

CONSUMIDOR

Novos públicos possuem maior interesse em saúde

As gerações Y e Z, os chamados Millenials, estão prestes a dominar o mercado consumidor, e mostram maior interesse no consumo consciente e saudável do que as gerações anteriores.

Esse público pede bebidas que além de saudáveis e pouco calóricas, sejam práticas e ajudem a revigorar os ânimos, substituindo os tradicionais lanches considerados pouco nutritivos.

Bebidas gaseificadas com selos orgânicos, por exemplo, vem ganhando espaço graças a esse diferencial. No mercado de sucos, a procura por “suco detox” cresceu em 40% no último ano.

Bebidas energéticas são outro interesse, com consumo desses produtos crescendo em 100% desde 2010 no Brasil, segundo a ABIR.

VENDAS

Produtos saudáveis ganham mais espaço e produção

No Brasil, a expectativa é de que mercado de bebidas com menos açúcar cresça 3,6% até 2020 segundo pesquisa da Euromonitor. Um exemplo é a Coca-Cola, que observando essa tendência lançou a Coca-Cola Stévia com 50% a menos de açúcar.

A queda no consumo de refrigerantes, cerca de 15% desde 2010 no Brasil, já leva a modificações no mercado como nos EUA onde as embalagens de refrigerantes estão diminuindo, se adaptando ao desejo das pessoas de consumirem menos de bebidas não saudáveis.

Essa tendência também abre portas para o lançamento de produtos focados em fórmulas veganas e vegetarianas, públicos que aumentaram 257 e 25% respectivamente entre 2010 e 2016.

Novos produtos podem usar saúde para focar em nichos de mercado

A procura por bebidas e alimentação mais saudável leva a inovação por meio de introdução de produtos focados em altos teores de fibras e proteínas e também bebidas funcionais de acordo com a pesquisa BrasilBeverageTrends 2020.

Refeições líquidas (Ready To Drink) podem ganhar espaço como alternativa para pessoas com dificuldade de mastigação. Pesquisa da Datamonitor mostra que idosos esperam produtos que se adequem a sua realidade.

Relatório da Mintel aponta embalagens de estilo maleável como outra inovação que tem o interesse dos brasileiros.

Produção conscientizada é fator para o marketing

Relacionada a alimentação saudável e a nova geração, a produção consciente das bebidas e suas embalagens é um fator relevante para o público, com pesquisas apontando que até 23% dos brasileiros levam em consideração esse fator na compra.

A criação de embalagens diferenciadas também tem foco na natureza, com produtos em recipientes reutilizáveis e ações recicláveis como máquinas nas ruas que trocam garrafas vazias por descontos. Todas essas ações podem ser transformadas em ações para beneficiar também a empresa, se aproveitando da maior preocupação do público com o meio ambiente.

RANKING DE RECLAMAÇÕES:



Bebidas:

- 1 - Gosto Ruim.
- 2 - Objetos Estranhos.
- 3 - Propaganda Enganosa.

Bebidas Alcoólicas:

- 1 - Propaganda Enganosa.
- 2 - Atrasos na Entrega.
- 3 - Produtos não recebidos.

FONTE: RECLAME AQUI

Esse paper contém informações preliminares extraídas de dados do universo digital.

A Le Fil desenvolve estudos sobre o mercado, consumidores e marcas. Fale conosco pelo contato@lefil.com.br