

**PESQUISA**

**O CONSUMIDOR DE TILÁPIA NO BRASIL**

**JUNHO DE 2022**



# INTRODUÇÃO

Esta pesquisa, realizada para conhecer as opiniões a respeito do consumo de tilápia no Brasil, teve como objetivo conhecer as preferências, objeções, sentimentos e sugestões das pessoas que compram e que não compram o produto e proporcionar aos produtores informações que possam contribuir com as estratégias, melhorias e resultados.

# AMOSTRA

População: 85 milhões das classes A, B e C, que compram alimentos

**População**  
85 milhões

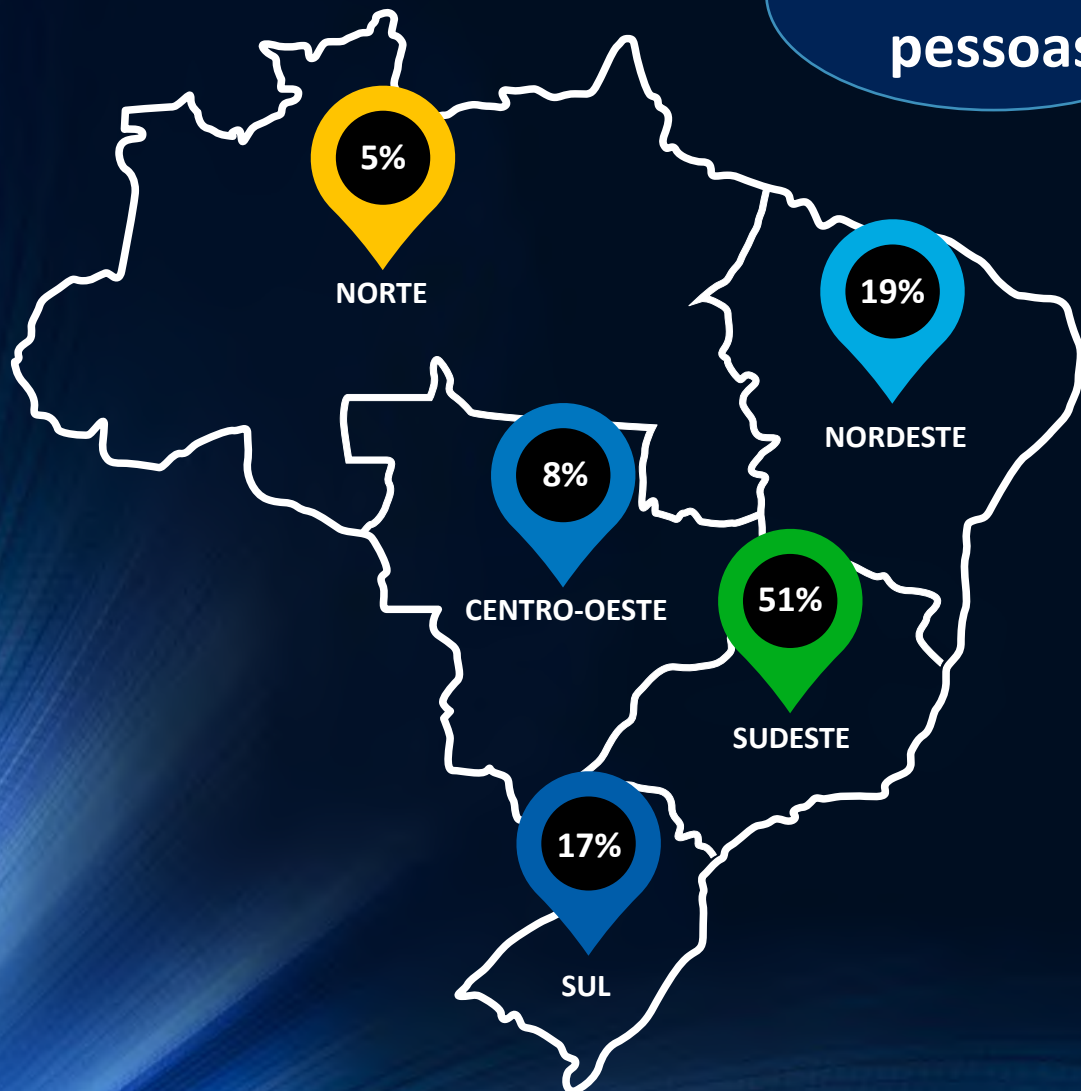
**Amostra**  
4.200 pessoas

**+ 99%**  
Nível de confiança

**- 2%**  
Margem de Erro

# AMOSTRA

4.200  
pessoas



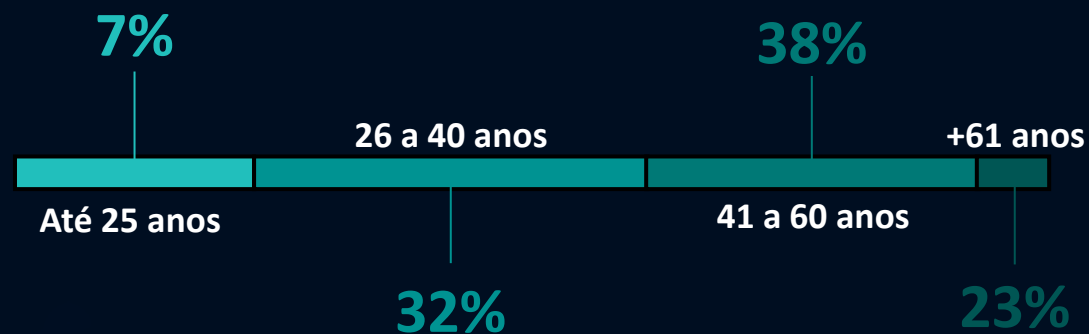
## Gênero

64%  
Mulheres



36%  
Homens

## Faixa etária



## Classe Social

A	B	C
9%	28%	63%

# METODOLOGIA



Pesquisa qualitativa, realizada por meio de entrevistas investigativas.

Presencialmente com 3.758 pessoas e por telefone, com agendamento prévio, com 442 entrevistados.

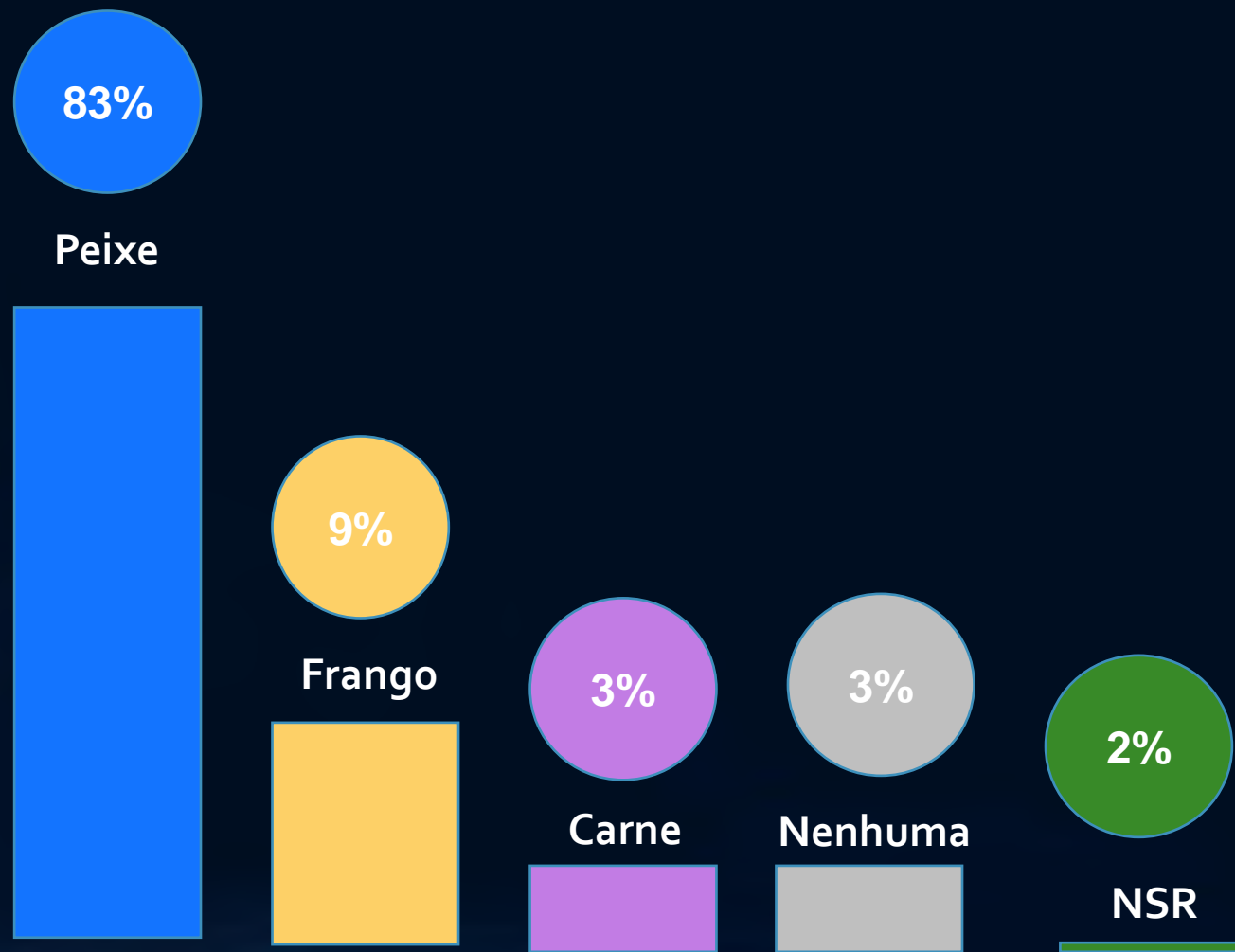
Entrevistas realizadas entre abril e maio de 2022.

Pesquisa registrada sob número 487-AXXUS/2022



# RESUMO DOS RESULTADOS

# PROTEÍNA QUE CONSIDERAM MAIS SAÚDAVEL



Amostra = 4.200 entrevistados

# CONSUMEM PEIXE E TILÁPIA

**6,79%**

**285 não consomem peixe**

## Principais motivos:

- 87% (248) não gostam
- 07% (20) não têm o hábito
- 1,4% (4) são alérgicos
- 4,5% (13) outros motivos

**3.915 consomem Peixe**

**93,21%**

**3.012 consomem tilápia**

**76,93%**

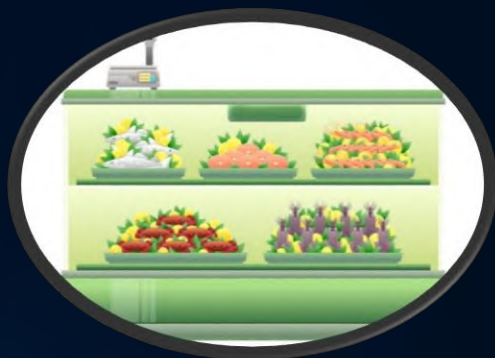
**903 não consomem tilápia**

## Principais motivos:

- 72% consideram caro
- 67% dificuldade de encontrar



# ONDE COMPRAM TILÁPIA



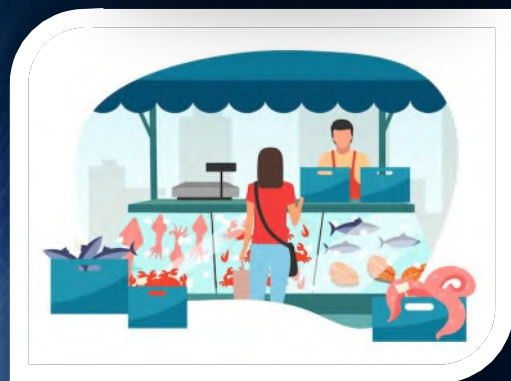
**84% Supermercados**

**31% Mercados (municipais)**

**28% Feiras livres**

**23% Peixarias**

**09% Outros**



Amostra = 3012 entrevistados  
Alguns entrevistados escolheram + de 1 alternativa

# VOLUME E PERÍODO POR COMPRA

## VOLUME POR COMPRA

44% até 1 quilo

31% entre 1 e 2 quilos

17% entre 2 e 4 quilos

08% acima de 4 quilos



## Período mínimo de compra

7% semanal

12% quinzenal

19% mensal

62% bimestral ou +

Amostra = 3012 entrevistados

# PREFERÊNCIA POR FAIXA ETÁRIA



Nível de preferencia  
por faixa etária

++ Crianças

+++ Jovens

++++ Adultos

++++ Idosos

Amostra = 3012 entrevistados

# CRITÉRIOS DE COMPRA

28% saem de casa determinados a comprar tilápia

- 72% decidem comprar no ponto de venda

76% compram se considerar o preço adequado

- Comparado com outros peixes e com outras proteínas

- 48% comparam o preço da Tilápia com o preço da carne de primeira

85% compram se considerarem o produto de boa qualidade

- Aparência saudável e filés inteiros.

- Boa embalagem e filés soltos (quando congelados)



Amostra = 3012 entrevistados

Alguns entrevistados escolheram + de 1 alternativa



# FRESCA OU CONGELADA

32% compram congelada

Mais prático, não tem cheiro, pode demorar mais para consumir.



44% compram fresco

Mais sabor, conseguem ver melhor a qualidade do produto.



24% compram ambos

Amostra = 3012 entrevistados



# COMPRARIAM MAIS TILÁPIA ...



87% se o preço fosse menor

77% se encontrassem o produto com mais facilidade

43% se tivessem mais tempo para preparar

11% por outros motivos

Amostra = 3012 entrevistados  
Alguns entrevistados escolheram + de 1 alternativa

# CONHECIMENTO DAS MARCAS

Marca memorizada e adquirida na ultima compra.

MARCAS	TOP OF MIND		ULTIMA COMPRA	
COPACOL	5,21%	157	4,40%	133
COSTA SUL	3,99%	120	3,60%	108
SWIFT	2,96%	89	2,30%	69
AURORA	1,73%	52	1,35%	41
FRESCATO	1,13%	34	0,84%	25
BOM PEIXE	1,00%	30	0,42%	13
<b>NÃO LEMBRARAM</b>	<b>84,00%</b>	<b>2.530</b>	<b>87,09%</b>	<b>2.623</b>
TOTAL	100,0%	3.012	100,00%	3.012

Nível de satisfação com as marcas

INSATISFEITOS	INDEFERENTES	SATISFEITOS
14%	63%	23%

Amostra = 3012 entrevistados

# MOTIVAÇÕES PARA COMPRAR

**Mais citadas**

Saboroso e saudável

Muitas proteínas

Fácil digestão

Ajuda a manter o peso

Não tem gordura

Tem ômega 3

Possui muitas vitaminas

Tem poucas espinhas

Gostariam de encontrar o produto no ponto de venda com mais facilidade e mais opções de cortes.

Amostra = 3012 entrevistados

# CULTIVO E PESCA NATURAL



64% Desconhecem a diferença entre cultivo e pesca natural.



No momento da compra:

- 87% - Não sabem e não procuram saber se o produto é de cultivo ou de pesca natural
- 92% - Priorizam o aspecto e a qualidade do produto, são indiferentes quanto a origem.

Após entender a diferença:

- 14% - Acreditam que a pesca natural proporciona um produto melhor.
- 32% - Acreditam que o cultivo proporciona um produto melhor.
- 54% - Indiferentes. Acreditam que o mais importante é o aspecto do produto.

Amostra = 3012 entrevistados



# EMBALAGENS - CONGELADOS



63% preferem embalagens entre 800g e 1.200g  
21% preferem embalagens entre 1.200g e 2.000g  
18% preferem embalagens inferiores a 800g

67% reclamaram da dificuldade de ver o prazo de validade,  
preferem não levar o produto quando não conseguem a informação.

87% preferem embalagens que permitem ver o produto  
77% preferem embalagens que evitem a quebra.



*Imagens meramente ilustrativas.*

Amostra = 3012 entrevistados



# TENDÊNCIAS



82% gostariam de consumir mais tilápia

46% pretendem consumir mais tilápia nos próximos meses

- 36% pretendem consumir mais nos restaurantes
- 48% pretendem preparar e consumir mais em casa

52% querem consumir mais, dependendo do preço do produto.

Para 74% a tilápia está entre os 5 pratos preferidos, junto com filé mignon, camarão, lasanha e filé de frango.

Amostra = 3012 entrevistados

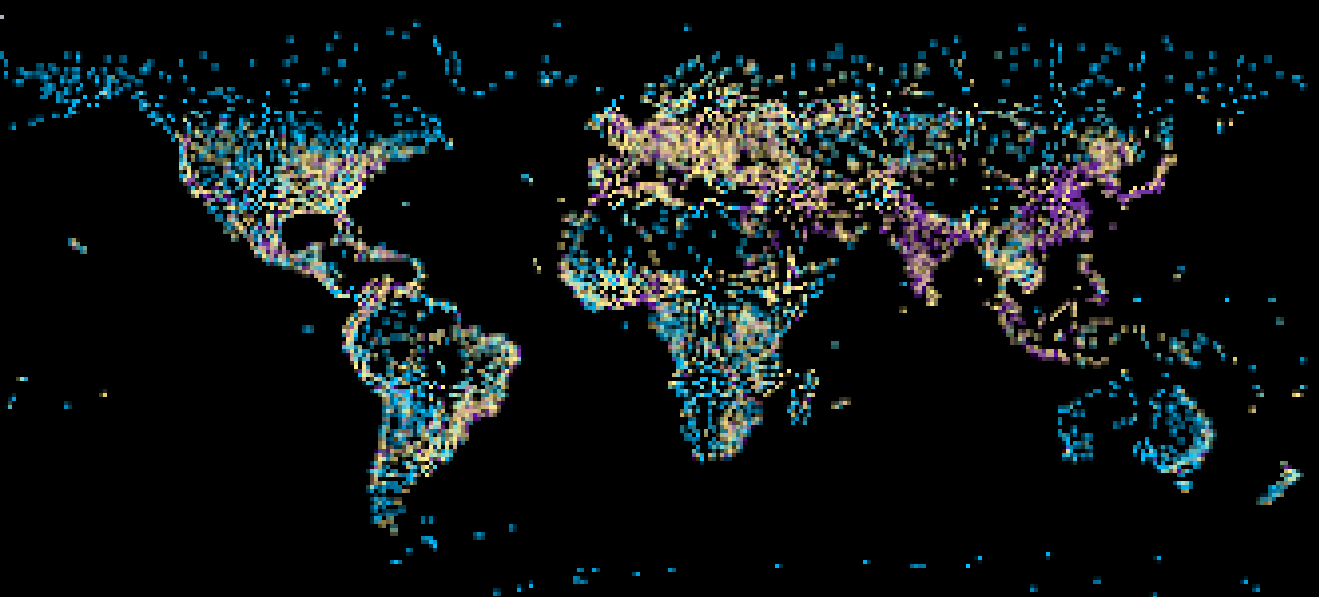
# EQUIPE TÉCNICA

Responsável técnico: Prof. Rodnei Domingues – [rodnei.domingues@axxus.institute](mailto:rodnei.domingues@axxus.institute)

Assistente de pesquisa: Beatriz Terra Bustamante – [beatriz.bustamante@axxus.institute](mailto:beatriz.bustamante@axxus.institute)

Pesquisadores Entrevistadores - 162 alunos de mestrado ou doutorado das universidades:





Instituto Axxus

[www.axxus.institute](http://www.axxus.institute)

JUNHO/2022

PEIXE BR

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA PISCICULTURA

[www.peixebr.com.br](http://www.peixebr.com.br)