

Consumo de produtos orgânicos no Brasil

Primeira pesquisa nacional sobre o consumo de orgânicos

Uma parceria:



Metodologia



905

entrevistas

4 Regiões

9 Cidades



População urbana

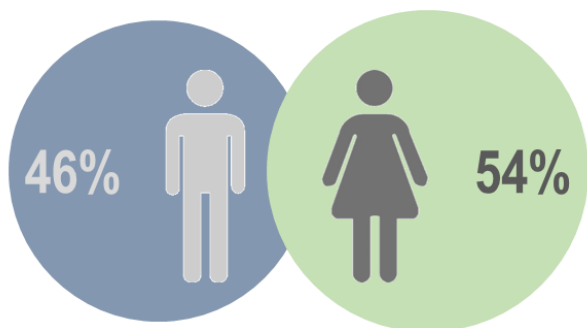
Margem de erro: +/- 3,3% com 95% de confiança.
Entrevistas realizadas entre 20/mar e 19/abr.

Público

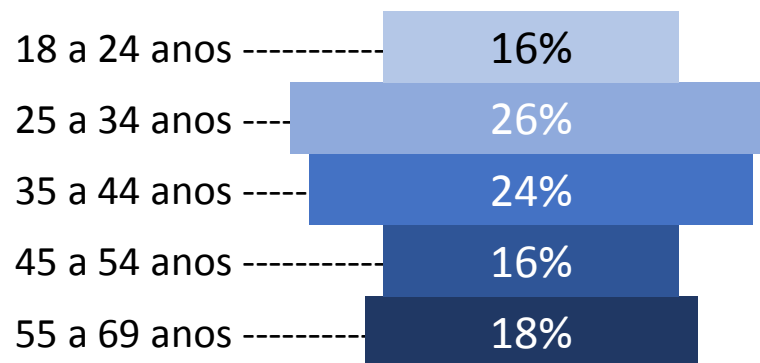
População geral:

Amostra característica da população residente em cada cidade

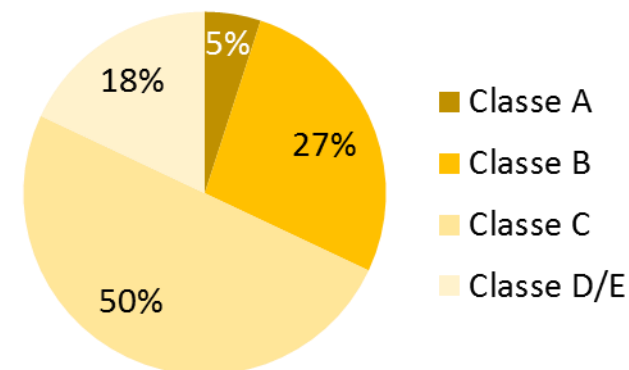
Sexo



Idade



Classe social

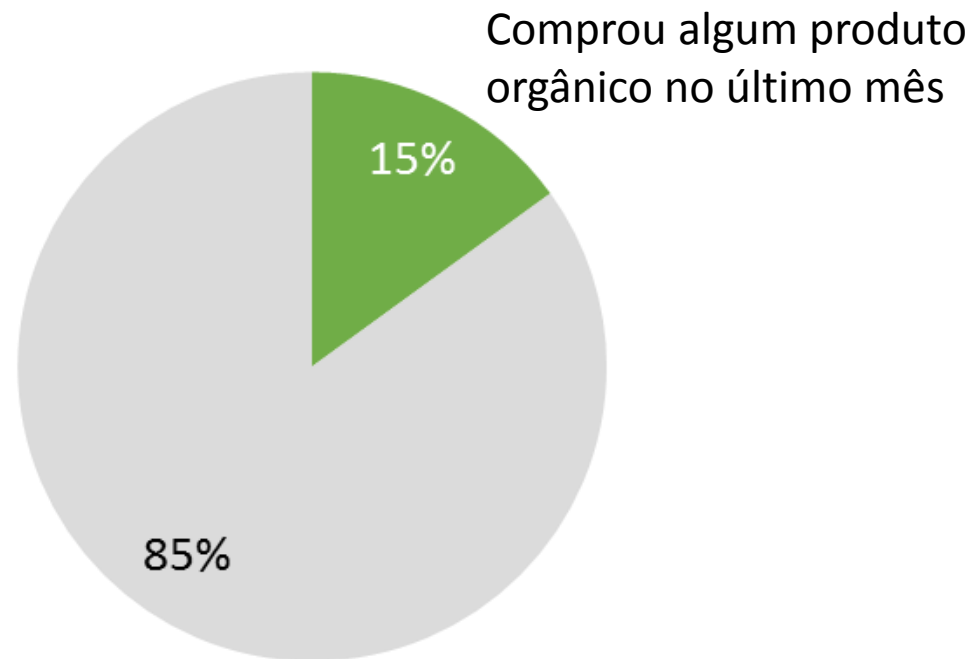


**Qual é o tamanho
do mercado de
orgânicos no
Brasil?**



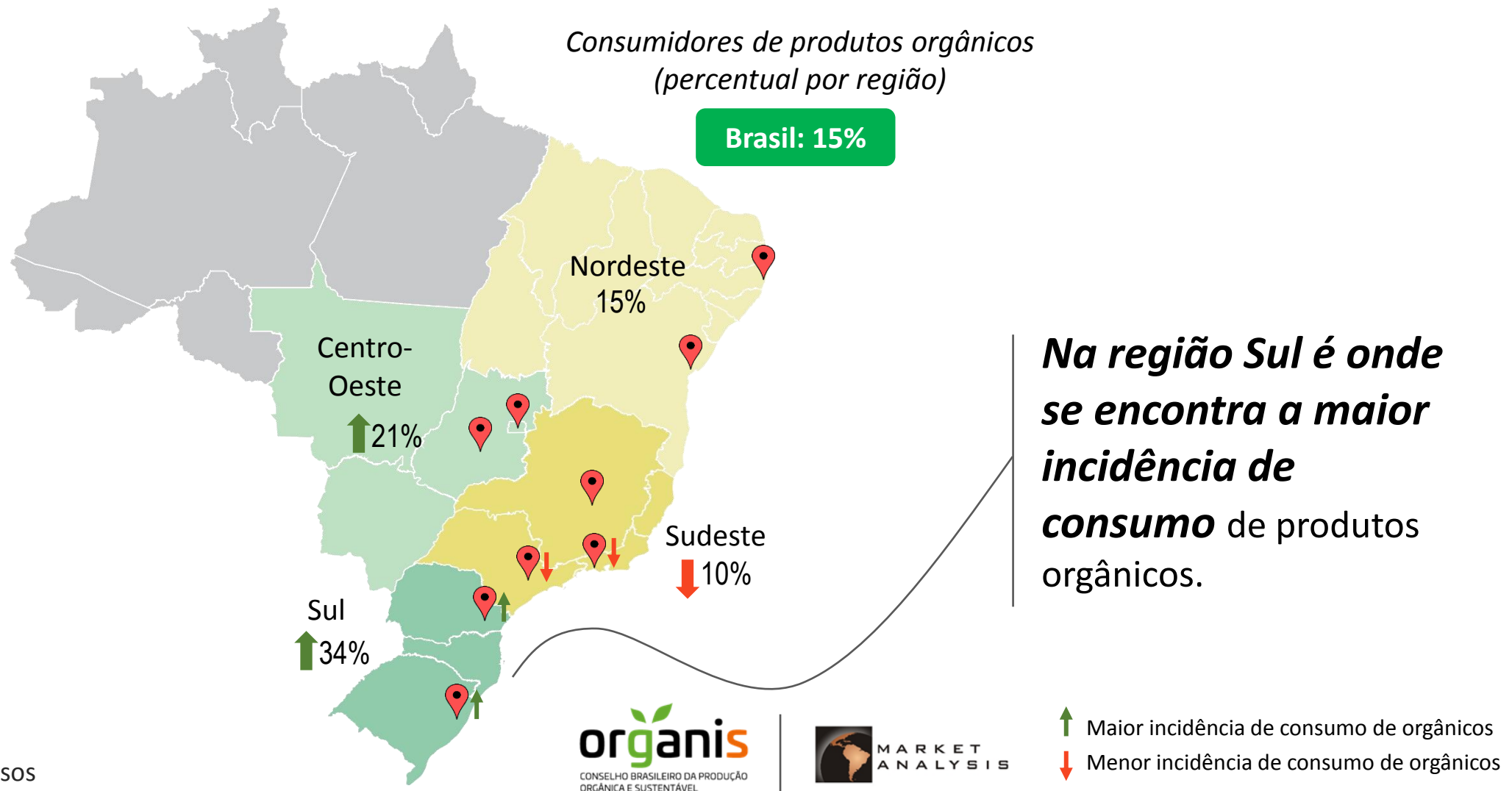
Consumo de produtos orgânicos

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



01: 905 casos

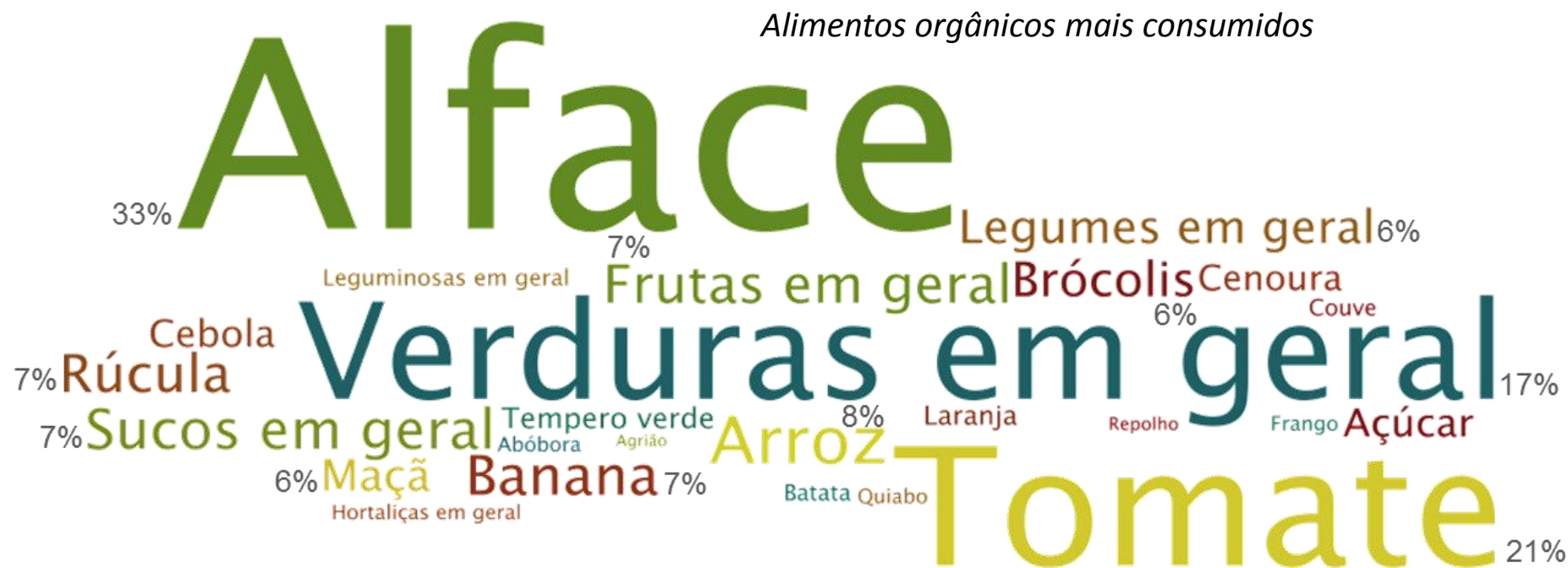
Consumo de produtos orgânicos



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%

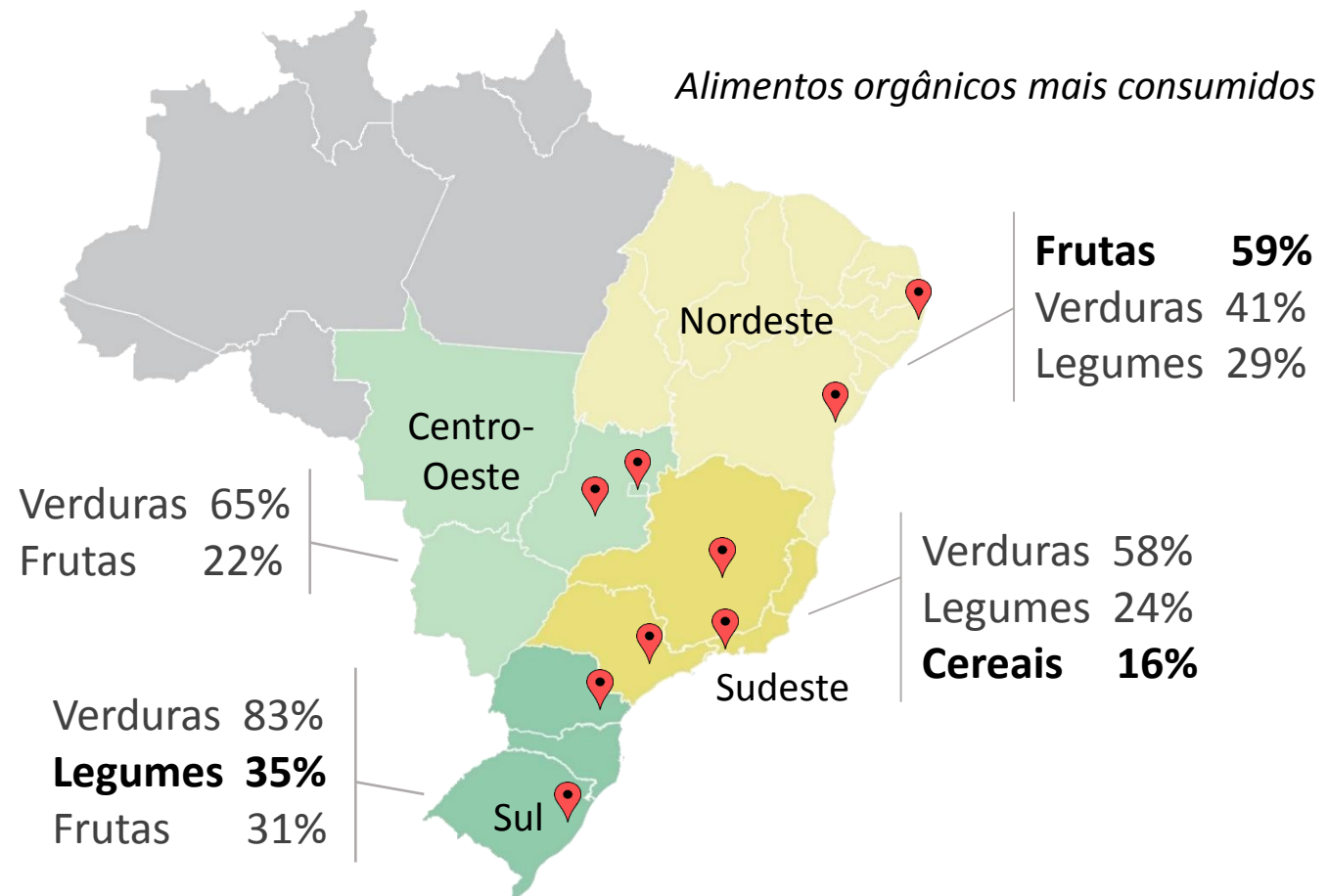


Cereais
12%

Quais são os produtos mais consumidos?

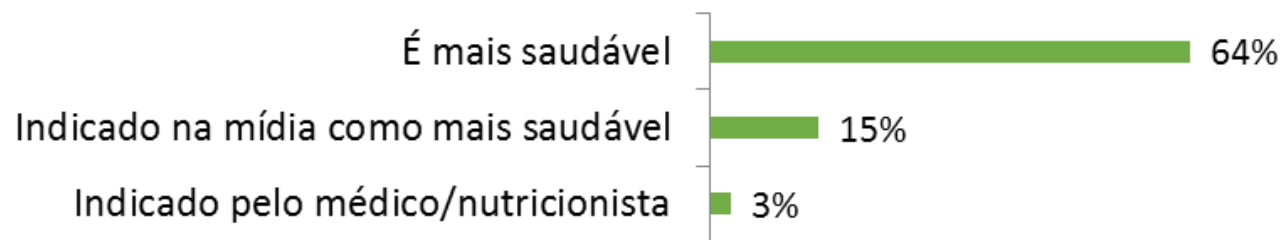
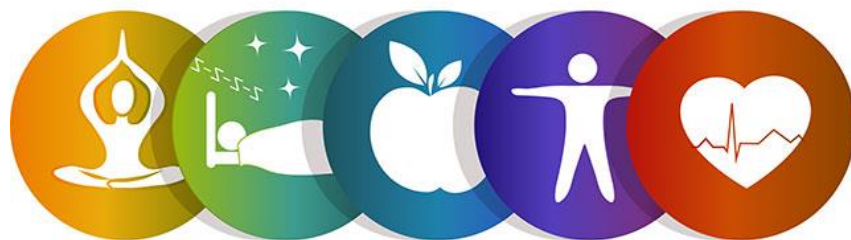
Destaque para:

- 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%



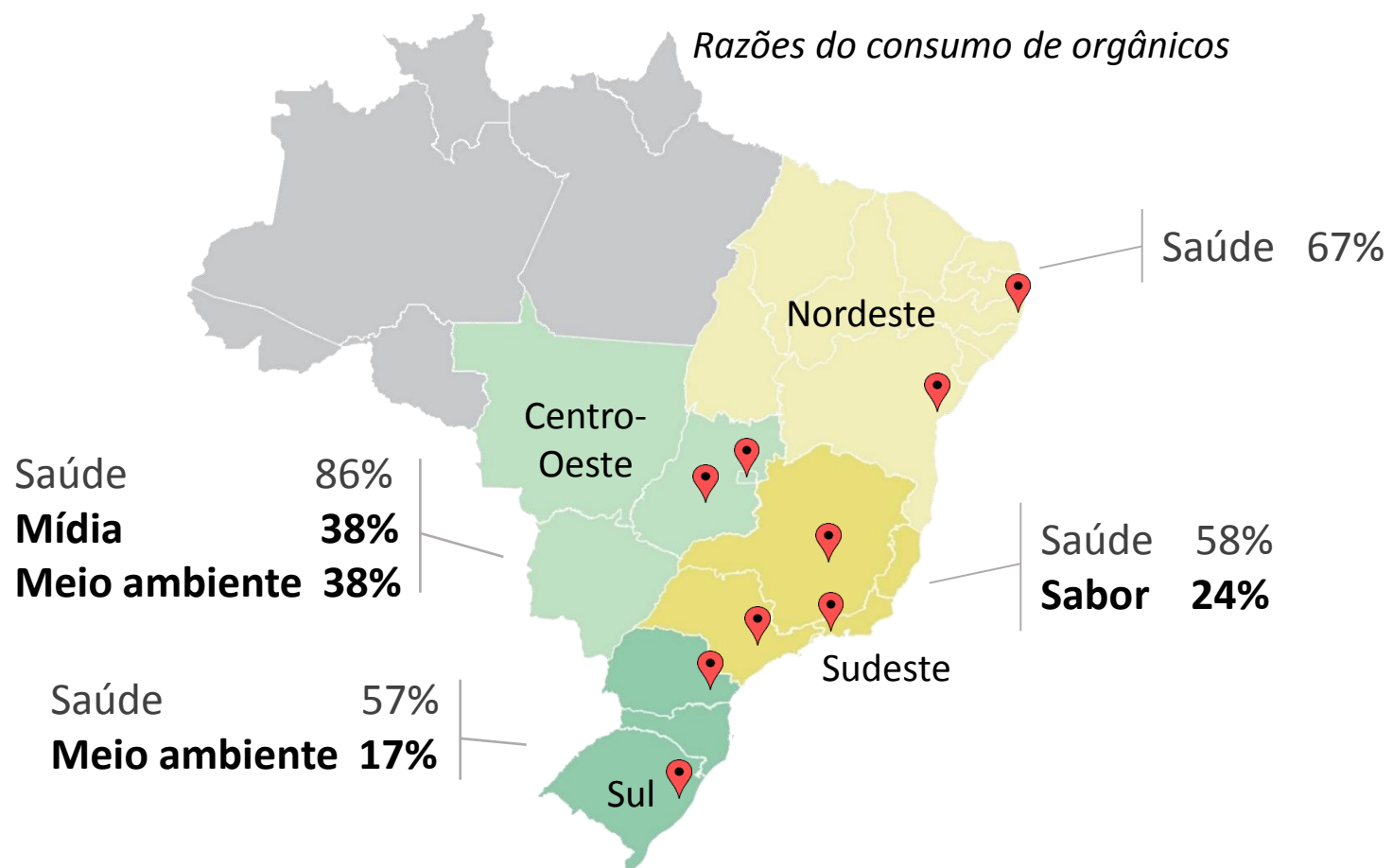
Características
dos produtos

- ✓ 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.

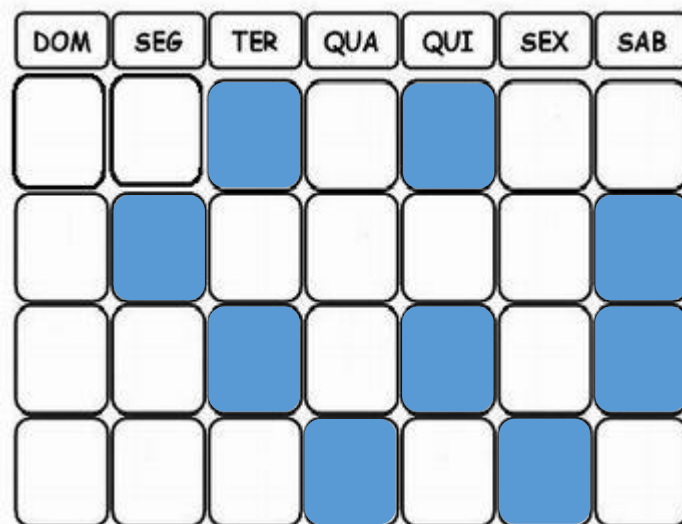
A opção por um melhor **sabor dos alimentos** é mais forte no **Sudeste**.

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

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

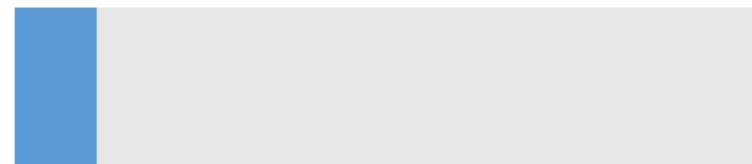
Frequência de consumo

Frequência de compra de orgânicos



Mais de uma vez
por semana:

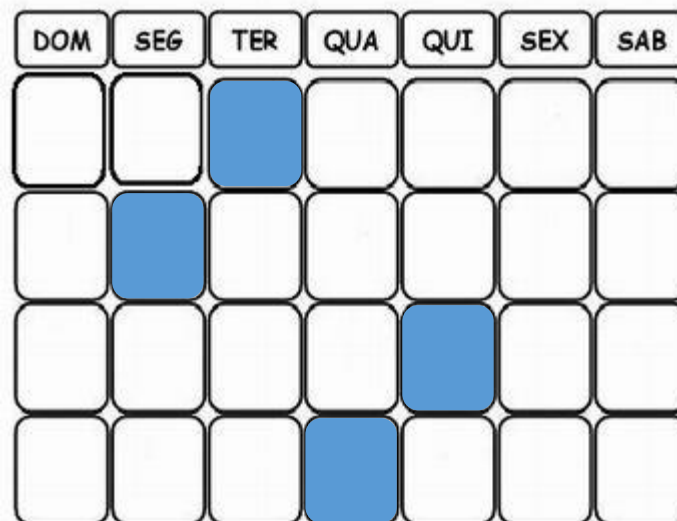
11%



O2: 136 casos

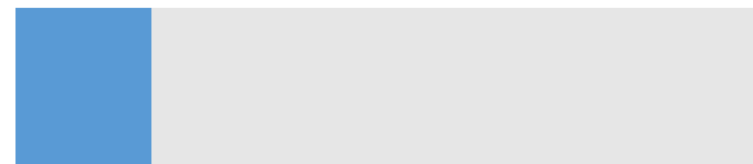
Frequência de consumo

Frequência de compra de orgânicos



Uma vez por semana:

18%



O2: 136 casos

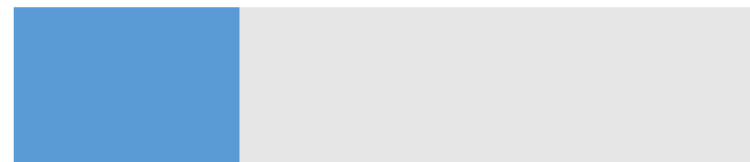
Frequência de consumo

Frequência de compra de orgânicos

DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB

Uma vez a cada 15 dias:

30%



O2: 136 casos

Frequência de consumo

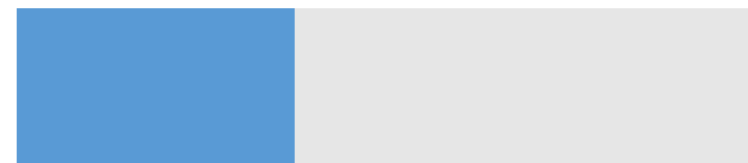
A maior fatia, 4 em cada 10, consome orgânicos uma vez por mês.

Frequência de compra de orgânicos

DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB

Uma vez por mês:

37%

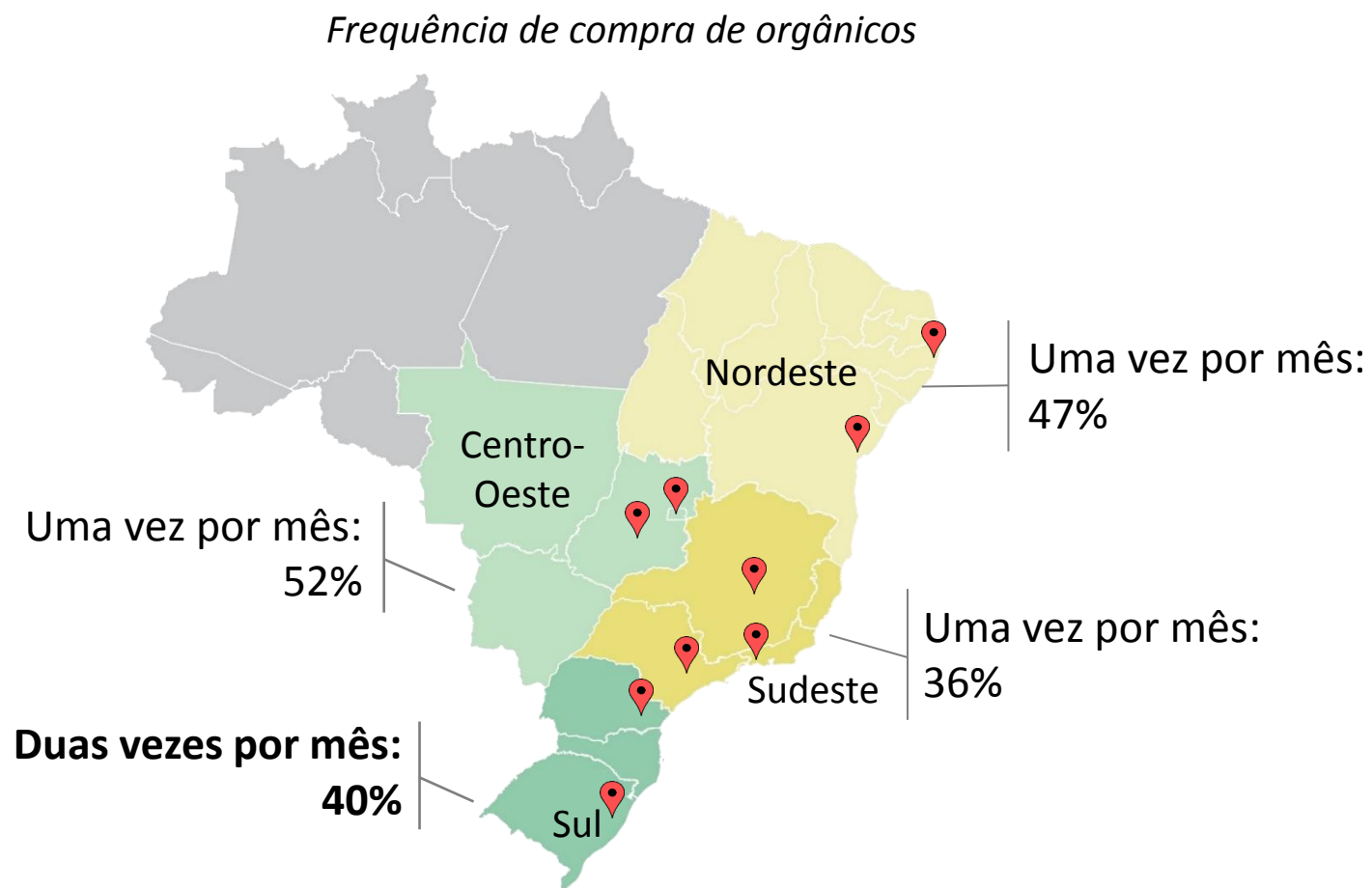


4% consomem menos de uma vez por mês.



O2: 136 casos

Frequência de consumo



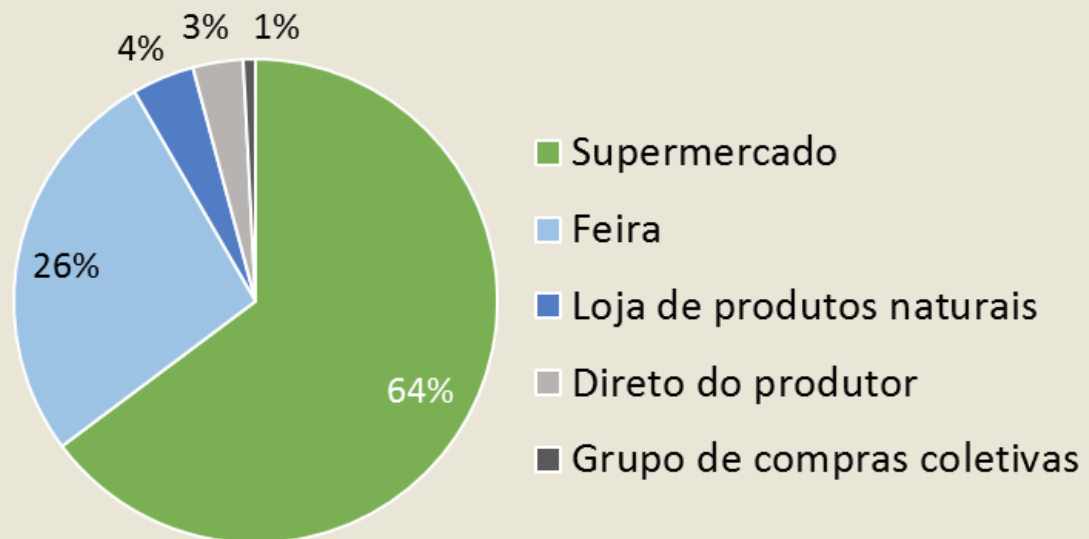
A maior incidência de consumo de orgânicos é ***uma vez por mês***.

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

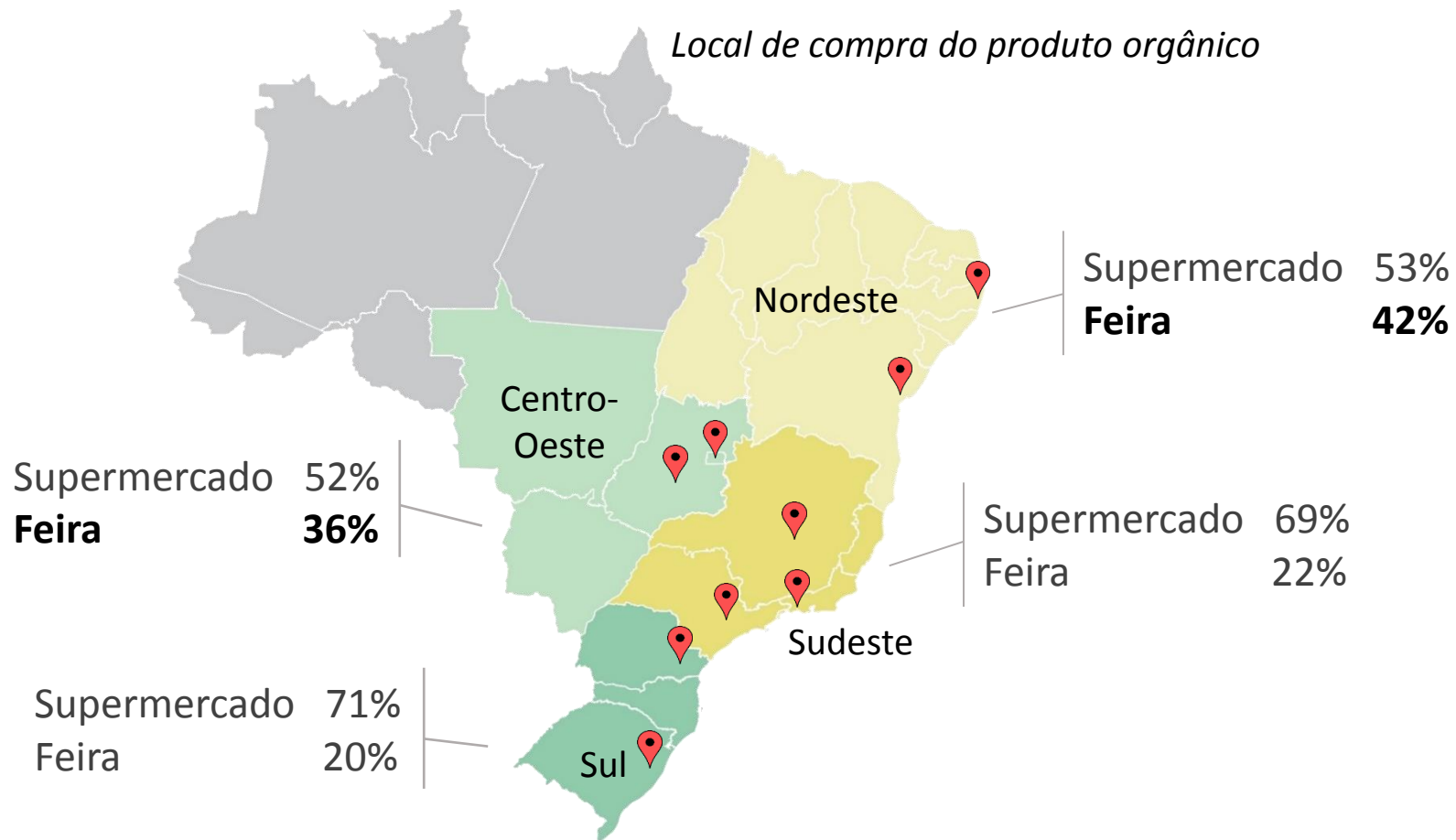
Onde os orgânicos são comprados?

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**.

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.

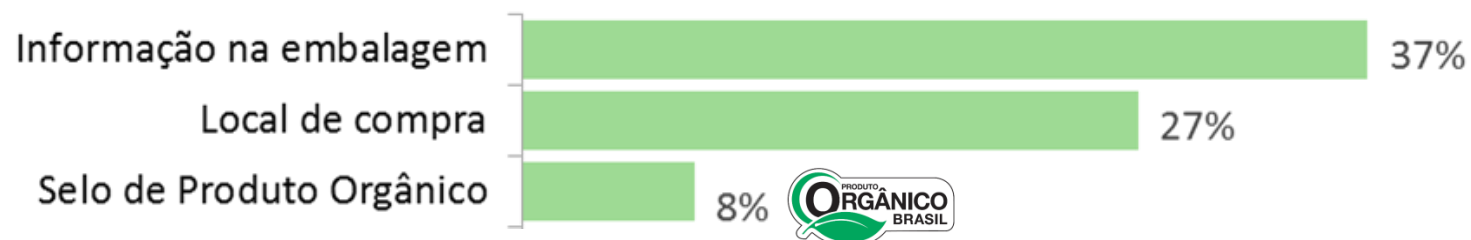
Como ficou sabendo que o produto era orgânico?



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?

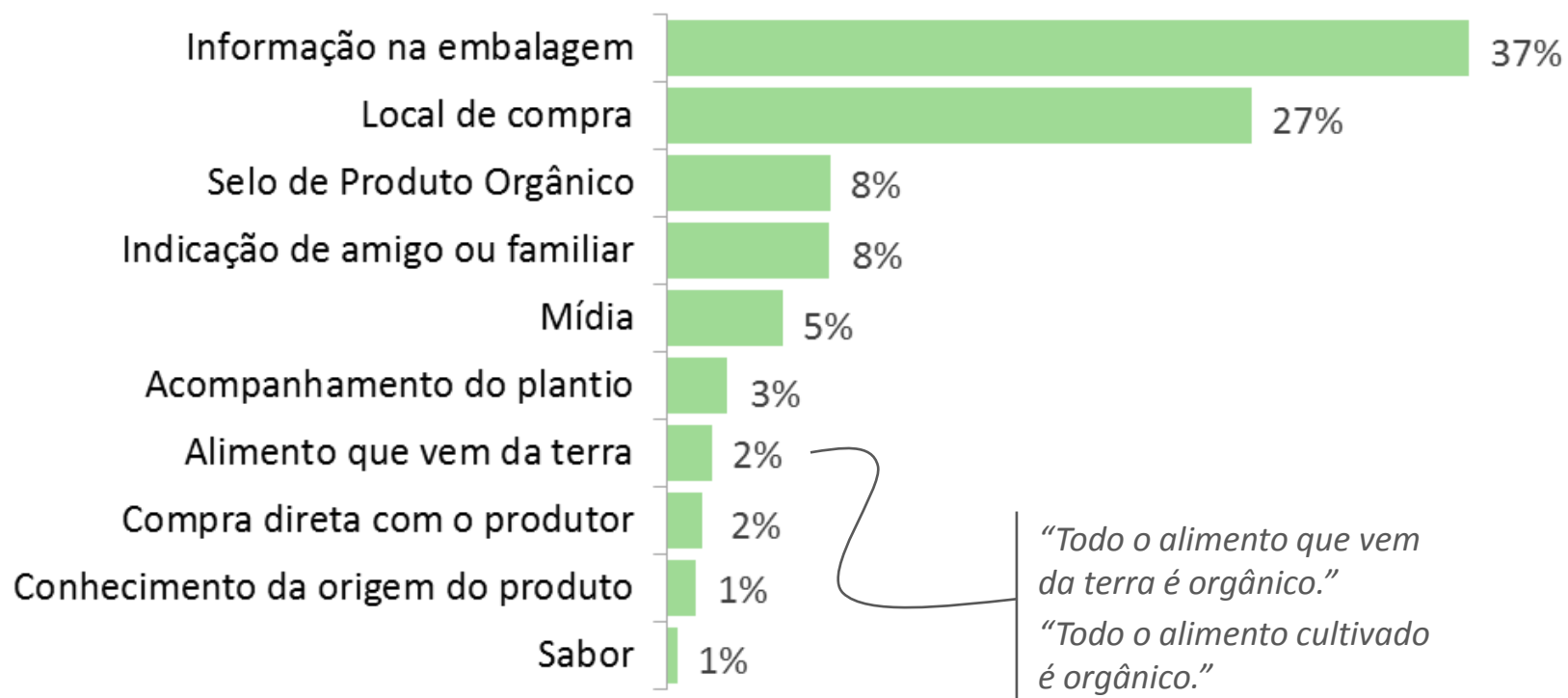


Fontes de validação do produto orgânico

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?

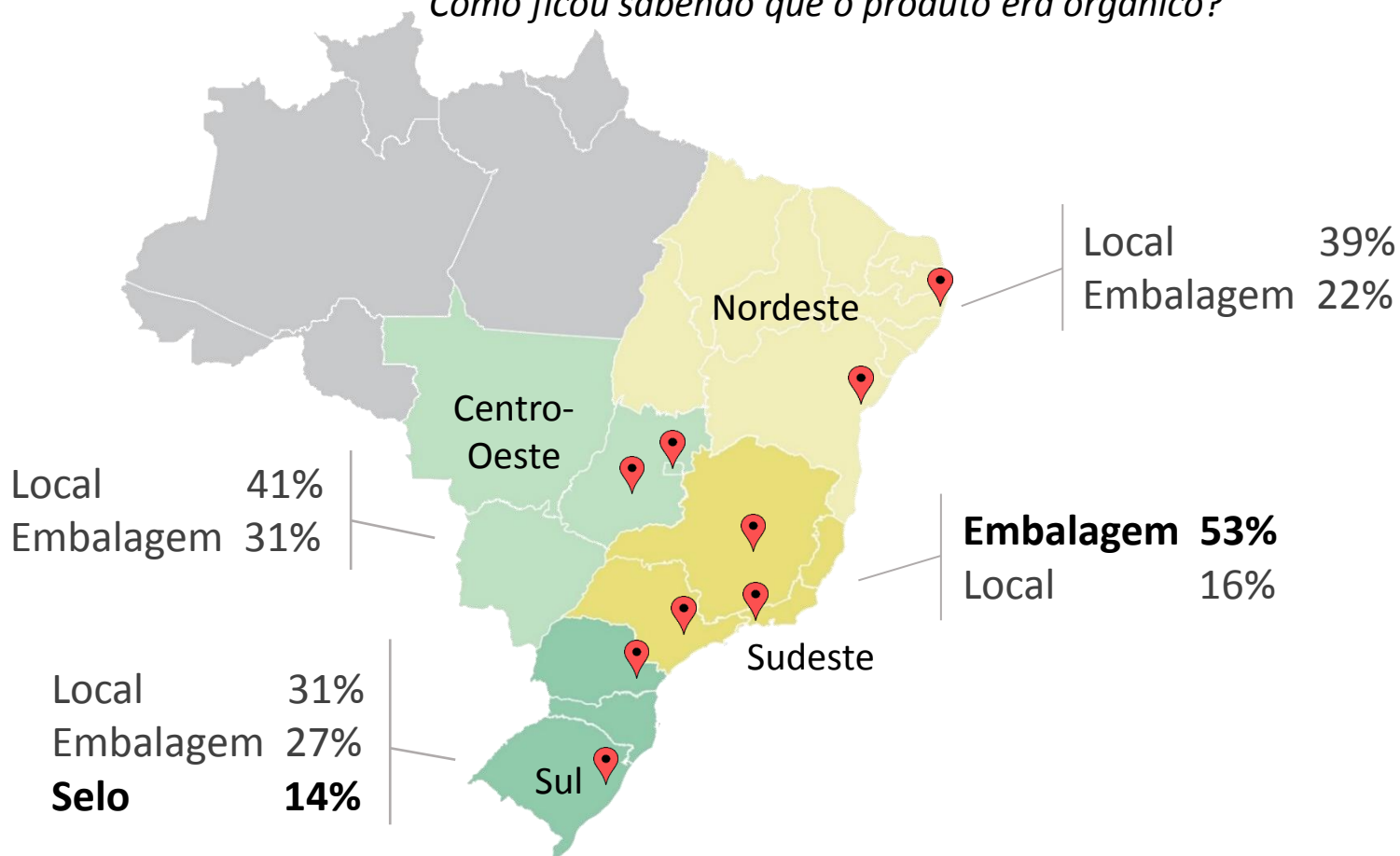


Fontes de validação do produto orgânico

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**.

Como ficou sabendo que o produto era orgânico?



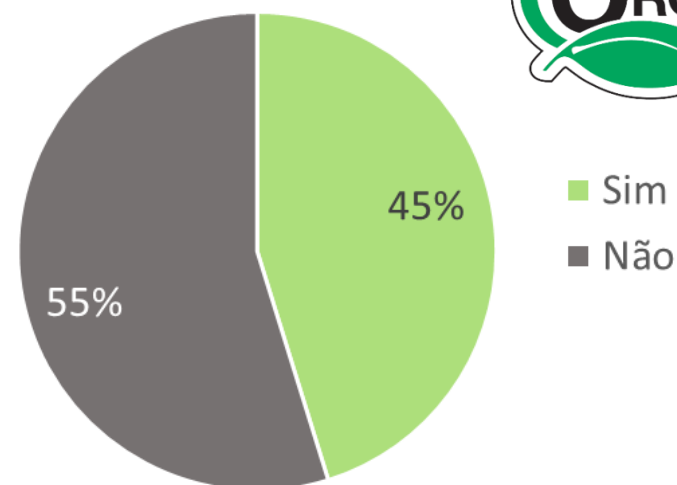
Selo *Produto Orgânico Brasil*: a importância da certificação



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

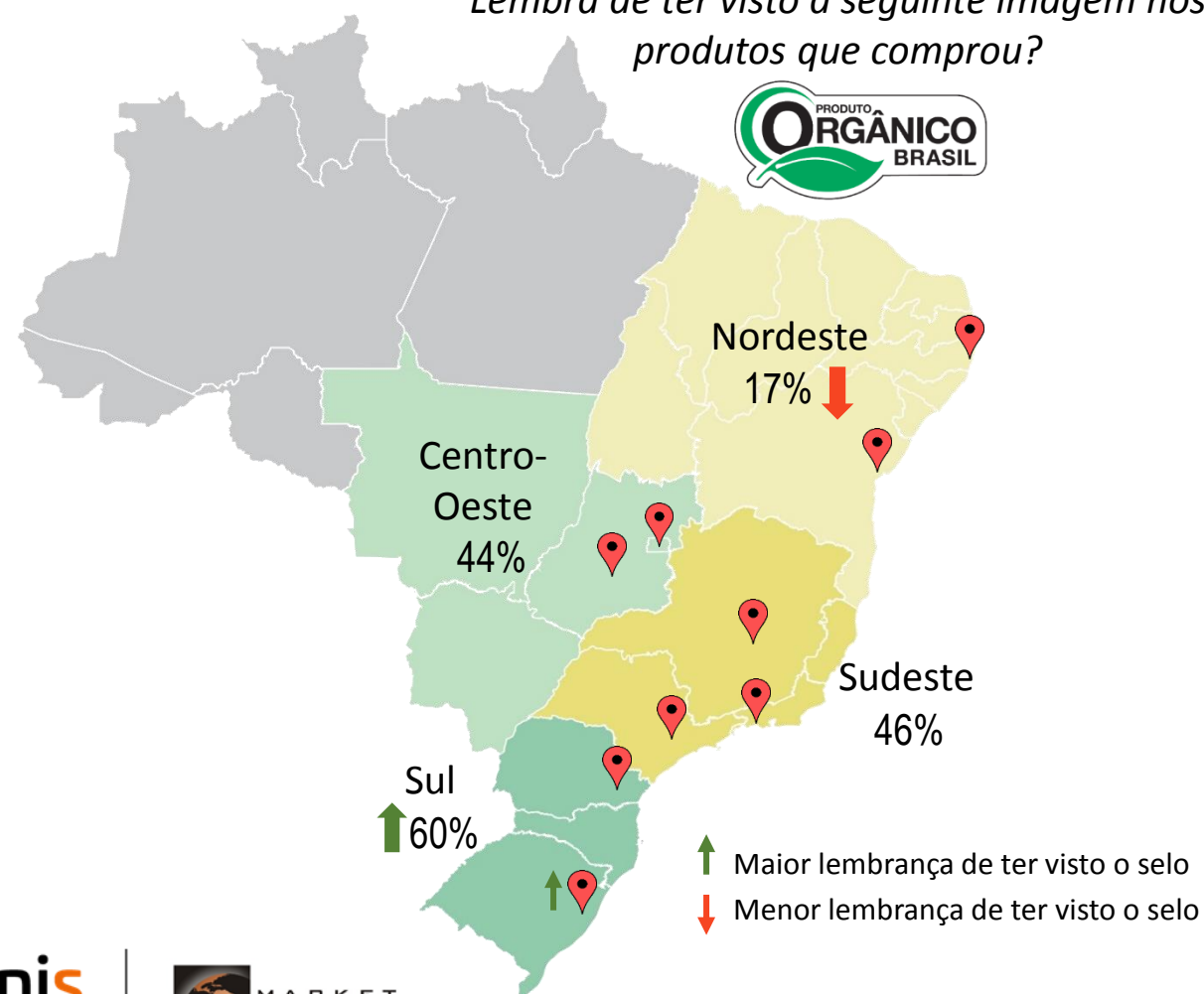
■ Não

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?



Percepção do selo *Produto Orgânico Brasil*

O selo *Produto Orgânico Brasil* tende a ser ***mais visto nos supermercados*** do que nas feiras. Nos supermercados, são 55% que percebem o selo, frente à 22% na feira.

Supermercado



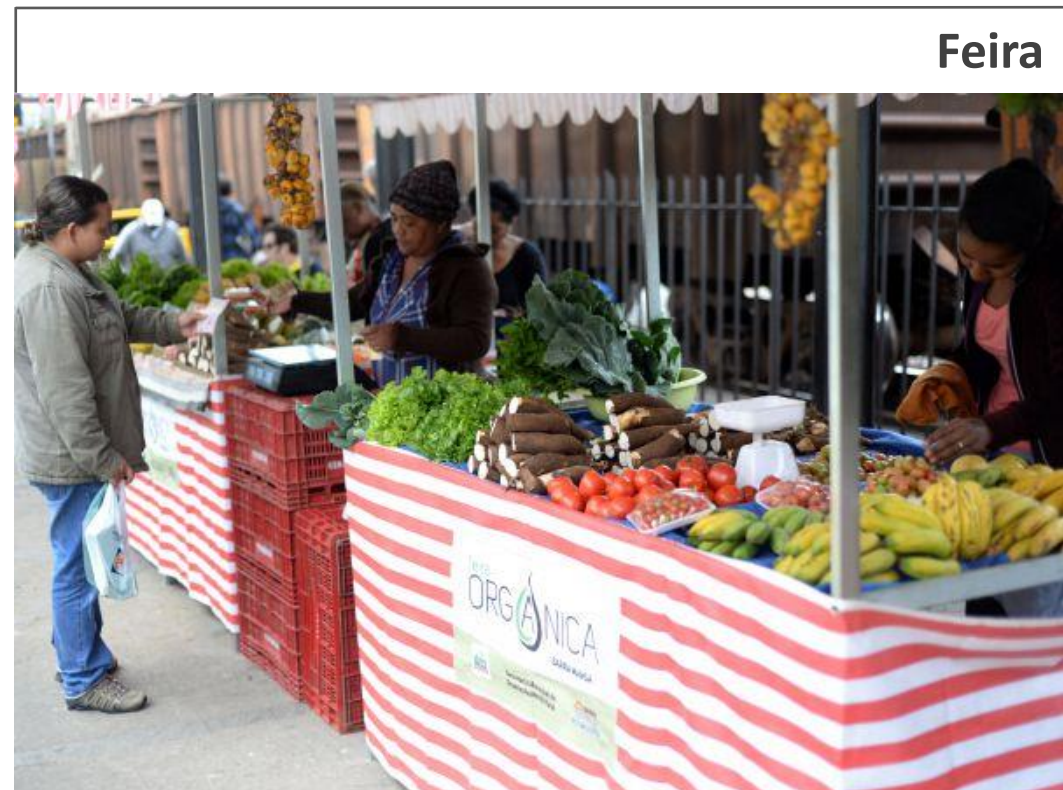
Lembra de ter visto o selo



55%

22%

Feira



Confiança no selo *Produto Orgânico Brasil*

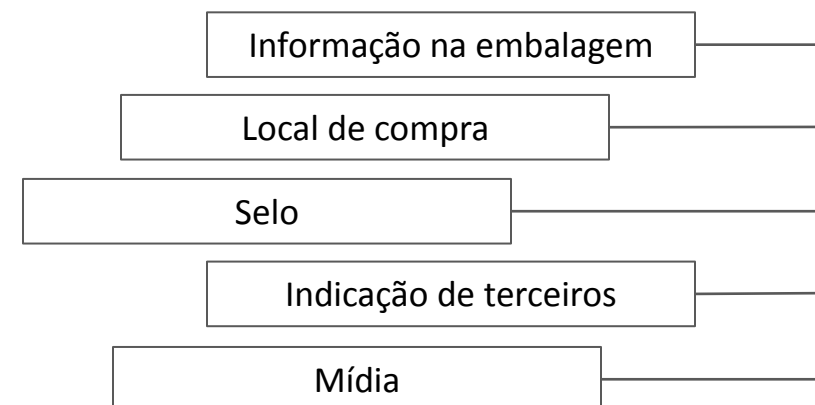
O selo obtém **grande confiança** dentre os consumidores de orgânicos: 86% declaram que o selo é mais confiável que outras fontes de informação sobre produtos orgânicos.

*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:



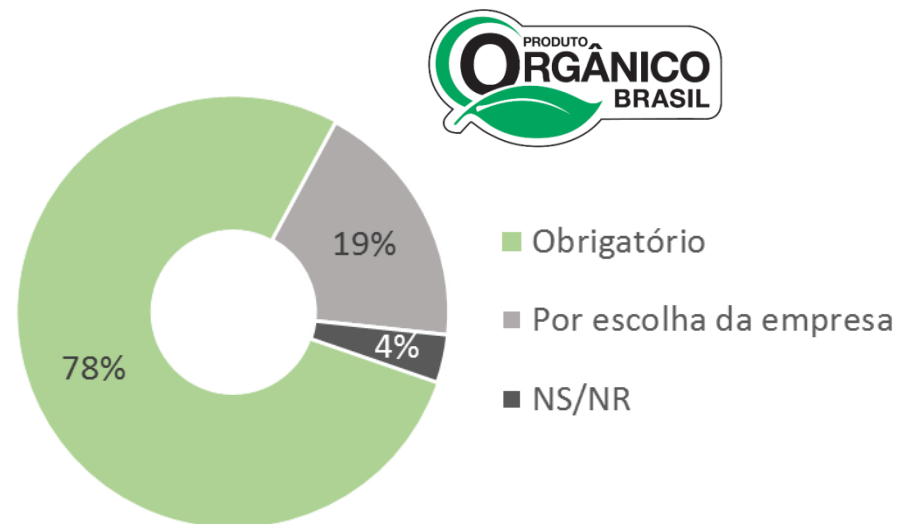
- Muito mais confiável
- Um pouco mais confiável
- Um pouco menos confiável
- Muito menos confiável
- NS/NR



Produto Orgânico Brasil: obrigatório ou voluntário?

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

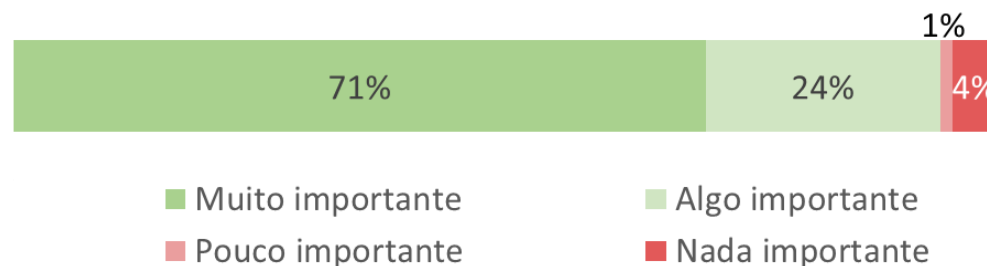
As empresas que usam esse selo fazem isso porque é obrigatório ou por escolha voluntária da própria empresa?



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?



Quais são 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%.

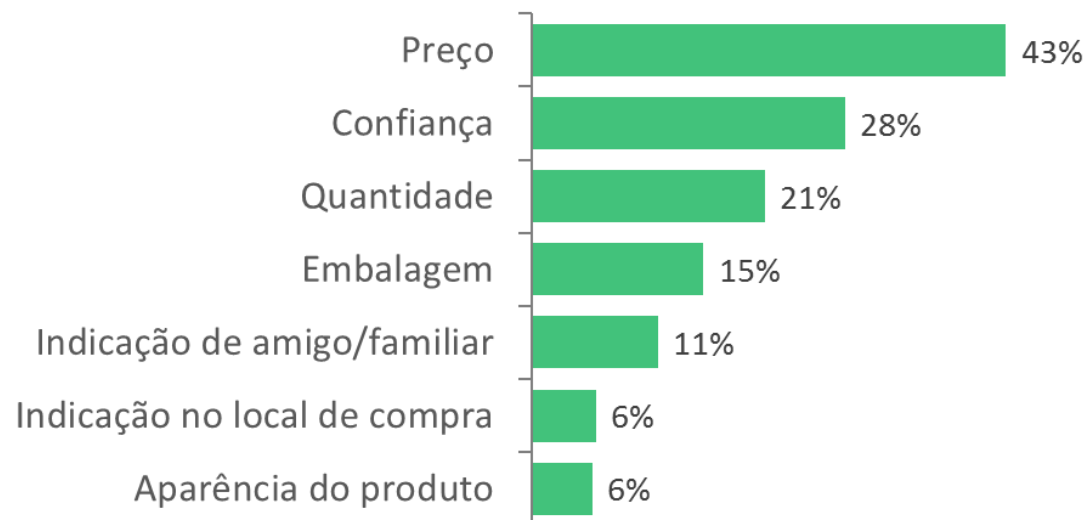
Quando você pensa em produtos orgânicos, qual é a primeira marca que lhe vêm à mente?



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.

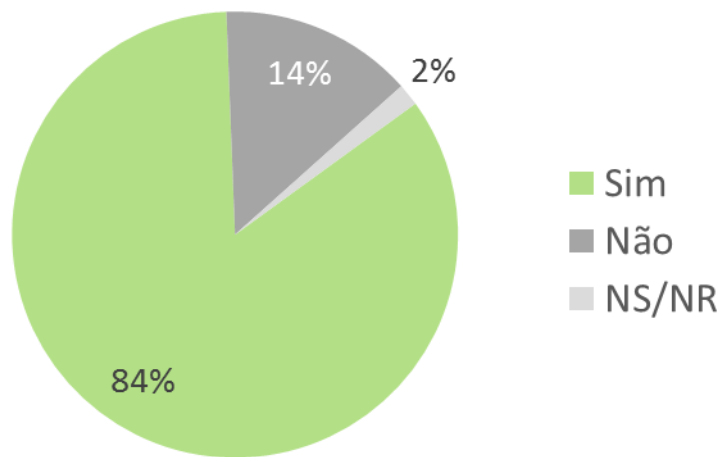
Dentre duas marcas de produtos orgânicos, como você escolhe qual marca comprar?



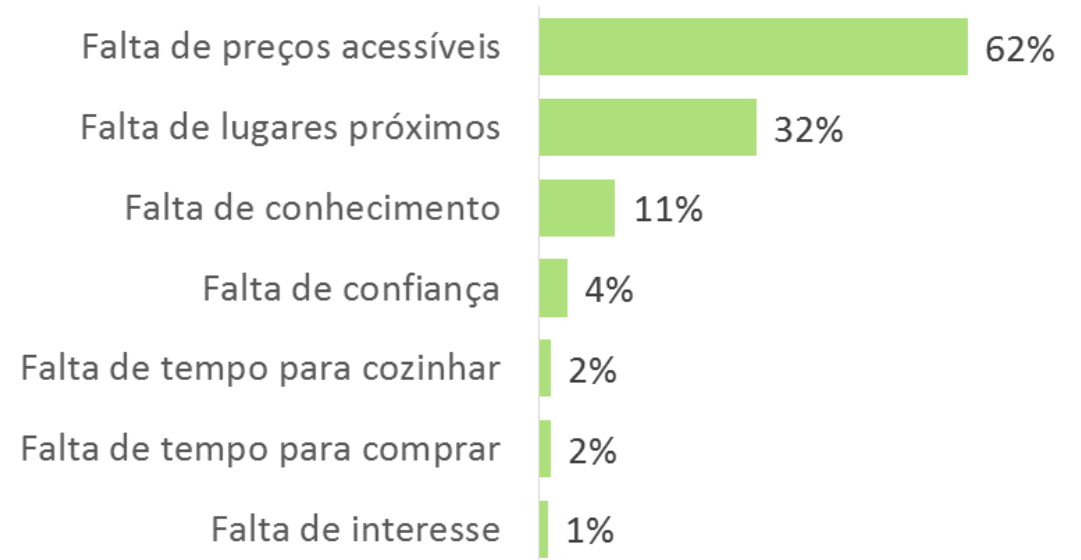
Disposição a aumentar o consumo de orgânicos

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?

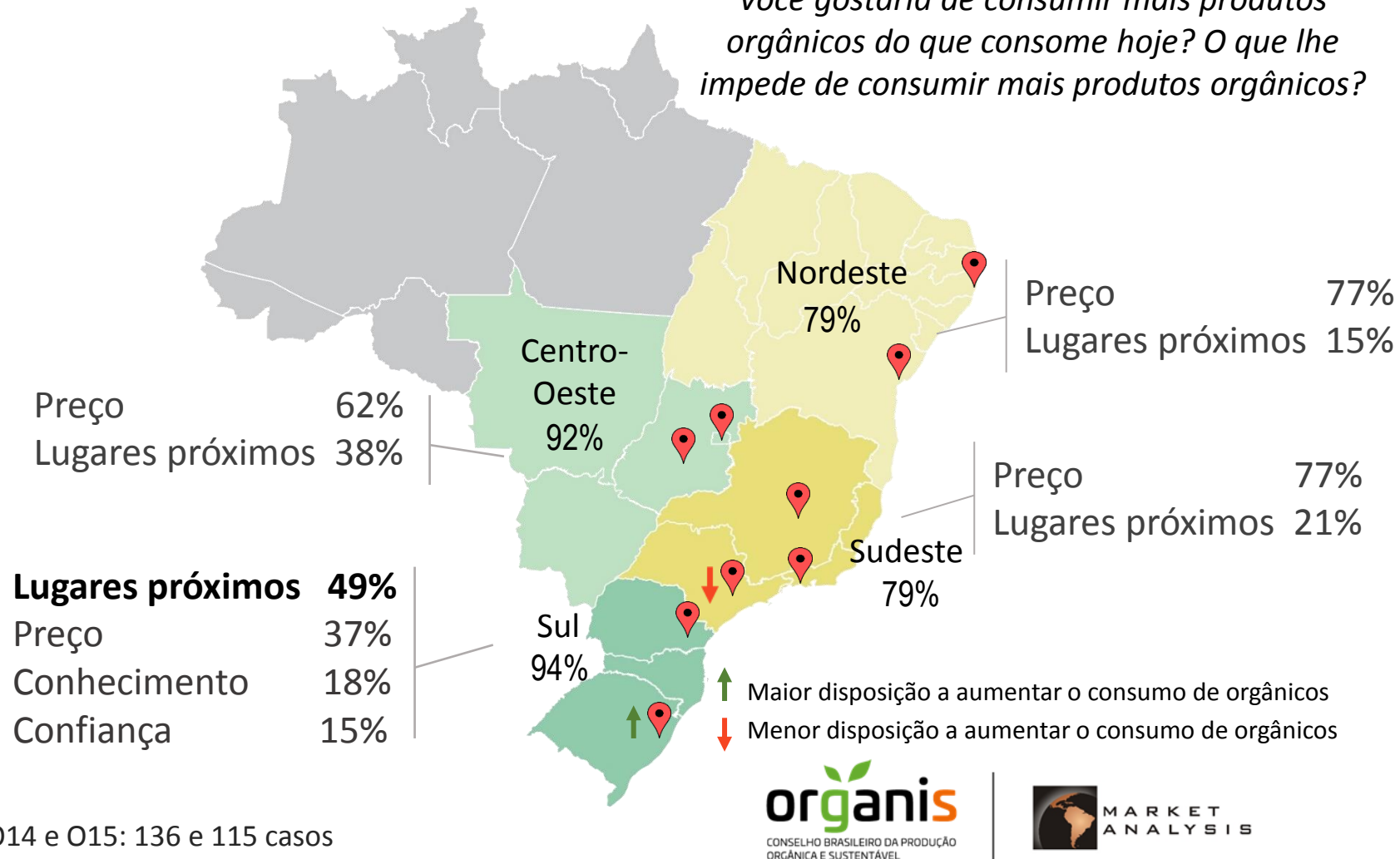


O que lhe impede de consumir mais produtos orgânicos?



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.

E a população que não consome orgânicos?



Barreiras ao consumo de orgânicos

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

Falta de preços acessíveis



Preços muito elevados são a principal barreira



Barreiras ao consumo de orgânicos

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

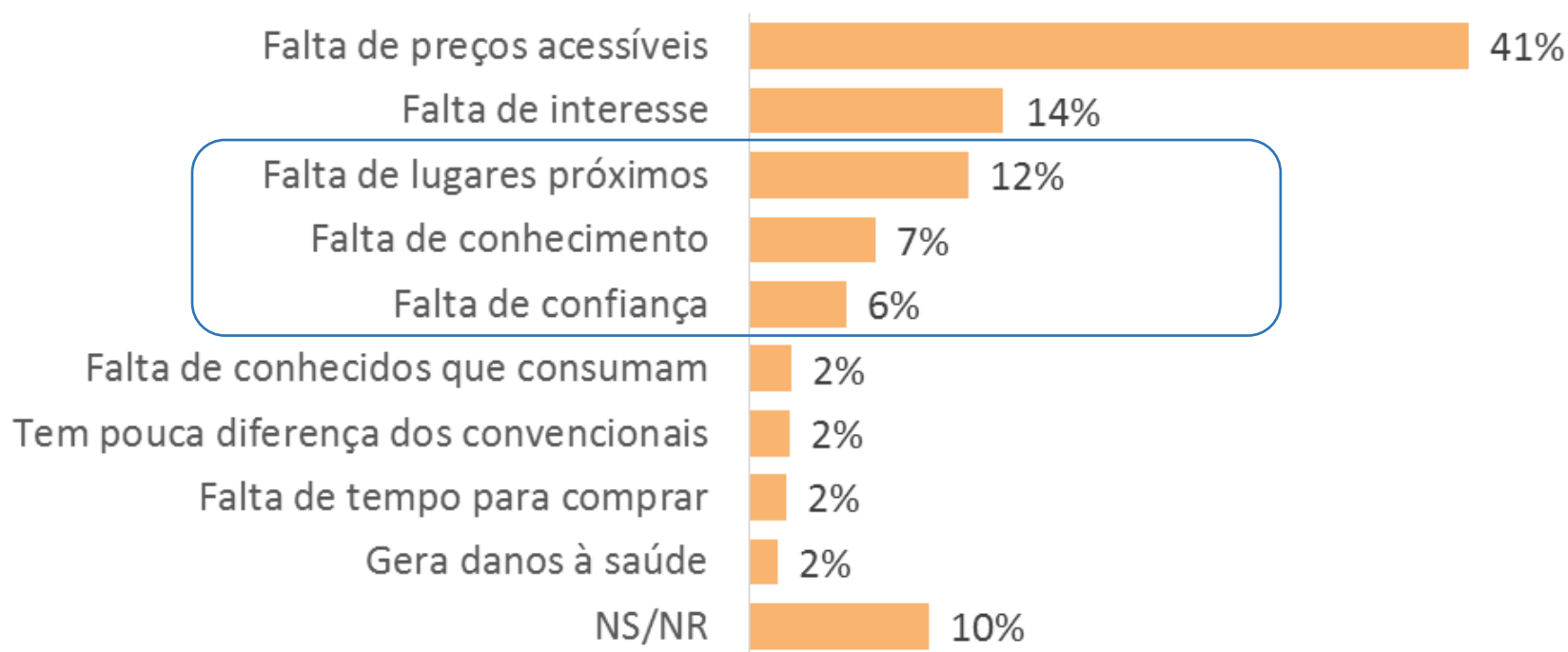


Outros simplesmente não tem interesse, revelando pouca problematização dos alimentos.



Barreiras ao consumo de orgânicos

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

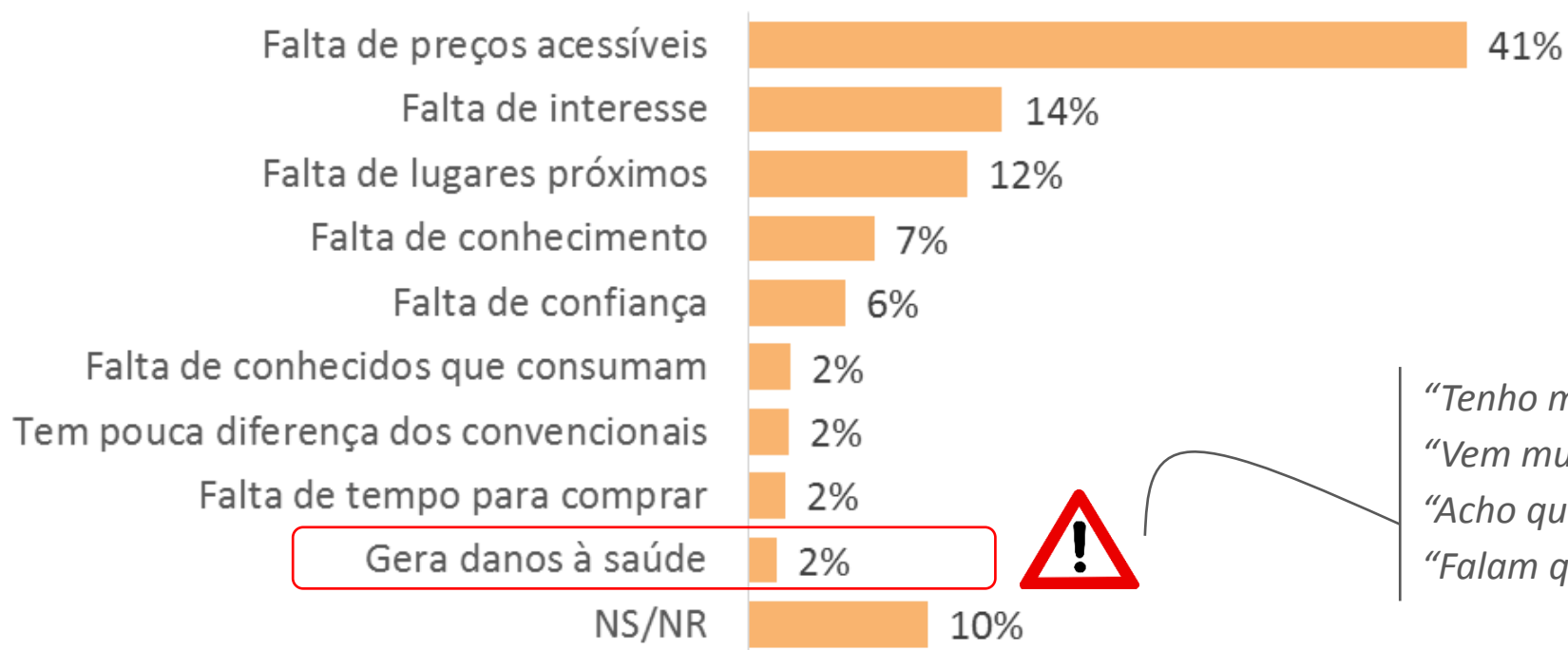


Fatores relativos à **falta de controle** pessoal percebido sobre a oferta formam uma terceira barreira.

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?

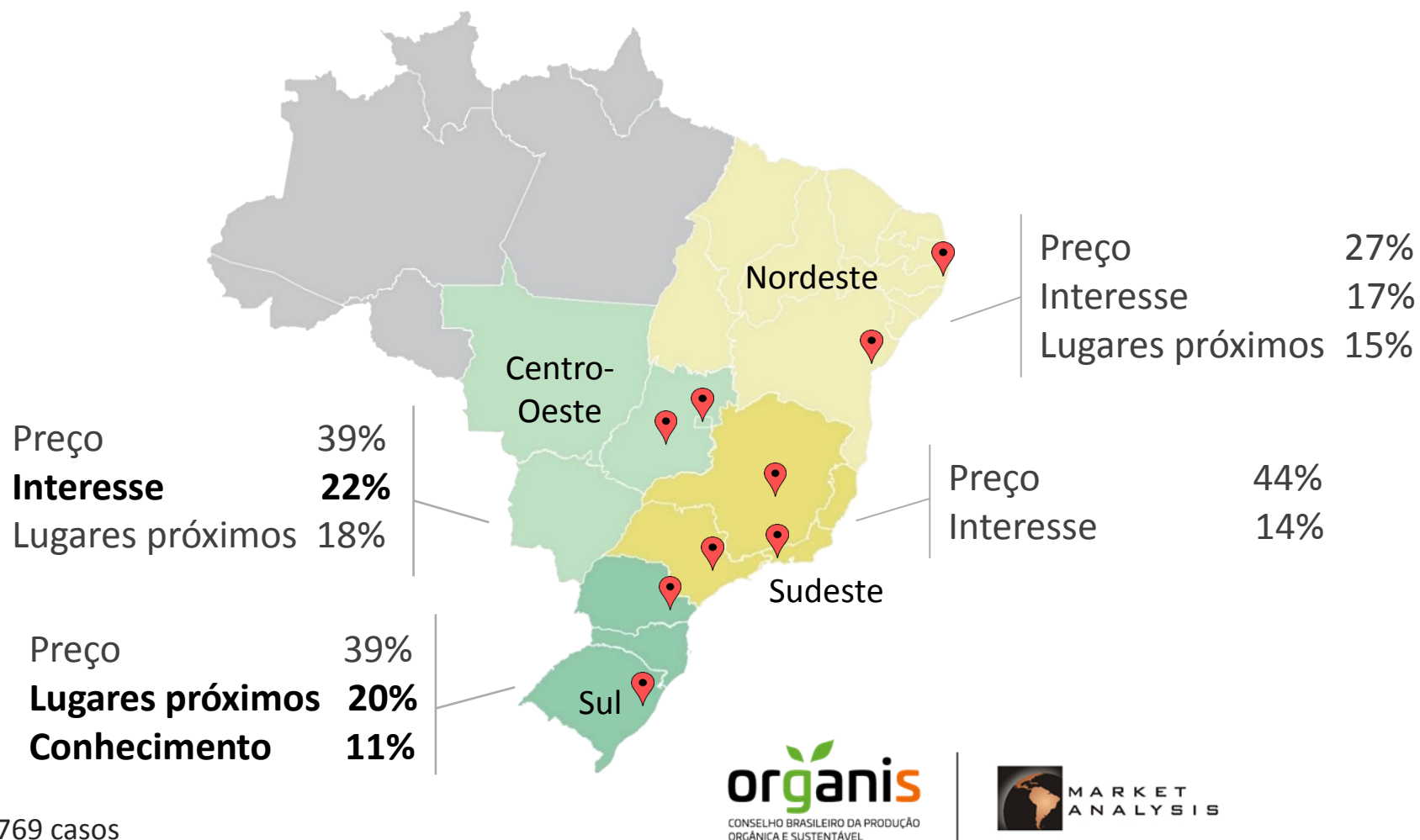


A falta de informação também se revela entre aqueles que citam que os alimentos orgânicos **“geram danos à saúde”**.

“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?

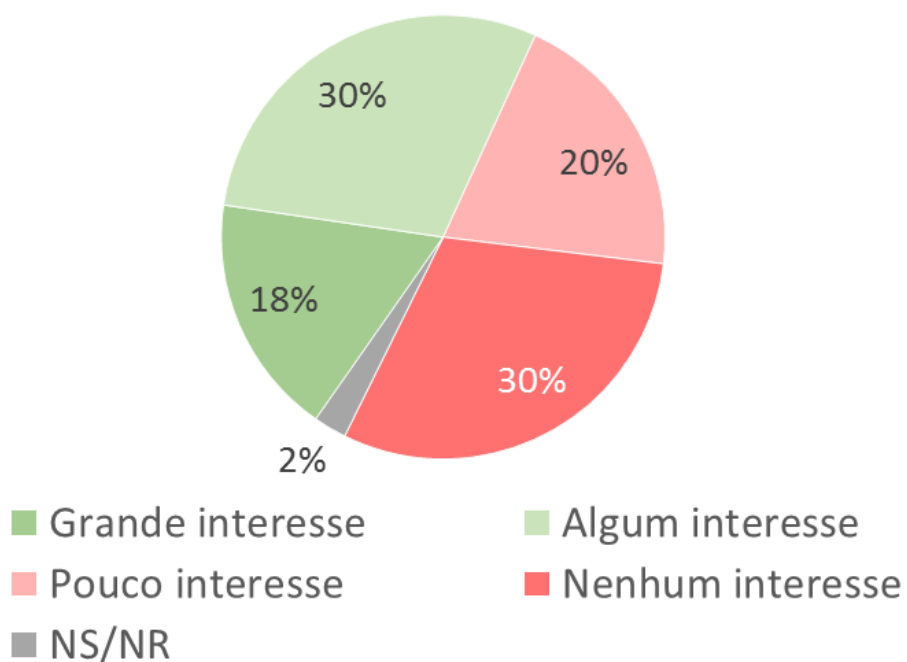


A falta de interesse é uma **barreira maior na região Centro-Oeste**.

No **Sul** se destaca a **difículdade 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?

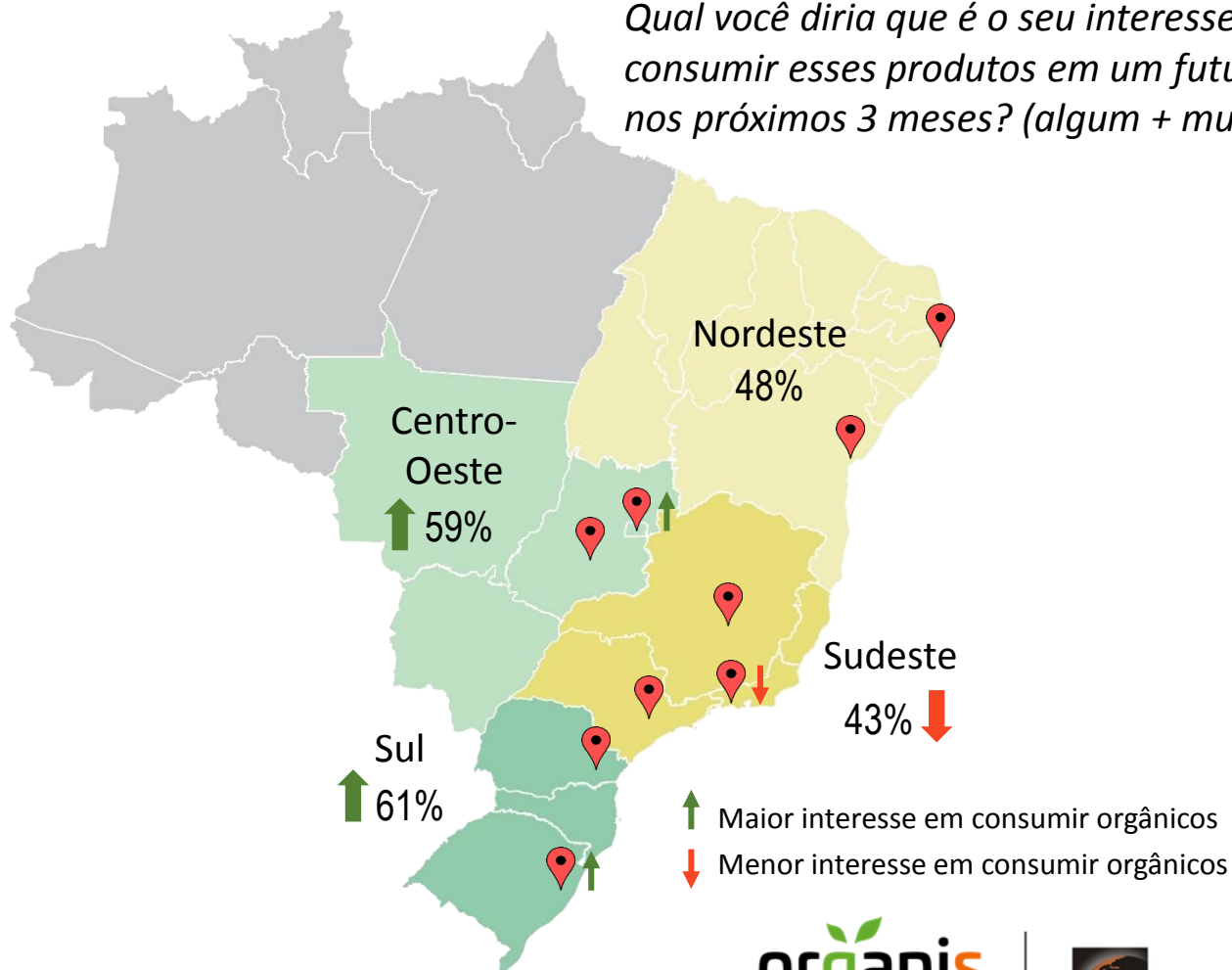


Metade da população possui pelo menos algum interesse em passar a consumir orgânicos.

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.

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.

O que vem pela frente?

Obrigada

Consumo de produtos orgânicos no Brasil

Primeira pesquisa nacional sobre o consumo de orgânicos

Para mais informações:

Michele Hartmann

michele@marketanalysis.com.br

Ming C. Liu

mingliu@organis.org.br

Uma parceria:



MARKET
ANALYSIS