



Área de Publicação: Nutrição e alimentação.

O CONSUMO DE LÁCTEOS ORGÂNICOS NO BRASIL

Y. M.Guimarães; Ke. B. Siqueira; F. S. Machado; M. S.Lana

¹EMBRAPA, Juiz de Fora, Brasil (ygor_martinsg@hotmail.com)

²EMBRAPA, Juiz de Fora, Brasil³ EMBRAPA, Juiz de Fora, Brasil⁴ EMBRAPA, Juiz de Fora, Brasil

RESUMO

O presente artigo se propôs a avaliar o consumo dos lácteos orgânicos no Brasil. Para isso, foi realizado um questionário virtual entre 28 de junho a 20 de julho de 2022, que contou com respostas de todas as regiões do Brasil. Esse questionário teve como objetivo avaliar o consumo e as percepções sobre os produtos orgânicos. Os resultados encontrados indicaram que os entrevistados avaliam o leite orgânico como de melhor qualidade e menos agressivo ao meio ambiente e ao bem-estar animal comparado ao leite convencional. Contudo, os preços elevados e a dificuldade de encontrar esses produtos impedem as pessoas de começar a consumir ou aumentar o consumo desses produtos.

Palavras-chave: orgânicos, meio ambiente, consumidor.

INTRODUÇÃO

O mercado de leite orgânico está em ascensão no Brasil. Segundo dados do Conselho Brasileiro da Produção Orgânica Sustentável (Organis, ano) entre 2017 e 2018 o setor cresceu 20%. Contudo, pouco se sabe sobre o perfil do consumidor e as motivações que os levam a trocar ou não leite convencional por orgânico.

Os produtos orgânicos são caracterizados por “uso de recursos naturais e humanos de forma a garantir as necessidades presentes, sem comprometer as necessidades futuras” (COELHO, 1998). Dessa forma, eles vêm para suprir as novas demandas da sociedade, que busca cada vez mais por produtos e empresas que tenham como princípio o desenvolvimento sustentável. Nesse contexto, a produção láctea orgânica objetiva causar o menor grau de impacto possível ao meio ambiente através da não utilização de hormônios, agrotóxicos e fertilizantes químicos encontrados na ração dos animais.

Sendo assim, o presente estudo teve como finalidade avaliar o consumo de lácteos orgânicos no Brasil, considerando o consumo, a quantidade consumida, o perfil do consumidor e as opiniões sobre o leite orgânico.

METODOLOGIA



Para a realização deste trabalho, foi aplicado um questionário virtual, entre 28 de junho e 20 de julho de 2022. A primeira parte do questionário foi composta de perguntas para avaliar o perfil do entrevistado, abordando principalmente variáveis sociodemográficas, como grau de escolaridade, faixa etária, etc. A segunda parte procurou avaliar o consumo de produtos lácteos orgânicos, abordando as variáveis que afetam esse consumo, frequência de consumo, entre outras.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

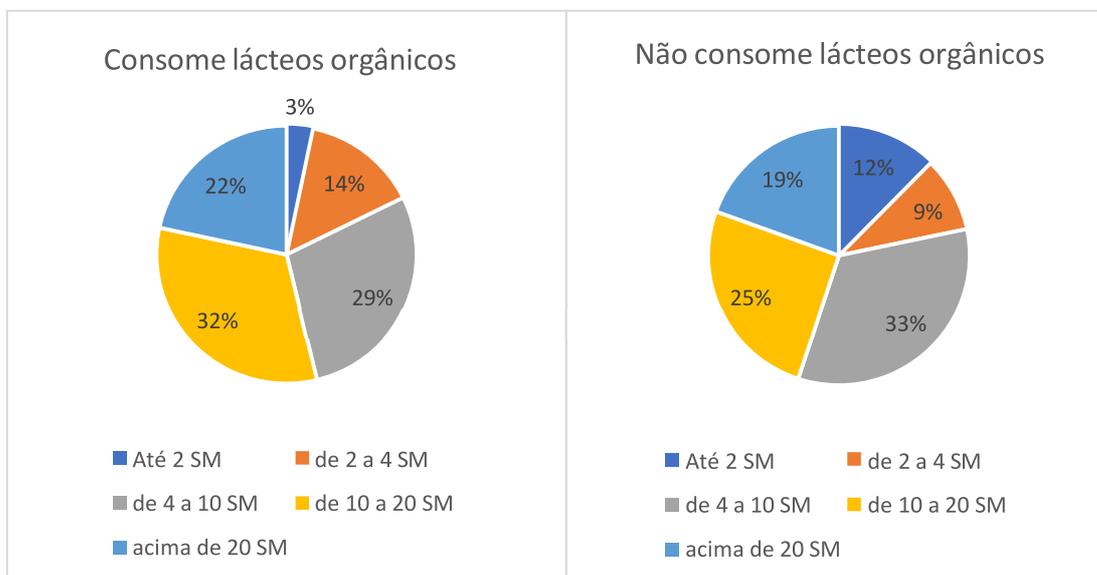
O questionário contou com 575 respostas, contemplando todas as regiões do Brasil. Com os dados levantados, foi possível traçar o perfil do entrevistado. A região Sudeste foi a mais representativa, sendo responsável por 65% do total de respostas. Uma característica do questionário foi a equivalência de respostas entre os gêneros, sendo 294 pessoas do sexo masculino e 279 pessoas do sexo feminino.

Quanto ao perfil do entrevistado foram analisadas a faixa etária, a renda e a escolaridade dos respondentes. 50% das pessoas disseram estar entre os 40 a 59 anos, seguido pela faixa etária entre os 20 a 39 anos, com 33%. A escolaridade e a renda das pessoas que responderam ao questionário foram consideradas altas: 87% dos respondentes afirmaram ter curso superior, sendo 60% com o título de pós-graduação. A renda observada se concentrou entre os 4 a 20 salários-mínimos, com 60% das pessoas estando nessa faixa salarial. Apenas 20% dos entrevistados afirmaram receber abaixo de 4 salários-mínimos.

Entre os entrevistados 53% afirmaram já ter consumido lácteos, 36% gostariam de começar a consumir e apenas 11% não pretendem consumir. A Figura 1 demonstra a distribuição da renda dos consumidores e dos não consumidores de lácteos orgânicos.



Figura 1 – Distribuição da renda familiar dos entrevistados.



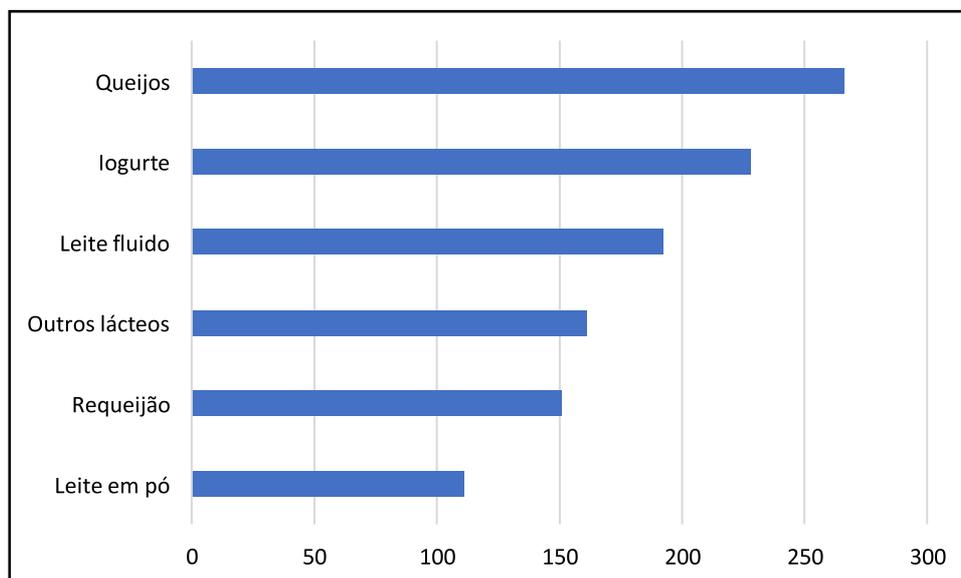
Fonte: Resultado da pesquisa

Comparando a distribuição da renda familiar entre os grupos que consomem e não consomem lácteos orgânicos, percebe-se que a distribuição é mais homogênea no grupo de não consumidores. 83% dos consumidores de lácteos orgânicos possuem renda familiar maior que 10 SM. Isso sugere que a questão da renda é uma variável importante, mas não a única considerada na disposição em consumir este produto.

A fim de compreender o perfil de quem consome os lácteos orgânicos e suas preferências, as demais análises concentraram-se somente no grupo dos consumidores. Constatou-se que os produtos lácteos orgânicos mais consumidos são os queijos e, em seguida, os iogurtes, conforme verifica-se na Figura 2.



Figura 2- Principais lácteos orgânicos consumidos no Brasil.



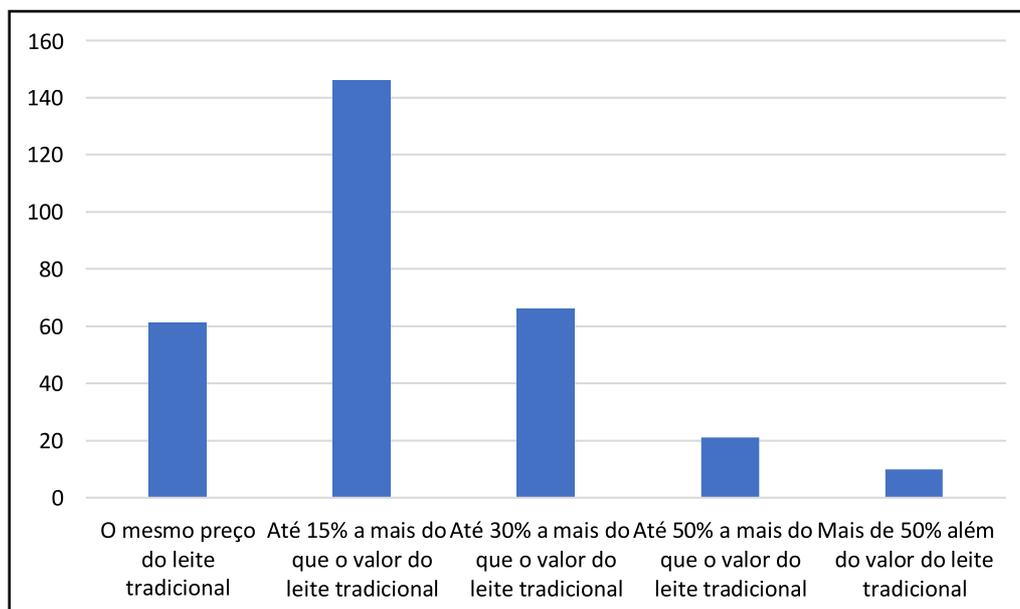
Fonte: Resultados da pesquisa.

A maior popularidade dos queijos e do iogurte orgânico está relacionada à busca por um produto de maior qualidade e saudabilidade. Uma pesquisa realizada pelo setor de lácteos orgânicos Departamento de Agricultura dos Estados Unidos – USDA indicou que o iogurte contém uma concentração maior de alguns nutrientes que os lácteos convencionais, o que pode estar relacionado à maior busca dos consumidores a esses alimentos.

Os entrevistados foram questionados sobre os critérios para a escolha dos produtos orgânicos. O preço foi o principal diferencial, sendo escolhido por 35% dos entrevistados. Confiança e qualidade também tiveram um percentual relevante para os consumidores, o primeiro com 27% e o segundo com 25%. A Figura 2 demonstra o quanto os consumidores de leite orgânico estão dispostos a pagar por este produto.

Um ponto importante a ser analisado na figura é que a maioria dos consumidores está disposto a pagar até 15% a mais que o valor do leite tradicional para o lácteo ser orgânico. Contudo, os lácteos orgânicos são encontrados em faixas de preços muito acima comparado aos tradicionais. Um levantamento da Secretaria estadual de Agricultura e Abastecimento (SEAB), realizada em 2021, demonstrou que os alimentos orgânicos em geral são encontrados, em média, 20% acima dos produtos convencionais.

Figura 3- Quanto o consumidor está disposto a pagar a mais para o leite orgânico.



Fonte: Resultados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre a motivação do consumo desses produtos, os fatores mais citados foram: a preocupação com a saúde, a qualidade do produto e a preocupação com o meio ambiente e o bem-estar animal, demonstrando que os orgânicos têm percepções positivas quanto a qualidade e a sustentabilidade desses alimentos.

Por fim, os consumidores de lácteos orgânicos afirmaram que os principais motivos que os impedem de aumentar do consumo desses produtos são: dificuldade de encontrar os produtos (60%) e preço elevado (55%). É interessante notar que a opinião daqueles que não consomem produtos lácteos orgânicos foi semelhante: 55% afirmaram que dificuldade de encontrar os produtos é a principal razão que os impossibilita de começar a consumir, seguido pelo preço elevado (48%).

CONCLUSÃO

Os resultados indicaram que as percepções dos consumidores sobre os lácteos orgânicos são positivas. Os fatores que mais motivam a compra de lácteos orgânicos são a qualidade do produto, a preocupação com a saúde, com o bem-estar animal e com o meio ambiente, demonstrando que os orgânicos são vistos como produtos de maior qualidade e que agredem menos o meio ambiente para sua produção.

A dificuldade de acesso ao lácteo orgânico foi citada pelos seus consumidores e pelos não consumidores como o maior limitador para aumentar o consumo ou começar a consumir



lácteos orgânicos. Os resultados também mostraram que este mercado enfrenta ainda o problema da renda para se consolidar, pois o preço foi levantado como importante fator limitante para o consumo.

A maior parte dos consumidores entrevistados (89%) consome ou manifestou o desejo de começar a consumir lácteos orgânicos, concordando em pagar até 15% além do valor do produto tradicional. Existe, portanto, grande espaço para o crescimento do setor. Para isso, é necessário que ele se organize e crie estratégias para suplantar os problemas apontados, como a dificuldade de encontrar os produtos e o preço elevado. A busca por canais mais curtos de comercialização, a oferta de marcas com preços mais acessíveis bem como a de forma ininterrupta nos canais de venda são estratégias que podem ajudar a alavancar este setor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ORGANIS – Associação de Promoção dos Orgânicos. Disponível em: <<https://organis.org.br/>>. Acesso em: agosto 27, 2022.
2. COELHO, C. N. O princípio do desenvolvimento sustentado na agricultura brasileira. **Revista de Política Agrícola**. Ano VII, n 02, p 7-16, 1998. Disponível em: <<https://seer.sede.embrapa.br/index.php/RPA/article/view/209>>. Acesso em: setembro 01, 2022.
3. DERAL - Secretaria da Agricultura e do Abastecimento. Disponível em: <https://www.agricultura.pr.gov.br/deral/precos> >. Acesso em: setembro 01, 2022.