

Como está a imagem do
COOPERATIVISMO NO BRASIL?

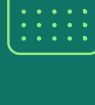
PESQUISA QUANTITATIVA



5.955
Entrevistas quanti
em todo o Brasil



±1,2 pp
Margem de erro

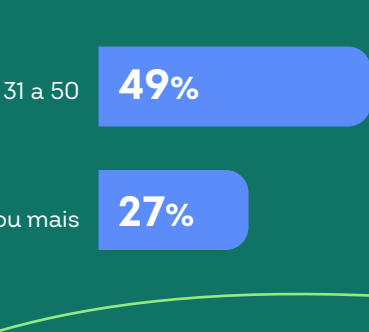


Realização
comparações com
edições: 2018 e 2023

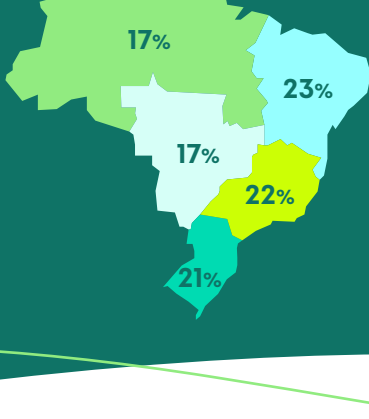
2026,

QUEM RESPONDEU À PESQUISA

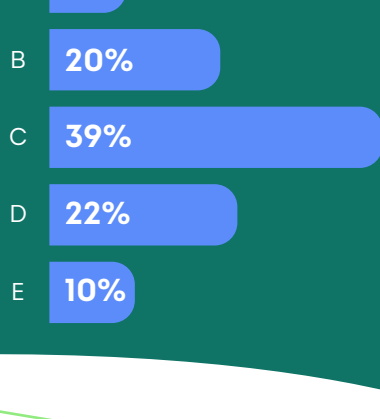
FAIXA ETÁRIA



REGIÃO

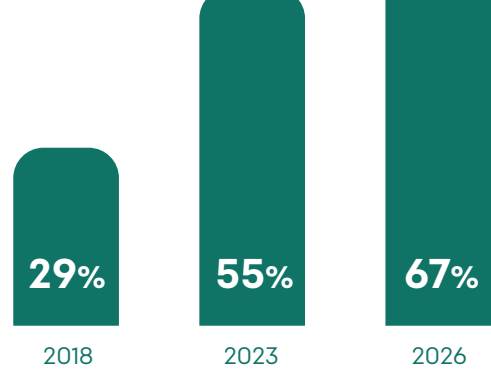


CLASSE SOCIAL
(renda familiar)



CITE O NOME DE UMA COOPERATIVA

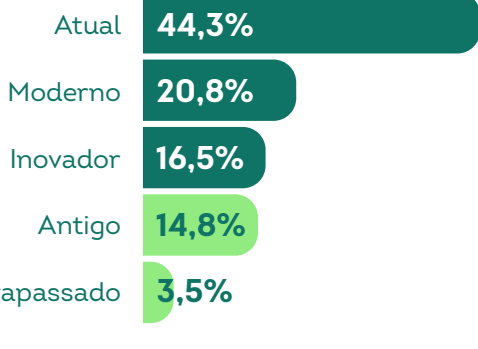
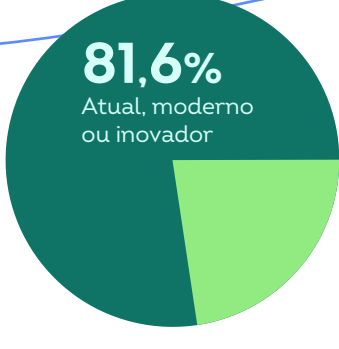
AUMENTO DE 38 p.p.
EM CITAÇÕES DE
2018 PARA 2026



COOPERATIVAS MAIS CITADAS

- 1 Sicredi
- 2 Sicoob
- 3 Unimed
- 4 Coamo
- 5 Aurora
- 6 Unicred
- 7 Cresol
- 8 Cocamar
- 9 Uniodonto
- 10 C. Vale
- 11 Copacol
- 12 Copersucar

EM 2026, É ALTA
A PERCEÇÃO
DE UM MODELO
ATUAL E MODERNO



ATRIBUTOS - TERRITÓRIOS DOS MODELOS

mais menções menos menções

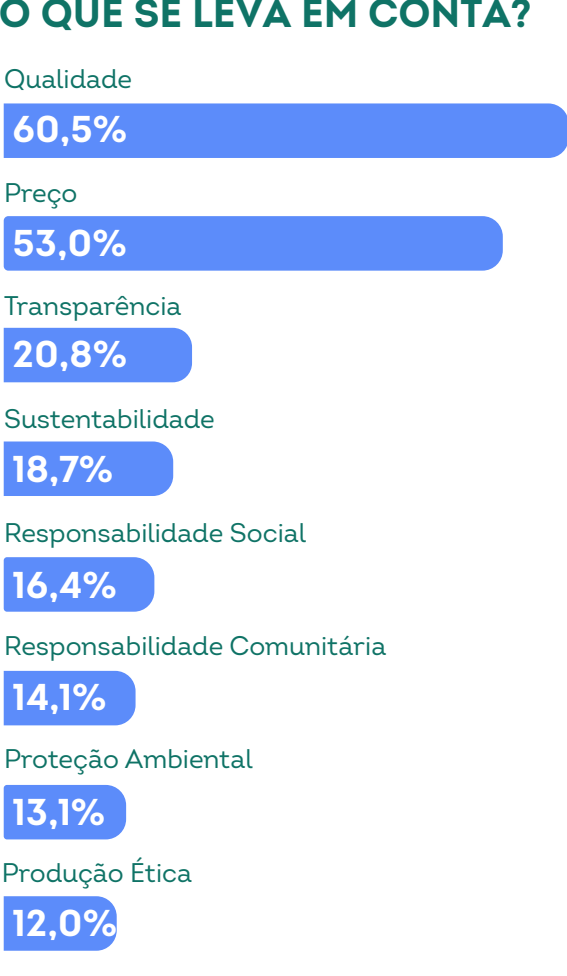
	COOPERATIVAS	EMPRESAS PRIVADAS	ASSOCIAÇÕES	STARTUPS
Colaboração/união de membros	33%	5%	31%	9%
Responsabilidade comunitária	27%	5%	27%	7%
Capacidade de gerar prosperidade para a comunidade	21%	8%	18%	8%
Geração de trabalho e renda	20%	40%	12%	16%
Distribuição de renda	20%	7%	9%	6%
Responsabilidade social	17%	6%	23%	7%
Preço justo	12%	5%	7%	6%
Obtenção de lucro para os investidores	11%	37%	6%	18%
Sustentabilidade	11%	6%	9%	9%
Transparência	10%	6%	11%	7%
Competitividade	10%	39%	7%	24%
Solidariedade	9%	3%	20%	4%
Responsabilidade ambiental	8%	5%	8%	5%
Inovação	8%	13%	6%	42%
Qualidade e segurança de procedência	7%	8%	5%	6%
Justiça social	6%	3%	14%	4%
Crescimento acelerado	5%	21%	5%	27%
Produção ética	5%	5%	7%	5%
Agilidade	4%	10%	5%	20%
Proteção ambiental	4%	3%	5%	3%

ATRIBUTOS COOP - RECORTES NA AMOSTRA

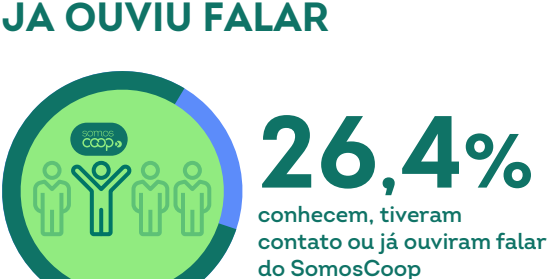
Recorte dos 6 atributos mais aderentes ao cooperativismo

	GÊNERO		FAIXA ETÁRIA			CLASSE				
	F	M	18-30	31-50	51+	A	B	C	D	E
Colaboração/união de membros	34	31	30	34	34	45	42	33	27	18
Responsabilidade comunitária	29	24	23	26	32	30	29	29	24	18
Prosperidade para a comunidade	21	22	19	20	25	22	25	21	20	16
Geração de trabalho e renda	21	18	16	20	23	20	24	20	18	17
Distribuição de renda	19	21	16	20	24	23	23	21	17	14
Responsabilidade social	18	15	18	16	19	17	16	18	17	15

DECISÃO DE COMPRA:
O QUE SE LEVA EM CONTA?



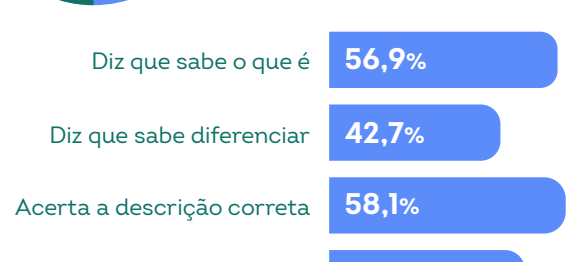
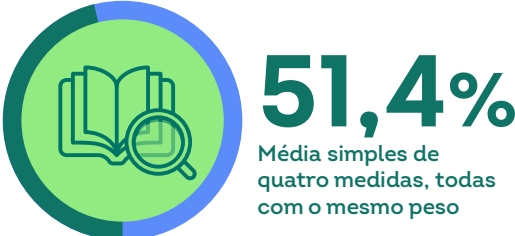
SOMOSCOOP:
UM EM CADA QUATRO
JÁ OUVIU FALAR



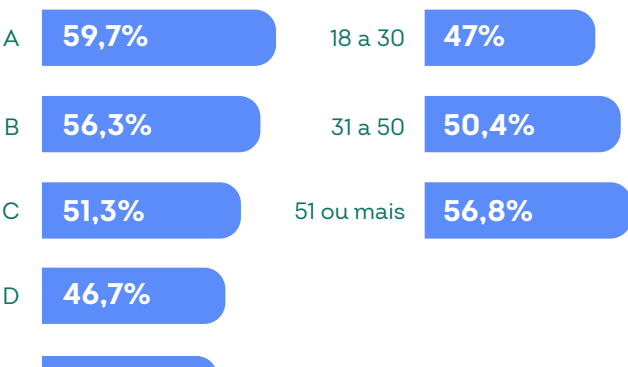
SABER QUE O PRODUTO
É DE COOPERATIVA
MUDARIA SUA COMPRA?



O ÍNDICE DE
CONHECIMENTO EFETIVO
DO COOPERATIVISMO



CONHECIMENTO DO COOP
RECORTES NA AMOSTRA



ACHADOS DA PESQUISA

- 1 67%
O número de citações de cooperativas que dobrou em 8 anos
O número de pessoas que citaram o nome de uma cooperativa espontaneamente passou de 29% em 2018 para 55% em 2023 e atingiu 66,8% em 2026.
- 2 14,7pts
A variação de conhecimento sobre o cooperativismo é maior entre classes sociais
O índice de conhecimento do cooperativismo varia:
• 14,7 pontos entre as classes A e E
• 9,8 pontos entre a faixa jovem e mais madura
• 5,6 pontos entre as regiões
- 3 71,3%
A maioria das pessoas não associa cooperativas a negócios pequenos
Quando questionadas, 71,3% dos entrevistados discordaram que cooperativas têm que ser negócios pequenos. Metade reconhece que tinha visão parcial antes de ler a definição e oito, em cada dez, acham o conceito claro depois de lido.
- 4 60,7%
Mais da metade das pessoas já tiveram contato com o produto de cooperativa.
Entre os que dizem que mudariam a intenção de compra, 97,8% afirmaram que consumiriam por saber que é de cooperativa. Alimentos, com 59,4%, e saúde, com 41,5%, são os setores onde isso mais pesa.
- 5 26,4%
1 em cada 4 pessoas já tiveram contato com a marca SomosCoop
O conhecimento cai conforme a idade: Entre 18 e 30 anos, 36,1% dizem conhecer a marca, já para os entrevistados acima de 51 anos, a lembrança cai para 20,8%