December 2019

Varejo de Alimentos e Bebidas - Brazil

"A compra de alimentos e bebidas por canais on-line tem crescido entre os brasileiros, porém, barreiras relacionadas à escolha e à entrega dos produtos ainda limitam parte da população de utilizar o canal. No entanto, a entrada de novos e grandes players nesse mercado, somado à rápida implementação de inovações ...

November 2019

Atitudes em Relação a Vida Saudável e Sustentabilidade - Brazil

"Grande parte dos brasileiros já declaram ter ou estar caminhando para um estilo de vida saudável, em grande parte porque os problemas de saúde, que vêm aumentando, os obrigam a fazer essa mudança. Não somente no aspecto físico, mas o bem-estar mental também se torna parte importante de uma vida ...

September 2019

Hábitos de Consumo de Bebidas Alcoólicas - Brazil

"Diante de um cenário em que os consumidores, preocupados com a situação financeira e com a saúde, demonstram tendências na diminuição de consumo de bebidas alcoólicas, a categoria precisa oferecer produtos mais competitivos, seja focando em preços e promoções ou entregando produtos de valor agregado através de inovação em sabores ...

July 2019

Hábitos de Consumo de Bebidas Não-alcoólicas - Brazil

"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

© 2024 Mintel Group Ltd. All Rights Reserved. Confidential to Mintel.

espaço, como bebidas não alcoólicas fermentadas e café. Agregar benefícios funcionais às bebidas pode ser um caminho para reter os consumidores, evitar ...

March 2019

Sucos - Brazil

"Enquanto que os sucos 100%/integral têm atraído os consumidores que buscam opções saudáveis de bebidas, os sucos em pó estão conquistando aqueles que buscam opções acessíveis, sem abdicar do sabor. Sucos posicionados na linha intermediária – nem tão baratos, nem tão saudáveis – como os néctares e refrescos adocicados ...

January 2019

Bebidas Não-alcoólicas: Interação entre as Categorias - Brazil

“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 ser claras em sua comunicação e educar os consumidores ...

© 2024 Mintel Group Ltd. All Rights Reserved. Confidential to Mintel.