

Como está a imagem do COOPERATIVISMO NO BRASIL?

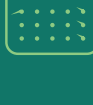
PESQUISA QUANTITATIVA



5.955
Entrevistas quanti
em todo o Brasil



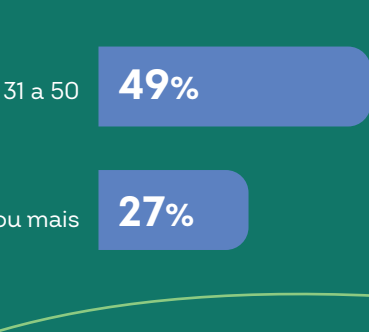
±1,2 pp
Margem de erro



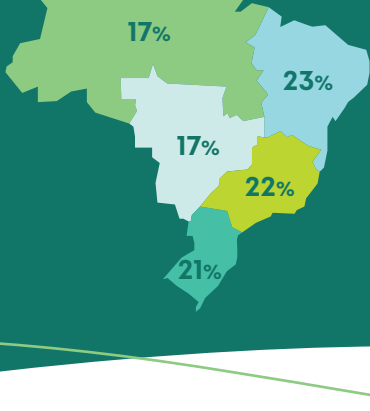
Realização **2026,**
comparações com
edições: 2018 e 2023

QUEM RESPONDEU À PESQUISA

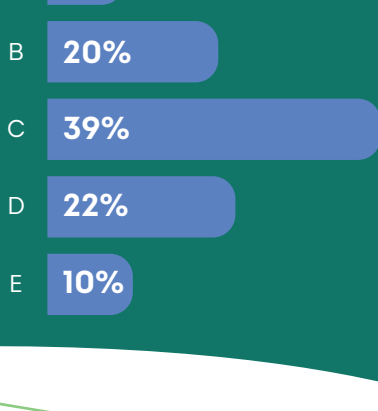
FAIXA ETÁRIA



REGIÃO

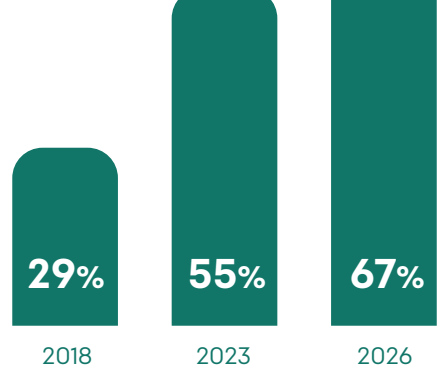


CLASSE SOCIAL
(renda familiar)



CITE O NOME DE UMA COOPERATIVA

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

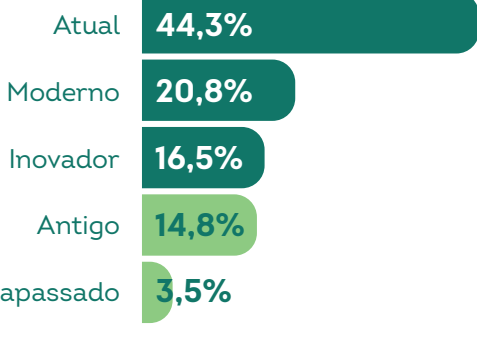
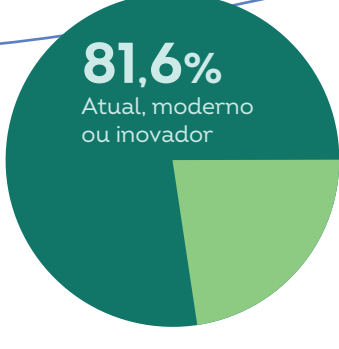


COOPERATIVAS MAIS CITADAS*

1	Sicredi - 2.399 menções	7	Cresol - 213 menções
2	Sicoob - 2.380 menções	8	Cocamar - 149 menções
3	Unimed - 1.031 menções	9	Uniodonto - 118 menções
4	Coamo - 408 menções	10	C. Vale - 111 menções
5	Aurora - 330 menções	11	Copacol - 102 menções
6	Unicred - 256 menções	12	Copersucar - 96 menções

*8.848 menções

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



ATRIBUTOS - TERRITÓRIOS DOS MODELOS

mais menções menos menções

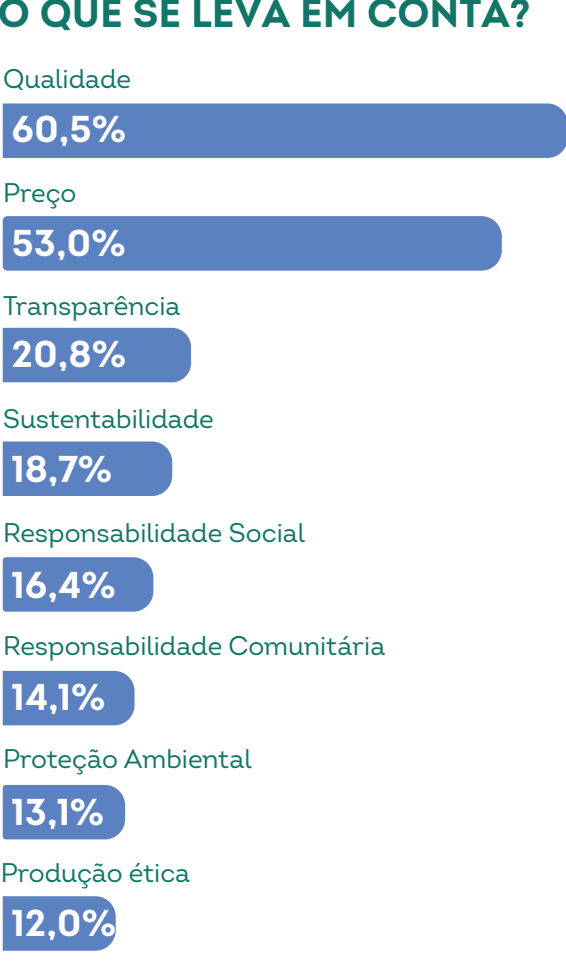
	COOPERATIVAS	EMPRESAS PRIVADAS	ASSOCIAÇÕES	STARTUPS
Colaboração/união de membros	33%	5%	31%	9%
Responsabilidade comunitária	27%	5%	27%	7%
Capacidade de gerar prosperidade para a comunidade	21%	8%	18%	8%
Geração de trabalho e renda	20%	40%	12%	16%
Distribuição de renda	20%	7%	9%	6%
Responsabilidade social	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

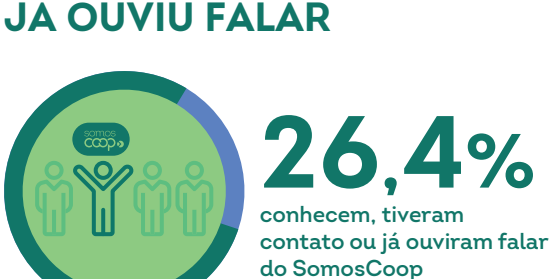
Recorte dos 6 atributos mais aderentes ao cooperativismo

	GÊNERO		FAIXA ETÁRIA			CLASSE				
	F	N	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?



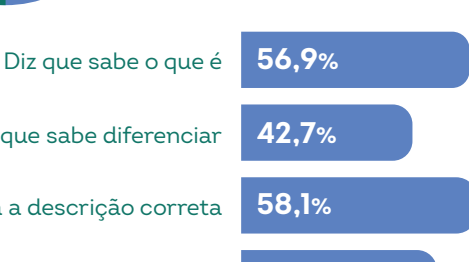
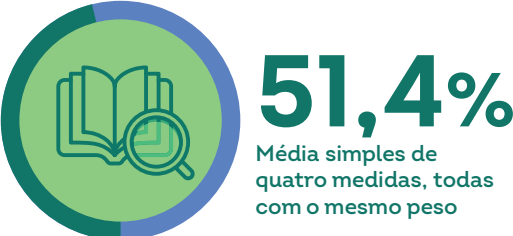
SOMOSCOOP: UM EM CADA QUATRO JÁ OUVIU FALAR



SABER QUE O PRODUTO É DE COOPERATIVA MUDARIA SUA COMPRA?



O ÍNDICE DE CONHECIMENTO EFETIVO DO COOPERATIVISMO



CONHECIMENTO DO COOP RECORTES NA AMOSTRA

CLASSE	IDADE
A 59,7%	18 a 30 47%
B 56,3%	31 a 50 50,4%
C 51,3%	51 ou mais 56,8%
D 46,7%	
E 45%	

ACHADOS DA PESQUISA

- 67%**
a citação espontânea
dobrou em oito anos

Citar o nome de uma cooperativa de memória passou de 29% em 2018 a 55% em 2023 e ao menos 66,8% em 2026.
- 14,7pts**
renda separa mais que
idade e muito mais que região

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
- 71,3%**
discordam que a coop
tenha que ser pequena

Metade reconhece que tinha visão parcial antes de ler a definição e oito, em cada dez, acham o conceito claro depois de lido.
As coops são de diferentes setores e têm diferentes tamanhos.
- 60,7%**
a origem cooperativa abre
uma porta que não se fecha

60,7% consideram mudar a intenção de compra. Entre os que dizem não, 97,8% comprariam daquela cooperativa. Alimentos, com 59,4%, e saúde, com 41,5%, são setores onde isso mais pesa.
- 26,4%**
Conhecem o SomosCoop

Entre 18 e 30 anos, 36,1% conhecem o SomosCoop.
Acima de 51 anos, 20,8% conhecem a marca.