

Sucos - 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

- Quais os tipos de sucos mais comprados pelos brasileiros
- Frequência de consumo por tipo de suco
- Principais motivadores do consumo de sucos
- Principais barreiras para o consumo de sucos
- Comportamentos relacionados ao consumo de sucos
- Opiniões dos consumidores sobre a categoria

A categoria de sucos tem sido impactada pela crise econômica e a alta inflação que atingem o mercado brasileiro. Os consumidores têm privilegiado opções mais econômicas, como os sucos feitos em casa e os sucos em pó. Por outro lado, a frequência de consumo manteve-se bastante alta, provavelmente em decorrência da associação dos sucos a bebidas saudáveis, o que é um forte motivador para o consumo da categoria.



“A categoria de sucos tem se beneficiado da busca por um estilo de vida mais saudável, adotada por grande parte dos brasileiros, ainda que em decorrência da crise econômica os consumidores estejam migrando para marcas e categorias mais acessíveis.”

– Laura Menegon, analista de Alimentos e Bebidas

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

Sumário

VISÃO GERAL

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

RESUMO EXECUTIVO

- Visão geral do mercado
- Perspectiva do analista
Figure 1: Perspectiva do analista para a categoria de sucos, abril de 2022
- Desafios
- Marcas devem investir em inovação para reduzir o teor de açúcar de sucos
- Consumidores têm substituído sucos por água e frutas inteiras
- Oportunidades
- Frutas congeladas podem oferecer maior variedade para o preparo de sucos em casa
- Marcas de sucos podem ganhar espaço no foodservice sugerindo drinks não alcoólicos
- Sustentabilidade é um valor primordial para que as marcas de sucos continuem a crescer

FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Novo modelo de rotulagem poderá impactar o consumo de sucos
Figure 2: Limites de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio para fins de declaração da rotulagem nutricional frontal – Brasil, outubro de 2020.
Figure 3: 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
Figure 4: Novo modelo Tabela de Informação Nutricional
- Alta da inflação continuará comprometendo o orçamento das famílias brasileiras
- Crise climática afeta safras de frutas, impactando a disponibilidade e o preço de matérias primas para a indústria de sucos
- Conflito na Ucrânia deverá tornar toda a cadeia produtiva mais onerosa para as indústrias

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

EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- **Empresas e marcas**
- **Natural One mira mercado externo**
- **Del Valle investe em campanha para incentivar o consumo diário de Del Valle Frut**
- **Greenpeople produz snacks e chás com ingredientes excedentes da produção de sucos**
- **Maguary investe em promoções para conquistar consumidor que busca economia**
- **Do Bem lança picolé em parceria com Lowko**
- **Estudo de caso**
- **Tropicana lança cereal para ser consumido com suco de laranja e produto se esgota no primeiro dia de vendas**

COMPRA DE SUCOS

- **Frutas congeladas podem oferecer maior variedade para o preparo de sucos em casa**

Figure 5: Compra de sucos por subcategorias, Brasil, 2022

- **Ingredientes naturais e baixo teor de açúcar podem ser diferenciais para sucos concentrados em comparação a sucos em pó**

Figure 6: Compra de sucos concentrados por situação parental, Brasil, 2022

- **Sucos/vitaminas e smoothies prontos para o consumo podem oferecer nutrição e conveniência**

Figure 7: Razões para beber sucos por compra de sucos, Brasil, 2022

FREQUÊNCIA DE CONSUMO DE SUCOS

- **Ingredientes naturais podem estimular uma maior frequência de consumo de néctares**
- **Frutas orgânicas podem gerar valor para marcas de polpas congeladas**

Figure 8: Frequência de consumo de sucos. Brasil, 2022

Figure 9: Frequência de consumo de suco em polpa por situação parental, Brasil, 2022

- **Claims relacionados à hidratação podem estimular consumo de água de coco**

Figure 10: Frequência de consumo de água de coco, Brasil, 2022

RAZÕES PARA BEBER SUCOS

- **Sucos devem oferecer benefícios específicos para idosos**

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

Figure 11: Consumidores que tomam suco para ter um estilo de vida mais saudável por faixas etárias, Brasil 2022

- **Upcycling de frutas e verduras pode atrair consumidores interessados em sustentabilidade**

Figure 12: Opiniões sobre sucos por razões para beber sucos, Brasil, 2022

BARREIRAS PARA A COMPRA DE SUCOS

- **Marcas devem investir em inovação para reduzir o teor de açúcar de sucos**

Figure 13: Barreiras para o consumo de sucos, Brasil, 2022

- **Marcas de sucos podem lançar saborizantes para água visando consumidores que buscam hidratação**

Figure 14: Barreiras para o consumo de sucos por gênero, Brasil, 2022

- **Adição de vitaminas e minerais e claims relacionados à imunidade podem ser diferenciais para consumidores de frutas inteiras**

Figure 15: Razões para beber sucos por barreiras para a compra, Brasil, 2022

COMPORTAMENTOS RELACIONADOS AO CONSUMO DE SUCOS

- **Marcas de sucos podem ganhar espaço no foodservice sugerindo drinques não alcoólicos**

Figure 16: Comportamentos relacionados ao consumo de sucos, Brasil, 2022

- **Shots de sucos podem oferecer imunidade e custo-benefício para o consumidor**

Figure 17: Razões para beber sucos por comportamentos relacionados ao consumo de sucos, Brasil, 2022

OPINIÕES SOBRE SUCOS

- **Sustentabilidade é um valor primordial para que as marcas de sucos continuem a crescer**

Figure 18: Opiniões sobre sucos, Brasil, 2022

- **Sucos com texturas inovadoras podem atrair consumidores das classes AB**

Figure 19: Opiniões sobre sucos por classes socioeconômicas, Brasil, 2022

- **Sucos de frutas e vegetais podem ganhar espaço no mercado por serem considerados mais nutritivos**

Figure 20: Barreiras para a compra, por Opiniões sobre sucos, Brasil, 2022

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

APÊNDICE – ABREVIACÕES

APÊNDICE – TAMANHO DE MERCADO E PARTICIPAÇÃO

- Tamanho de mercado**

Figura 21: Vendas em valor (R\$ bilhões) de sucos, 2014-2021

Figura 22: Vendas em volume (Litros m) de sucos, 2014-2021

- Participação de mercado**

Figura 23: Participação dos líderes de vendas na categoria de sucos , por volume – Brasil, 2019-20

Figura 24: Participação dos líderes de vendas na categoria de sucos , 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

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 Mintel

A Mintel 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)**.