

PESQUISA DE PERCEPÇÃO

Pesquisa sobre Alimentos Orgânicos & Biodinâmicos

Edição 2021–2022 · Brasil

Retrato do consumo, percepção de preço, motivações e conhecimento sobre alimentos orgânicos e biodinâmicos entre consumidores brasileiros.



abdsul.org.br

463 respondentes

SEÇÃO 1

Visão Geral

A pesquisa foi realizada entre 2021 e 2022 com 463 respondentes, mapeando o perfil, os hábitos e a percepção de valor dos consumidores de alimentos orgânicos e biodinâmicos no Brasil. Os dados revelam um mercado consolidado entre consumidores de alta escolaridade, com saúde como motivação central e acesso como principal barreira para os biodinâmicos.

463	88,8%	52,7%	71,3%
RESPONDENTES	CONSOMEM ORGÂNICOS	ORG. + BIODINÂMICOS	FEMININO
Amostra total	Base de consumo	Consumo combinado	Perfil de gênero

SEÇÃO 2

Padrão de Consumo

Indicador	Resultado	Destaque
Consomem orgânicos + biodinâmicos	52,7% (244 pessoas)	Consumo combinado expressivo
Consomem apenas orgânicos	36,1% (167 pessoas)	Base de conversão potencial
Não consomem nenhum	8,9% (41 pessoas)	Baixa taxa de não-consumo
Freq. 3x ou mais por semana	~26%	Alta frequência — hábito sólido
Consumindo há mais de 5 anos	38%	Fidelização significativa
Dieta orgânica: mais de 30%	~38%	Comprometimento elevado

Fidelização: 38% consomem orgânicos há mais de 5 anos. O mercado opera em modo de consolidação — a base de consumidores é fiel e comprometida.

SEÇÃO 3

Perfil do Consumidor

Dimensão	Dado	Observação
Gênero feminino	71,3%	Predominância expressiva
Faixa etária principal	51–70 anos	Adultos maduros
Superior completo ou mais	~86%	Alta escolaridade
Pós-graduados (mestre+)	~29%	Engajamento intelectual com sustentabilidade
Ocupação mais citada	Não detalhada	—

Perfil altamente escolarizado: ~86% têm ensino superior completo ou mais. Isso confirma o engajamento com saúde e sustentabilidade, mas indica que o mercado ainda não alcança camadas de menor renda.

SEÇÃO 4

Percepção de Preço & Certificação

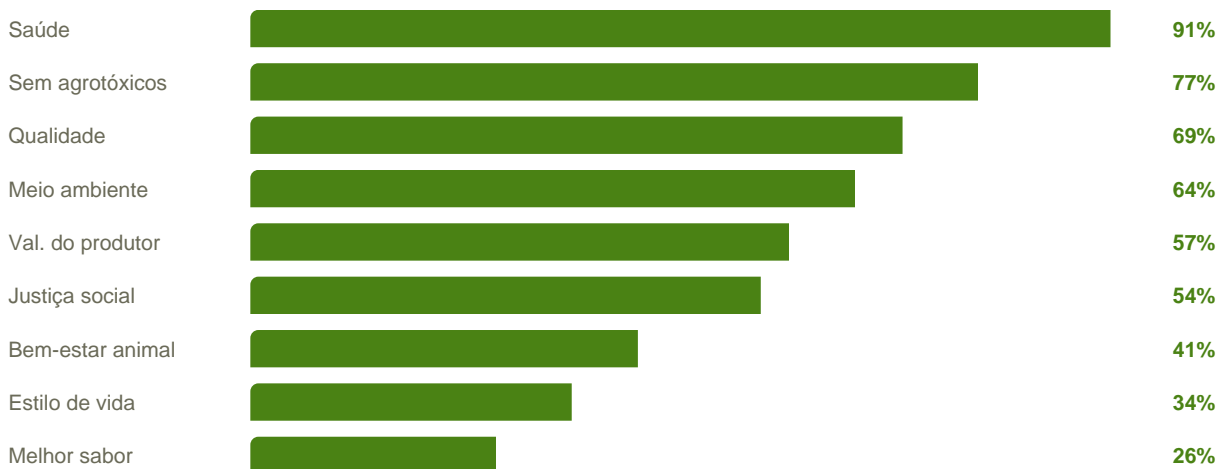
Pergunta	Resultado
Preços orgânicos são justos	36% concordam
Preços poderiam ser menores	31%
Não sabem opinar sobre preço bio.	30%
Valorizam selo SisOrg (nota 4–5)	78%
Valorizam selo Demeter (nota 4–5)	73%

Certificação como ativo de confiança: 78% valorizam o SisOrg e 73% o Demeter com notas 4 ou 5. A certificação é o principal diferencial de credibilidade para o consumidor.

SEÇÃO 5

Motivações de Consumo

Ranking das principais razões para consumir orgânicos (% de citação):



Saúde domina as motivações: presente em mais de 90% das respostas. A ausência de agrotóxicos e a qualidade completam o pódio. O sabor ainda aparece apenas em 9º lugar — diferente do que veremos em 2025.

SEÇÃO 6

Barreiras para Adoção dos Biodinâmicos

Entre os que consomem apenas orgânicos (167 pessoas), as razões para não adotar biodinâmicos:



Acesso é o gargalo principal: 70% não adotam biodinâmicos por falta de acesso ou opção — não por rejeição. Apenas 13% citam preço como barreira nesta edição da pesquisa.