

Bebidas Gaseificadas - Brasil - Maio 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.

Este relatório analisa as seguintes áreas

- Consumo de bebidas gaseificadas: tipos de bebidas mais consumidos e frequência de consumo
- Principais ocasiões de consumo de bebidas gaseificadas
- Interesse em inovações na categoria
- Comportamentos relacionados ao consumo de bebidas gaseificadas

A pesquisa revela que os refrigerantes comuns continuam sendo a bebida gaseificada mais consumida, embora preocupações com questões de saúde tenham impulsionado os consumidores a reduzir a frequência de consumo. Nesse contexto, há oportunidade para as marcas explorarem substitutos naturais para o açúcar e para outras categorias de bebidas gaseificadas alternativas crescerem. A pesquisa também mostra que ingredientes naturais e benefícios adicionais são os atributos que mais despertam o interesse dos consumidores, indicando que a preocupação com a saúde e o bem-estar deverão pautar os lançamentos na categoria nos próximos anos,



"A maior preocupação com questões de saúde e a crise econômica que foram impulsionadas pela pandemia de COVID-19 têm levado os brasileiros a reduzir o consumo de bebidas gaseificadas."

– **Laura Menegon, analista de pesquisa**

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.

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 na categoria de bebidas gaseificadas
 Figura 1: Impacto esperado da COVID-19 em curto, médio e longo prazos para a categoria de bebidas gaseificadas, maio de 2020
- Intel Trend Drivers
 Figura 2: Intel Trends Drivers
- Desafios
- Consumo de refrigerantes é relacionado a sentimento de culpa
- Consumidores evitam tomar refrigerantes em casa
- Oportunidades
- Bebidas gaseificadas podem crescer como mixers para o preparo de coquetéis alcoólicos
- Bebidas gaseificadas podem ganhar espaço como snacks
- Bebidas gaseificadas podem crescer no mercado brasileiro caso se adequem melhor ao consumo infantil

FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Tendência de aumento da incidência de diabetes e obesidade poderão impactar bebidas açucaradas
- Agravamento da pandemia e do desemprego impactam consumo das famílias brasileiras
- Preços de alimentos e bebidas sobem três vezes mais que inflação
- Novo modelo de rotulagem representará um desafio para toda a categoria

Figura 3: Limites de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio para fins de declaração da rotulagem nutricional frontal – Brasil, outubro de 2020.

Figura 4: Modelos que devem ser usados em alimentos cujas quantidades dos três nutrientes (açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio) sejam iguais ou superiores aos limites definidos – Brasil, outubro de 2020

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 Intel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Intel 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 5: Novo modelo da Tabela de Informação Nutricional

EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- **Empresas e marcas**
- **Guaraná Antarctica lança Lanchonete do Naná em São Paulo**
 Figura 6: Campanha de lançamento da Lanchonete do Naná, Guaraná Antarctica, Brasil, maio de 2021
- **Coca-Cola lança campanhas visando auxiliar o combate à COVID-19 e minimizar impactos sociais**
 Figura 7: Campanha "For the Human Race" Coca-Cola, Brasil, junho de 2020
 Figura 8: Campanha "Por Todas as Mesas" Coca-Cola, Brasil, maio de 2021
- **Grupo Heineken investe em aplicativo de treinamento de equipes de bares e restaurantes sobre medidas de prevenção à COVID-19**
 Figura 9: Campanha do aplicativo "De volta ao Bar", Heineken, Brasil, agosto de 2020
- **Quem está inovando?**
- **Marcas de refrigerantes podem investir em lançamentos com sabores de bebidas alcoólicas**
 Figura 10: Lançamentos de refrigerantes com sabores de bebidas alcoólicas nos 5 últimos anos completos, 2016-2020
- **Claims relacionados à sustentabilidade podem crescer no Brasil**
 Figura 11: Relação entre o atributo sustentável e bebidas gaseificadas, Brasil, janeiro de 2021
 Figura 12: Lançamentos de bebidas gaseificadas com claims relacionados à sustentabilidade, nos 5 maiores mercados mais o Brasil - 2018-2020
- **Estudos de caso**
- **Poppi, marca de refrigerantes prebióticos, tem crescimento acelerado durante a pandemia**
 Figura 13: Refrigerante prebiótico Poppi, Estados Unidos, maio de 2021
- **Sun Chaser promete efeito similar ao de bebidas alcoólicas, sem efeitos negativos, graças ao uso de nootrópicos**
 Figura 14: Bebida gaseificada com nootrópicos Sun Chaser, Estados Unidos, dezembro de 2020

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

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

- **Kits para o preparo de bebidas fermentadas podem ser substitutos divertidos para refrigerantes**
- **Ingredientes orgânicos podem deixar consumidores mais confortáveis para consumir refrigerantes**
- **Bebidas gaseificadas podem ganhar espaço como snacks**
- **Utilização de alulose como adoçante pode trazer benefícios à categoria de bebidas gaseificadas**
- **Mulheres sentem-se mais culpadas ao consumir refrigerantes do que homens**
- **Bebidas gaseificadas podem crescer no mercado brasileiro caso se adequem melhor ao consumo infantil**

CONSUMO DE BEBIDAS GASEIFICADAS

- **Ingredientes naturais com sabor doce podem ser opção para refrigerantes diminuírem a utilização de açúcar sem comprometimento de sabor**

Figura 15: Consumo de bebidas gaseificadas, Brasil, janeiro de 2021

- **Bebidas gaseificadas podem explorar sabores amargos para atrair público com mais de 55 anos**

Figura 16: Consumo de água tônica por faixa etária nos 6 meses anteriores à pesquisa, Brasil, janeiro de 2021

- **Kits para o preparo de bebidas fermentadas podem ser alternativas divertidas para refrigerantes**

Figura 17: Consumo de refrigerante comum por consumidores que são pais e consumidores que não são pais, Brasil, janeiro de 2021

Figura 18: Kit para o preparo de kefir de água em casa, Cultures for Health, Estados Unidos, maio de 2021

FREQUÊNCIA DE CONSUMO DE BEBIDAS GASEIFICADAS

- **Benefícios funcionais podem trazer maior regularidade ao consumo de águas gaseificadas**

Figura 19: Frequência de consumo bebidas gaseificadas, Brasil, janeiro de 2021

- **Ingredientes orgânicos podem deixar consumidores mais confortáveis para consumir refrigerantes**

Figura 20: Frequência de consumo de refrigerantes comuns, Brasil, janeiro de 2021

Figura 21: Refrigerante orgânico Soda Raiz, México, maio de 2021

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

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

OCASIÕES DE CONSUMO

- Bebidas gaseificadas podem ganhar espaço como snacks**
Figura 22: Ocasões de consumo de bebidas gaseificadas, Brasil, janeiro de 2021
- Garrafas de alumínio com tampa de rosca podem estimular o consumo em movimento**
Figura 23: Consumo de bebidas em movimento por ocupação, Brasil, janeiro de 2021
- Bebidas gaseificadas com sabores de bebidas alcoólicas podem ser opção para o preparo de drinks**
Figura 24: Interesse por refrigerantes com sabores de bebidas alcoólicas por ocasião de consumo, Brasil, janeiro de 2021
- Interesse em inovações**
- Consumidores de bebidas gaseificadas buscam benefícios à imunidade**
Figura 25: Interesse em Inovações, Brasil, janeiro de 2021
- Refrigerantes com sabores típicos de outros países podem atrair segmento de homens jovens**
Figura 26: Interesse por refrigerantes com sabores internacionais por gênero e faixa etária, Brasil, janeiro de 2021
- Utilização de alulose como adoçante pode trazer benefícios à categoria de bebidas gaseificadas**
Figura 27: Interesse por refrigerantes adoçados com adoçantes naturais por classificação socioeconômica, Brasil, janeiro de 2021

COMPORTEMENTOS SOBRE BEBIDAS GASEIFICADAS

- Marcas de bebidas podem oferecer opções customizadas para consumidores no foodservice**
Figura 28: Comportamentos relacionados ao consumo de bebidas gaseificadas, Brasil, janeiro de 2017
Figura 29: Vídeo de apresentação da Coca Cola Freestyle, Estados Unidos, 2018
Figura 30: Consumidores que se sentem culpados ao beber refrigerantes por gênero, Brasil, janeiro de 2021

PERCEPÇÃO SOBRE BEBIDAS GASEIFICADAS

- Bebidas gaseificadas podem crescer no mercado brasileiro caso se adequem melhor ao consumo infantil**
Figura 31: Análise de Correspondência – mapa principal – Percepção sobre bebidas gaseificadas, janeiro de 2021

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

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

- **Chá gaseificado, já percebido como sustentável, pode reforçar essas credenciais em seus produtos para aumentar consumo**

APÊNDICE – ABREVIÇÕES

APÊNDICE – TAMANHO DE MERCADO E PARTICIPAÇÃO

- **Tamanho de mercado**

Figura 32: Vendas na categoria de bebidas gaseificadas, em valor – Brasil. 2014-2020

Figura 33: Vendas na categoria de bebidas gaseificadas, em volume – Brasil. 2014-2020

- **Participação de mercado**

Figura 34: Participação dos líderes de vendas na categoria de bebidas gaseificadas, por valor, Brasil, 2019-2020

Figura 35: Participação dos líderes de vendas na categoria de bebidas gaseificadas, por volume, Brasil, 2019-2020

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).