

O Consumo de Produtos Biológicos em Portugal e os Produtos “Conversão” - II

Inquérito Telefónico



Miguel Sottomayor
msottomayor@porto.ucp.pt

Tópicos

- Objectivo & Metodologia
- Resultados
 - Perfil de Consumo
 - Regularidade
 - Peso no orçamento
 - Atributos percebidos
 - Atitude perante produtos em conversão
 - Razões para comprar/não comprar
 - Sensibilidade-preço
- Conclusões



Objectivos & Metodologia

- **Objectivos:** (a) crenças e atitudes relativamente a p.biológicos e p.conversão; (b) barreiras ao consumo de p.conversão; (c) sensibilidade-preço procura p.conversão
- **Metodologia de Recolha Informação**
 - Inquérito telefónico a mín. 300 entrevistados * 5 países
 - Responsável por compras familiares
 - Idades: 18-34 (31%), 35-54 (41%), 55+(28%)
 - Distrib. Geográfica (Portugal): G.Porto(11%), G.Lisboa(23%), Litoral(39%), Interior N.(14%), Interior S.(13%)
 - Escolaridade: Superior (20%), 12º Ano (18%), 9º Ano (12%), Menos (51%)
 - Classe ABC: A (8%), B (6%), C1(12%), C2 (34%), DE (39%)



Perfil de Consumo de Biológicos

- 33% consumidores biológicos (regulares ou ocasionais):
 - Até 20% das despesas alimentares – 18%
 - Entre 20 e 70% das despesas alimentares - 11%
 - > 70% das despesas alimentares – 4%
- Nos próximos 2 anos consumo biológico será



Menos ou muito menos (8%)

Igual (36%)

Um pouco mais ou muito mais (38%)

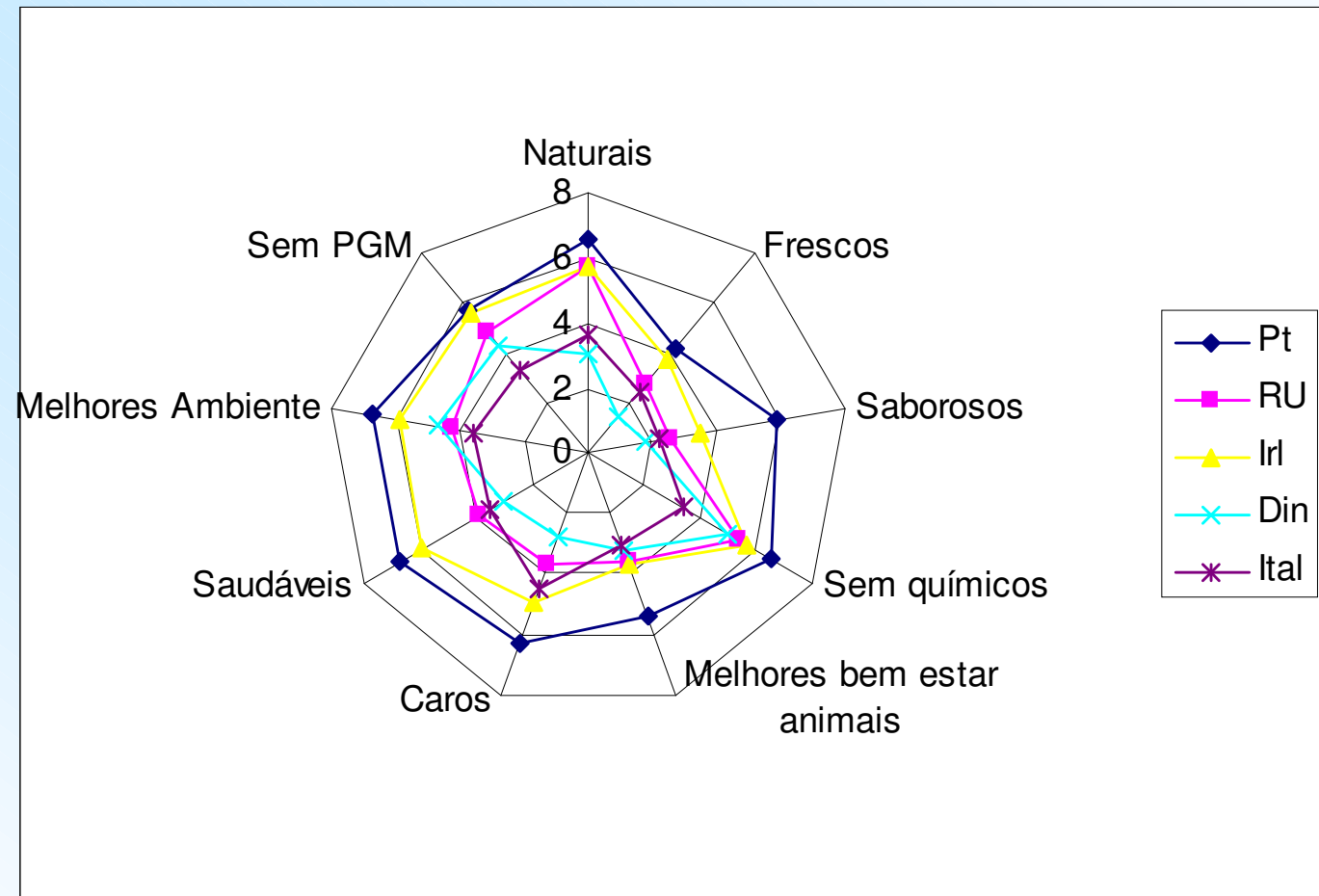
Atributos dos Produtos Biológicos

“Até que ponto acha que as seguintes características estão ou não associadas aos alimentos biológicos? (0 = não está nada associada, 10 = está fortemente associada)”

%Ns/nr

•Portugal: 6%-19%

•Outros: 0%-3.5%



Atitude com Produtos “Conversão”

- Compraria se disponíveis?
 - Sim, 36%
 - Talvez, 50%
 - Não, 14%
- (se sim ou talvez) Estaria disposto a pagar mais?
 - Sim, 75% (65%)
- (se não) Porquê?
 - 1) Nunca ouviu falar (26%)
 - 2) Não confiaria
 - 3) Caro
 - 4) Hábitos/Preferência biológicos/Produção própria
- “Conversão = Biológico”
- (escala de 10 pontos para 0 = “não penso isso de modo nenhum”; 10 = “é exactamente isso que penso”)
 - PT - 3.5
 - RU - 4.8
 - Irl - 4.4
 - Din - 3.6
 - Ital - 4.4

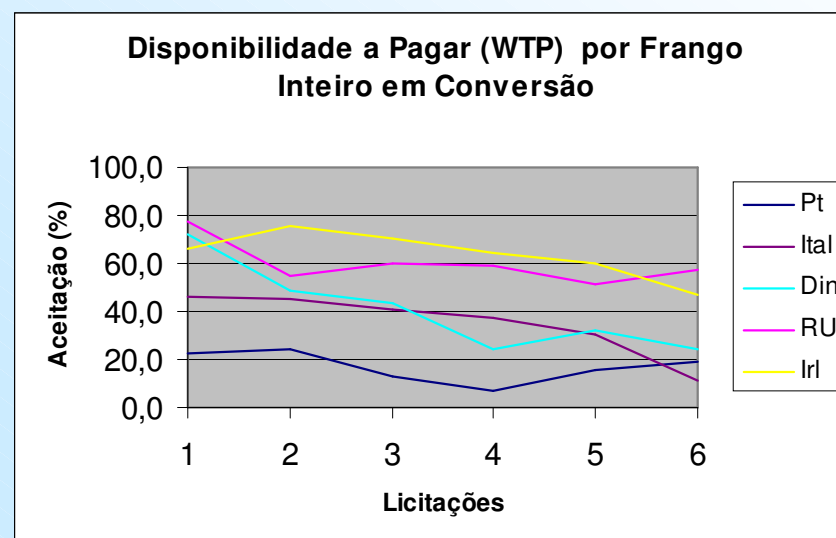
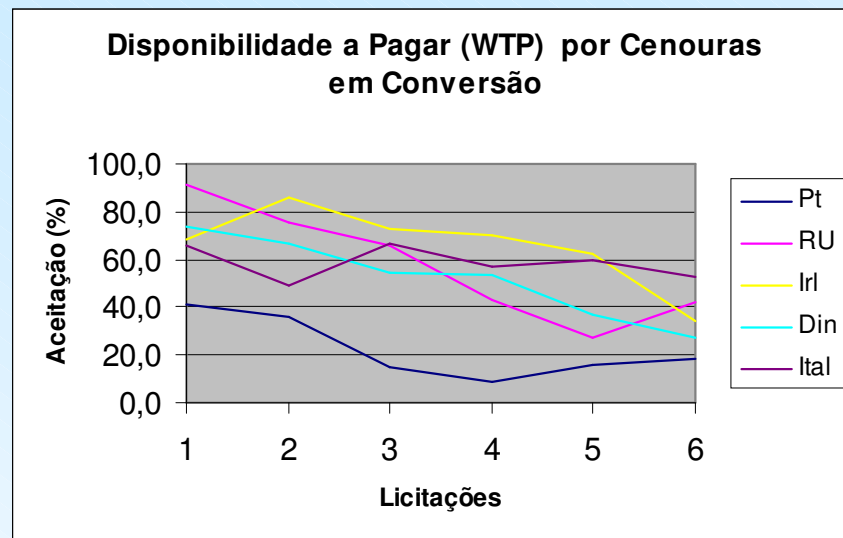


Sensibilidade - Preço I

- Categorias estudadas
 - Cenouras
 - 90% consumidores (vs. 88% média 5 países)
 - Frango
 - 61% consumidores (vs. 80% média 5 países)
- 6 níveis de preços (euros/kg):
 - Cenouras
 - (0.44), 0.50, 1.00, 1.50, 2.00, 2.50, 3.00
 - Frango
 - (2.38), 3.00, 4.00, 5.00, 6.00, 7.00, 8.00



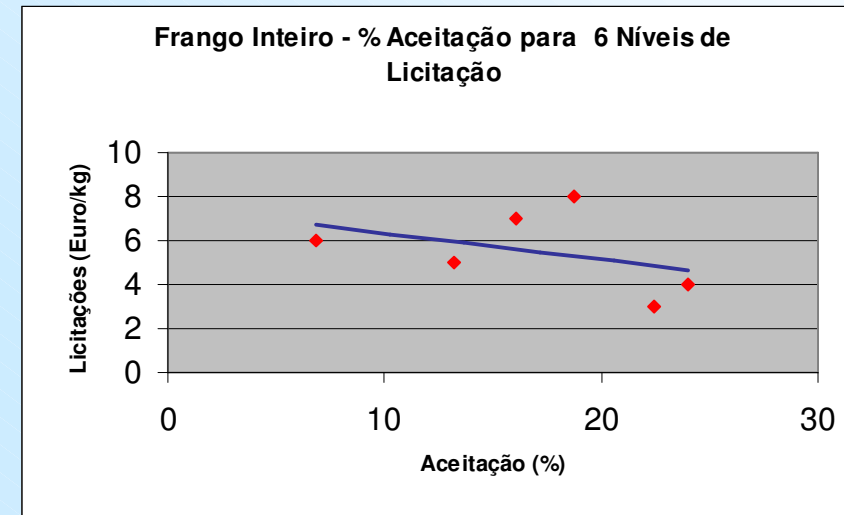
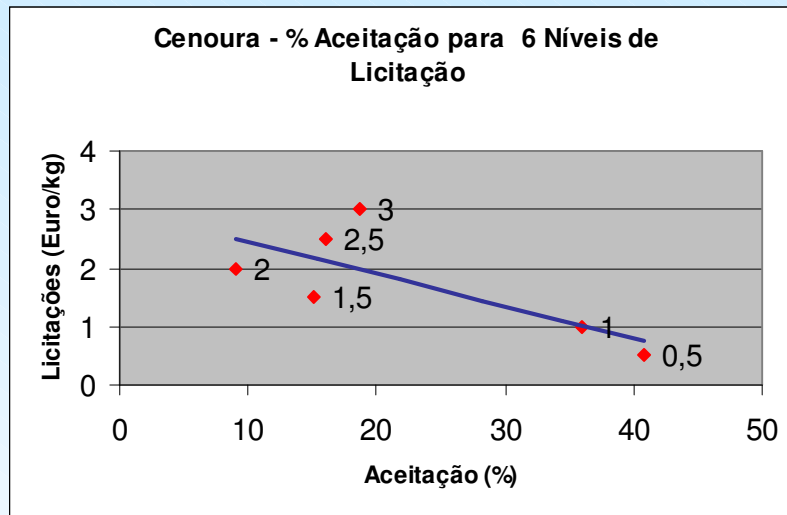
Sensibilidade – Preço II



- Disponibilidade a pagar licitação (conjunto de todas as respostas):
 - Cenouras 23% (vs. 51% média 5 países)
 - Frango 17% (vs. 43% média 5 países)



Sensibilidade – Preço III



Razões para (não) pagar mais

- Cenouras – pagar mais
 - Melhor qualidade (30% respostas)
 - Mais saudáveis (26%)
 - Pequena diferença preço (20%)
 - Experimentar (6%)
- Cenouras – não pagar mais
 - Caro (90%)
- Frango – pagar mais
 - Mais saudáveis (18% respostas)
 - Melhor qualidade (15%)
 - Pequena diferença preço (9%)
 - Experimentar (4%)
- Frango – não pagar mais
 - Caro (33%)



Conclusões (Parte I e II)

- Mercado Produtos em Conversão
 - De momento desconhecidos => custo de comunicação
- Uma vez introduzidos:
 - + Associados a p. Biológicos
 - Vistos como versão “barata”
 - + Potencialmente mais valorizados do que qualquer outro MPE
 - + Disponibilidade para comprar (36%)
 - + Disponibilidade para pagar majoração de preço (17-23%)
 - + Agravaria confusão conceptual
 - Possivelmente retiraria mercado a p. biológicos

