

## **A PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES EM RELAÇÃO AOS ALIMENTOS ORGÂNICOS NO MUNICÍPIO DE CASTANHAL-PA**

**Brenda Stephanie de Oliveira Chavante**

IFPA/brenda-chavante@hotmail.com

**Camila Garcia de Freitas**

IFPA/camilagarcia.f@hotmail.com

**Josimar Cunha Vasconcelos**

IFPA/josimarbab@gmail.com

**Marta Laura Noronha da Silva Gonçalves**

IFPA/martalaura.ifpa@outlook.com

**Romier da Paixão Sousa**

IFPA/Romier.sousa.ifpa@gmail.com.

**Área Temática IV: Agroecologia, Agricultura Familiar e Extensão Rural**

**Modalidade: Resumo Expandido**

### **1. Introdução**

A revolução verde trouxe um grande impacto na forma de produzir alimentos, com o uso indiscriminado de adubos químicos e agrotóxicos, fato esse, que tem motivado consumidores a buscar cada vez mais uma alimentação saudável. Neste sentido, os alimentos orgânicos têm ganhado mais espaço na mesa do consumidor, por apresentar formas de produção mais sustentáveis.

Segundo Dias (2015), o mercado mundial de orgânicos apresenta uma tendência de aumento na demanda por produtos e serviços que proporcionem saúde e bem-estar. Essa expansão mundial e também nacional dos chamados produtos orgânicos tem estimulado a realização de diversos estudos para a caracterização do comportamento dos consumidores, buscando uma compreensão deste mercado que se encontra em franca ascensão (PIMENTA, 2008).

Para Barbé (2009), a produção de orgânicos está mais ligada a agricultura familiar e a venda destes produtos representam o maior gargalo da cadeia produtiva. Mostrando a necessidade de conhecer o comportamento do consumidor final desta cadeia de produção.

Como o município de Castanhal não apresenta feiras destinadas exclusivamente para a comercialização de produtos orgânicos, estes são feitos nas feiras convencionais ou

supermercados locais. As feiras livres são um importante canal de comercialização para os produtores, pois encurtam a relação deste com o consumidor final (PADILHA et al, 2016).

O sucesso na comercialização para os agricultores familiares é um ponto crucial no que diz respeito a sua manutenção de forma competitiva no mercado. Desta forma, considerando que o mercado de determinada região funciona a partir de uma demanda estabelecida, estudos de levantamento do perfil dos consumidores podem ser considerados como uma ferramenta útil para elucidar o comportamento, as intenções de compra e a aceitação de produtos pelos consumidores locais.

Diante deste contexto, o objetivo deste estudo foi analisar a percepção dos consumidores em relação aos alimentos orgânicos na cidade de Castanhal-PA, bem como os hábitos, principais motivações e limitações em relação ao consumo desses alimentos.

## **2. Metodologia**

A pesquisa foi realizada em Castanhal, município pertencente à mesorregião do nordeste paraense, com uma estimativa de 195.253 habitantes (IBGE, 2017). Os sujeitos da pesquisa foram os consumidores com faixa etária de 30 a 59 anos, residentes do município em questão, que totalizam 58.734 habitantes. Assim, foram utilizados os seguintes parâmetros estatísticos para obtenção de uma amostra representativa. Grau de confiança de 95% e margem de erro de 10% resultando em uma amostra de 96 indivíduos.

Os dados foram coletados a partir de questionários semiestruturados, contendo 12 perguntas, divididas em três blocos: o primeiro para caracterização do perfil do entrevistado, o segundo sobre os seus conhecimentos a respeito dos orgânicos e se consome esses alimentos e o terceiro trata-se de um levantamento dos fatores que os levam a consumir ou não os alimentos orgânicos.

Os questionários foram aplicados nas duas principais feiras livres da cidade (feira do agricultor e mercado municipal). Na escolha dos locais foi levando em consideração a possibilidade de poder encontrar consumidores de diferentes classes sociais, já que as feiras reúnem os mais diversos itens de consumo. Os questionários foram aplicados na primeira quinzena de maio de 2018 e as análises quantitativas foram realizadas com ajuda do programa Microsoft Excel.

### 3. Resultados/Discussões

Para caracterização do perfil dos entrevistados foi considerado: idade, sexo, estado civil e escolaridade. A amostra é composta por pessoas entre a faixa etária de 30 a 59 anos. A primeira análise é referente ao sexo dos entrevistados e pode-se observar a predominância do sexo feminino no espaço das feiras livres, demonstrando a importância da mulher na decisão de compra (Tabela 1).

**Tabela 1:** Gênero dos consumidores

	Frequência	%
<b>Feminino</b>	66	68,75
<b>Masculino</b>	30	31,25
<b>Total</b>	96	100

**Fonte:** Trabalho de campo dos autores, 2018

Resultados semelhantes foram encontrados por WANDER et al (2007), em um estudo realizado em Goiânia, onde 65,6% dos entrevistados eram do sexo feminino e 34,4% do sexo masculino. Estudos sobre a produção agroecológica vem apontando a importância do papel das mulheres no processo de transição agroecológica, por preocupa-se mais com a saúde e o ambiente, além do cuidado com a alimentação da família. O fato das mulheres serem a maioria responsáveis pelas compras de alimentos, pode apontar uma necessidade de conscientização maior deste seguimento para a compra de produtos orgânicos e agroecológicos.

No espaço das feiras houve a predominância dos consumidores com ensino médio completo seguido por pessoas que nunca estudaram. Este resultado vai de encontro com o obtido por Godoy et al (2006), onde a predominância dos consumidores de feiras livres foi com o 2º grau completo (34,4%), seguindo-se de consumidores com grau de escolaridade superior (26,1%). (Tabela, 2).

**Tabela 2:** Nível de escolaridade

	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
<b>Sem estudo</b>	18	18,75
<b>Ens. fundamental incompleto</b>	16	16,67
<b>Ens. fundamental completo</b>	14	14,58
<b>Ens. Médio incompleto</b>	5	5,21
<b>Ens. Médio completo</b>	23	23,95
<b>Ens. Superior incompleto</b>	9	9,38
<b>Ens. Superior completo</b>	11	11,46
<b>Total</b>	96	100

Com relação ao conhecimento a respeito dos alimentos orgânico, 58,3% afirmou saber o que são e 41,7% nunca ouviram falar deste termo. Para as pessoas que responderam de modo afirmativo foi perguntado se estes consumiam os alimentos orgânicos e 43,8% respondeu que sim e 14,5% que não. Resultado diferente do encontrado por VARELLA (2015) que a maioria dos entrevistados (57%) não consumia alimentos orgânicos.

No que diz respeito a frequência de consumo, os motivos relacionados ao consumo de alimento orgânico foram: ser mais saudável (41,94%), indicado pelo médico (1%), indicado pela mídia (1%), considerado com maior valor nutricional (1%), não prejudica o meio ambiente (2%) e outros motivos que não estavam listados no questionário (4,2). Nesta questão o entrevistado poderia assinalar mais de uma alternativa (Tabela 3).

**Tabela 3:** Frequência de consumo.

	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
<b>Muito frequente</b>	15	15,6
<b>As vezes</b>	12	12,5
<b>Raramente</b>	11	11,5
<b>Frequente</b>	4	4,2
<b>Total</b>	42	43,8

Já os alimentos orgânicos mais consumidos foram: hortaliças (36,46%), frutas (28,3%) e legumes (19,79%), podendo ser marcada mais de uma alternativa para esta questão. Resultado semelhante foi encontrado por Wander et al (2007), onde as hortaliças e frutas foram as mais consumidas.

Em relação aos consumidores que conhecem os alimentos orgânicos, mas não os consome 13,54% tem o desejo de consumir e apenas 1,1% alegou não ter interesse neste produto. Os principais motivos apontados pelos entrevistados para não consumir alimentos orgânicos foram: dificuldades em encontrar (8,33%) seguido de preço (6,25%) e falta de interesse em buscar esse alimento na hora de realizar as compras (4,2%).

#### 4. Considerações Finais

No âmbito dessa pesquisa, conclui-se que falta informação para o consumidor Castanhalense, tendo em vista que 41,7% das pessoas entrevistadas não conheciam o termo alimento orgânico. Observa-se a presença de homens e mulheres nos espaços das feiras, mas as mulheres se destacam em porcentagem.

Os níveis de escolaridades são baixos, pois dos entrevistados 35,42% não tiveram acesso à educação ou não concluíram o ensino fundamental. A maioria dos frequentadores das feiras do município são casados. O principal motivo que leva ao consumo de alimentos orgânicos em Castanhal é por esses serem considerados mais saudáveis. E, uma das maiores limitações para a aquisição de alimentos orgânicos e a dificuldade em encontrar pontos de venda no municípios e o preço mais elevado onde os mesmos são vendidos. Por fim, é importante destacar a presença da demanda pelos produtos estudados na cidade, já que existem consumidores e dentre os que não consomem a uma porcentagem que deseja consumir.

#### 5. Referências Bibliográficas

BARBÉ, L. **Caracterização de consumidores e produtores dos produtos agrocológicos/orgânicos em Campos dos Goytacazes**, RJ. Diss. Dissertação (Mestrado em Produção Vegetal)–Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Centro de Ciências e Tecnologias Agropecuárias, Programa de Pós-Graduação em Produção Vegetal, Campos dos Goytacazes, 2009.

DIAS, V. V.; SCHULTZ, G.; SCHUSTER, M. S. **The organic food market: a quantitative and qualitative overview of international publications**. *Ambiente & Sociedade*, v. 18, n. 1, p. 161–182, 2015.

GODOY, Wilson Itamar et al. **O PAPEL DA FEIRA-LIVRE DE PATO BRANCO-PR, NO ABASTECIMENTO LOCAL**. *Synergismus scyentifica*, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, v. 1, p. 173-180, 2006.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, **Estimativas da população residente com data de referência 1º de julho de 2017**. Consultado em 06 de maio de 2018

LAGE, Marcela Ferreira Rocha et al. **O Mercado Orgânico de BH: Um estudo de Caso das Feiras Orgânicas Municipais.** 2016.

PIMENTA, M. L. **Comportamento do Consumidor de Alimentos Orgânicos na Cidade de Uberlândia: um Estudo com Base na Cadeia de Meios e Fins.** 2008. 125 f. Dissertação (Mestrado em Administração)-Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2008.

STEFANO, N; NETO, A. C.; GODOY L. P. **Explorando conceitos e modelos sobre o processo de decisão de compra do consumidor em função da mudança de hábito alimentar.** In: **Congresso Nacional de Excelência em Gestão**, 4, Niterói/ RJ, 31 jul. a 02 ago. 2008. Anais... Niterói: CNEG, 2008. p. 1-20.

VARELLA, Cassia Rebelo; DE SOUZA-ESQUERDO, Vanilde Ferreira. **Pesquisa de marketing sobre alimentos orgânicos: um estudo sobre o perfil do consumidor Piracicabano e os limitantes do consumo.** Revista ESPACIOS| Vol. 36 (Nº 11) Año 2015, 2015.

WANDER, Alcido Elenor et al. **Alimentos orgânicos: oportunidades de mercado e desafios. Embrapa Arroz e Feijão-Artigo em periódico indexado (ALICE),** 2007.

PADILHA, Lucimara Rodrigues et al. **Perfil dos consumidores que frequentam a feira da agricultura familiar no município de Tupanciretã-RS.** Salão do Conhecimento, v. 2, n. 2, 2016.