

# Queijo - Brasil - 2022

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

- Frequência de consumo de queijos e tipos e formatos mais consumidos
- Percepção e consumo em relação a queijos à base de plantas
- Interesses e motivações para comprar/consumir mais queijos lácteos e à base de plantas
- Atributos importantes do queijo de acordo com a ocasião de consumo

Os consumidores brasileiros ainda se mostram conservadores em relação ao consumo de queijo, demonstrando uma grande concentração de consumo dos tipos de queijo mais comuns e uma predileção por sabores familiares e suaves. O alto preço da categoria e o orçamento apertado dos consumidores também não deixa muito espaço para que os consumidores arrisquem e inovem na hora de escolher um produto da categoria. Ainda assim, há espaço no mercado brasileiro para mais opções saudáveis e convenientes, bem como opções mais inovadoras em termos de sabores e texturas no foodservice e para estimular a experimentação e conhecimento dos queijos à base de plantas.



“A categoria de queijos ainda tem bastante espaço para inovar no mercado brasileiro, mas encontra como barreira o orçamento apertado e o paladar conservador dos consumidores, que buscam por sabores familiares e suaves, evitando também investir em produtos caros não essenciais que possam não os agradar.”

– Ana Paula Gilsogamo, analista sênior de 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

## Sumário

### VISÃO GERAL

- O que você precisa saber
- Principais pontos deste Relatório
- Definição

### RESUMO EXECUTIVO

- **Visão geral do mercado**
- **Perspectiva do Analista**  
Figura 1: Perspectiva do analista para a categoria de queijos, janeiro de 2022
- **Desafios**
- **Preço elevado e baixo poder aquisitivo dos consumidores dificultam o aumento da frequência de consumo da categoria.**
- **Queijos à base de plantas precisam ampliar conhecimento e acesso dos consumidores em relação à categoria**
- **Conservador em relação ao sabor, o consumidor brasileiro aceita um pouco mais de inovação em refeições indulgentes com queijo no foodservice**
- **Oportunidades**
- **Cream cheese pode investir em opções com alto teor proteico**
- **Sabores inovadores podem estimular a experimentação e recompra de queijos à base de plantas**
- **Opções que reduzam o desperdício de queijo quando usado como ingrediente culinário têm apelo junto aos consumidores com 55 anos ou mais**
- **Maior variedade de snacks de queijo ou queijo pronto para o consumo podem atrair consumidores com 16 a 34 anos**
- **Formatos que facilitem o consumo de queijo como substituto à carne podem incentivar mais essa forma de consumo entre as classes AB**

### FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- **Baixo poder aquisitivo e alta de preços motivam adaptações na mesa dos brasileiros**
- **Regras da Anvisa para rotulagem de alimentos e bebidas embalados entrarão em vigor em 2022**

Figura 2: Limites de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio para fins de declaração da rotulagem nutricional frontal – 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 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.

Figura 3: 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 4: Novo modelo da Tabela de Informação Nutricional

- **MAPA realiza Tomada Pública de Subsídios para fomentar discussão sobre produtos de origem vegetal análogos aos de origem animal**

## EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- **Empresas e marcas**
- **Piracanjuba inicia construção de maior fábrica de queijo do Brasil**
- **Mercado brasileiro observa crescimento de opções de queijo plant-based**
- **Qualy lança manteiga, requeijão e linha de pão de queijo**
- **Tirolez apresenta sua nova marca de produtos, Mimoo**  
Figura 5: Identidade visual e produtos Mimoo – Tirolez
- **Estudo de caso**
- **NoMoo, foodtech brasileira especializada em queijos plant-based, tem aporte de 10 milhões de dólares e visa ampliação no mercado internacional**

## O CONSUMIDOR – TIPOS E FORMATOS DE QUEIJOS CONSUMIDOS

- **Requeijão pode investir em benefícios para a saúde digestiva para atrair baby boomers, principais consumidores da categoria**  
Figura 6: Consumo de requeijão, por geração – Brasil, 2021.
- **Queijos cremosos tipo catupiry e cream cheese podem investir em sabores e formatos inovadores**  
Figura 7: Consumo de tipo de queijo, por interesses e motivação para comprar/comer mais – Brasil, 2021.  
Figura 8: Creme de minas frescal Lac Lélo e Cruzília – Plataforma Ultracheese
- **Maior variedade de snacks de queijo ou queijo pronto para o consumo podem atrair consumidores com 16 a 34 anos**  
Figura 9: Consumo por formato de queijo, por faixa etária – Brasil, 2021.

## PERCEPÇÃO E CONSUMO DE QUEIJOS À BASE DE PLANTAS

- **Sabores inovadores podem estimular a experimentação e recompra de queijos à base de plantas**

## 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.

Figura 10: Consumo de queijo à base de plantas, por interesse e motivação para consumo – Brasil, 2021.

Figura 11: Vegan Festive Selection – Violife

- **Canais online, incluindo as redes sociais, podem ampliar conhecimento e acesso dos consumidores à categoria de queijos plant-based**

Figura 12: Percepções em relação aos queijos à base de plantas, por consumo de queijos à base de plantas – Brasil, 2021.

Figura 13: Divulgação de descontos nas redes sociais para os canais online das marcas – NoMoo e Vida Veg

- **Queijos plant-based podem ser boa alternativa para consumidores com 55 anos ou mais suscetíveis a intolerância ou dificuldade na digestão de lactose**

Figura 14: Percepções em relação ao queijo à base de plantas, por faixa etária – Brasil, 2021.

#### INTERESSES E MOTIVAÇÃO PARA O CONSUMO

- **Cream-cheese pode investir em opções com alto teor proteico**

Figura 15: interesse e motivação para o consumo, por consumo por tipos de queijo, por – Brasil, 2021.

- **Opções que reduzam o desperdício de queijo usado como ingrediente culinário têm apelo junto aos consumidores com 55 anos ou mais**

Figura 16: Interesses e motivação para o consumo, por faixa etária – Brasil, 2021.

Figura 17: Texto informativo anexado às embalagens dos produtos.

Figura 18: Receita de como utilizar sobras e Philadelphia para fazer batatas gratinadas

- **Geração Z e Baby Boomers se destacam ao mencionar bem-estar animal como atributo relevante para a categoria de queijos**

Figura 19: Interesses e motivação para o consumo, por faixa etária – Brasil, 2021.

#### ATRIBUTOS DO QUEIJO POR OCASIÃO DE CONSUMO

- **Queijos consumidos no café da manhã precisam oferecer opções mais saudáveis**

Figura 20: Atributos de queijo por ocasião de consumo – 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

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

- **Conservador em relação ao sabor, o consumidor brasileiro aceita um pouco mais de inovação em refeições indulgentes com queijo no foodservice**

Figura 21: Atributos de queijo por ocasião de consumo, por interesses e motivações – Brasil, 2021.

Figura 22: Post Feta pasta no TikTok

Figura 23: Captura de tela – Carta de Queijos – Teta Cheese Bar

- **Queijos consumidos como parte de um snack/lanchinho podem agregar valor investindo em benefícios saudáveis adicionados**

Figura 24: Atributos de queijo por ocasião de consumo, por interesses e motivações – Brasil, 2021.

## ATITUDES E HÁBITOS

- **Queijos podem ser atalho conveniente para agregar sabor a pratos preparados no dia a dia pelos que trabalham em casa pelo menos às vezes**

Figura 25: Atitudes e hábitos, por situação de emprego e trabalho remoto – Brasil, 2021.

- **Formatos que facilitem substituição da carne por queijo podem incentivar mais essa forma de consumo entre as classes AB**

Figura 26: Atitudes e hábitos, por perfil socioeconômico – Brasil, 2021.

Figura 27: Linha Cathedral City e Iceland

Figura 28: Hot dog coreano recheado de queijo empanado com batata frita.

- **Abreviações**

## APÊNDICE – TAMANHO DE MERCADO

- **Tamanho de mercado**

Figura 29: Vendas no setor de varejo de queijo, em valor – Brasil, 2014-21

Figura 30: Vendas no setor de queijo, em volume – Brasil, 2014-21

- **Participação de mercado**

Figura 31: Participação dos líderes de vendas no setor de queijos, por valor – Brasil, 2019-20

## 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 [mintel.com](https://www.mintel.com).