

November 2018

Leites e Bebidas Vegetais - Brazil

“Apesar de o consumo de bebidas vegetais no Brasil ainda ser nichado, a busca do consumidor por saudabilidade deve impulsionar a expansão da demanda por esses produtos. Grandes marcas já vêm apostando no segmento, indicando que num futuro próximo esse mercado deverá se consolidar. A indústria de lácteos poderá sentir ...

July 2018

Cerveja - Brazil

“Diante de um cenário econômico pouco favorável e de um consumidor brasileiro que mostra maior preocupação com a qualidade dos produtos, o desafio das marcas será encontrar maneiras de se diferenciar atendendo às preferências do consumidor de maneira segmentada, seja por ocasião de consumo ou por perfil de consumo, visando ...

June 2018

Sucos - Brazil

“Com opções que agradam desde os consumidores ávidos por alternativas saudáveis até aqueles que buscam opções de bebidas acessíveis, os sucos estão em alta no mercado brasileiro. Todavia, a grande concorrência entre as diferentes marcas e segmentos dentro da categoria, além da preferência do brasileiro por sucos frescos, exige que ...

May 2018

Refrigerantes - Brazil

“O mercado de refrigerantes parece já ter vivido dias melhores. A atual crise econômica do país, somada à mudança de hábitos dos consumidores, que vêm buscando opções de bebidas mais saudáveis e a previsão de endurecimento das leis brasileiras relacionadas à comercialização de bebidas açucaradas têm se mostrado como grandes ...

March 2018

Hábitos de Consumo de Bebidas Alcoólicas - Brazil

“Enquanto a Copa do Mundo pode estimular o consumo da categoria, a preocupação com a saúde pode ser uma barreira. Para equilibrar esse cenário as marcas e categorias podem aproveitar o interesse em inovações demonstrado pelo consumidor brasileiro investindo em novos lançamentos e promovendo novas experiências. Para tanto é preciso ...

February 2018

Bebidas Não-Alcoólicas: Interação entre as Categorias - Brazil

“É natural que os consumidores estejam buscando produtos mais saudáveis, que sejam ao mesmo tempo funcionais. Mas é importante lembrar que existe espaço para inovar em bebidas não alcoólicas em outros aspectos também, como em sabores, embalagens e ingredientes, e de se explorar novos posicionamentos e ocasiões de consumo.” ...