

## Cerveja: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Maio 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.



“A pandemia de COVID-19 acelerou duas tendências que já eram observadas no mercado brasileiro de cervejas antes da crise: A migração do consumo fora de casa para dentro dos lares e a preferência por cervejas de melhor qualidade consumidas em menor volume.”

– **Laura Menegon, Especialista Junior em Alimentos e Bebidas**

Este relatório responde às seguintes questões:

- Como a pandemia de COVID-19 afeta o comportamento do consumidor e o mercado de cerveja
- O impacto da COVID-19 sobre a recuperação econômica
- Prioridade dada à saúde física e emocional gera oportunidades de inovação
- Ações e campanhas de marcas de cerveja durante a pandemia

O mercado de cerveja foi significativamente impactado pelas medidas de isolamento social. Embora marcas e varejistas ofereçam várias opções para consumo em casa, o hábito de tomar cerveja está associado principalmente a ambientes sociais, que no momento se encontram restritos. Em médio e longo prazo, a categoria deve se recuperar não necessariamente pelo afrouxamento das medidas de isolamento, mas pelo consumo doméstico de outros tipos de cerveja além das tradicionais, como cervejas artesanais e de marca própria. Mesmo com a recessão econômica prevista em longo prazo, os brasileiros vão preferir beber cerveja em menor quantidade e maior qualidade.

**COMPRE ESTE  
Relatório agora**

**VISITE:**  
[store.mintel.com](https://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

# Cerveja: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Maio 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
- Principais pontos deste relatório
- Definição

### Resumo Executivo

- Desafios
  - Crescimento recorde do desemprego pode afetar negativamente o consumo de cervejas
  - Relação do consumo de álcool com problemas de saúde influenciam queda no consumo de bebidas alcóolicas
- Oportunidades
  - Busca por relaxamento pode favorecer o mercado de cervejas durante a COVID-19
  - Cervejas sem álcool podem ampliar as ocasiões de consumo
  - O que nós pensamos

### O Impacto da COVID-19 no Mercado de Cerveja

Figura 1: Impacto em curto, médio e longo prazo da COVID-19 no mercado de cerveja, maio de 2020

- Oportunidades e ameaças
  - Isolamento físico, não social
    - Figura 2: Campanha "Happy Hour Virtual com Skol"
- Consumo de cerveja em casa vai permanecer como principal ocasião depois da pandemia
- Cerveja pode ser mais associada a momentos de relaxamento
- Impacto no mercado de cerveja
  - Ingredientes que seriam descartados podem ser reaproveitados para ajudar pessoas afetadas pela COVID-19
  - COVID-19 prolonga recuperação econômica
  - Como a COVID-19 afetará os principais perfis de consumidores de cerveja
  - Estações de growlers podem ser alternativa às cervejarias para consumidores jovens
  - Marcas de cerveja podem investir em eSports para atrair público masculino
  - Como a recessão da COVID-19 irá transformar a indústria de cerveja
  - Consumidores continuarão buscando qualidade acima da quantidade
  - COVID-19 fará consumidores com problemas de saúde se tornarem mais conscientes sobre a ingestão de álcool
  - COVID-19: contexto brasileiro

### Fatores que Influenciarão o Mercado

- Diminuição do consumo de álcool é tendência global
- Agravamento da crise econômica no Brasil causa queda na renda das famílias, impactando diretamente as categorias não essenciais
- Alta do dólar poderá impactar o custo de produção das cervejas
- Medo de contaminação pode prejudicar cervejas artesanais

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

- Ambev segue como líder do mercado mas concorrência cresce

COMPRE ESTE  
relatório agora

**VISITE:** [store.mintel.com](https://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)

# Cerveja: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Maio 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.

Marcas de cervejas lançam campanhas para continuarem presentes na rotina de seus consumidores durante a COVID-19  
 Cerveja sem álcool pode ser alternativa para quem vem reduzindo o consumo da categoria  
 Identificação com a comunidade local pode determinar o sucesso de uma marca de cerveja

## Participação de Mercado

Ambev mantém a liderança, mas concorrência cresce

Figura 3: Participação dos líderes de vendas no varejo de cervejas, por volume – Brasil 2018-2019

Figura 4: Participação dos líderes de vendas no varejo de cervejas, por valor – Brasil 2018-2019

## Campanhas e Ações de Marketing

Heineken faz campanha global em prol de bares durante pandemia de COVID-19

Figura 5: Campanha Heineken "Back the Bars"

Brahma promove lives para arrecadar dinheiro para instituições necessitadas por causa da COVID-19

Figura 6: Campanha lives Brahma

Ambev passa a produzir álcool gel para doação para hospitais e instituições necessitadas

Brahma doa cevada para produção de pães para comunidades carentes

Heineken lança cerveja sem álcool no Brasil visando ampliar ocasiões de consumo

## Quem está inovando?

Cerveja sem álcool pode ser alternativa para quem vem reduzindo o consumo da categoria

Figura 7: Mercados com maior percentual de lançamentos de cervejas sem álcool\*, 2017-19

Claims de sustentabilidade relacionados à produção podem ajudar na fidelização dos consumidores

Figura 8: Top 3 claims de sustentabilidade mais utilizados nos lançamentos de cervejas nos 5 países com maior número de lançamentos, 2017-19

## Estudo de caso

Bira 91 cresce graças à conexão estabelecida com seus consumidores

Crate Brewery transforma clientes em sócios para crescer

Figura 9: Campanha de crowdfunding da Crate Beer

## O Consumidor – O que você precisa saber

Cervejas com baixo teor de carboidratos podem ser opção em restaurantes

Na ausência de eventos esportivos, marcas têm buscado outras soluções para manterem presença na rotina dos consumidores

Marcas próprias podem aumentar a frequência de consumo de cervejas artesanais

Edições sazonais de cervejas com sabores inovadores podem atrair consumidores

Embalagens retornáveis podem pesar na decisão de compra

Cervejas puro malte se consolidam com alto interesse entre os consumidores

## Local de compra

Serviços de delivery de bebidas podem conquistar novos clientes pós-COVID-19

Figura 10: Locais de compra de cerveja, Brasil, fevereiro, 2020

Figura 11: Exemplos de promoções do aplicativo Zé Delivery, Brasil, junho 2020

Figura 12: Promoções da Cervejaria Capunga, Brasil, junho 2020

Campanhas em canais de supermercados podem impulsionar a venda de puro malte entre mulheres

COMPRE ESTE  
relatório agora

**VISITE:** [store.mintel.com](https://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)

## Cerveja: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Maio 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 13: Compra de cervejas em supermercados, por gênero, Brasil, fevereiro 2020

Cervejas com baixo teor de carboidratos podem ser opção em restaurantes

Figura 14: Consumidores de cervejas em restaurantes interessados em cervejas com atributos saudáveis, Brasil, fevereiro 2020

### Ocasião de consumo

Na ausência de eventos esportivos, marcas têm buscado outras soluções para manterem presença na rotina dos consumidores

Figura 15: Ocasões de consumo de cerveja, Brasil, fevereiro 2020

Figura 16: Exemplos de ações promovidas pela Budweiser durante a pandemia de COVID-19, Brasil, junho 2020

Figura 17: Exemplos de ações promovidas pela Brahma durante a pandemia de COVID-19, Brasil, junho 2020

Figura 18: Campanha promovida pela Heineken durante a pandemia de COVID-19, Brasil, maio 2020

Cervejas com propriedades relaxantes podem atrair público feminino

Figura 19: Compra e consumo de cerveja por gênero, Brasil, fevereiro 2020

Cervejas orgânicas podem impulsionar consumo em eventos fora de casa

Figura 20: Interesse e disposição para pagar mais caro por cervejas orgânicas, por ocasião de consumo, Brasil, fevereiro de 2020

Figura 21: Cerveja exclusiva desenvolvida pela cervejaria Colorado em parceria com o festival João Rock, Brasil, 2018

### Frequência de consumo

Marcas próprias podem aumentar a frequência de consumo de cervejas artesanais

Figura 22: Frequência de consumo de cervejas artesanais, Brasil, fevereiro de 2020

Versões com ingredientes naturais podem manter o crescimento das cervejas puro malte

Figura 23: Frequência de consumo – “várias vezes por semana”, por tipo de cerveja, Brasil fevereiro, de 2020

Refil de cervejas mistas com outras bebidas alcólicas podem atrair jovens consumidores

Figura 24: Frequência de consumo de cervejas mistas com outras bebidas alcólicas, por faixa etária, Brasil, fevereiro 2020

### Hábitos de consumo

Edições sazonais de cervejas com sabores inovadores podem atrair consumidores

Figura 25: Hábitos de consumo de cerveja, Brasil, fevereiro de 2020

Cervejas com sabores botânicos podem agradar apreciadores de cerveja

Figura 26: Interesse e disposição a pagar mais caro por cervejas com sabores botânicos por consumidores que beberam mais cervejas do que no ano passado, Brasil, fevereiro 2020

### Atitudes e comportamentos em relação à cerveja

Embalagens retornáveis podem pesar na decisão de compra

Figura 27: Atitudes e comportamentos em relação à cerveja, Brasil, fevereiro de 2020

Cervejas convencionais podem trabalhar com texturas diferentes para atrair consumidores

Figura 28: Atitudes e comportamentos em relação à cerveja – “cervejas puro malte tem melhor textura que cervejas comuns”, Brasil, fevereiro 2020

Figura 29: Campanha Budweiser Nitro Reserve Gold

### Interesse e disposição em pagar mais

Cervejas puro malte se consolidam com alto interesse entre os consumidores

Figura 30: Interesse e disposição a pagar mais caro por tipo de cerveja, Brasil, fevereiro de 2020

Figura 31: Divulgação da cerveja puro malte da Cervejaria Petra, Brasil, novembro de 2018

Jovens adultos estão interessados em cervejas sem álcool

Figura 32: Interesse e disposição a pagar mais caro por cervejas sem álcool, por faixa etária, Brasil, fevereiro de 2020

COMPRE ESTE  
relatório agora

**VISITE:** [store.mintel.com](https://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)

## Cerveja: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Maio 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.

### Apêndice – Abreviações

Abreviações

### Apêndice – Tamanho de Mercado e Participação

Tamanho de mercado

Figura 33: Vendas no setor de cervejas, em valor e volume – Brasil, 2014-19

Participação de mercado

Figura 34: Participação dos líderes de vendas no varejo de cervejas, por volume – Brasil 2018-2019

Figura 35: Participação dos líderes de vendas no varejo de cervejas, por valor – Brasil 2018-2019

COMPRE ESTE  
relatório agora

**VISITE:** [store.mintel.com](https://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)