

Preços voltam a subir no campo em São Paulo B10

Expectativa de novos aportes na área de café B11

Agronegócios

Sustentabilidade Segundo Market Analysis, em grandes cidades 17,3% dizem adquirir esse gênero de produto

Levantamento revela potencial para maior consumo de orgânicos

Alda do Amaral Rocha
De São Paulo

Pesquisa inédita da Market Analysis mostra que 17,3% dos brasileiros que residem em grandes cidades se dizem consumidores regulares de produtos orgânicos. Pela primeira vez o tema “consumo de orgânicos” foi incluído no levantamento anual sobre sustentabilidade ambiental e social, Monitor de Responsabilidade Social Corporativa, realizado pelo instituto desde 2001.

Conforme a pesquisa, um em cada seis consultados nos nove maiores centros do país — São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Recife, Salvador, Porto Alegre, Curitiba, Goiânia e Brasília — disse adquirir produtos orgânicos de uma a cinco vezes por semana.

O diretor da Market Analysis, Fabián Echegaray, admite que o resultado ficou acima do imaginado. “Foi uma surpresa porque sempre se acreditou que [o consumo de orgânicos] era um nicho”, comenta.

É preciso ponderar, no entanto, que o resultado se refere às pessoas que se identificam como consumidoras de produtos orgânicos, explica Echegaray. Elas têm a percepção de que são consumidoras de orgânicos, mas não necessariamente estão comprando itens produzidos de forma orgânica, isto é, em que não

há a utilização de agrotóxicos e produtos químicos, e que sejam certificados por isso. Essa percepção do consumidor, segundo Echegaray, vem da categoria do produto, de sua apresentação e localização nas gôndolas.

A mesma pesquisa comparou o percentual dos que se disseram consumidores de orgânicos e os que conseguiram identificar um selo de certificação de produto orgânico. Enquanto os primeiros chegam a 17,3%, apenas 6% conseguiram identificar um selo de orgânico.

Para Echegaray, o resultado da pesquisa mostra que há muito mais abertura e disposição de comprar esse tipo de produto por parte do consumidor final do que se imaginava. “O consumidor manifesta receptividade, o que indica um potencial de demanda”, avalia. “Existe espaço para este mercado crescer e deixar de ser nicho”, acrescenta.

Além disso, o resultado também traz um outra interpretação: o varejo precisa ser mais transparente em relação ao que está oferecendo, funcionar como uma plataforma de orientação ao consumidor, defende o executivo. “E o varejo precisa ser mais agressivo na apresentação do produto se quer associar a sua marca à sustentabilidade”, acrescenta.

A pesquisa da Market Analysis

não teve questões relacionadas a preço, ponto delicado quando se trata de orgânicos, tradicionalmente bem mais caros do que os produtos cultivados de forma convencional. De qualquer forma, lembrou Fabián Echegaray, levantamentos anteriores já indicaram que os consumidores estão dispostos a pagar um pouco mais por produtos que apresentem algum benefício em relação à sustentabilidade.

O levantamento mostrou também que a maioria dos entrevistados diz comprar produtos orgânicos apenas uma vez na semana. Além disso, cada vez mais, os consumidores adquirem esse tipo de produto em grandes redes de varejo. “Tradicionalmente, as compras de orgânicos ocorriam nas feiras ecológicas ou de rua semanais ou lojas especializadas”, comenta Echegaray. Esse quadro mudou. Segundo a pesquisa, 77% dos que dizem adquirir orgânicos o fazem em supermercados.

De acordo com levantamento o IBGE, 90 mil estabelecimentos praticam agricultura orgânica no Brasil, 2% do total existente.

A pesquisa Monitor de Responsabilidade Social Corporativa 2009 da Market Analysis ouviu 802 pessoas entre 18 e 69 anos residentes nas nove cidades. Tem margem de erro de mais ou menos 3,5 pontos percentuais.



“Existe espaço para este mercado crescer e deixar de ser nicho”, diz Fabián Echegaray, diretor da Market Analysis

EDUARDO ZAPPAL/VALOR