

Varejo de Alimentos e Bebidas - Brasil - Fevereiro 2021

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.



“Mesmo sendo uma das poucas categorias que apresentou crescimento expressivo durante a pandemia, o varejo de alimentos e bebidas enfrentou diversos desafios durante esse período para se adaptar às novas demandas dos consumidores por segurança e higiene, conveniência e preços acessíveis.”

— **Ana Paula Gilsogamo, Analista Sênior de Alimentos e Bebidas**

Este relatório responde às seguintes questões:

- Como a COVID-19 impactou o varejo de alimentos e bebidas no Brasil
- O que motiva os consumidores brasileiros a escolher um canal de compra de alimentos e bebidas
- Percepção do brasileiro em relação às marcas próprias e interesse em inovação na categoria
- Canais e frequência de compra de alimentos e bebidas
- Hábitos de compra de alimentos e bebidas no varejo físico e online

A compra de alimentos e bebidas no varejo tem sido a grande prioridade de gastos dos brasileiros, sendo essa uma das poucas categorias que representou um crescimento expressivo durante a pandemia. As escolhas dos consumidores na categoria têm sido principalmente norteadas por duas grandes preocupações do consumidor: economizar e evitar a contaminação pela COVID-19.

Esses fatores impulsionaram uma série de hábitos e demandas que têm potencial para perdurar mesmo após a pandemia, tais como a busca por promoções; demanda por maiores padrões de higiene; a compra em varejistas menores e locais; maior adoção das compras online; a busca por conveniência e maior variedade de opções saudáveis.

**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

Varejo de Alimentos e Bebidas - Brasil - Fevereiro 2021

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.

Sumário

Visão Geral

- O que você precisa saber
- Principais pontos deste Relatório
- Definição
- COVID-19: Contexto de mercado

Resumo Executivo

Visão geral do mercado

Impacto da COVID-19 no varejo de alimentos e bebidas

Figura 1: Impacto esperado da COVID-19 em curto, médio e longo prazo para o varejo de alimentos e bebidas sociais, fevereiro de 2021

O impacto até o momento atual

Figura 2: Prioridades de gastos - Brasil, 11 a 27 de janeiro de 2021

Impacto em curto e médio prazos (fevereiro 2021 até dezembro de 2021)

Figura 3: Hábitos atuais devido à COVID-19 - Brasil, 11 a- 27 de janeiro de 2021

Impacto em longo prazo (2022-2025)

Mintel Trend Drivers

Figura 4: Mintel Trends Drivers

Desafios

Desemprego, fim do auxílio emergencial e alta nos preços de alimentos devem impactar nas escolhas de alimentos e bebidas

Mesmo com grande crescimento o varejo online de alimentos e bebidas ainda enfrenta desafios e certa resistência

Alimentos e bebidas para consumo imediato on the go precisam trazer soluções de higiene e descontaminação

Oportunidades

Marcas próprias podem investir em opções saudáveis com foco no bem-estar mental para atender trabalhadores remotos

Automatização e organização de produtos por soluções/benefícios podem tornar a compra mais conveniente para as classes AB

Minimercados e mercados de bairro podem investir em maior oferta de produtos frescos para atrair brasileiros com 55 anos ou mais

Fatores que Influenciarão o Mercado

Desemprego, fim do auxílio emergencial e alta nos preços de alimentos devem impactar nas escolhas de alimentos e bebidas

Maior realização de refeições em casa estimula o crescimento do varejo de alimentos e bebidas

Varejo de alimentos e bebidas precisa investir em soluções de comércio eletrônico

Alimentos e bebidas no varejo precisaram se adaptar ao novo padrão de rotulagem nutricional aprovado pela Anvisa

Figura 5: limites de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio para fins de declaração da rotulagem nutricional frontal - Brasil, outubro de 2020.

Figura 6: Modelos que devem ser usados em embalagens de alimentos cujas quantidades dos três nutrientes (açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio) sejam iguais ou superiores aos limites definidos - Brasil, outubro de 2020.

Figura 7: Novo modelo da Tabela de Informação Nutricional

Empresas, Marcas e Inovações - O que você precisa saber

Varejo de alimentos e bebidas investe em novos produtos e novos formatos de loja

Aplicativo chinês Pinduoduo faz sucesso com seu modelo de social commerce que oferece descontos e ofertas em compras coletivas

Campanhas e Ações de Marketing

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

Varejo de Alimentos e Bebidas - Brasil - Fevereiro 2021

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.

Foodservice investe em lançamentos de produtos para o varejo alimentar

Figura 8: Refeição pronta congelada – Viena

Figura 9: Pão de queijo congelado – Casa do Pão de Queijo e Tirolez

Hirota lança lojas físicas compactas em condomínios

Figura 10: Loja Hirota em Casa

Mercado St Marche lança marca própria de vinho

Figura 11: Vinho Tropical Chardonnay - ST MARCHE

Rede de varejo Mexicana OXXO inaugura sua primeira loja de conveniência no Brasil

Figura 12: Inauguração loja Oxxo – Campinas (SP).

Rede de supermercados Zona Sul realiza entregas com drones e robôs no Rio de Janeiro

Figura 13: Drone aéreo MVD4-02, desenvolvido pela MyView, transportando o pedido – Zona Sul

Loja de chocolates Dengo investe em streaming para vendas online

Figura 14: Loja ao Vivo, da Dengo Chocolates

Estudos de caso

Aplicativo chinês Pinduoduo faz sucesso com seu modelo de social commerce que oferece descontos e ofertas em compras coletivas

Figura 15: Vídeo divulgação de funcionamento do e-commerce app Pinduoduo

Pandemia promove boom de delivery de bebidas alcoólicas no Brasil, com potencial para conquistar o espaço de lojas de conveniência

Figura 16: canal de compra de alimentos e bebidas e compra online x offline, pela compra de bebidas alcoólicas – Brasil, dezembro de 2020.

O Consumidor - O que você precisa saber

Marcas de alimentos e bebidas à base de plantas podem investir em canais próprios online para comercializar seus produtos

Categoria de alimentos para animais de estimação podem ampliar sua presença em atacadistas

Promoções têm grande potencial para estimular a compra direta pelas redes sociais

Marcas próprias podem investir em opções sustentáveis para atrair mais consumidores

Vending machines de alimentos e bebidas para consumo on the go podem investir em soluções de descontaminação para conquistar espaço

Compra de alimentos e bebidas

Varejistas podem ajudar brasileiros a consumir mais porções de vegetais frescos

Figura 17: Compra de alimentos e bebidas – Brasil, dezembro de 2020

Figura 18: Processo de auto pagamento – Fruver Scan

Figura 19: Divulgação de contato e serviço de entrega de feirantes da cidade de São Paulo

Figura 20: Kit Lanchinho – Natural da Terra

Marcas de alimentos e bebidas à base de plantas podem investir em canais próprios online para comercializar seus produtos

Figura 21: Canal de compra de alimentos e bebidas, pela compra de alimentos e bebidas por categoria – Brasil, dezembro de 2020

Figura 22: Captura de tela Combo “Meu burger, minhas regras” – NotCo

Figura 23: Mapa onde comprar - NotCo

Molhos e condimentos podem investir mais na comercialização no foodservice

Figura 24: Compra de alimentos e bebidas em estabelecimentos alimentícios (foodservice), pelo total de compradores de alimentos e bebidas e compradores específicos de molhos, condimentos e temperos – Brasil, dezembro de 2020

Figura 25: Maionese Giraffas

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

Varejo de Alimentos e Bebidas - Brasil - Fevereiro 2021

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: Molho Especial Big Mac

Canal e frequência de compras de alimentos e bebidas

Categoria de alimentos para animais de estimação podem ampliar sua presença em atacadistas

Figura 27: Aumento na frequência de compra de alimentos e bebidas, por tipo de varejista – Brasil, dezembro de 2020

Conteúdos e serviços adicionais disponíveis online podem estimular o acesso e compras em sites e aplicativos de supermercados

Figura 28: Canal de compra de alimentos e bebidas, pela compra online x offline – Brasil, dezembro de 2020

Figura 29: John Lewis & Partners - Lista de eventos online

Hipermercados podem oferecer maior variedade de refeições e bebidas prontas em porções individuais para atrair os que moram sozinhos

Figura 30: Canal de compra de alimentos e bebidas, pela situação de moradia – Brasil, dezembro de 2020

Motivadores de escolha de canais de vendas

Promoções têm grande potencial para estimular a compra direta pelas redes sociais

Figura 31: Motivadores de escolha de canais de venda, pelo total de entrevistados e pelos que compraram produtos/serviços em redes sociais – Brasil, dezembro de 2020

Figura 32: Captura de tela de vídeo promocional no Instagram - Sobeys

Figura 33: Variação da cotação de acordo com o monitoramento das redes sociais – Snickers

Baby boomers demandam uma maior variedade de marcas e altos padrões de higiene no varejo

Figura 34: Motivadores de escolha de canais de venda, por geração – Brasil, dezembro de 2020

Figura 35: Handshield

Automatização e organização de produtos por soluções/benefícios podem tornar a compra mais conveniente para as classes AB

Figura 36: Motivadores de escolha de canais de venda, por classificação socioeconômica – Brasil, dezembro de 2020

Atitudes em relação a marcas próprias

Marcas próprias podem investir em opções sustentáveis para atrair mais consumidores

Figura 37: Atitudes em relação a marcas próprias – Brasil, dezembro de 2020

Marcas próprias podem investir em opções saudáveis com foco no bem-estar mental para atender trabalhadores remotos

Figura 38: Atitudes em relação a marcas próprias, por situação de emprego e trabalho remoto – Brasil, dezembro de 2020

Existe espaço para que lojas especializadas invistam em produtos de marca própria

Figura 39: Atitudes em relação a marcas próprias, pelo canal de compra de alimentos e bebidas – Brasil, dezembro de 2020

Figura 40: Vinhos em lata Vibra!

Figura 41: Vinho Rosé Vivid

Hábitos e atitudes em relação à compra de alimentos e bebidas

Categoria de refeições prontas pode investir em estratégia focada na compra por impulso em supermercados

Figura 42: atitudes em relação à compra de alimentos e bebidas, pela compra de comida pronta – Brasil, dezembro de 2020

Figura 43: Captura de imagem - La Place - Livestream verrast voorbijgangers in Amsterdam

Figura 44: Lives Streaming – Pitch your dish

Minimercados e mercados de bairro podem investir em maior oferta de produtos frescos para atrair brasileiros com 55 anos ou mais

Figura 45: Hábitos e atitudes em relação à compra de alimentos e bebidas, pela faixa etária – Brasil, dezembro de 2020

Vending machines de alimentos e bebidas para consumo on the go podem investir em soluções de descontaminação para conquistar espaço

Figura 46: Hábitos e atitudes em relação à compra de alimentos e bebidas – Brasil, dezembro de 2020

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

Varejo de Alimentos e Bebidas - Brasil - Fevereiro 2021

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 47: Vídeo demonstrativo - Coca-Cola Freestyle Mobile Pour | Contact-free pouring with your smart phone

Apêndice – Abreviações

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