

11198 - Avaliação do conhecimento e aceitabilidade dos produtos orgânicos oferecidos na feira agroecológica de Bananeiras –PB

Evaluation of the knowledge and acceptability of products at the fair agro-ecological agroecology Bananeiras-PB

DANTAS, Severino Ranielson Cunha¹; FREITAS, Romário César da Silva²; RIBEIRO, Simone da Silva,³; ALMEIDA, Milene Félix de⁴

1 UFPB, ranielsond@gmail.com; 2 UFPB, romariocesar@hotmail.com.br; 3 UFPB, simoneadm08@gmail.com; 4 UFPB, milenefa@gmail.com

Resumo: A busca por melhoria de qualidade de vida é percebida nos dias atuais como uma prática constante, principalmente quando diz respeito ao consumo de determinados produtos. A preferência por alimentos mais saudáveis tem resultado em um significativo crescimento da produção e do consumo de produtos oriundos da produção de base ecológica. No Brasil, este mercado tem crescido bastante nos últimos cinco anos, entretanto, nas pequenas cidades este consumo representa uma proporção menor, fator atribuído por alguns autores à falta de divulgação. Nesse sentido, o presente estudo tem como objetivo realizar uma avaliação do conhecimento e aceitabilidade dos produtos orgânicos oferecidos na feira agroecológica da cidade de Bananeiras – PB. Através da realização de pesquisa com uma amostra não probabilística aplicada aos consumidores da feira agroecológica, pôde-se identificar que grande parte dos consumidores detém conhecimento sobre o conceito de produtos orgânicos e conseguem diferenciá-lo dos produtos não provenientes da produção agroecológica em diversos aspectos.

Palavras -Chave: Conhecimento, Consumidor, Produtos Orgânicos.

Abstract: *The search for life quality improvement is perceived today as a constant practice, especially when it comes to consumption of certain products. The preference for healthier foods has resulted in a significant growth of production and consumption of products from the production of ecological base. In Brazil, this market has grown steadily over the last five years, however, in small towns such consumption represents a smaller proportion, a factor attributed by some authors, the lack of disclosure. Taking these facts into account, this study aims at evaluating the knowledge and acceptance of organic products offered at the agroecological fair of Bananeiras - PB. By carrying out research with a non-probabilistic sample applied to the agroecological fair consumers can identify a large proportion of consumers has knowledge about the concept of organic products and are able to differentiate it from others in several respects.*

Key Words: *Preference, Consumer, Organic Products.*

Introdução

No cenário em que vivemos hoje, onde a luta pela melhoria da qualidade de vida se manifesta como uma necessidade de sobrevivência, a busca por informações a cerca dos produtos que se consome se destaca como uma ação constante por parte do consumidor. Este fato se reflete no nível de consumo e, conseqüentemente, revela a aceitabilidade ou rejeição de determinado produto no mercado. É nesta perspectiva de conquistar a melhoria de qualidade de vida que o mercado passa a apresentar uma crescente

demanda pelo consumo de produtos mais saudáveis e menos agressivos a natureza. Karam e Zoldan (2003) enfatizam que há uma ligação direta entre aqueles que se preocupam com a saúde ambiental do planeta e as preocupações com alimentação. O autor reforça ainda que o brasileiro está disposto a pagar um valor mais significativo por um produto que cause menos poluição ao meio ambiente, esta tendência também se faz presente na vida da população com menor poder de barganha.

Considerando esta crescente demanda por produtos orgânicos, percebe-se que este mercado, de um modo geral, se torna bastante expressivo e apresenta-se como uma proposta duradoura e autossustentável, que privilegia a qualidade de vida dos produtores, consumidores e principalmente a preservação ambiental (EMBRAPA, 2007). Ramos (2000) explicita que os produtos orgânicos apresentam maiores vantagens uma vez que são mais ricos em nutrientes, pois sua produção é isenta de produtos químicos, o que confere ao solo mais fertilidade e rentabilidade.

No Brasil, a busca por produtos orgânicos é cada vez maior, somente nos últimos cinco anos o consumo de alimentos saudáveis quase dobrou, passando de R\$ 15,9 bilhões, em 2004, para R\$ 28,9 bilhões em 2009, um crescimento de 82%. A projeção é que até 2014 o consumo desses alimentos cresça outros 39% e cheguem aos R\$ 39,2 bilhões (MATIAS, 2010). Nesse contexto, verifica-se que a produção e o consumo desses produtos derivados da produção de base orgânica têm se caracterizado por ser uma parte diferenciada de mercado, no qual a segurança alimentar, a saúde familiar, a não utilização de agrotóxicos pelos produtores e principalmente a valorização do meio ambiente tem sido determinante na procura desses produtos por parte dos consumidores (JUNQUEIRA; LUENGO, 2000).

Entretanto, segundo Marques et. al. (2010) especialmente nas cidades grandes a comercialização de produtos orgânicos tem crescido, mas por outro lado o mesmo não acontece com a mesma intensidade nas cidades de menor porte. Esta realidade pode ser atribuída à falta de divulgação, principalmente em cidades pequenas como afirma Mesquita (2006) ao dizer que um fato interessante, é que não existe propaganda em veículos de comunicação como rádio, televisão, e sim somente o tradicional “boca-a-boca”. Este aspecto pode limitar o consumo de produtos agroecológicos nas feiras, tendo em vista que o sucesso destas em grande parte deve-se ao nível de conhecimento e informações detido pelo consumidor com relação ao produto orgânico. Vásquez et. al (2008) enfatizam também a necessidade de divulgação dos benefícios que o consumo dos produtos derivados da agricultura orgânica proporcionam à saúde pessoal, da família e para o desenvolvimento sustentável.

No município de Bananeiras - PB, a produção orgânica é uma atividade de caráter bastante significativo no que se refere ao desenvolvimento econômico e, principalmente, a inserção social de diversas famílias residentes em terras agricultáveis na zona rural do município. Como estratégia de incentivo ao consumo desses produtos, a governo municipal desenvolve semanalmente a feira agroecológica, concomitante a realização da feira convencional. Com o espaço da feira os agricultores familiares têm a oportunidade de comercializar e divulgar sua produção. Nesse sentido, o presente estudo busca realizar uma avaliação do conhecimento e aceitabilidade dos produtos orgânicos oferecidos na feira agroecológica da cidade de Bananeiras – PB, como uma alternativa de conhecer as variáveis que influenciam a prática deste consumo no município.

Metodologia

Para investigar as variáveis necessárias ao desenvolvimento deste estudo, foi realizada uma pesquisa direcionada aos consumidores da feira agroecológica de Bananeiras – PB, através da realizada uma pesquisa com uma amostra aleatória não probabilística de 50 consumidores. Como instrumento de pesquisa foi utilizado o questionário estruturado constituído por 11 questões investigativas que caracterizam a pesquisa como um estudo de natureza exploratória e descritiva. Os aspectos investigados buscaram avaliar o conhecimento dos consumidores com relação aos produtos orgânicos e, conseqüentemente, identificar a aceitabilidade destes no município.

Resultados e discussão

A feira agroecológica de Bananeiras – PB teve início no ano de 2008 como uma proposta de desenvolvimento social e de incentivo ao crescimento da produção orgânica. Inicialmente, beneficiava 35 famílias e hoje se mantém em funcionamento com apenas 32, as quais se enquadram nesta prática produtiva. Durante a realização da pesquisa pode-se perceber que os consumidores que freqüentam a feira em sua maioria são indivíduos residentes na zona rural do município, tal aspecto deve-se a distribuição populacional da cidade que segundo a pesquisa demográfica de 2010 realizada pelo IBGE, representa 60,33% do número total de habitantes. A presença feminina na feira também se destaca como um dado representativo, especificamente 65% dos consumidores abordados na pesquisa são mulheres, o que demonstra uma grande preocupação por parte do público feminino em conhecer e consumir produtos mais saudáveis e serem efetivamente as mais responsáveis pela compra de alimentos.

Os consumidores abordados na pesquisa se enquadram em uma faixa etária entre 15 e 56 anos de idade, no entanto, se destacam como público mais presente na feira agroecológica os indivíduos que possuem entre 25 e 58 anos. Entende-se através desses dados que a preferência pelo consumo de produtos orgânicos é uma escolha mais demandada pelos adultos, aspecto decorrente muitas vezes do maior nível de conscientização deste público consumidor que é influenciado de acordo com os dados colhidos na pesquisa, pelo conhecimento acerca do conceito de produto orgânico e dos benefícios deste para a melhoria de qualidade de vida. Dentre os pesquisados 58% estão cursando ou já cursaram o ensino superior e atribuem a preferência pelo consumo de tais produtos ao conhecimento adquirido no âmbito escolar e 42% disseram não conhecer profundamente a definição desses produtos, devido à falta de divulgação, no entanto afirmaram já ter ouvido falar superficialmente através dos meios de comunicação (TV, rádio, internet, revistas e jornais) e, por isso, acreditam que podem trazer benefícios para a saúde e, portanto buscam consumi-los.

Nesse contexto, dentre os respondentes que afirmaram deter algum tipo de conhecimento sobre os produtos oriundos da produção orgânica 83,4% conseguem identificar a diferença entre produtos orgânicos e produtos derivados de outros meios de produção, no que se refere ao sabor do produto, odor, aparência, qualidade e durabilidade. A composição nutricional também foi apontada como um dos benefícios trazidos pelo consumo de tais produtos, assim como a confiança na origem desses alimentos, uma vez que a produção agroecológica se define pela preocupação de preservar o meio ambiente. Quando questionados sobre a preferência de compra, se em feira convencional ou agroecológica, os entrevistados indagaram que devido a pouca diversificação de produtos

na feira agroecológica, realizam a compra de alguns gêneros alimentícios também na feira convencional, porém preferem realizar suas compras na feira agroecológica, principalmente no que diz respeito à aquisição de frutas, verduras e legumes. A preferência pelo consumo destes produtos na feira, segundo os pesquisados, se deve a aspectos tais como contribuição dos produtos agroecológicos para com a preservação do meio ambiente, a qualidade e a relação custo x benefício. Sendo assim, se verifica que os consumidores pesquisados possuem algum conhecimento sobre características, benefícios e inclusive impactos dos produtos oriundas da feira agroecológica no município, entretanto, os mesmos ressaltam a necessidade de maior divulgação através de diferentes meios.

A feira agroecológica do município de Bananeiras-PB apresenta-se como uma oportunidade de geração de renda para as famílias envolvidas, especialmente pelo fato de a população ser em sua maioria oriunda de áreas rurais. Porém, evidencia-se a necessidade de ações voltadas para oferta de alguns produtos que os consumidores demonstram faltar, gerando a necessidade destes se dirigirem a feira convencional. É preciso buscar fortalecer as estratégias de comercialização, dando mais visibilidade aos produtos para suprir uma demanda que ainda encontra-se ociosa.

Bibliografia Citada

CUENCA, Manuel Alberto Gutiérrez. et al. **Perfil do consumidor e do consumo de produtos orgânicos no Rio Grande do Norte**. Aracaju, SE: Embrapa Tabuleiros Costeiros, 2007. Disponível em: http://www.cptac.embrapa.br/publicacoes_2007/doc-125.pdf. Acesso em: 28 de julho de 2011.

IBGE, 2010. Dados Básicos de 2010. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, dados referente ao município de Bananeiras, PB. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidade-sat/topwindow.htm?1>>. Acesso em 26 de Agosto de 2011.

JUNQUEIRA, A. H.; LUENGO, R. F. A. **Mercados diferenciados de hortaliças**. Horticultura Brasileira, Brasília-DF, v.18, n.2, p. 95-99, julho, 2000.

KARAN, K. F.; ZOLDAN, P. **Comercialização e consumo de produtos agroecológicos; pesquisa dos locais de venda, pesquisa do consumidor – Região da Grande Florianópolis – Relatório final**. Florianópolis: Instituto Cepa/SC, 2003. 51p.

RAMOS, Jaqueline B. **Alimentos Orgânicos**. 2000. Disponível em: <http://www.institutoa-qualung.com.br/infDo_ali44.html >. Acesso em: 30/07/2011

MARQUES, M. A. N. et. al **Comercialização e aceitação de produtos orgânicos em duas redes de supermercado no município de Mossoró-RN**. 2010. 62ª Reunião Anual da SBPC. Disponível em: <http://www.sbpnet.org.br/livro/62ra/resumos/resumos/329.htm>. Acesso: 28/07/2011.

MATIAS, Beth. **Consumo de alimentos saudáveis no Brasil cresce 82%**. 2010. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/noticia.kmf?cod=10042595&canal=199>>. Acesso em: 02 Ago. 2011.

MESQUITA, Z. **Agricultores e consumidores de produtos orgânicos:** uma aproximação necessária. Resumos do I Congresso Brasileiro de Agroecologia, Rev. Bras. de Agroecologia Vol.1 No 1/nov. 2006.

VÁSQUEZ, S. F. et. al. **Agricultura Orgânica:** Caracterização do seu consumidor em Cajazeiras-PB. Revista Verde (Mossoró – RN – Brasil) v.1, n.3,152-158 p.- de janeiro/março de 2008.