

## PERFIL DE CONSUMIDORES DE PRODUTOS ORGÂNICOS EM FEIRAS AGROECOLÓGICAS NA CIDADE DE PELOTAS-RS

**ABDUCH, Fernanda**<sup>1</sup>; AFONSO, Angélica Bandeira<sup>1</sup>; PEREIRA, Maristela Costamilan<sup>1</sup>; RODRIGUES, Kelly Lameiro<sup>2</sup>; **BOTELHO, Fabiana Torma**<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Graduanda do Curso de Nutrição. Universidade Federal de Pelotas. UFPel.

<sup>2</sup>Docente da Faculdade de Nutrição. Universidade Federal de Pelotas. UFPel

Departamento de Nutrição

[fernandabduch@hotmail.com](mailto:fernandabduch@hotmail.com)

### 1 INTRODUÇÃO

Um alimento é considerado orgânico quando o sistema de produção que o originou não utilizar agrotóxicos e fertilizantes químicos, envolvendo assim, a substituição de insumos sintéticos por insumos naturais e biodegradáveis (BRASIL, 1999). Os alimentos orgânicos têm sido amplamente discutidos e valorizados no mundo moderno. Isso decorre da aceitação desses alimentos como adequados à saúde, além de serem apontados como de melhor qualidade, capazes de reduzir a degradação ambiental e de gerar maior valor monetário agregado ao produtor. A conscientização da população mundial para a preservação do meio ambiente, de certa maneira, contribuiu para o fortalecimento da agricultura orgânica, principalmente no mercado internacional (VILELA et al., 2006). O consumo de alimentos livres de contaminantes é essencial à prevenção de doenças, principalmente em um país como o Brasil, onde ainda parte considerável de sua população enfrenta problemas de carência nutricional e de acesso ao sistema público de saúde (CALDAS; SOUZA, 2000).

Se faz necessário entender o processo de compra de produtos orgânicos à medida em que o consumidor assume importante papel no indicativo dos atributos de qualidade que deseja e quanto está disposto a pagar por produtos, principalmente no sistema agroalimentar (SPERS, 2003). Existe um movimento crescente das pessoas em cuidar da saúde, nutrição e estética, usando a alimentação como fator preventivo de doenças e para uma vida mais saudável (STORCH et al., 2003). Diante do exposto, o presente estudo teve como objetivo caracterizar o perfil dos consumidores de produtos orgânicos em feiras agroecológicas na cidade de Pelotas (RS), de acordo com sua situação sócio-culturais, hábitos de vida e condições de saúde.

### 2 METODOLOGIA

Foi feita uma pesquisa exploratória qualitativa, que utilizou como recurso técnico um questionário aplicado aleatoriamente com consumidores frequentadores das feiras agroecológicas na cidade de Pelotas (RS), no período de junho a julho do ano de 2011. As feiras acontecem na Av. Dom Joaquim, aos sábados, e pertencem aos agricultores ecológicos vinculados a Associação Regional de Produtores Agroecologistas da Região Sul (ARPASUL) e no Largo Adolfo Fetter no Mercado Público, as quintas-feiras, e pertencem aos agricultores ecológicos vinculados a Cooperativa Sul Ecológica de Agricultores Familiares Ltda. O questionário estruturado continha perguntas fechadas em relação às características sócio-culturais, hábitos de vida e condições de saúde dos consumidores, além de identificar as razões que explicam a opção de escolha do produto orgânico. Como critérios de inclusão os respondentes deveriam ser consumidores de produtos

orgânicos e freqüentar feiras agroecológicas. Todos foram esclarecidos da razão do estudo, convidados a assinar um Termo de Consentimento, para então proceder à aplicação do questionário. Os dados foram agrupados em diferentes aspectos (sócio-culturais, hábitos de vida e de condições de saúde) e analisados no Programa *Microsoft Office Excel 2007*<sup>®</sup>, através de estatística descritiva.

### 3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram entrevistados 288 consumidores durante horários diferentes nas duas feiras agroecológicas. A maior parte da amostra foi representada pelo sexo feminino (63%), resultado confirmado em estudos anteriores também realizados nas mesmas feiras na cidade de Pelotas (RS). Andersson, Nascimento e Lovatto (2009) encontraram 68% e Anjos, Godoy e Caldas (2005) encontraram 58,1% de predominância do sexo feminino nestes locais. Em contrapartida nas cidades de Chapecó (SC) e Botucatu (SP) a maioria dos entrevistados eram do sexo masculino, com 57% e 53,6%, respectivamente (VERONA et al., 2009; PEROSA et al., 2009).

No presente estudo a idade média foi de 50 anos, variando acima dos 40 anos de idade. Resultado similar ao encontrado no estudo de Verona et al. (2009), onde o grupo de consumidores que freqüenta feira agroecológica pertencia a uma faixa etária acima de 40 anos, com 93% do público entrevistado. Já no estudo de Perosa et al. (2009), a idade dos respondentes se mostrou variada e mesmo assim com pequena vantagem para a faixa etária de 41 a 50 anos (27,54%).

Em relação à escolaridade, 31% possuíam ensino médio completo, seguidos de 29% com graduação completa, 9% com pós-graduação completa e 8% com fundamental completo. Resultado diferente do estudo de Andersson; Nascimento e Lovatto (2009), onde destacaram-se aqueles com nível superior completo representando 69% e 32% em cada feira, seguidos daqueles com ensino médio (22% e 16%) e fundamental incompleto (9% e 22%). Anjos; Godoy e Caldas (2005) também constataram que a maioria dos consumidores das feiras agroecológicas de Pelotas (RS) possuíam ensino superior completo (46,9%). Segundo Darolt (1999) citado por Storch (2003), existem diferenças significativas no nível de escolaridade entre os freqüentadores de feiras orgânicas e de feiras convencionais, sendo que para a cidade de Curitiba (PR), a escolaridade média dos consumidores orgânicos foi de 49% com curso superior, enquanto que apenas 22% dos consumidores das feiras convencionais, haviam cursado o curso superior.

No presente estudo a renda mensal predominante foi 37% com renda em torno de 2 a 5 salários mínimos (R\$ 1.090,00 a R\$ 2.725,00), seguido de 24% com renda de 1 a 2 salários mínimos (R\$ 545,00 a R\$ 1.090,00), 18% com renda acima de 8 salários mínimos (R\$ 4.360,00), 17% com renda de 5 a 8 salários mínimos (R\$ 2.725,00 a R\$ 4.360,00) e 4% com renda de 1 salário mínimo (R\$ 545,00).

Nos estudos anteriores nas mesmas feiras de Pelotas (RS), 60% apresentavam renda acima de 6 salários mínimos (ANDERSSON; NASCIMENTO; LOVATTO, 2009), sendo que Storch et al. (2003) e Anjos; Godoy e Caldas (2005) demonstraram que a maioria dos consumidores possuía níveis de renda superiores a R\$ 1.500,00 (41%) e entre 7 a 10 salários mínimos (38,7%). No estudo realizado por Assis (1993) no Rio de Janeiro (RJ), 41% possuíam renda superior a R\$ 1.500,00, renda média próxima à encontrada na maioria dos consumidores do presente estudo. Podemos observar que a relação existente entre nível de renda e consumo de produtos orgânicos, demonstrada por alguns autores, parece diminuir gradativamente. Observa-se um aumento de consumidores com renda menor e

variabilidade neste público, salientando para a necessidade de ampliar os estudos sobre produtos orgânicos.

Em relação aos hábitos de vida, 33% não prática atividade física e 67% prática atividade física regularmente, sendo que destes, 28% prática 3 a 4 vezes por semana, 20% prática de 1 a 2 vezes por semana, 13% diariamente e 6% de 5 a 6 vezes por semana. O hábito de comer fora do lar foi relatado por 34% dos consumidores e destes, apenas 15% relataram consumir alimentos fora do lar diariamente. Dos 66% que realizavam suas refeições em casa, 60% afirmaram preparar suas próprias refeições. Este dado demonstra que a maioria dos consumidores de feiras orgânicas, possuem tempo para preparar e realizar suas refeições, contrariando a tendência de comer fora e falta de tempo para se alimentar corretamente. Outro dado encontrado é que 3% dos entrevistados pertenciam ao grupo de vegetarianos.

Em relação às condições de saúde, 21% possuíam diagnóstico de alguma doença que exigia cuidados dietéticos, identificando 50% destes consumidores com hipertensão, 28% com *diabetes mellitus*, 15% com obesidade e 7% com doenças cardiovasculares. Embora as pesquisas apontem para uma alta relação entre preocupação com a saúde ou segurança alimentar e consumo de alimentos orgânicos, na pesquisa de Trevizan e Casemiro (2009) não revela associação entre o fato de uma pessoa fazer ou não dieta e o seu consumo de alimentos orgânicos, quando se observou que 56% dos entrevistados não tinham o hábito de realizar dieta, mas 84% deles consumiam alimentos orgânicos, enquanto 46% tinham o hábito de realizar dieta, mas apenas 16% não consumiam alimentos orgânicos.

Em relação à opção de compra por produtos orgânicos, 66% relataram fazer a opção pela melhor qualidade e confiança no produto, 15% pelo valor nutricional, 10% pela filosofia de vida e 9% pelo cuidado ao meio ambiente. A frequência de consumo foi de 40% 1 vez por semana, 33% de 2 a 3 vezes por semana, 15% diariamente e 12% de 4 a 5 vezes por semana.

No estudo anterior na cidade de Pelotas (RS), a qualidade e confiança ficou com 15% em relação à motivação em adquirir alimentos orgânicos, ficando a responsabilidade com a saúde e o ambiente como a maior motivação na compra de alimentos orgânicos (36%), seguida da produção sustentável de alimentos (21%) em uma das feiras. A não utilização de agrotóxicos no sistema produtivo (48%), o consumo de alimentos saudáveis (39%) e o sabor (13%), estão entre os principais fatores que motivaram os consumidores a adquirir produtos na outra feira ecológica do mesmo município (ANDERSSON; NASCIMENTO; LOVATTO, 2009).

No estudo realizado em Chapecó (SC), os pontos fundamentais que levaram os consumidores a optarem por produtos orgânicos foram: a condição de produto de qualidade para uma melhor saúde de todos e, em segundo lugar, a preocupação com a situação ambiental, sendo o critério qualidade identificado em primeiro lugar, como no presente estudo (VERONA et al., 2009). Pesquisa realizada com consumidores em um supermercado de Florianópolis (SC), a preocupação com a saúde foi a mais mencionada (KRISCHKE; TOMIELLO, 2009) e outra pesquisa na cidade de Goiânia (GO), o principal motivo para o consumo foi por ser mais saudável (80%) seguido por ter maior valor nutricional (40%) (SANTOS; COBUCCI; FERNANDEZ, 2009).

#### 4 CONCLUSÃO

Este estudo demonstra que a maioria dos entrevistados nesta pesquisa, que freqüentam as feiras agroecológicas na cidade de Pelotas (RS), estão

preocupados com a saúde, devido a problemas nutricionais ou buscando a prevenção destes através da alimentação e prática de atividade física. A maioria dos entrevistados são mulheres, que possuem bons níveis de escolaridade e renda, com tempo para realizar suas próprias refeições e não possuem hábito de comer fora frequentemente. O estudo mostra ainda uma parte dos entrevistados com frequência diária no consumo de alimentos orgânicos e a presença de classes econômicas com menor poder aquisitivo e com menor escolaridade nas feiras agroecológicas, que pode estar relacionado com a maior divulgação do assunto atualmente.

## 5 REFERÊNCIAS

- ANDERSSON, F. S.; NASCIMENTO, S. G.; LOVATTO, P. B. Estudo do perfil dos consumidores em duas feiras livre de base ecológica do município de Pelotas, RS, Brasil. **XVIII CIC – XI ENPOS – I MOSTRA CIENTÍFICA**, 2009.
- ANJOS, F. S. dos; GODOY, W; CALDAS, N. **As feiras livres de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências**. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária, 2005.
- ASSIS, R. L. **Diagnóstico da agricultura orgânica no Estado do Rio de Janeiro e propostas para a sua difusão**. Itaguaí, 1993. 154 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.
- BRASIL. Ministério da Agricultura. **Instrução Normativa 007 de 17/05/1999**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>> Acesso em: 10 set. 2007.
- CALDAS, E. D.; SOUZA, L. C. K. R. Avaliação de risco crônico da ingestão de resíduos de pesticidas na dieta brasileira. **Rev. Saúde Pública**, v. 34, n. 5, p. 529-537, 2000.
- DAROLT, M. R. A comercialização de produtos orgânicos na Região metropolitana de Curitiba-PR. **Boletim Ecológico**, n.10, fevereiro, 1999. 12-13p. Botucatu - SP.
- KRISCHKE, P. J.; TOMIELLO, N. O comportamento de compra dos consumidores de alimentos orgânicos: um estudo exploratório. **Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas**, v.10, n.96, UFSC. 2009.
- PEROSA, J. M. Y.; MOORI, R. G.; LOMBARDI, M. F. S.; PEROSA, B. B.; O Estímulo local e o consumo de produtos orgânicos em Botucatu, SP. **Revista de Estudos Sociais** - ano 11, n. 22, v. 2, 2009.
- SPERS, E. E (Org). **Qualidade e Segurança em Alimentos. Gestão de qualidade em Agribusiness: estudos e casos**. São Paulo: Atlas, 2003. p. 283-315.
- SANTOS, C. G.; COBUCCI, R. M. A.; FERNANDEZ, M. X. V. Estudo do perfil dos consumidores de alimentos orgânicos em Goiânia. **Estudos**, Goiânia, v.36, n.5/6, p. 885-896, maio/jun. 2009.
- STORCH, G.; AZEVEDO, R. de; SILVA, F. F, da; BRIZOLA, R. M. de O.; VAZ, D. da S.; BEZERRA, A. J. A. Caracterização dos consumidores de produtos da agricultura orgânica na região de Pelotas – RS. **Rev. Bras. Agrociência**, v. 9, n. 1, p. 71-74, jan-mar. 2003.
- TREVIZAN, S. D. P.; CASEMIRO, A. D. Consumidores de Produtos Orgânicos em Vitória da Conquista, Bahia – BA. KEY ELEMENTS FOR A SUSTAINABLE WORLD: ENERGY, WATER AND CLIMATE CHANGE. São Paulo – Brazil – May 20th-22nd – 2009
- VILELA, N. J.; RESENDE, F. V.; FILHO, E. G.; SAMINÉZ, T. C.; VALLE, J. C. V.; JUNQUEIRA, L. P. Perfil dos consumidores de produtos orgânicos no Distrito Federal. Brasília: **EMBRAPA**, 2006. (Comunicado técnico, 40).
- VERONA, L. A. F.; DIZ, O. M. HEMP, S. NESI, C. O Perfil dos Consumidores de Produtos Orgânicos da Feira da Cidade de Chapecó – SC. **Rev. Bras. de Agroecologia**, v. 4, n. 2, nov. 2009.