

Pesquisa de Redes Sociais

Consumo de produtos orgânicos

Uma percepção das redes sociais

Tendência crescente no mercado de alimentos, os produtos orgânicos são aqueles em cujo processo produtivo não são utilizados quaisquer defensivos ou adubos químicos, bem como drogas veterinárias, transgênicos, antibióticos, entre outros. São produzidos por processos naturais que buscam minimizar ou reverter os impactos humanos causados no solo, na água, aos animais e ao meio ambiente em geral. Por isso, são alimentos considerados saudáveis tanto para quem os consome quanto para o meio ambiente.

De acordo com a pesquisa [panorama do consumo de orgânicos no Brasil 2021](#), da Organix, se em 2019 apenas 19% dos consumidores alegaram ter consumido alimentos orgânicos nos últimos 30 dias, em 2021, esse percentual passou para 31%. O aumento é ainda maior se comparado com 2017, quando 15% afirmaram ter consumido produtos desta categoria. Ou seja, se trata de um comportamento que vem ganhando força ao longo dos anos.

Os motivos para isso são vários. Buscando o porquê de as pessoas buscarem consumir alimentos orgânicos, a pesquisa observou que:

- **47%** consomem pela melhora da saúde;
- **26%** por ser mais saudável;
- **24%** pela melhor qualidade do produto; e
- **13%** por não conter agrotóxicos.

No entanto, esse setor encontra alguns gargalos, muitos pela percepção dos consumidores a respeito dos produtos orgânicos. O preço desses alimentos, a desconfiança de ser mesmo orgânico ou a dificuldade de acesso a eles são alguns entraves que têm dificultado um maior aumento do consumo.

O escopo desta pesquisa

Nesse contexto, esta pesquisa buscará olhar para esse assunto do ponto de vista das redes sociais, nas quais consumidores e vendedores expressam opiniões, experiências e relatos. A partir dessas publicações, encontraremos padrões de comportamentos e de consumo, elogios, críticas e experiências que ajudarão a formar um panorama dos orgânicos e das suas oportunidades de negócios; assim como relatos, dicas e experiências de comerciantes e produtores desse segmento para obter insights e exemplos práticos de estratégias de vendas utilizadas por esse mercado para atingir o público-alvo.

Metodologia

Etapas



Realização de pesquisa netnográfica, por meio de termos de busca e ferramentas de monitoramento. Com isso, é realizada a análise de como as pessoas se expressam espontaneamente nas redes sociais.



Levantamento do perfil de quem fala e do que falam sobre o consumo e venda de produtos orgânicos e suas experiências.



Identificação de insights, assuntos correlatos e estratégias utilizadas.

Detalhamento do monitoramento das redes sociais

Twitter, YouTube e Instagram (os resultados do Facebook divergiram do foco desta pesquisa e, por isso, foram descartados).

→ Canais analisados monitorados:



→ Períodos de coleta

Twitter: de 26 de agosto de 2022 a 23 de novembro de 2022.

YouTube: de 22 de novembro de 2018 a 21 de novembro de 2022.

Instagram: de 16 de outubro de 2014 a 24 de novembro de 2022.

→ Total de ocorrências coletadas

2.850 publicações.



Total de ocorrências:

2.850
Coletadas

→ Amostras analisadas

Twitter



207 ocorrências

Instagram



193 ocorrências

YouTube



182 ocorrências

Cálculo amostral

Em pesquisas qualitativas, dados homogêneos (que têm igual natureza ou semelhança) demandam amostras menores. Em contrapartida, dados heterogêneos (desiguais, diferentes, diversificados) exigem amostras maiores. Para estabelecer o tamanho da amostra desta pesquisa, foram utilizados dois fundamentos: **1) saturação de categorias**, quando avaliamos que, em dado momento da análise das menções, não apareceram categorias diferentes e os novos posts coletados se encaixavam nas categorias já existentes; e **2) aparecimento de regularidades**, semelhante à saturação de categorias, quando entendemos que a amostra já era relevante ao identificar regularidades nas respostas – cenários e padrões já estabelecidos não se alteram.

De acordo com a análise inicial das publicações coletadas, observou-se que a população (total de publicações) foi mais homogênea de acordo com cada rede social. Dessa forma:

- **Twitter:** para uma população de 1.272 ocorrências, nível de confiança em 95% e erro amostral de 5%, foi necessária uma amostra de ao menos 207 ocorrências, escolhidas aleatoriamente.
- **YouTube:** para uma população de 688 ocorrências, nível de confiança em 95% e erro amostral de 5%, foi necessária uma amostra de ao menos 182 ocorrências, escolhidas aleatoriamente.
- **Instagram:** para uma população de 890 ocorrências, nível de confiança em 95% e erro amostral de 5%, foi necessária uma amostra de ao menos 193 ocorrências, escolhidas aleatoriamente.

Termos de coleta

Esta investigação delimitou a pesquisa com termos relacionados ao consumo e às opiniões sobre produtos orgânicos. Foram utilizadas as seguintes buscas:

No Twitter, as expressões:

(produto OR produtos OR produtor) AND (orgânicos OR orgânico OR orgânica OR orgânicas)
lang:pt

No Instagram, a hashtag:

#feiraorganica

#mercadoorgânico

#alimentoorganico

No YouTube, foram coletados os comentários dos seguintes vídeos:

[POR QUE EU NÃO COMO ORGÂNICOS! COMER FRUTA SÓ SE FOR ORGÂNICA?](#)

[5 dicas para comprar orgânicos mais baratos | Economize com orgânicos](#)

[Qual o VERDADEIRO benefício dos ALIMENTOS ORGÂNICOS?](#)

[AGROTÓXICOS X ORGÂNICOS NÃO COMPRE FRUTAS E VERDURAS ANTES DE ASSISTIR](#)

Resultado da pesquisa

PUBLICAÇÕES POR CANAL (TOTAL COLETADO)



Quem publica? (Amostra Analisada)



74,1% – Usuários: pessoas comuns que comentam espontaneamente sobre o assunto e interagem em postagens relacionadas a produtos orgânicos, seja para relatar experiências de compra e consumo, positivas ou negativas, expressar suas opiniões ou desejos, entre outros objetivos.



13,1% – Comércio: publicações por parte de empresas e marcas que utilizam as redes sociais para divulgar seus produtos orgânicos, por meio de diferentes estratégias de venda, ou de dicas de consumo desses produtos e seus benefícios.



12,8% – Outros: publicações de outros perfis, como blogs, páginas de feiras e hortas orgânicas, agricultores ou consultores agrônomos, nutricionistas, ONGs, instituições públicas etc, que, por meio de suas redes sociais, publicam e divulgam conteúdos relacionados aos produtos orgânicos.

Negativo



Neutro:

0,5%

Neutro



Neutro:

93,1%

Positivo



Positivo:

6,4%

Publicações neutras: não têm uma valoração definida, trata-se de um compartilhamento de experiências, relatos, opiniões etc. por parte de usuários a respeito dos produtos orgânicos.

Publicações positivas: publicações que mostram os produtos orgânicos por uma ótica positiva, seja experiência ou recomendação de consumo, ou vinculação desses produtos aos benefícios à agricultura familiar.

Publicações negativas: trazem críticas relacionadas ao assunto abordado, seja por experiências ruins ou algum aspecto dos produtos orgânicos que caiu no desagrado de quem publica, como os preços.

Hashtags mais utilizadas (do total coletado)

- | | | |
|-------------------------|-----------------------|------------------------|
| 1. #alimentoorganico | 8. #vidasaudavel | 15. #orgânicos |
| 2. #mercadoorganico | 9. #feira | 16. #produtosorganicos |
| 3. #feiraorganica | 10. #alimentosaudavel | 17. #mercadoonline |
| 4. #horta | 11. #feiralivre | 18. #natural |
| 5. #organicoemcasa | 12. #delivery | 19. #organiconatural |
| 6. #alimentacaosaudavel | 13. #comidasaudavel | 20. #saudavel |
| 7. #comidadeverdade | 14. #alimentoorganico | |

O que os usuários comentam

Quando os usuários se expressam sobre os produtos orgânicos nas redes sociais, são relatos variados de experiência de consumo ou dificuldade de encontrar esses itens, bem como opiniões, elogios e desconfianças sobre o que é o orgânico etc.

Onde os consumidores buscam os produtos orgânicos

Os relatos de usuários nas redes sociais deixam escapar alguns comportamentos interessantes dos consumidores de orgânicos, entre eles, os locais onde costumam comprar itens desta cesta.

“Olá, uso praticamente só orgânicos, de feiras e mais recentemente tenho encontrado em super mercados produtos de confiança.”¹



“Eu frequento o Feira Livre, não tem sacola plástica ou embalagens - levem de casa suas sacolas retornáveis. Lá é maravilhoso, super indico!”

“Tenho comprado só organicos nos supermercados. Mês que vem pretendo procurar as empresas que a gente assina uma lista e reserva os orgânicos quando for colhido.”

¹As publicações utilizadas como exemplos foram mantidas como escritas nas redes sociais de modo a preservar sua originalidade.



“Eu compro direto de um produtor de Pernambuco, o Biu .Ele deve torrar os grão nos próximos 15 dias. Eu pessoalmente gosto bastante do cafe dele orgânico de torra media.”

Cultivo orgânico em casa

Outro hábito comentado nas redes é o cultivo de produtos orgânicos na própria casa, o que se torna um estilo de vida para aqueles que possuem espaço em suas propriedades para fazê-lo, inclusive para contornar os preços de compra desses produtos.

“Infelizmente moro no interior e aqui não tem acesso aos orgânicos, só o que a gente planta, mas são poucas variedades.”



“Não tenho acesso a orgânicos de verdade. Então comer as frutas da Ceasa msm. Um dia vou plantar minha própria comida”

“Aqui onde moro quase não tem orgânicos. E os poucos que tem são absurdamente caros e não são confiáveis...”

Esse é um relato comum. Segundo a pesquisa da Organix, 24% dos consumidores que não consomem alimentos orgânicos têm por motivo a dificuldade de acesso a esses produtos.

O preço dos produtos orgânicos

Entre as poucas críticas aos produtos orgânicos citadas nas redes sociais, uma se refere ao preço desses produtos, que excluiria o acesso de uma parcela dos consumidores.

“O natural é sempre melhor mas infelizmente é muito caro...”



“Aqui em Goiânia temos algumas boas opções para comprar orgânicos. Infelizmente, o preço é realmente mais salgado, mas eu acredito que a nossa luta começa aí, propagando bons hábitos [...]”

“orgânicos são muito caros. fico diariamente nas frutas mais baratas no mercado.”

“nao consumo nada orgânico pelo valor que é muito mais elevado. mas gostaria de consumir pelo menos as frutas e os vegetais que como cru.”

O dinheiro é de fato o primeiro colocado entre as razões que dificultam o consumo de orgânicos. Segundo a pesquisa do panorama do consumo de orgânicos no Brasil em 2021, os altos preços são apontados por 67% dos consumidores entrevistados.

Mas são realmente mais caros? No Paraná, por exemplo, uma [pesquisa do Departamento de Economia Rural e da Secretaria Estadual de Agricultura e Abastecimento](#) sobre os preços dos alimentos praticados em 2022 apontou que os orgânicos são, em média, 30% mais caros do que os convencionais em feiras de produtores do estado. No entanto, vários fatores podem influenciar o preço dos alimentos, como safra, logística ou local de compra; uma outra [pesquisa realizada pelo Instituto Kairós](#) em cinco cidades do Brasil observou que uma cesta de 17 produtos orgânicos comprada em uma feira foi em média 50% mais barata do que os mesmos produtos adquiridos de um supermercado.

Desconfiança do consumidor ao que é orgânico

Além dos preços, outro desafio que esse segmento enfrenta é a aparente desconfiança ou dúvida que muitos consumidores têm sobre se os produtos adquiridos são, de fato, orgânicos.

“Eu não acredito que aquilo que é vendido nos supermercados como orgânicos são de fato orgânicos.”



“Aqui em São Paulo tem muitas feiras de produtos orgânicos, mas são orgânicos ????”

“Como sei que o produto comprado é orgânico? Já vi matérias q tem muito desonestos”

Além disso, os consumidores se mostram realmente atentos quanto aos ingredientes presentes nos produtos consumidos, buscando identificar se realmente são orgânicos.



“[...] comprei aleatoriamente um bolo artesanal. Quando provei, notei que havia mescla de produtos industrializados e orgânicos. Escrevi para ela, e fiz minha reclamação. Afinal, ela alegava que o produto era 100% orgânico. Resultado: ela me enviou outro bolo.””

“Produtos orgânicos podem usar biopesticidas???”

O que os empreendedores publicam

Principalmente pelo Instagram, que é um canal comumente usado para divulgação de produtos e serviços por meio de publicações visuais, os comerciantes de marcas de orgânicos usam algumas estratégias para promover esses produtos.

Benefícios dos orgânicos

Marcas que promovem os produtos orgânicos nas redes sociais apelam normalmente para os benefícios para a saúde de consumir esses produtos. Além disso, suas publicações divulgam modelos de vendas variados, como o delivery e a cesta de produtos.



“Toda quinta-feira temos a nossa entrega de Orgânicos. Realmente é uma das minhas paixões montar cada Cesta e enviar produtos de tamanha qualidade! Contribuição mais que especial para a Saúde! Está Esperando O Que Para Ter Uma Excelente Experiência com nosso Delivery?”



“Só no Alecrim você encontra diversidade de produtos orgânicos, selecionados especialmente para você! Além disso, nossos verdes (saladas e verduras), são colhidos um dia antes da sua entrega! Mais fresco que isso, Impossível”

“Melhore seus hábitos alimentares consumindo orgânicos diariamente. Contrate um plano de cesta e receba orgânicos fresquinhos semanalmente em sua casa. É muito mais vantagem para você e praticidade para seu dia a dia.”

Apoio à agricultura familiar

Outra estratégia de venda dos orgânicos tem sido divulgar o apoio que a compra desses produtos gera ao pequeno produtor brasileiro da agricultura familiar. Essa ideia pode ser compartilhada inclusive entre consumidores.



ós esses dois longos anos, as feirinhas estão de volta! Então se você estava sentindo falta de fazer suas compras de alimentos sem agrotóxicos presencialmente, apoiar a agricultura familiar e ter contato direto com quem planta o que iremos comer, já salva essa lista aí! E não esquece de compartilhar para que mais pessoas conheçam, frequentem e fomentem as feirinhas e a agricultura familiar da nossa capital e estado! ”

“Nunca fui de ir a feiras e nunca fui de consumir orgânicos diariamente, confesso! Mas me fascina muito essa alimentação mais natureba, e obviamente essa valorização aos pequenos produtores e agricultura familiar/local. Tenho paixão por passear na feira, observar os alimentos e começar o dia com outro astral!”

Além disso, páginas de instituições aparecem como promotoras da venda de produtos orgânicos da agricultura familiar.



“Já conhece a feira de produtos orgânicos do Sesc Santana? Com frutas, verduras e legumes, todos orgânicos e livres de agrotóxicos, a feira ainda fomenta o cultivo local de trabalhadores rurais do cinturão verde da Zona Norte de São Paulo. Vem fazer a feira da semana aqui no Sesc Santana!”

O que outros perfis publicam

O orgânico por outros pontos de vista

Além de consumidores e comerciantes, os produtos orgânicos são mencionados por diversos outros perfis, como blogs de alimentos, feiras, hortas, nutricionistas, e até mesmo produtores. São alguns exemplos as publicações que recomendam o consumo de produtos orgânicos, anunciam produtos para venda ou divulgam feiras orgânicas.

Nutricionista: “Alimentos da Safra de Novembro! Alimentos da safra são mais nutritivos, mais baratos e causam menos danos nas áreas de cultivo (terra, ar e água). Sempre que possível, consuma alimentos orgânicos, apoie e valorize produtos cultivados por agricultores locais, agroflorestais, familiares, povos originários/indígenas, quilombolas e/ou tradicionais.”

Produtor: “Toda semana colhemos alimentos fresquinhos para você! Você pode encomendá-los até segunda pelo formulário (link na bio) ou mandando um whatsapp. Temos legumes, frutas, folhas e raízes, tudo 100% orgânico! Organizamos semanalmente a Cesta Pronta, uma seleção de alimentos frescos com um valor acessível. Mas também temos alimentos que podem ser pedidos de maneira avulsa. [...] Você tem a opção de receber seus alimentos em casa na terça ou pode retirá-los na nossa Quitanda Orgânica. Orgânico é + saúde para vc e sua família.”



Blog: “Dica massa pra você que mora em cg! O nosso lindo bairro tem feira orgânica. São especificamente duas feiras agroecológicas. Vale a pena conhecer e desfrutar desse bem tão incrível que temos. Essa em específico, eu diria que é um verdadeiro patrimônio, já que foi a primeira feira orgânica organizada da cidade do Rio de Janeiro, há mais ou menos 20 anos. Você sabia? Hoje adquirimos nossos alimentos lá, como de costume de todo sábado. Comer alimentos orgânicos é oferecer ao nosso corpo saúde com vitalidade positiva”

Insights e estratégias de vendas

Fazer entender o preço dos orgânicos

Embora, como vimos, o preço dos orgânicos seja o principal fator para que esses produtos não sejam consumidos, a mesma pesquisa aponta que 71% dos consumidores acreditam que a diferença é justificada. Isso mostra que esse obstáculo pode representar também uma oportunidade, quando o cliente entender o valor agregado de um produto orgânico.

O consumidor deve ser informado, seja na própria embalagem do produto ou por meio dos anúncios, que os orgânicos representam a preocupação com o solo, a água, a biodiversidade, a renda do trabalhador rural, as certificações, entre outros. E que, dessa forma, essa diferença é paga na forma de geração de renda, despoluição, tratamento e recuperação no meio rural, o que auxilia na justificativa do valor atribuído ao produto.

Conseguir a confiança do cliente

Expor ao consumidor os aspectos positivos de um produto orgânico como justificativa de preço pode não ser o suficiente, se o produto em si não mostrar esses benefícios. Por isso, algumas estratégias de marketing têm sido, como vimos pelo Instagram, destacar o contato direto do cliente com o pequeno produtor nas feiras e mercados orgânicos, ou mesmo na embalagem reciclável, com um selo que garanta que o produto é orgânico, por exemplo.

Segundo a pesquisa da Organix, quando perguntado como o consumidor fica sabendo que um produto é orgânico, 48% disseram ser pela embalagem e 24%, pelo selo.

Ainda sobre o selo, 89% dos consumidores de orgânicos afirmam acreditar que ele é obrigatório em produtos desse segmento. No Centro-Oeste do Brasil, essa percepção é de 97%.

Saiba mais: [como obter certificação de produtos orgânicos.](#)

Estratégias de venda

Os produtos orgânicos permitem diversas estratégias para atrair a atenção do consumidor, além de modelos de venda variados. Nas promoções desses produtos, busque incentivar o consumo baseando-se nos benefícios que eles trazem para a saúde e bem-estar, além disso, busque mencionar o apoio que esse consumo traz ao pequeno produtor. Quanto ao modelo de vendas, o delivery e as cestas prontas têm sido algumas das estratégias utilizadas para levar mais comodidade e variedade aos consumidores desses produtos.

Fontes de apoio:

Alimentos Orgânicos são mais caros do que os cultivados com agrotóxicos? Mãe Terra. 2022. J.P. Santiago. Por que os produtos orgânicos são mais caros? Organix. Acesso em 2022. Orgânicos estão 30% mais caros que alimentos convencionais nas feiras do Paraná; confira preços. Ciorgânicos. 2022. Panorama do consumo de orgânicos no Brasil 2021. Organix. Acesso em 2022.

PESQUISA DE REDES SOCIAIS /// AGRICULTURA | /// 28 A 30 DE NOVEMBRO DE 2022

Especialista Sebrae Agro

Victor Rodrigues Ferreira (Sebrae NA)

Analista de inteligência

Paulo Henrique de Souza

Coordenação

Douglas Parahyba de Abreu
(Sebrae GO)

Victor Rodrigues Ferreira
(Sebrae NA)

Polo
Sebrae **agro**

50+50 **SEBRAE**

polosebraeagro.sebrae.com.br

