PESQUISA DE CONSUMIDOR:

MERCADO DE PROTEÍNAS ALTERNATIVAS NO BRASIL

THE GOOD FOOD INSTITUTE

SUMÁRIO

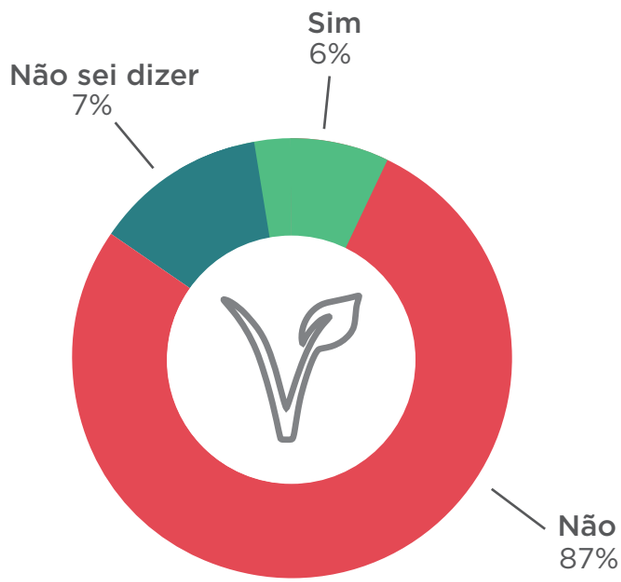
INTRODUÇÃO.....02
VEGETARIANOS.....03
Convivência no lar.....03
Razões.....04
Transição.....04
Onde compram?.....05
Preço.....06
Do que sentem falta?.....06
Nível Sócio Econômico.....07
PESSOAS QUE JÁ REDUZEM.....08
Produtos que reduzem.....08
Razões.....09
Onde compram?.....09
O que impede?.....10
Do que sentem falta?.....11
Características que mais gostam.....12
PESSOAS QUE NÃO REDUZEM.....13
Opinião sobre termos.....13
Algo os impedem?.....14
Produtos que mais gostam.....14
Características que mais gostam.....15
O que acham sobre reduzir?.....16
Oportunidades de futuras pesquisas.....16
PRINCIPAIS DESCOBERTAS.....18
CONCLUSÃO.....19

INTRODUÇÃO

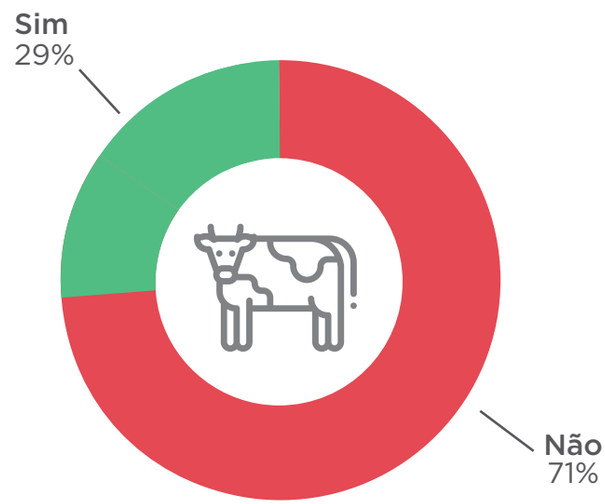
O The Good Food Institute em parceria com a Snapcart, realizou uma pesquisa para entender melhor os hábitos de consumo dos brasileiros em relação aos alimentos com origem vegetal. A pesquisa também buscou compreender quais as motivações das pessoas que adotam dietas sem produtos de origem animal. Foram mais de 9 mil participantes de todas as regiões do país, que consomem ou não produtos de origem animal, e os resultados mostraram uma tendência de redução no consumo de carne, ovos e derivados do leite por parte dos brasileiros.

Apesar de o mercado brasileiro ser relativamente novo, o número de pessoas que se consideram veganas ou vegetarianas já pode ser comparado ao número em países onde este mercado é mais desenvolvido. Essa comparação também é possível quando olhamos para o número de pessoas que dizem estar reduzindo o consumo de produtos de origem animal, que já chega a 29%. Isso prova que, em um mercado expressivo como o brasileiro, uma quantidade considerável de pessoas é familiar com os benefícios de um consumo menor de produtos de origem animal e tem interesse pelo assunto.

Você se considera vegano/vegetariano?



Você já reduz, ou quer reduzir o consumo de produtos de origem animal (carnes, peixes, leites, ovos, etc.)?



Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

Com base nas respostas, as amostras dos dados foram organizadas de acordo com três perfis encontrados: vegetarianos, reducetarianos (pessoas que reduzem o consumo de produtos de origem animal), e quem não faz nenhuma alteração em sua dieta.

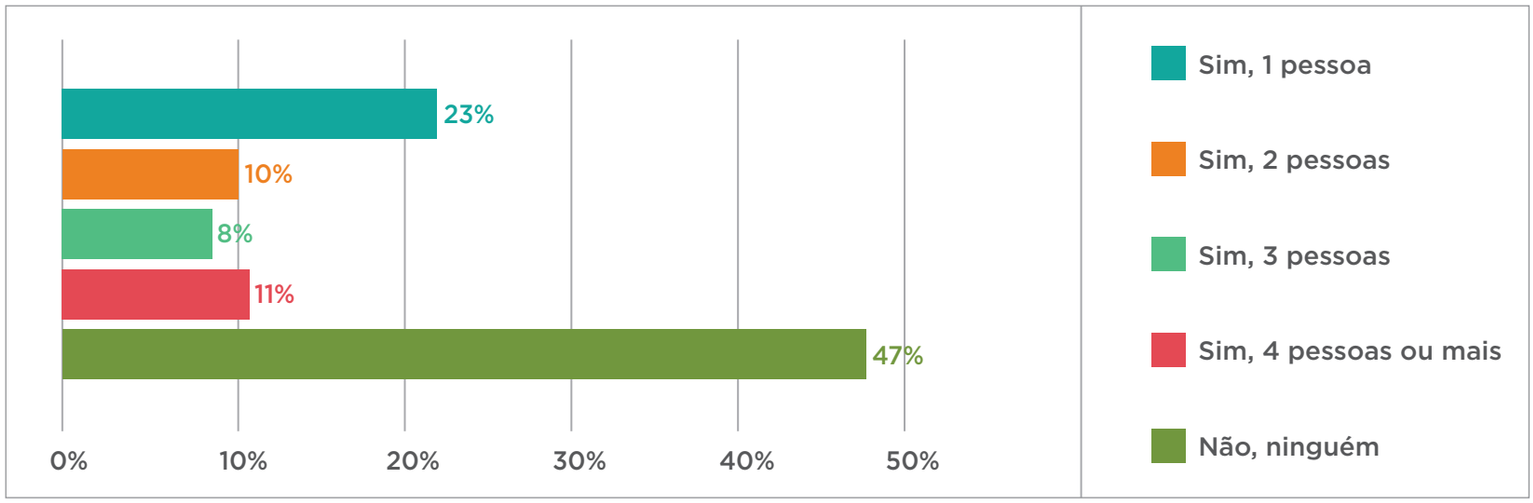
VEGETARIANOS

Os participantes que se declararam vegetarianos responderam mais perguntas na pesquisa por fazerem parte de um grupo com hábitos, gostos e peculiaridades que ainda não foram completamente mapeados.

Convivência no lar

Quase metade dos respondentes declarou ser o único em sua casa a não consumir alimentos de origem animal, o que significa que vegetarianos são a exceção onde vivem ou moram sozinhos. Outra parcela significativa das respostas foi a de apenas mais um vegetariano por moradia, mostrando que o número de parceiros vegetarianos também é relevante.

Há mais pessoas na sua casa que também são Veganos/Vegetarianos?

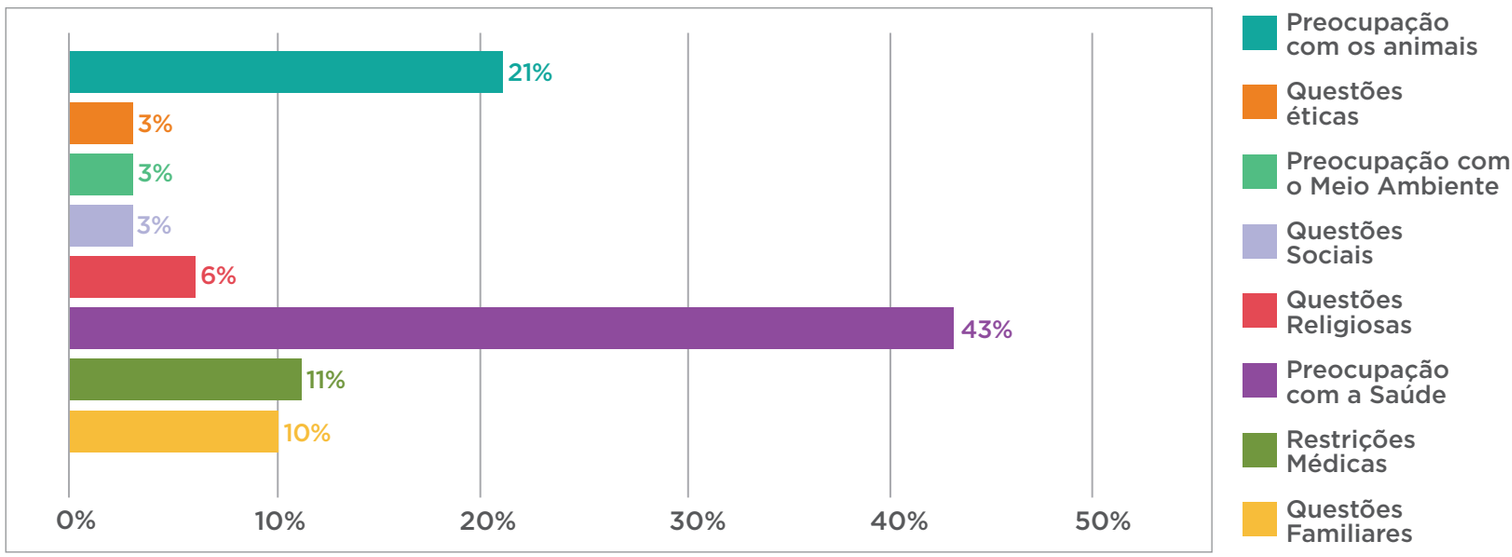


Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

Razões

A maioria dos vegetarianos apontou a preocupação com a saúde como a principal motivação para essa escolha de hábito alimentar. Somando-se a isso as respostas que indicam "restrições médicas", o número fica ainda maior. Reducetarianos e vegetarianos compartilharam motivações semelhantes. A única divergência foi em relação à preocupação com os animais, que foi mais citada por vegetarianos.

Qual é a principal razão que o motivou a ser vegano/vegetariano?



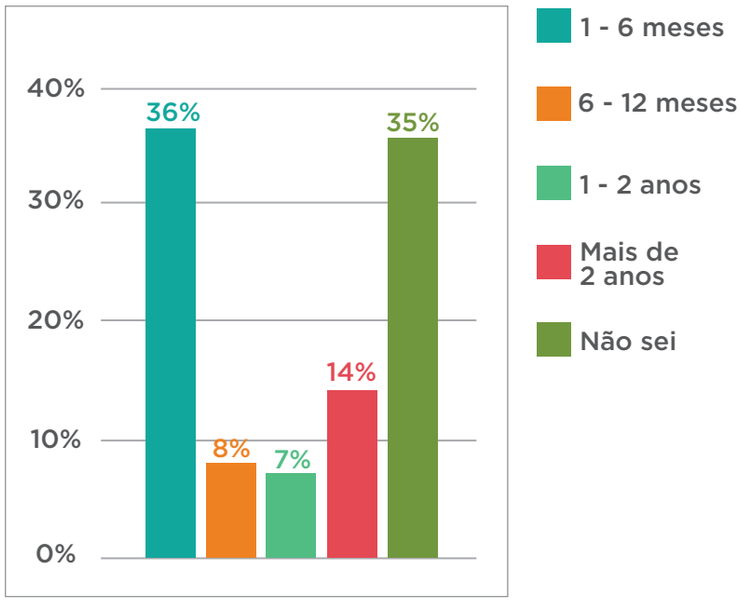
Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

THE GOOD FOOD INSTITUTE

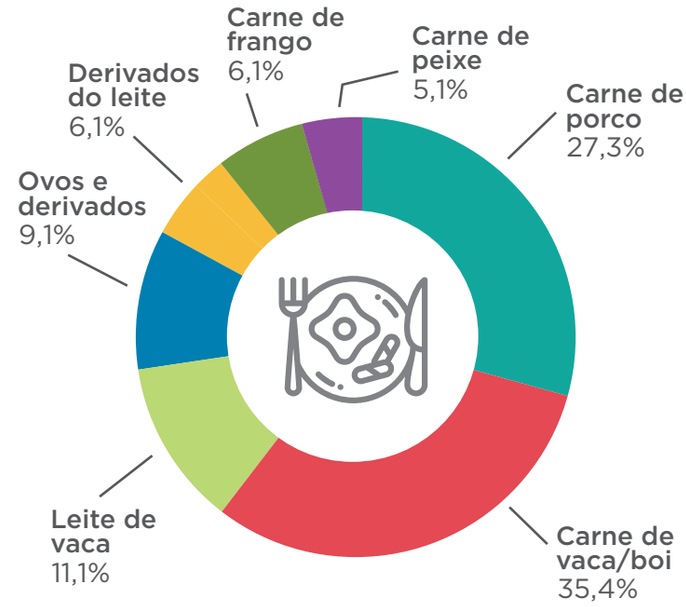
Transição

Foi perguntado aos vegetarianos sobre o processo de adaptação para a nova dieta. A maioria disse ter começado por cortar a carne de vaca, seguida pela carne de porco. O tempo de transição foi em média de apenas seis meses, mostrando que a incorporação dos novos hábitos foi rápida.

Quanto tempo durou sua transição para ser Vegano/Vegetariano?



Qual destes alimentos você cortou primeiro na sua transição?

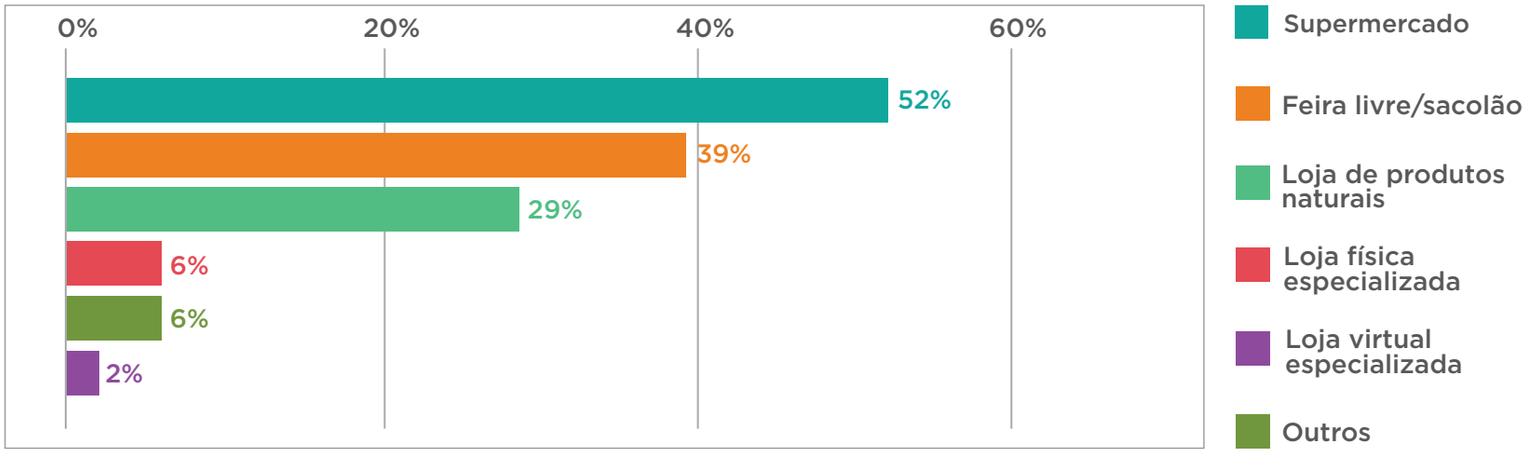


Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

Onde compram?

A compra de alternativas vegetais é realizada na maioria das vezes em supermercados, indicando que conveniência e praticidade são fatores importantes na hora das compras. O grupo dos vegetarianos também citou lojas de produtos naturais como uma opção recorrente para adquirir produtos vegetais - diferente de reducetarianos, que não costumam frequentar esse tipo de estabelecimento.

Onde você costuma comprar alternativas vegetais?

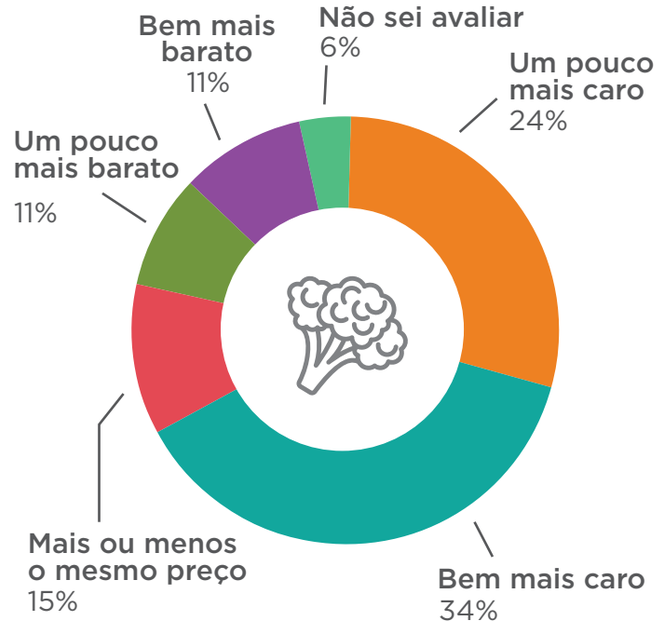


Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

Preço

A maioria dos vegetarianos disse achar as alternativas vegetais mais caras se comparadas com os equivalentes de origem animal. A diferença no preço acontece porque ainda não existe um mercado em escala no Brasil, porém a tendência é que isso diminua e os preços se aproximem à medida que o mercado se desenvolva e cresça. Para que isso aconteça, é imprescindível o investimento em desenvolvimento de tecnologias que possam ser produzidas localmente, acabando com a necessidade de importar ingredientes ou produtos acabados.

Em comparação às carnes, leites, queijos, etc. (origem animal), como você avalia o preço das alternativas vegetais?



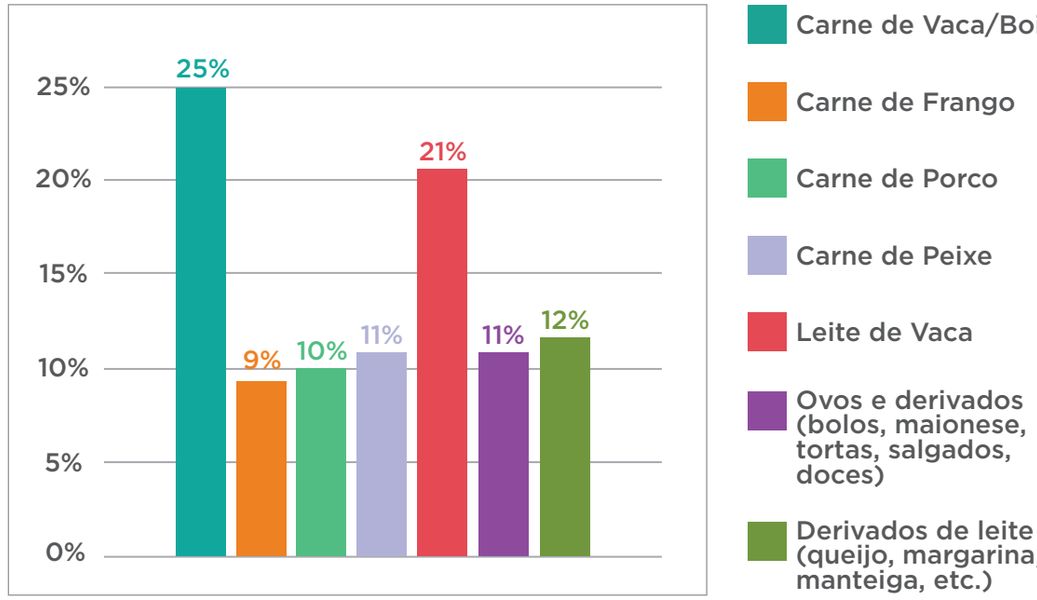
Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

THE GOOD FOOD INSTITUTE

Do que sentem falta?

Dentre os respondentes vegetarianos que disseram sentir falta de algum produto de origem animal, a carne de vaca foi a mais citada, seguido pelo leite. Essas informações mostram que existe uma demanda considerável por proteínas vegetais que lembrem a carne de vaca, assim como mais bebidas que substituam o leite de vaca, como leites vegetais de amêndoas e soja.

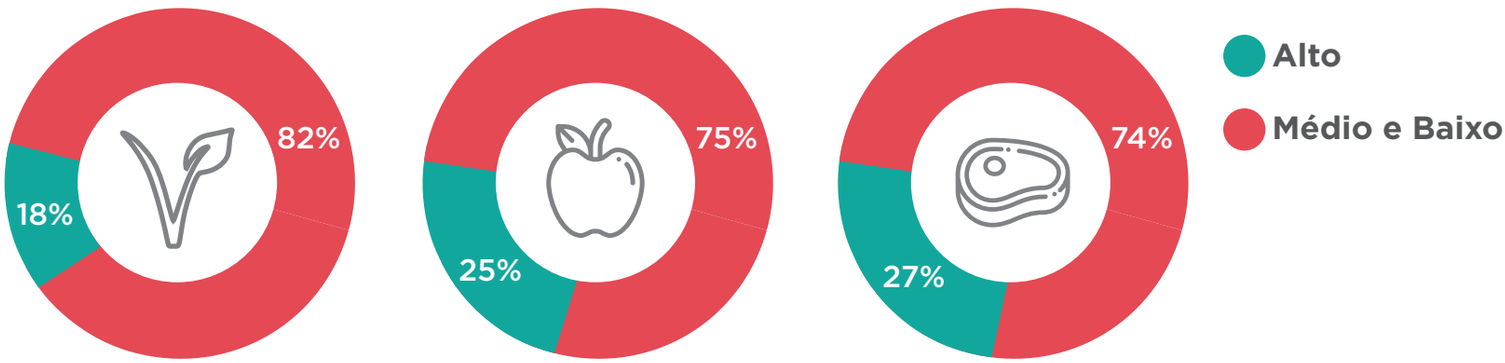
De qual alimento/ bebida você mais sente falta?



Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

Nível Sócio Econômico

A pesquisa mostrou que o Nível Sócio Econômico (NSE) de vegetarianos é menor do que o nível encontrado no grupo de pessoas que consome proteína animal. As faixas de renda mais altas (A e B) são encontradas com menos frequência em residências que tem moradores vegetarianos, enquanto os níveis médio (C) e baixos (D e E) aparecem mais frequentemente. Esse dado pode indicar que o poder aquisitivo de vegetarianos é menor e que adotar dietas com quantidades cada vez menores de produtos de origem animal pode ser também uma forma de economizar dinheiro.



Veganos/Vegetarianos *Reduzindo* *Não Reduzindo*

Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

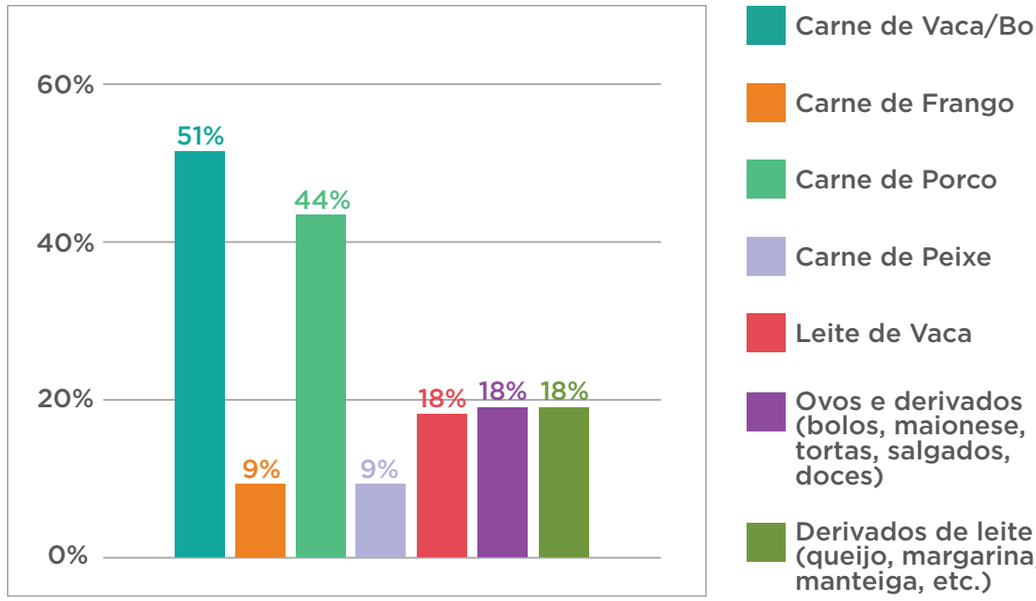
PESSOAS QUE JÁ REDUZEM

Neste grupo foram incluídos tanto os participantes que já estão diminuindo o consumo de produtos de origem animal quanto os que pretendem por isso em prática. O conjunto de perguntas feitas a essas pessoas foi diferente das feitas aos vegetarianos, buscando entender as motivações da redução e o porquê de não diminuírem ainda mais o consumo de produtos animais

Produtos que reduzem

A maioria citou já reduzir o consumo de carne de vaca, seguido por carne de porco. As respostas coincidiram com o que os vegetarianos apontaram como os primeiros produtos que foram cortados durante o período de adaptação. Essa relação demonstra um forte indício de que a redução pode ser o início de uma fase de transição e que reducetarianos podem vir a se tornar vegetarianos.

Quais derivados de animais você está reduzindo o consumo?

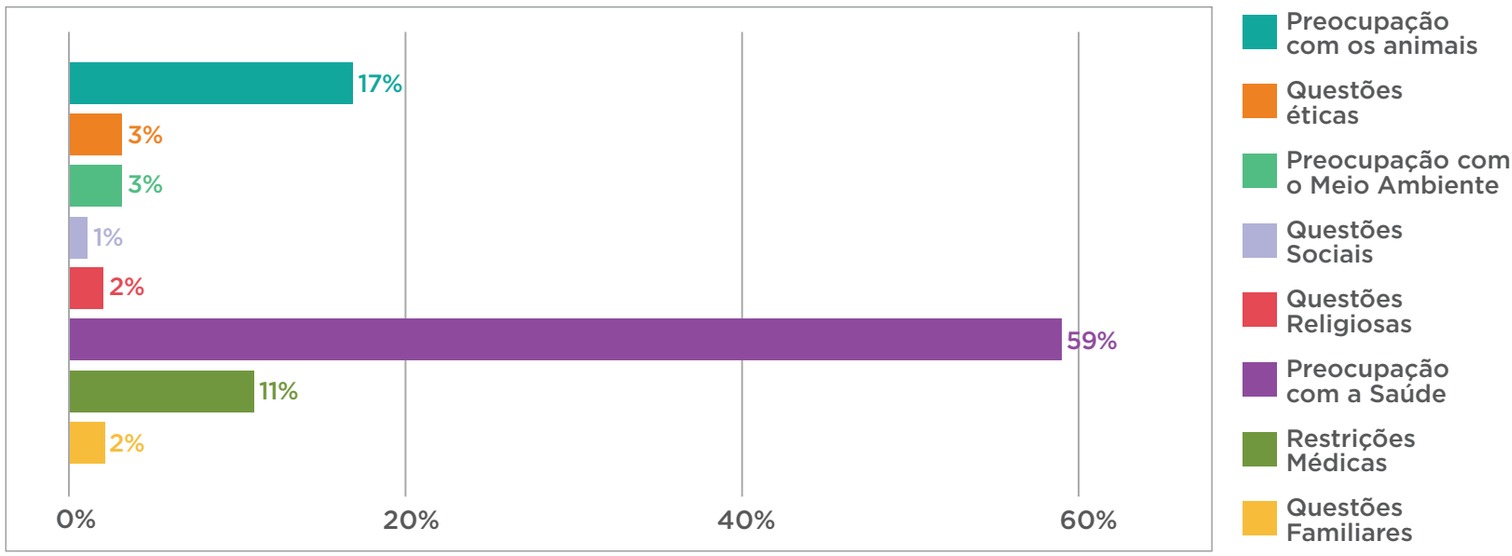


Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

Razões

A preocupação com a saúde é a maior motivação apontada por esse grupo. Considerando-se também "restrições médicas", as respostas chegam a 70%. Ressaltar as vantagens para a saúde das opções vegetais em relação aos produtos de origem animal possui um grande poder de persuasão. Mencionar esses benefícios pode ser efetivo tanto para quem considera se tornar vegetariano como para quem quer apenas diminuir o consumo de produtos de origem animal.

Qual é a principal razão que o motivou a reduzir esse tipo de consumo?

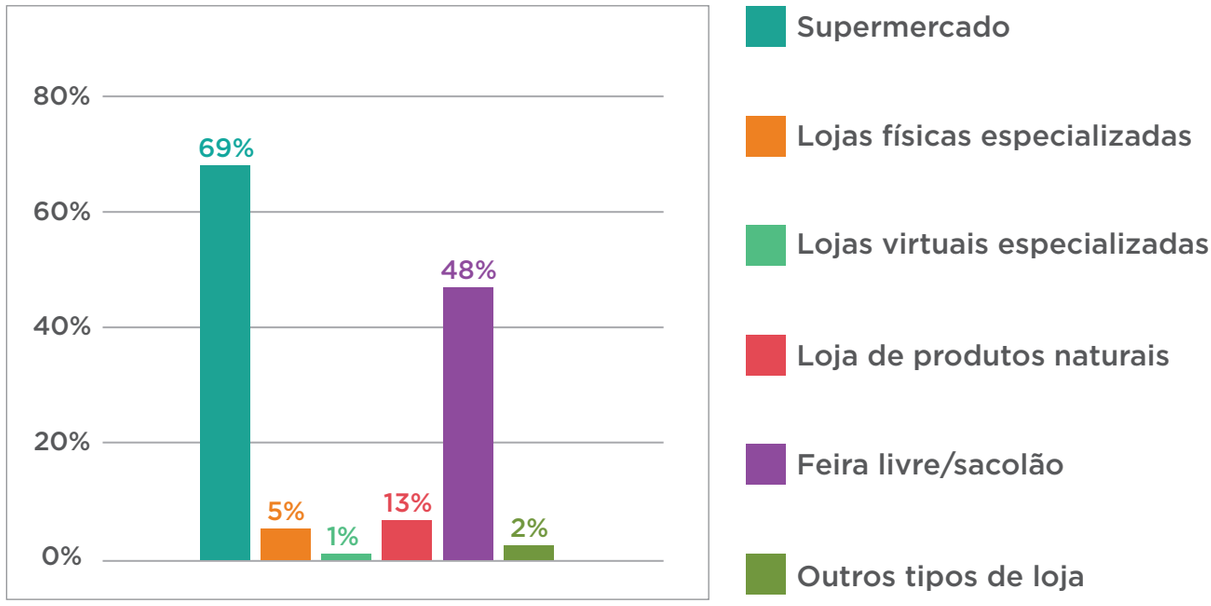


Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

Onde compram?

Supermercados são o destino mais frequente de reducetarianos para comprar alternativas vegetais. Lojas de produtos naturais não foram tão citadas como aconteceu no grupo dos vegetarianos, mostrando os grandes varejos como predominantes neste grupo. Novamente, a conveniência se provou essencial na hora das compras.

Onde você costuma comprar alternativas vegetais?

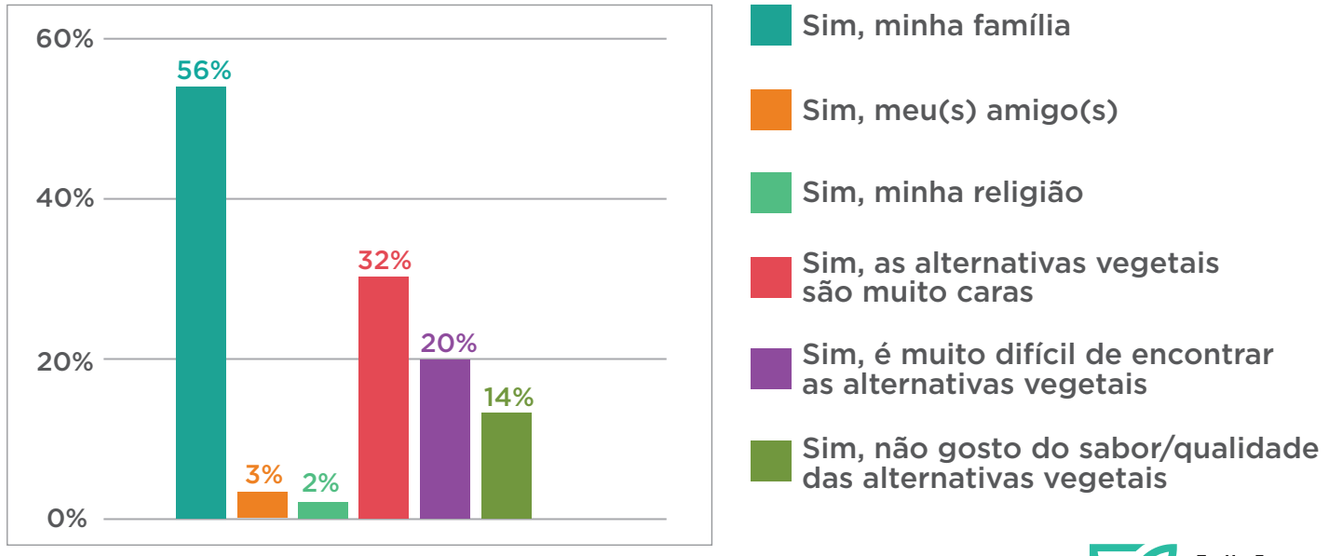


Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

O que impede?

Reducetarianos foram perguntados sobre o que os impede de ir mais além em suas mudanças de hábitos alimentares. A família foi apontada como a principal dificuldade na hora de fazer alterações maiores na dieta. Em seguida foram apontados sabor, preço e conveniência na hora de encontrar alternativas vegetais. O número alto de referências à família, somado ao fato de vegetarianos muitas vezes serem os únicos em suas casas com essa dieta, mostra que a convivência social possui uma influência significativa sobre as decisões relacionadas a estilo de vida e alimentação.

Existe algum(s) motivo(s), ou pessoa(s), que o impede de reduzir mais ou cortar o consumo de produtos de origem animal?

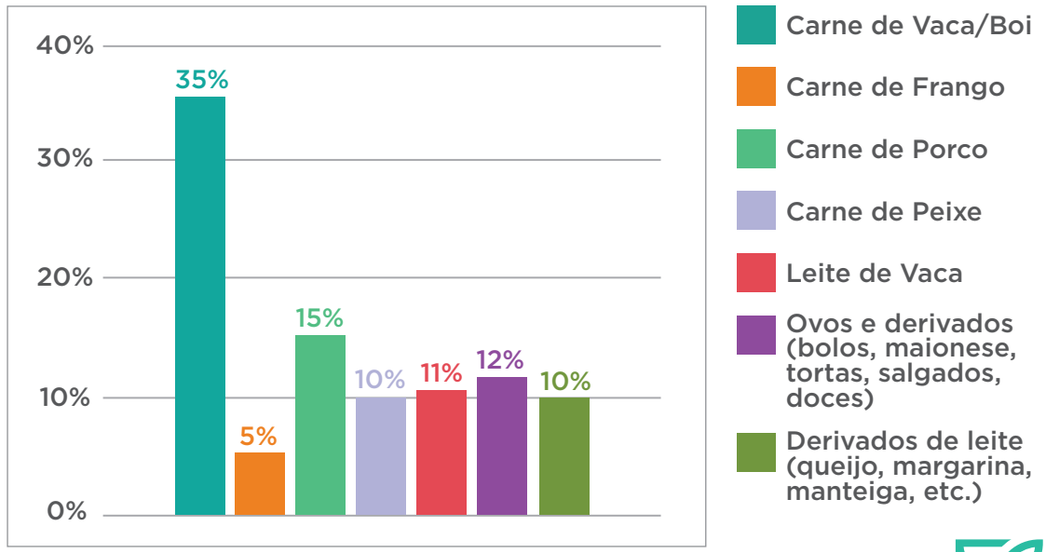


Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

Do que sentem falta?

A carne de vaca foi a mais lembrada - muito mais citada do que a segunda colocada, a carne de porco. Ambas também foram apontadas como alimentos que já estão sendo reduzidos na dieta desse grupo. A combinação dessas respostas mostra que proteínas vegetais que busquem imitar a aparência e substituir o sabor desses alimentos tem grandes chances de conquistar os reducetarianos.

Dos produtos animais que você está consumindo menos, de qual você mais sente falta?

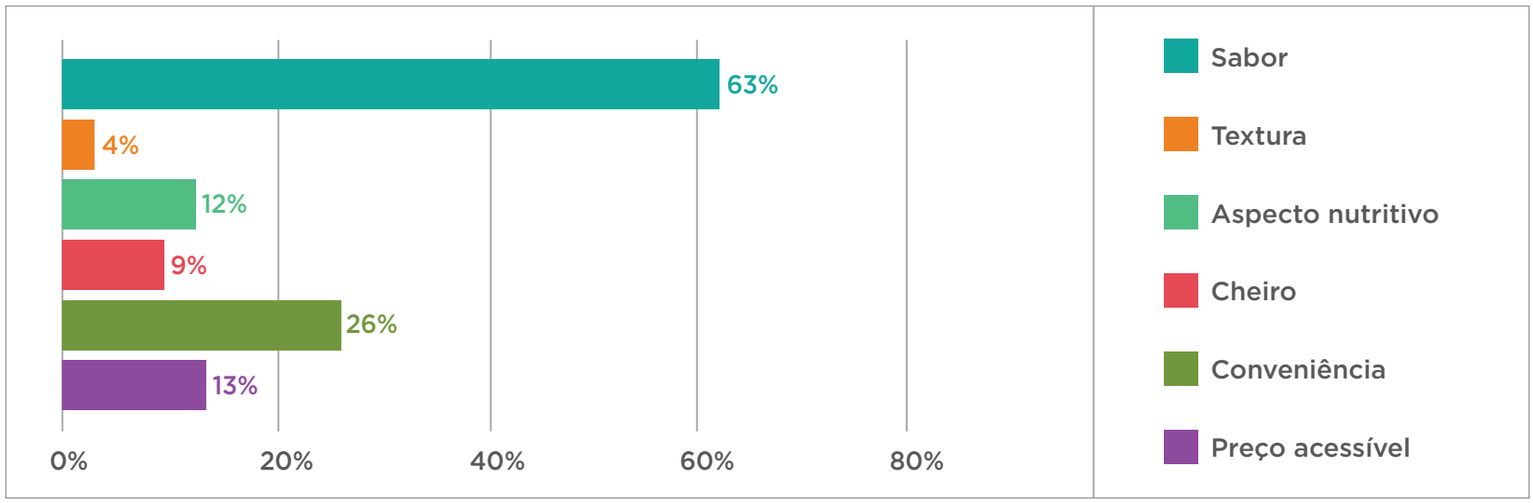


Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

Características que mais gostam

Pessoas que reduzem também responderam quais as qualidades que mais as atraem nos produtos que estavam reduzindo ou deixaram de consumir. Grande parte das respostas indicou a trindade "sabor, preço e conveniência" como os principais atrativos dos alimentos reduzidos. Essas respostas estão de acordo com as encontradas em pesquisas de mercado sobre produtos alimentícios no geral, mostrando que quem reduz tem as mesmas motivações esperadas do restante do mercado de alimentos, sem demonstrar uma inclinação ética mais forte. A maioria das pessoas considera o vegetarianismo por questões de saúde, e a compra de produtos alimentícios é definida pela oferta de alternativas com o sabor desejado, vendidas a um preço adequado e distribuídas de forma conveniente. Na pesquisa, conveniência foi consolidada como a junção de respostas que citaram disponibilidade (12%) e variedade (14%).

Do que você mais gosta nesse produto animal que sente falta?



Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

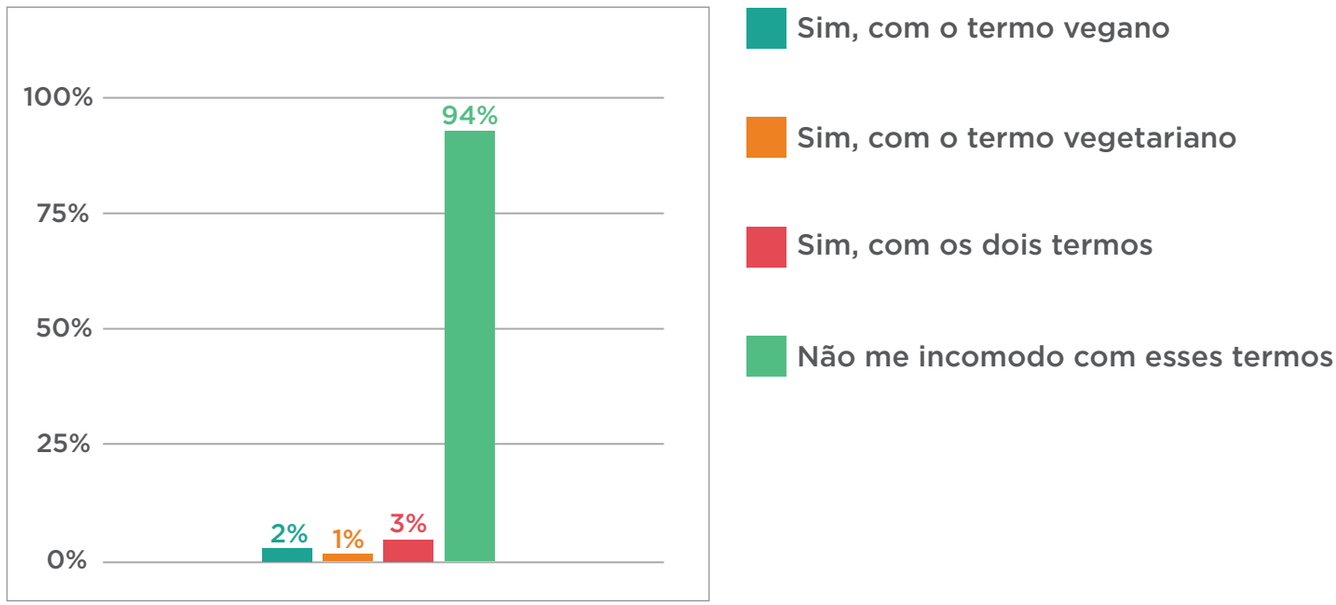
PESSOAS QUE NÃO REDUZEM

O último grupo entrevistado pelo aplicativo é composto por pessoas que não fazem alterações em suas dietas. A contribuição destas pessoas é relevante para a pesquisa por revelar como proteínas alternativas são vistas pelo público no geral, que ainda não tem conexão com o vegetarianismo. É importante também conhecer todos os diferentes tipos de público, para entendê-los melhor e saber como alcançá-los.

Opinião sobre os termos

Pesquisas anteriores feitas em diferentes países revelou que pessoas sem restrições em suas dietas reagiam negativamente aos termos “vegetariano” e “vegano”. O motivo era não se identificarem com os conceitos e não se sentirem incluídas em nenhum dos grupos. Entretanto, no Brasil, os participantes disseram não se importar com nenhum dos termos.

Você se sente incomodado com os termos "Vegano" e "Vegetariano"?

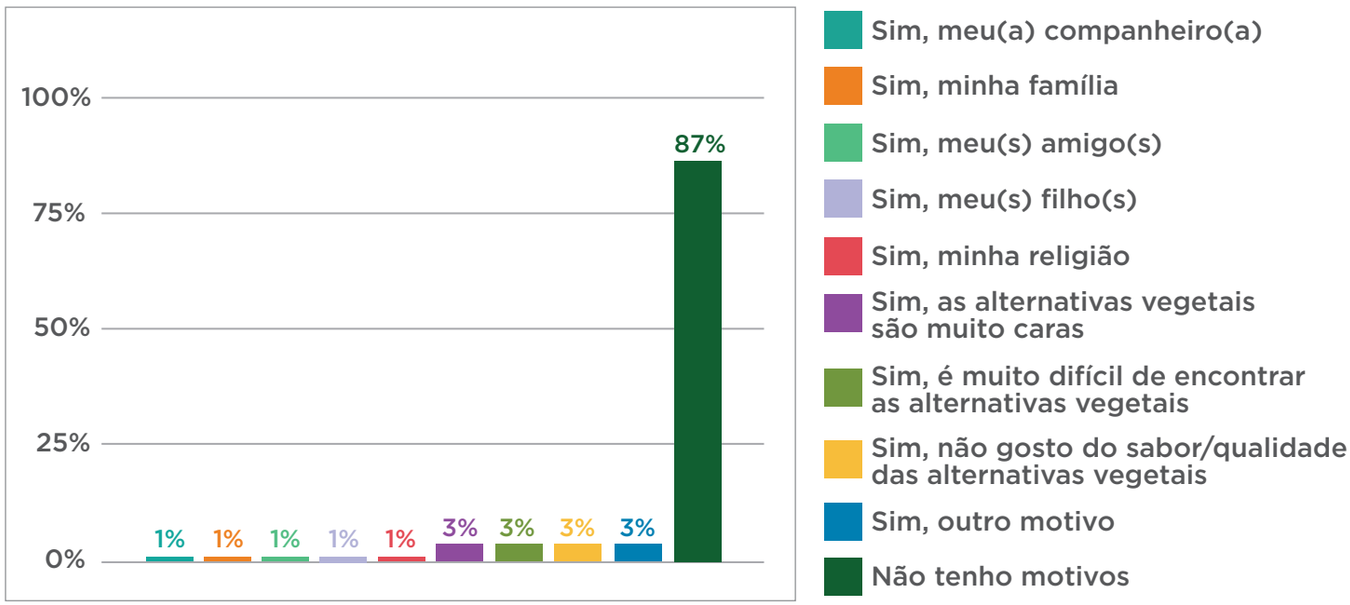


Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

Algo os impedem?

Assim como os reducetarianos, este grupo também foi perguntado sobre a existência de fatores limitadores na decisão de reduzir produtos de origem animal. Quase todos os participantes disseram não ter nenhum impedimento, a não ser a falta de motivos para reduzir esses produtos. A tríade "sabor, preço e conveniência" também foi citada, mas com pouca relevância.

Existe algum(s) motivo(s), ou pessoa(s), que o impede de reduzir ou cortar o consumo de produtos de origem animal?

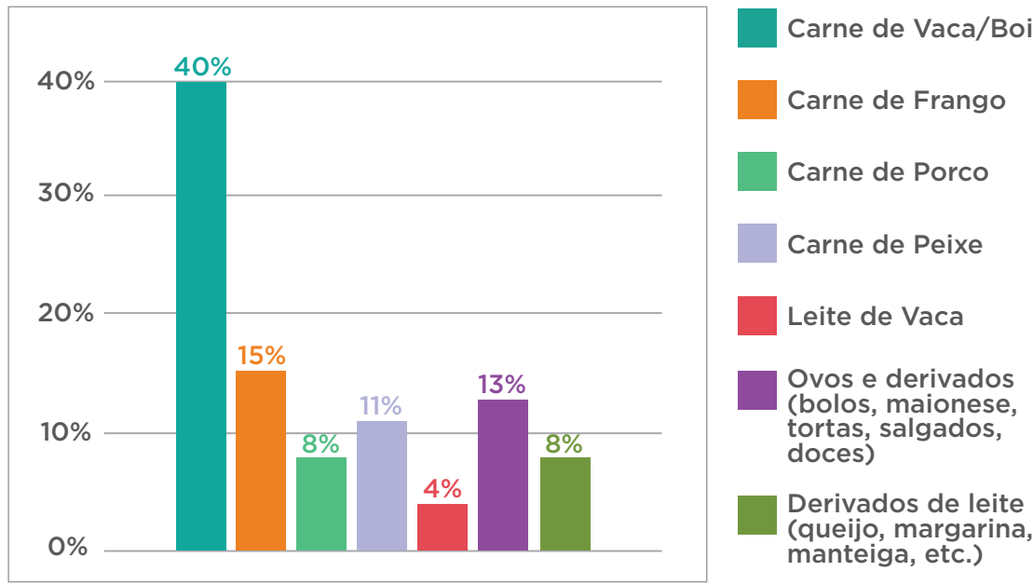


Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

Produtos que mais gostam

Assim como em quase todas as perguntas, para ambos os outros grupos, a carne de vaca prevaleceu como a campeã no gosto destes entrevistados. Carne de frango e ovos e seus derivados também foram citados como preferidos.

Dos produtos animais que você está consumindo menos, de qual você mais sente falta?

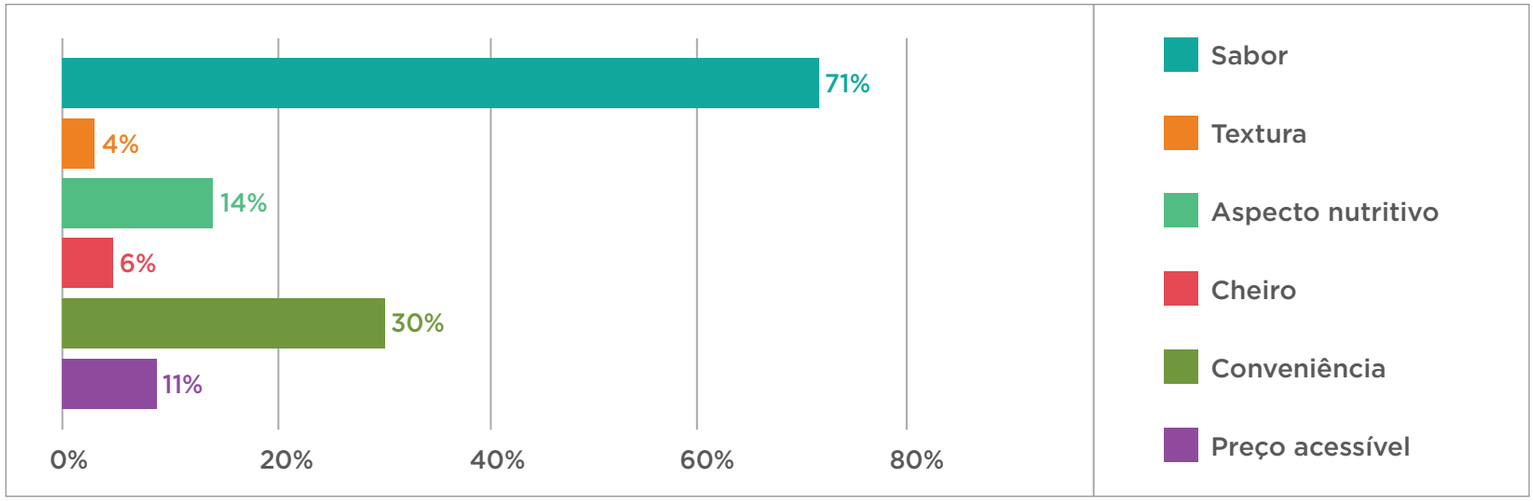


Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

Características que mais gostam

O grupo dos que não reduzem também foi perguntado sobre as características mais atrativas em seus produtos alimentícios preferidos. Nessa parcela de participantes, os fatores sabor, preço e conveniência também foram citados. A diferença nesse grupo é a importância dada ao sabor, que ficou muito à frente das outras duas alternativas.

Quais são as características preferidas, nesse produto animal que você mais gosta?

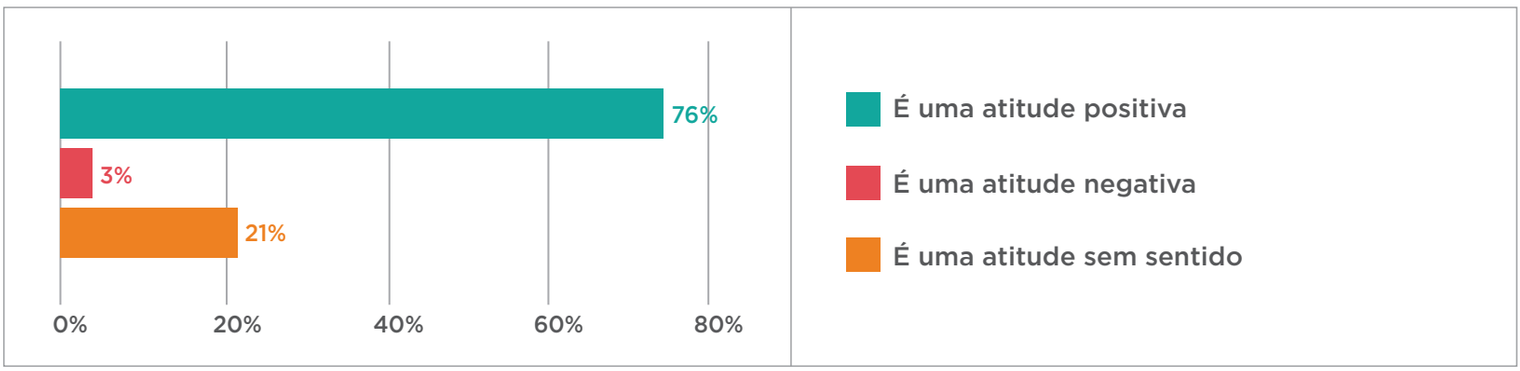


Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

O que acham sobre reduzir?

Apesar de este grupo ter dito não ter motivos para reduzir o consumo de produtos de origem animal, a grande maioria também disse ver essa atitude como algo positivo no geral. Isso mostra que, apesar de não colocarem a redução em prática, essas pessoas não são avessas à ideia. Pode significar também que, com a motivação adequada, poderiam considerar reduzir o consumo de produtos de origem animal.

Qual é a sua opinião sobre pessoas que reduzem o consumo de produtos de origem animal?

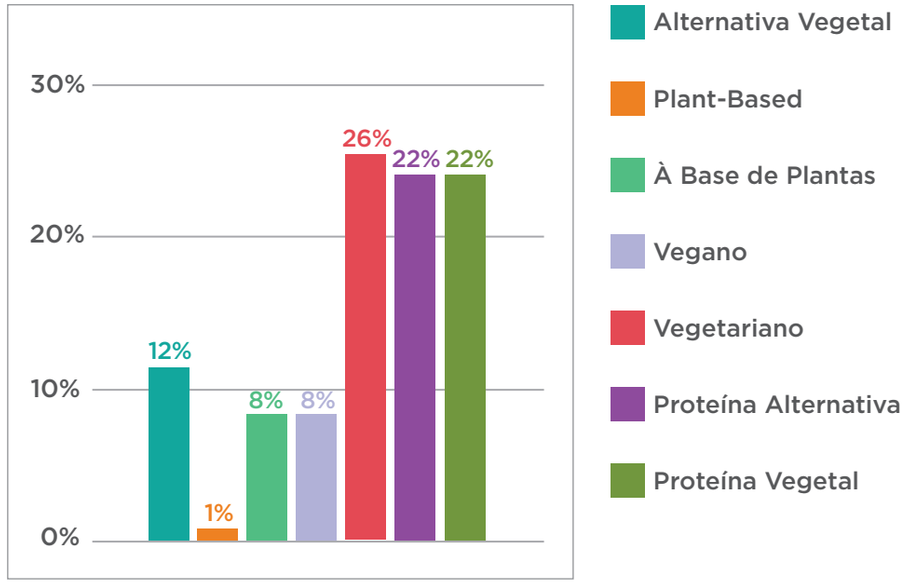


Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

Oportunidades de futuras pesquisas

Um dos objetivos da pesquisa é abrir caminho para mais estudos focados no mercado brasileiro de proteínas vegetais. Além das perguntas sobre motivação e preferências, também foram incluídas perguntas relacionadas a nomenclatura das alternativas vegetais, que ainda não tem um termo no Brasil. "Plant-based" já é de uso comum internacionalmente, mas ainda causa estranhamento no público brasileiro. Os participantes responderam qual palavra acham melhor para substitutos vegetais de produtos de origem animal. As respostas estão no gráfico a seguir:

Entre estas alternativas: Pensando em alimentos de origem vegetal, que buscam substituir produtos de origem animal (carne, peixe, leite, ovos, queijo, etc.), qual dos termos abaixo você prefere?



Fonte: Snapcart. Elaborado por: The Good Food Institute

Os termos "proteínas alternativas" e "proteínas vegetais" pontuaram melhor na opinião dos entrevistados, sugerindo que seriam mais bem aceitos entre o público no geral, não só entre vegetarianos. O número maior de citações já indica possíveis preferências dos brasileiros, o que torna esses termos adequados para artigos científicos e textos jornalísticos. Entretanto, ainda é necessário fazer pesquisas mais aprofundadas e voltadas especificamente para a rotulagem de produtos.

PRINCIPAIS DESCOBERTAS

- Achar **positivo** a redução do consumo de produtos de origem animal já é uma realidade para a maioria das pessoas;

- O número total de vegetarianos no Brasil está em constante crescimento. Além disso, já são **29% de brasileiros** reduzindo ou querendo reduzir o consumo de produtos de origem animal;

- Já existem mais de **60 milhões** de consumidores no mercado de proteínas vegetais no Brasil, que possui um potencial de mercado até maior do que o mercado de idosos, que é de 30 milhões de pessoas;

- A principal motivação é a **saúde**, com muito mais apelo do que as outras. Produtos com este foco podem possuir um poder de penetração maior;

- A **carne de vaca** foi a mais citada em todos os grupos, seja como a que mais sentem falta ou como o produto que mais gostam. Alternativas a esse produto em específico tendem a ser uma promessa para o mercado brasileiro;

- A faixa de **preço** é de grande importância para os consumidores;

- A maioria das compras de alternativas vegetais é feita em **supermercados**, provando que conveniência está entre os fatores decisivos na hora da compra;

- A tríade “sabor, preço e conveniência” também se aplica neste mercado. Preço e conveniência se destacaram como atrativos em proteínas vegetais e animais. **“Sabor”** é o atributo preferido dos produtos de origem animal;

- A **companhia** é fator importante na mudança de hábitos. A maioria dos vegetarianos e grande parte de quem está reduzindo apontou a família como barreira no processo de reduzir ainda mais o consumo de derivados de animais;

- Em relação ao **Nível Sócio Econômico**, lares de brasileiros vegetarianos contam com rendas mais baixas do que de pessoas que não mudam seus hábitos.

CONCLUSÃO

O mercado de proteínas vegetais no Brasil vem se desenvolvendo rápido e tem grande potencial de expansão, com diversas áreas a serem exploradas. Essa foi uma pesquisa pioneira no mercado “plant-based” brasileiro, sendo a primeira a analisar informações específicas deste segmento no Brasil. O principal objetivo era entender as necessidades desse mercado e identificar suas potencialidades. Através desse primeiro mapeamento , já foi possível estabelecer uma perspectiva sólida, capaz de oferecer informações relevantes para o desenvolvimento de novos produtos e abrindo portas para quem busca entrar neste mercado, que tende a continuar crescendo no Brasil.

A pesquisa mostra que o mercado de proteínas alternativas é abrangente e possui muito mais alcance do que apenas nichos específicos. A maior parte das pessoas considera a redução do consumo de produtos de origem animal algo positivo e o número de pessoas que já praticam a redução é expressivo. A saúde foi apontada como maior motivador das pessoas em direção às alternativas vegetais. Também foi comprovado que fatores básicos como sabor, preço e conveniência movem o consumidor neste mercado. Portanto proteínas vegetais saborosas, distribuídas em lugares acessíveis e a preços convenientes combinariam todos esses fatores e conquistariam o mercado de vez.

Para mais informações sobre a pesquisa ou sobre o mercado de proteínas alternativas, entre em contato o GFI!

Produzido por:

THE GOOD FOOD INSTITUTE

Felipe Krelling - felipek@gfi.org

Pesquisa realizada por:

snapcart

Otavio Carvalho - otavio@snapcart.global