

Pesquisa de Redes Sociais

TEMPEROS:

Compra e consumo nas redes sociais

Os brasileiros estão cada vez mais em busca de experiências gastronômicas prazerosas durante suas refeições, impulsionando um aumento no consumo de temperos. De acordo com um estudo realizado pela consultoria Kantar, especialista em dados e análise de mercados, os brasileiros aumentaram em 11% o consumo de temperos em 2023 em relação ao ano anterior. Esse volume reflete uma média de 2,6 gramas de temperos utilizados por pessoa ao cozinhar, representando um aumento de 28% em relação a 2022. Segundo a consultoria, esse movimento é explicado pela busca do consumidor brasileiro por mais prazer nas refeições.

Panorama do setor de temperos

- O mercado brasileiro de temperos e condimentos é avaliado em US\$ 2,43 bilhões. A projeção é que esse mercado cresça anualmente 4,61% até 2028.
- A demanda global por temperos e condimentos saudáveis indica um mercado com grande potencial de crescimento, assim como o aumento da popularidade de cozinhas étnicas. Além disso, estimativas apontam a pimenta como um grande segmento do mercado global de especiarias e temperos.
- Países como o Vietnã e o Brasil estão investindo em sistematização da produção de pimenta-do-reino, buscando soluções integradas nas plantações.
- As vendas de especiarias que estimulam o sistema imunológico, como açafrão, gengibre e alho, aumentaram significativamente nos últimos anos.

Fonte: Federação das Indústrias do Espírito Santo. 2020

Panorama empresarial

Ranking de empresas ativas por Estado (2024)

1° - São Paulo		953
2° - Minas Gerais		951
3° - Bahia		507
4° - Paraná		363
5° - Goiás		327

- **5.245** é a quantidade de empresas de fabricação de temperos e condimentos no Brasil. Como comparativo, esse número era de 921 em 2020, um incrível crescimento de 469% em apenas 4 anos.
- No ranking nacional em número de empresas, Goiás ocupa a 5ª posição com 327 empresas.

Fonte: Mapa de Empresas. Gov.br. 2024

Escopo desta pesquisa

Tendo em vista o potencial de mercado de temperos no Brasil, esta pesquisa buscou identificar o que os consumidores têm falado a respeito desse tipo de produto, a partir de comentários e relatos nas redes sociais. O objetivo foi entender comportamentos de consumo e compra, bem como reclamações, elogios, opiniões e desejos por parte dos usuários. Os resultados apontam oportunidades e estratégias relevantes para o segmento.

METODOLOGIA

ETAPAS

1. Realização de pesquisa netnográfica por meio de termos de busca e ferramentas de monitoramento. Com isso, é realizada a análise de como as pessoas se expressam espontaneamente nas redes sociais.
2. Levantamento do perfil de quem fala e o que as pessoas falam sobre compra e consumo de temperos no Brasil.
3. Identificação de insights, oportunidades e estratégias.

Detalhamento do monitoramento nas redes sociais

→ Canais¹ monitorados e períodos de coleta

 **Twitter:** de 25 de dezembro de 2023 a 10 de abril de 2024.

 **Youtube:** de 16 de abril de 2022 a 10 de abril de 2024.

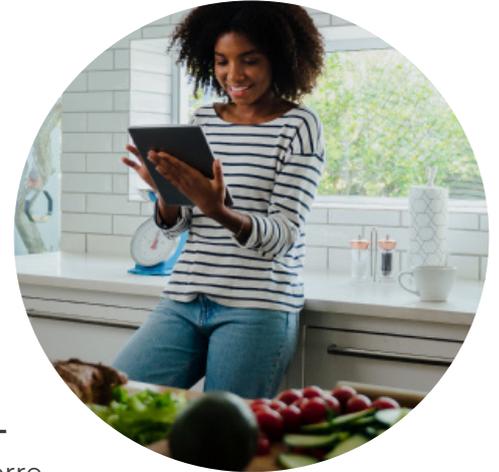
→ Total de ocorrências coletadas



1. Demais mídias sociais não foram selecionadas por apresentarem pouca coleta de postagens ou devido à coleta apresentar, majoritariamente, postagens que fugiam do escopo desta pesquisa.

Cálculo amostral

Em pesquisas qualitativas, dados homogêneos (que têm igual natureza ou são semelhantes) demandam amostras menores. Em contrapartida, dados heterogêneos (desiguais, diferentes, diversificados) exigem amostras maiores. Para estabelecer o tamanho da amostra desta pesquisa, foram utilizados dois fundamentos: **1) saturação de categorias**, que ocorre quando avaliamos que, em dado momento da análise das menções, não apareceram categorias diferentes e os novos posts coletados se encaixavam nas categorias já existentes; e **2) aparecimento de regularidades**, semelhante à saturação de categorias, ocorre quando entendemos que a amostra já era relevante, identificando regularidades nas respostas. Nesse ponto, os cenários e padrões já estabelecidos não se alteram.



De acordo com a análise inicial das publicações coletadas, observou-se que a população (total de publicações) foi mais homogênea conforme cada rede social, como apresentado a seguir.



X (Twitter):

- População: **401 ocorrências**
- Nível de confiança: **95%**
- Erro amostral: **5%**
- Tamanho da amostra necessária: pelo menos **153 ocorrências**, escolhidas aleatoriamente.



YouTube:

- População: **1.625 ocorrências**
- Nível de confiança: **95%**
- Erro amostral: **5%**
- Tamanho da amostra necessária: pelo menos **214 ocorrências**, escolhidas aleatoriamente.

Termos de coleta

Esta investigação delimitou a pesquisa com termos relacionados à compra e ao consumo de temperos.



No X (Twitter), as expressões:

- (comprei OR quero OR comprar) AND (tempero OR temperos)
- (receita OR cozinhar OR culinária) AND (tempero OR temperos)

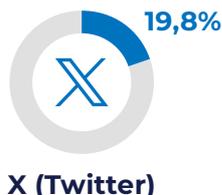


No YouTube, escolhemos vídeos que abordam a temática e que têm números relevantes em visualizações e comentários, para nos trazer conteúdo de análise suficiente. Foram coletados os comentários dos seguintes vídeos:

- [PARA FACILITAR A VIDA NA COZINHA, TEMPERO CASEIRO COMPLETO \(carnes, frango e peixe\) DICAS](#)
- [Como começar uma fábrica de temperos e tipos de embalagens](#)

RESULTADOS DA PESQUISA

PUBLICAÇÕES POR CANAL (Total coletado)



QUEM PUBLICA? (Amostra analisada)



96,7% Usuários: publicações realizadas por pessoas comuns, ou seja, usuários que se identificam como compradores e consumidores de temperos e condimentos. Eles relatam experiências, opiniões, dúvidas etc. sobre o tema.



1,6% Empreendedor: publicações realizadas por perfis que demonstram ter um negócio voltado à comercialização de temperos.



1,6% Influenciadores/blog: são publicações positivas ou negativas realizadas por perfis de influenciadores, indicam marcas e oferecem recomendações de uso de produtos.

SENTIMENTO DAS PUBLICAÇÕES (Amostra analisada)

■ Neutro ■ Positivo ■ Negativo



Publicações neutras: não trazem uma valoração positiva ou negativa. De modo geral, tratam sobre relatos de experiências de consumidores (usuários) e preferências gerais, bem como sobre a divulgação de receitas e dicas por influenciadores da gastronomia.



Publicações positivas: trazem relatos de experiências positivas a respeito da compra ou do consumo de temperos e seus tipos. São comentários que realçam a qualidade e preferências específicas dos usuários.



Publicações negativas: relatos de experiências negativas em relação à compra ou ao consumo de temperos.

Tipo de tempero	Experiência do usuário
Natural	<p><i>“Quando eu quero dou aula no feijão, joguei carne seca mais uns temperos até o cheiro é maravilhosoooo”</i></p> <p><i>“comprar tempero, mudou o sabor da minha comida de 0 a 55 “</i></p>
Industrializado	<p><i>“Pior que não amigo eu amo meus temperos naturais e sei cozinhar pra burro porém me ocorre uma vez ou outra tacar um sazon dentro”</i></p> <p><i>Exatamente, pra usar tempero pronto eu n procuro receita kkkkk</i></p>

O que os usuários comentam

Compartilhamento de receitas e dicas culinárias

Muitos usuários compartilham receitas detalhadas, incluindo instruções passo a passo sobre como preparar determinados pratos e quais temperos utilizar. Entre os ingredientes frequentemente mencionados estão o alho, cebola, salsa, sal, azeite, pimenta-do-reino, louro, manjericão, alecrim e orégano. Em relação aos pratos, os mais citados foram: arroz, feijão, sopa, saladas, carne e frangos.



- *[...] so que de tempero só uso sal, pimenta do reino e cheiro verde*
- *“Peito de frango na panela de pressão, pra depois desfiar. Sempre guardo o caldo do frango, uso o peito com osso e não uso *****, o frango e os temperos naturais já tem bastante sabor, recomendo colocar páprica defumada ao invés de colorau. [...]*

Preferência pela utilização de temperos naturais e caseiros

Muitos usuários destacam o uso de temperos naturais (derivados de plantas, especiarias e ervas naturais, por exemplo) e outros ingredientes frescos em vez de temperos industrializados. Isso reflete tanto a busca dos consumidores por uma alimentação mais saudável quanto pela preferência por sabores autênticos. Neste sentido, prezam pela qualidade dos ingredientes e uma boa experiência gastronômica.



- *Não uso de jeito nenhum! Gosto de sal e alho! Esses temperos além dos médicos dizerem que é um veneno pra saúde, como tenho refluxo, fico detonada!*



- *Ana acabei de fazer junto com você meus temperos, fiz um com pimenta e outro sem, nossa ficou muito bom, muito obrigada querida, com certeza vai me facilitar muito a vida e sem contar, saudável e gostoso! Muito obrigada! Deus abençõe! ❤️*

Crescente conscientização sobre os benefícios para a saúde

Muitos temperos e especiarias são conhecidas por suas propriedades antioxidantes, potenciais efeitos antimicrobianos e outras qualidades promotoras de saúde. À medida que os consumidores se tornam mais preocupados com a saúde, eles procuram especiarias e temperos que não apenas melhoram o sabor, mas também oferecem potenciais benefícios de bem-estar.

Neste sentido, empreendedores podem aproveitar essa oportunidade para expandir suas ofertas de combinação de temperos (ou composição aromática) naturais e orgânicas, mostrando transparência nas práticas de fornecimento e produção e obtendo certificações relevantes para atender aos consumidores preocupados com a saúde.

Organização na cozinha

A aquisição de recipientes para guardar os temperos também foi um dos assuntos mencionados por muitos usuários, seja como forma de proporcionar mais praticidade na hora de cozinhar, seja por estética e decoração do ambiente.



- *Mas eu qro mto vários potes de tempero na parede, um paraíso pra quem gosta de cozinhar*
- *comprei vários potinhos de tempero e sinto q a partir de agr tenho total controle sobre minha vida*

Explorar combinações de sabores e ingredientes

Muitas postagens tratam da criatividade na elaboração dos pratos e da exploração de novas técnicas culinárias. Assim, promove-se uma abordagem mais livre e personalizada à culinária, estimulando a expressão individual na cozinha.



- *E com o tempo vc vai aprendendo o ponto das coisas, os temperos que mais te agradam ou que combinam. No início é mais instrumental, mas depois vai seguindo diferente. Amo cozinhar, amo sentir o gosto e o cheiro das comidas.*

Atrelado a isso, há também muitos usuários abertos a experimentar novos sabores e cozinhas. Dessa forma, o desejo por experiências de sabor e a busca por cozinhas internacionais e étnicas aumentam a demanda por uma ampla gama de especiarias e temperos.



- *Atenção, cozinheiros da timeline! Uma amiga vai pra China e eu pedi pra ela trazer temperos pra eu cozinhar! Vocês conhecem algum que seja bem gostoso? Eu me dou mto bem com pimenta e sabores diferentes dos nossos, então podem falar tudo mesmo!*
- *Acho que a panela de pressão elétrica nunca me fez cozinhar tanto seguidamente kkkkk. Bom que aprendo mais japonês e sobre temperos japoneses! \ (^o^) /*

Sabores a observar

A multinacional de ingredientes Kerry aponta uma **tendência entre os consumidores** de criarem algo novo e moderno, associando herança, tradição e autenticidade. Nesse sentido, a tendência é o uso de variedades de pimenta (jalapeno, chipotle, piri-piri), cítricos, coentros, molho de soja, kimchi, variedades de queijo (parmesão, cheddar, feta), misturas de ervas e especiarias (togarashi, za'atar, cajun), curry, miso, teriyaki, gochujang, coco, mel e tomate.



O que os empreendedores publicam

A rede social com a maior presença de empreendedores identificados nesta pesquisa foi o YouTube, quando comparado ao X (Twitter). Especificamente, nessa rede, os assuntos compartilhados por empreendedores ou entusiastas ao empreendedorismo incluem:

- Anúncios de negócios de temperos e tipos de ingredientes comercializados.
- Compartilhamento de formas de plantio, por exemplo, plantar tempero orgânico feito em casa, sem agrotóxicos.
- Orientação sobre fornecedores/atacadistas.
- Orientação sobre tipos de embalagens para temperos.
- Orientação sobre equipamentos e utensílios para a fabricação de temperos.
- Receitas de temperos.
- Dicas de comercialização.
- Dicas para substituição de ingredientes para atender às necessidades de diferentes públicos.
- Compartilhamento de receitas exclusivas de temperos e misturas.

TENDÊNCIAS DE SABORES

As principais influências que estão por vir

O estudo [Taste Charts 2024](#) oferece uma perspectiva sobre os ingredientes que estão emergindo como tendências, destacando seus sabores, nuances e aromas. Com esse estudo, os empreendedores podem criar produtos inovadores e atrativos, capturando a atenção dos consumidores e estabelecendo uma posição competitiva no setor de temperos. Confira:

Os sabores com maior crescimento nos últimos 3 anos*		Sabores com maior crescimento em 2023*	
<ul style="list-style-type: none"> • Cogumelos/Trufa • Queijo Brie • Goiaba • Quatro queijos • Linguiça • Queijo Ricota • Amêndoa • Ervas de Provence • Pimenta Calabresa • Molho Barbecue 	<ul style="list-style-type: none"> • Laranja • Oriental • Damasco • Pimenta Jalapeño • Páprica Picante • Pesto tomate seco • Queijo cremoso • Presunto • Queijo Emmental 	<ul style="list-style-type: none"> • Cerveja • Manteiga • Pimenta de cheiro • Molho Carbonara • Queijo Minas • Cebola Caramelizada • Pickles • Queijo Cheddar • Pepperoni • Açafrão 	<ul style="list-style-type: none"> • Sweet Chili • Sálvia • Pimenta Malagueta • Alho poró • Queijo Provolone • Chipotle • Mel • Queijo Gorgonzola • White Cheddar • Coentro

Ingredientes multissensoriais		Especiarias	
<ul style="list-style-type: none"> • Uva passa • Chips de chocolate • Sal do Himalaia • Pimenta preta • Cravo • Pétalas de rosas 	<ul style="list-style-type: none"> • Tapioca • Tomilho • Aipo • Nougat • Coentro 	<ul style="list-style-type: none"> • Canela • Cúrcuma • Cebola roxa • Urucum • Noz 	<ul style="list-style-type: none"> • Moscada • Páprica • Salsinha • Coentro • Curry

*Categoria *savoury* que compreende panificação salgada, aperitivos, sopas, molhos, pratos prontos e entradas.

OPORTUNIDADES E INSIGHTS

Seja para iniciar um novo empreendimento, seja para buscar diversificação em um negócio já estabelecido, há uma variedade de produtos e serviços que empreendedores do setor de temperos podem desenvolver para atender às preferências e demandas desse mercado:

- **Tempero artesanal:** criar misturas de temperos usando ingredientes de alta qualidade, obtidos de forma ética e sustentável, para desenvolver as próprias receitas. É importante que a origem dos ingredientes tenha certificado de garantia do alimento.
- **Temperos personalizados:** outra ideia é oferecer serviços de mistura de temperos personalizados, permitindo que os clientes criem suas próprias misturas com base nas preferências de sabor. Isso pode ser feito por meio de plataformas on-line ou em lojas físicas.
- **Utensílios de cozinha:** criar ou adquirir utensílios de cozinha e ferramentas projetadas especificamente para lidar e usar especiarias, como moedores, recipientes de armazenamento e suportes para especiarias.
- **Oficinas e workshops:** o objetivo é o empreendedor promover oficinas, aulas de culinária ou cursos visando educar os clientes sobre o uso adequado de temperos e especiarias, seus benefícios para a saúde e técnicas culinárias. Essa iniciativa pode ser realizada on-line ou no próprio estabelecimento/loja de temperos.
- **Parcerias:** uma estratégia adicional é estabelecer parcerias com escolas de culinária locais e institutos de gastronomia que se alinhem com o público-alvo do negócio, levando uma proposta para colaborar em eventos ou aulas onde os produtos serão apresentados. Nesse caso, fornecer amostras ou ingredientes para as aulas pode ser uma excelente maneira de destacar as qualidades únicas dos produtos.

Caso de Sucesso

Temperos naturais – Campinas, SP

Devido à dificuldade de encontrar temperos naturais para acompanhar os pratos feitos em casa, Patrícia Paes e Vinicius Collina criaram a **Pitada Natural** em 2014. O casal investiu aproximadamente R\$ 20 mil e realizou os primeiros testes de receitas em casa naquele ano. Hoje, o negócio atende 200 pedidos por dia e possui catálogo de mais de 50 produtos. Confira o caso completo.



Fontes

Fontes: Sauces & Spices - Brazil. Statista. 2024. Um Mundo de Sabores do Futuro. Kerry. 2024. 10+ Best & Profitable Spice Business Ideas. Newfoundr. 2023.

PESQUISA DE REDES SOCIAIS /// AGRICULTURA /// 10 A 22 DE ABRIL DE 2024

Especialista Sebrae Agro

Vitor Hugo Evangelista Duarte - Sebrae GO

Analista de inteligência

Daniela Oliveira

Coordenação

Douglas Paranahyba de Abreu - Sebrae GO
Victor Rodrigues Ferreira - Sebrae NA

Consultor Polo Sebrae Agro

Jaqueline Pinheiro da Silva