

Consumo de produtos orgânicos no Brasil

Primeira pesquisa nacional sobre o consumo de orgânicos

Uma parceria:



Índice

Metodologia	03
O tamanho do mercado de orgânicos no Brasil	06
Selo Produto Orgânico Brasil: a importância da certificação	21
As marcas de referência no mercado	36
A população que não consome orgânicos	45
Conclusões.....	53



Metodologia

Metodologia



905
entrevistas

4 Regiões

9 Cidades



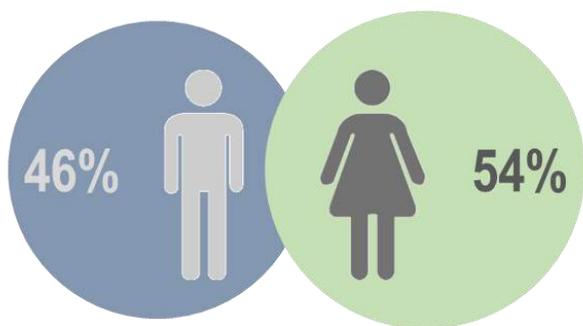
Margem de erro: +/- 3,3% com 95% de confiança.
Entrevistas realizadas entre 20/mar e 19/abr.

Público

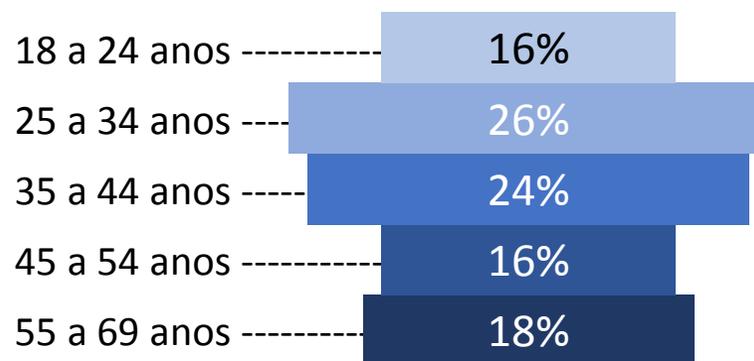
População geral:

Amostra característica da população residente em cada cidade

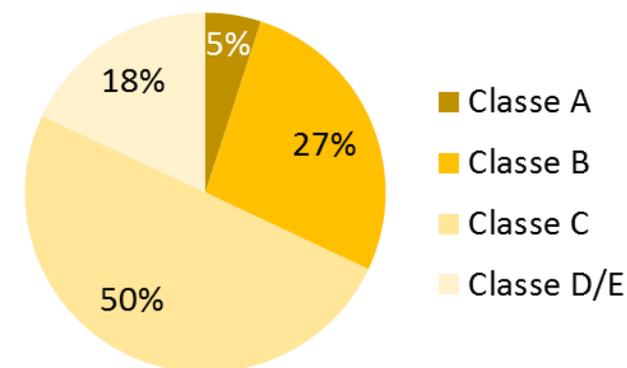
Sexo



Idade



Classe social

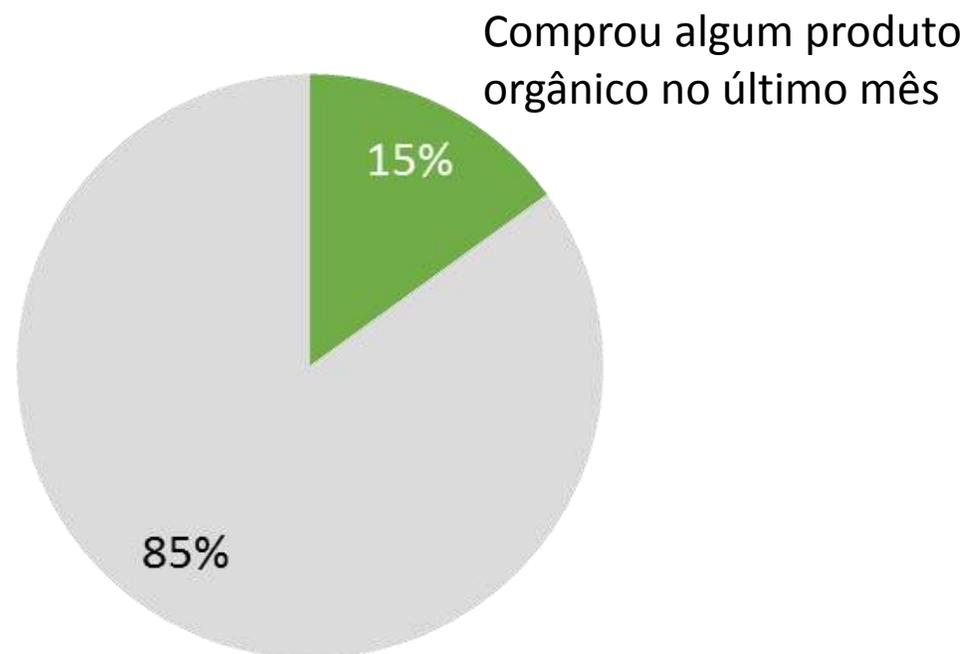




O tamanho do mercado de orgânicos no Brasil

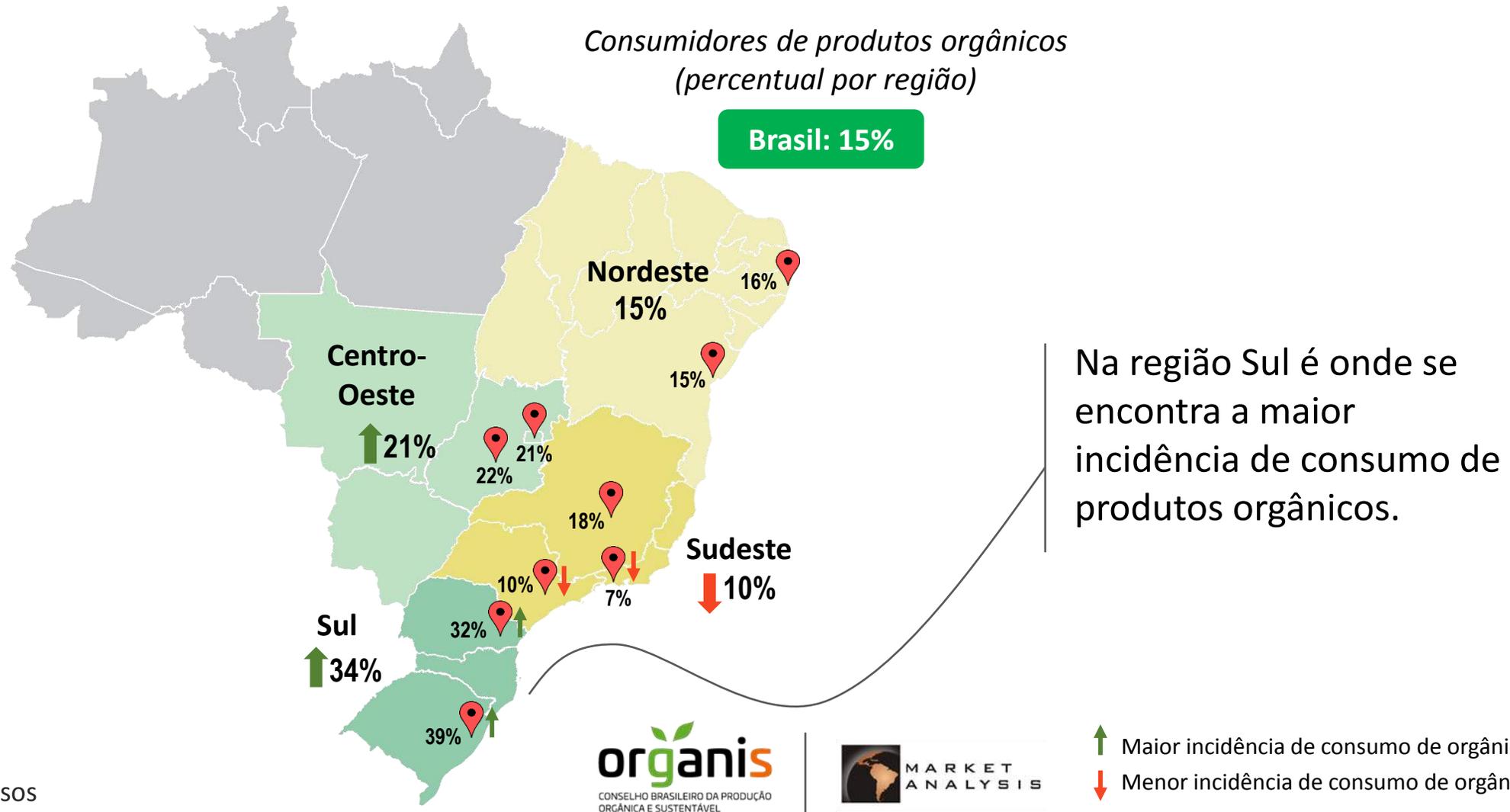
Consumo de produtos orgânicos

15% da população urbana consumiu algum alimento ou bebida orgânico no último mês.



O1: 905 casos

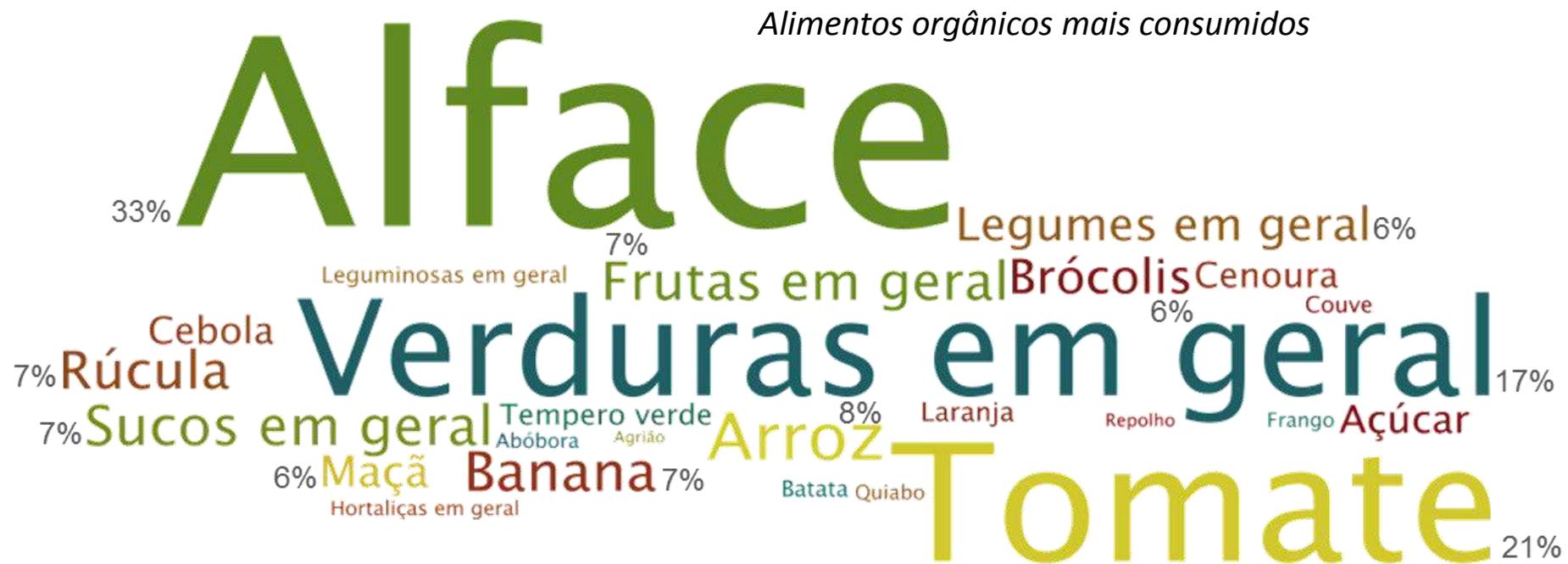
Consumo de produtos orgânicos



Quais são os produtos mais consumidos?

Alface é o alimento mais consumido (1 em cada 3 consumidores), seguido pelo tomate (1 em cada 5) e verduras no geral.

Arroz, rúcula, banana, frutas e sucos, assim como maçã, brócolis e legumes têm participação importante na cesta dos consumidores.



Percentuais menores que 5% foram omitidos.

Quais são os produtos mais consumidos?



Verduras
63%

6 em cada 10 consumidores consomem verduras orgânicas.

Legumes e frutas são escolhas orgânicas para pelo menos 1 em cada 4.



Legumes
25%



Frutas
25%

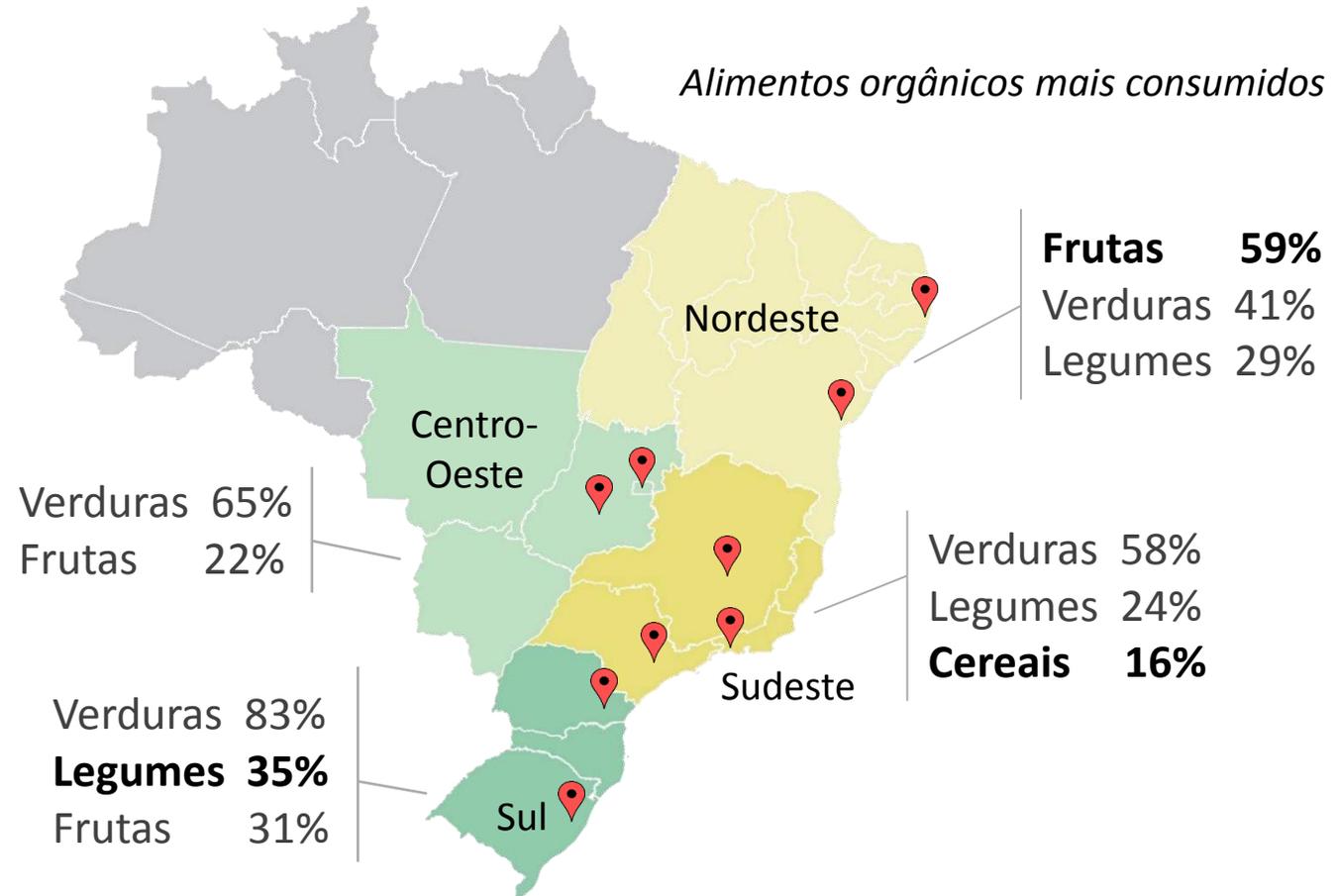


Cereais
12%

Quais são os produtos mais consumidos?

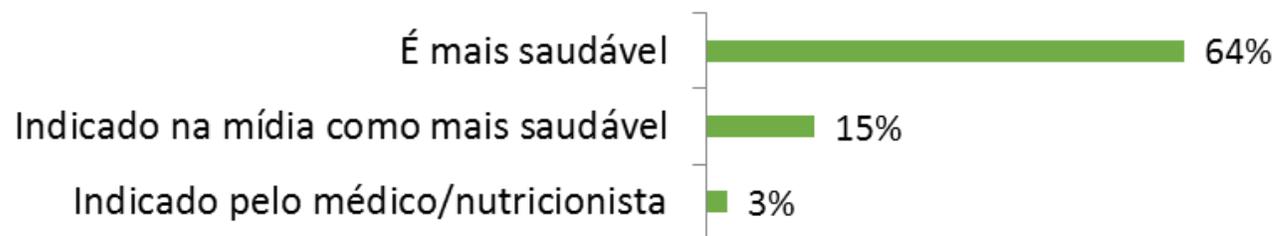
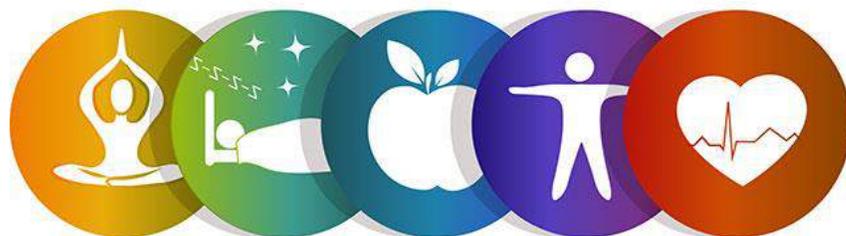
Destaque para:

- Legumes no Sul;
- Frutas no Nordeste;
- Cereais no Sudeste.



Por que consumir orgânicos?

Saúde



Questões relacionadas à saúde compõem a principal motivação para o consumo de orgânicos.

A associação entre alimentos orgânicos e saúde é citada por 6 em cada 10.

Indicações de consumo de orgânicos da mídia e de profissionais da saúde também se destacam.

Por que consumir orgânicos?

Os benefícios do cultivo de orgânicos para o meio ambiente também são reconhecidos e citados como motivadores pela escolha por uma parcela importante.

Algumas características dos produtos orgânicos são mencionadas como diferenciais, como o sabor dos alimentos. A curiosidade por conhecer melhor o movimento de consumo orgânico também se destaca como motivador de compra.



**Proteção
ambiental
18%**



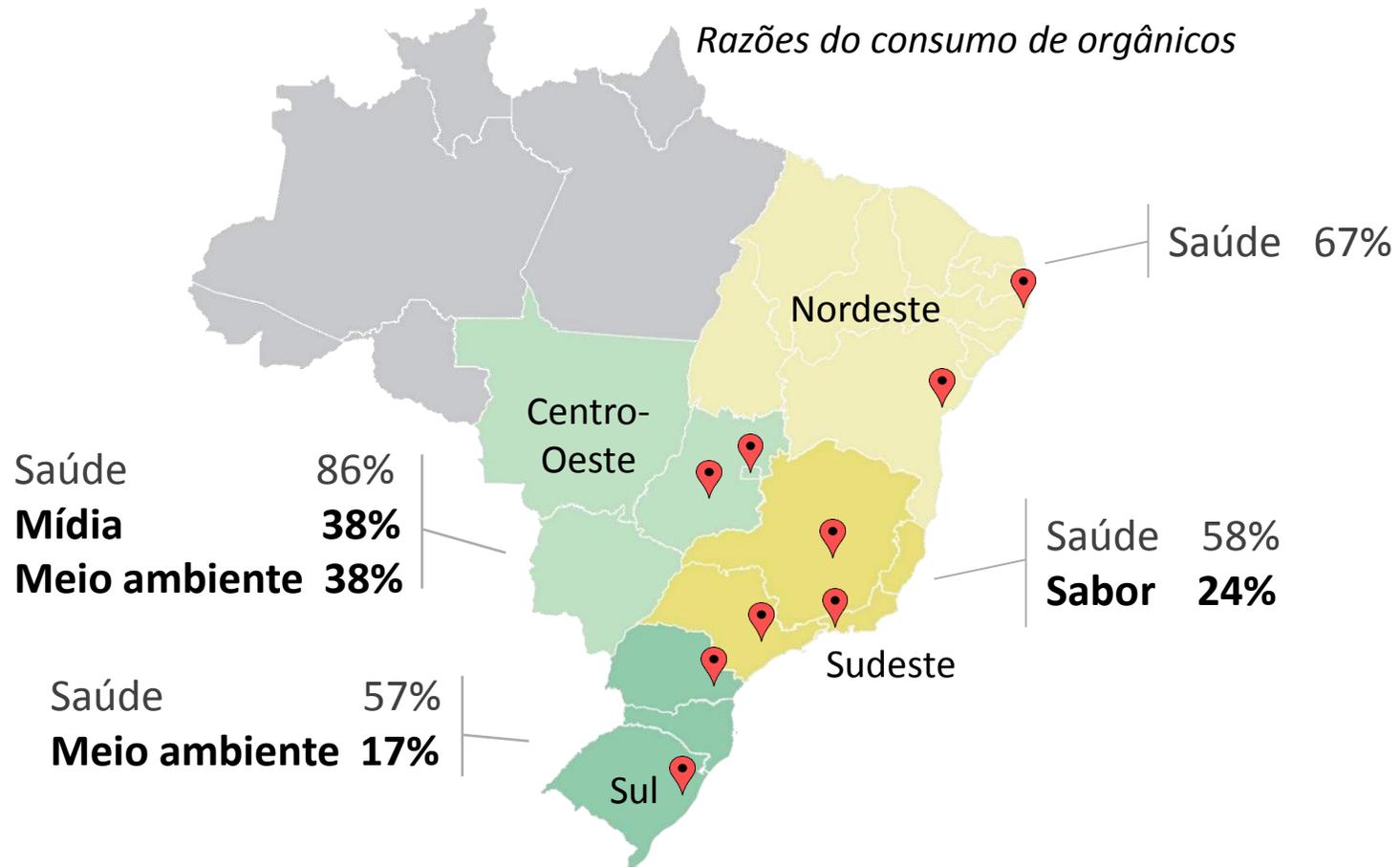
**Características
dos produtos**

- ✓ Mais saboroso 15%
- ✓ Livre de agrotóxicos 6%
- ✓ Mais natural e fresco 3%
- ✓ Maior durabilidade 1%



**Curiosidade
9%**

Por que consumir orgânicos?



A busca pela saúde é o principal motivador da escolha de orgânicos em todas as regiões.

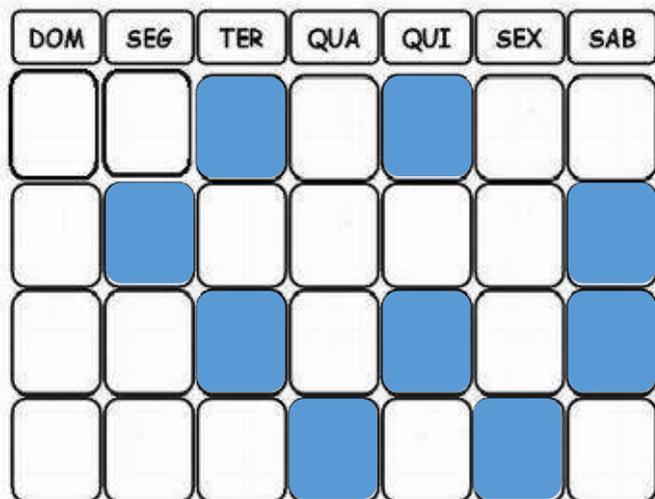
A opção por um melhor sabor dos alimentos é mais forte no Sudeste.

Informações divulgadas na mídia apresentam maior influência no Centro-Oeste.

A questão ambiental é destaque no Centro-Oeste e no Sul.

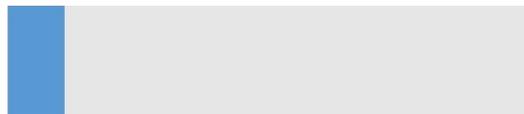
Frequência de consumo

Frequência de compra de orgânicos

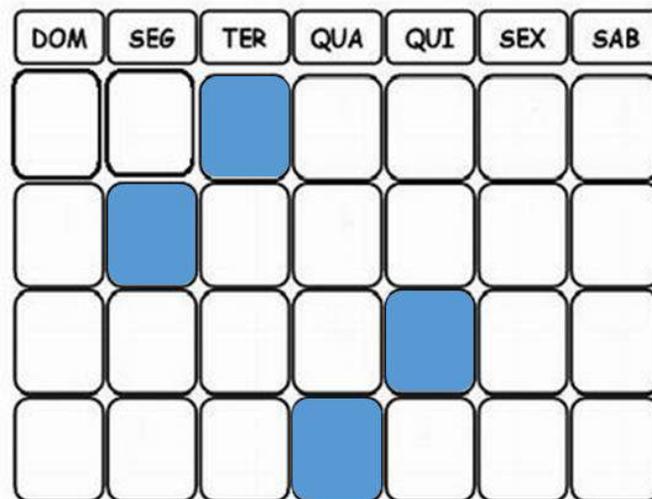


Mais de uma vez por semana:

11%



Frequência de compra de orgânicos

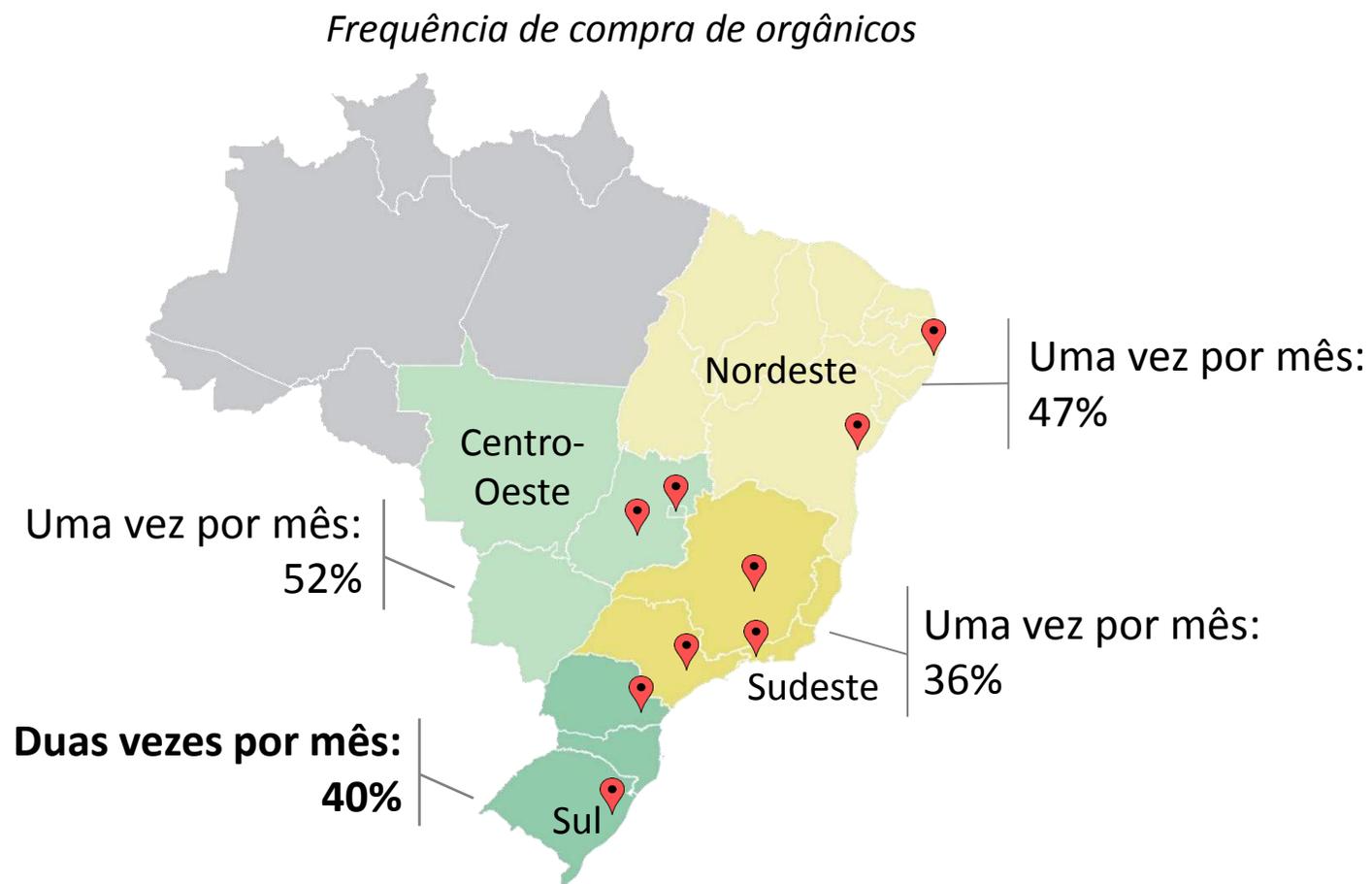


Uma vez por semana:

18%



Frequência de consumo



A maior incidência de consumo de orgânicos é uma vez por mês.

Exceção é a região Sul, em que o maior grupo consome orgânicos a cada duas semanas.

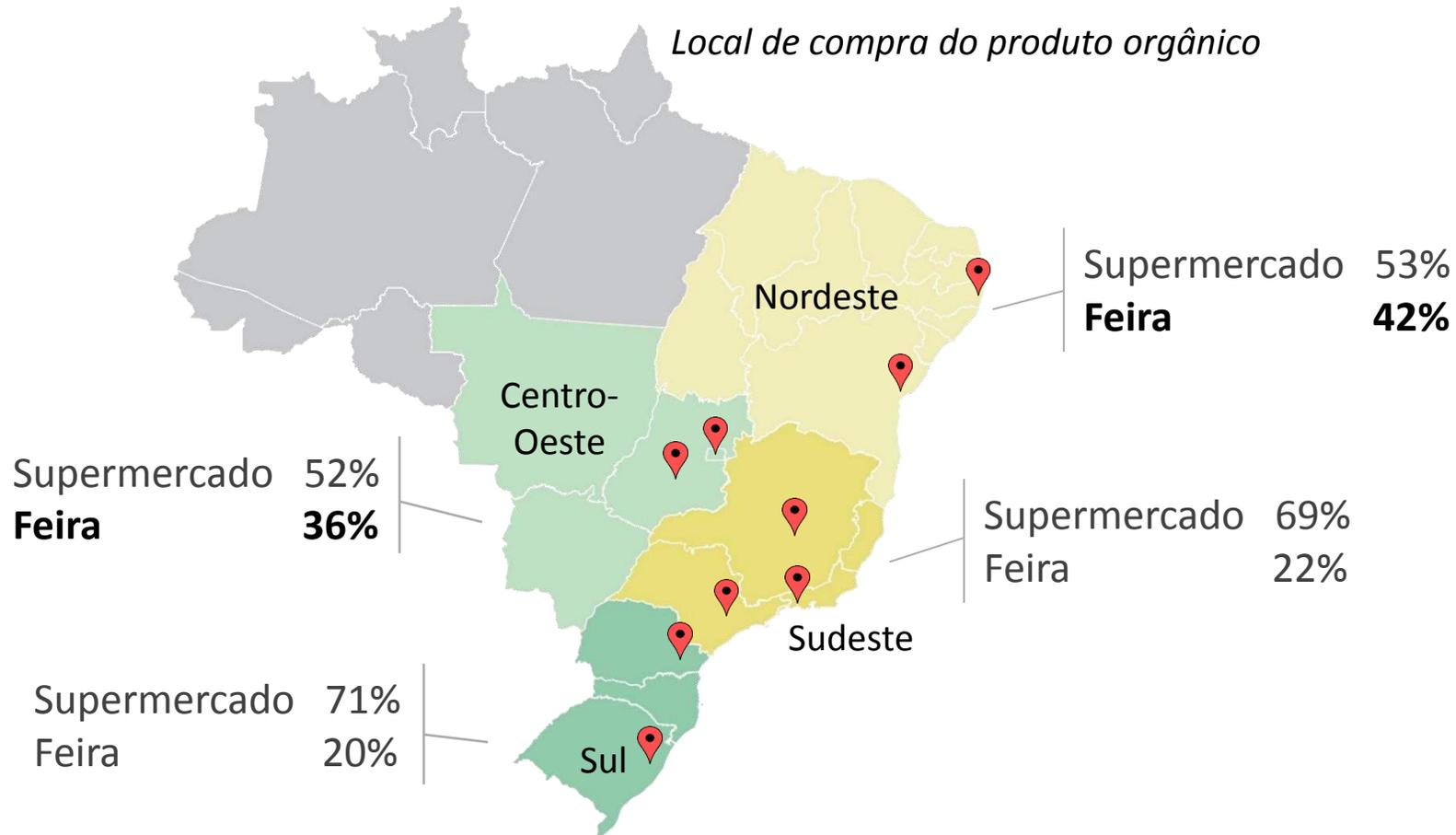
Onde os orgânicos são comprados?

O varejo convencional é o principal canal, embora exista potencial em outros âmbitos alternativos como feiras, lojas especializadas e direto do produtor. Clubes de compras ainda são uma promessa.

Local de compra do produto orgânico



Onde os orgânicos são comprados?



As feiras atingem maior presença na comercialização de orgânicos no Nordeste e no Centro-Oeste.

Destques demográficos

- A população de classe baixa e de baixa escolaridade é a que menos tende a consumir orgânicos (9% dos que pertencem à classe baixa e 8% dos que possuem ensino fundamental incompleto vs. 15% no total).
- Os homens e a população mais madura (55 anos ou mais) tendem a justificar a escolha pelos orgânicos mais fortemente com base na melhoria da saúde (70% para ambos os grupos vs. 64% no total).



Selo Produto Orgânico Brasil: a importância da certificação

Fontes de validação do produto orgânico

Em grande maioria, os consumidores de produtos orgânicos ficam sabendo que os produtos são orgânicos no momento da compra, seja por informações no rótulo do produto ou por informações disponíveis no local de compra.

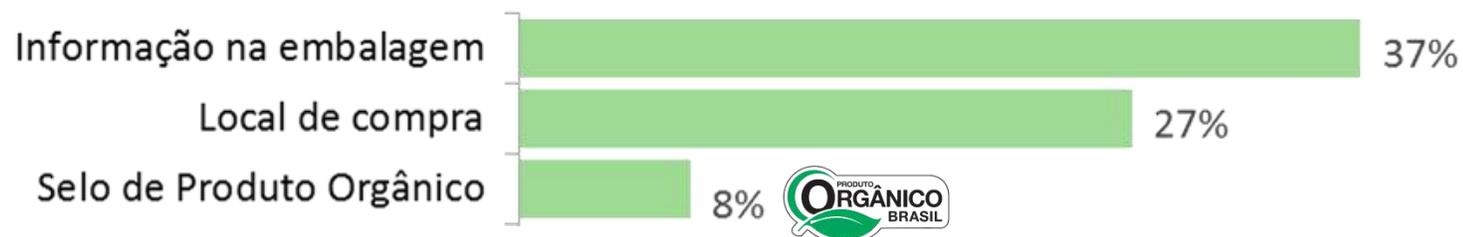
Como ficou sabendo que o produto era orgânico?



Fontes de validação do produto orgânico

A parcela que informa que reconhece um produto orgânico através do selo Produto Orgânico Brasil é bastante restrita, indicando a presença mais frequente de informações mais genéricas nas embalagens dos produtos ou baixa lembrança do selo.

Como ficou sabendo que o produto era orgânico?

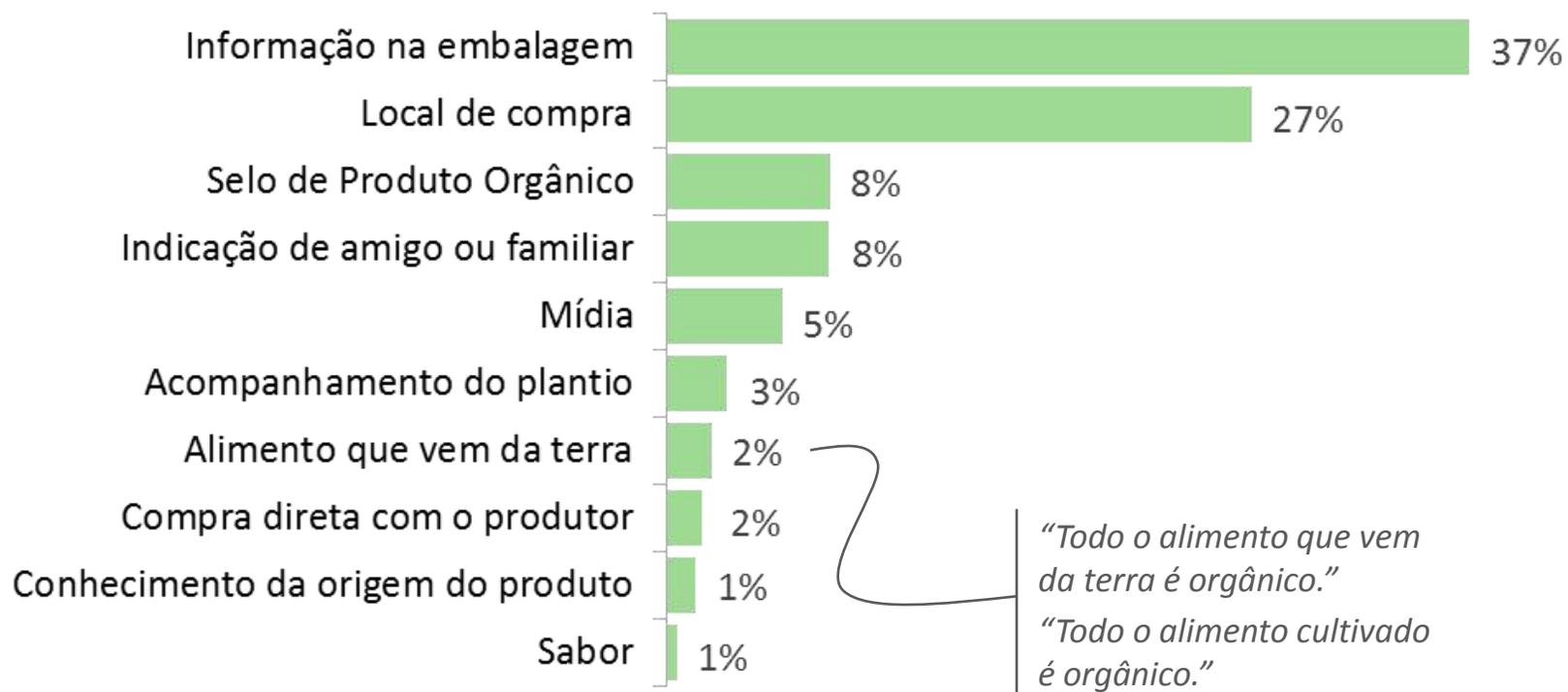


Fontes de validação do produto orgânico

O boca-a-boca impacta tantos consumidores quanto o selo de produto orgânico.

Informações da mídia também moldam as impressões dos compradores seguidos por experiências diretas.

Como ficou sabendo que o produto era orgânico?

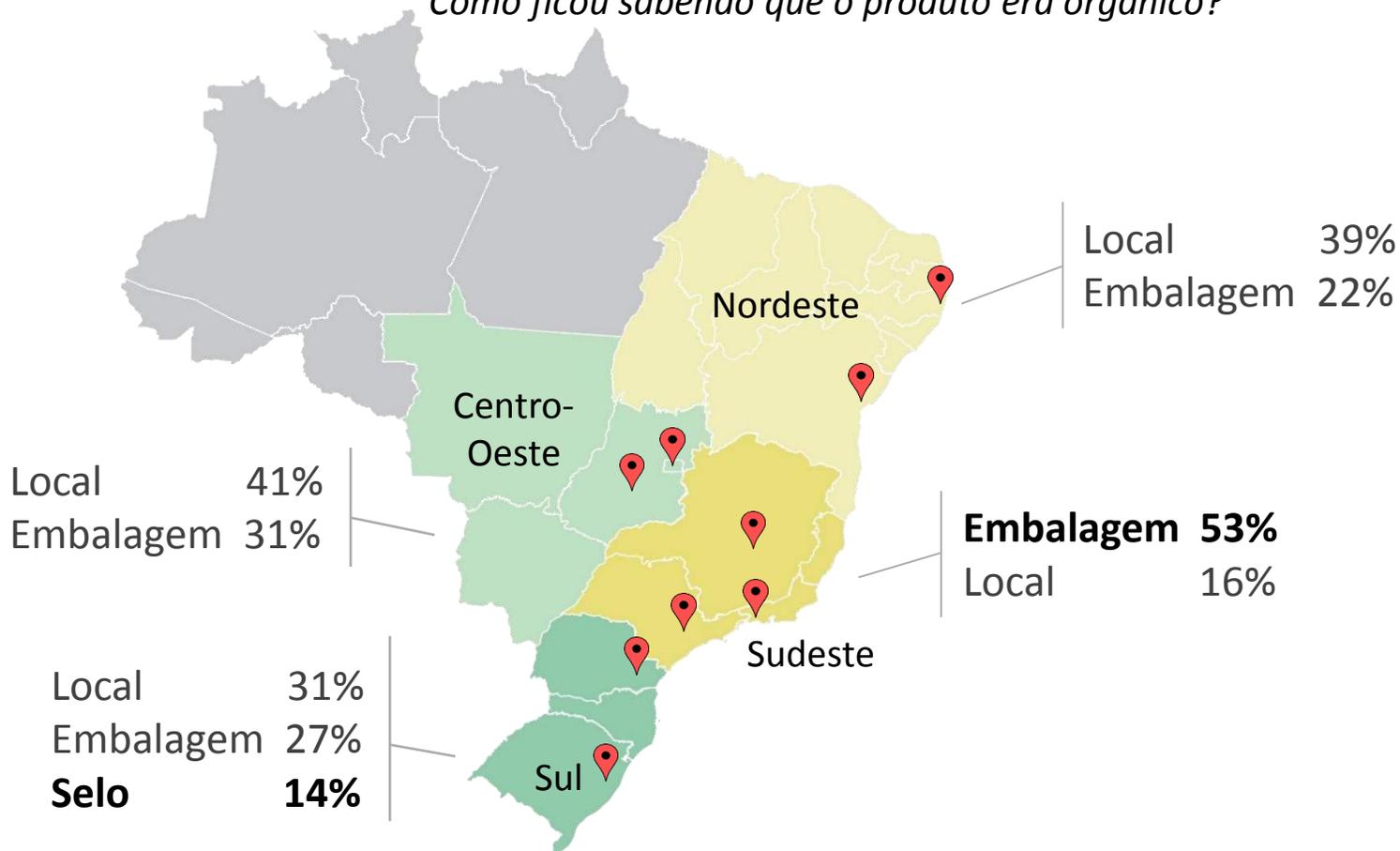


Fontes de validação do produto orgânico

Como ficou sabendo que o produto era orgânico?

Informações na embalagem dos produtos são mais consideradas no Sudeste para identificar produtos orgânicos.

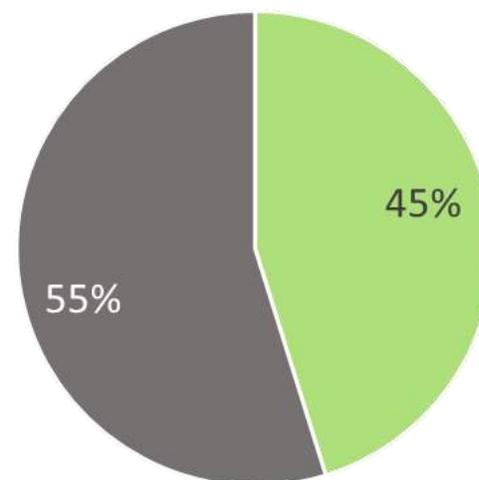
Já no Sul, se destaca-se o selo Produto Orgânico Brasil.



Percepção do selo Produto Orgânico Brasil

Pouco menos de metade dos consumidores de orgânicos lembra de ter visto o selo Produto Orgânico Brasil na embalagem dos produtos comprados.

Lembra de ter visto a seguinte imagem nos produtos que comprou?



■ Sim

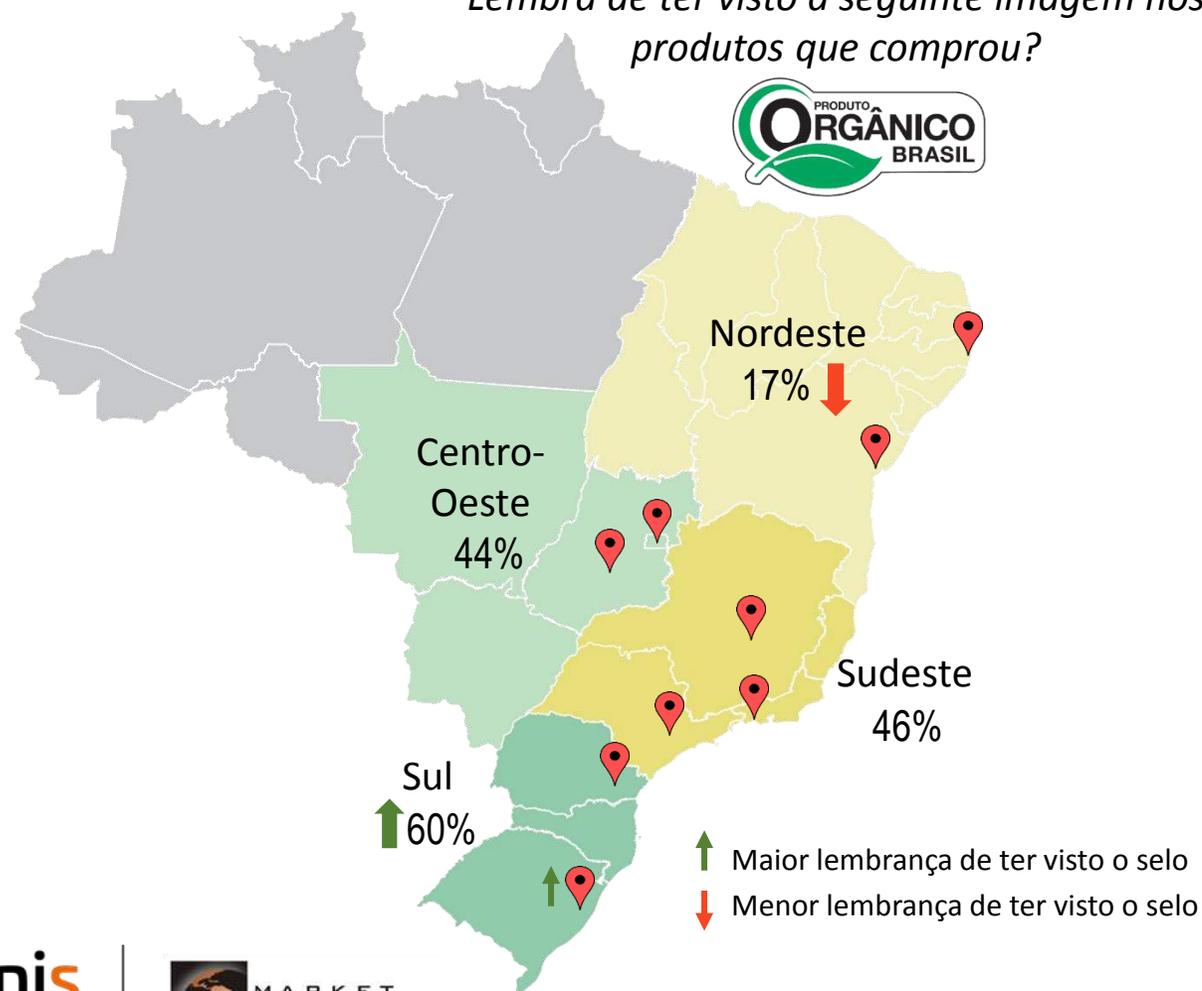
■ Não

Percepção do selo Produto Orgânico Brasil

A região Sul se destaca como a região onde mais se identifica a presença do selo Produto Orgânico Brasil nos produtos comprados.

Por outro lado, na região Nordeste o selo é menos percebido pelos consumidores.

Lembra de ter visto a seguinte imagem nos produtos que comprou?



Confiança no selo Produto Orgânico Brasil

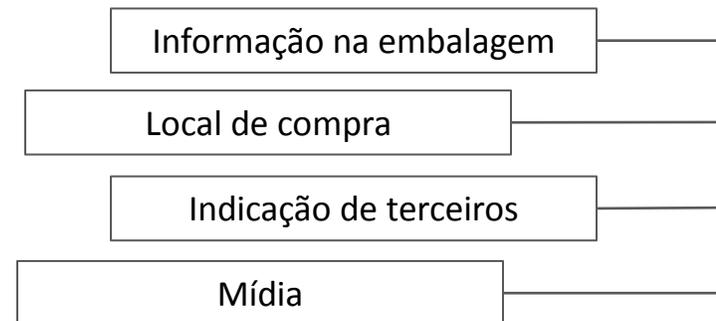
O selo obtém grande confiança dentre os consumidores de orgânicos: 86% declaram que o selo é mais confiável que outras fontes de informação sobre produtos orgânicos.

*Comparado à outras formas de se ficar sabendo que um produto é orgânico, o selo **Produto Orgânico Brasil** é uma forma mais confiável?*

Outras formas citadas:

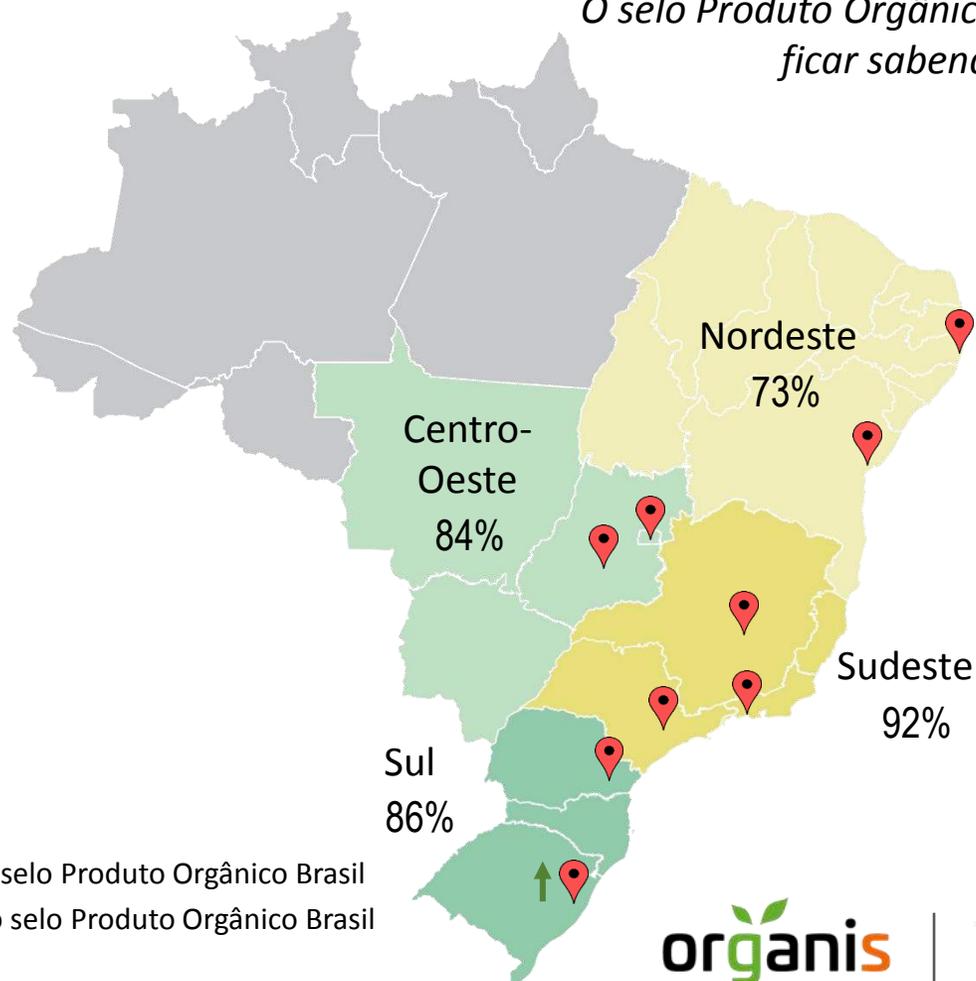


- Muito mais confiável
- Um pouco mais confiável
- Um pouco menos confiável
- Muito menos confiável
- NS/NR



Confiança no selo Produto Orgânico Brasil

O selo Produto Orgânico Brasil é uma forma mais confiável de se ficar sabendo que um produto é orgânico



Não há diferenças expressivas entre as diferentes regiões do Brasil.

- ↑ Maior confiança no selo Produto Orgânico Brasil
- ↓ Menor confiança no selo Produto Orgânico Brasil

O9: 115 casos

Percepção do selo Produto Orgânico Brasil

Consumidores que fazem compras no supermercado tendem a obter maiores informações sobre os orgânicos na embalagem dos produtos. São o público que mais percebe a presença do selo e que maior confiança atribui ao selo como meio de informação.



53%

Ficou sabendo que era orgânico pela embalagem

55%

Viu o selo de produto orgânico

61%

Considera o selo muito confiável



59%

Ficou sabendo que era orgânico no local de compra

22%

Viu o selo de produto orgânico

36%

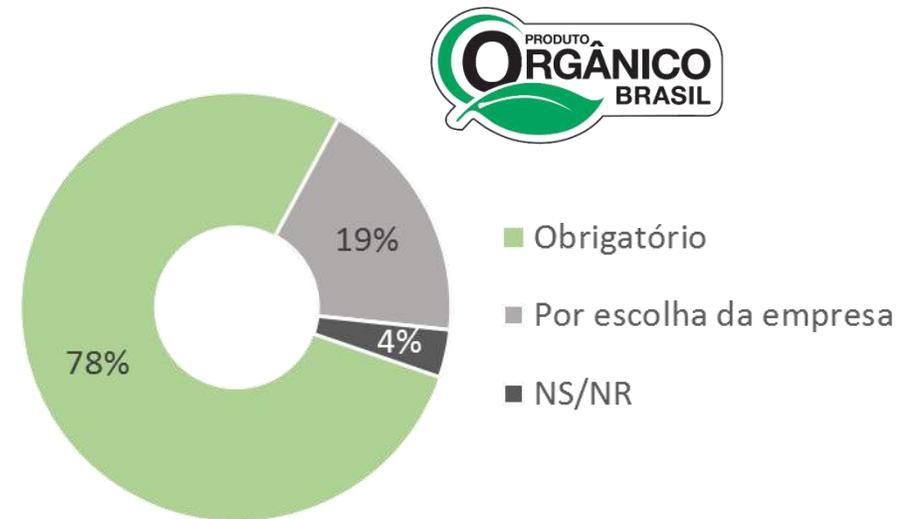
Considera o selo muito confiável



Produto Orgânico Brasil: obrigatório ou voluntário?

Em maioria, os consumidores acreditam que o selo Produto Orgânico Brasil é de uso obrigatório.

As empresas que usam esse selo fazem isso porque é obrigatório ou por escolha voluntária da própria empresa?



O10: 136 casos

Produto Orgânico Brasil: obrigatório ou voluntário?



Em todas as regiões o uso do selo é percebido como obrigatório pela maioria dos consumidores. Não há diferenças expressivas.

- ↑ Maior crença na obrigatoriedade de uso do selo
- ↓ Menor crença na obrigatoriedade de uso do selo

O10: 136 casos

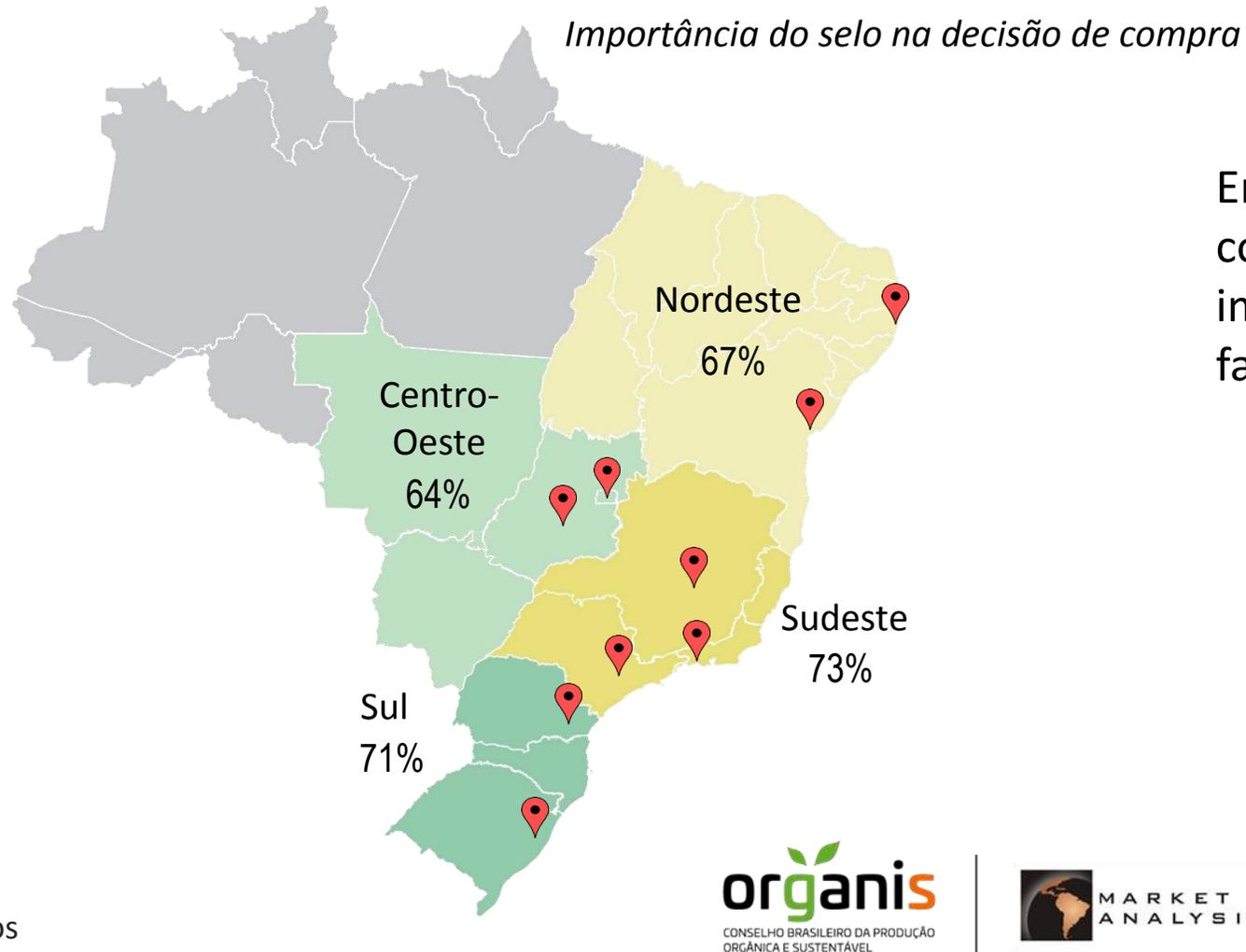
Produto Orgânico Brasil: influência na decisão de compra

Para quase a totalidade dos consumidores a presença do selo teve influência na decisão de compra (95%).

O quanto você diria que esse selo foi importante para você decidir comprar aquele produto?



Produto Orgânico Brasil: influência na decisão de compra



Em todas as regiões os consumidores afirmam a importância do selo como fator de decisão de compra.

Destques demográficos

- Informações na embalagem dos produtos são mais frequentemente utilizadas por mulheres e pela população mais madura como indicativos de que o produto é orgânico (49% das mulheres e 47% da população com 45 anos ou mais vs. 37% no total).
- Os mais jovens são os que menos lembram de ter visto o selo Produto Orgânico Brasil no momento de compra (23% dos jovens de 18 a 24 anos vs. 45% no total).
- As mulheres apresentam maior confiança no selo como meio de informação sobre os produtos orgânicos (57% das mulheres vs. 49% no total).

As marcas de referência no mercado

Marcas mais conhecidas



Não existe uma marca associada de forma sólida ao mercado de produtos orgânicos no Brasil hoje.

84% dos consumidores de orgânicos não sabem citar uma marca de produtos orgânicos.

Marcas mais conhecidas

Dentre o grupo restrito que soube citar uma marca de produtos orgânicos, a Korin foi a marca mais lembrada, citada por 3%.

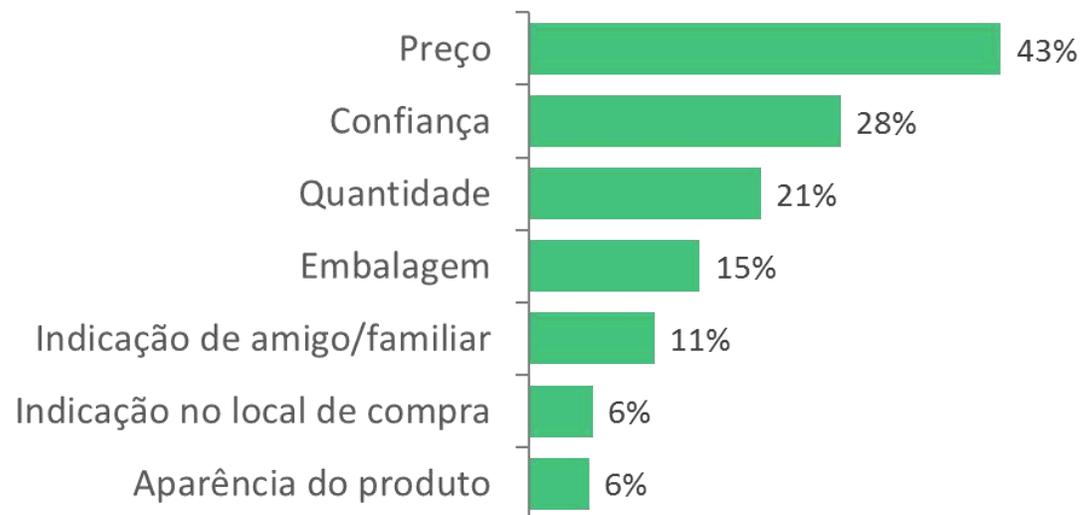
Quando você pensa em produtos orgânicos, qual é a primeira marca que lhe vêm à mente?



Critério de escolha do produto orgânico

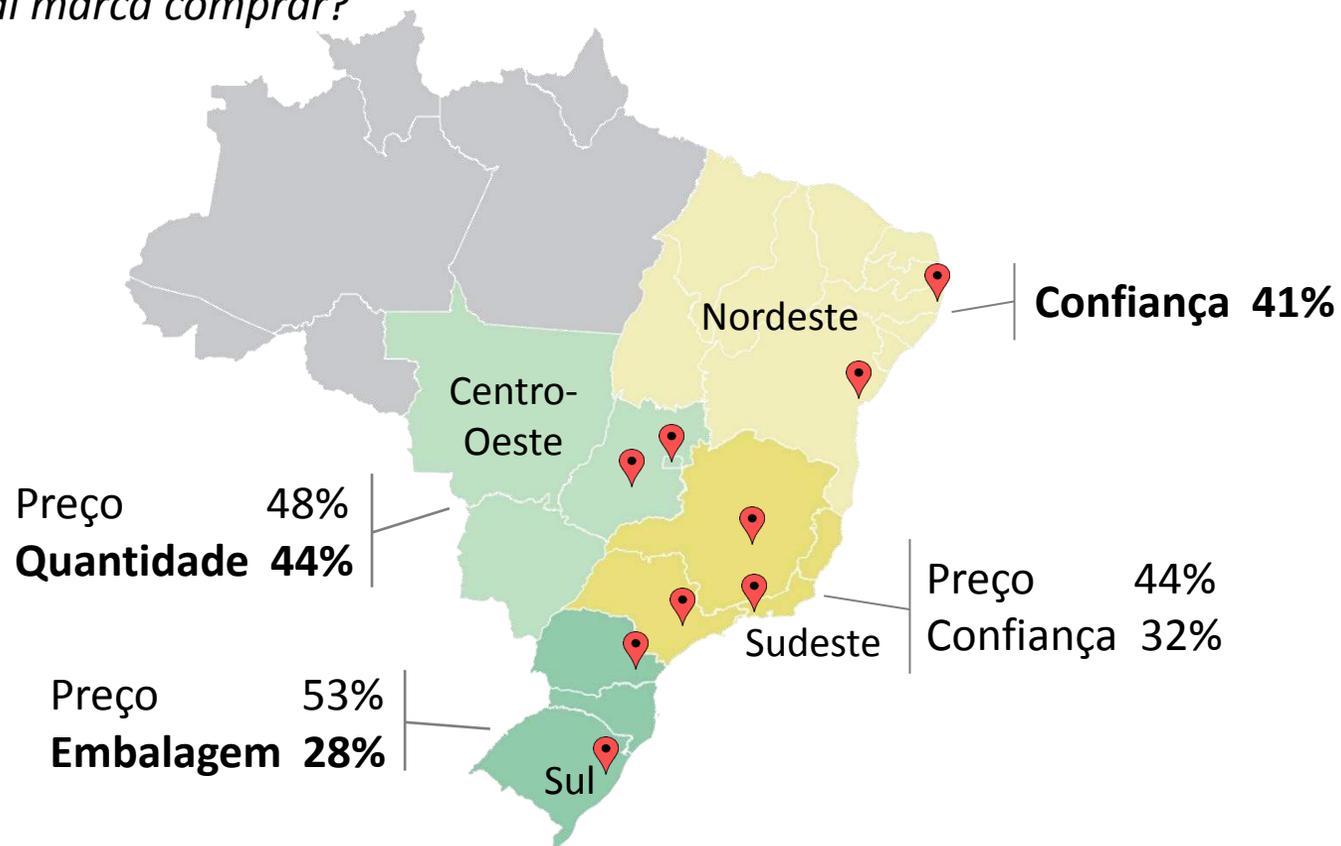
Quando há mais de uma marca de produto orgânico disponível, o preço é o principal fator decisor de compra. A confiança na marca também tem um papel importante, citada como segundo critério de decisão.

Dentre duas marcas de produtos orgânicos, como você escolhe qual marca comprar?



Critério de escolha do produto orgânico

Dentre duas marcas de produtos orgânicos, como você escolhe qual marca comprar?



A confiança na marca se destaca no Nordeste como principal critério de decisão de escolha.

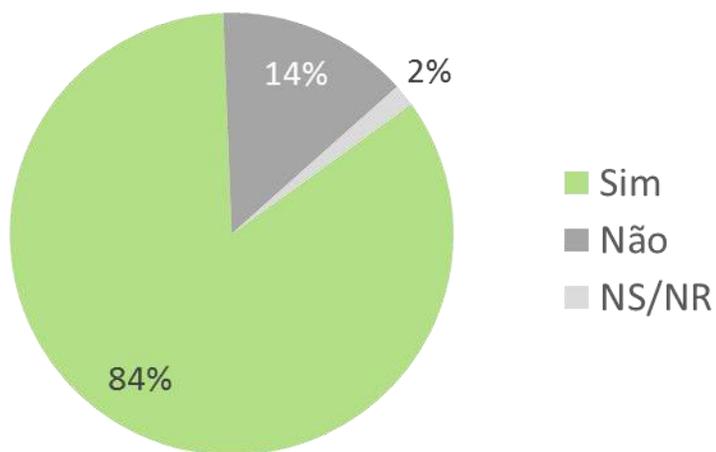
No Centro-Oeste, a quantidade de produto contido se destaca, evidenciando a importância da relação de custo-benefício.

No Sul as informações contidas nas embalagens são citadas com destaque.

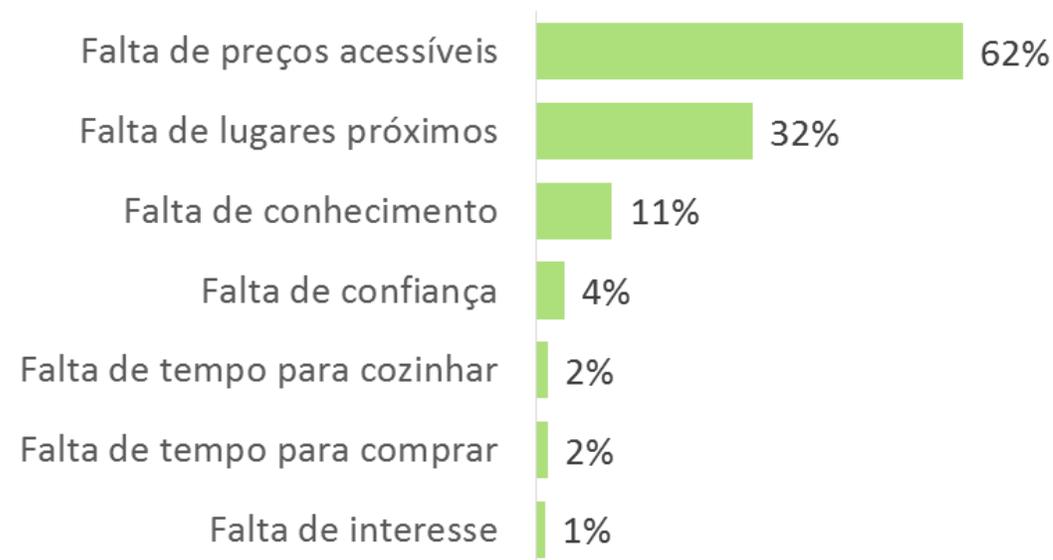
Disposição a aumentar o consumo de orgânicos

Existe uma elevada disposição a consumir mais produtos orgânicos, mas o preço é citado como maior limitador para a ascensão do consumo. A dificuldade de acesso também é citada por uma fatia importante dos consumidores, seguida pela falta de conhecimento sobre os produtos.

Você gostaria de consumir mais produtos orgânicos do que consome hoje?

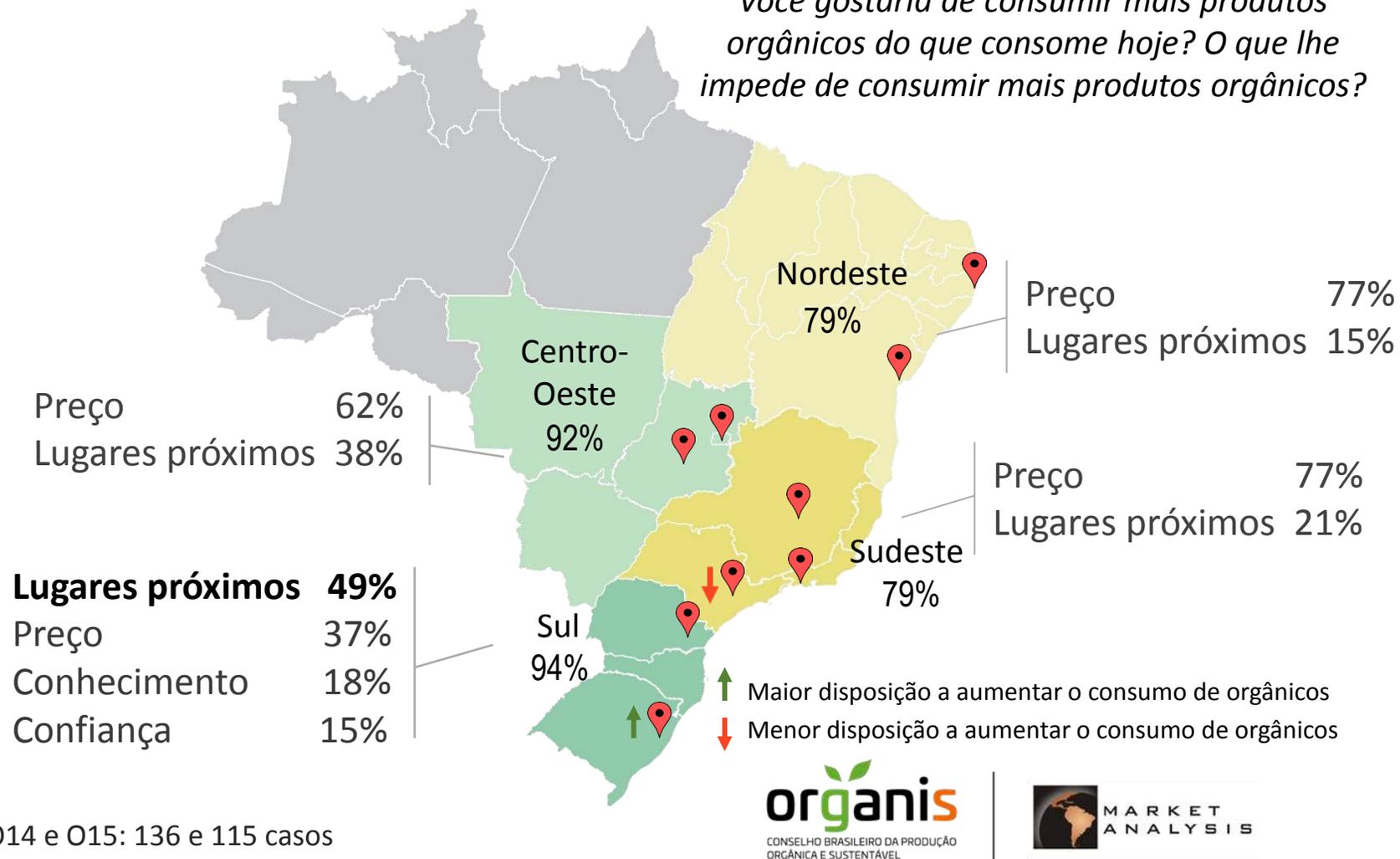


O que lhe impede de consumir mais produtos orgânicos?



Disposição a aumentar o consumo de orgânicos

Você gostaria de consumir mais produtos orgânicos do que consome hoje? O que lhe impede de consumir mais produtos orgânicos?

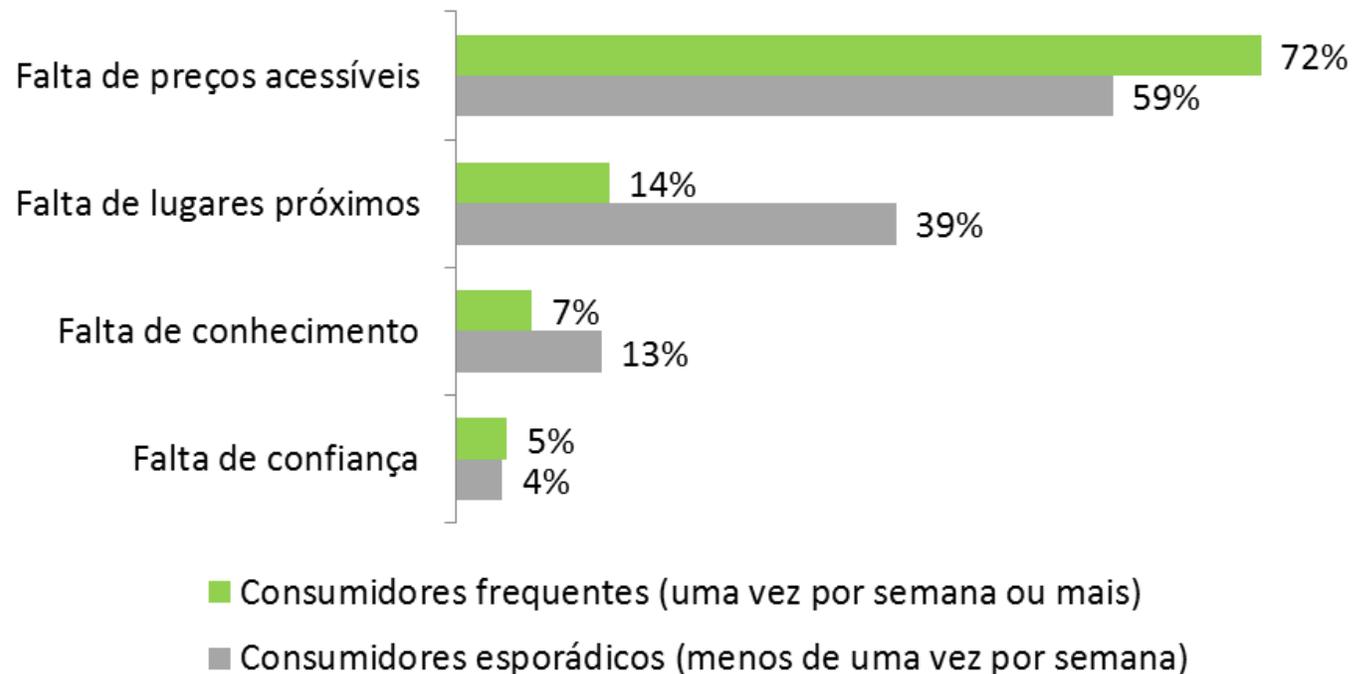


Sul e Centro-Oeste são as regiões mais receptivas ao aumento do consumo de orgânicos.

Diferente das demais regiões, no Sul, a principal dificuldade é a falta de acesso aos produtos.

Barreiras ao aumento do consumo

Principais entraves ao aumento do consumo de orgânicos por frequência de consumo



Além do preço, que é citado como principal entrave ao crescimento do consumo de orgânicos, destaca-se a importância de fatores como o acesso aos produtos e a falta de conhecimento sobre os mesmos dentre o público que é consumidor esporádico.

Destaques demográficos

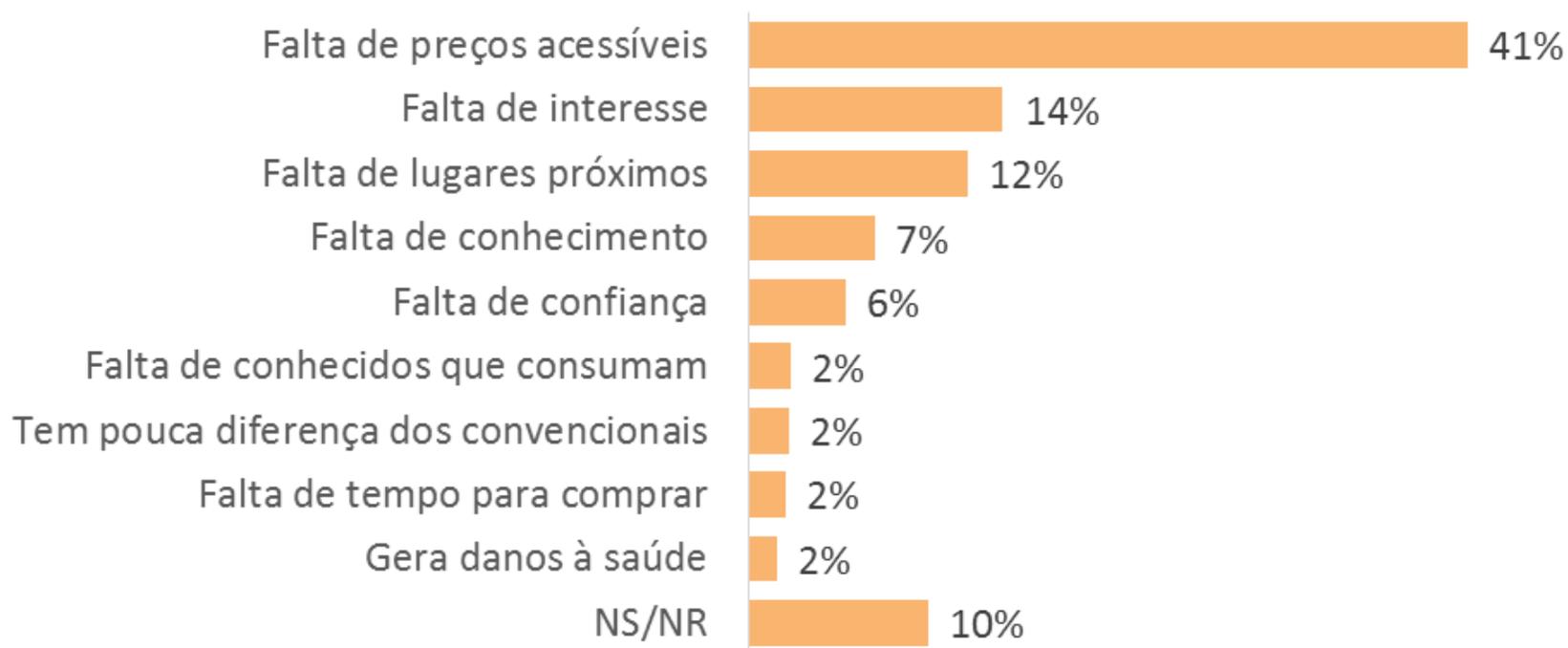
- Consumidores de feiras tendem a conhecer menos as marcas de produtos orgânicos (6% dos consumidores de feira citaram uma marca vs. 16% no total).
- O grupo que conhece pelo menos uma marca de produto orgânico percebe com maior facilidade o selo no momento de compra (64% dos que conhecem alguma marca vs. 45% no total) e tende a utilizar mais frequentemente o selo como validação de que o produto seja orgânico (14% dos que conhecem alguma marca vs. 8% no total).
- É mais comum que consumidores que conhecem marcas de produtos orgânicos optem por esses produtos por razões de saúde (77% dos que conhecem alguma marca vs. 64% no total).
- Existe uma maior intenção em aumentar o consumo de orgânicos entre as mulheres (95% das mulheres vs. 84% no total) e entre a população mais madura (100% da população acima de 55anos vs. 84% no total).



A população que não consome orgânicos

Barreiras ao consumo de orgânicos

Qual é o principal motivo pra você não consumir produtos orgânicos atualmente?

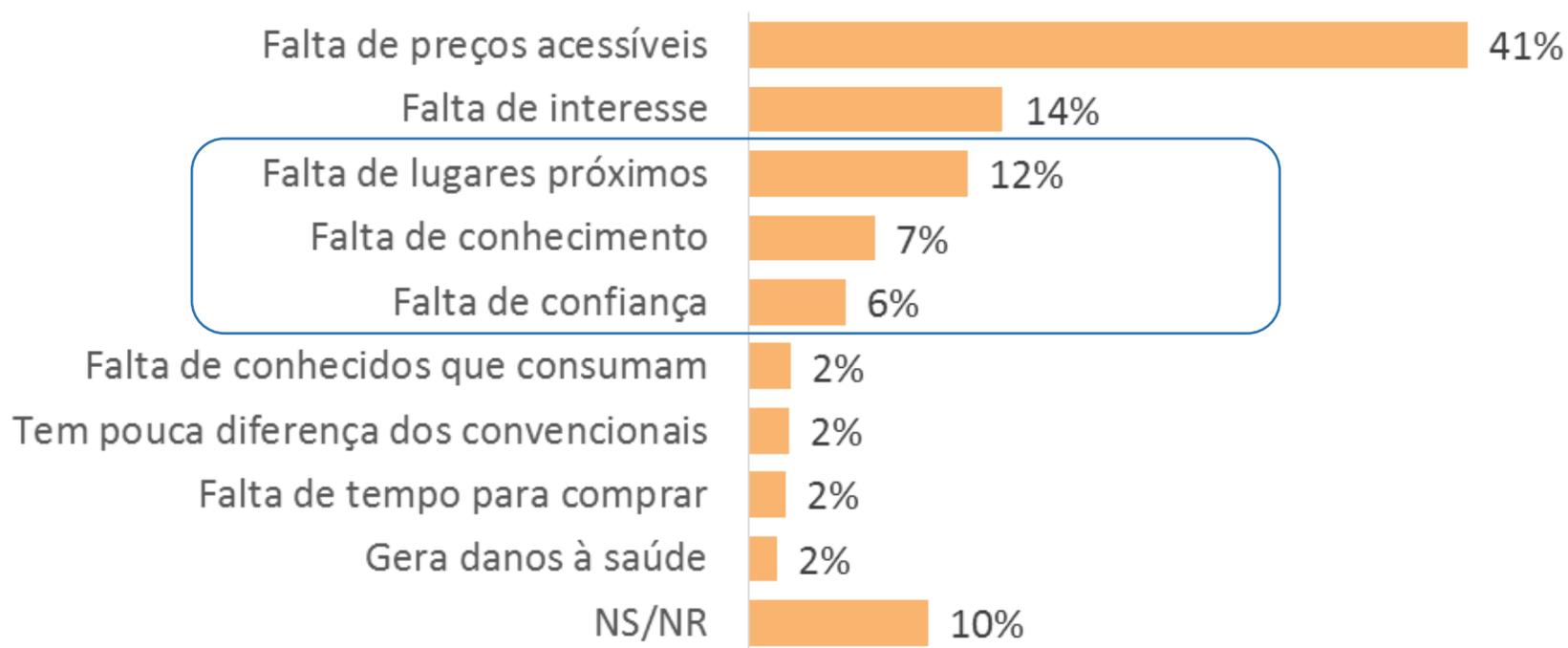


Os preços elevados são a principal barreira para iniciar o consumo de produtos orgânicos.

Existe uma parcela da população que simplesmente não tem interesse nesses produtos, revelando pouca problematização dos alimentos.

Barreiras ao consumo de orgânicos

Qual é o principal motivo pra você não consumir produtos orgânicos atualmente?

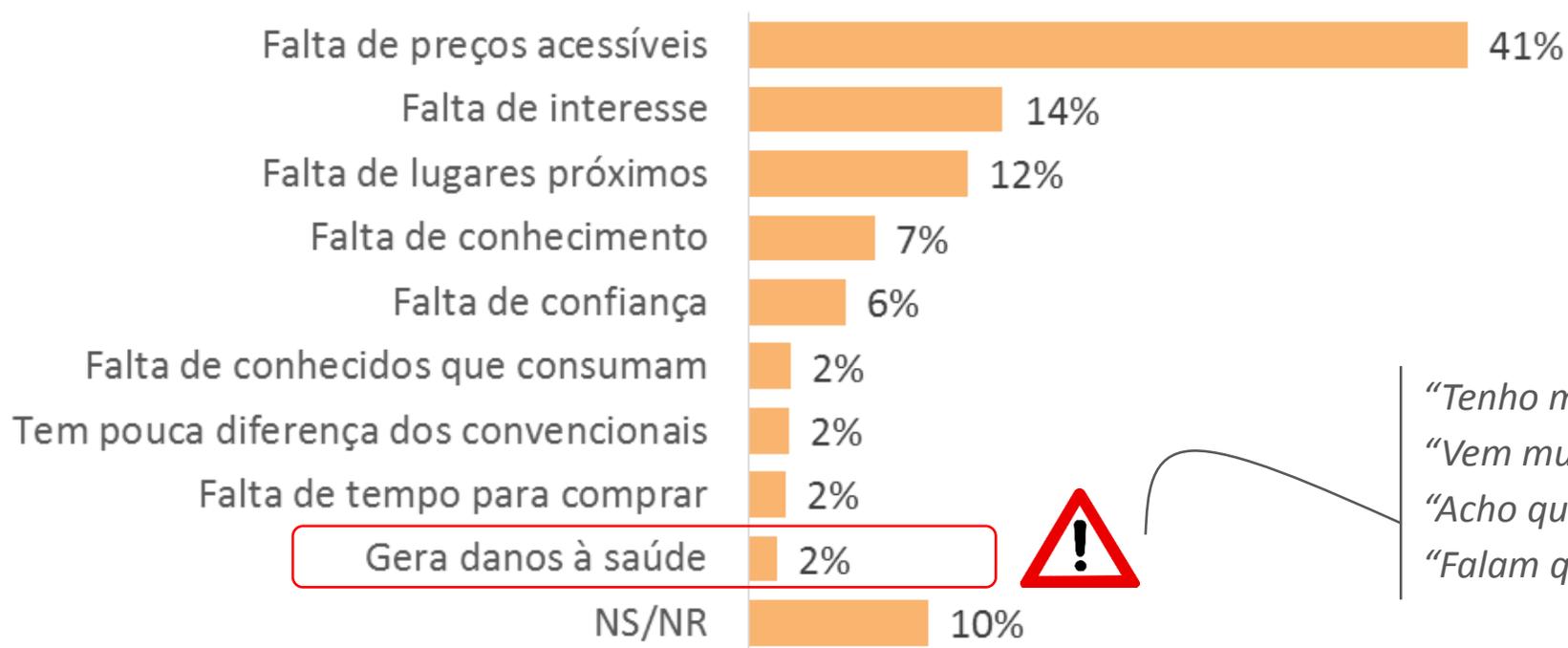


Fatores relativos à falta de controle pessoal percebido sobre a oferta formam uma terceira barreira.

Essa falta de controle se manifesta na percepção de acesso limitado, dificuldades para compreender ou identificar a oferta e problemas para superar descrenças ou suspeitas sobre o produto orgânico ofertado.

Barreiras ao consumo de orgânicos

Qual é o principal motivo pra você não consumir produtos orgânicos atualmente?

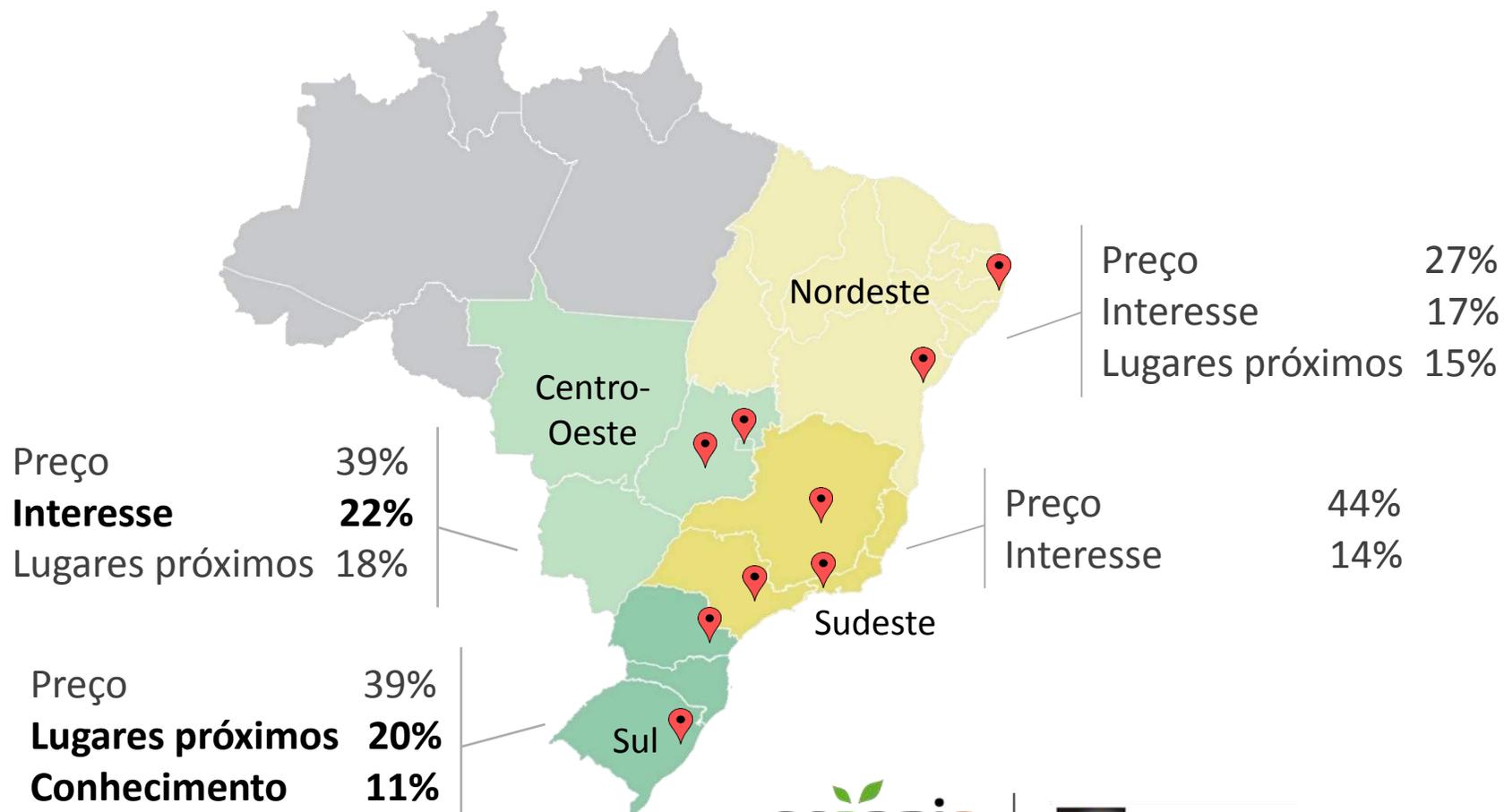


A falta de informação também se revela entre aqueles que citam que os alimentos orgânicos “geram danos à saúde”.

“Tenho medo”
“Vem muito produto químico neles”
“Acho que prejudica a saúde”
“Falam que causa câncer”

Barreiras ao consumo de orgânicos

Qual é o principal motivo pra você não consumir produtos orgânicos atualmente?

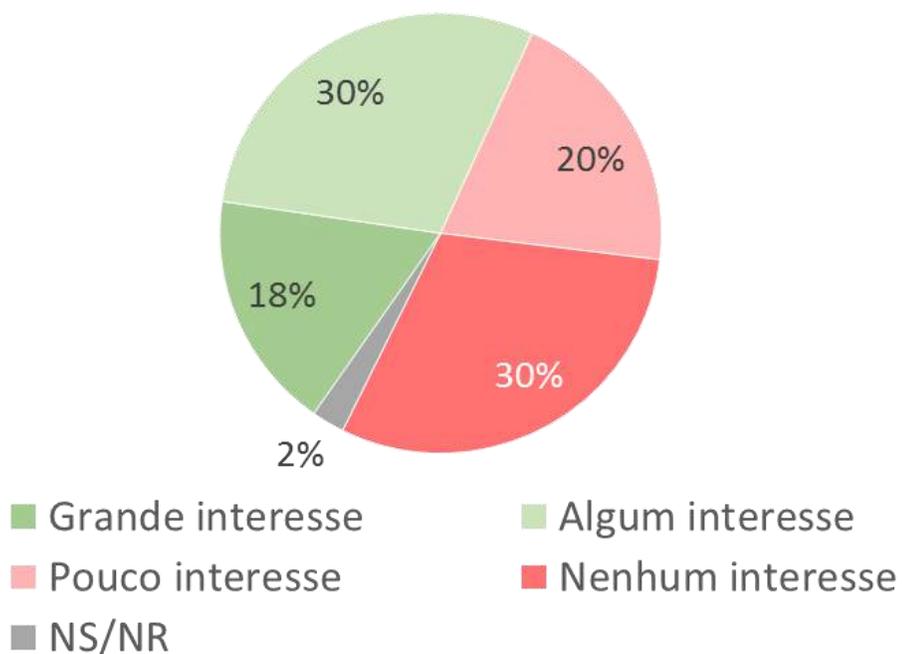


A falta de interesse é uma barreira maior na região Centro-Oeste.

No Sul se destaca a dificuldade de encontrar os produtos e a falta de conhecimento para distinguir os produtos orgânicos.

Interesse em consumir orgânicos

Qual você diria que é o seu interesse em passar a consumir esses produtos em um futuro próximo, ou seja, nos próximos 3 meses?



Metade da população possui pelo menos algum interesse em passar a consumir orgânicos.

Mas existe uma parcela importante, 3 em cada 10, que afirma não ter nenhum interesse em conhecer esses alimentos.

Interesse em consumir orgânicos

Qual você diria que é o seu interesse em passar a consumir esses produtos em um futuro próximo, ou seja, nos próximos 3 meses? (algum + muito interesse)



O Sul e o Centro-Oeste são as regiões que maior receptividade apresentam para o consumo de orgânicos.

No Sudeste é onde se observa maior resistência à proposta de consumo de orgânicos.

Destaques demográficos

- Maior interesse em consumir alimentos orgânicos no futuro é observado entre a população de maior escolaridade (32% da população com ensino superior vs. 18% no total).
- O grupo que possui maior interesse em passar a consumir alimentos orgânicos no futuro tende a perceber como maior barreira o acesso a esses produtos (31% dos interessados vs. 12% no total).
- O elevado preço dos produtos e a dificuldade de acesso são razões mais fortes de não consumir os produtos orgânicos entre a população de alta escolaridade (53% vs. 41% e 24% vs. 12%, respectivamente), assim como entre a população de classe alta (47% vs. 41% e 17% vs. 12%, respectivamente).

Conclusões

Conclusões

O mercado de orgânicos

Uma parcela importante da população urbana é consumidora de produtos orgânicos: 15% compram esses alimentos com regularidade nas grandes capitais. O maior mercado de orgânicos está na região Sul, onde o consumo é mais que o dobro do consumo nacional.

Os benefícios para a saúde são a principal motivação para o consumo de orgânicos. Outras vantagens reconhecidas pelos consumidores são a contribuição ao meio ambiente e as melhores características dos produtos se comparados aos convencionais. Existe também uma curiosidade em conhecer mais sobre esses produtos e o estilo de vida envolvido que motiva a busca pelos orgânicos.

Verduras, legumes e frutas são os alimentos mais consumidos.

O supermercado é o local mais comum para a compra de orgânicos, mas as feiras também atendem uma parcela importante desse mercado.

Conclusões

Identificação de produto orgânico

O momento de compra é também o momento em que se identifica quais são os produtos orgânicos. Informações na embalagem dos produtos ou nos locais de venda indicam a procedência para os consumidores.

Metade dos consumidores percebe o selo Produto Orgânico Brasil no momento de compra. Embora em grande maioria os consumidores reconheçam que o uso do selo é obrigatório e confiem na informação, o fato de somente metade perceber o selo no momento de compra e de o selo ficar abaixo de outras formas de identificação de produto orgânico indica a subutilização do selo como meio de informação e comunicação com o consumidor.

Não há uma marca forte que represente o mercado de orgânicos para os consumidores. O consumo mais frequente de verduras, legumes e frutas (produtos pouco ou nada embalados) pode favorecer a falta de um nome de referência nesse mercado. A ocupação desse espaço vago por players do setor pode auxiliar a fortalecer o mercado de orgânicos como um todo.

Conclusões

Limitações do mercado

Os produtos orgânicos encontram uma boa receptividade entre a população não consumidora. Em maior parcela, tanto consumidores quanto não consumidores gostariam de expandir o consumo desses produtos. A maior barreira percebida é o valor elevado dos produtos. Além disso, consumidores revelam dificuldade no acesso aos produtos facilmente na rotina diária.

Existe uma demanda latente por maior clareza e informação sobre os produtos orgânicos. Dificuldade de identificar se um produto é ou não orgânico, dúvidas sobre o que o selo Produto Orgânico Brasil garante sobre os produtos são comuns entre consumidores e não consumidores.

Para além das barreiras características desse mercado, existe uma parcela importante da população que afirma não ter interesse em consumir esse tipo de produto. Na contramão das previsões para o setor, que indicam crescimento, essa fatia pode atingir cerca de 25% da população das grandes cidades.

Parceria:



Organis é o Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável, uma instituição representativa constituída com a finalidade de atender todos os interesses da cadeia produtiva de produtos orgânicos e sustentáveis.

www.organicsbrasil.org



O instituto de pesquisa e opinião pública Market Analysis é referência nacional em pesquisas sobre sustentabilidade corporativa e consumo consciente. Desde 1997 o instituto contribui para a geração de ideias e discussões sobre o tema entre empresas, academia e mídia.

www.marketanalysis.com.br

Para mais informações:

Ming C. Liu - mingliu@organis.org.br

Michele Hartmann - michele@marketanalysis.com.br