

## Queijo - Brasil - Fevereiro 2020

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 responde às seguintes questões:

- Categoría tem o desafio de ampliar a frequência e variedade de consumo no Brasil
- O preço é a principal barreira para maior frequência de consumo do queijo
- Percepção positiva de alimentos à base de vegetais e interesse por produtos sem lactose podem impactar a categoría

O consumo de queijo no mercado brasileiro ainda está muito concentrado, tanto em relação à variedade, tipos e formatos de queijo, bem como em relação às ocasiões de consumo. Apesar disso, existe espaço para que essa categoria cresça. Isso porque a percepção do brasileiro em relação à categoria é bastante positiva, tanto em termos de sabor – a categoria é percebida como indulgente pelo consumidor, como também pelo viés da saudabilidade – já que os atributos saudáveis da categoria são reconhecidos pelos brasileiros. Existe interesse em consumir mais tipos e formatos de queijos pela categoria, entretanto o preço se mostra como uma barreira para o aumento desse consumo, tanto em variedade quanto em frequência.

“A categoria de queijos, concentrada no consumo de poucos tipos e formatos, tem grande potencial para crescer e ampliar sua frequência de consumo pelo brasileiro.”

– Ana Paula Gilsogamo, Analista sênior de Alimentos e Bebidas

**COMPRE ESTE  
Relatório agora**

**VISITE:**  
[store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

**Você sabia?**

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

# Queijo - Brasil - Fevereiro 2020

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

Definição

### Resumo Executivo

Desafios

Categoria tem o desafio de ampliar a frequência e variedade de consumo no Brasil

Figura 1: Frequência de consumo de queijos – Brasil, dezembro de 2019

O preço é a principal barreira para maior frequência de consumo do queijo

Figura 2: Barreiras para o consumo de queijo – Brasil, dezembro de 2019

Percepção positiva de alimentos à base de vegetais e interesse por produtos sem lactose podem impactar a categoria

Oportunidades

Lei do "Selo Arte" pode facilitar a regulamentação da fabricação de queijo artesanal e sua comercialização em todo o território brasileiro

Preocupação com a saúde pode ter impacto positivo na categoria

Interesse por opções vegetarianas pode ter impacto positivo no consumo da categoria

Opções que facilitem consumo em diversas ocasiões, como porções individuais e formatos on-the-go, podem ampliar frequência de consumo da categoria

O que nós pensamos

### Fatores que Influenciarão o Mercado

Lei do "Selo Arte" pode facilitar a regulamentação da fabricação de queijo artesanal

Figura 3: Selo Arte

Preço tem alto impacto na categoria de queijos

Preocupação com a saúde pode ter impacto positivo na categoria

Interesse por opções vegetarianas e percepção positiva de alimentos à base de vegetais podem impactar a categoria

### Empresas, Marcas e Inovações – O que você precisa saber

Participação no mercado de queijos continua bastante fragmentada

Categoria investe em uma maior variedade de formatos e sabores em seus lançamentos

Queijo produzido com leite de fazendas que tratam bem os animais pode ganhar percepção de valor junto aos brasileiros

Snacks de queijo ganham espaço no mercado norte-americano, seja focando em saudabilidade ou em indulgência

### Participação de Mercado

Participação no mercado de queijos continua bastante fragmentada

Figura 4: Participação dos líderes de vendas no varejo de queijos, por valor – Brasil, 2017-2018

### Campanhas e Ações de Marketing

Queijo parmesão Faixa Azul ganha edição especial para presente

Figura 5: Queijo parmesão edição especial – Faixa Azul

Vigor lança queijo ralado composto por parmesão, emmental e gruyere

**COMPRE ESTE  
relatório agora**

**VISITE:** [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## Queijo - Brasil - Fevereiro 2020

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 6: Queijo ralado Vigor – 3 queijos

Burger King lança edição limitada de hambúrguer com pedaços de queijo

Figura 7: BK Experts | Novo Prime Blend Cheese

Polenguininho lança sabores doces em sua linha kids

Tirolez lança Duo, queijo cottage aerado com geléia de fruta

### Quem está inovando?

Categoria pode investir em snacks embalados individualmente e on-the-go para ampliar frequência de consumo

Queijo produzido com leite de fazendas que tratam bem os animais pode ganhar percepção de valor junto aos brasileiros

Figura 8: Porcentagem de lançamentos com claims Ético – bem-estar animal na categoria de queijos e sobremesas à base de queijo. Top 5 países + Brasil por porcentagem de lançamentos, janeiro de 2017 a dezembro de 2019.

Percepção de maior saudabilidade pode ser oportunidade para queijos de origem vegetal

Figura 9: Porcentagem de lançamentos com claim livre de laticínios na categoria de queijos e sobremesas à base de queijo. Top 5 países por porcentagem de lançamentos, janeiro de 2017 a dezembro de 2019.

### Estudos de caso

Snacks de queijo ganham espaço no mercado norte-americano, tanto aqueles que focam em saudabilidade quanto os mais indulgentes

Figura 10: Kit de queijo com biscoitos salgados Cheese & Crackers – mini Babybel

Figura 11: Ricos Nacho Cheese Sauce

A marca de queijos veganos Kite Hill tem aporte milionário por dois anos consecutivos

### O Consumidor – O que você precisa saber

Queijos com alta penetração, como muçarela, podem investir em novos formatos para ampliar suas ocasiões de consumo

Categoria pode investir em opções culinárias focadas no preparo de sobremesas

Queijos artesanais podem romper a barreira do preço e estimular maior consumo gerando valor ao evidenciar sabor

Queijos podem se posicionar como alternativas mais saudáveis à carne para atrair baby boomers

Snacks de queijo podem investir na combinação com cremes e outros alimentos doces

### Consumo por tipo e formato de queijo

Queijos com alta penetração, como muçarela, podem investir em novos formatos para ampliar suas ocasiões de consumo

Figura 12: Consumo por formato de queijo, pelos consumidores de muçarela – Brasil, dezembro de 2019

Figura 13: Maneira de consumir, pelos consumidores de muçarela – Brasil, dezembro de 2019

Formatos que facilitem o consumo de cream cheese e ricota podem aumentar frequência de consumo

Figura 14: Consumo por tipo de queijo – Brasil, dezembro de 2019

Exaltar a produção de queijos locais pode ser oportunidade para queijos artesanais

Figura 15: Consumo por tipo de queijo, por região – Brasil, dezembro de 2019

Figura 16: Encarte que acompanha o queijo canastra

Figura 17: Vídeo sobre produtor Valtinho da região do queijo canastra

### Maneiras de consumir

Categoria pode investir em opções culinárias focadas no preparo de sobremesas

Figura 18: Maneira de consumir – Brasil, dezembro de 2019

Figura 19: Busca de receitas - Philadelphia

Formatos prontos para comer podem despertar o interesse dos homens, principais consumidores de queijos como aperitivo

Figura 20: Maneira de consumir, por gênero – Brasil, dezembro de 2019

**COMPRE ESTE  
relatório agora**

**VISITE:** [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

# Queijo - Brasil - Fevereiro 2020

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 21: Queijo Vigor dà Match com cerveja – Ação Vigor e Zé Delivery

Categoria pode investir em indulgência para expandir consumo de queijo entre mulheres com 55 anos ou mais

Figura 22: Maneira de consumir, por gênero e faixa etária – Brasil, dezembro de 2019

## Barreiras para o consumo de queijo

Queijos artesanais podem romper a barreira do preço gerando valor ao evidenciar sabor

Figura 23: Percepções em relação ao queijo artesanal – Brasil, dezembro de 2019

Figura 24: Convite para visitação - Pomerode

Categoria pode educar consumidor a armazenar corretamente e utilizar o queijo por completo, evitando desperdício

Figura 25: Barreiras para o consumo de queijo – Brasil, dezembro de 2019

Figura 26: Embalagem de presunto – Sainsbury's

Figura 27: Queijo fresco camponesa - Embaré

Figura 28: Indicações de conservação

Reforçar atributos saudáveis, além do alto teor de cálcio e proteína pode motivar maior frequência de consumo

Figura 29: Percepções em relação ao queijo, pelo total e pelos não consumidores e consumidores menos frequentes de queijos – Brasil, dezembro de 2019

## Percepções em relação ao queijo

Opções super indulgentes podem despertar o interesse dos consumidores brasileiros

Figura 30: Percepções em relação ao queijo – Brasil, dezembro de 2019

Figura 31: Wonderful cheese snack - Yili

Figura 32: Queso Fundido - Border Grill (Restaurante de rede)

Queijos podem se posicionar como alternativas mais sustentáveis e de bem estar animal à carne para atrair Geração Z

Figura 33: Percepções em relação ao queijo, por gerações – Brasil, dezembro de 2019

Queijos podem se posicionar como alternativas mais saudáveis à carne para atrair baby boomers

## Atitudes e hábitos

Existe espaço para estimular brasileiros a consumir uma maior variedade de tipos de queijos

Figura 34: Atitudes e Hábitos – Brasil, dezembro de 2019

Figura 35: Queijos para manhã, tarde e noite – Paul Food

Queijos que naturalmente não contêm lactose podem comunicar esse atributo aos consumidores da classe AB

Figura 36: Atitudes e Hábitos, por classe social – Brasil, dezembro de 2019

Snacks de queijo podem investir na combinação com cremes e outros alimentos doces

## Apêndice – Abreviações

Abreviações

## Apêndice – Tamanho de Mercado e Participação

Tamanho de mercado

Figura 37: Vendas na categoria de queijos, em valor – Brasil, 2014-19

Participação de mercado

Figura 38: Participação dos líderes de vendas no varejo de queijos, por valor – Brasil, 2017 - 2018

**COMPRE ESTE  
relatório agora**

**VISITE:** [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)