



B3-114 Relato de experiência da feira de produtos orgânicos de Juazeiro do Norte: caracterização de seus consumidores.

Alves Jorge Henrique¹; Cavalcante Fernanda Custódio²; Dias Andréa Sampaio³; Lacerda Síreleis Rodrigues Lacerda⁴; Oliveira, Nelzilane Pereira de⁵.

¹Aluno de Graduação em Agronomia (UFCA); alves.jh@hotmail.com . ²Mestre em Bioprospecção Molecular (URCA); fernandappbm@hotmail.com ; ³Mestre em Bioprospecção Molecular (URCA); ⁴Professora Dra do Departamento de Ciências Biológicas (URCA); ⁵Graduada em Geografia (URCA); nelzinhanpo@hotmail.com .

Resumo

A produção de alimentos orgânicos está ligada as práticas da agricultura limpa, caracterizada pela produção de alimentos sem agrotóxicos e metodologias que superam problemas gerados pelas inovações tecnológicas, estabelecendo o equilíbrio ecológico do sistema agrícola. Então, surgem as feiras livres de produtos orgânicos como a de Juazeiro do Norte-Ceará. Objetivou-se com esta pesquisa caracterizar o público consumidor que frequenta a feira e traçar seu perfil. Para isto, realizou-se um levantamento de dados por meio de entrevistas diretas aos consumidores no espaço de comercialização. Onde foram indagados a questões como: frequência na feira e percepção sobre comercialização de orgânicos. Com a pesquisa, obteve-se um perfil onde os principais consumidores são mulheres de escolaridade básica e frequentam a feira por considerarem os produtos saudáveis. Os dados aqui levantados podem ser utilizados como referência para melhoria dos serviços e produtos destinados a esses consumidores.

Palavras chave: economia, alimento, produção.

Abstract

The organic food production have been linked to clean agriculture practices, whose characteristic is the production of foods without pesticides, subsidized by methodologies that overcome the problems created by technological innovations, practices and policies of conventional agriculture seeking to establish the ecological balance of the agricultural system. Nowadays, the sustainability and the search of healthy habits promote an increase of food grown with economic, social and ecological viability. In this scenery, rise the free fairs of organic foods such as Juazeiro do Norte on Ceará state that sells various foods like fruits and vegetables all based in organic agriculture. The objective of the research was characterize the consuming public that visit the fair in Juazeiro do Norte and thus, outlining their profile. For this, was done a survey data for interview to consumers which were randomly chosen during the fair. The same consumers were questioned about their frequency in the fair, about their favorite products and their perceptions about the marketing of organics. According with the research, it was possible to obtain a profile in which women of basic education are the main consumers and attending the fair because they consider the products healthy and cheap. The data here survey can, subsequently, to be utilized like reference to improve the services and products for these consumers of fair in Juazeiro do Norte and also in others localities.

Keywords: organics, fair, Juazeiro do Norte, consumers.

Introdução

O sistema de produção orgânica tornou-se desejável a partir da década de 80 devido as mudança nos hábitos alimentares da população que buscava mais qualidade de vida e



longevidade por meio de uma alimentação saudável. Além disso, a conscientização mundial em relação à preservação ambiental tornou-se uma bandeira para o movimento de expansão socioeconômica da agricultura orgânica na década de 90, comprovada pela crescente demanda de produtos orgânicos principalmente nos países desenvolvidos (Vilela, 2006).

No Brasil o estabelecimento das normas de produção e comercialização para produtos orgânicos se deu no ano de 2003 pela Lei 10.831, no entanto a regulamentação da agricultura orgânica no país data de 1999 por meio da Instrução Normativa nº 007/99 fruto de incansáveis discussões entre a sociedade civil organizada e o poder executivo (Fonseca, 2009).

Atualmente podemos perceber que os produtos de agricultura orgânica encontram-se difundidos numa escala média de consumo e em diferentes esferas sociais. O aumento no consumo destes produtos pode ser atribuído a diversos fatores destacando-se o estímulo e divulgação por meio das Associações, Organizações Não Governamentais - ONGs e alguns setores das Políticas Agrícolas como a Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo – SDC que é a principal responsável pela tomada de práticas sustentáveis no agronegócio do país. Já no âmbito social podemos dar evidência aos meios de comercialização, supermercados, feiras, lojas especializadas e distribuição direta ao cliente, como responsáveis pela socialização dos produtos orgânicos.

As feiras agroecológicas tornaram-se, com o decorrer dos últimos anos, os canais mais curtos de comercialização para estes produtos orgânicos, uma vez que aproximam produtores de consumidores e é por sua vez uma estratégia para aumentar a confiabilidade na qualidade dos produtos oferecidos (MAPA, 2007).

A cidade de Juazeiro do Norte (07°12'46" S e 39°18'54" W), localizada na Região Metropolitana do Cariri Cearense, sul do Estado do Ceará, é uma cidade que apresenta como base econômica o comércio e deste modo a comercialização de mercadorias por meio de feiras públicas nas ruas e praças é uma prática antiga. Porém, a venda de produtos com origem orgânica é recente, sendo iniciada no ano de 2006.

Levando em consideração o público consumidor desta feira, objetivou-se avaliar seu perfil, definindo os fatores socioeconômicos e nível de conhecimento dos produtos que contribuem nas suas escolhas, tornando-se este trabalho mais um meio de referência para futuras pesquisas mais robustas ou de cunho mais específico.

Metodologia

Para a realização da pesquisa foi abordada a feira localizada na praça José Geraldo da Cruz conhecida popularmente como praça das cacimbas no bairro Franciscanos.

Para possibilitar a análise do perfil dos consumidores da feira de produtos orgânicos de Juazeiro do Norte, foram coletados dados no período de abril de 2013 à maio de 2013 por meio da aplicação de questionários semiestruturados a 29 consumidores durante as suas compras na feira. Outras informações relevantes à pesquisa foram tomadas através de conversas informais com consumidores e produtores.

A amostragem dos consumidores realizou-se de forma aleatória de acordo com a disponibilidade e interesse em participar da pesquisa. Para a obtenção de um número

amostral considerável foi aceita que alguns dos consumidores levassem o questionário para resolução em suas casas e entregar em outro momento.

Por meio do questionário foram levantados dados a respeito do perfil socioeconômico dos entrevistados como sexo, idade, escolaridade, origem, qual atividade econômica e renda familiar. Buscou-se saber também a respeito da análise e percepção sobre a feira e dos produtos comercializados, bem como a frequência de compra e preferência pelos produtos.

Resultados y Discussão

A feira conta atualmente com oito bancas com produtos diversificados como: frutas, hortaliças, grãos, ovos, queijo e outros. O horário de funcionamento da feira é todas as sextas-feiras das 5 às 10 horas da manhã sendo a maior densidade de consumidores nos horários entre 6 e 8 horas.

Para a definição do perfil dos consumidores da feira de produtos orgânicos de Juazeiro do Norte, foram entrevistados homens (17%) e mulheres (83%) que se situam na faixa etária entre 20 e 50 anos (59%) e acima de 50 anos (41%) sendo 86% de origem urbana e 14% de origem rural. Os consumidores que adquirem produtos na feira de orgânicos da cidade de Juazeiro do Norte são em sua maioria mulheres corroborando com os resultados de Cerveira & Castro (1998) e Darot (2006) para o Brasil e os resultados de Oliveira et al. (2006) e Silva et al. (2008) para o Nordeste. Sua faixa etária mais representativa, de acordo com os resultados, apontam para um consumidor mais jovial.

Quanto ao nível de escolaridade, encontramos os seguintes dados:

TABLA 1. Nível escolar dos consumidores. Fonte: Primária.

ESCOLARIDADE	Nº DE CONSUMIDORES	PORCENTAGEM
Analfabeto	1	3,44 %
Ensino Fundamental	9	31,03 %
Ensino Médio	12	41,37 %
Ensino Superior	6	20,68 %
Pós-Graduação	1	3,44 %

Estes resultados demonstram um nível básico de escolaridade sendo o Ensino Médio e o Ensino Fundamental os mais representativos, respectivamente. Desta forma os resultados obtidos são contrários a maioria dos resultados de levantamentos de perfil de consumidores que apontam uma alto nível de escolaridade relacionado à compra de orgânicos.

Na mesma pesquisa foram obtidos dados econômicos dos consumidores, o tratamento destes dados demonstrou que 62% dos entrevistados possuem renda líquida de até um salário mínimo, 35% de dois a quatro salários mínimos e 3% declarou possuir renda líquida acima de quatro salários mínimos como mostra o gráfico abaixo.

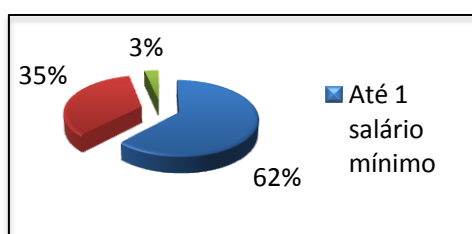


FIGURA 1. Renda familiar líquida dos consumidores. Fonte: Primária.

De acordo com o Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas, estes consumidores que apresentam a maior porcentagem na pesquisa são pertencentes a quinta classe social denominada Classe E que apresenta um renda familiar que varia entre R\$ 0,00 e R\$ 1.085,00.

Em relação às atividades econômicas desempenhadas por estes consumidores foi possível obter dados (gráfico 2) que demonstram uma pluralidade dos consumidores em relação a esta variável, pois se observou desde a presença de estudantes até gestores do setor empresarial.

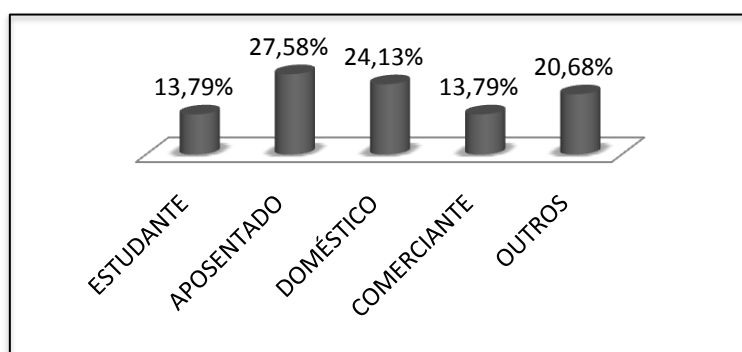


FIGURA 2. Ocupação dos consumidores de produtos orgânicos. Fonte: Primária.

Neste estudo, foi feito ainda um levantamento que investigou os meios pelos quais os consumidores tomaram conhecimento da feira, a justificativa por escolher e comprar tais produtos e sobre sua percepção em relação à feira e aos produtos comercializados. Os resultados deste levantamento evidenciam que mais da metade deles tomaram conhecimento da feira por parentes e amigos ou passando pelo local (52%) e os demais por meios de comunicação como rádio, televisão e internet (48%). A diferença de apenas 4% no resultado demonstra que ambas as formas como os consumidores tomaram conhecimento foram eficazes e que a promoção, ou não, da feira por veículos locais de comunicação não afetariam significativamente a popularidade da feira na cidade. Este evento, pode ser relacionado com a preocupação e a busca constante da população por alimentos e hábitos mais saudáveis de vida, citados pelos próprios consumidores como alguns dos motivos que os levaram a comprar e consumir produtos de origem orgânica. Dentre estes motivos os principais foram respectivamente, a qualidade dos produtos, o preço satisfatório, o bem estar e a saúde, a não utilização de agrotóxicos, o fácil acesso ao local de compra e o incentivo à agricultura orgânica na cidade.

Em meio aos produtos comercializados na feira todos os consumidores declararam comprar verduras, alguns compram também frutas e legumes (gráfico 3). Demais alimentos como ovos, queijo, tapioca e outros, apesar de serem comercializados não apresentaram valores significativos na pesquisa.

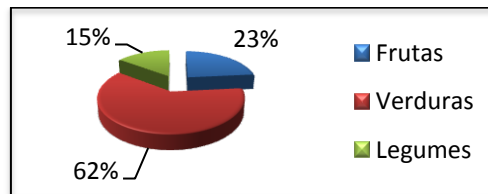


FIGURA 3. Produtos mais vendidos na feira de orgânicos de Juazeiro do Norte. Fonte: Primária.

Conclusão

O típico consumidor Juazeirense de produtos orgânicos é a mulher de origem urbana com faixa etária entre 20 e 50 anos que possuiu acesso básico à educação tendo concluído em geral o ensino médio.

São geralmente aposentadas ou domésticas sem renda elevada, responsáveis pelas compras para toda a família e que buscam na feira de orgânicos produtos de qualidade e com preço acessível, adquirindo preferencialmente verduras.

Tomam conhecimento da feira por meio de amigos e familiares ou simplesmente por passarem, como de habitual, ou residirem próximas ao local de realização da feira.

A pesquisa contribuiu para a caracterização do consumidor da feira de produtos orgânicos de Juazeiro do Norte um importante ponto de comercialização de alimentos sem insumos químicos devido à inexistência de demais feiras ou mercados especializados ou com produtos exclusivamente orgânicos na cidade necessários para atender a crescente demanda por tais produtos. Esse fato reforça a necessidade de estudos mais aprofundados sobre o tema não só na cidade de Juazeiro do Norte, mas em todo Cariri Cearense.

Referências bibliográficas

- Fonseca, M. F. de A. C. (2009) Agricultura orgânica: regulamentos técnicos para acesso aos mercados dos produtos orgânicos no Brasil / Maria Fernanda de Albuquerque Costa Fonseca, com a colaboração de Cláudia de Souza.. [et al.]. -- Niterói: PESAGRO-RIO.119 p. : il.;23cm, 2009.
- Fundação Getúlio Vargas. Centro de Políticas Sociais (2011). Qual a faixa de renda familiar das classes? Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <http://cps.fgv.br/node/3999>. Acesso em maio de 2013.
- Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA. Orgânicos. Brasília/DF, s.d. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/organicos>. Acesso em fevereiro de 2013.
- Oliveira, Renato Alves de ; Lima, Patrícia Verônica Pinheiro Sales ; Silva, L. M. R. (2006) O Consumo e Comercialização de Produtos Orgânicos: o caso da associação para o desenvolvimento da agropecuária orgânica - Fortaleza. In: XLIV Congresso da Sociedade Brasileira de economia e sociologia rural, 2006, Fortaleza-Ce. Questões Agrárias, Educação no Campo e Desenvolvimento. Brasília-DF: SOBER. v. 1. p. 1-19, 2006.
- Secretaria de Meio Ambiente e Serviços Públicos (2013) Ceará: Estimula a conversão orgânica. Juazeiro do Norte, s.d. Disponível em: <http://www.organicnet.com.br/2012/04/ceara-estimula-a-conversao-orgânica/>. Acesso em abril de 2013.
- Silva, A. M. N. ; Albuquerque, J. de L. ; Santos Filho ; Nascimento, R. P. L. ; Silva (2008) Uma análise do perfil dos consumidores de produtos orgânicos em Pernambuco: o caso da feira agro-ecológica Chico Mendes -Recife- PE. In: XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, 2008, Rio Branco. Anais XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, 2008.
- Vilela, N. J. ; Resende, F.V ; Guidutti Filho, E ; Saminez, T.C ; Valle, J.C.V ; Junqueira, L. P (2006) Perfil dos consumidores de produtos orgânicos do Distrito Federal. Embrapa.