
PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES DO CIRCUITO CURTO SOBRE A QUALIDADE DOS PRODUTOS COMERCIALIZADOS PELA COOPERATIVA D'IRITUIA

Marta Laura Noronha da Silva Gonçalves

Instituto Federal do Pará- Campus Castanhal/martalaura.ifpa@outlook.com

Denize dos Santos Mercês Costa

Instituto Federal do Pará- Campus Castanhal/denizedossantoss2017@gmail.com

Brenda Stephanie de Oliveira

Instituto Federal do Pará- Campus Castanhal/brenda-chavante@hotmail.com

Louise Ferreira Rosal

Instituto Federal do Pará- Campus Castanhal/louiserosal@gmail.com

Romier da Paixão Sousa

Instituto Federal do Pará- Campus Castanhal/romier.sousa.ifpa@gmail.com

Área Temática: Economia Solidária, Cooperativismo e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares

Modalidade: Artigo Científico

Resumo

A produção familiar orgânica visa à sustentabilidade, em que é possível produzir alimentos saudáveis sem causar prejuízos à saúde humana, biodiversidade e meio ambiente. Este sistema possibilita ao agricultor uma maior renda, por resultar em produtos de maior valor agregado e pela existência de nicho de mercado. Porém, além dos benefícios existem dificuldades desafiadoras para esses pequenos produtores, principalmente pela falta de apoio governamental por assistência técnica. Por este motivo, este trabalho teve o objetivo de avaliar, a partir da percepção dos consumidores, a qualidade dos produtos disponibilizados pelos agricultores familiares membros da Cooperativa Agropecuária dos Produtores Familiares Irituienses- D'Irituia. Foram aplicados questionários semiestruturados a 17 consumidores regulares do circuito curto de comercialização, composto pela comunidade interna e externa do Instituto Federal do Pará. O questionário buscou identificar o grau de satisfação e a percepção dos consumidores sobre a qualidade dos produtos. Detectou-se que os principais problemas dos produtos entregues eram: alimentos deteriorados, imaturos ou com maturação além do desejado. As insatisfações referiam-se, principalmente, às seguintes categorias de produtos comercializados: legumes, frutas *in natura* e polpas de frutas. Esses problemas influenciavam diretamente na decisão futura de compra de alguns clientes. Cerca de 71% dos clientes se decepcionaram com algum produto pelos motivos: forma, tamanho e principalmente o estado em que os produtos se encontravam. E, por tais motivos, 42% dos insatisfeitos deixaram de consumir esses produtos. Esses dados indicam que há uma necessidade emergente de levantar, junto com os produtores, as questões que implicam na falta de qualidade apontada pelos compradores do circuito curto. Compreender as implicações e colaborar com os sujeitos que têm buscado oferecer alimentos de qualidade garantirá o fortalecimento dessa organização de comercialização.

Palavras-Chave: Agricultura familiar; Qualidade dos alimentos; Circuito curto; Consumidores.

Abstract

Organic family production aims at sustainability, where it is possible to produce healthy food without causing harm to human health, biodiversity and the environment. This system allows the farmer a higher income, as it results in higher value-added products and the existence of a niche market. However, in addition to the benefits there are challenging difficulties for these small producers, mainly due to the lack of government support for technical assistance. For this reason, this work had the objective of evaluating, from the consumers' perception, the quality of the products made available by the family farmers members of the Cooperativa Agropecuária de Produtores Familiares Irituienses - D' Irituia. Semi-structured questionnaires were applied to 17 regular consumers of the short marketing circuit, composed of the internal and external community of the Federal Institute of Pará. The questionnaire sought to identify the degree of consumer satisfaction and perception about the quality of products. It was found that the main problems of the products delivered were: deteriorated, immature or matured food beyond what was desired. The dissatisfactions were mainly related to the following categories of products marketed: vegetables, fresh fruits and fruit pulps. These problems directly influenced the future purchase decision of some customers. About 71% of customers were disappointed with some product for the reasons: shape, size and mainly the state in which the products were. And, for these reasons, 42% of the dissatisfied ones stopped consuming these products. These data indicate that there is an emerging need to raise, along with producers, the issues that imply the lack of quality pointed out by short circuit buyers. Understanding the implications and collaborating with the individuals who have sought to offer quality food will ensure the strengthening of this marketing organization.

Key words: Family farming; Quality of food; Short circuit; Consumer.

1. Introdução

Os problemas alimentares, recentemente, tornaram-se fatos sociais relevantes para a sociologia alimentar, na lógica de que as redes alimentares e as formas de produção agrícola produzem consequências sociais e que estas estão relacionadas aos efeitos ambientais e naturais da sociedade. (MÉNDEZ e BENITO, 2004).

Deste modo, formas alternativas de consumir e distribuir alimentos, tem crescido na forma de sistemas alimentares sustentáveis, a exemplo temos os circuitos curtos de alimentação ou os circuitos curtos de proximidade. (MARECHAL, 2008). Dando origem a relações horizontais de cooperação, reciprocidade e ação coletiva, nesse caso, construídas com base em estratégias autônomas dos pequenos agricultores. (MALUF, 2004)

Os circuitos curtos são uma forma de comercialização, na qual, os consumidores têm uma maior relação com os produtores, permitindo-lhes conhecer a procedência dos produtos, sabendo onde, por quem e de que forma foi produzido. Segundo Flexor, 2005, “a construção dessas novas redes agroalimentares está associada com o desenvolvimento dos mercados de qualidade específica como os alimentos orgânicos, os produtos regionais e o comércio justo”. A qualidade do produto surge como um fator de confiabilidade para esse sistema, a partir desta, as relações de comercialização entre os atores envolvidos são firmadas.

A inserção da agricultura familiar nessas novas formas de comercialização direta tem ganhado ênfase na atualidade, devido a exigência dos consumidores por alimentos de maior qualidade a partir da compreensão do conceito de segurança alimentar, e com isso, a preocupação com os possíveis danos que os alimentos produzidos com a adição de produtos químicos sintéticos podem ocasionar a saúde humana, recursos hídricos, solo e biodiversidade.

Vale ressaltar que a qualidade dos produtos não se restringe apenas à alimentos isentos de resíduos químicos, existem ainda uma série de atributos intrínsecos ao produto interessantes que devem ser considerados nesse processo. Segundo Cenci, 2006, para que os produtos agrícolas sejam considerados de qualidade estes devem apresentar as seguintes características como: textura, sabor, aroma e aparência visual, que depende dos critérios, frescor, cor, defeitos e deterioração, além de valor nutricional e a segurança do alimento (alimentos isentos de resíduos químicos e também de agentes microbiológicos patogênicos).

Para garantir essas características de qualidade aos produtos e boa atuação no mercado, o produtor familiar necessita conhecer medidas preventivas de produção que devem ser tomadas ao longo da cadeia produtiva afim de evitar e/ou controlar as possíveis perdas de qualidade, e que irão repercutir diretamente na geração de renda do estabelecimento.

Com isso, percebe-se que são estratégias competitivas dos empreendimentos rurais agroalimentares conquistar a confiança do consumidor no que tange à qualidade, à procedência e à sanidade dos alimentos na produção final. (VIEIRA, BUAINAIN & SPERS, 2010).

Desse modo, a produção orgânica de alimentos ainda representa um desafio, pois apesar de ser apontada por vários estudiosos como uma forma de agregar valor aos produtos oriundos da agricultura familiar, os cultivadores de orgânicos encontram várias dificuldades,

principalmente como a falta de apoio para o desenvolvimento produtivo por assistência técnica especializada (CASTRO NETO, 2011).

Levando em consideração tais fatores, o objeto de estudo dessa pesquisa são os produtos comercializados pela cooperativa D'Irituia. A qual, trata-se de uma entidade que tem a agroecologia como ciência norteadora de suas atividades agropecuárias, e conta com a parceria de diversos órgãos e instituições para capacitação e fortalecimento dos agricultores envolvidos, entre eles está o Núcleo de Estudos em Educação e Agroecologia da Amazônia (NEA) do IFPA- Campus Castanhal.

O IFPA-Campus Castanhal, possui um canal alternativo de distribuição de alimentos orgânicos produzidos pela Cooperativa D'Irituia, na forma de um circuito curto. Em que, o projeto desenvolvido pelo NEA, é o intermediário entre os agricultores e os consumidores (público interno do IFPA e comunidade externa).

Sendo assim, a partir da compressão das dificuldades produtivas enfrentadas pelos pequenos produtores da região do Nordeste Paraense, esse projeto surge com o objetivo de avaliar, a partir da percepção dos consumidores, a qualidade dos produtos disponibilizados pelos agricultores familiares membros da Cooperativa Agropecuária dos Produtores Familiares Irituienses- D'Irituia.

2. Metodologia

Esta pesquisa foi desenvolvida no período de agosto de 2017 a março de 2018, no espaço físico do Instituto Federal do Pará- Campus Castanhal. Os consumidores do grupo de consumo, já estabelecido no IFPA- Castanhal, foram escolhidos como parâmetros de identificação da qualidade dos produtos fornecidos a comercialização pela cooperativa D'Irituia.

Para a traçar a percepção dos consumidores constituintes do grupo de consumo do IFPA de forma representativa, aplicou-se questionários avaliativos de satisfação a 17 consumidores do grupo de consumo, em que 13 são consumidores regulares e 4 consumidores periódicos. O questionário aplicado foi do tipo semi-estruturado com questões abertas e fechadas (**Apêndice 1**).

Esta pesquisa se estruturou pela análise de três pontos principais: se os consumidores receberam produtos com problemas e se isso influenciou nas próximas compras, o grau de satisfação com as categorias de produtos e a sugestão para melhorias no processo.

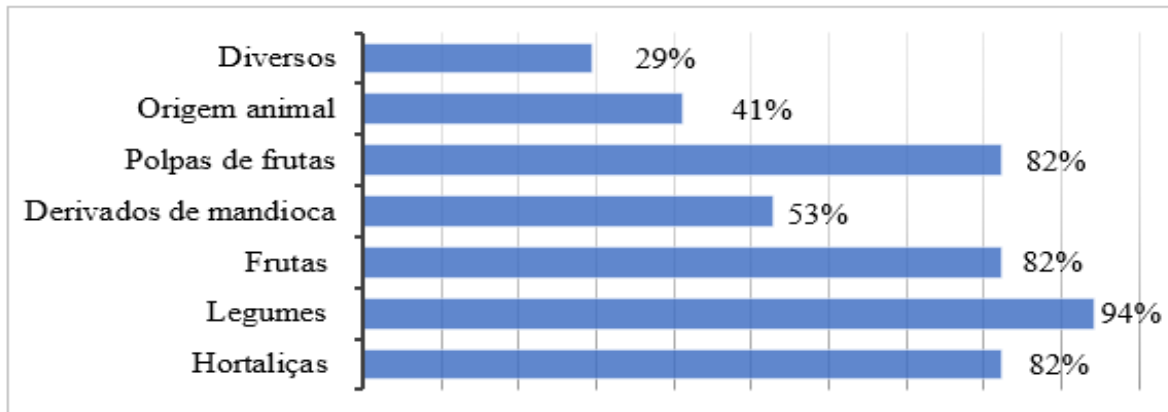
A Cooperativa D'Irituia fornece mais de 50 produtos ao mercado entre hortaliças, legumes, frutas, derivados de mandioca, polpas de frutas e alimentos de origem animal, entre outros. As categorias de produtos foram consideradas conforme a distribuição estabelecida na tabela de pedidos da cooperativa, já conhecida pelos consumidores, seguindo a seguinte composição: hortaliças (alface, coentro, cariru, couve e jambú), legumes (batata-doce, jerimum, tomatinho, macaxeira, pimentinha e maxixe), derivados de mandioca (farinha d'água, farinha para farofa, farinha de tapioca, goma e tucupi cozido), frutas *in natura* (banana, banana chifre de boi, coco seco, coco verde, mamão, laranja, limão, abacaxi e pupunha), polpas (muruci, maracujá, acerola, taperebá, cacau, cupuaçu, caju, graviola, bacuri, goiaba, abacaxi, macaxeira e graviola), produtos de origem animal (ovos, frango caipira, mel, queijo, manteiga de garrafa, beijuxica, beiju de folha e doce de leite) e diversos (cachaça de jambú, biscoito de castanha-do-pará, café e de gengibre, doce de cupuaçu, doce de cupuaçu e castanha, pão de queijo, pão de queijo de macaxeira, café torrado e feijão caupi).

As análises realizadas na pesquisa foram detalhadas pela estatística descritiva, abordando as informações levantadas a partir dos dados obtidos pelo questionário e inferindo aspectos das características da população. As informações obtidas foram tabuladas com o auxílio do programa Microsoft Excel.

3. Resultados/Discussões

As análises dos dados apontam que as categorias de produtos mais requeridos pelos consumidores do circuito curto são os legumes, em que 94% das pessoas entrevistadas, já consumiram ou ainda consome esses produtos, seguida por polpas de frutas, frutas *in natura* e hortaliças, correspondendo à 82% (Figura 1). O que se leva a compreender que estes são os principais produtos da base alimentar desses consumidores e logo os que tem maior potencial para consumo, melhor liquidez e geração de renda para a cooperativa nesse comércio.

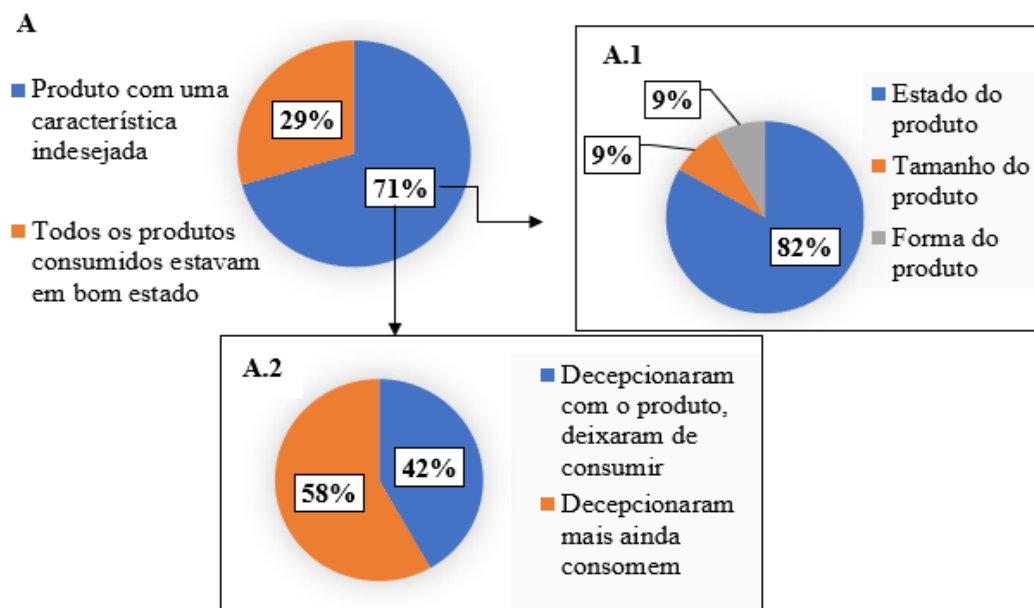
Figura 1. Porcentagem de pessoas que consomem os produtos segundo as categorias:



Fonte: Elaboração própria, a partir de dados de pesquisa de campo.

Com relação aos produtos entregues ao consumidor, obteve-se que 71% dos consumidores receberam um ou mais produtos com características indesejáveis, enquanto 29% afirmam ter recebido todos os produtos em bom estado. Dentre os 71% dos consumidores que já se decepcionaram com algum produto (**Figura 2A**), 42% deles deixaram de consumir o produto que lhe desagradou (**Figura 2-A.1**).

Figura 2. Percepção dos consumidores. (A) Análise dos produtos recebidos. (A.1) Motivo que levou a insatisfação. (A.2) Influência das insatisfações nas compras futuras.



Fonte: Elaboração própria, a partir de dados de pesquisa de campo

As insatisfações relatadas em 82% dos casos são referentes ao estado em que se encontravam, 9% afirmaram que a forma de apresentação não lhe agradou, outros 9% estavam insatisfeitos com o tamanho do produto. **(Figura 2-A.2).**

Os dados demonstram que a satisfação é um fator decisivo para a decisão futura compra dos consumidores e o estado do produto é um critério essencial para alcançar a satisfação. Nas relações de comércio, segundo Larán & Espinoza, 2004, a satisfação é resultado das consecutivas experiências bem-sucedidas de consumo, da confirmação das expectativas e da qualidade percebida nos produtos adquiridos, resultando na consolidação do cliente.

Diversas pesquisas afirmam como critérios essenciais para a satisfação dos consumidores, o estado ou aparência que o produto se encontra, confirmando os resultados obtidos nesse trabalho. Souza *et al.*, 2008 ao estudar o comportamento de compra dos consumidores de frutas, legumes e verduras na região central do Rio Grande do Sul, obteve como critério mais importante na decisão de compra do consumidor foi a aparência dos produtos, seguido pelo sabor que os consumidores imaginam que os mesmos possuem devido a sua apresentação ou estado.

Já na pesquisa de Rombaldi *et al.*, 2007, que estudou a percepção de consumidores do Rio Grande do Sul em relação a quesitos de qualidade em frutas, obteve independentemente de faixa etária, sexo, escolaridade e renda dos consumidores que os principais quesitos para a tomada de decisão para comprar ou não uma determinada fruta são, em ordem decrescente de importância: o preço; a aparência, o sabor e o aroma; a ausência de resíduos de agrotóxicos e a identificação da origem. Mostrando a relevância da comercialização de produtos orgânicos em mercados diretos, mas sem esquecer os critérios intrínsecos ao produto como características de destaque.

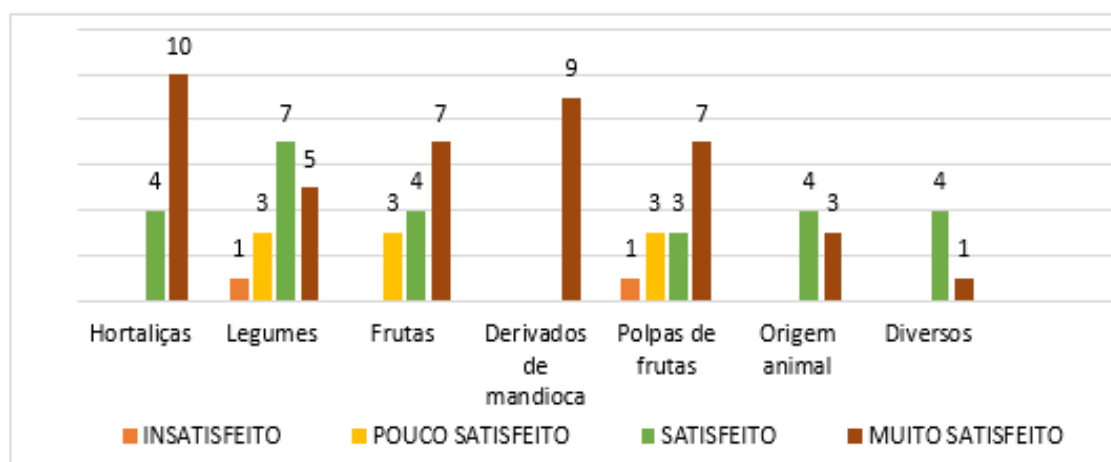
Quanto ao grau de satisfação, em cada uma das sete categorias disponibilizadas, percebeu-se que os consumidores mostraram-se totalmente satisfeitos e/ou muito satisfeitos em quatro categorias, hortaliças, derivados de mandioca, produtos de origem animal e diversos, categorias essas que englobam 30 dos 54 produtos ofertados, o que corresponde a aproximadamente 60%. **(Figura 3)**

Dessa forma, apesar da maioria dos consumidores já terem recebido produtos com características indesejáveis, vemos que as avaliações dos produtos predominam entre muito satisfeito e satisfeito, o que não implica dizer que os produtos ofertados pela cooperativa

D'Irituia são de baixa qualidade mas sim que a insatisfação está presente em menor quantidade e em algumas categorias e produtos específicos.

As categorias que apresentaram maiores graus de insatisfações foram: legumes, polpas de frutas e frutas in natura, que coincidentemente são as categorias com maior abrangência de consumo entre os consumidores, como já relatado a acima. As principais reclamações relatadas e que afetaram a decisão futura de compra são referentes à legumes deteriorados, frutas imaturas ou com maturação além do desejado e polpas de frutas pouco concentradas ("aguadas") e sem sabor. (Figura 3)

Figura 3. Grau de satisfação segundo as categorias:



Fonte: Elaboração própria, a partir de dados de pesquisa de campo

Esse estudo indica que as principais dificuldades, desses produtores, possam estar relacionadas ao ponto ideal de colheita e controle fitossanitário de frutas e legumes. Porém, torna-se necessário o levantamento junto com produtores da cooperativa D'Irituia dos reais problemas enfrentados em seus processos produtivos.

Na agricultura, a qualidade dos produtos que chegam à comercialização retrata as potencialidades ou as fragilidades do processo de produção ou distribuição dos produtos. Quando um produto agropecuário encontra-se fora dos padrões de mercado leva-se a crer que seus produtores e/ou comercializadores estão enfrentando gargalos produtivos pela falta capacitação e apoio técnico à produção.

Assim como neste estudo, as dificuldades técnicas enfrentadas por agricultores familiares são discussões para diversos trabalhos científicos. Segundo Bortolotti (2014), a agricultura familiar, principalmente se tratando da produção orgânica, apresenta uma série de

desafios para o agricultor, nos quais pode-se destacar, a falta de pesquisas na área, o que dificulta o desenvolvimento e o melhoramento das práticas e o deficiente acompanhamento técnico, fatores estes que levam limitação de informações de técnicas alternativas para os agricultores.

Diante desse contexto, este trabalho salienta o importante papel da prestação de serviços de extensão rural e assistência técnica à agricultores familiares, assim como, a importância do desenvolvimento de estudos nesse âmbito para o fortalecimento desses atores. Segundo Gomes, Guimarães & Porro (2017), programas efetivos de extensão rural garantem a comunicação dos estabelecimentos agrícolas com inovações tecnológicas, possibilitam o crescimento econômico e socioambiental em comunidades rurais. Com isso, a efetivação desses programas, podem contribuir com os agricultores para a adoção de técnicas mais adequadas de produção e desta forma, problemas técnicos como os relatados nesse trabalho podem ser evitados.

4. Considerações Finais ou Conclusão

Apesar dos produtos orgânicos serem um diferencial no mercado, com um maior valor agregado pela presença de atributos interessantes de qualidade, a garantia de características intrínsecas aos produtos também são fatores determinantes para o processo de comercialização e devem estar entre as preocupações primordiais do produtor.

Esse estudo indica que as principais dificuldades técnicas dos produtores são referentes ao ponto ideal de colheita e controle fitossanitários. Porém há uma necessidade emergente de levantar, junto com os produtores, as questões que realmente implicam na falta de qualidade presentes em alguns produtos, apontada pelos compradores do circuito curto. Compreender as implicações e colaborar com os sujeitos que têm buscado oferecer alimentos de qualidade garantirá o fortalecimento dessa organização de comercialização, que promove o fortalecimento da produção agroecológica com base familiar.

5. Agradecimentos

Ao CNPq, órgão financiador desse projeto. E, ao apoio dado pelo Instituto Federal do Pará- Campus Castanhal, mas especificamente pelo NEA- Núcleo de Estudos em Educação e Agroecologia da Amazônia.

6. Referências Bibliográficas

BORTOLOTTI, M. A. **O papel da assistência técnica e extensão rural na evolução dos agroecossistemas familiares, fundamentados por práticas agroecológicas na microrregião de Pato Branco – PR.** Pato Branco, 2014.

CASTRO NETO, N. de. **Os desafios e potencialidades da produção orgânica: análise do Projeto Cultivando Água Boa (CAB), na Bacia do Paraná.** Toledo, PR: [s. n.], 2011.

CENCI, S. A. **Boas Práticas de Pós-colheita de Frutas e Hortaliças na Agricultura Familiar.** In: Fenelon do Nascimento Neto. (Org.). *Recomendações Básicas para a Aplicação das Boas Práticas Agropecuárias e de Fabricação na Agricultura Familiar.* 1a ed. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, v., p. 67-80. 2006

DE SOUZA, R. S., ARBAGE, A. P., NEUMANN, P. S., FROEHLICH, J. M., DIESEL, V., SILVEIRA, P. R. & DA SILVA LISBOA, R. **Comportamento de compra dos consumidores de frutas, legumes e verduras na região central do Rio Grande do Sul.** *Ciência Rural*, v. 38, n. 2, p. 511-517, 2008.

MÉNDEZ, C. D, & BENITO, C. G. Sociología y alimentación. **Revista Internacional de Sociología.** n. 40, pp. 21-46. 2004

FLEXOR, G. **Diferenciação e globalização do sistema agroalimentar: a questão da qualidade e os mercados alternativos.** In: XII Congresso Brasileiro de Sociologia. p. 1-19. CPDA/UFRRJ- Rio de Janeiro, 2005.

GOMES, D.; GUIMARÃES, J. & PORRO, R. **Acesso à ATER e os principais problemas técnicos enfrentados pela agricultura familiar no Nordeste Paraense.** In: *Embrapa Amazônia Oriental- Artigo em anais de congresso (ALICE).* In: CONGRESSO INTERNACIONAL DAS CIÊNCIAS AGRÁRIAS, 2., 2017.

LARÁN, J. A., & ESPINOZA, F. D. S. **Consumidores satisfeitos, e então? Analisando a satisfação como antecedente da lealdade.** *Revista de Administração Contemporânea*, 8(2), 51-70. 2004.

MALUF, R. S. **Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais.** *Ensaio FEE*, Porto Alegre, v. 25, n. 1, p.

MARECHAL, G. **Les circuits courts alimentaires: bien manger dans les territoires.** França: Ed. Educagri, 2008. 216 p

MATTEI, D.; MACHADO, M.; OLIVEIRA, P. A. de. **Comportamento do consumidor: fatores que influenciam no processo de decisão de compra dos consumidores finais.** *Maringá Management*, v. 3, n. 2, 2008.

ROMBALDI, C. V., TIBOLA, C. S., FACHINELLO, J. C., & SILVA, J. A. **Percepção de consumidores do Rio Grande do Sul em relação a quesitos de qualidade em frutas.** *Revista Brasileira de Fruticultura*, 29(3), 681-684. 2007.

VALENT, J. Z., TISOTT, S. T., SCHMIDT, V., & VALENT, V. D. **Qualidade de produtos orgânicos: a percepção dos produtores de hortaliças de uma feira ecológica em Porto Alegre-RS.** *Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental*, 18(3), 1072-1082. 2014.

VENTURA, M. M. **O estudo de caso como modalidade de pesquisa.** *Revista SoCERJ*, 20(5), 383-386. 2007.

VIEIRA, A. C. P., BUAINAIN, A. M., & SPERS, E. E. **A segurança do alimento e a necessidade da informação aos consumidores.** *Cadernos de Direito*, 10(19), 21-37. 2010.