

# Hábitos de Consumo de Bebidas Alcoólicas - Brasil - 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

- Quais são as bebidas alcoólicas mais consumidas e em quais ocasiões de consumo
- Principais mudanças nos hábitos de consumo
- Consumo de bebidas prontas para o consumo, atributos mais buscados e motivos para consumir
- Principais comportamentos dos consumidores em relação ao consumo de bebidas alcoólicas

A pesquisa mostra que as bebidas mais consumidas no país ainda são a cerveja e o vinho, mas é importante notar que a categoria de bebidas prontas para beber vem crescendo. O consumo dentro de casa tornou-se a principal ocasião de consumo e deve permanecer mesmo após a pandemia, principalmente por uma questão de economia. Por fim, embora o consumo de álcool venha crescendo no país, parece crescer também o número de consumidores buscando reduzir a ingestão de álcool, seja através de uma menor frequência, seja através de bebidas com menor teor alcoólico.



“Apesar de manifestarem preocupação com a saúde e buscarem reduzir o consumo de bebidas alcoólicas, parte dos brasileiros aumentou o consumo de álcool desde o início da pandemia, como uma forma de lidar com as questões emocionais nesse período.”

– **Laura Menegon, analista júnior alimentos e bebidas**

## Compre este relatório agora

Visite	<a href="https://store.mintel.com">store.mintel.com</a>
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 alcoólicas  
Figura 1: Impacto esperado da COVID-19 em curto, médio e longo prazos para a categoria de bebidas alcoólicas, Brasil, julho de 2021
- Mintel Trend Drivers  
Figura 2: Mintel Trends Drivers
- Desafios
- Mais conscientes sobre malefícios do excesso de álcool, brasileiros buscam reduzir o consumo
- Oportunidades
- Bebidas com baixo teor alcoólico podem crescer no mercado brasileiro
- Facilitar a experiência de compra e consumo pode facilitar o crescimento de marcas de vinhos no mercado brasileiro
- Marcas podem investir na ritualização do consumo, promovendo o relaxamento para conquistar as mulheres

### FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- YouTube bane anúncios de bebidas alcoólicas da página inicial
- Agravamento da pandemia e do desemprego impactam consumo das famílias brasileiras
- Preços de alimentos e bebidas sobem três vezes mais que inflação
- Consumo de álcool tende a crescer

### EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- Empresas e marcas
- Marcas investem cada vez mais em bebidas com menos álcool
- Heineken lança robô autônomo que leva cerveja até o consumidor

Figura 3: Campanha de lançamento do Beer Outdoor Transporter da Heineken, Estados Unidos, junho 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](https://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.

- Diageo lança Johnnie Blonde, whisky feito especialmente para a coquetelaria**

Figura 4: Campanha de lançamento Johnnie Blonde, Brasil, maio de 2021

- Cerveja Bohemia promove campanha de auxílio a trabalhadores afetados pelo cancelamento das festas de São João**

- Quem está inovando?**

- Utilização de ingredientes naturais pode atrair consumidores brasileiros**

Figura 5: Lançamentos de bebidas alcoólicas com 100% de ingredientes naturais, nos cinco maiores mercados, mais o Brasil, 2016-20

- Marcas próprias podem oferecer ao consumidor economia e bebidas de qualidade**

Figura 6: Lançamentos de bebidas alcoólicas de marcas próprias nos 10 maiores mercados, 2016-20

- Estudos de caso**

- Yellow Tail simplifica o processo de compra de vinho, atraindo consumidores**

- Partake torna-se sucesso ao oferecer cervejas de qualidade sem álcool**

## O CONSUMIDOR – O QUE VOCÊ PRECISA SABER

- Small beers podem ser opção para apreciadores de cervejas tradicionais que desejam reduzir o consumo de álcool**
- Ervas e especiarias podem trazer ritualização para o preparo de drinques, atraindo as mulheres**
- Marcas podem investir em produtos para facilitar o preparo de drinques em casa**
- Variedade de sabores podem impulsionar vendas de bebidas prontas para o consumo**
- Embalagens sustentáveis despertam o interesse do consumidor**
- Bebidas podem destacar a qualidade dos ingredientes para conquistar consumidores**

## O CONSUMO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS

- IA pode facilitar a experiência de compra de vinhos, estimulando o consumo**

Figura 7: Consumo de bebidas alcoólicas, Brasil, 2021

Figura 8: Assistente virtual Pipa, Brasil, abril 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](https://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.

- Jovens adultos aderem às bebidas prontas para beber**  
Figura 9: Consumo de bebidas alcoólicas prontas para beber por grupos etários, Brasil, 2021
- Small beers podem ser opção para apreciadores de cervejas tradicionais que desejam reduzir o consumo de álcool**  
Figura 10: Consumidores que reduziram o consumo de álcool por bebida consumida, Brasil 2021  
Figura 11: Dark Lager com 1,0% de teor alcoólico, da Small Beer, Londres, 2021  
Figura 12: "Small lagers" da cervejaria Avós, Brasil, 2021

## OCASIÕES DE CONSUMO

- O consumo dentro do lar consolida-se como a principal ocasião de consumo**  
Figura 13: Ocasões de consumo de vinho/espumante por pessoas que moram sozinhas, Brasil, 2021  
Figura 14: Linha de vinhos em latas Vivant, Brasil, 2021
- Ervas e especiarias podem trazer ritualização para o preparo de drinques, atraindo as mulheres**  
Figura 15: Consumo de coquetéis em casa relaxando com amigos por gênero, Brasil, 2021  
Figura 16: Kit para o preparo de drink à base de gin Dengo, Brasil, 2021  
Figura 17: Coleção "Chocolate Ritual Collections" da marca Vosges, Estados Unidos, 2021

## MUDANÇAS DE HÁBITOS DE CONSUMO DEVIDO À COVID-19

- Bebidas tradicionais podem lançar versões misturadas a outros ingredientes para oferecer menor teor alcoólico**  
Figura 18: Mudanças de hábitos de consumo devido à COVID-19
- Marcas podem investir em produtos para facilitar o preparo de drinques em casa**

## PERCEPÇÕES E ATITUDES SOBRE BEBIDAS ALCOÓLICAS PRONTAS PARA BEBER

- Variedade de sabores pode impulsionar vendas de bebidas prontas para o consumo**  
Figura 19: Percepções e atitudes sobre bebidas não alcoólicas prontas para beber, Brasil, 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](https://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.

## INTERESSE EM INOVAÇÕES

- Embalagens sustentáveis despertam o interesse do consumidor**  
Figura 20: Interesse em inovações, Brasil, 2021  
Figura 21: Site da cerveja Corona com informações sobre a utilização de plásticos  
Figura 22: Campanha "Plastic Reality"
- Ingredientes que tragam benefícios à saúde mental podem atrair jovens de 25 a 34 anos**  
Figura 23: Interesse por bebidas com benefícios à saúde mental por grupo etário, Brasil, 2021

## HÁBITOS RELACIONADOS A BEBIDAS ALCOÓLICAS

- Bebidas podem destacar a qualidade dos ingredientes para conquistar consumidores**  
Figura 24: Hábitos sobre o consumo de bebidas alcoólicas, Brasil, 2021
- Marcas podem lançar versões de suas bebidas com alto teor alcoólico para estimular o consumo de coquetéis entre os homens**  
Figura 25: Consumidores que preferem consumir bebidas com alto teor alcoólico em bares e boates, por idade e gênero, Brasil, 2021

## APPENDICE – ABREVIACÕES

### 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](https://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).