



Kennya B. Siqueira

Pesquisadora da
Embrapa Gado de Leite

O PERFIL DO CONSUMIDOR DE LÁCTEOS ORGÂNICOS NO BRASIL

Considerando as características econômicas e sociais do País, o mercado de lácteos orgânicos ainda enfrenta o desafio da renda para poder se expandir

Já há algum tempo, os consumidores em todo o mundo têm demandado produtos com maior apelo saudável e essa tendência se fortaleceu com a pandemia do novo coronavírus. Dentro do ramo dos produtos lácteos, um segmento que tem se destacado do ponto de vista do consumidor que busca produtos saudáveis são os itens orgânicos.

De acordo com Willer et al. (2020), considerando todos os produtos orgânicos oferecidos, o consumo médio per capita é de 12,8 euros. Nesse mercado, o leite orgânico representa 20% das vendas mundiais (Machado et al., 2021). No entanto, pouco se sabe sobre o consumidor brasileiro de lácteos orgânicos.

Para responder a essa pergunta, a Embrapa Gado de Leite/CILeite realizou uma pesquisa por meio de questionário do Google Forms, divulgado nas redes sociais no

período de 28 de junho a 20 de julho de 2022, obtendo a participação de 575 pessoas. Do total de respondentes, 53% afirmaram que já consomem lácteos orgânicos e 36% gostariam de começar a consumir. Apenas 11% disseram que não pretendem consumir esse tipo de produto.

Os consumidores de lácteos entrevistados estavam localizados principalmente em quatro Estados: Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro e Distrito Federal, que coincidem com os de maior renda per capita no Brasil. A maior representatividade de Minas Gerais na pesquisa pode estar relacionada à localização da Embrapa Gado de Leite nesse Estado.

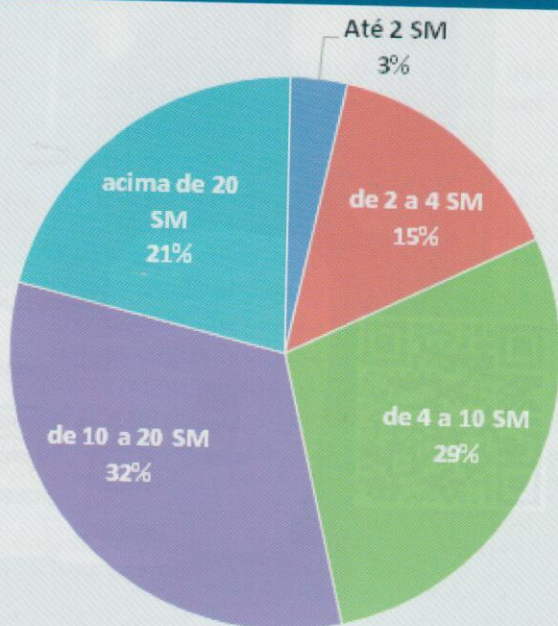
Um nível de renda familiar maior também foi característica marcante desses consumidores: 32% têm renda entre 10 e 20 salários mínimos (SM), 28% têm renda entre 4 e 10 SM e 21% têm renda acima de 20 SM (Figura). O grau de escolaridade que prevaleceu mais entre esses consumidores foi pós-graduação (66%), seguido de graduação (21%).

Daqueles que já são consumidores de lácteos orgânicos, uma informação interessante é que não houve prevalência de gênero. Com relação à composição da família dos consumidores de lácteos orgânicos, a pesquisa mostrou que 57% moram com indivíduos de 20 a 59 anos, 29% moram com crianças e adolescentes e 14% moram com idosos.

Já com relação à faixa etária de maior consumo de lácteos, pode-se observar diferenças significativas. A faixa etária de maior consumo de lácteos foi de 40 a 59 anos (52% dos respondentes), seguida por 20 a 39 anos (29% dos respondentes), acima de 60 anos (18%) e abaixo de 19 anos (1%). Nesse sentido, observa-se que o consumo de lácteos orgânicos ocorre mais em indivíduos da geração X, que hoje representa 25,64% da população brasileira. Essa geração é caracterizada principalmente por serem conservadores e avessos a decisões, preferem qualidade à quantidade, gostam de presentear parentes que tenham filhos, viajam e socializam muito, gostam de se sentir mais jovens e têm maior preocupação com as gerações futuras.

A frequência de consumo computada na pesquisa evidencia que os queijos são os lácteos orgânicos mais consumidos no Brasil, seguidos por leite fluido, iogurte e requeijão (veja na Tabela). Desses produtos, os consumi-

Classificação dos consumidores de lácteos orgânicos por faixa de renda



Fonte: resultados da pesquisa

dores afirmaram que o atributo que mais conta na decisão de compra é o preço (33% das respostas), seguido de perto pela confiança (32% das respostas) e a qualidade do produto (28% dos consumidores).

Por fim, a pesquisa mostrou que o principal motivo para o consumo de lácteos orgânicos é a preocupação com a saúde, seguido pela qualidade do produto e pela preocupação com o bem-estar animal e meio ambiente. Já o fator que mais impede as pessoas de começarem a consumir ou aumentar o seu consumo desses produtos é a dificuldade de encontrar e o preço mais elevado.

Portanto, os resultados da pesquisa estão alinhados com as tendências de mercado, de busca de alimentos de apelo saudável pelos consumidores brasileiros. No entanto, considerando as características econômicas e sociais do País, o mercado de lácteos orgânicos ainda enfrenta o desafio da renda para poder se expandir.

Assim, o setor precisa buscar caminhos para garantir preços mais acessíveis aos consumidores, por meio do aumento da eficiência produtiva, bem como de circuitos mais curtos de comercialização. A cadeia agroalimentar de lácteos orgânicos no País também precisa garantir a consistência na oferta desses produtos nos mercados, sua valorização e visibilidade, utilizando ferramentas de marke-

Número de consumidores e frequência de consumo de lácteos orgânicos

	Leite fluido	Leite em pó	Queijos	logurte	Requeijão	Outros lácteos
Sempre	63	21	95	62	51	40
Raramente	74	56	87	85	57	59
Às vezes	55	34	84	81	43	62
Nunca	85	149	28	58	127	101
Não sei dizer	4	3	1	1	1	5

Fonte: resultados da pesquisa

ting e trabalhando a conscientização dos consumidores dos atributos de saúde, bem-estar animal e impactos ambientais positivos presentes nos produtos orgânicos. **BB**

(Ref. Bibliográficas: MACHADO et al. Leite orgânico: cenário da pecuária leiteira orgânica no Brasil. Machado ... [et al.], editores técnicos. – Juiz de Fora: Embrapa Gado de Leite, 2021. 38 p.: il. -- (Documentos / Embrapa Gado de Leite, ISSN 1516-7453; 260). // WILLER, H. et al. The world of organic agriculture. Statistics and emerging trends 2020. Frick: FiBL; Bonn: Ifoam – Organics Internacional, 2020.)

Coautores: Ygor Martins Guimarães, Manuela Sampaio Lana e Fernanda Samarini Machado



Estamos com novos cursos gratuitos na plataforma, confira:

- Introdução à Micotoxinas em ruminantes - Doenças, Prejuízos e Soluções;
- Mercado, Tecnologia e Inovação aplicada à Agropecuária 4.0;
- Ordenha Robotizada: Nutrição e Manejo em vacas leiteiras.

ACESSE AGORA



www.educapoint.com.br

[@educapoint](https://www.instagram.com/educapoint)

contato@educapoint.com.br

