

14507 - Potencialidade dos alimentos orgânicos na cidade de Cruz das Almas, Bahia

Potential of organic food in the town of Cruz das Almas, Bahia

SILVA, Rodrigo França da¹; PASSOS, Danilo dos Reis Cardoso²; NUNES, Flávia de Jesus¹; DIAS, Fabiane Pereira Machado¹; CASTRO, Daniel Melo de³

1 Graduando em Tecnologia em Agroecologia da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia/e-mails: rodrigofranca_77@hotmail.com, bia-machado@hotmail.com, faujnunes@hotmail.com;

2 Graduando em Agronomia da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia/e-mail:

daniilopassos@hotmail.com; 3 Docente da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia/e-mail: danielmec@hotmail.com

Resumo: Os alimentos orgânicos são aqueles que utilizam, em todo processo de produção, técnicas que respeitam o ambiente e visam à qualidade do alimento. O objetivo deste trabalho foi analisar o conhecimento da população do município de Cruz das Almas, Bahia, referente ao consumo de produtos orgânicos e sua perspectiva de mercado na referida cidade. Aplicou-se 94 questionários com doze perguntas objetivas, enfocando as principais temáticas: consumo do produto, vantagens atribuídas ao produto, valor, meio ambiente, saúde, preferência. Os questionários foram aplicados diretamente em um supermercado e na feira livre local. Os consumidores apresentam relevante aceitabilidade aos produtos orgânicos, no entanto, criticam a falta de informações sobre as vantagens dos produtos e a falta de conhecimento sobre os efeitos nocivos causados pelos resíduos de agrotóxicos presentes em alimentos produzidos de maneira convencional.

Palavras-chave: tendência de mercado; produção; consumidores.

Abstract: Organic foods are those which utilize, in every process of production techniques that respect the environment and aim to food quality. The objective of this study was to analyze the knowledge of the population of the city of Cruz das Almas, Bahia, for the consumption of organic products and their market perspective in that city. We applied 94 questionnaires with twelve objective questions, focusing on the main themes: consumption of the product, advantages attributed to the product, value, environment, health, preferably. The questionnaires were administered directly into a supermarket and street market place. Consumers have acceptability relevant to organic products, however, criticize the lack of information about the benefits of the products and the lack of knowledge about the harmful effects caused by pesticide residues found in food produced conventionally.

Keywords: market trend; production; consumers.

Introdução

Desde as últimas décadas, o uso indiscriminado de agrotóxicos na produção de alimentos vem causando preocupação em diversas partes do mundo. A crítica ao modelo de agricultura vigente cresce à medida que estudos comprovam que os agrotóxicos contaminam os alimentos e o meio ambiente, causando danos à saúde. Dentro deste contexto, tem aumentado progressivamente a procura por alimentos produzidos de forma orgânica, isto é, livres de fertilizantes químicos, antibióticos, hormônios e outras drogas usualmente, levando-se em consideração temas importantes, como por exemplo, as técnicas de produção agroecológicas, agricultura familiar, e a segurança alimentar, buscando sempre o desenvolvimento de uma agricultura sustentável (ARCHANJO et al, 2001; COUTINHO, 2011).

A noção de agricultura sustentável surge da preocupação das sociedades com uma agricultura produtiva, que não prejudique o meio ambiente e forneça alimentos de qualidade, mas, cabe ressaltar que o desenvolvimento sustentável da agricultura não dispõe de uma fórmula mágica, que resolva todos os problemas do setor agrícola. Esta é na verdade, princípios plasmados em valores que constroem a história individual e coletiva do ser humano em sua relação com a natureza (MARTINS, 2001).

Coutinho (2011) ressalta que para a implantação de um modelo mais racional, visando o aumento da produção de alimentos, sem causar a degradação do meio ambiente, este precisa estar diretamente relacionado com sustentabilidade social e econômica. No mesmo sentido, Casemiro e Trevisan (2009) defende que qualquer processo produtivo, para ser sustentável deve atender as demandas econômicas, sociais e ambientais.

No Brasil tem-se visto grande impulso na produção de orgânicos ao longo dos últimos anos, resultante da possível diminuição nos custos de produção ou por uma maior possibilidade de conservação dos recursos da propriedade rural Casemiro e Trevisan (2009). Estes dados são confirmados ao observamos as estimativas do mercado, que há doze anos já chegava a 30%, com as frutas e hortaliças orgânicas representando 2% do total comercializado pelas redes de supermercados no país (AGRIANUAL, 2001).

Esses fatos refletem uma crescente preocupação dos consumidores em relação aos alimentos que consomem, levando-os conseqüentemente em direção a uma alimentação mais saudável. Visualiza-se que a crescente demanda está diretamente ligada à obtenção de informação pelos consumidores, com a intenção de alcançarem os benefícios que se obtém de um produto orgânico, sendo necessário intensificar a oferta destas informações, de forma a popularizar a cultura por uma obtenção dos produtos orgânicos na sociedade.

Este trabalho teve por objetivo, analisar o conhecimento da população do município de Cruz das Almas, Bahia, referente ao consumo de produtos orgânicos e sua perspectiva de mercado na referida cidade.

Metodologia

O presente trabalho constituiu-se em uma amostra de 94 consumidores ou potenciais consumidores de produtos orgânicos entre 18 e 70 anos. A pesquisa foi realizada propositalmente no maior supermercado da cidade e na feira livre local. A escolha destes locais se deu devido à grande diversidade de pessoas que os frequentam, com diferentes faixas etárias, classes socioeconômicas e grau de instrução, o que proporciona uma maior obtenção de informações respectivas ao assunto estudado.

Os dados foram obtidos por meio de questionários, possuindo doze perguntas objetivas, onde a população era abordada e convidada pelo pesquisador no momento em que se dirigiam para efetuar suas compras, em ambos locais. Inicialmente foram distribuídos folhetos e cartilhas explicativas com fácil compreensão relativas ao tema, e posteriormente aplicou-se o questionário. Os

dados coletados foram analisados com a utilização do *software* Microsoft Excel 2007, possibilitando a estruturação de um banco de dados, que permitiu identificar quantitativamente as respostas obtidas.

Resultados e discussões

Constatando a diversidade de público desta pesquisa observou-se que 45% dos participantes possuem ensino médio completo e 33% possuem nível superior. Embora 20% dos entrevistados não tenham revelado sua faixa salarial, observou-se que outros 26% dos entrevistados possuem renda de até um salário mínimo, 30% entre um e três salários e 24% acima de três. É relevante enfatizar que os indivíduos abordados na feira livre da cidade, apresentavam menor poder aquisitivo.

Relacionado ao consumo de alimentos orgânicos, constatou-se que 56% da amostra já os consumiram pelo menos uma vez. Estes dados ficam ainda mais implícitos ao afirmarem também que preferem os alimentos orgânicos (64%), comparados aos que preferem os convencionais (3%), ou não possuem preferência (33%).

Conhecer as características dos produtos orgânicos torna-se essencial para que essa alternativa de alimentação tenha maior ênfase dentro da sociedade. Uma dessas características é saber reconhecer o produto no ato da compra, o que não foi identificado nessa pesquisa pelos entrevistados (38%). Para outros 15%, só é possível reconhecer o orgânico pelo selo de certificação. Em contrapartida, 19% dos entrevistados acreditam na relação de confiança com o comerciante no momento de aquisição destes produtos (Figura 1).

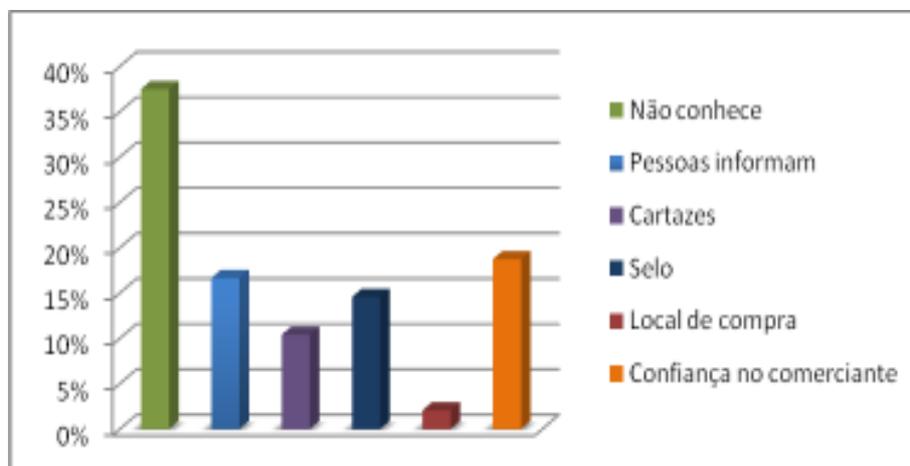


FIGURA 1. Forma de identificação dos produtos orgânicos pelos consumidores.

Fonte: Elaboração dos autores.

Ao solicitar que os entrevistados relacionassem os produtos orgânicos a sua vantagem em adquiri-los, destacou-se a relevância dos orgânicos estarem associados a alimentos mais saudáveis e nutritivos (44%), além de associarem a alimentos livres de substâncias químicas (21%) e ajudam na preservação do meio ambiente (21%). Outros 21% não atribuíram nenhuma vantagem em consumir produtos de origem orgânica (Figura 2).

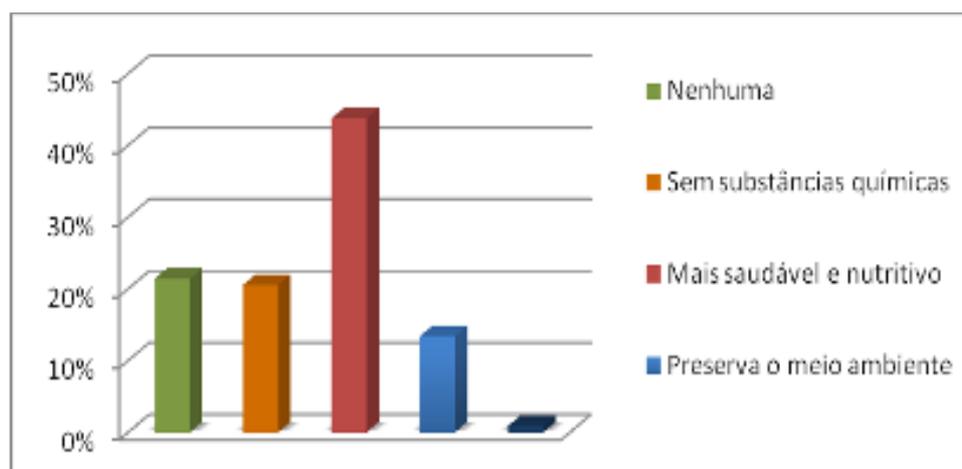


FIGURA 2. Principais vantagens atribuídas ao produto orgânico pelos entrevistados.
Fonte: Elaboração dos autores.

Mesmos os alimentos orgânicos chegando a custar cerca de 30% a mais que os alimentos convencionais (AGRIANUAL, 2001), os dados mostraram que 70% dos entrevistados não deixariam de comprar orgânicos por custarem um valor mais elevado. De forma semelhante, 93% dos potenciais consumidores estão dispostos em incluir os orgânicos em sua alimentação caso haja maior oferta na cidade (Figura 3).

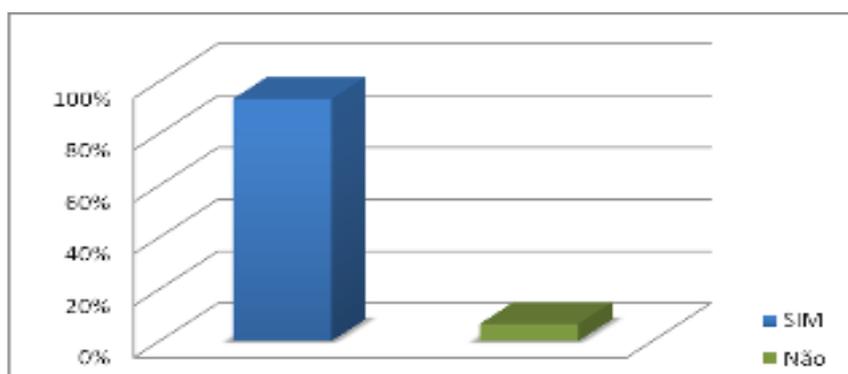


FIGURA 3. Disposição dos entrevistados a incluírem produtos orgânicos em sua alimentação.
Fonte: Elaboração dos autores.

Conclusões

Já sabemos que o modelo atual de produção convencional é insustentável e preocupante, tanto do ponto de vista ambiental quanto para a saúde pública. A ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) mostrou que frutas, verduras e legumes, produzidos em sistema convencional e vendidos nos supermercados apresentam irregularidades graves, ou seja, apresentam limites de resíduos acima do permitido pela legislação, além de também apresentarem resíduos de produtos não autorizados pela alta toxicidade, do total de amostras analisadas mais de 80% apresentaram algum tipo de resíduo de agrotóxicos. Para mudarmos isso, precisamos de consumidores bem informados.

Realizando campanhas de conscientização frequentes podemos alcançar resultados significativos ligados à mudança de hábitos alimentares da comunidade. O público alvo ficou aparentemente satisfeito com as informações que lhes foram passadas a

respeito dos produtos orgânicos. Concluímos que com campanhas deste tipo podem ser uma via eficiente de conscientização contra o uso de agrotóxicos, incentivando assim o consumo de produtos orgânicos, alertando dos prejuízos causados à saúde humana e ao meio ambiente por insumos químicos sintéticos, questão cada vez mais preocupante, brasileiros consomem em média 5,2 litros de veneno por ano através de alimentos produzidos com o auxílio de agrotóxicos e o Brasil em 2009 foi considerado o maior consumidor destas substâncias pelo segundo ano consecutivo.

Observamos que o fato da cidade ainda não ter uma oferta de produtos orgânicos regular acaba dificultando essa conscientização, porém mesmo a demanda sendo, ainda, muito incipiente na cidade observou-se que ela é crescente na medida em que esses consumidores adquirem maiores conhecimentos dos benefícios de seu consumo, as pessoas estão almejando por mais qualidade de vida.

Referências bibliográficas

- AGRIANUAL 2002. **Anuário estatístico da agricultura brasileira**. São Paulo: FNP. Consultoria e Comércio, 2001. 536p.
- ARCHANJO, L. R.; BRITO, K. F. W.; SAUERBECK, S. **Alimentos Orgânicos em Curitiba: consumo e significado**. Rev. Cad. de Debate, Campinas, v.3, p. 1-6, 2001.
- CASEMIRO, A. D; TREVIZAN, S. D. P; Alimentos Orgânicos: Desafios para o Domínio Público de um Conceito. **2nd International Workshop | Advances in Cleaner Production**. São Paulo – Brazil – May 20th-22nd – 2009.
- COUTINHO, A. M. R. A.; **Desenvolvimento Sustentável da Agricultura**. .Net, Ago. 2011. Disponível em:
<http://www.ecodebate.com.br/2011/08/03/desenvolvimento-sustentavel-da-agricultura-artigo-de-antonio-mario-reis-de-azevedo-coutinho/>. Acesso em: 30 de março de 2013.
- MARTINS, Sergio Roberto. 2001. “citado por” COUTINHO, A. M. R. A. **Desenvolvimento Sustentável da Agricultura**. Agosto, 2011. Disponível em:
<http://www.ecodebate.com.br/2011/08/03/desenvolvimento-sustentavel-da-agricultura-artigo-de-antonio-mario-reis-de-azevedo-coutinho/>. Acesso em: 30 de março de 2012.