisa também mostrou que 34% dos consumidores concordaram com a afirmação "Só beberia de vez em quando para tomar algo diferente". Isso mostra que apesar de os consumidores demonstrarem interesse em consumir os produtos dessa categoria, concretizar seu consumo com maior frequência, e também promover uma maior experimentação da categoria ainda se mostra como um desafio.



"Para ampliar sua percepção positiva e frequência de consumo junto ao consumidor brasileiro, além de investir em alternativas saudáveis, adição de benefícios nutricionais e funcionais e sabores e texturas que despertem a curiosidade, as marcas de bebidas misturadas não alcoólicas precisam."

**- Ana Paula Gilsogamo,
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

Sumário

VISÃO GERAL

- O que você precisa saber
- Definição

RESUMO EXECUTIVO

- Desafios
- Acordo entre empresas e Ministério da Saúde impulsiona redução de açúcar na categoria de bebidas
- Bebidas misturadas não alcoólicas, consideradas mais caras pelo consumidor, têm o desafio de agregar percepção de valor junto ao consumidor brasileiro
- A categoria tem o desafio de ampliar sua presença no dia a dia do consumidor
- Oportunidades
- Maior preocupação com a saúde pode estimular busca por alternativas mais saudáveis de bebidas misturadas
- Bebidas misturadas podem estimular consumidores a experimentar novas categorias de bebidas não alcoólicas
- Bebidas fermentadas naturalmente, com probióticos, misturadas com sucos de frutas podem interessar o consumidor
- Refrigerantes podem ganhar espaço junto às classes AB como alternativa mais saudável a bebidas alcóolicas
- O que nós pensamos

O MERCADO – O QUE VOCÊ PRECISA SABER

- Revisão da regulamentação de rotulagem nutricional pela Anvisa deve impactar o mercado de bebidas nos próximos anos
- Acordo entre empresas e Ministério da Saúde impulsiona redução de açúcar na categoria de bebidas
- Maior preocupação com a saúde pode estimular busca por alternativas mais saudáveis
- Fatores que Influenciarão o Mercado
- Apesar das incertezas na economia e política, mercado aparenta reação positiva após eleições

Figura 1: Taxa de câmbio R\$/US\$ comercial (valor de venda) média, jan/2013 - out/2018

- Revisão da regulamentação de rotulagem nutricional pela Anvisa deve impactar o mercado de bebidas nos próximos anos

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 2: Modelos de rotulagem nutricional frontal em avaliação pela Anvisa

- **Acordo entre empresas e Ministério da Saúde impulsiona redução de açúcar na categoria de bebidas**
- **Maior preocupação com a saúde pode estimular busca por alternativas mais saudáveis**

EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES – O QUE VOCÊ PRECISA SABER

- **Diversas marcas apostaram no lançamento de bebidas misturadas não alcoólicas**
- **Texturas inovadoras podem estimular a experimentação de bebidas misturadas não alcoólicas**
- **V8 se destaca ao apostar em fórmulas que combinam ingredientes naturais para oferecer benefícios como hidratação e energia**

CAMPANHAS E AÇÕES DE MARKETING

- **Coca-Cola Brasil lança campanha evidenciando a diversidade de produtos comercializados pela companhia**

Figura 3: Campanha Institucional – Coca-Cola Brasil

- **Coca-Cola lança Yas, bebida com suco de fruta e água gaseificada**

Figura 4: Yas – Coca-Cola

- **Marcas investem em águas com gás saborizadas**
- **Del Valle lança água de coco com suco de fruta**
- **Wewi lança chá mate orgânico gaseificado**

Figura 5: Chá mate orgânico gaseificado – Wewi

QUEM ESTÁ INOVANDO?

- **Texturas inovadoras podem estimular a experimentação de bebidas misturadas não alcoólicas**

Figura 6: Top 10 texturas dos lançamentos globais da categoria de bebidas não alcoólicas (porcentagem em relação ao total), jan/2016 a dez/2018.

- **Categorias fora do universo de bebidas quentes podem investir em bebidas misturadas não alcoólicas que promovam relaxamento**

Figura 7: Porcentagem de lançamentos dentro da categoria de bebidas não alcoólicas (incluindo leite e leites vegetais) com variações de "relaxamento" no descritivo do produto, por categoria, jan/2016 a dez/2018.

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

ESTUDOS DE CASO

- **V8 se destaca ao apostar em fórmulas que combinam ingredientes naturais para oferecer benefícios como hidratação e energia**
Figura 8: Vídeo divulgação V8 +Hydrate
Figura 9: Divulgação V8 +Energy
Figura 10: Atributos de interesse – Brasil, novembro 2018
- **Coca-Cola lança Smartwater no Brasil com o objetivo de trazer inovação à categoria de águas**

O CONSUMIDOR – O QUE VOCÊ PRECISA SABER

- **Bebidas misturadas podem estimular consumidores a experimentar novas categorias de bebidas não alcoólicas**
- **Bebidas fermentadas naturalmente, com probióticos, misturadas com sucos de frutas podem interessar o consumidor**
- **Embalagens convenientes podem facilitar o consumo de bebidas misturadas que oferecem rápida hidratação a estudantes**
- **Indicação de amigos através de redes sociais pode incentivar ainda mais o consumo entre os jovens de 16 a 24 anos de bebidas não alcoólicas misturadas**
- **Adição de benefícios nutricionais pode agregar valor às bebidas misturadas, consideradas mais caras pelo consumidor**

CONSUMO DE BEBIDAS NÃO ALCOÓLICAS

- **Bebidas misturadas podem estimular consumidores a experimentar novas categorias de bebidas não alcoólicas**
Figura 11: Consumo de bebidas não alcoólicas – Brasil, novembro de 2018
- **Café pronto gelado pode ser opção energética para o consumo pela manhã entre os jovens de 16 a 24 anos**
Figura 12: Consumo de bebidas não alcoólicas, por faixa etária – Brasil, novembro de 2018
- **Categoria de leites pode investir em opções de bebidas misturadas energéticas dirigidas ao público masculino**
Figura 13: Consumo de bebidas não alcoólicas, por gênero – Brasil, novembro de 2018

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

CRIANDO A MISTURA IDEAL ENTRE BEBIDAS NÃO ALCOÓLICAS

- **Bebidas fermentadas naturalmente, com probióticos, misturadas com sucos de frutas podem interessar o consumidor**

Figura 14: Criando uma mistura entre bebidas não alcoólicas, top combinações - Brasil, novembro de 2018

- **Opções com água de coco podem estimular interesse dos baby boomers por bebidas não alcoólicas misturadas**

Figura 15: Criando uma mistura entre bebidas não alcoólicas, por geração - Brasil, novembro de 2018

- **Bebidas misturadas contendo leite de origem vegetal e sucos de frutas pode despertar o interesse das consumidoras**

Figura 16: Criando uma mistura entre bebidas não alcoólicas, por gênero - Brasil, novembro de 2018

ATRIBUTOS DE INTERESSE

- **Bebidas misturadas energéticas naturais com baixo teor de açúcar têm potencial junto ao consumidor brasileiro**

Figura 17: Análise TURF - Atributos de interesse, novembro 2018

- **Embalagens convenientes podem facilitar o consumo de bebidas misturadas que oferecem rápida hidratação a estudantes**

Figura 18: Atributos de interesse, por ocupação - Brasil, novembro 2018

- **Chás e águas com gás com menos sódio têm oportunidade de atrair ainda mais os consumidores com 35 anos ou mais**

Figura 19: Atributos de interesse, pela faixa etária - Brasil, novembro 2018

INCENTIVOS PARA A EXPERIMENTAÇÃO

- **Marcas conhecidas podem investir em lançamentos com benefícios nutricionais ou funcionais que permitam sua personalização pelos consumidores**

Figura 20: Análise TURF - Incentivos para a experimentação, novembro 2018

Figura 21: Fiber Mais - Nestlé, Ação de distribuição de amostras grátis

- **Indicação de amigos através de redes sociais pode incentivar ainda mais o consumo entre os jovens de 16 a 24 anos de bebidas não alcoólicas misturadas**

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 22: Incentivos para a experimentação, por faixa etária - Brasil, novembro 2018

Figura 23: Butterfly Pea Lemonade Cold Brew - Starbucks Asia

Figura 24: Vídeo Gin "Mudando de cor" - Gin Old Curiosity

Figura 25: Busca por "#smoothiebowls" no Instagram

- **Sabores exóticos e inovadores podem estimular as classes AB a experimentar bebidas não alcoólicas misturadas**

Figura 26: Incentivos para a experimentação, por classe social - Brasil, novembro 2018

ATITUDES EM RELAÇÃO À INTERAÇÃO ENTRE BEBIDAS NÃO ALCOÓLICAS

- **Adição de benefícios nutricionais pode agregar valor às bebidas misturadas, consideradas mais caras pelo consumidor**

Figura 27: Atitudes em relação à interação entre bebidas não alcoólicas - Brasil, novembro de 2018

Figura 28: Activia com bilhões de probióticos naturais - Campanha de lançamento

Figura 29: Série de vídeos Activia Shot focando os benefícios e características do produto

- **Bebidas misturadas podem interessar consumidores de produtos de beleza ao oferecer saudabilidade através de benefícios relacionados à categoria**

Figura 30: Atitudes em relação à interação entre bebidas não alcoólicas, por classe social - Brasil, novembro de 2018

- **Refrigerantes podem ganhar espaço junto às classes AB como alternativa mais saudável às bebidas alcóolicas**

Figura 31: Atitudes em relação à interação entre bebidas não alcoólicas, por classe social - Brasil, novembro de 2018

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 Mintel

A Mintel 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 **[mintel.com](https://www.mintel.com)**.