



ATMOSFERA
ORGÂNICA

Panorama do consumo de orgânicos no Brasil

2023



Onde chegou e até onde pode chegar a Atmosfera Orgânica brasileira.

Os orgânicos continuam crescendo, conforme revelam os números desta quarta pesquisa nacional da [Organis](#), realizada pela [Brain](#) Inteligência Estratégica e viabilizada graças ao patrocínio da [BioBrazil Fair](#), [Mercado Diferente](#) e [QIMA IBD](#).

Mas, estamos certos de que essa nova bateria de informações exclusivas sobre os hábitos do consumidor em relação aos orgânicos será alicerce para avanços ainda mais significativos, a partir dos diagnósticos atualizados, completos e confiáveis que coloca à disposição dos diversos atores do mercado.

Agradecemos em nome dos nossos associados, e do mercado orgânico em geral, a todos que tornaram possível a realização de um projeto desse porte, que movimenta profissionais do mais alto gabarito, cada um deles agregando os seus diferenciais de conhecimento, técnica e inteligência.

Esse Panorama do Consumo de Orgânicos no Brasil é seu, é nosso, é de todos que a partir dele vão ter uma significativa base de dados para expandir ainda mais a nossa Atmosfera Orgânica e tudo que ela significa de vida, transformação e prosperidade.

Boa leitura.

Cobi Cruz

Diretor da **Organis**

Associação de Promoção dos Orgânicos





Associação de Promoção dos Orgânicos

Organis é a associação que promove, desenvolve e representa a cadeia produtiva de orientação orgânica, natural e sustentável.

Sua presença constante nos mais diversos meios de comunicação fortalece as marcas associadas junto ao consumidor, ampliando a inserção qualificada e competitiva dos orgânicos no mercado.

Suas ações incluem, entre muitas outras:

- conquista de espaços na mídia
- presença destacada nas grandes feiras nacionais
- defesa dos interesses e conceitos orgânicos junto a entidades do comércio, indústria e poder público
- parcerias estratégicas
- representação nos conselhos de importantes instituições
- criação e divulgação de conteúdo original com temáticas voltadas ao marketing, à ciência, à pesquisa e à inovação



Inteligência de mercado e pesquisa estratégica

A Brain Inteligência Estratégica é uma empresa de pesquisa e consultoria em negócios, com atuação nacional destacada em Mercado Imobiliário, Pesquisa de Bens e Serviços e Estratégia Empresarial.

Desde 2003 vem entregando inteligência para as organizações, por meio de consultorias sob medida e foco na geração clara e tangível de valor para o cliente.

Objetivos

1

Realizar pesquisa quantitativa para avaliação do consumo de produtos orgânicos no Brasil

2

Identificar o perfil do público consumidor de orgânicos

3

Avaliar os produtos e conceitos mais associados a orgânicos

4

Avaliar os critérios de escolha de produtos orgânicos como: marcas, lojas, embalagem, entre outros

5

Levantar a disposição para o consumo de orgânicos em um futuro próximo

Especificações técnicas da pesquisa

Técnica

Pesquisa realizada a partir de entrevistas pessoais e individuais com utilização de questionário estruturado e duração média de 14 minutos.

A abordagem ocorreu em pontos de fluxo populacional.

O período de coleta ocorreu entre os dias 19 de abril a 10 de maio de 2023.

Universo

População brasileira, responsável pela compra de itens de supermercado da residência, com 18 anos ou mais, residente nos municípios selecionados para compor a amostra.

Amostra

A pesquisa foi realizada em duas etapas, a primeira delas com objetivo de revelar a penetração do consumo de produtos orgânicos no Brasil. Nesta fase geral, com 1.000 entrevistas, 360 entrevistados declararam ser consumidores de orgânicos.

Para aprofundar em detalhes as peculiaridades do grupo específico, fizemos uma segunda rodada de consultas, desta vez com foco apenas nesse público, envolvendo 400 consumidores de orgânicos dos mesmos municípios.

Nível de confiança e margem de erro

A amostra selecionada é estatisticamente significativa do universo em estudo e atinge um nível de confiança de 95% para uma margem estimada de erro, considerando uma amostra aleatória simples, de aproximadamente 2,8 pontos percentuais para mais ou para menos sobre os resultados gerais.

A MAIOR FEIRA DE PRODUTOS ORGÂNICOS DA AMÉRICA LATINA!



BIOBRAZIL FAIR

BIOFACH AMERICA
LATINA

into organic

17ª FEIRA INTERNACIONAL DE PRODUTOS ORGÂNICOS
E AGROECOLOGIA



A **BIO BRAZIL FAIR | BIOFACH AMERICA LATINA** é a maior feira em toda a América Latina e o principal evento gerador de negócios, tendências mundiais e fomentadora de novos hábitos de compra e consumo, reunindo produtores, indústria, lojistas, profissionais do setor, profissionais da saúde e consumidores finais em um só lugar.



@biobrazilnaturaltech | #biobrazilfair

www.biobrazilfair.com.br

DI#ERENTE

Conheça a foodtech que **democratiza o acesso à alimentação saudável** com orgânicos 'diferentões'

Com pouco mais de um ano, a Diferente utiliza tecnologia própria para evitar o desperdício de alimentos e estimular o consumo saudável

A Diferente é uma foodtech que vende, em formato de assinatura, frutas, verduras e legumes que **não chegam aos grandes varejos por estarem fora de um padrão estético.**

Para isso, a empresa compra diretamente dos produtores e revende aos consumidores com **preços até 40% mais baratos do que a concorrência** – tanto de mercados tradicionais quanto os online. Cada cesta pode conter de 20 a 50% dos itens "diferentões", mas sempre **tudo orgânico.**



30% de tudo que é produzido na agricultura orgânica é **descartado** entre a colheita e a gôndola do mercado.

70% deles são rejeitados por estarem meio fora do padrão. Absurdo né?!

COMO FUNCIONA O MODELO DE NEGÓCIO DA STARTUP

- Acesse www.mercadodiferente.com.br
- Insira seu CEP e clique em **COMEÇAR**
- Escolha o melhor **dia e período** para receber
- Selecione um modelo de cesta e **edite as quantidades de porções** pra deixar na sua medida
- Finalize a compra, e na área do cliente informe suas **preferências e restrições**
- Pronto!
Logo você receberá sua cesta **na porta de casa.**

Q I M A I B D

Garantindo a produção sustentável e orgânica do campo à mesa

Cadeia de fornecimento sustentável

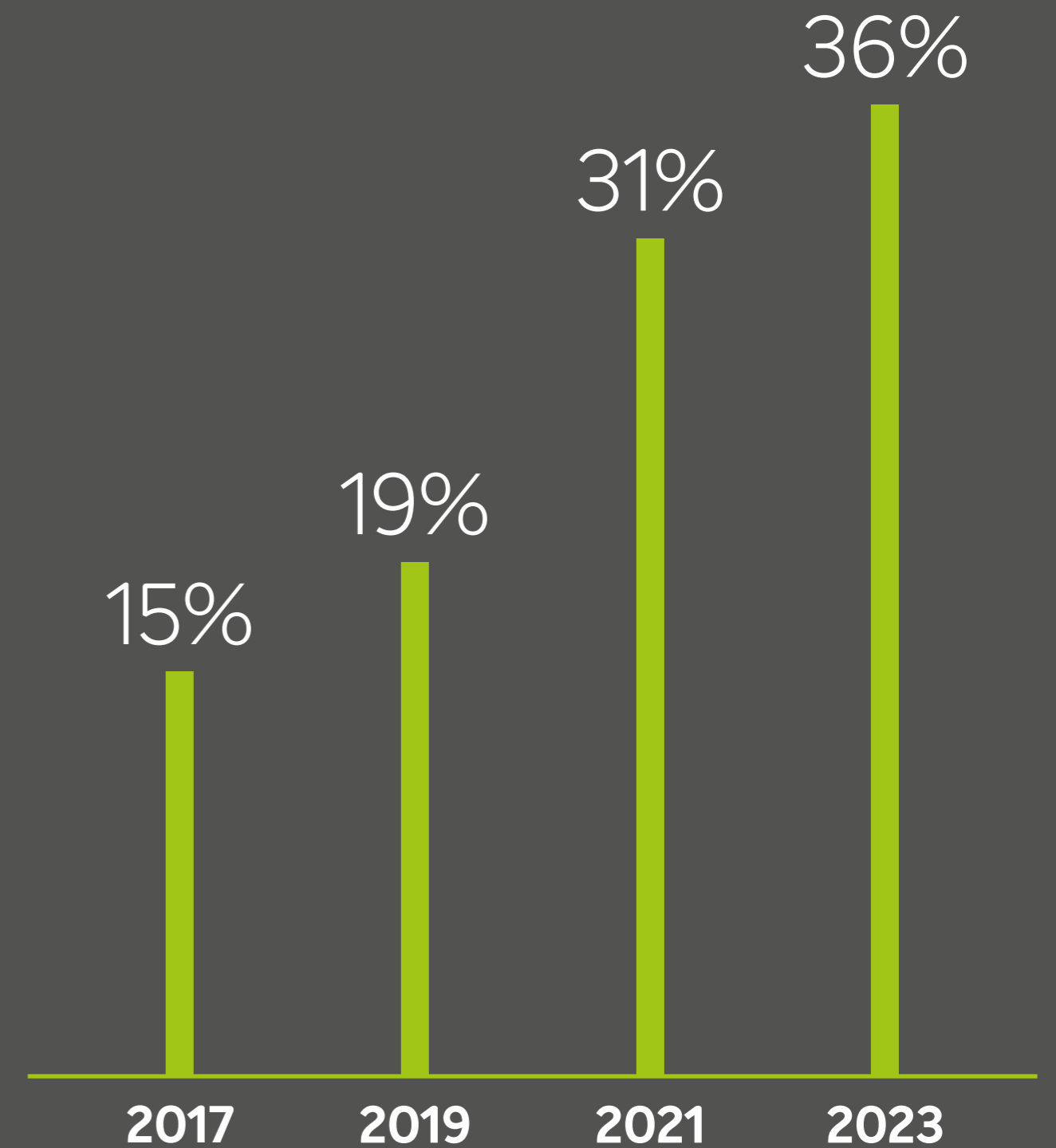


Bem-estar Animal

Livre de Antibióticos

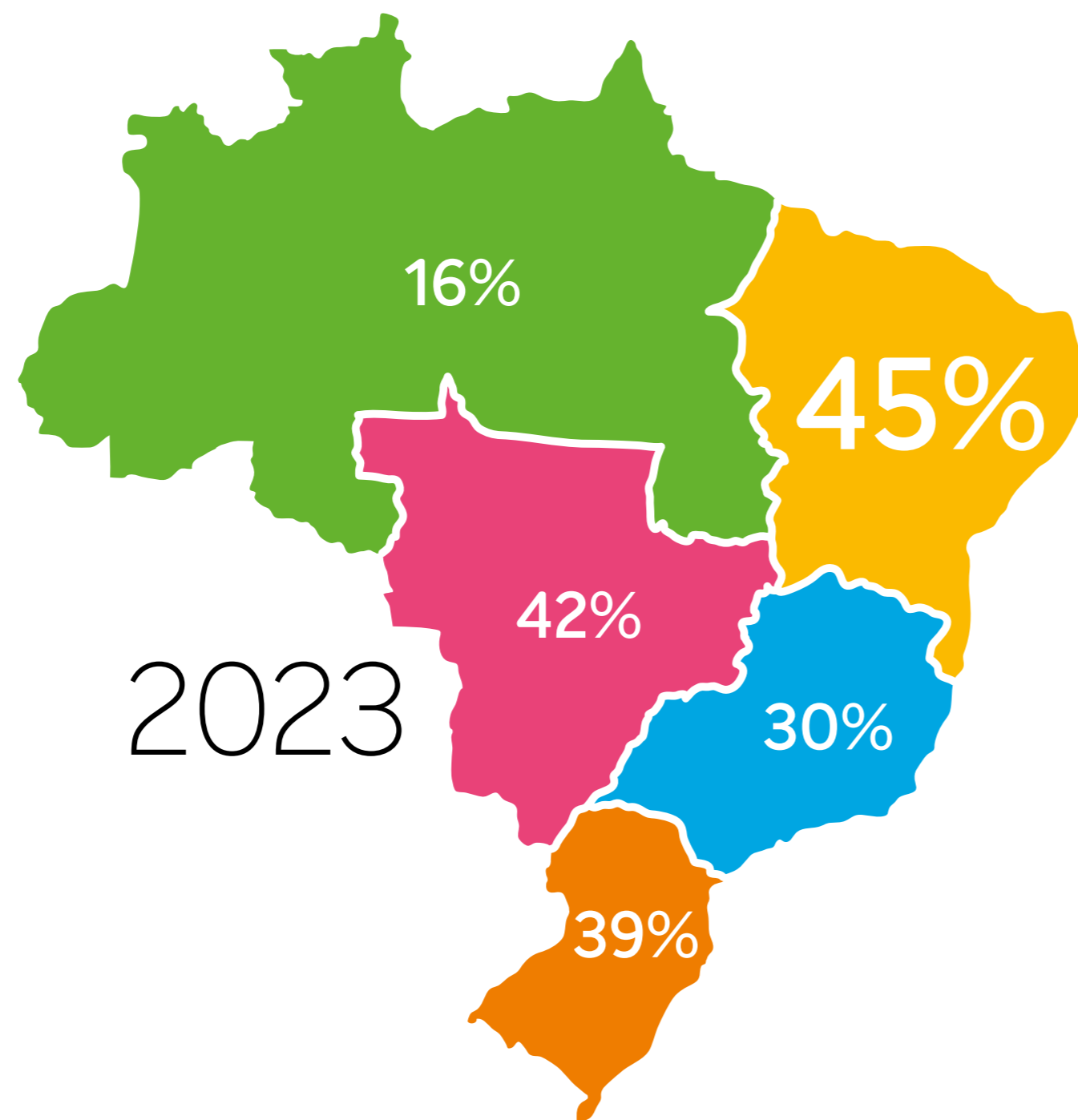
14 3811 9800 | food@qima.com

Consumiu produtos orgânicos nos últimos 30 dias?

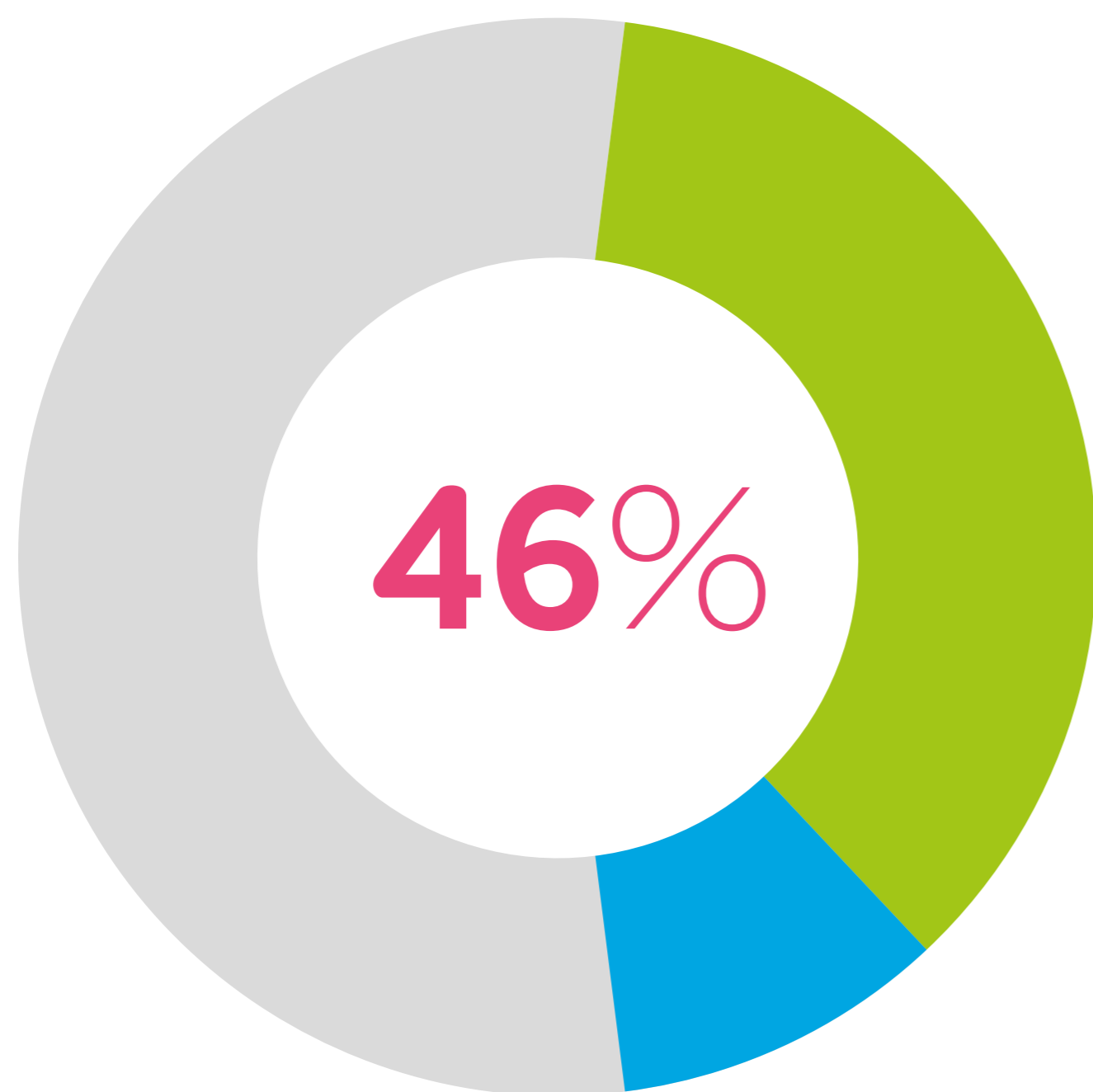


Consumo de produtos orgânicos nos últimos 30 dias

Por região - Comparativo 2023 - 2021



Consumiu produtos orgânicos nos últimos seis meses?

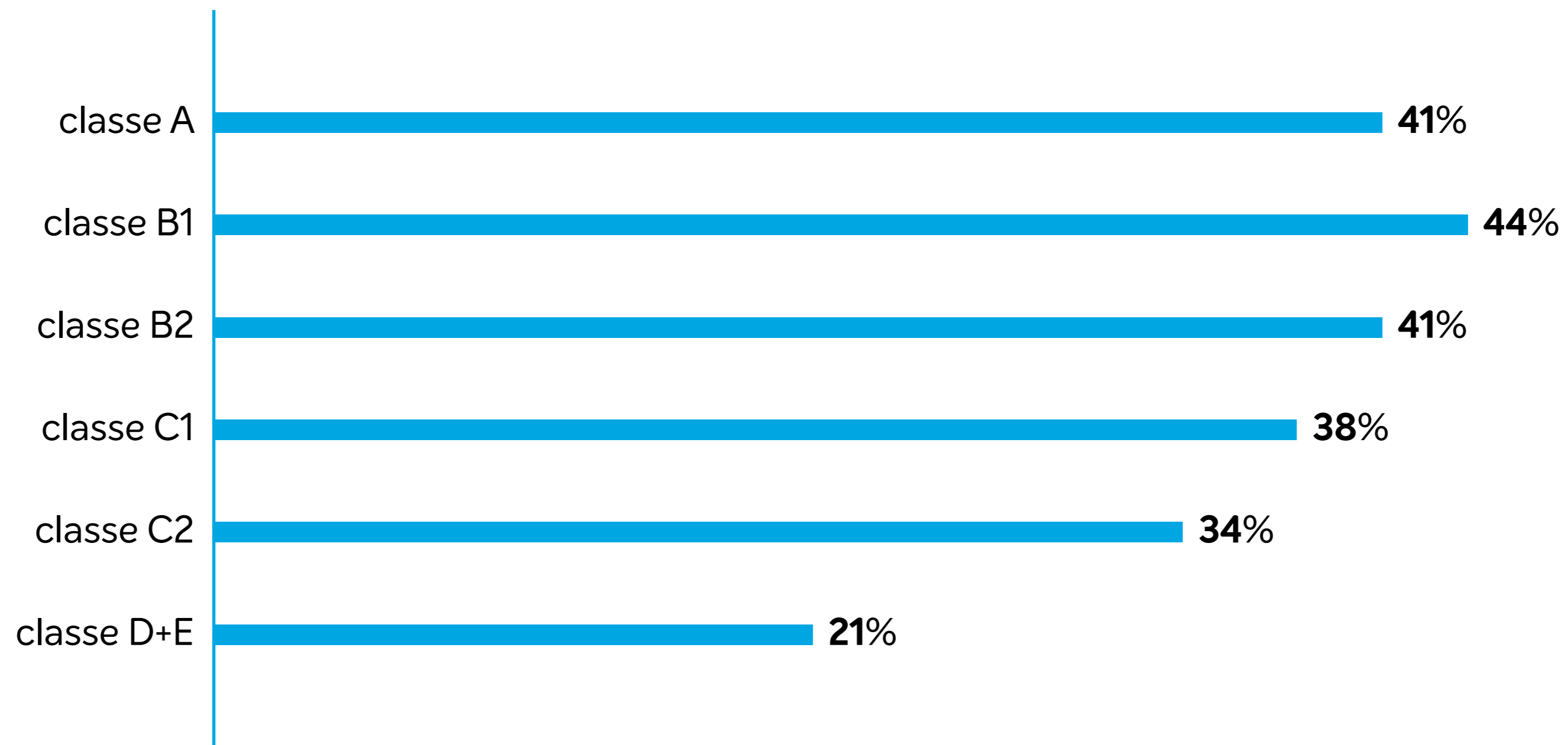


36% sim
últimos 30 dias

10% sim
últimos seis meses

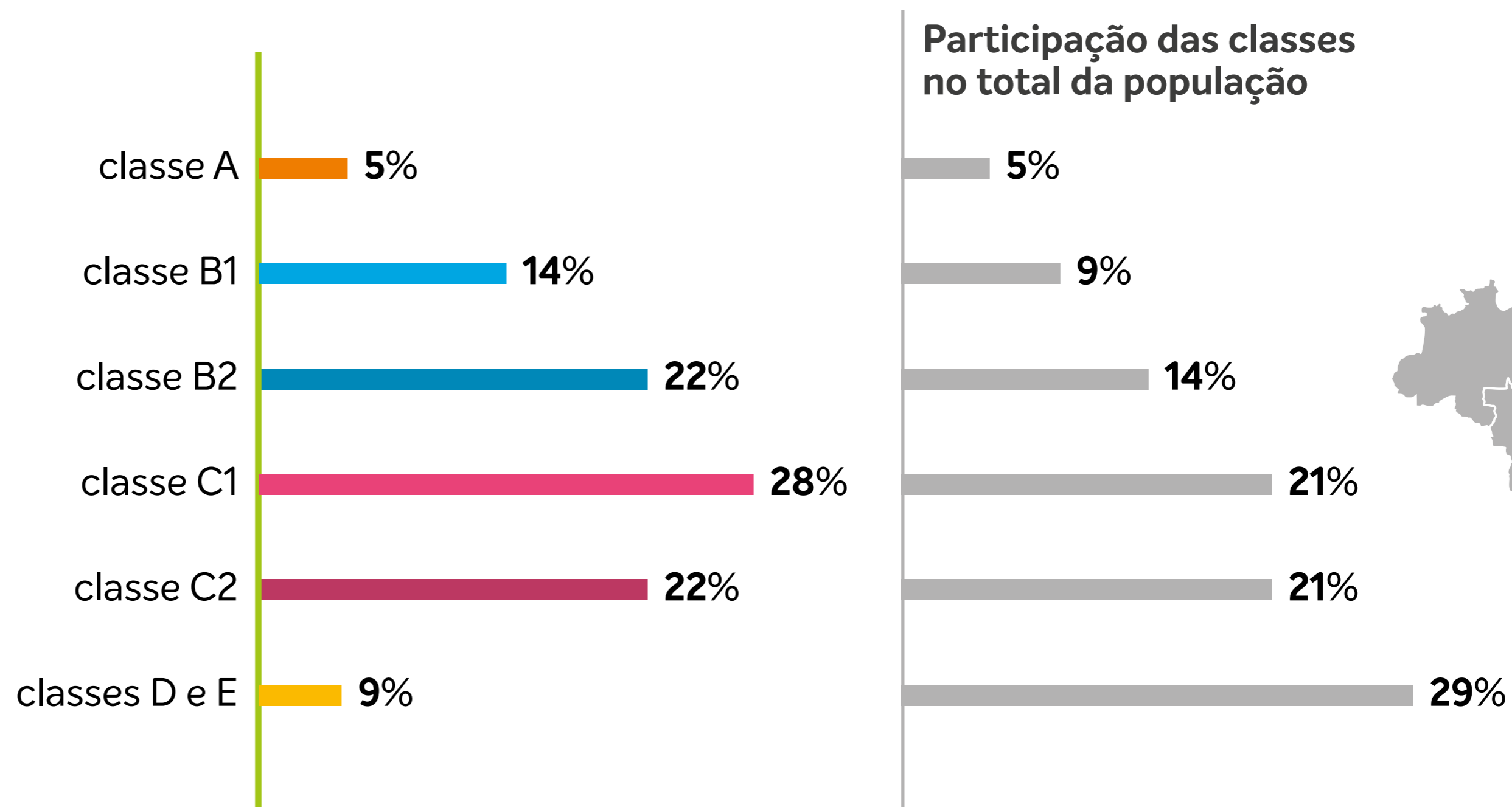
Consumo de produtos orgânicos nos últimos 30 dias

Por classe social



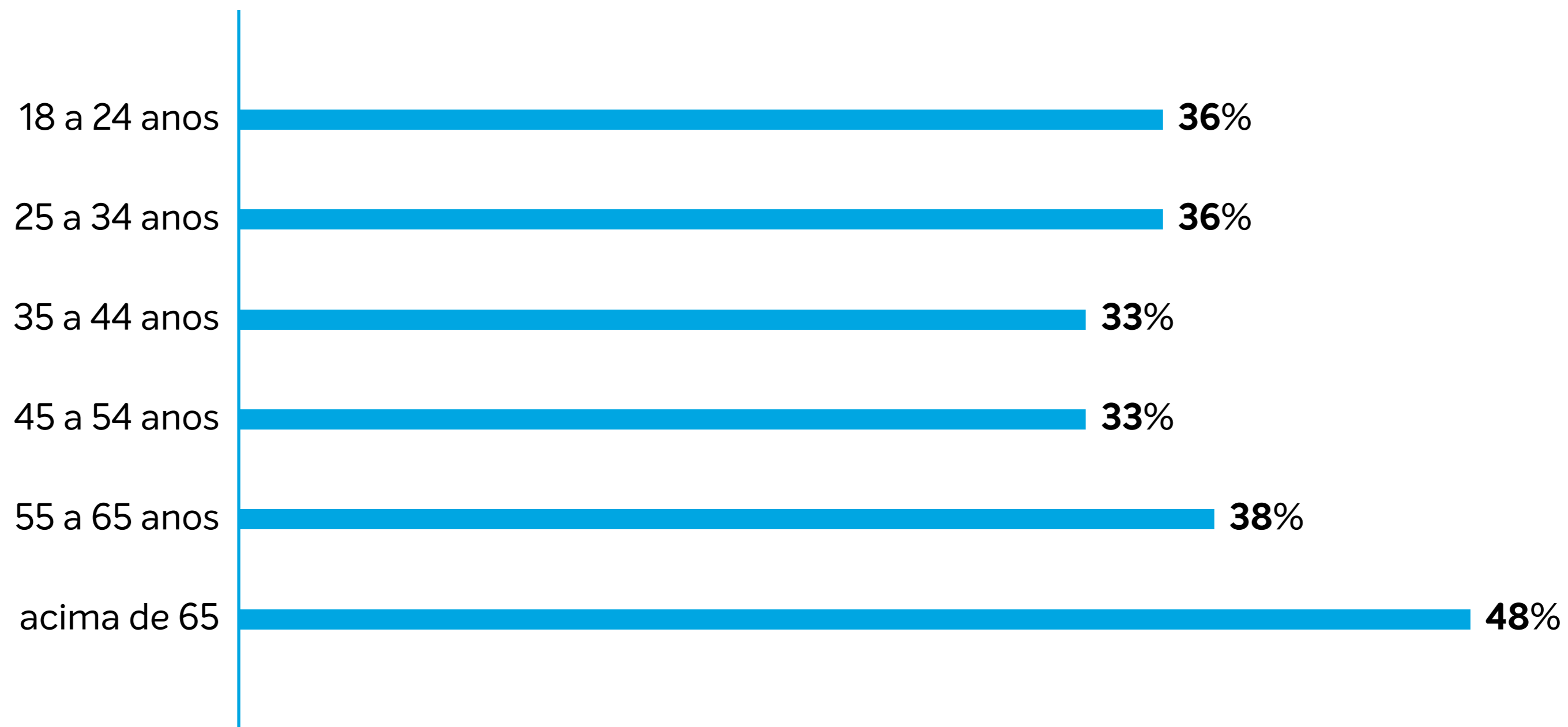
Consumo de produtos orgânicos nos últimos 30 dias

Distribuição dos 36% que consomem produtos orgânicos por classe social



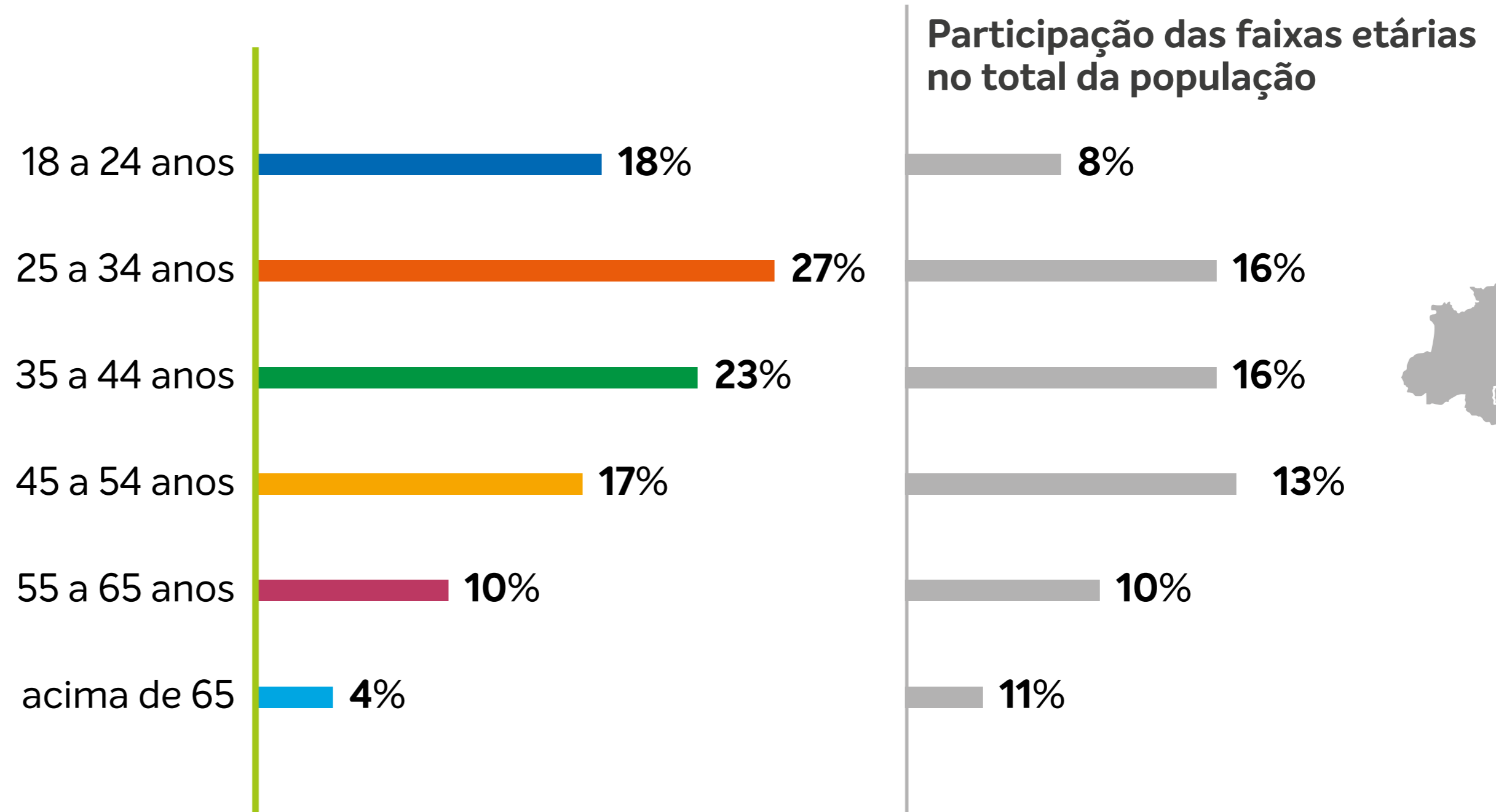
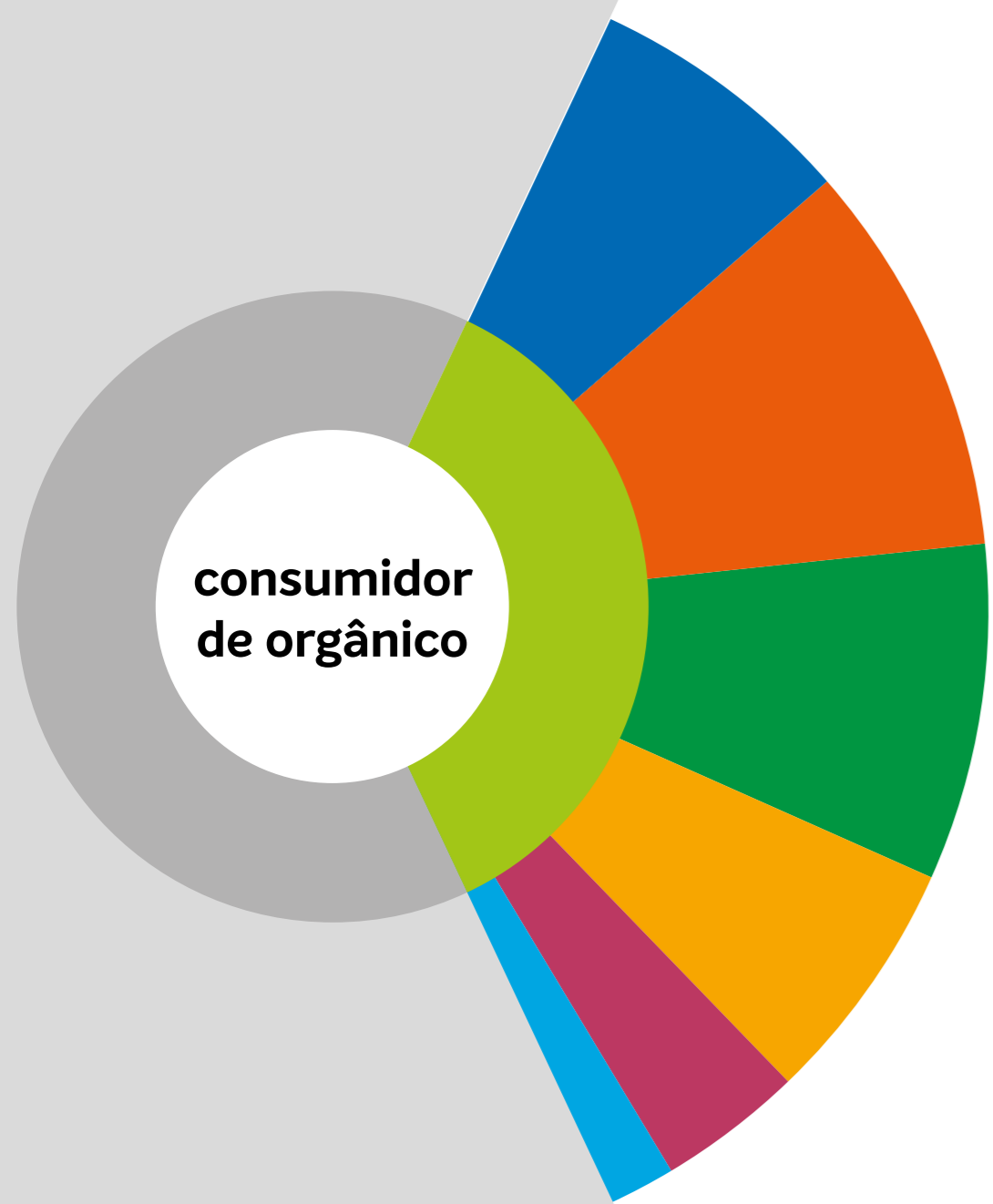
Consumo de produtos orgânicos nos últimos 30 dias

Por faixa etária



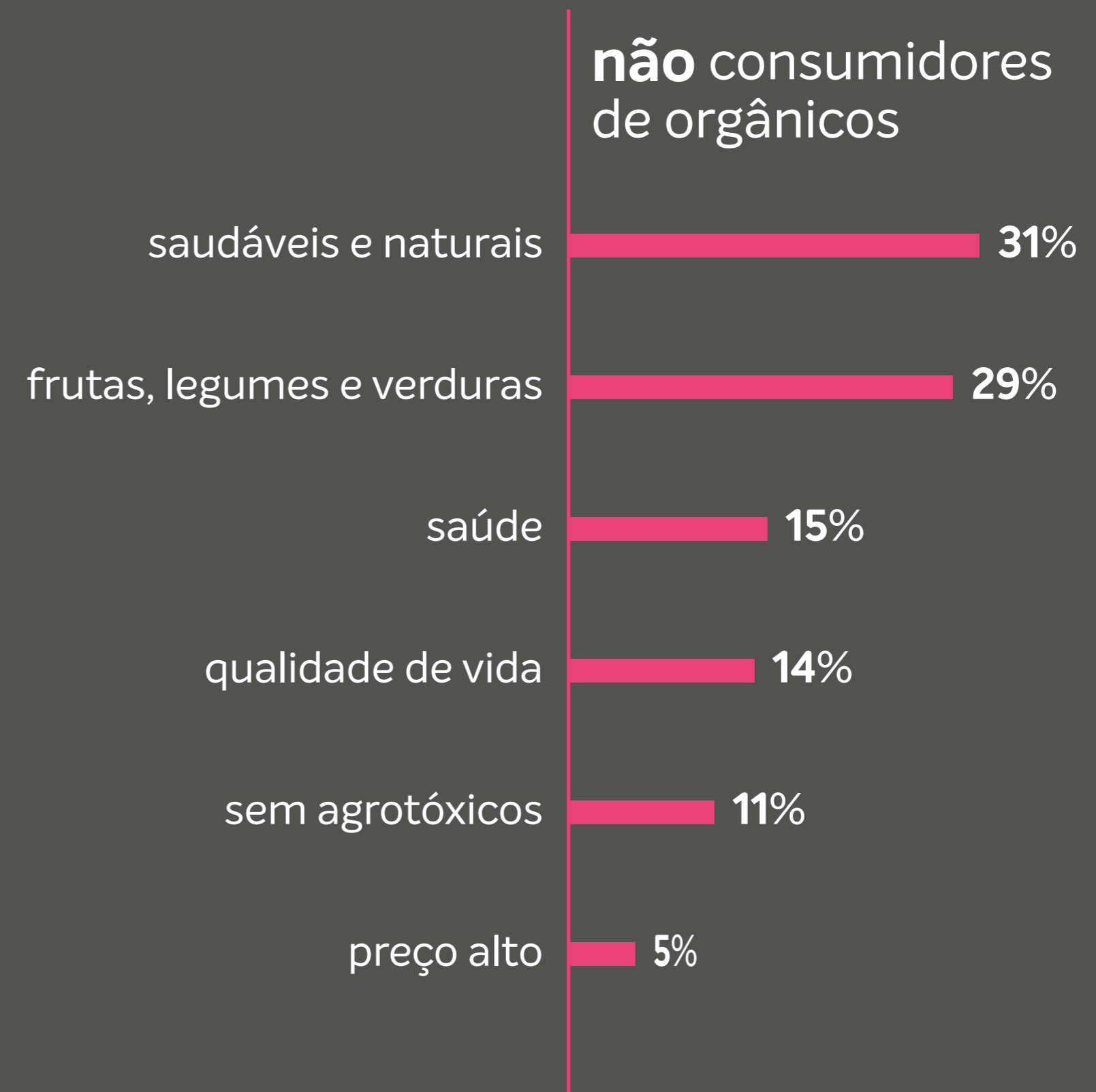
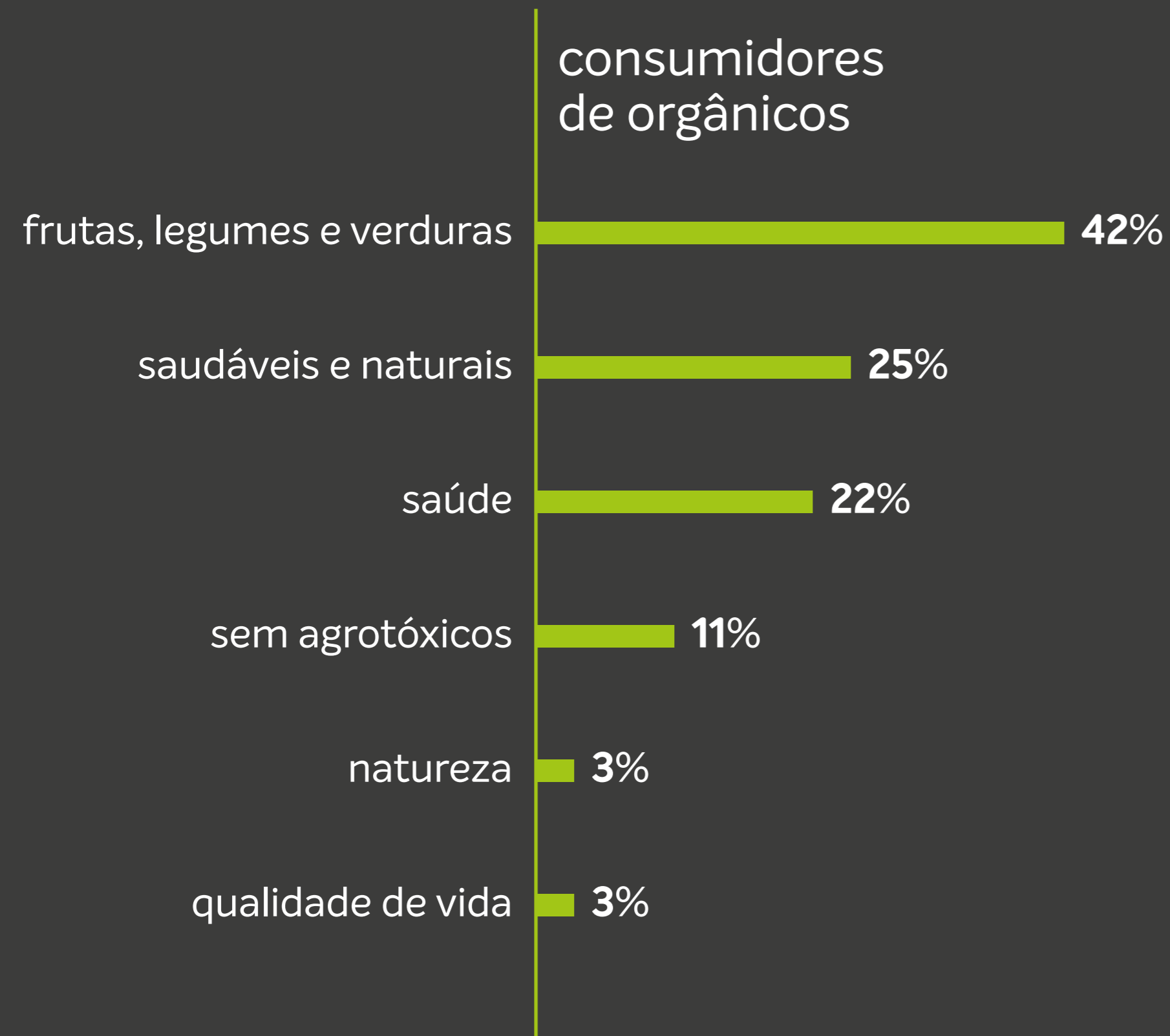
Consumo de produtos orgânicos nos últimos 30 dias

Distribuição dos 36% que consomem produtos orgânicos por faixa etária

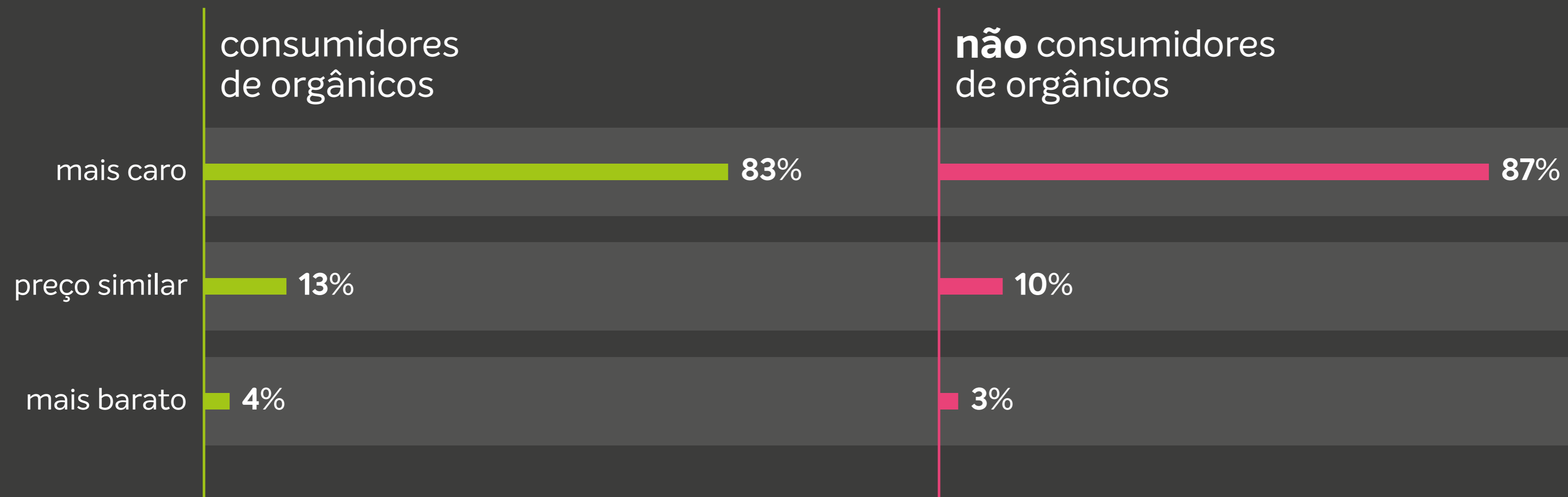


A primeira coisa que pensa ao ouvir falar de produto orgânico

respostas múltiplas



Como você avalia os preços dos produtos orgânicos em comparação aos produtos não orgânicos?



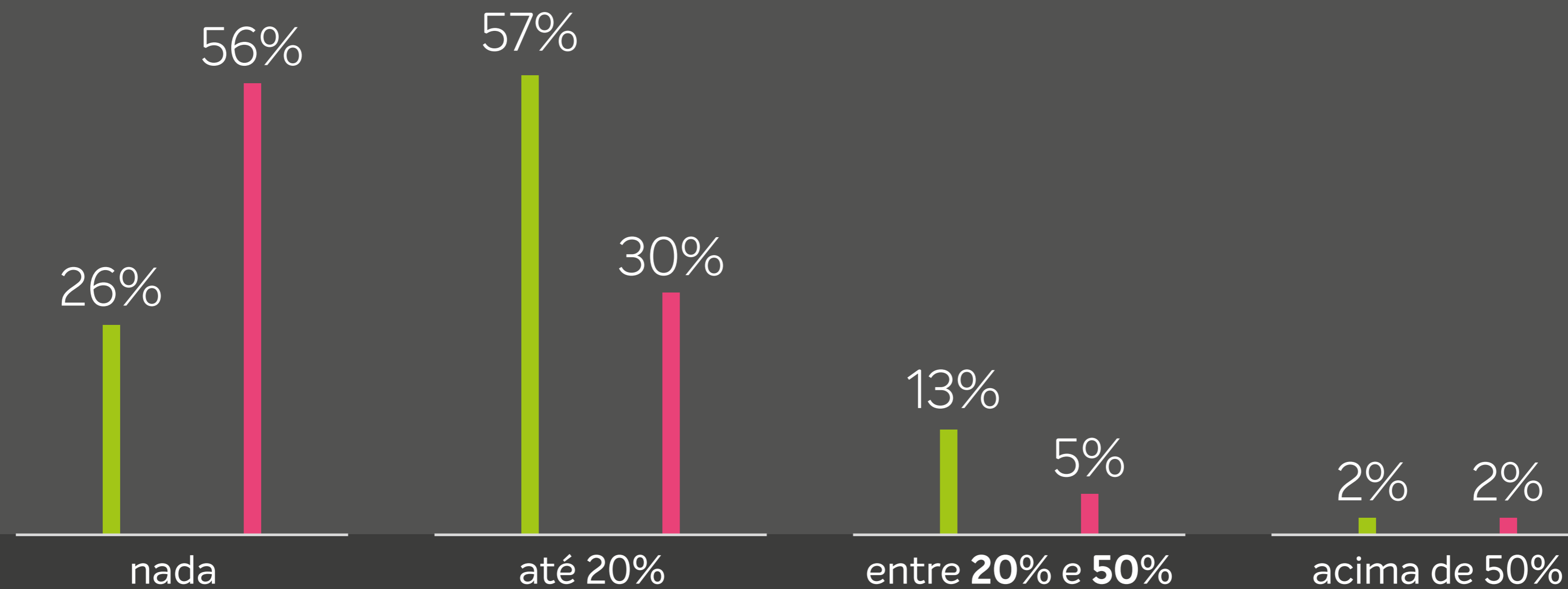
Para os que consideram produto orgânico mais caro:
Acredita que a diferença de preços
nos produtos orgânicos é justificada?



**justificativa para quem
respondeu sim**

- produção sem agrotóxico
- qualidade do produto
- cuidado no cultivo
- custo da produção
- produção mais lenta
- produção menor
- produto saudável
- qualidade da produção
- tratamento de como é conservado o produto

Quanto estaria disposto a pagar a mais por um produto orgânico?



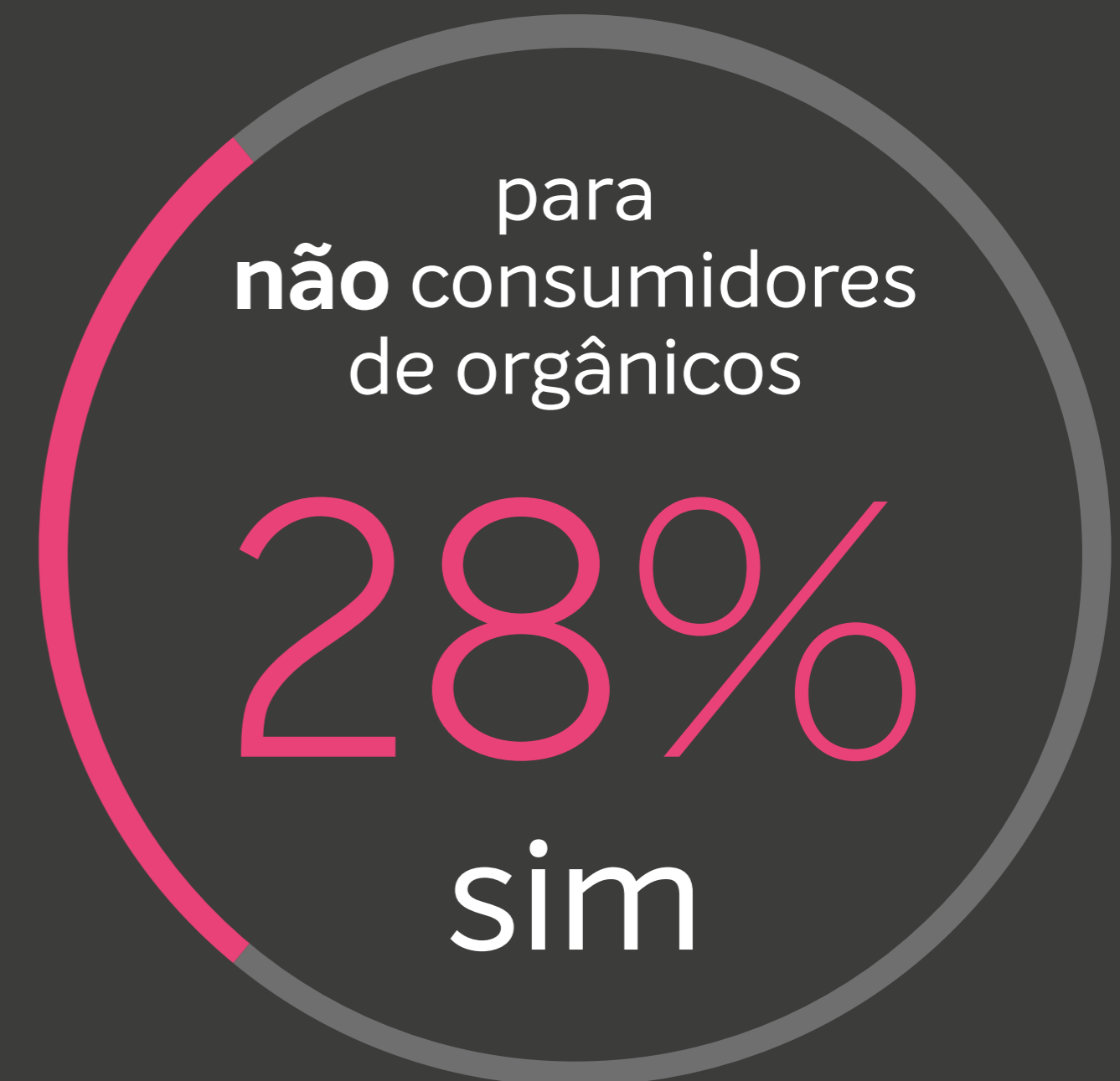
■ consumidor de orgânicos
■ não consumidor de orgânicos

O tipo de embalagem é um fator decisivo na compra?

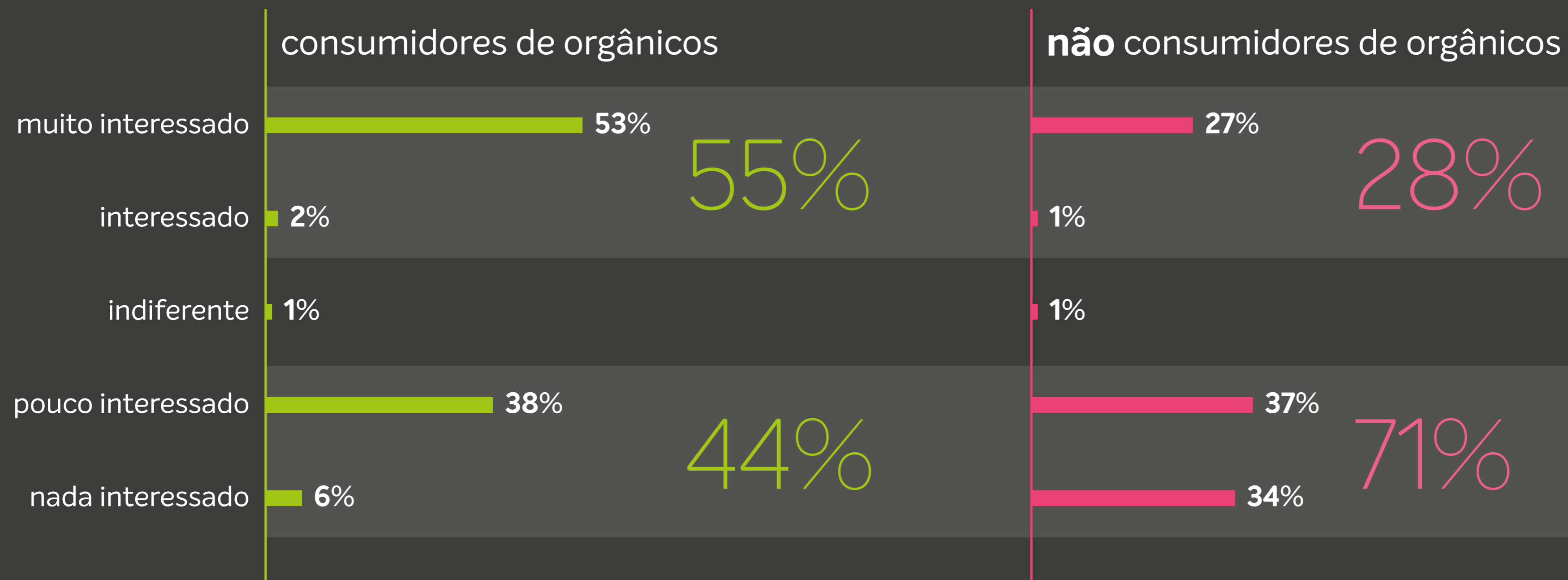
Procura comprar produtos de empresas que se preocupam com o tipo de embalagem.

Que não seja nociva à saúde e ao meio ambiente.

Que possa ser reciclada, retornável ou que tenha logística reversa.

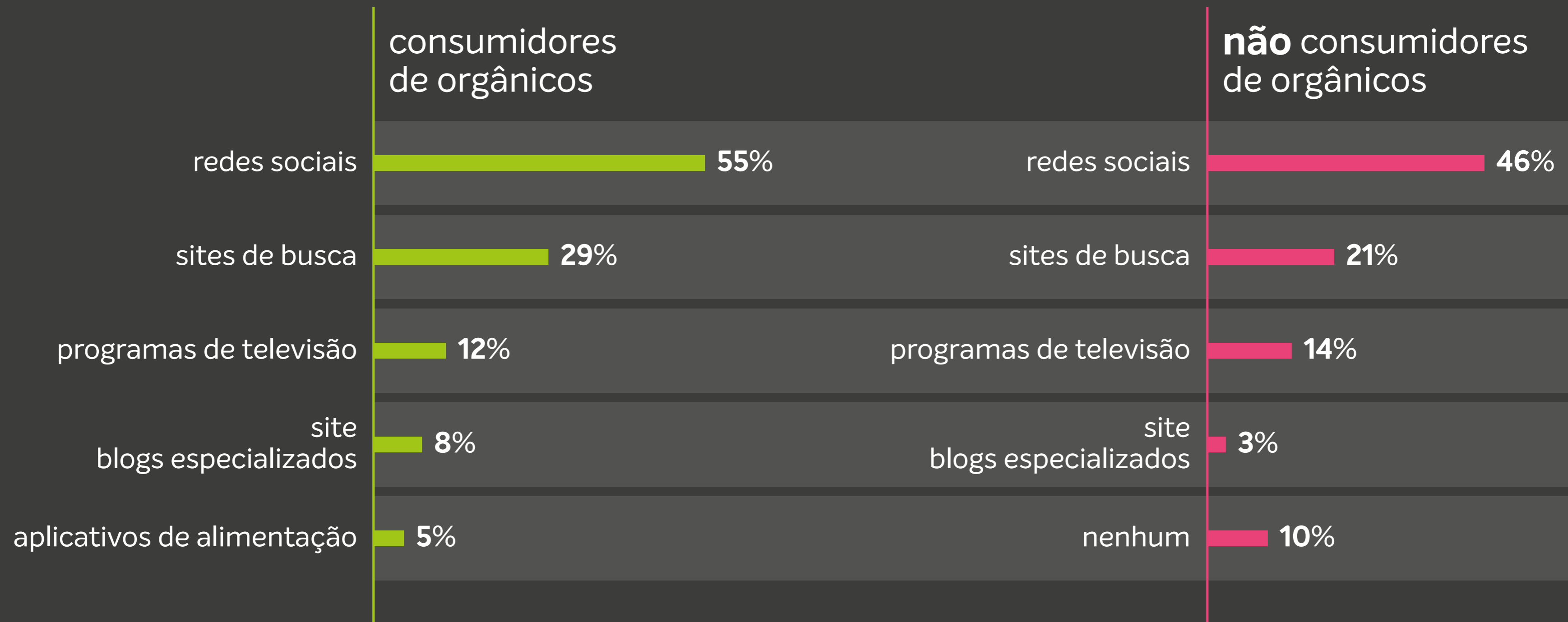


Interesse no tema **alimentação saudável**

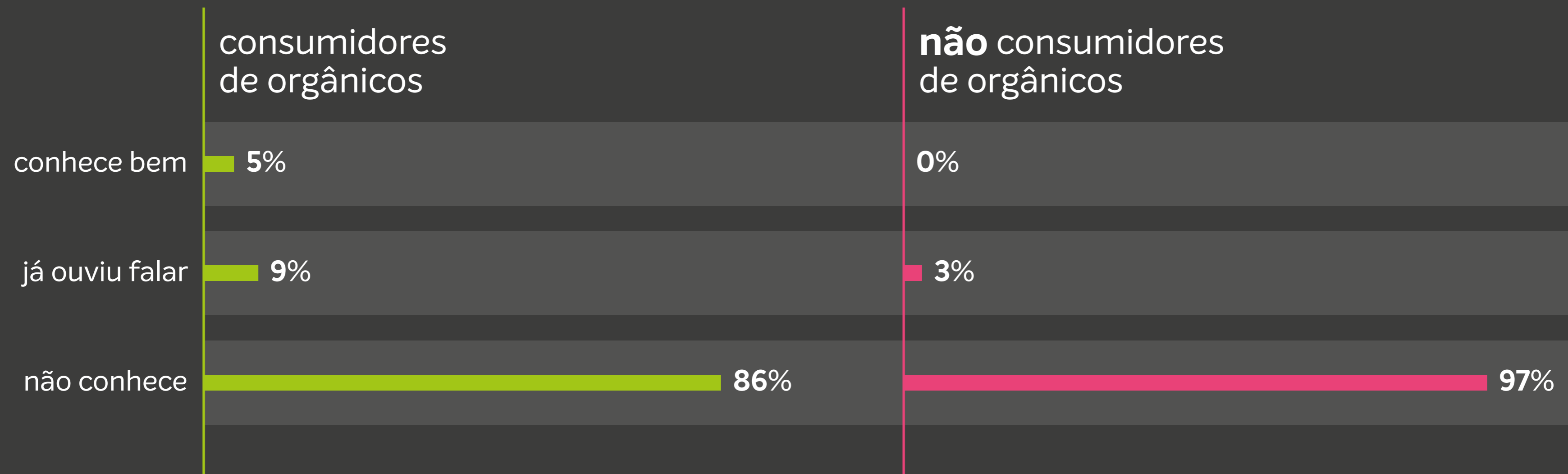


Fontes de informação sobre **alimentação saudável**

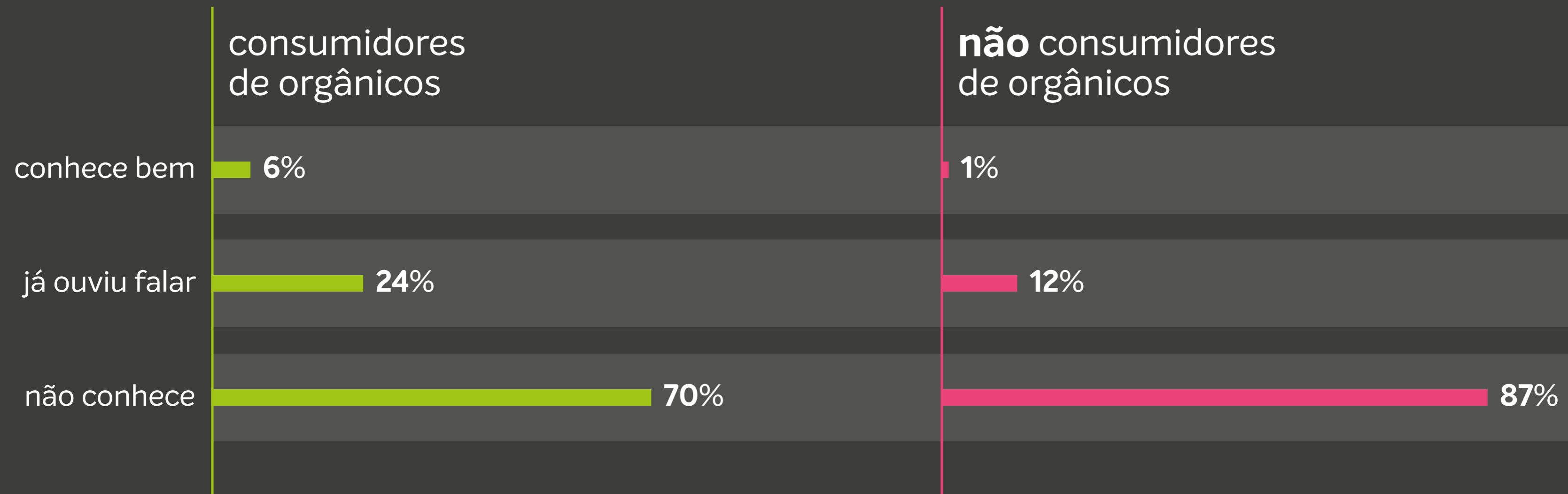
respostas múltiplas



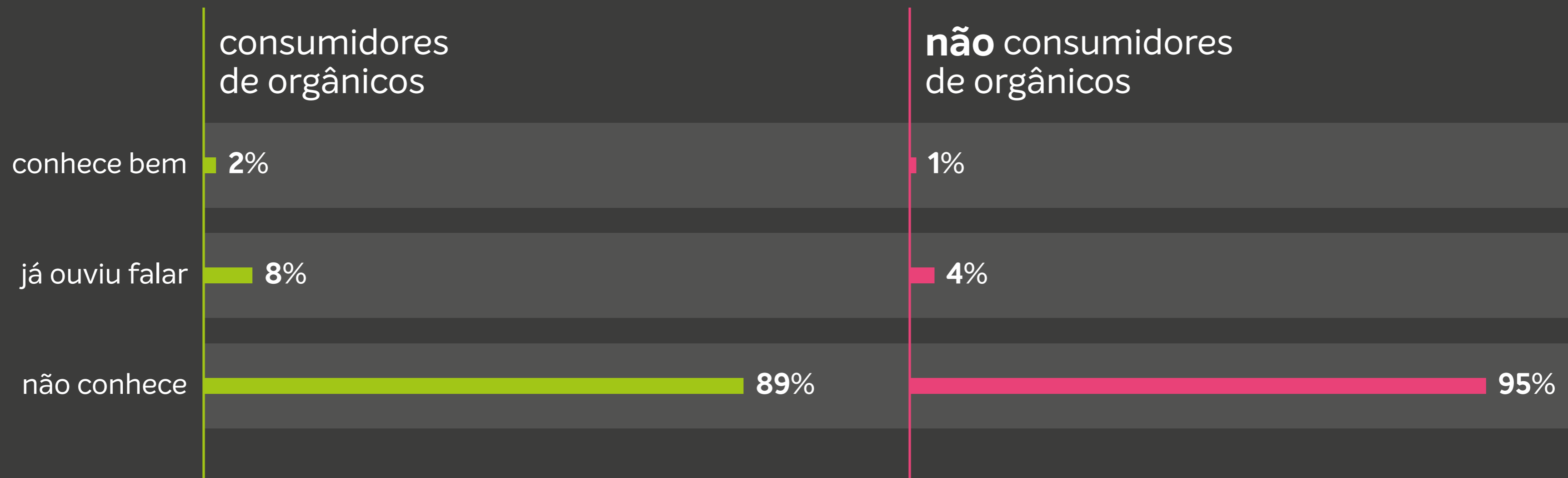
Conhece ou já ouviu falar sobre **plant based**



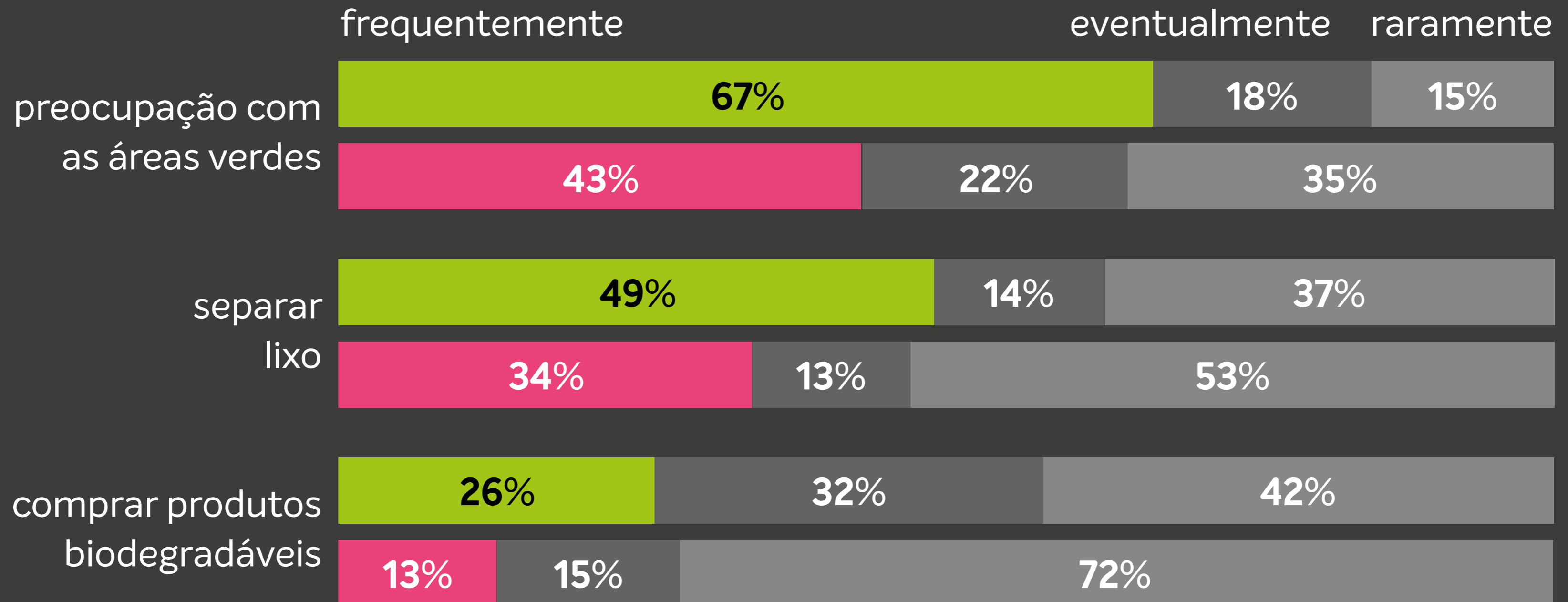
Conhece ou já ouviu falar sobre **agricultura regenerativa**



Conhece ou já ouviu falar sobre **clean label**



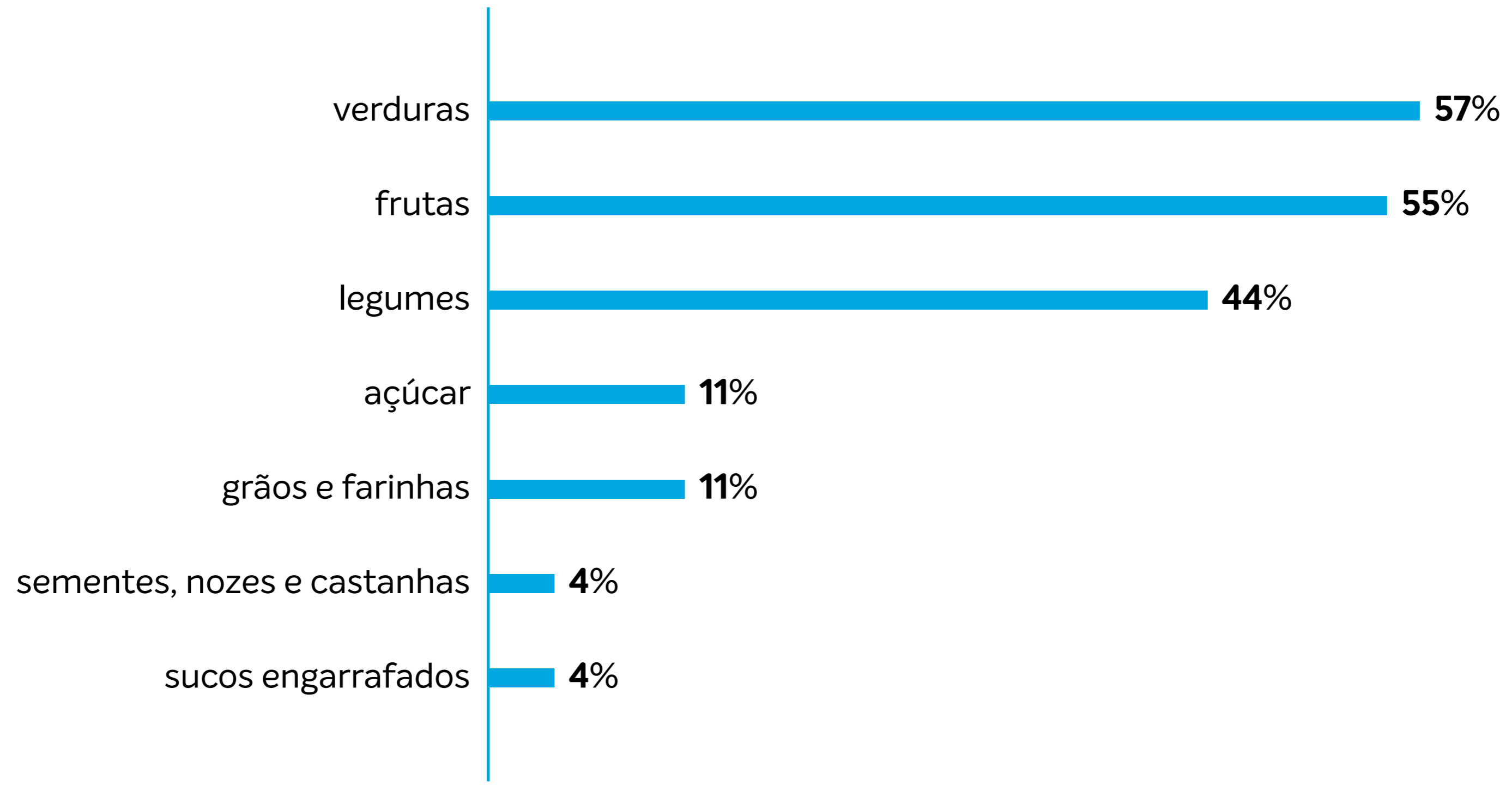
Frequência de ações sustentáveis



■ consumidor de orgânicos
■ não consumidor de orgânicos

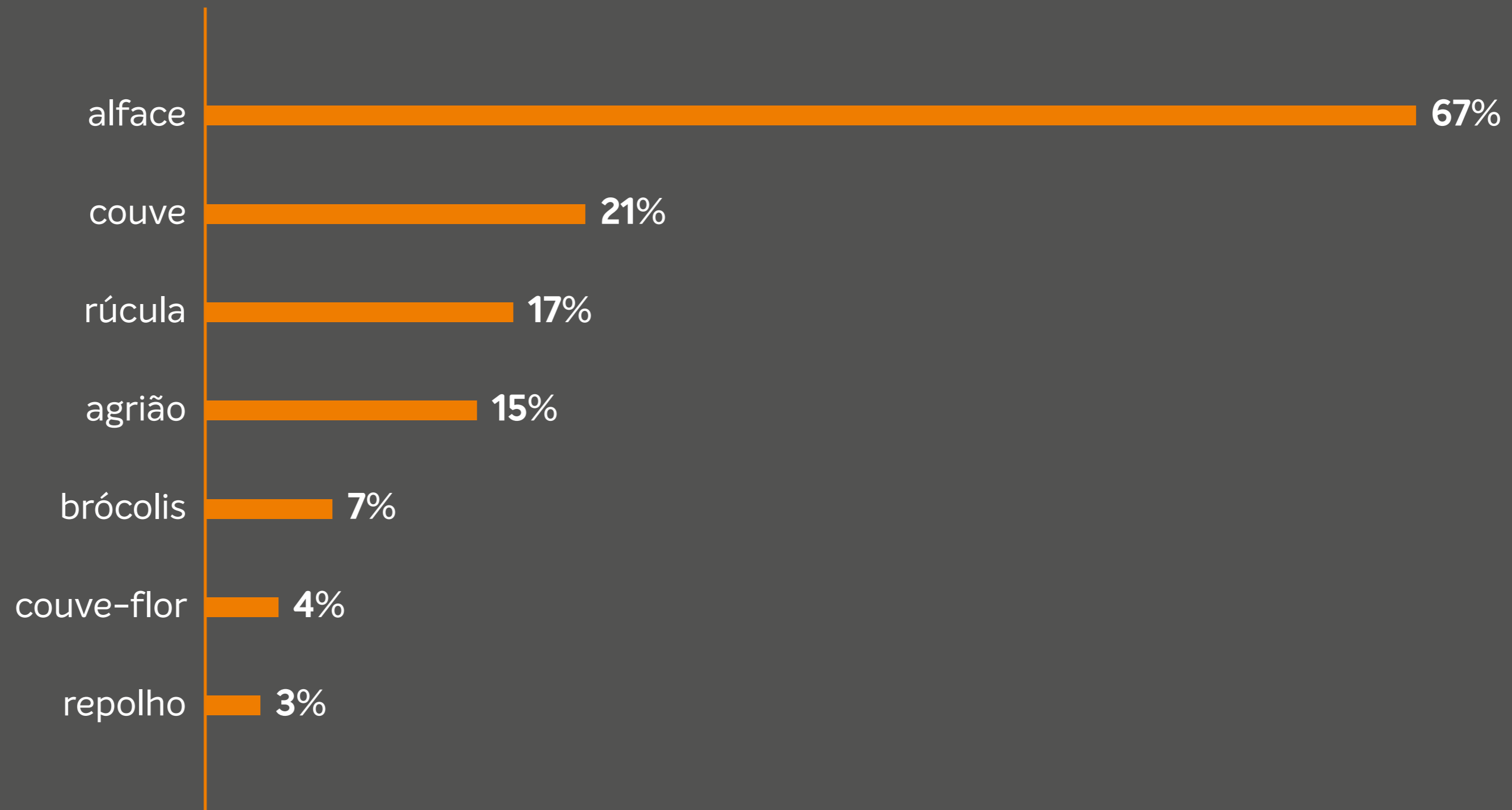
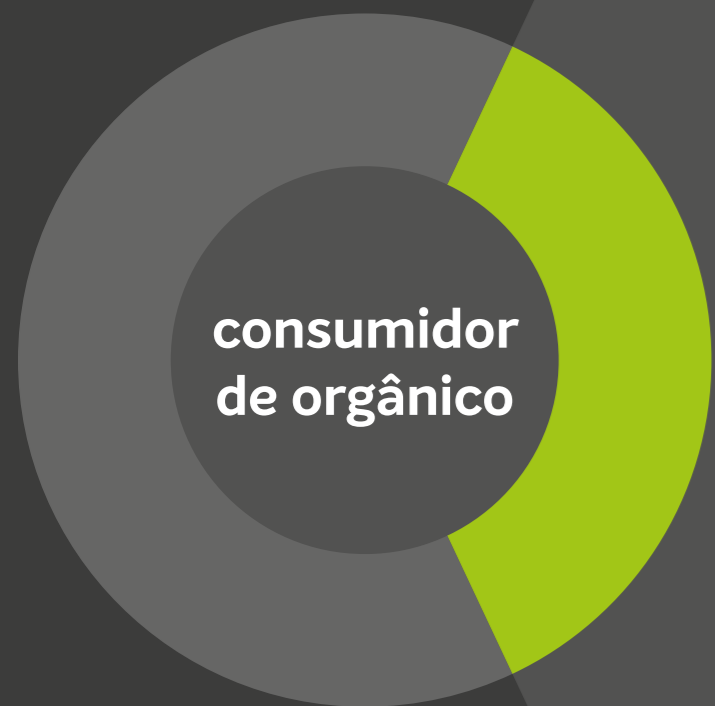
Produtos orgânicos mais consumidos

respostas múltiplas



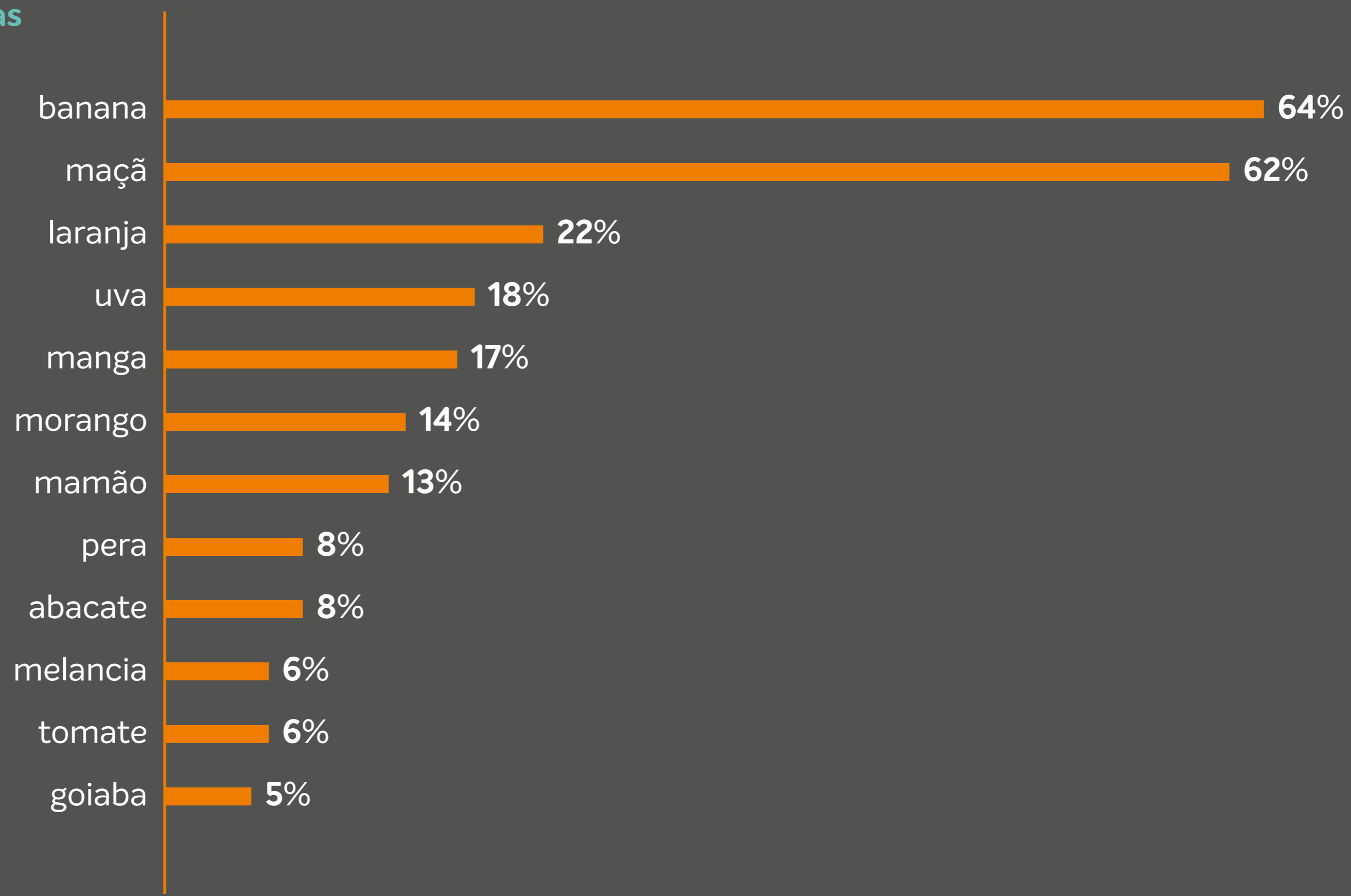
Verduras orgânicas mais consumidas

respostas múltiplas



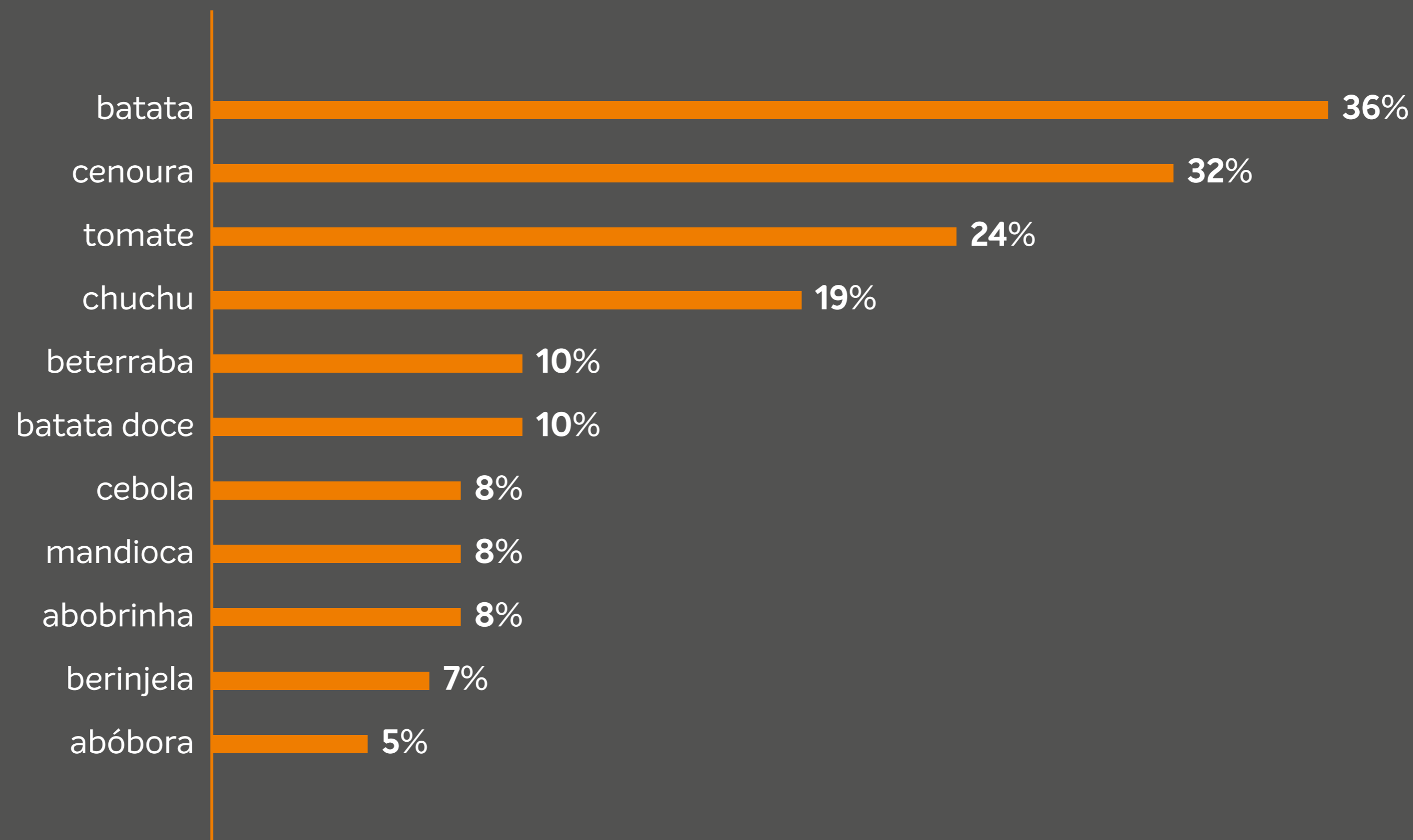
Frutas orgânicas mais consumidas

respostas múltiplas



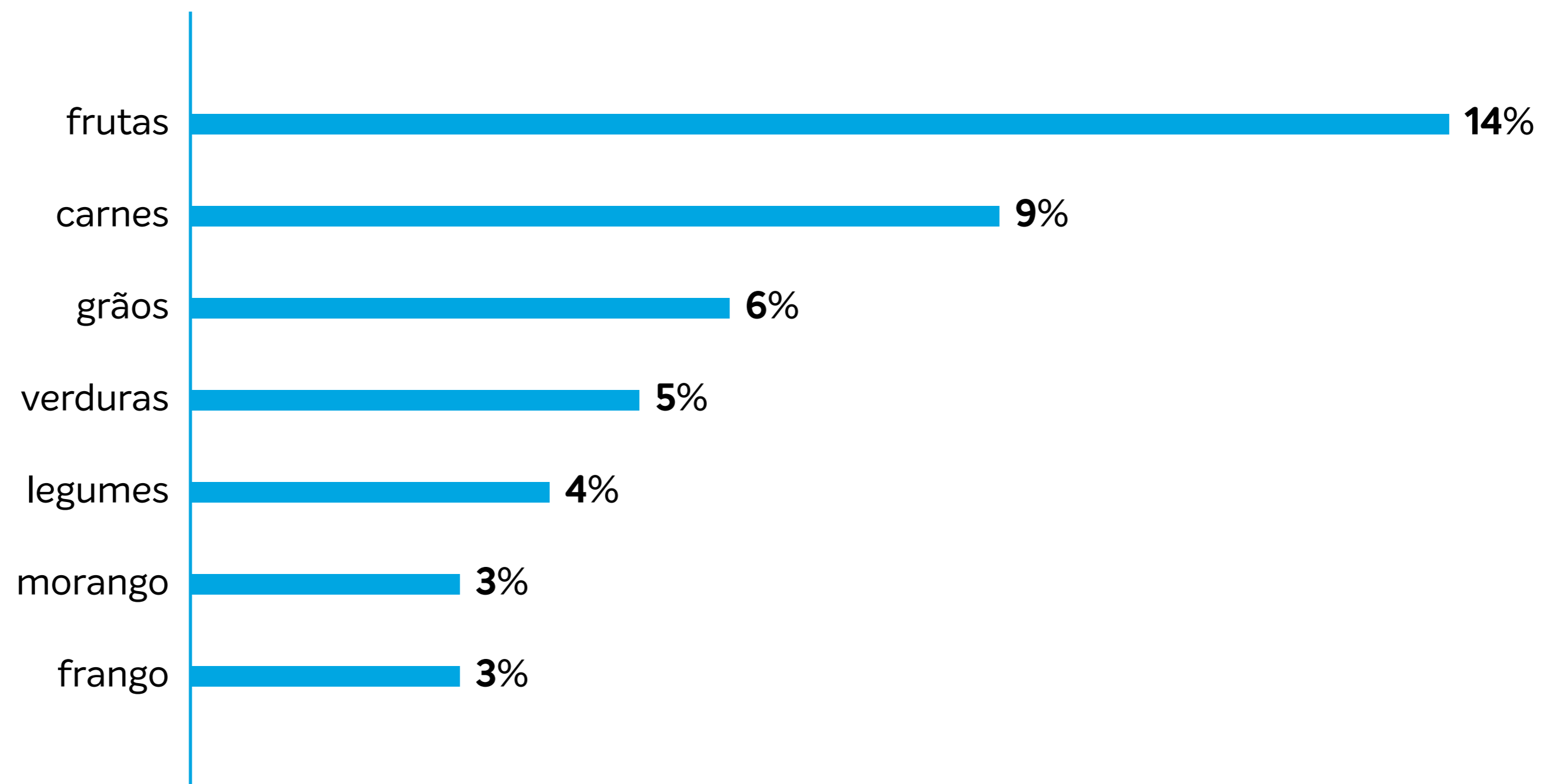
Legumes orgânicos mais consumidos

respostas múltiplas

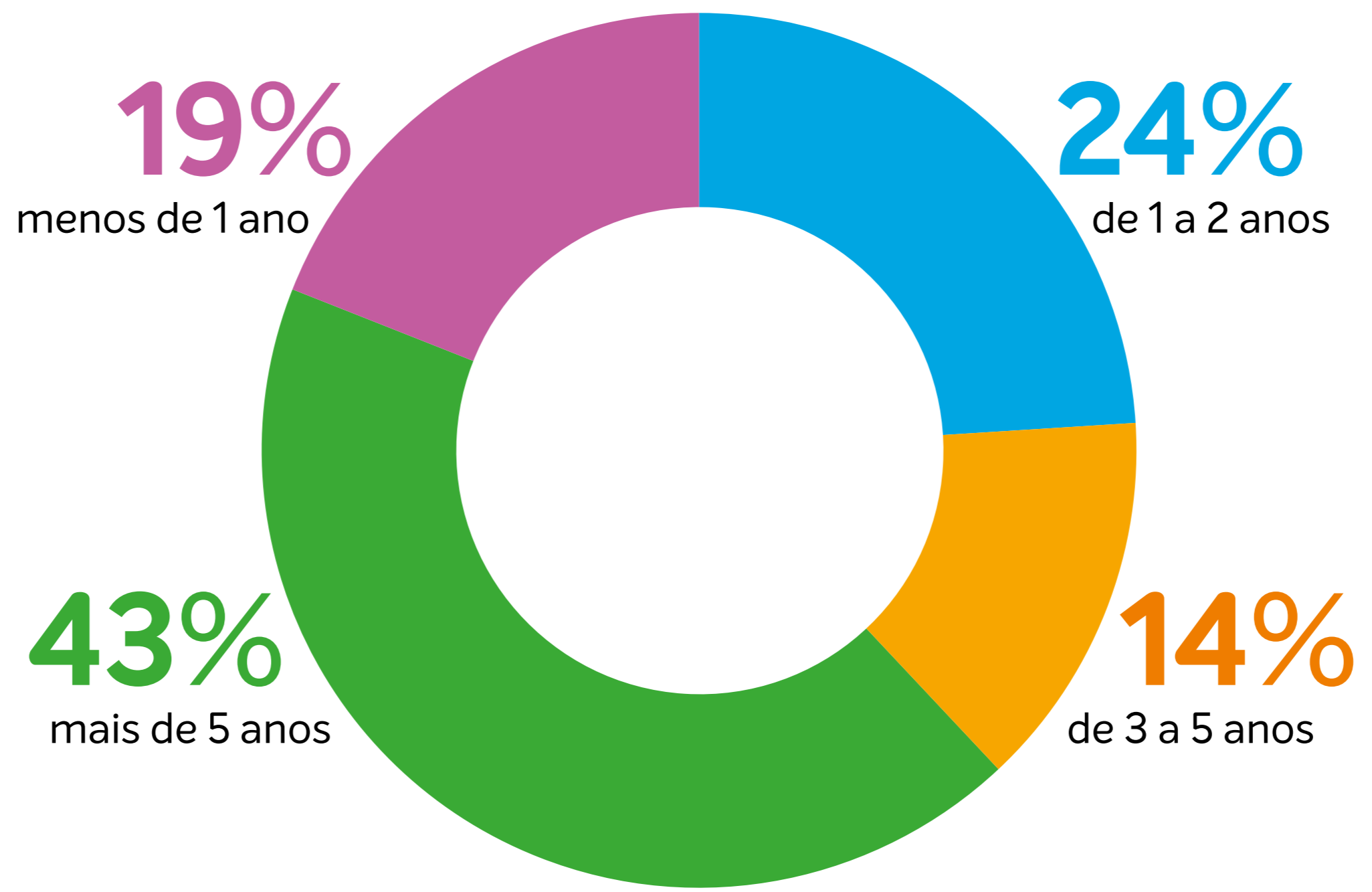


Produtos orgânicos com mais dificuldade de encontrar

respostas múltiplas

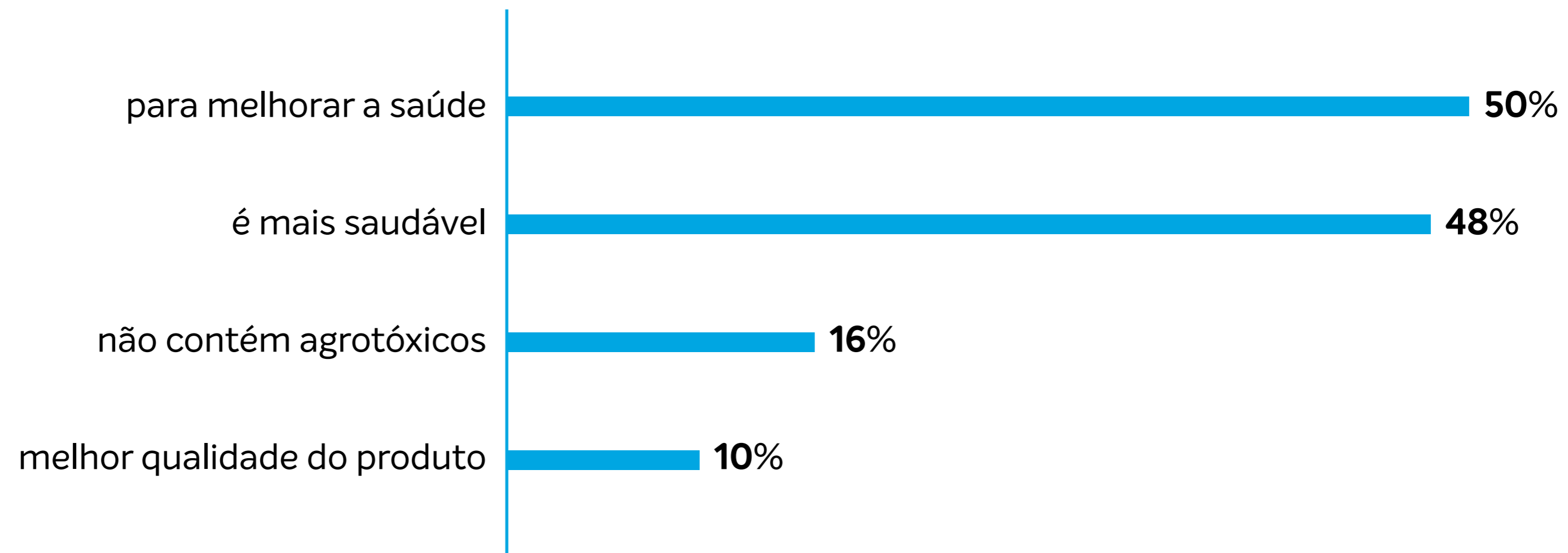


Desde quando você consome produtos orgânicos?



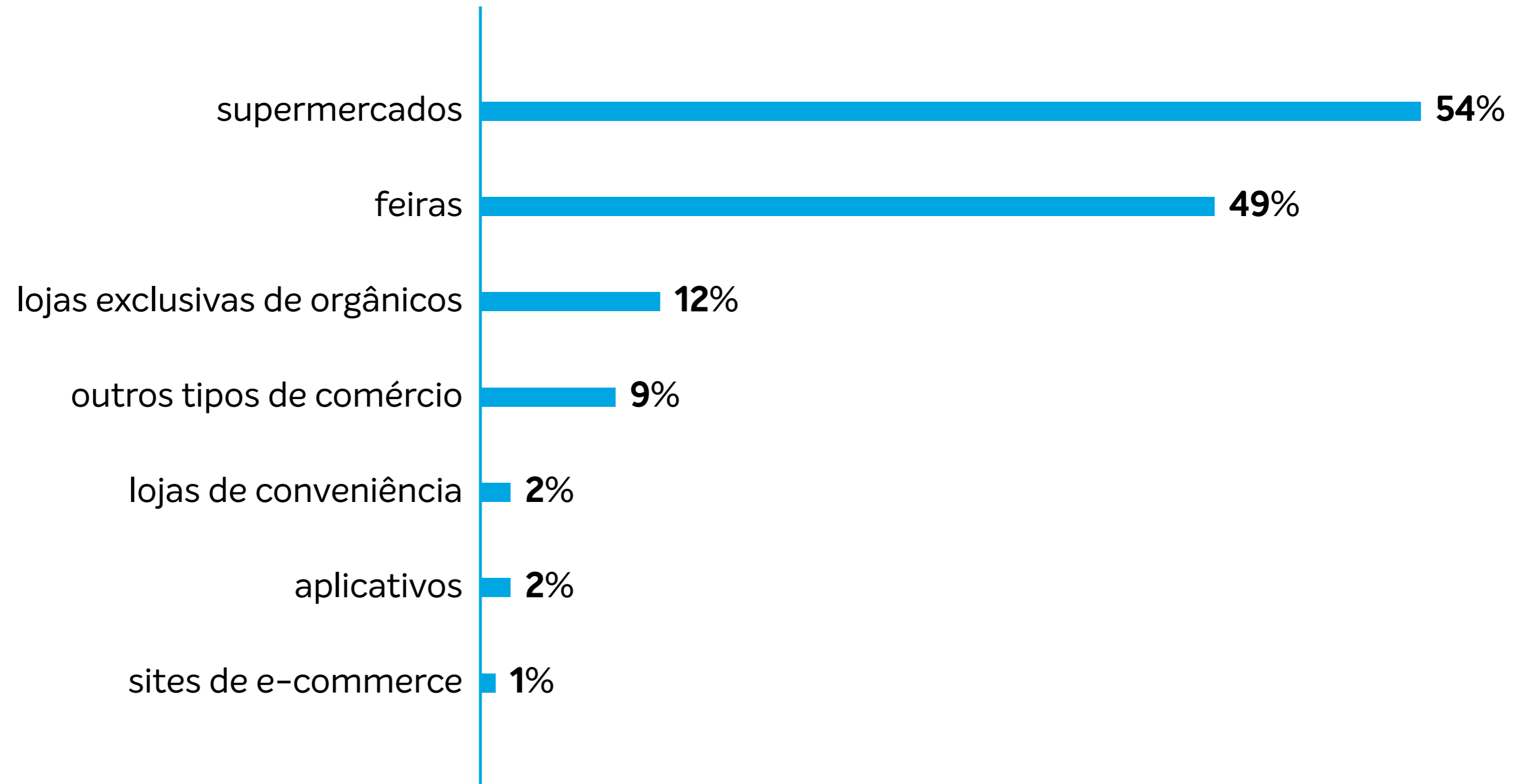
Motivos para consumir produtos orgânicos

respostas múltiplas

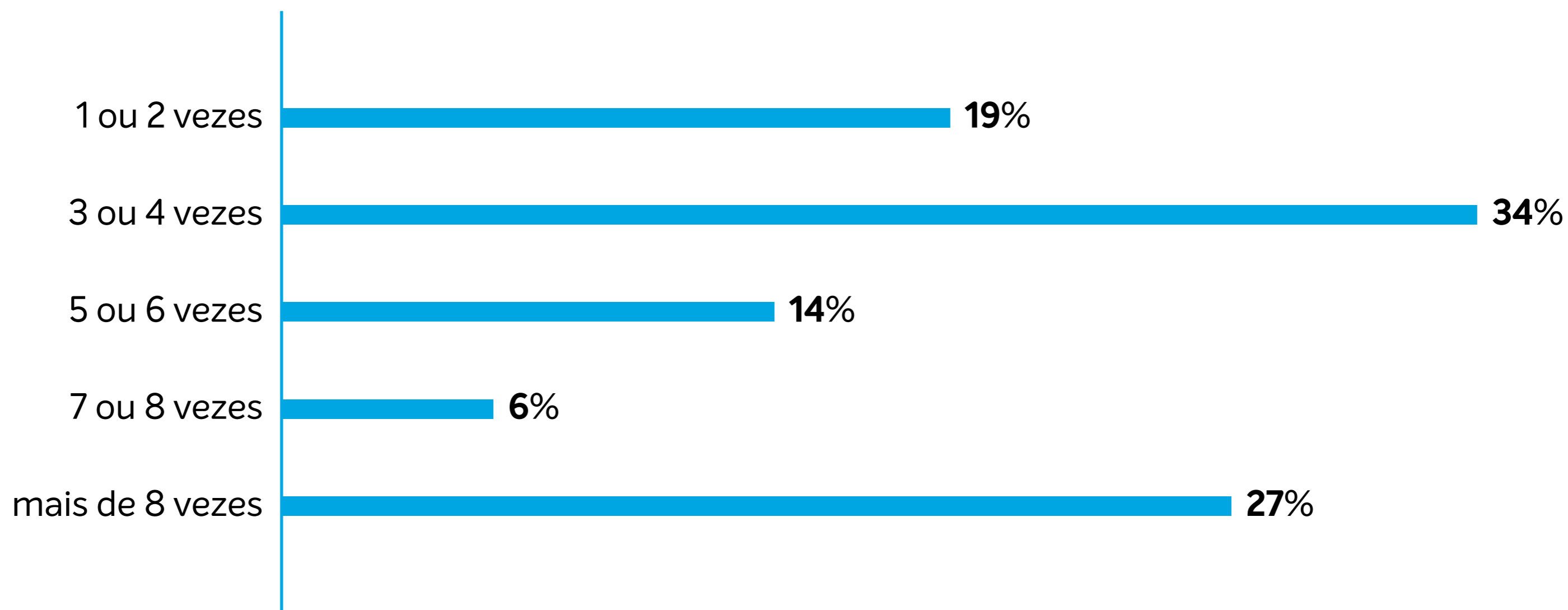


Locais preferidos para compra de produtos orgânicos

respostas múltiplas



Frequência com que **compra** produtos orgânicos por mês



Preferência de disposição de produto orgânico na loja



83%
Seção específica



11%
junto com os não orgânicos

6%
loja que vende apenas produtos orgânicos

Importa para você o fato de ser ou não um produto orgânico local?



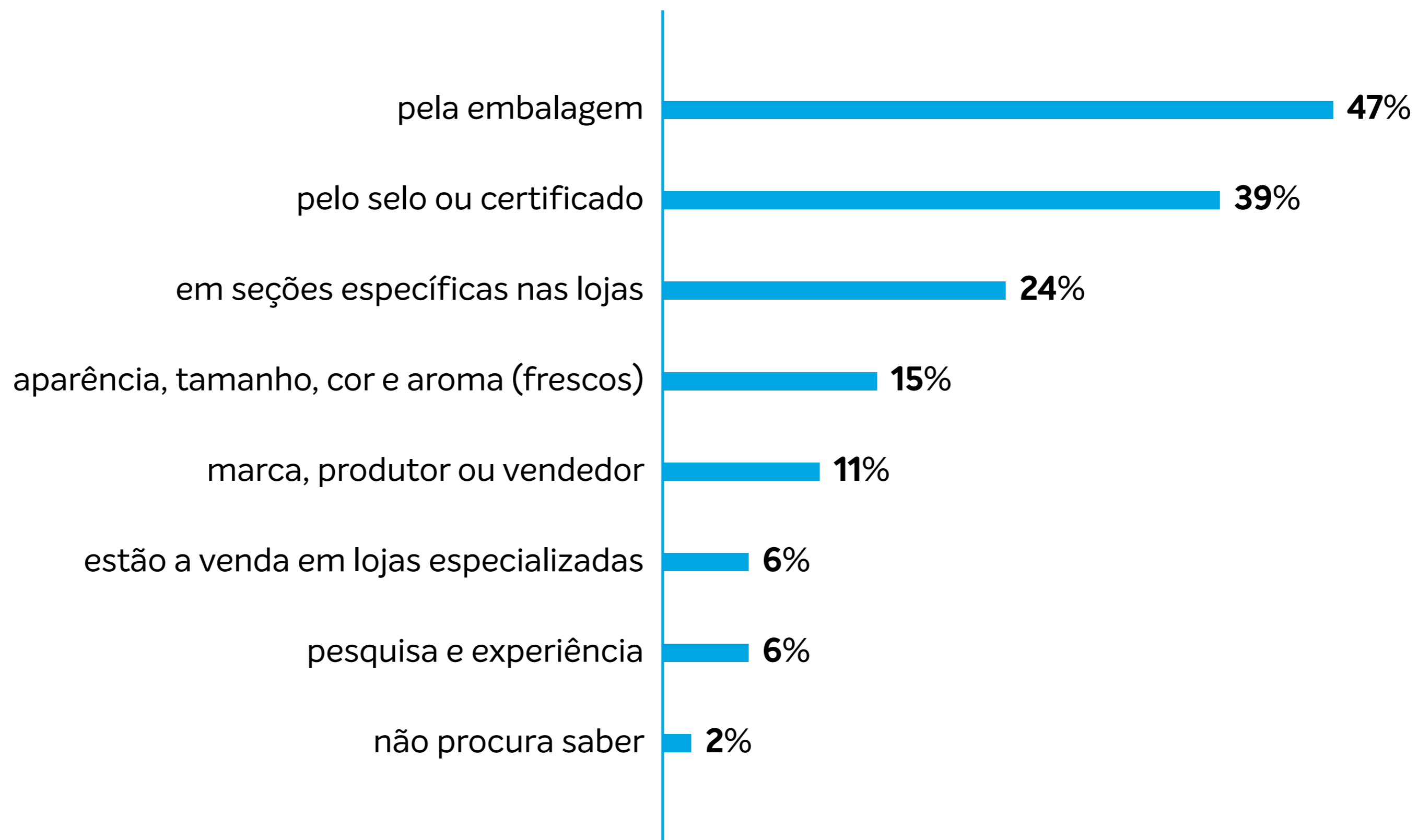
sim
37%

10%
às vezes
(ou indiferente)

não
58%

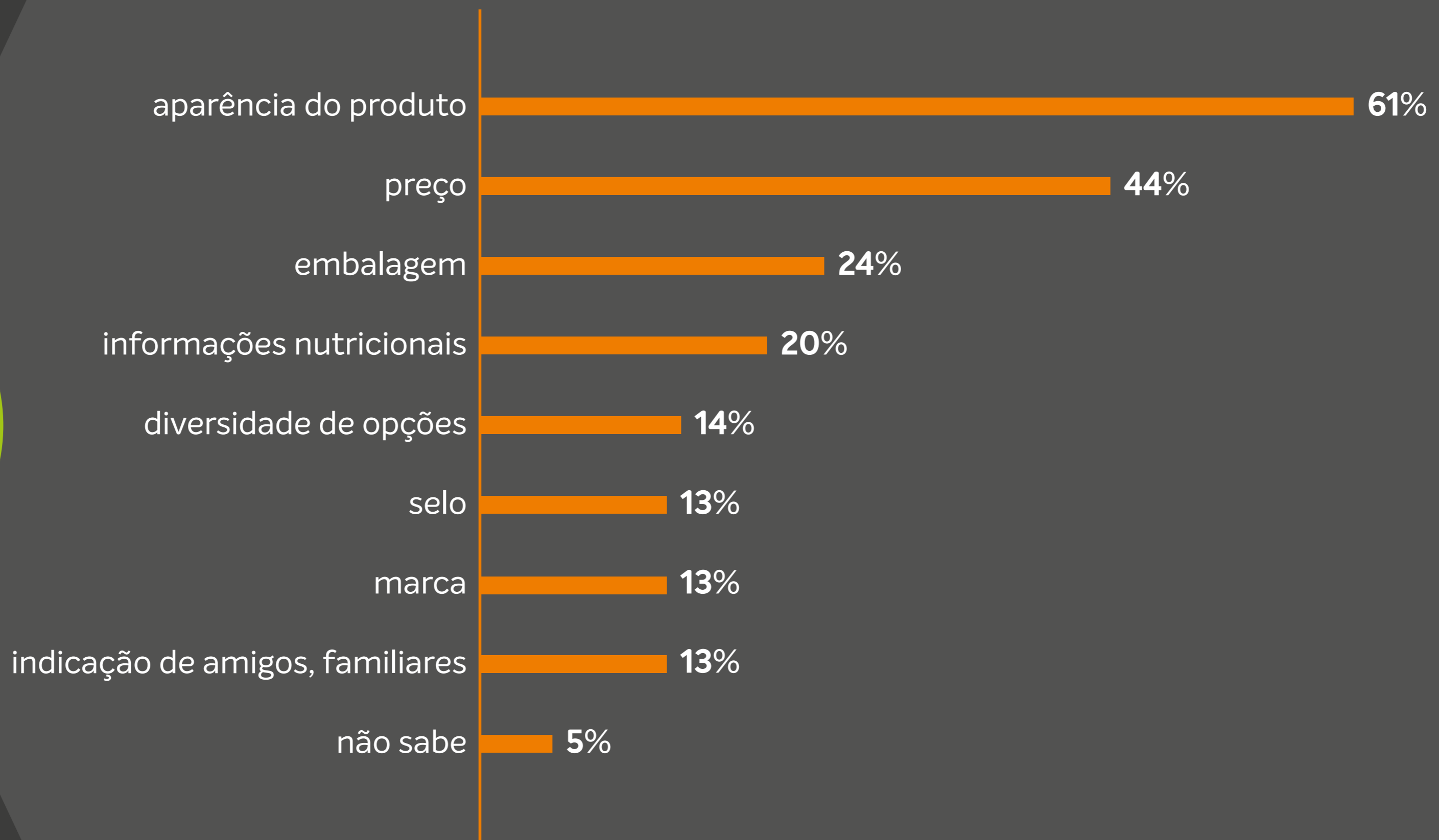
Como você identifica os produtos orgânicos

respostas múltiplas



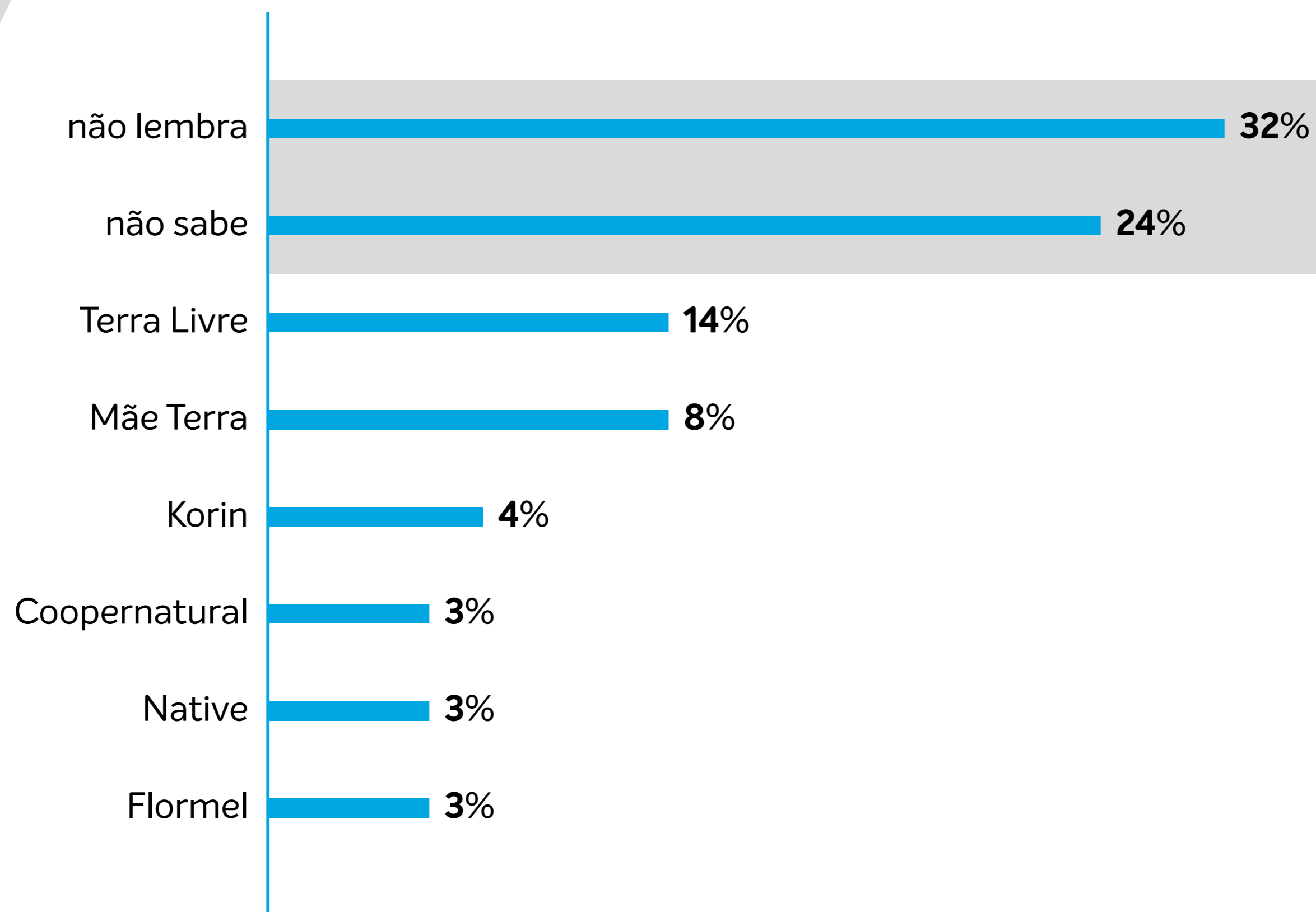
Critérios pelos quais escolhe produtos orgânicos

respostas múltiplas



Marcas mais associadas a produtos orgânicos

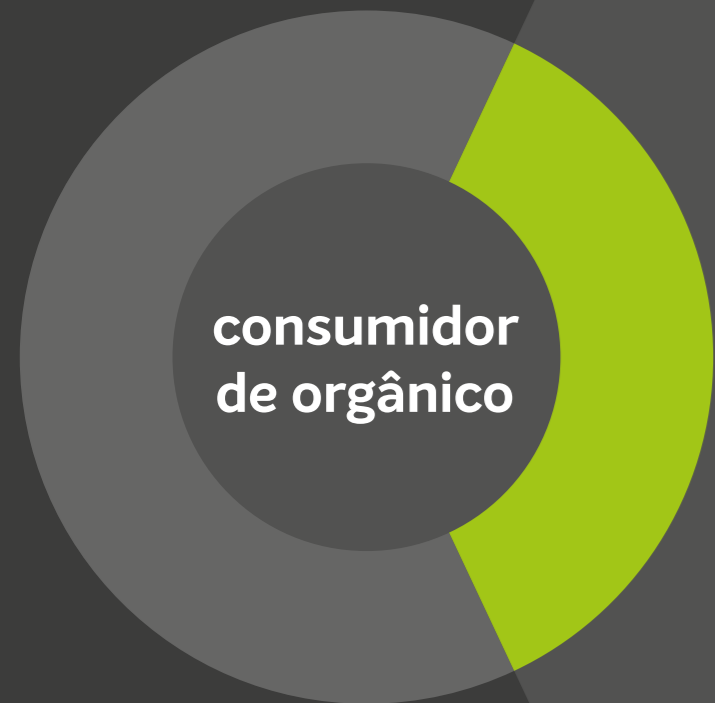
respostas múltiplas



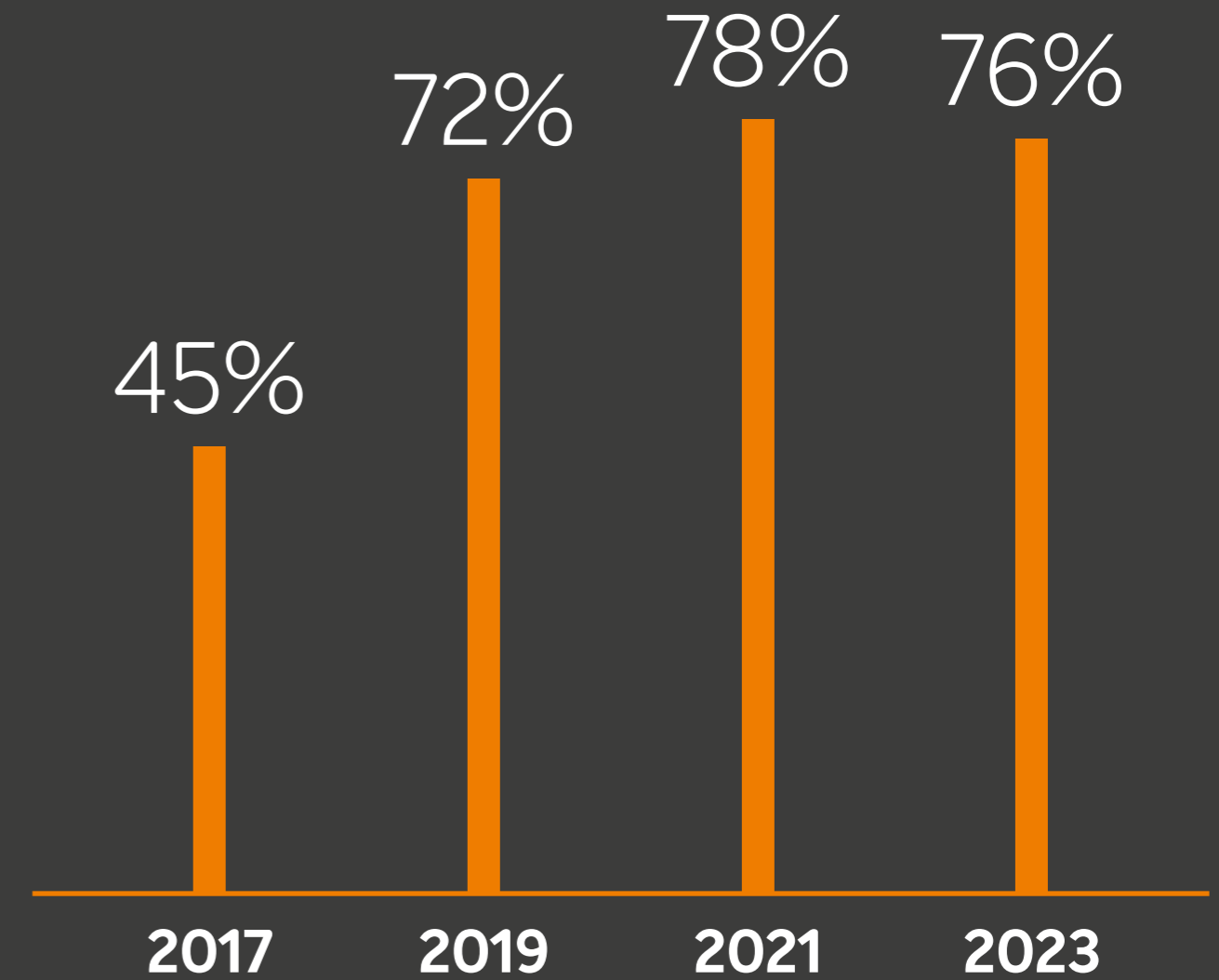
56%

consumidor
de orgânico

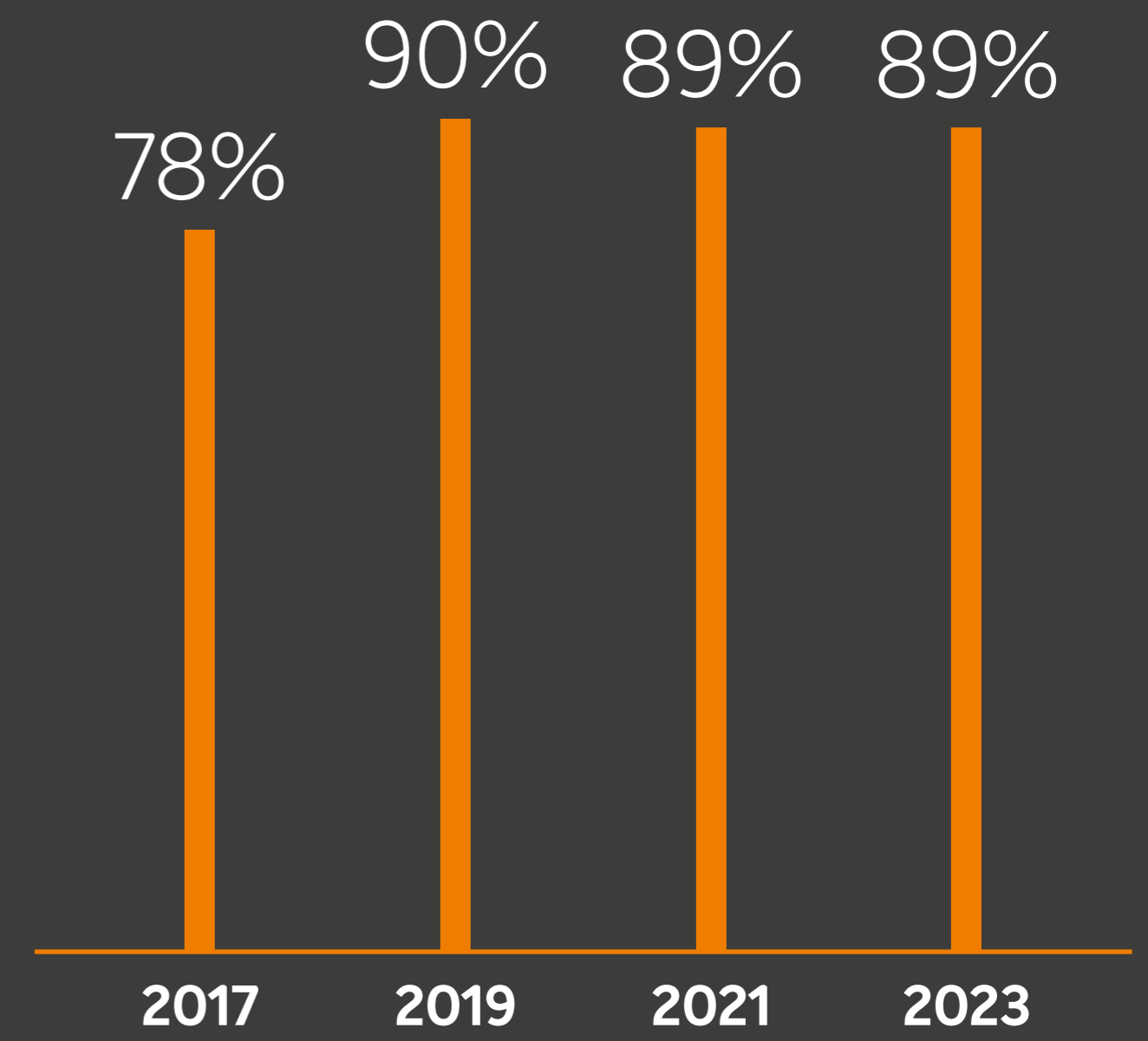
Você sabe que existe selo para certificar se um produto é realmente orgânico?



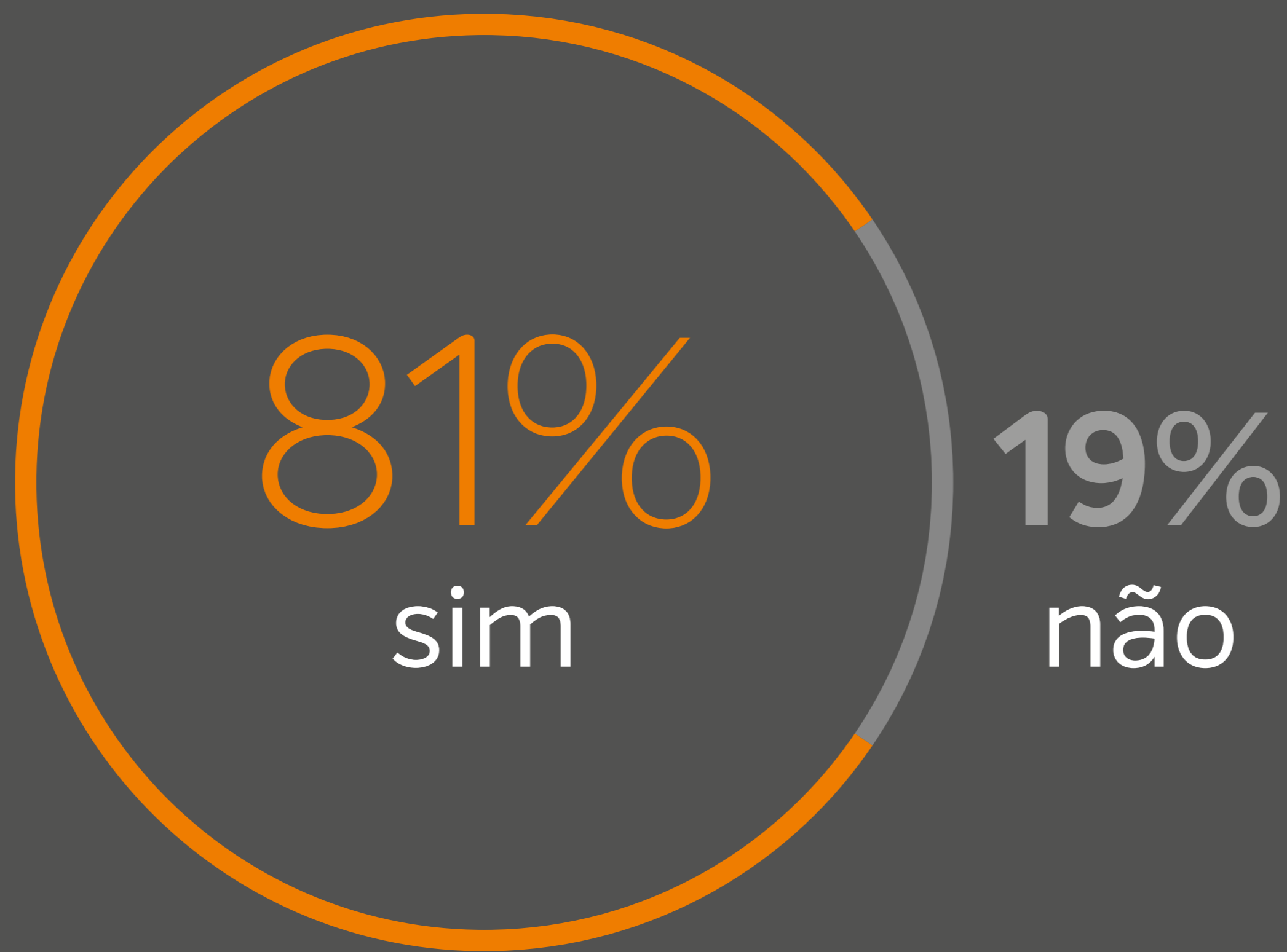
76%
sim



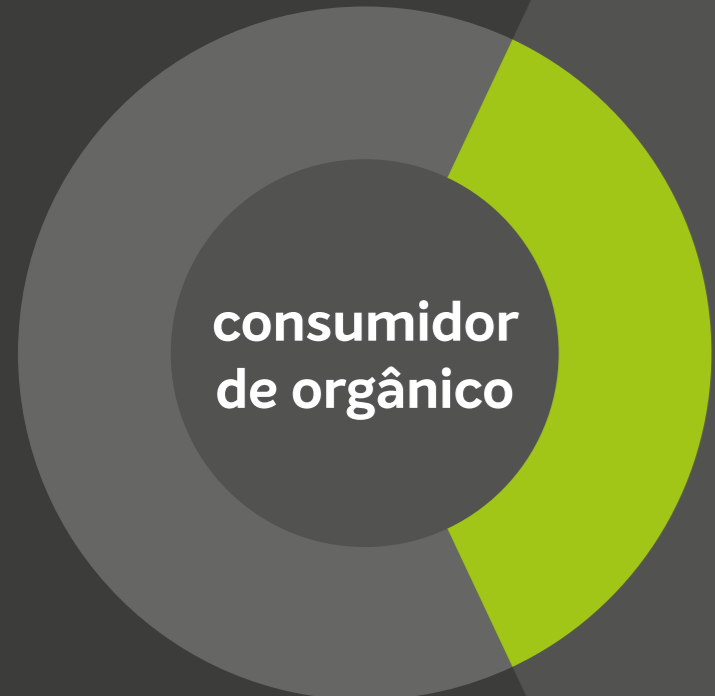
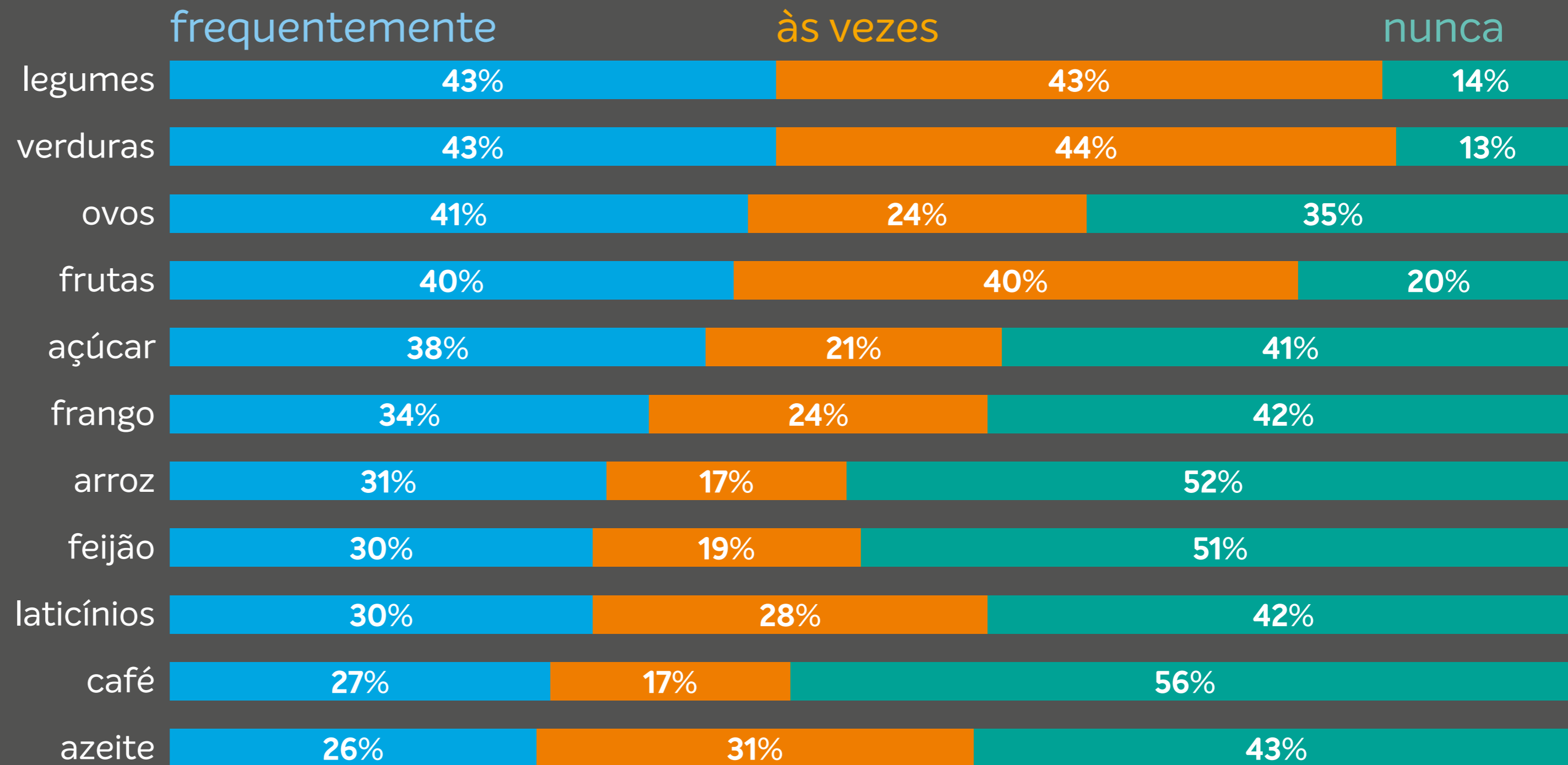
Você acha correto existir o selo obrigatório para certificar os produtos orgânicos?



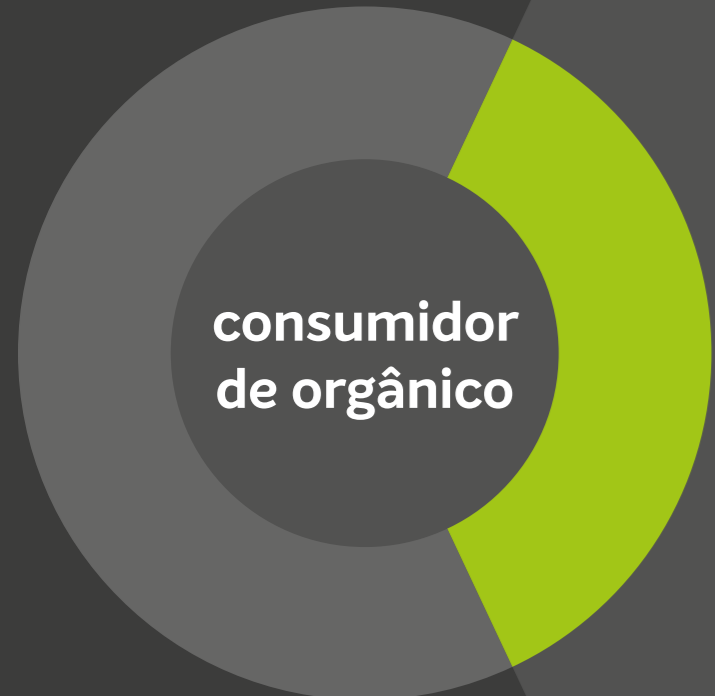
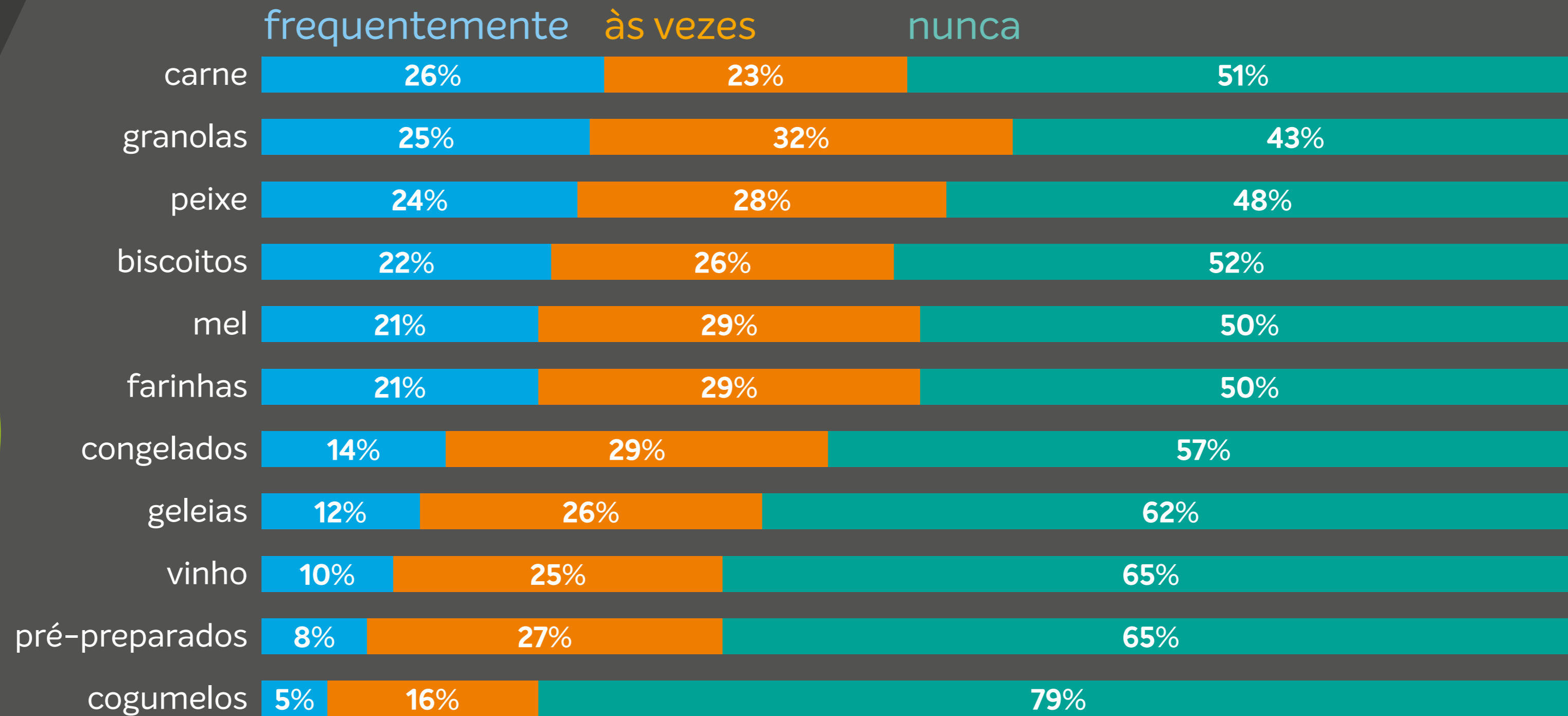
Você acha que produtos com ingredientes orgânicos e produtos orgânicos são a mesma coisa?



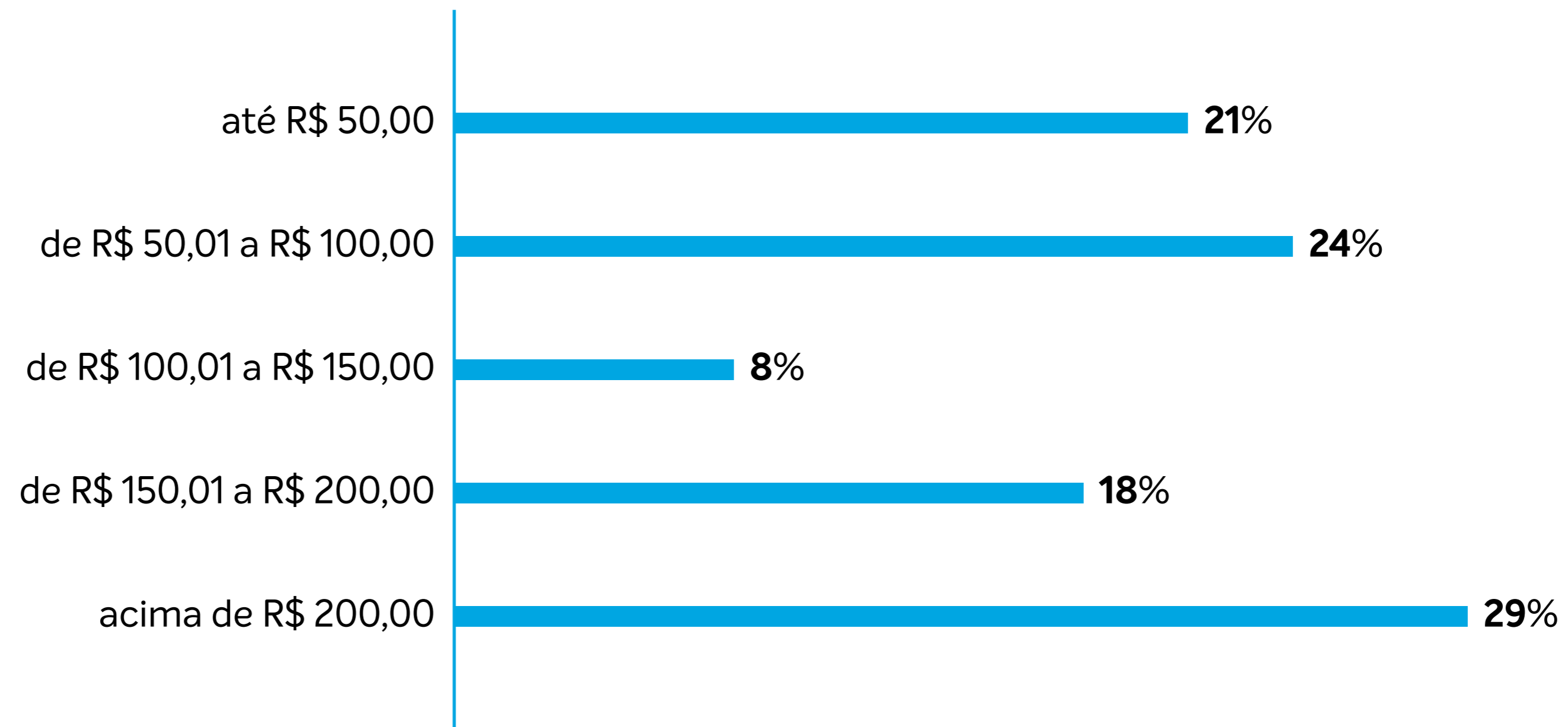
Frequência de compra dos seguintes produtos



Frequência de compra dos seguintes produtos

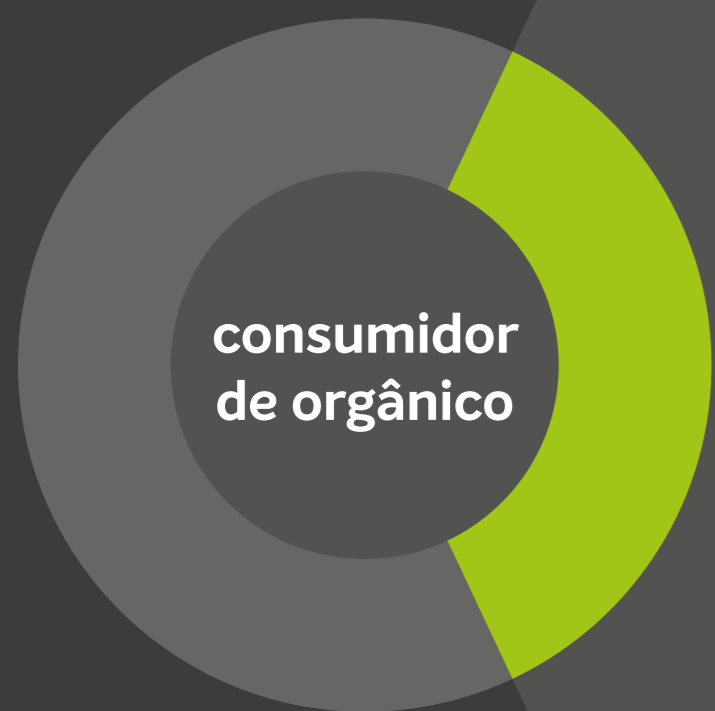


Valor médio mensal gasto em produtos orgânicos



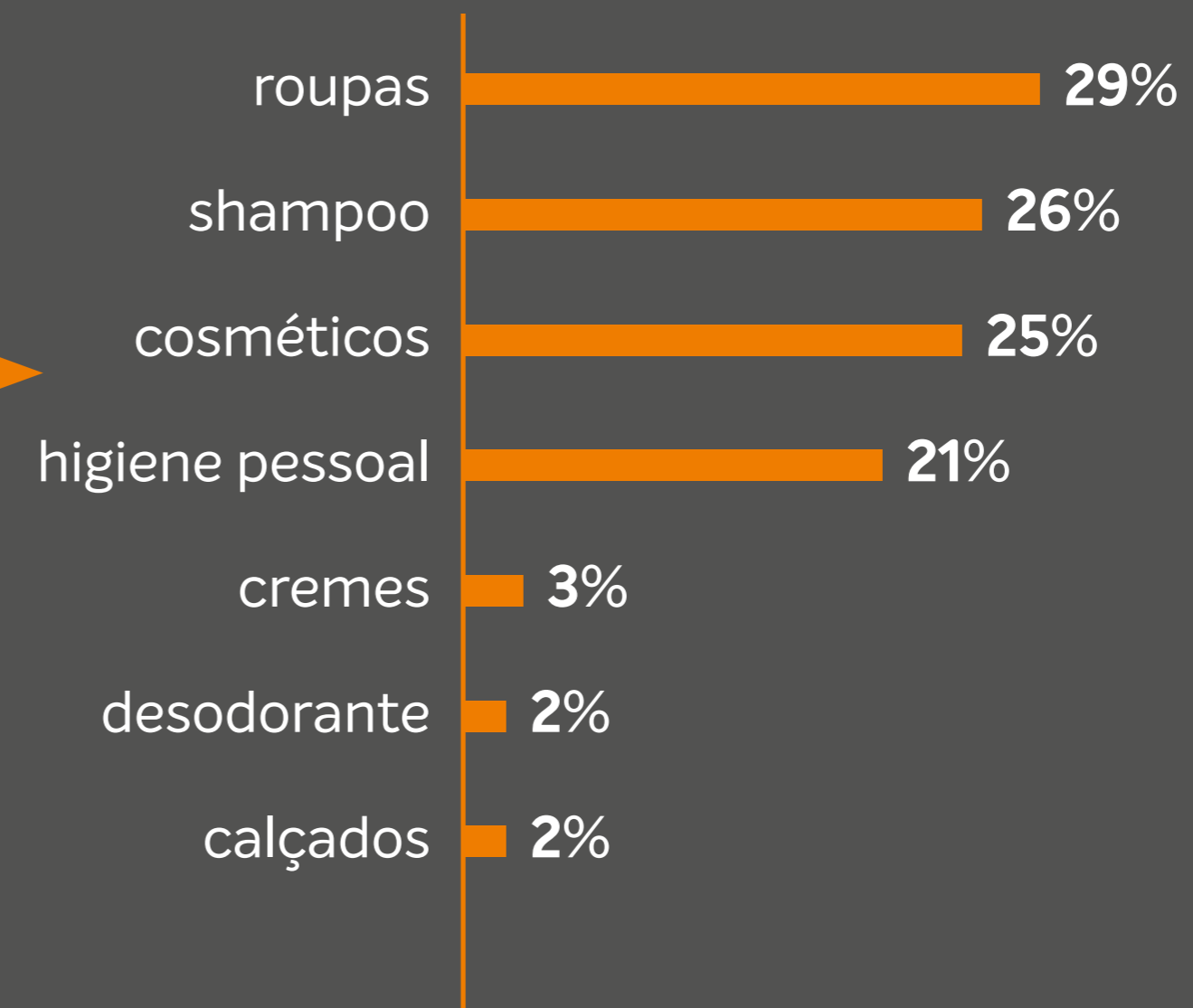
Você sabe que além de alimentos existem outros produtos orgânicos?

respostas múltiplas

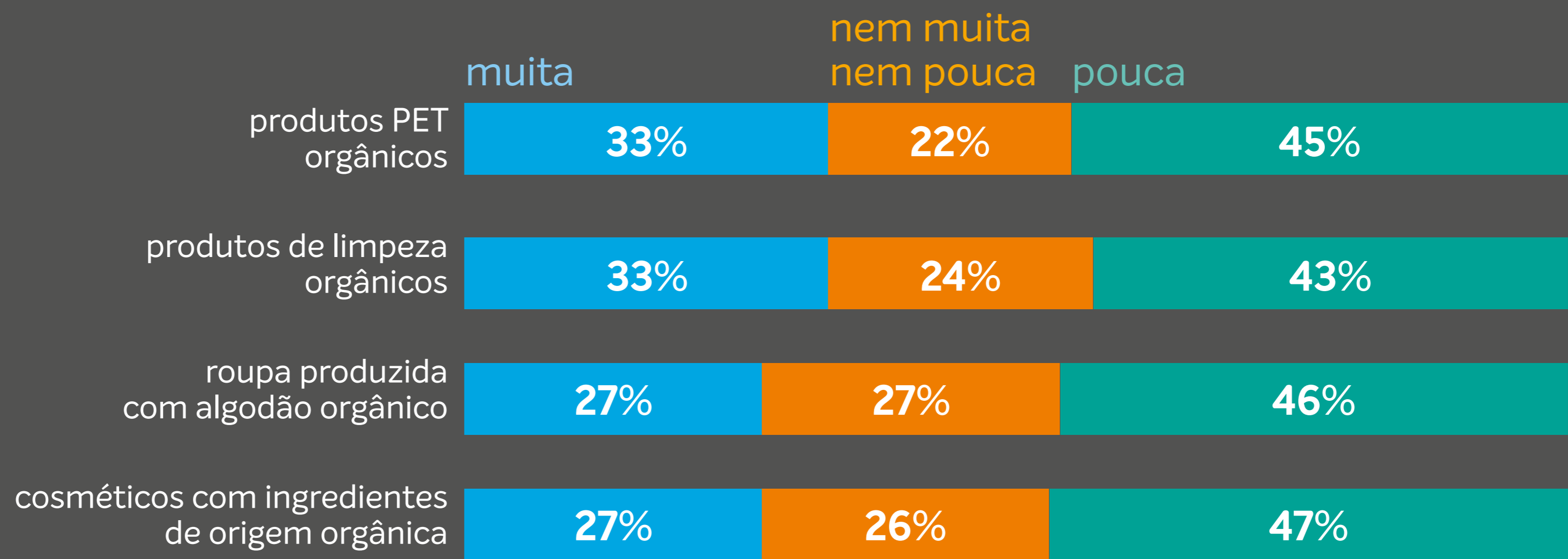


37%
sim

quais produtos sabe que existem?



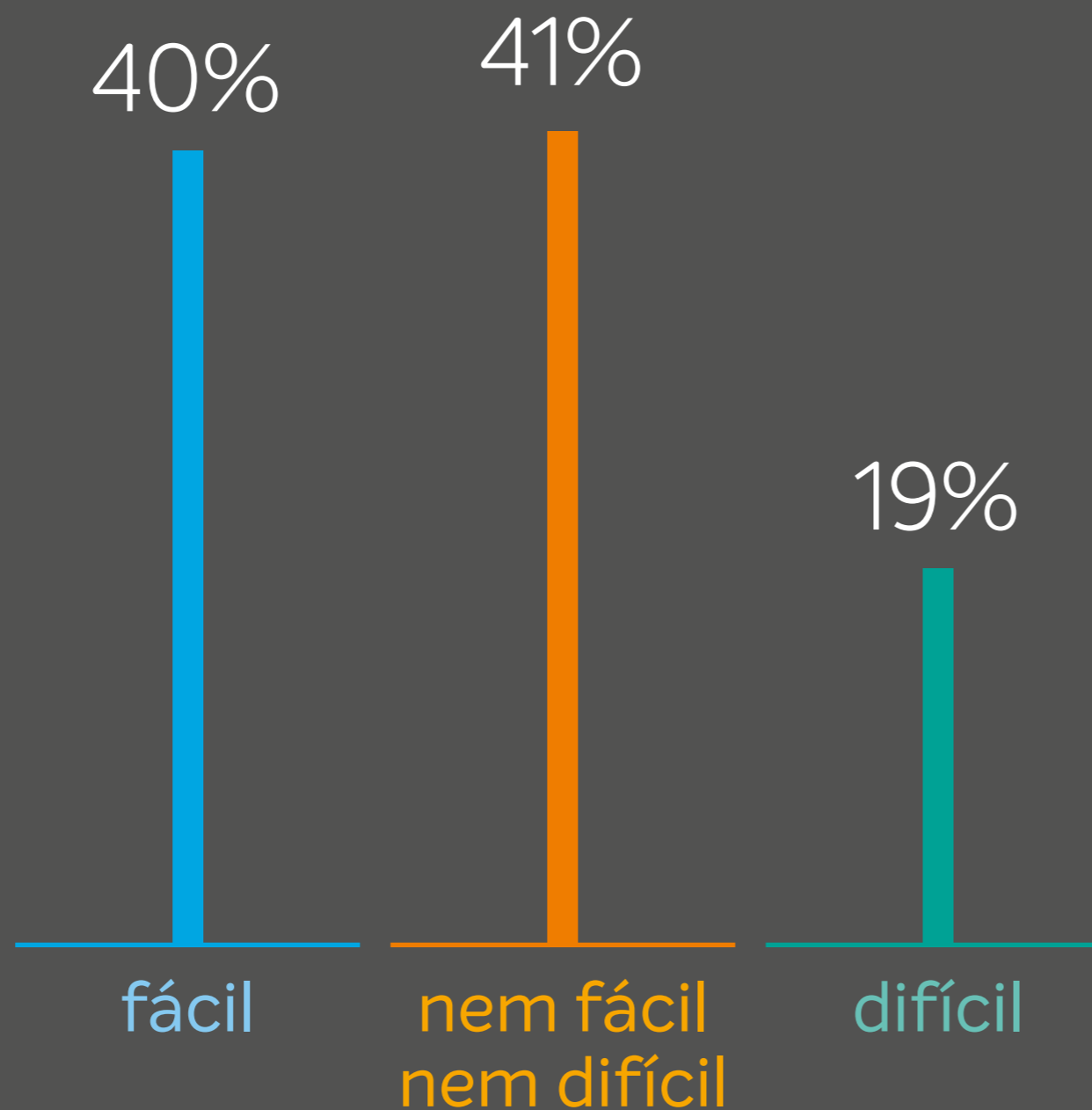
Disposição em adquirir produtos orgânicos não alimentícios



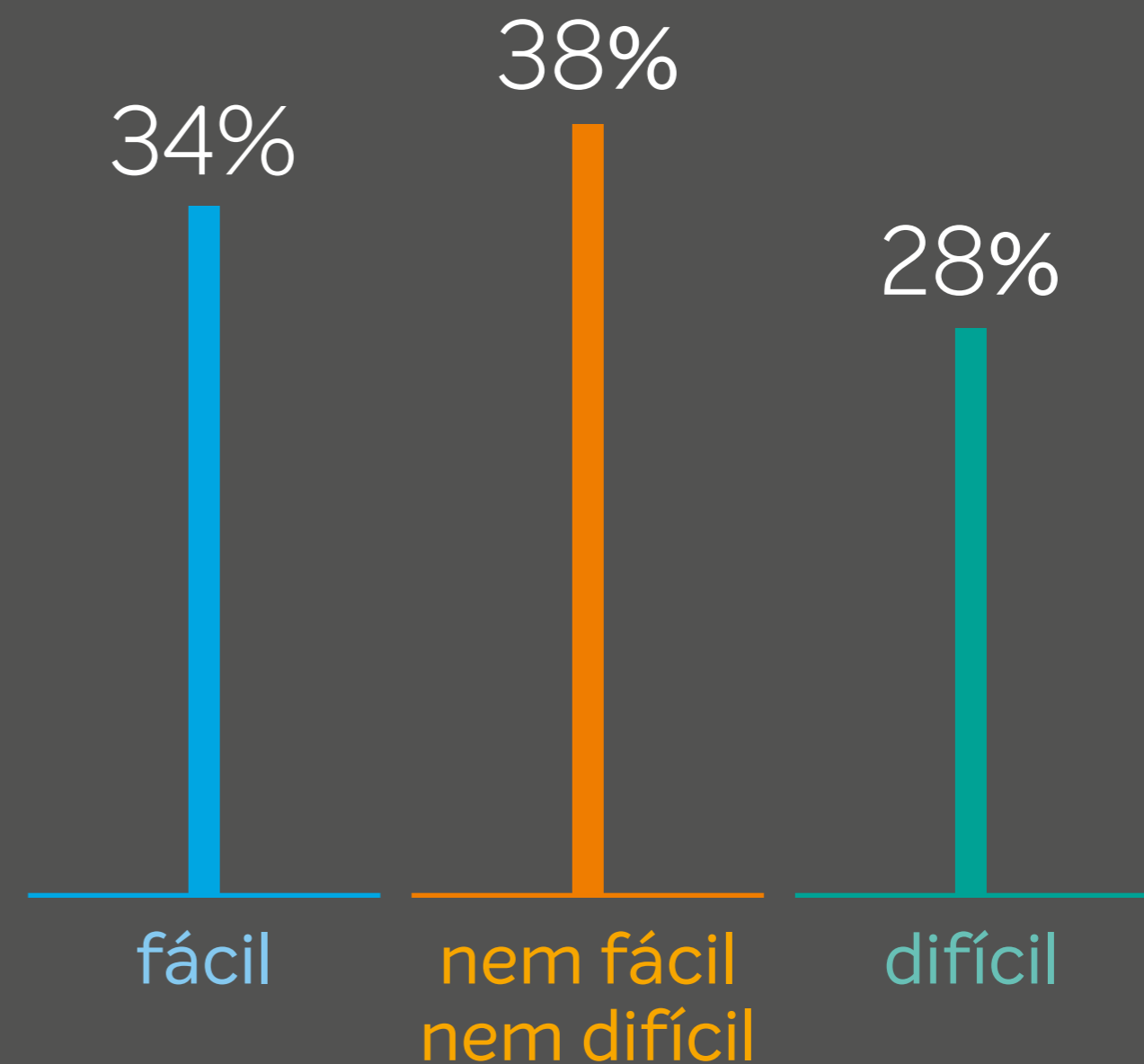
Distribuição e diversidade dos produtos orgânicos



acesso aos produtos orgânicos na região



grau de dificuldade em encontrar **variedade** de produtos

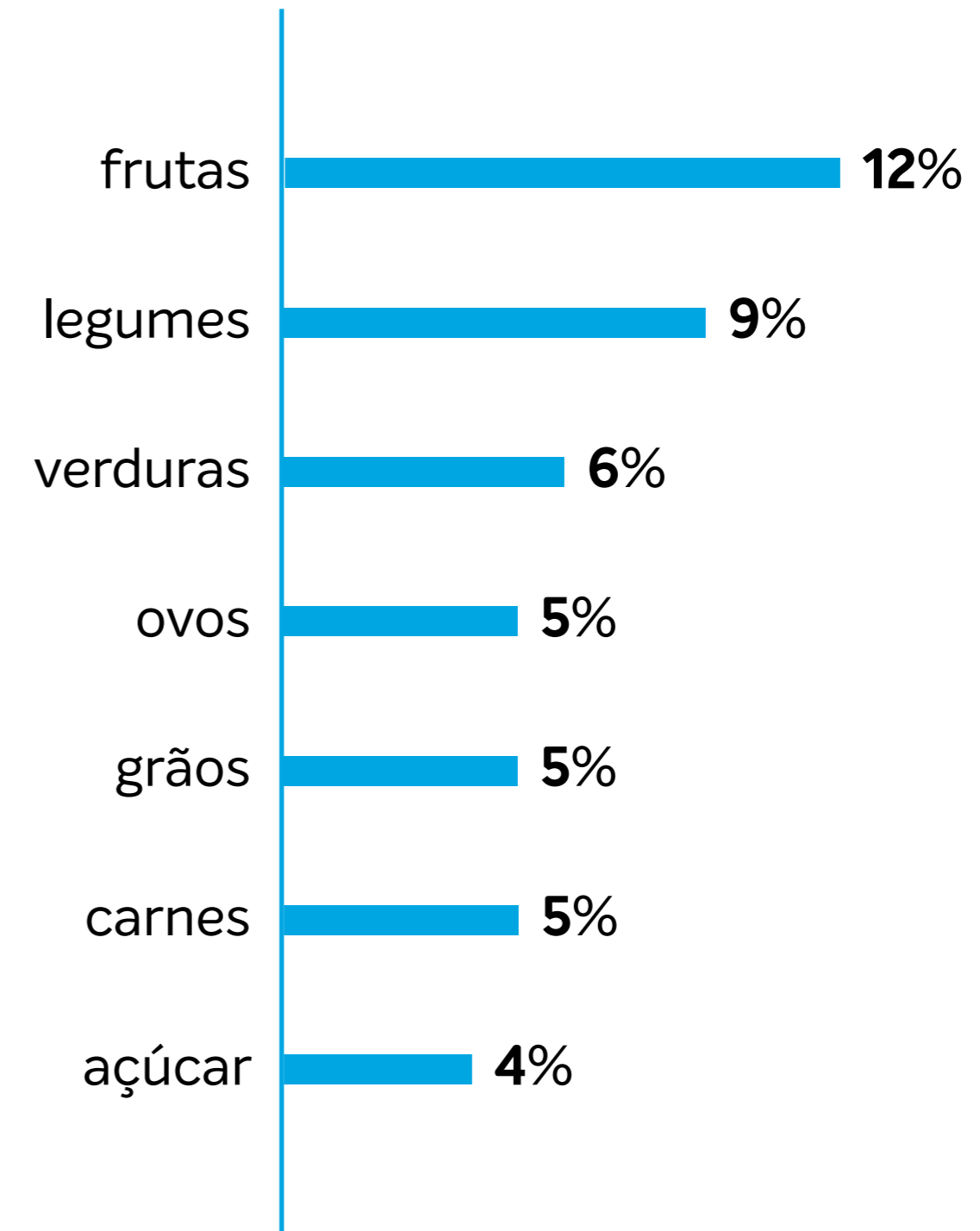


Existe algum produto que você consome ou consumiria apenas se fosse orgânico?

respostas múltiplas

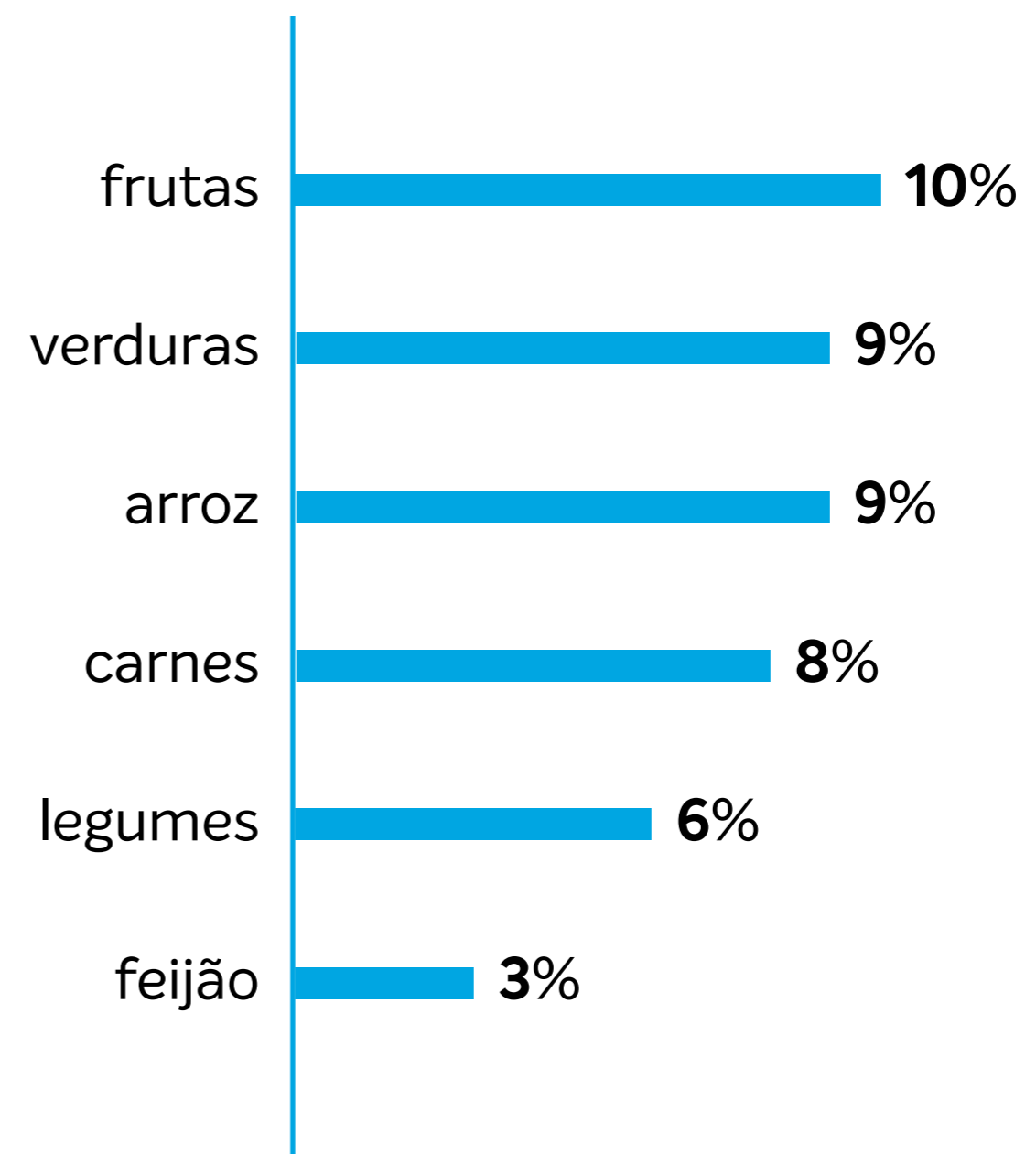
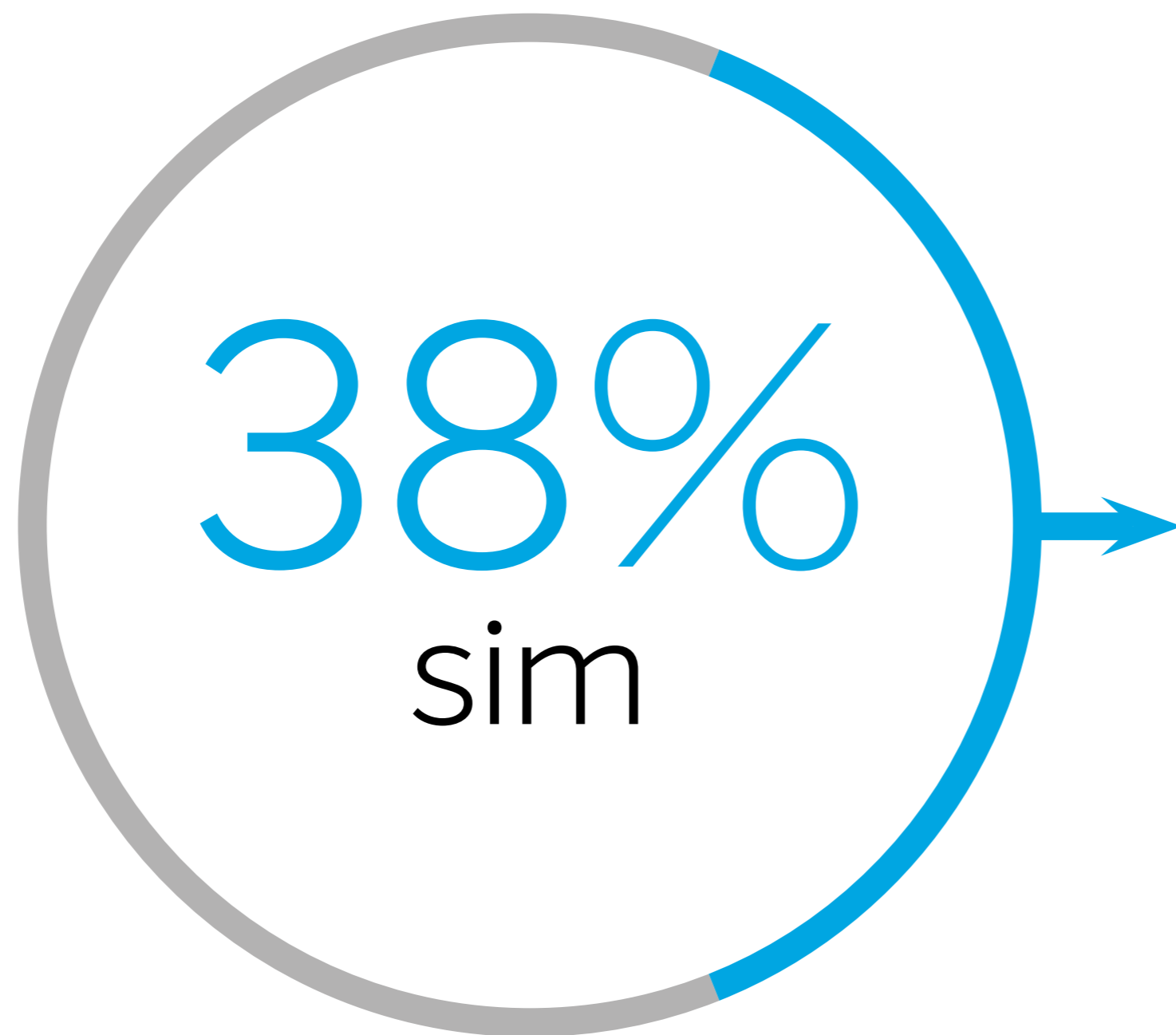


37%
sim

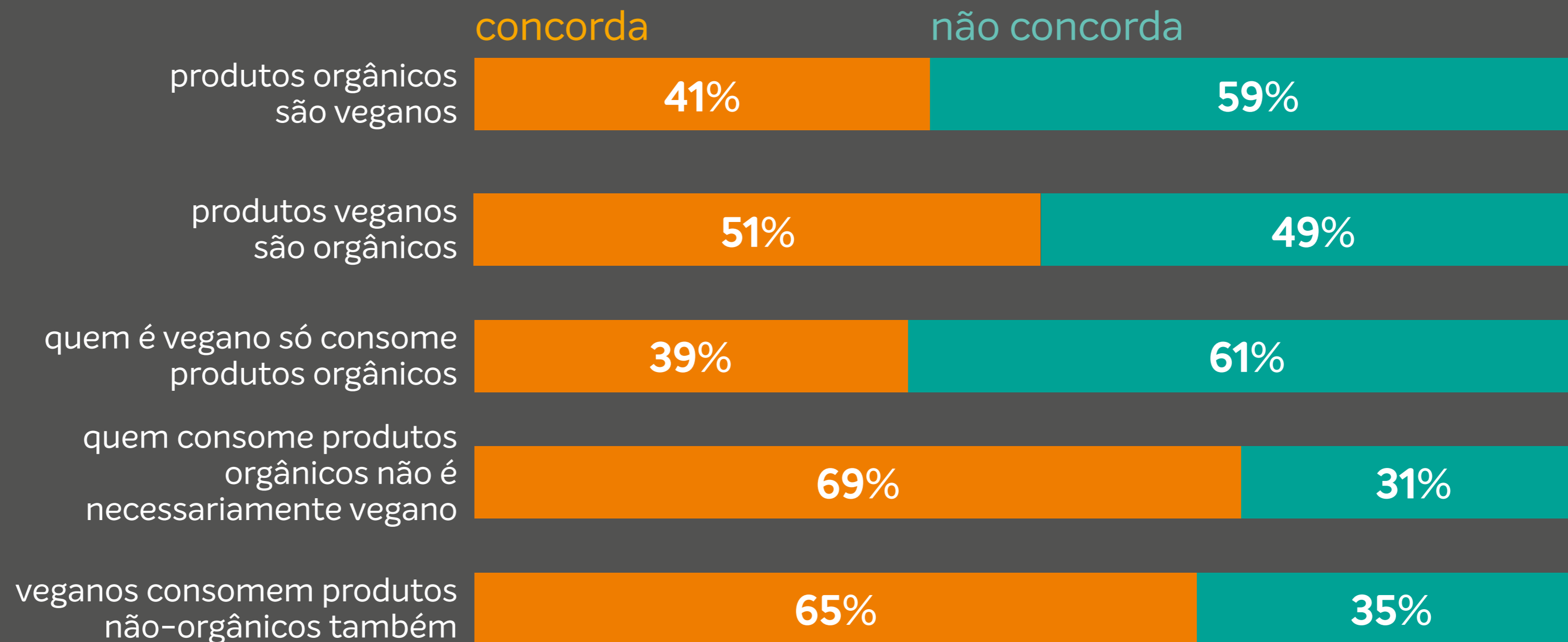


Existe algum tipo de produto que é indiferente ser orgânico

respostas múltiplas



Relação entre veganismo e consumo de orgânicos



Percepções sobre Produtos Transgênicos

consumidor
de orgânico

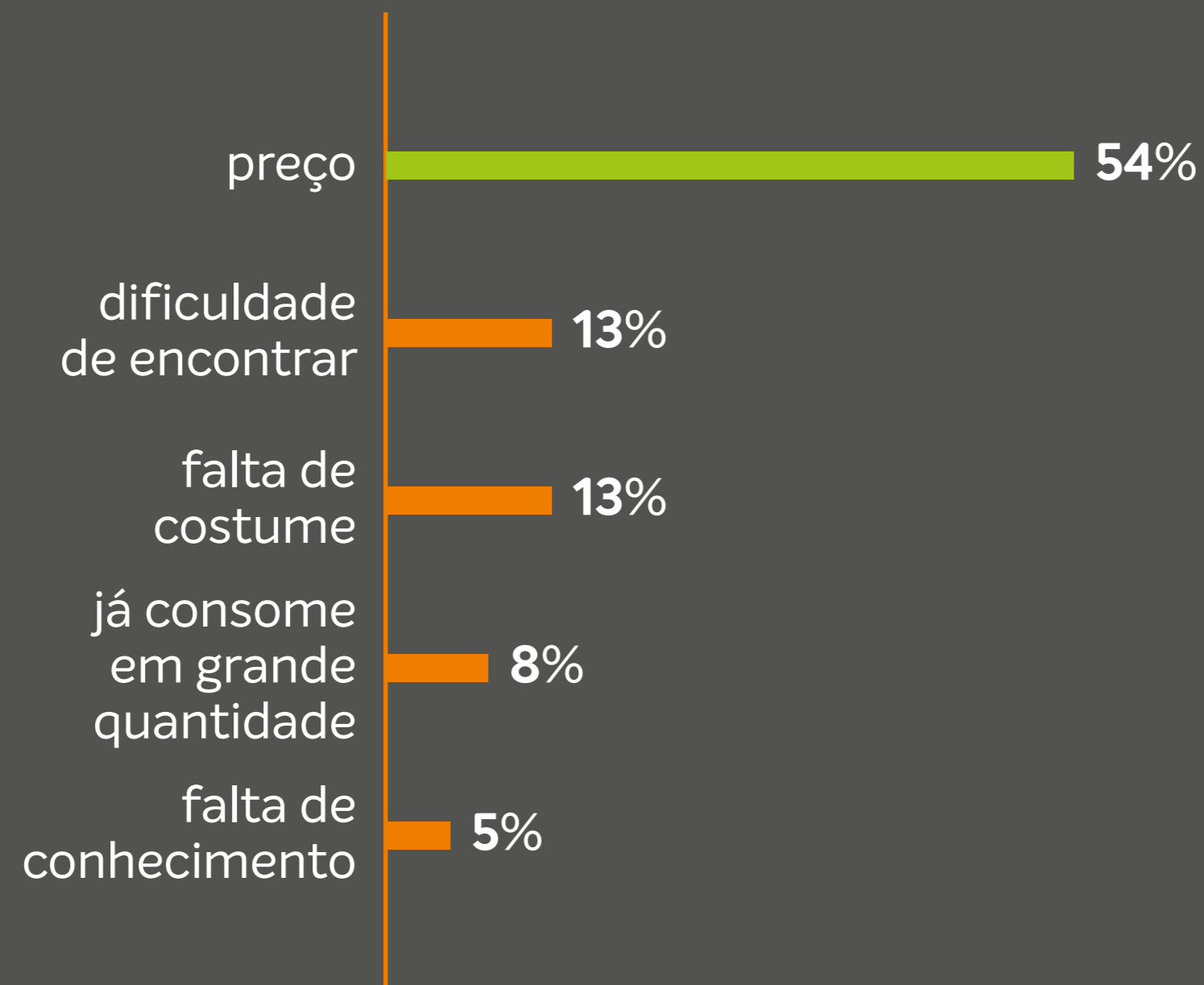


47%

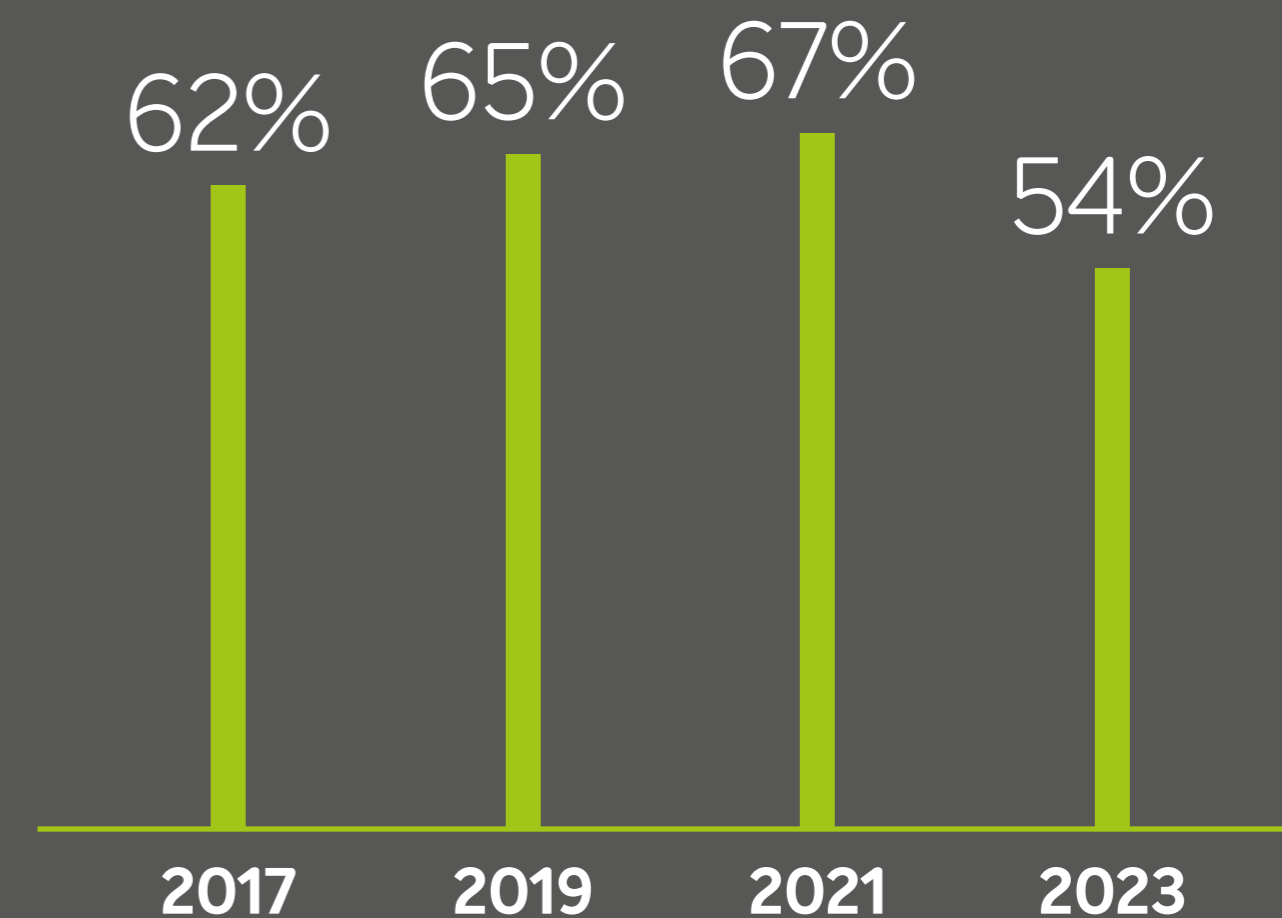
não sabe
o que é produto
transgênico

50%
consumiria
um produto
que é ou contém
ingredientes
transgênicos

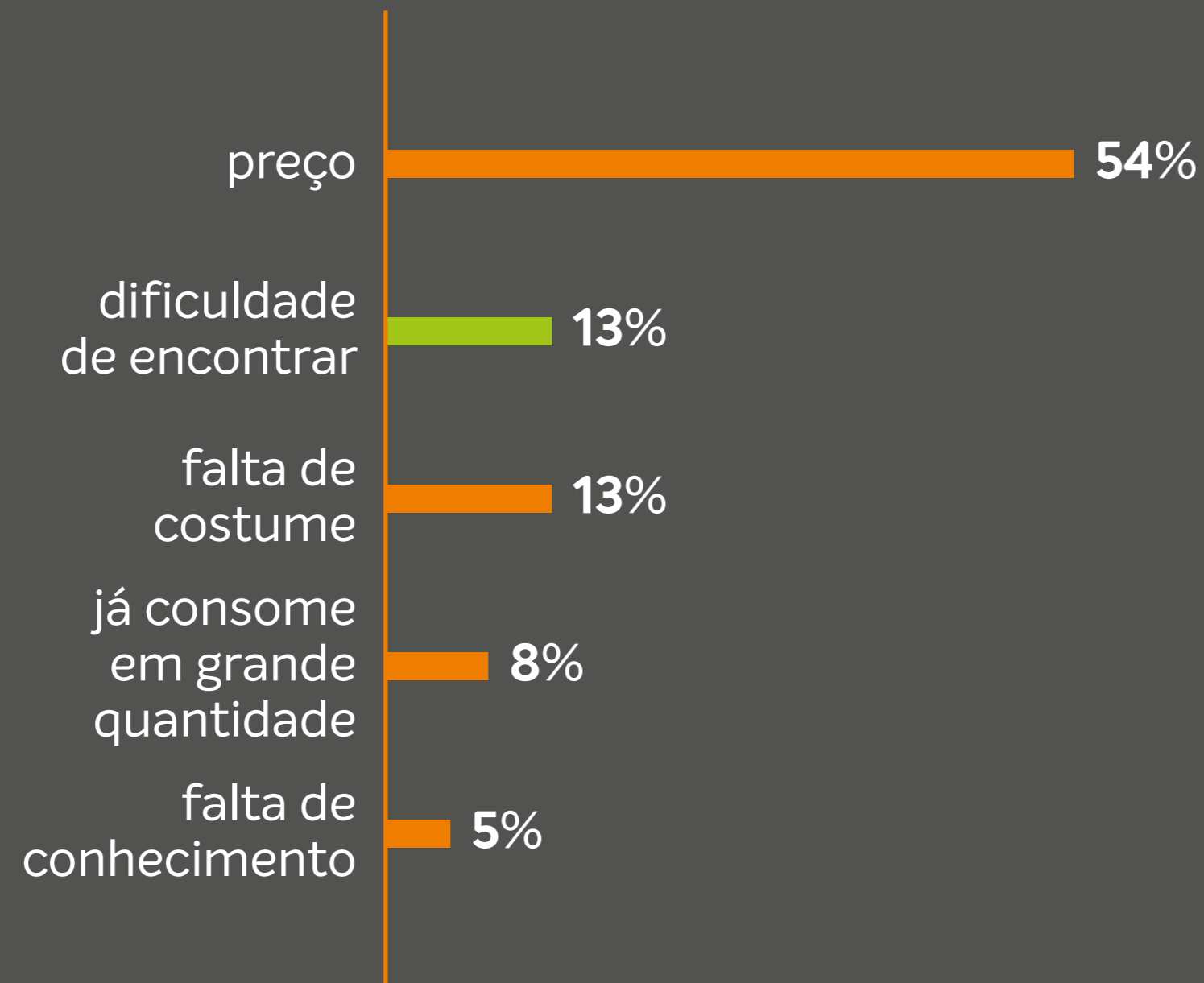
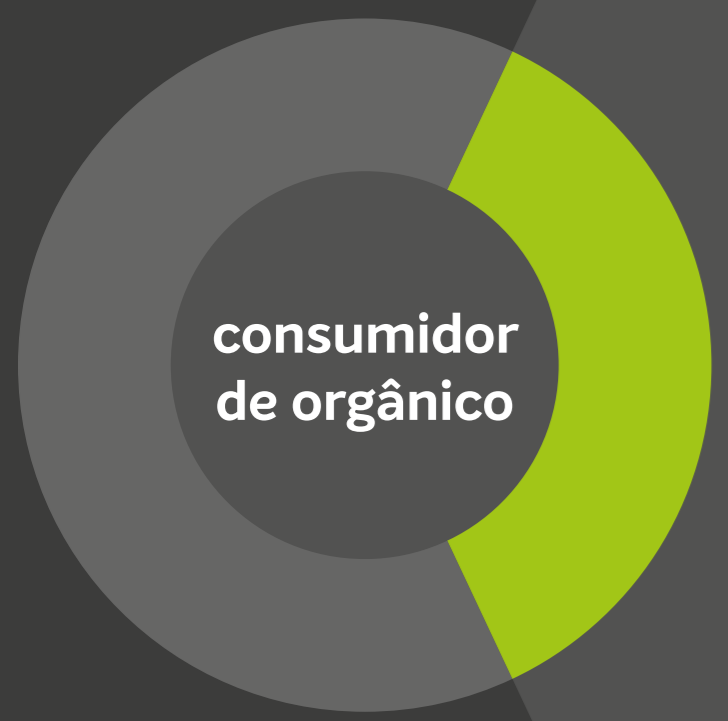
Motivos pelos quais não consome em maior quantidade produtos orgânicos



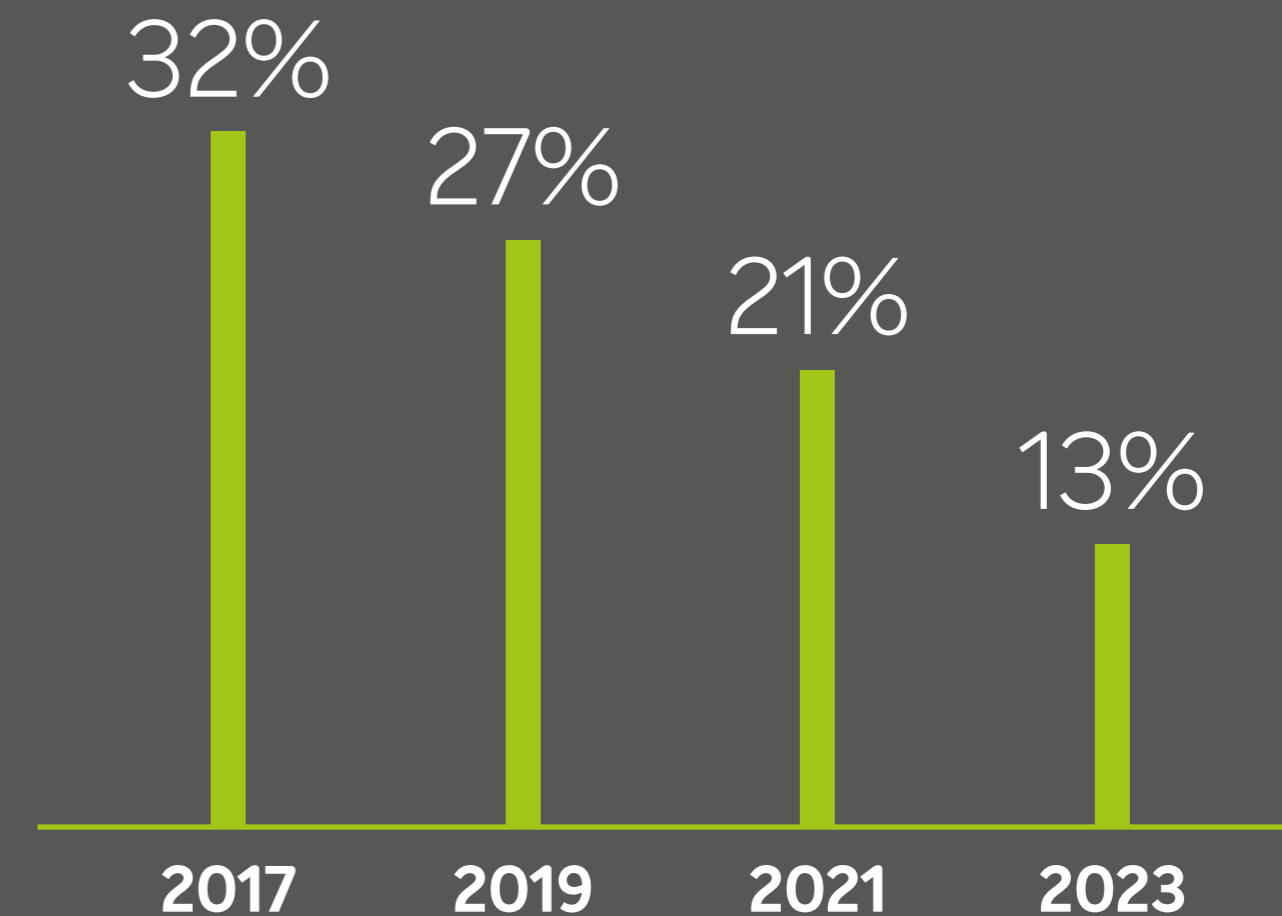
Comparativo preço como barreira



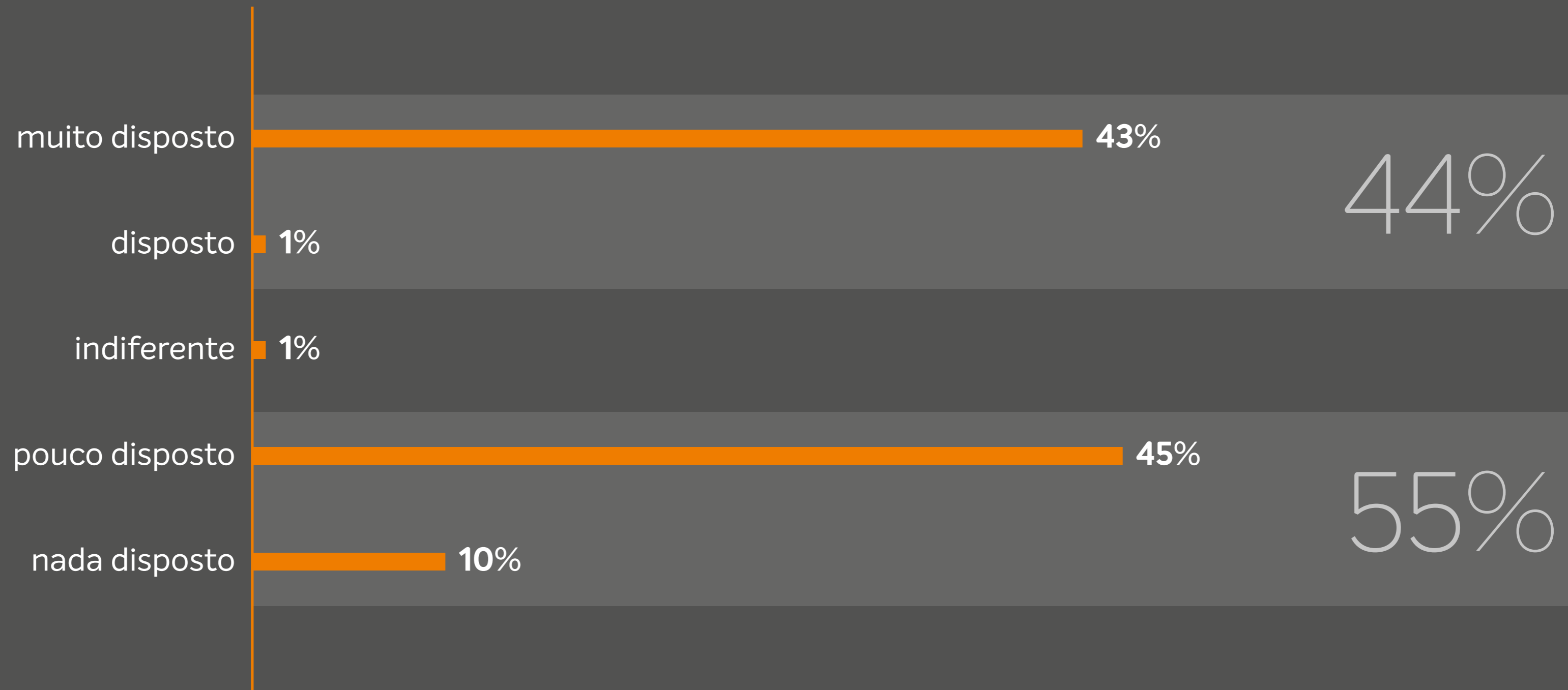
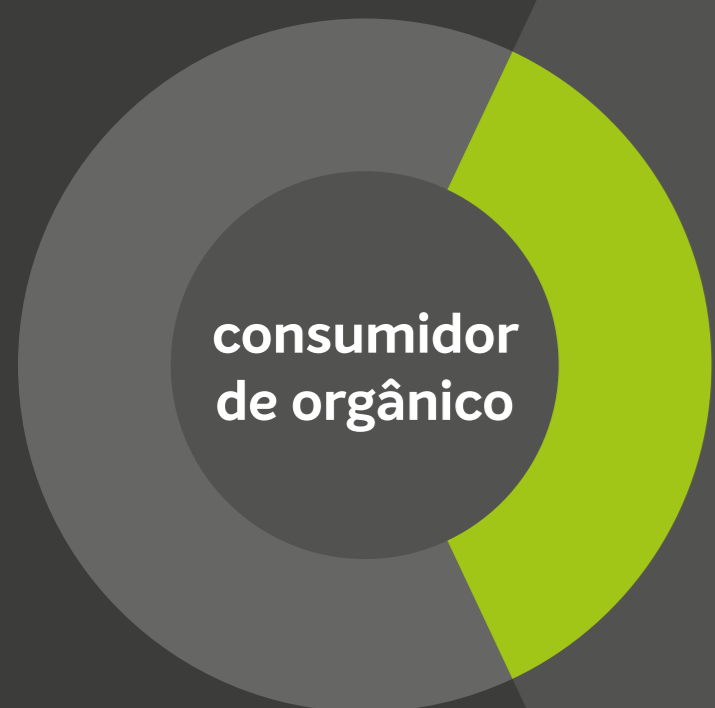
Motivos pelos quais não consome em maior quantidade produtos orgânicos



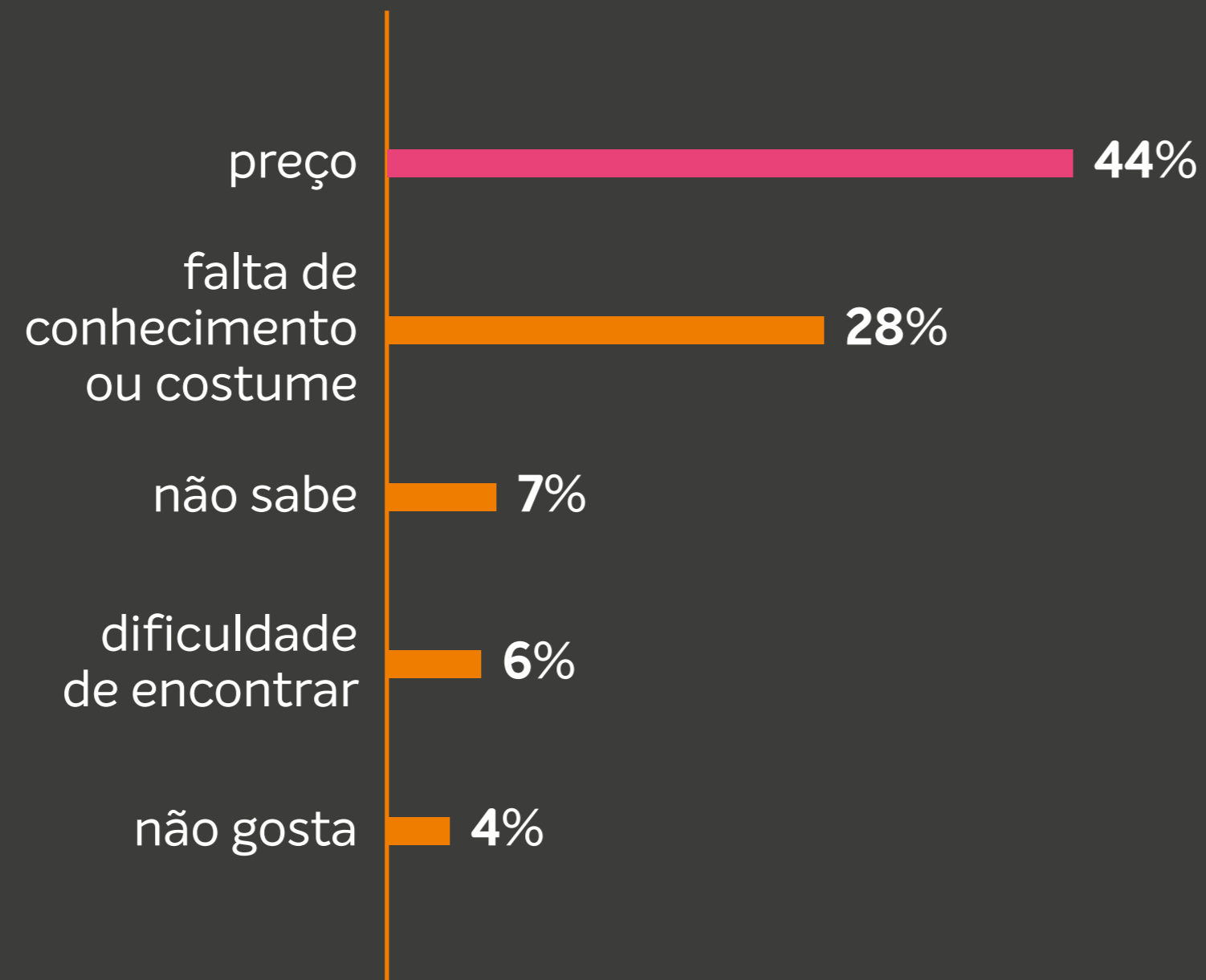
Comparativo distribuição como barreira



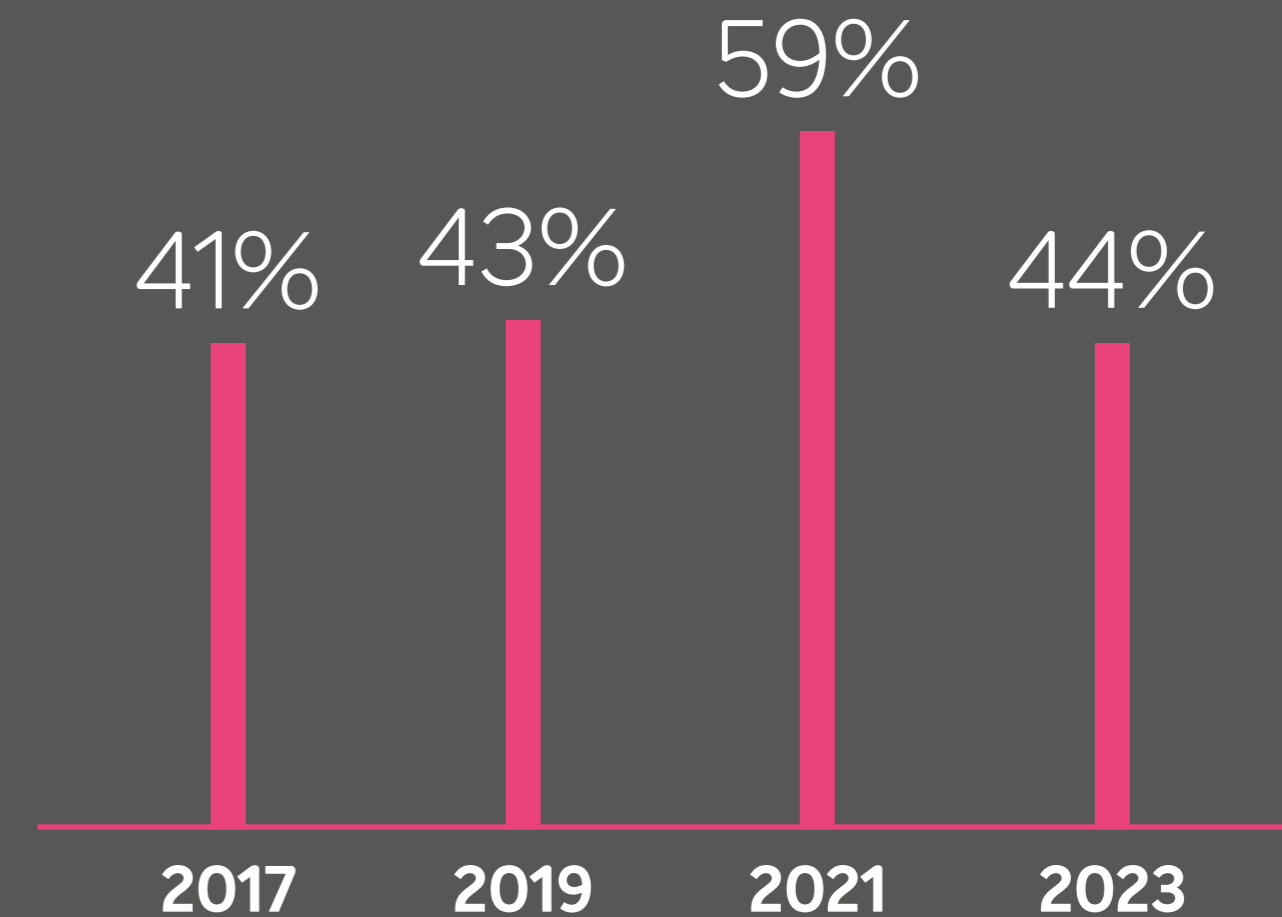
Disposição em aumentar o consumo de produtos orgânicos



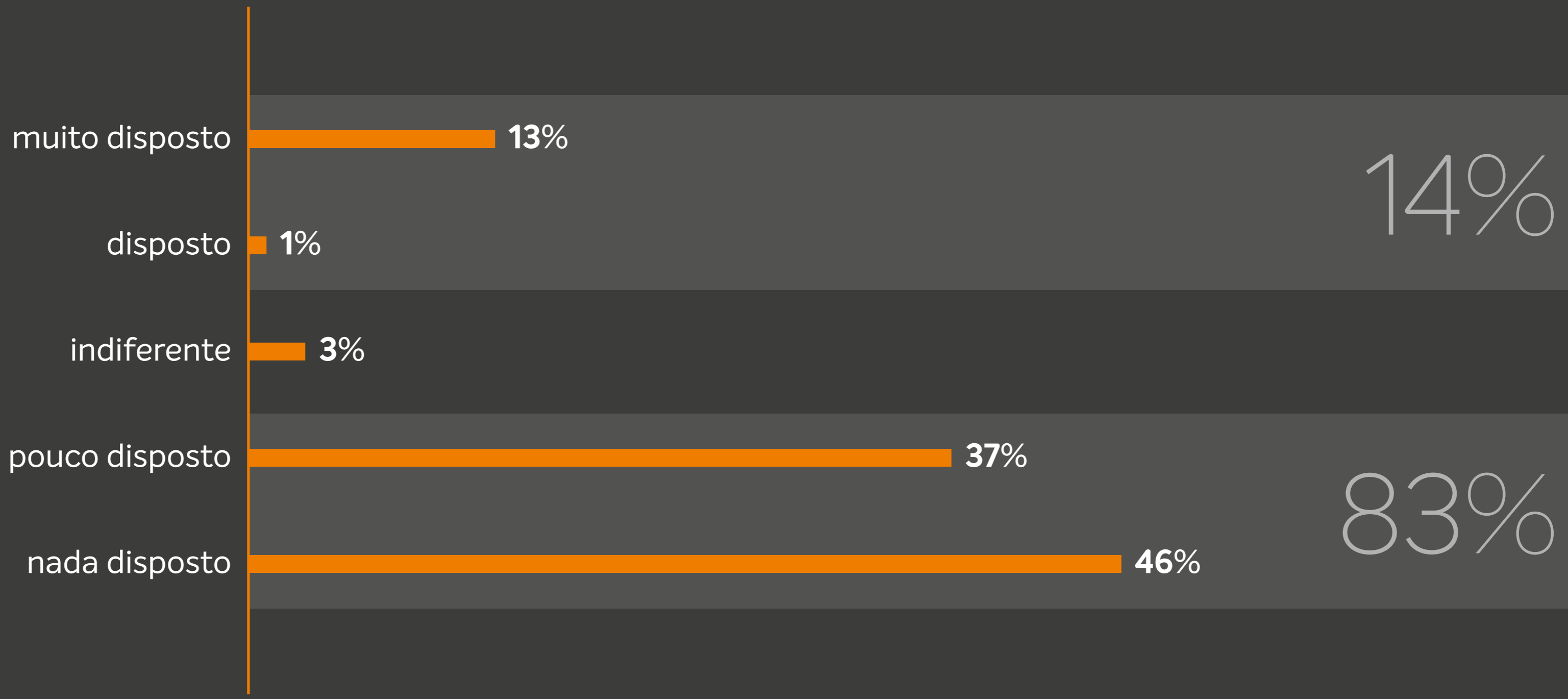
Motivos pelos quais não consome produtos orgânicos



Comparativo preço como barreira



Disposição em iniciar o consumo de produtos orgânicos



Hábitos de compra

Crescimento contínuo

Em relação à pesquisa de 2021, o número de consumidores de orgânicos avançou **16%**.

Persiste a associação do orgânico com vegetais frescos

Já presente nas demais pesquisas, manteve-se a forte associação do orgânico com frutas, legumes e verduras, reiterando a necessidade de se divulgar os demais produtos alimentícios, a exemplo de carnes, leite e derivados, vinhos, óleos, farinhas, matinais, grãos e açúcar, inclusive em suas versões industrializadas.

A preocupação com a saúde

O fato de ser uma opção mais saudável é o principal argumento de compra de produtos orgânicos pela maioria dos consumidores.



Hábitos de compra

Estímulo visual

A maioria dos consumidores diz reconhecer os produtos orgânicos pela embalagem.

Reconhecimento do selo orgânico

O reconhecimento dos produtos orgânicos pelo selo de certificação manteve-se em **39%** e é apontado por **13%** dos consumidores como importante critério na decisão de compra. Também observa-se que **89%** deles, mesmo alto patamar de 2021, concordam que o selo de certificação deve estar obrigatoriamente presente nas embalagens.

Setores orgânicos facilitam

Cada vez mais se evidencia a necessidade de se organizarem seções específicas de produtos orgânicos nos pontos de venda, uma facilidade cobrada por **83%** dos entrevistados. Hoje, **24%** dos consumidores afirmam identificar os orgânicos no ponto de venda graças à separação por setor, contra **10%** em 2021.



A aparência atrai

De 2021 para 2023 cresceu significativamente a importância da aparência dos produtos como critério de escolha, mantendo-se, na sequência, os critérios preço e embalagem.

Marcas orgânicas

As marcas Terra Livre, Mãe Terra e Korin continuam sendo as mais lembradas do universo orgânico, todas com aumento na lembrança dos consumidores em relação a 2021.

Disponibilidade

Orgânicos mais próximos

Embora ainda apontem certa dificuldade de acesso aos orgânicos, melhorou a percepção do consumidor quanto à facilidade de encontrar os produtos em seu dia a dia.



Preço

O preço na crise

As incertezas econômicas enfrentadas pelo Brasil ao longo de 2021 e 2022 fizeram crescer a percepção de que os produtos orgânicos são mais caros.

Preço justo

A maioria dos consumidores de orgânicos considera que existem boas razões para os preços mais elevados dos produtos.

O ponto de equilíbrio

Os números apontam que a grande maioria dos consumidores considera razoável pagar em torno de **20%** a mais pelos produtos, em relação aos convencionais.



Espaço aberto para aumento do consumo

54% dos que se declararam consumidores usuais apontaram o fator preço como principal motivo para não consumirem orgânicos em maior quantidade. Desses, um percentual significativo, **43%** dos entrevistados, declara que está muito disposto a aumentar o consumo.

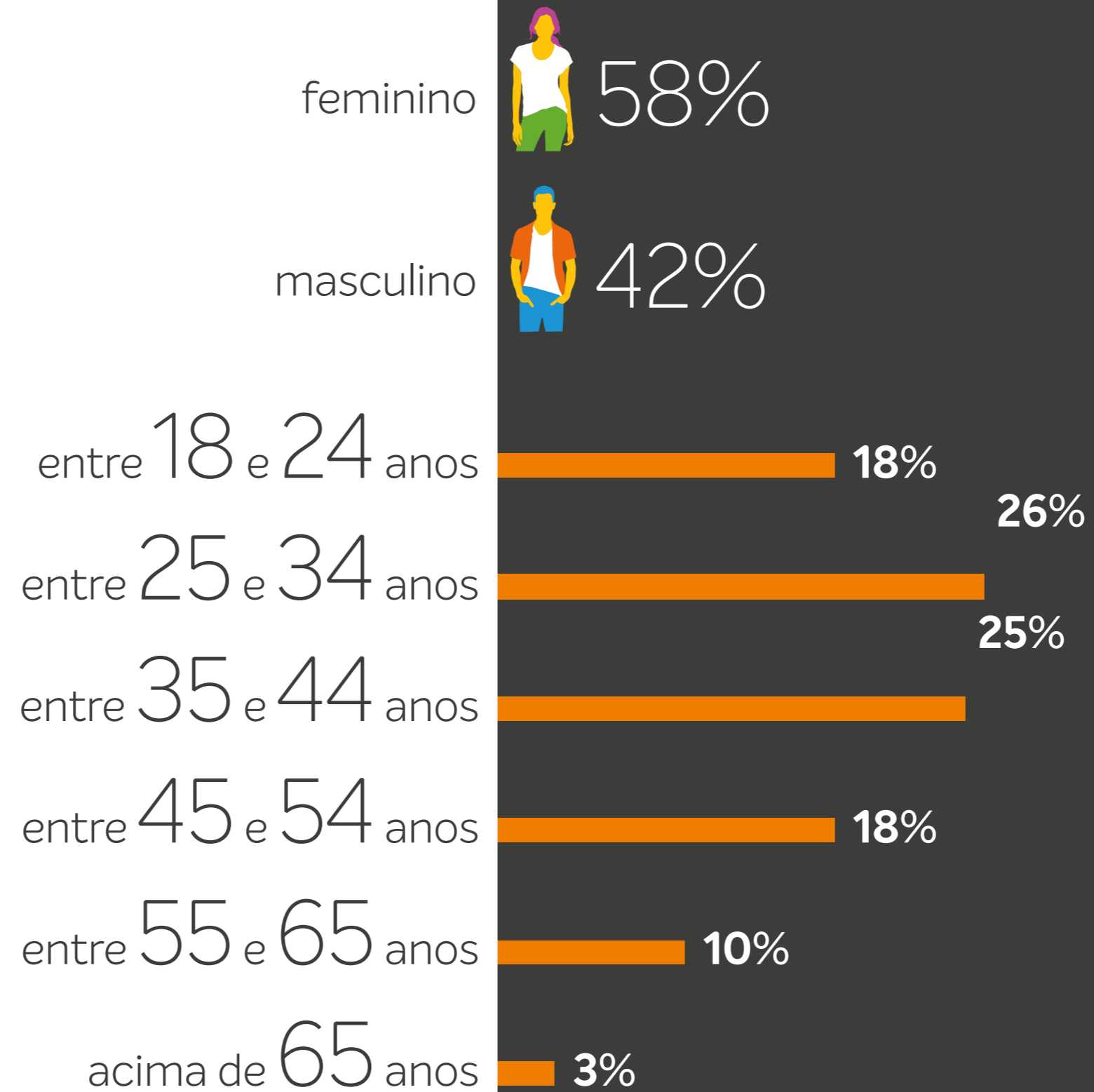
Entre os não-consumidores de orgânicos, **13%** disseram estar muito dispostos a passarem a consumir.



Perfil da amostra - Geral

Características sociais

consumidores
e não consumidores
de orgânicos

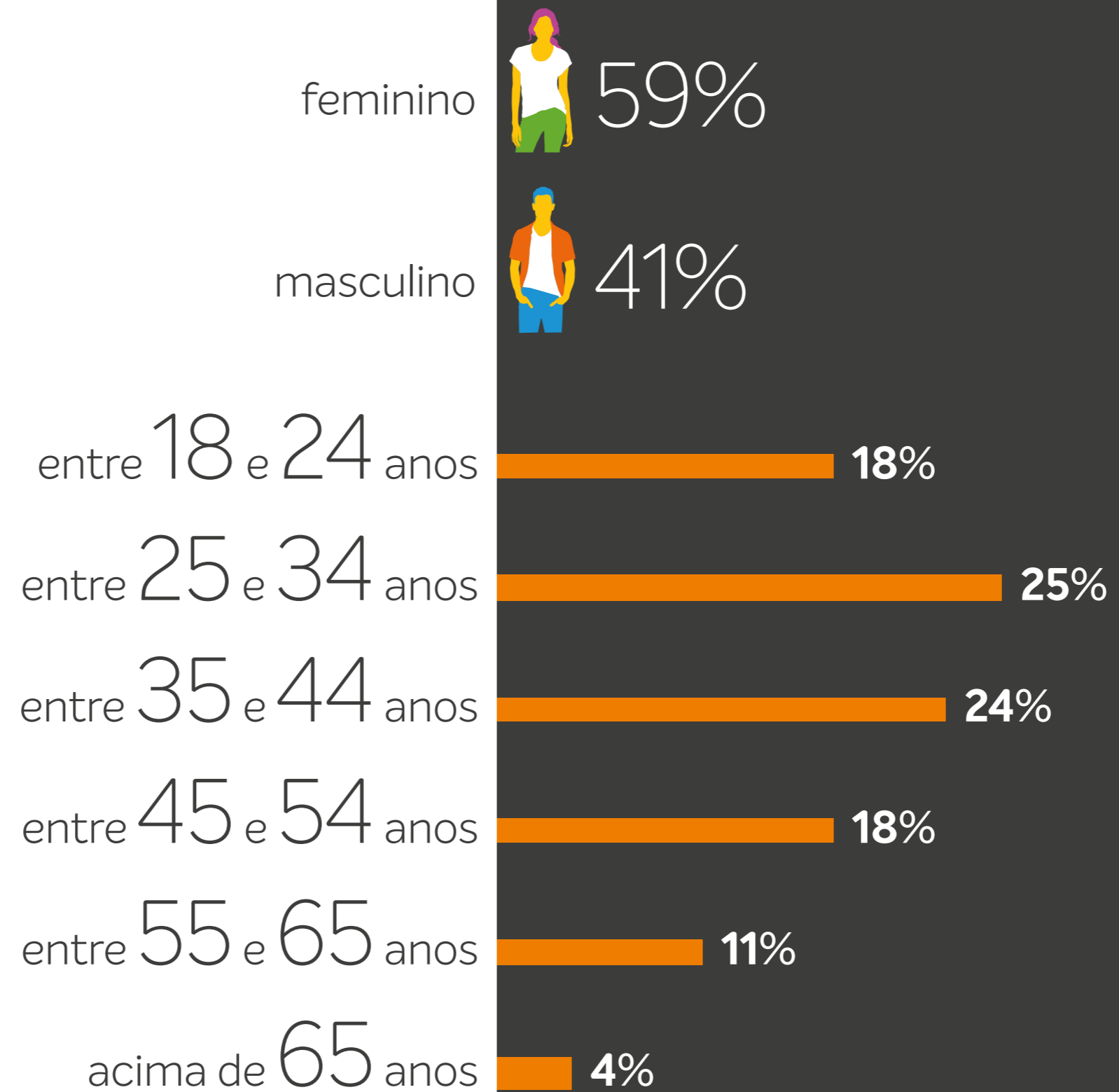




Perfil da amostra

Características sociais

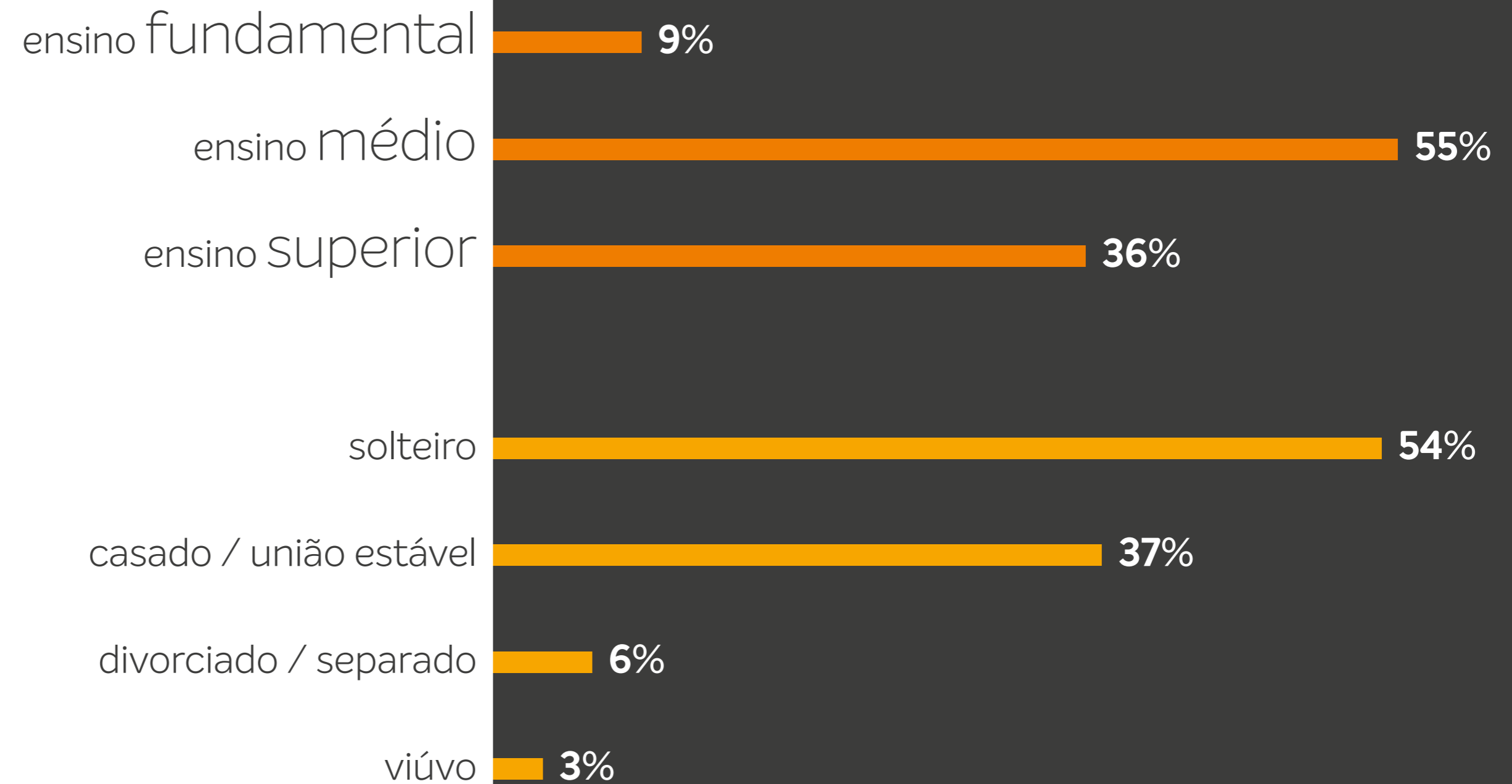
somente
consumidores
de orgânicos



Perfil da amostra - Geral

Características sociais

consumidores
e não consumidores
de orgânicos

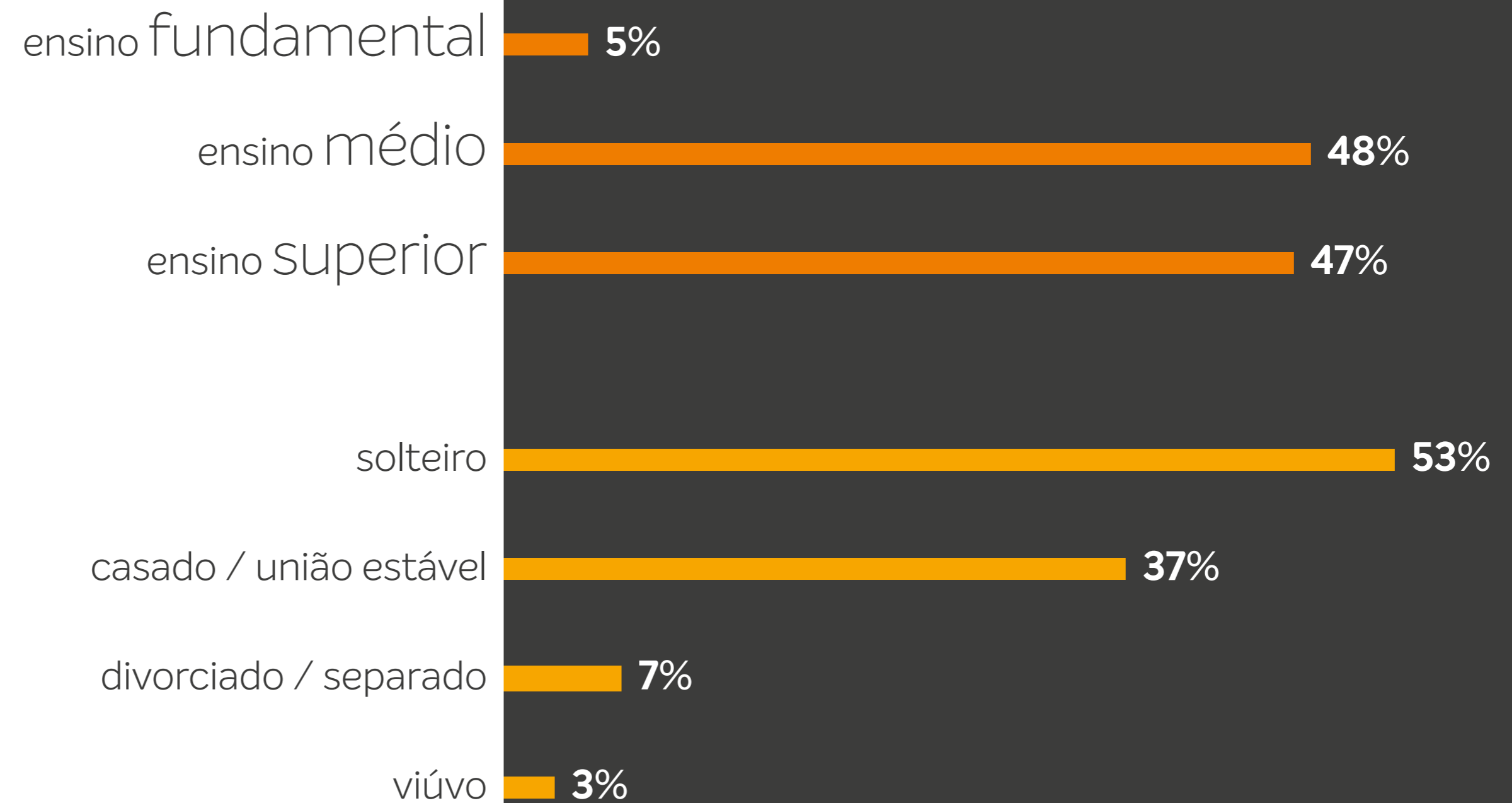




Perfil da amostra

Características sociais

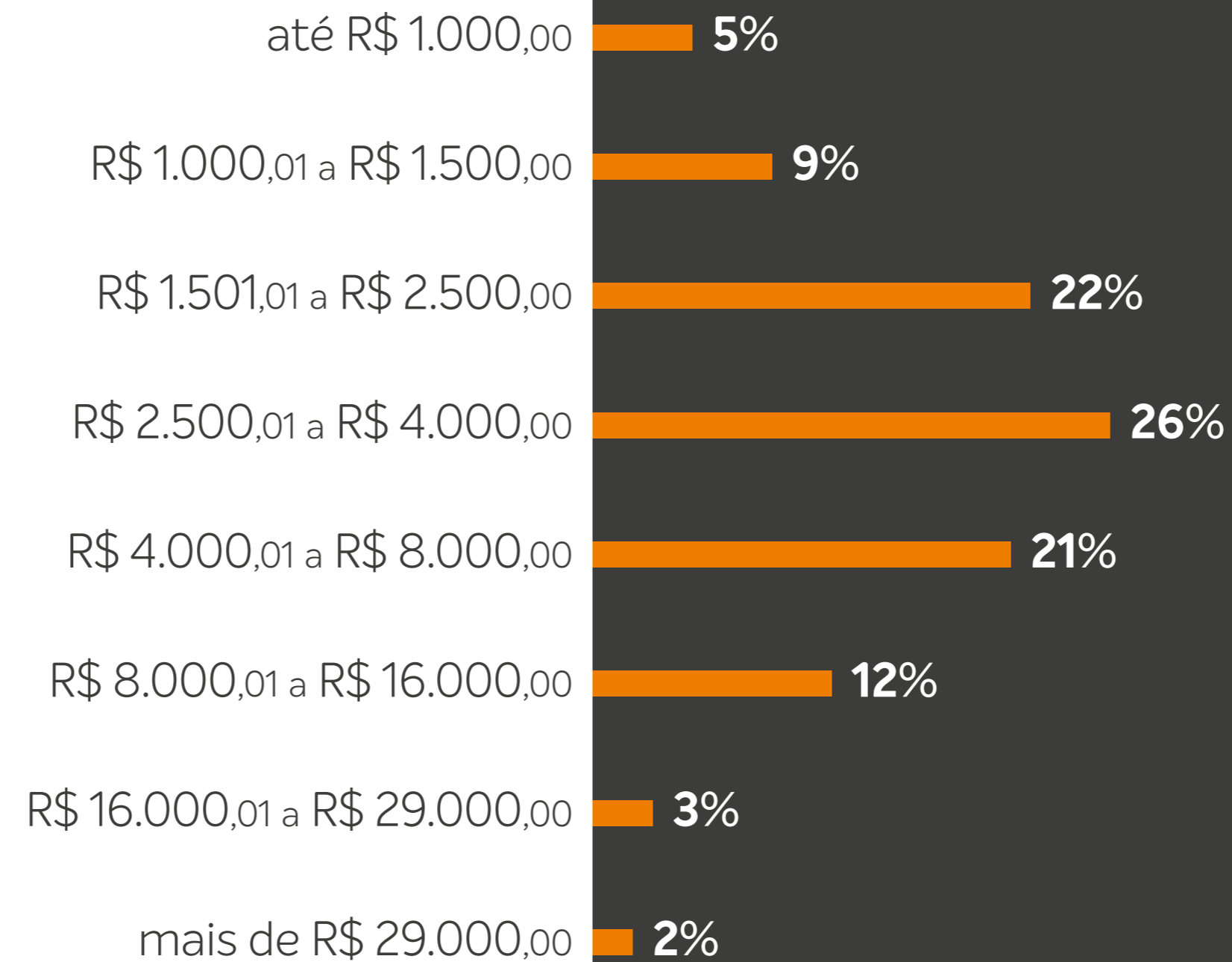
somente
consumidores
de orgânicos



Perfil da amostra - Geral

Características sociais

consumidores
e não consumidores
de orgânicos

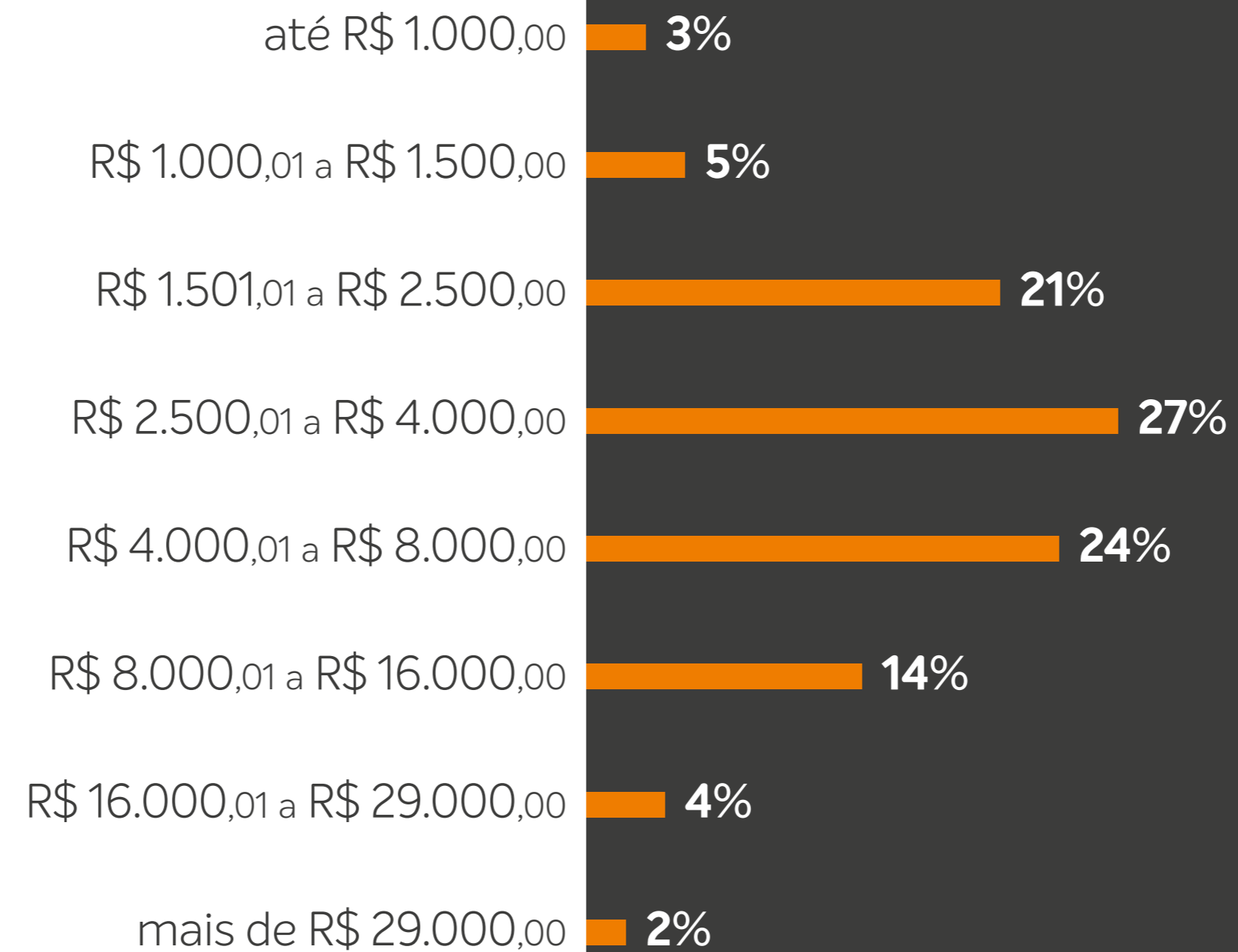




Perfil da amostra

Características sociais

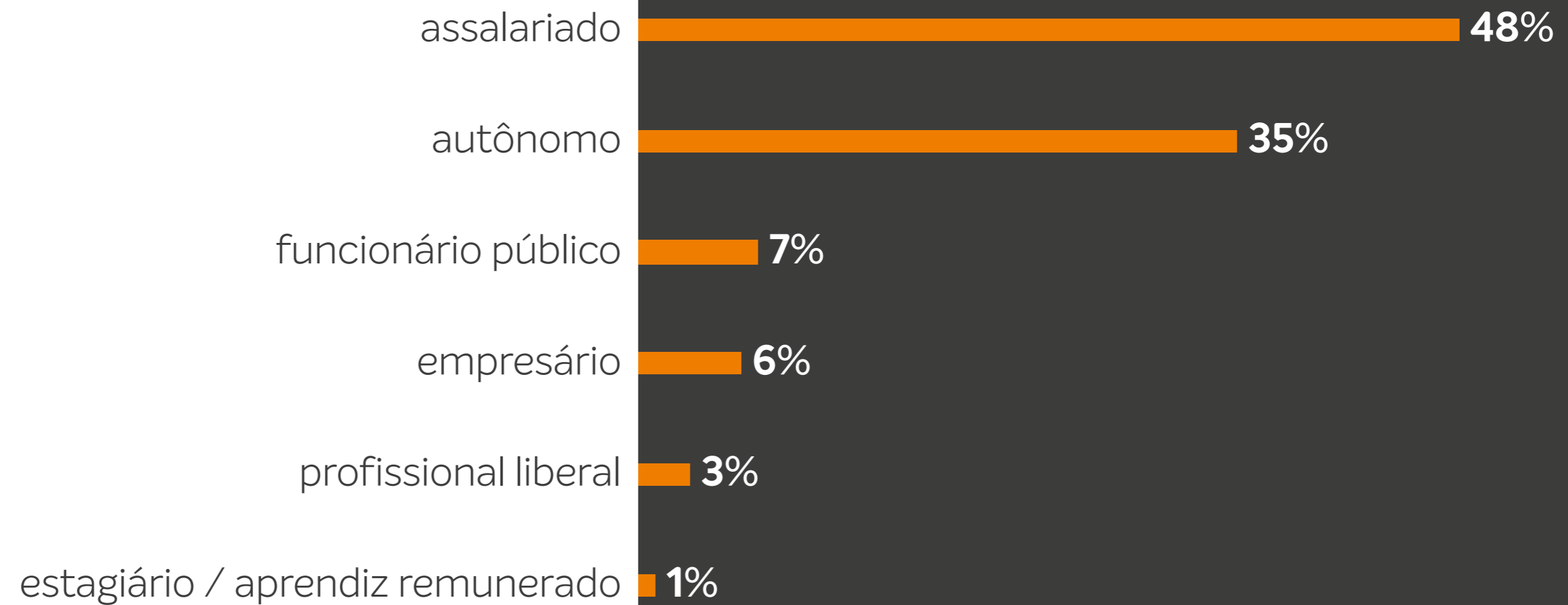
somente
consumidores
de orgânicos



Perfil da amostra - Geral

Características sociais

consumidores
e não consumidores
de orgânicos

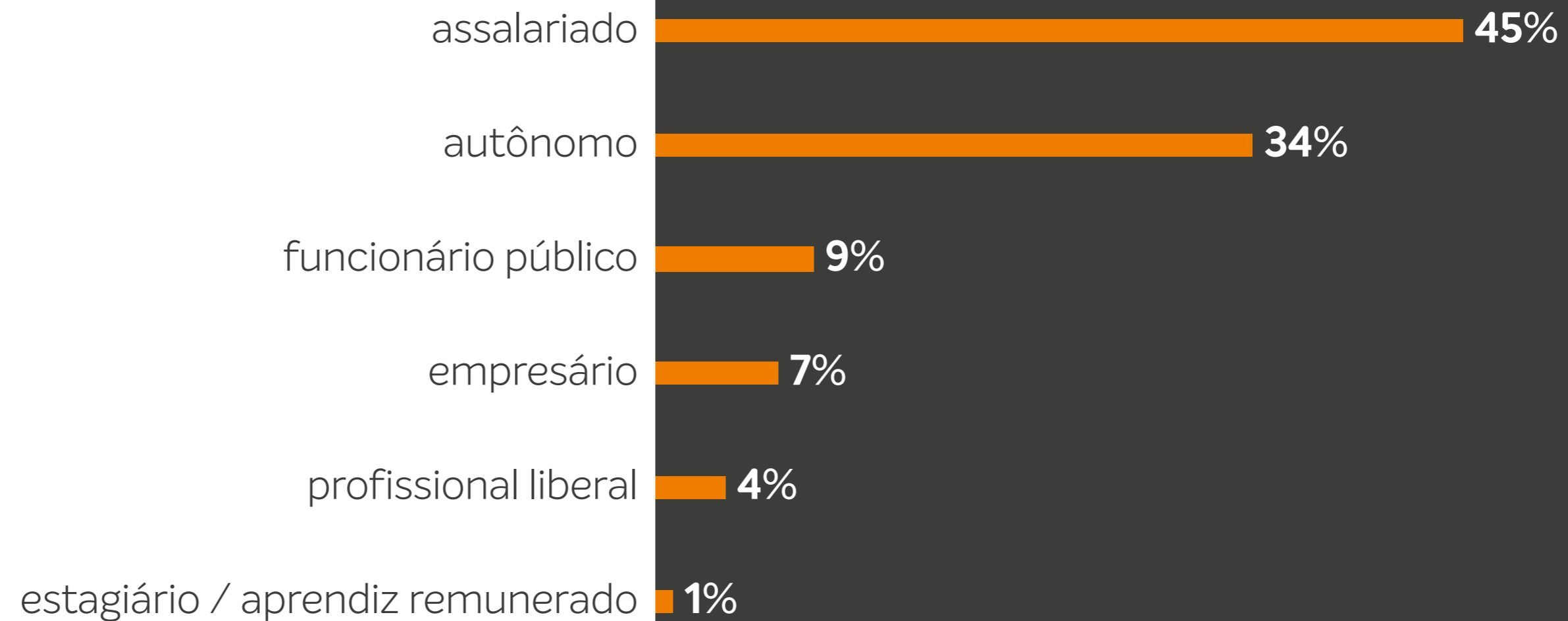




Perfil da amostra

Características sociais

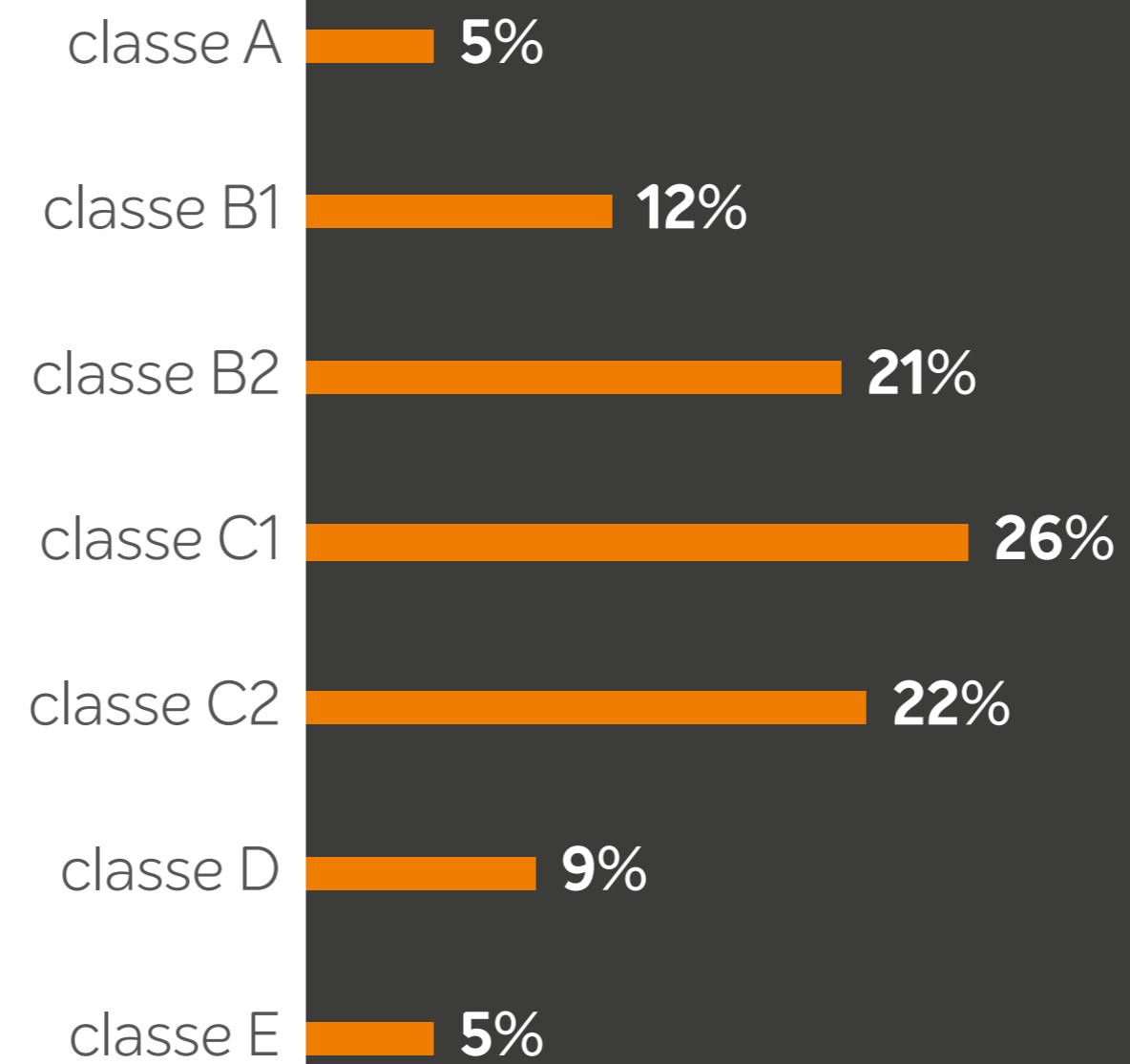
somente
consumidores
de orgânicos



Perfil da amostra - Geral

Características sociais

consumidores
e não consumidores
de orgânicos

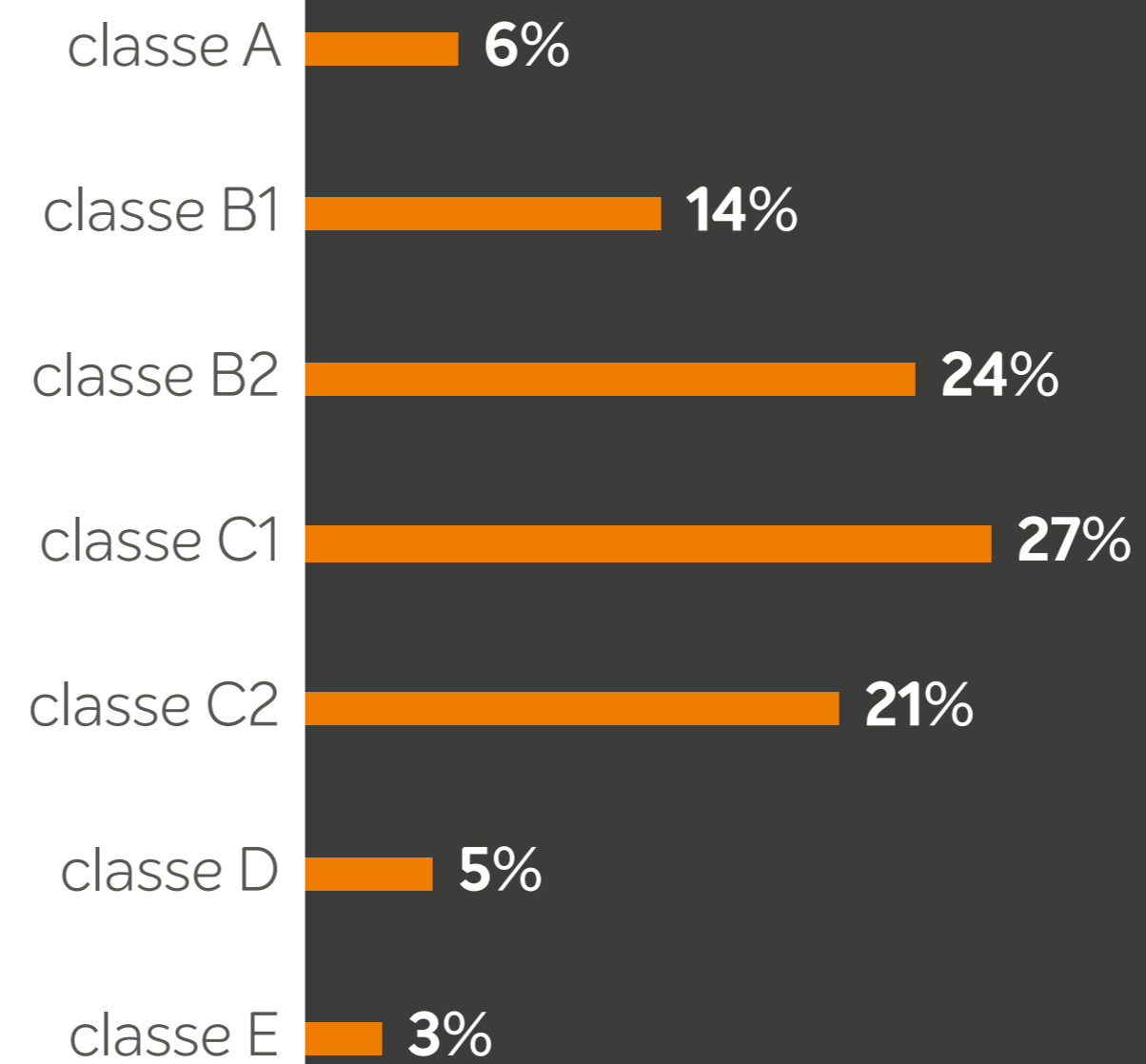




Perfil da amostra

Características sociais

somente
consumidores
de orgânicos



Perfil da amostra – Geral

Dispersão geográfica – Consumidores e não consumidores de orgânicos



Sudeste 48% São Paulo | Rio de Janeiro | Belo Horizonte

Nordeste 21% Salvador | Recife | Fortaleza

Sul 15% Porto Alegre | Florianópolis | Curitiba

Centro-Oeste 11% Goiânia | Brasília

Norte 5% Manaus



Perfil da amostra

Dispersão geográfica - Somente consumidores de orgânicos



Sul 17% Porto Alegre | Florianópolis | Curitiba

Sudeste 43% São Paulo | Rio de Janeiro | Belo Horizonte

Centro-Oeste 9% Goiânia | Brasília

Nordeste 28% Salvador | Recife | Fortaleza

Norte 3% Manaus



ATMOSFERA ORGÂNICA

organis



Pesquisa
Consumidor
Orgânico
2023

www.organis.org.br

