

PESQUISA

Hábitos e preferências
dos consumidores de café
no Brasil, em 2021,
comparados com 2019.

RESULTADOS PARCIAIS NÃO CONFIDENCIAIS

SETEMBRO/2021



INTRODUÇÃO

Assim como na pesquisa realizada em 2019, os resultados desta pesquisa de setembro de 2021, confirmam que o café não é apenas a bebida mais consumida no Brasil, depois da água, mas que continua sendo a bebida mais apreciada. O consumidor continua demonstrando que tem uma relação emocional e afetiva com o produto e que a experiência de beber café é um dos prazeres da vida, além de uma forma de melhorar o humor e a disposição.

Durante a pandemia (2020-2021), os consumidores que passaram a consumir mais café, declararam que o isolamento social e a permanência em casa por mais tempo, aumentou o desejo pela bebida.

Alguns se referiram ao produto como *“uma bebida quente que desperta a sensação de conforto”*, ou *“um aliado que nos dias de confinamento, proporcionou a sensação de refugio, proteção e apoio nos momentos mais difíceis”*. A maioria, de 72% dos entrevistados, declarou que o café ajudou a superar os piores momentos da pandemia.

A pesquisa demonstra que o café, deixa de ser algo tangível, como uma bebida, um grão ou um pó e incorpora cada vez mais, a dimensão imaginária, repleta de significados, de sentimentos e emoções, que deverão ser consideradas pelas indústrias em seus planos de marketing e de comunicação.

OBJETIVOS

- Conhecer as percepções, opiniões, preferências e objeções dos consumidores em relação ao consumo do café.
- Saber como e quando o café está presente no dia a dia do consumidor.
- Identificar possíveis mudanças nos hábitos de compra e de consumo decorrentes da pandemia, entre 2020 e 2021.



AMOSTRA

**Nível de confiança
99%**

**Margem de Erro
2%**

A amostra de 4.200 pessoas entrevistadas, foi dividida:

- Por gênero: 1.890 homens (45%) e 2.310 mulheres (55%).
- Por classe social (renda familiar mensal):

Classe	%	Entrevistados	Renda R\$
A	3,0	126	Acima de 16.000
B	13,6	571	De 5.300 a 15.990
C	27,0	1.134	De 2.200 a 5.299
D + E	56,4	2.369	Até 2.199

AMOSTRA

Por faixa etária:

21% - Até 14 anos
16% - Entre 15 e 24 anos
24% - Entre 25 e 39 anos
20% - Entre 40 e 54 anos
13% - Entre 55 e 69 anos
06% - Acima de 70 anos

Por região geográfica:

18% - Região Sul
52% - Região Sudeste
10% - Região Centro Oeste
13% - Região Nordeste
07% - Região Norte

COLETA DE INFORMAÇÕES

- 180 entrevistadores, alunos de mestrado ou doutorado das melhores universidades do Brasil, experientes em pesquisas qualitativas.
- Entrevistas presenciais com utilização de APP (questionário, áudio)
- 26 supervisores regionais (consultores ou professores com experiência em pesquisas qualitativas e investigativas)
- Utilização do Sistema e da Plataforma de Pesquisa do Instituto Axxus.



RESULTADOS

PARCIAIS NÃO CONFIDENCIAIS

QUANTO GOSTAM DE CAFÉ

2019	2021	RESPOSTAS
53%	56%	Gostam muito.
21%	23%	Gostam
17%	16%	Gostam moderadamente.
09%	05%	Não gostam

Aumento de 5% no número dos que gostam e gostam muito de café

Os que não gostam de café, gostam:

2019	2021	RESPOSTAS
3º	1º	Refrigerante
1º	2º	Suco
2º	3º	Leite
4º	4º	Chá

Em 2021, passaram a gostar ou preferir, mais refrigerantes e sucos, do que o leite.



CONSUMO DIÁRIO DE CAFÉ

2019	2021	CONSUMO DIÁRIO
29%	30%	Mais de 6 xícaras
44%	45%	Entre 3 e 5 xícaras
08%	10%	Até 2 xícaras
11%	12%	Até 1 xícara
08%	03%	Não consomem

Redução de 5% dos
consumidores que
não consumiam.

Amostra: 4.200





Os resultados dos próximos slides, relacionados ao consumo, foram obtidos com as respostas dos 4.074 entrevistados que consomem café.

HORÁRIOS DO CONSUMO DE CAFÉ

2019	2021	HORÁRIOS
97%	98%	Ao acordar
88%	89%	Durante a manhã
78%	79%	Após o almoço
61%	64%	Durante a tarde
36%	38%	A noite

Foi possível escolher + de 1 alternativa

Amostra: 4.074

Em 2021, houve aumento no consumo em todos os horários.



MANHÃ



TARDE



NOITE

MOTIVAÇÕES PARA TOMAR CAFÉ



2019	2021	SIGNIFICADOS/MOTIVAÇÕES
56%	57%	Melhorar o humor e a disposição
37%	39%	Ritual, prazer e bem estar
2%	37%	Momento para pausa, reflexão e paz
4%	3%	Degustar e saborear a bebida
42%	3%	Oportunidade de Interação com pessoas

Foi possível escolher + de 1 alternativa

Amostra: 4.074

Com a pandemia o café deixou de ser uma oportunidade de interação com as pessoas e se tornou um momento de pausa, reflexão e paz.

LOCAL ONDE O CAFÉ É MAIS CONSUMIDO

2019	2021	LOCAL ONDE MAIS CONSOMEM
2º	1º	Em casa
4º	2º	Na casa de parentes e amigos
1º	3º	No trabalho
3º	4º	Nas cafeterias, bares e restaurantes

Amostra: 4.074

Com a pandemia, o maior consumo do café deixou de ser no trabalho e passou a ser em casa.



EVOLUÇÃO DO CONSUMO DE CAFÉ



2019	2021	EVOLUÇÃO DO CONSUMO
36%	49%	Aumentaram o consumo
57%	46%	Mantiveram o consumo
7%	5%	Reduziram o consumo

Amostra: 4.074

Em 2021, houve aumento de 13% do grupo que declarou ter aumentado o consumo.

FORMAS DE PREPARO

2019	2021	FORMAS DE PREPARO
58%	59%	Coador de pano
26%	42%	Cafeteira elétrica com coador papel
34%	35%	Coador de papel
7%	13%	Cafeteira Italiana ou Moka
16%	11%	Máquina de sachê ou capsula
45%	9%	Espresso de máquina
5%	6%	Cafeteira prensa francesa
3%	6%	Solúvel
1%	1%	Outros

Foi possível escolher até 2 formas

Amostra: 4.074

Em 2021, as formas de preparo em casa cresceram, em comparação as formas mais utilizadas fora de casa.



CRITÉRIOS DE ESCOLHA



2019	2021	CRITÉRIOS
31%	39%	Entre as marcas que preferem, escolhem a de menor preço
7%	21%	Compram a mais barata
21%	15%	Entre as marcas que preferem, compram qualquer uma.
26%	12%	Compram a marca que preferem, independente do preço.
6%	11%	Só compram o produto que está em promoção
3%	1%	Não tem critério
6%	1%	Não souberam responder

Amostra: 4.074

Em 2021, os consumidores foram mais sensíveis a preços, promoções e ofertas. Eles também aumentaram o número de marcas de sua preferência, em 2019 a média era duas, em 2021 a média passou para quatro.

SELOS DE QUALIDADE

Comparando um produto sem selo com outro com selo:

81 % Acreditam que o produto com selo é melhor

05 % Acreditam que não há diferença

08 % Desconhecem o selo, nunca repararam.

06 % Não souberam responder

- 94% dos entrevistados declararam que diante de um produto com selo e de outro sem selo, com preços iguais, preferem levar o com selo.
- 72% das classes A, B e C, estão dispostos a pagar até R\$ 0,60 (6%) a mais, pelo produto com selo.

Amostra: 4.074

Não há comparativo com 2019, porque a pergunta não foi inserida no questionário anterior.



FREQUÊNCIA AS CAFETERIAS



2019	2021	FREQUÊNCIA
48%	09%	Frequentam cafeterias
52%	91%	Não frequentam

- Em 2021, devido a pandemia, houve queda significativa da frequência.
- 28% declararam que provavelmente não voltarão as cafeterias com a mesma frequência anterior a pandemia.

Em 2021, as motivações apontadas para ir as cafeterias, foram semelhantes as mencionados em 2019:

- 1º Qualidade do café
- 2º Modo que o café é preparado
- 3º Os doces e salgados que combinam com o café
- 4º O ambiente agradável e relaxante
- 5º A possibilidade de interagir com as pessoas
- 6º Ambiente agradável para uma reunião
- 7º Facilidades: estacionamento, Wi-Fi, energia para notebook

Amostra: 4.074

VISITA A FAZENDAS DE CAFÉ

2019	2021	RESPOSTAS
87%	91%	Gostariam de visitar, conhecer, degustar e hospedar
07%	06%	Não gostariam
06%	03%	Não souberam responder

Amostra: 4.200

Aumento de 4% no número de pessoas que gostariam de visitar, conhecer, degustar e até se hospedar em uma fazenda de café.



CRÉDITOS

PROF. RODNEI DOMINGUES, Coordenador e Pesquisador Responsável. **Axxus Institute**.

PROF. DR. SÉRGIO PARREIRAS PEREIRA, Pesquisador. **IAC Instituto Agrônomo de Campinas**.

PROF. DR. MIGUEL JUAN BACIC, Pesquisador. **NEIT Núcleo de Economia Industrial e da Tecnologia da UNICAMP**.

Para maiores informações a respeito, entre em contato:

Apoio



INSTITUTO AXXUS

www.axxus.institute

rodnei.domingues@axxus.institute

Ou pelo Fone ou WhatsApp +55 19 97100.6590

SETEMBRO/2021

O conteúdo, desta apresentação,
total ou parcial, poderá ser divulgado, sem
necessidade de prévia autorização, desde
que mencionada a fonte.

INSTITUTO AXXUS

www.axxus.institute