



O consumo de orgânicos e sua influência na vida de agricultores familiares

Organic consumption and its influence on the life of family farmers

POSSANI, Laura¹; FACCIN, Rodrigo²; ATIYEL, Carima³; BIEGER, Tamires⁴.

¹ Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), laurapossani@gmail.com; ²

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), rodrigo-faccin@hotmail.com; ³

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), carimaatiyel13@gmail.com; ⁴

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), tamibieger@yahoo.com.br.

Tema Gerador: Manejo de Agroecossistemas e Agricultura Orgânica

Resumo

A partir da maior preocupação da população mundial com a qualidade de vida e da consciência de como os alimentos são produzidos, dados recentes tem evidenciado um crescimento significativo na busca por produtos orgânicos. No município de Itaqui, Rio Grande do Sul, a realidade não é diferente, visto que esta realidade configura-se como uma oportunidade de sobrevivência de agricultores familiares. Neste Contexto, o objetivo do trabalho é identificar quem são os consumidores de produtos orgânicos e sua influência direta na vida dos agricultores familiares deste município. A pesquisa concluiu que a venda de produtos orgânicos apresenta-se como uma alternativa de melhoria da qualidade de vida da população local e uma opção de melhoria da renda para os agricultores, evidenciando que o crescimento deste setor implica diretamente no desenvolvimento local e no empoderamento social dos agricultores familiares.

Palavras-chave: produtos orgânicos, agricultura familiar, consumidores.

Abstract

From the world's greatest concern with quality of life and awareness of how food is produced, recent data has shown a significant growth in the search for organic products. In the municipality of Itaqui, Rio Grande do Sul, the reality is not different, since this reality is an opportunity for survival of family farmers. In this context, the objective of the work is to identify who are the consumers of organic products and their direct influence on the life of the farmers familiar of this municipality. The research concluded that the sale of organic products presents itself as an alternative to improve the quality of life of the local population and an option to improve income for farmers, showing that the growth of this sector directly implies local development and social empowerment Of family farmers.

Keywords: Organic products, family farming, consumption.

1 Introdução

A procura por alimentos produzidos com menos produtos químicos e menos agressivos ao meio ambiente e esta tendência mundial, que se reflete também no Brasil, dados da Associação de Agricultura Orgânica (AAO) evidenciam que o mercado consumidor de produtos orgânicos cresce cerca 30% a cada ano no país (MIRANDA, 2001; BUAINAIN E BATALHA, 2007).



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 9

Manejo de Agroecossistemas
e Agricultura Orgânica



Na visão de Soto (2002), atualmente, o mundo enfrenta-se o maior desafio de todos os tempos, que é o de conciliar o desenvolvimento agrícola com a produção de alimentos sem destruir ou agredir o meio ambiente. Para os autores Caporal e Costabeber (2002) a agroecologia é o campo do conhecimento que oferece os alicerces científicos para proporcionar a transição do modelo de agricultura convencional para agriculturas de base ecológicas, na direção de também modificar o modelo convencional de desenvolvimento para um modelo de desenvolvimento rural baseado na sustentabilidade (CAPORAL E COSTABEBER, 2002).

Neste sentido, o foco desta pesquisa está na identificação da preferência dos consumidores por produtos oriundos de um novo conceito de agricultura, denominado de orgânica ou agroecológica. Buainain e Batalha (2007) destacam ainda que a compreensão sobre o perfil dos consumidores é um dos fatores críticos de sucesso da agricultura orgânica, visto a importância de acompanhar as mudanças de comportamento e hábitos dos consumidores. Para os autores, o conhecimento do perfil dos consumidores oportuniza a orientação da produção de alimentos, de sua organização e comercialização.

A presente pesquisa foi realizada no município de Itaqui, Rio Grande do Sul, este município foi escolhido devido ao fato de estudos locais terem evidenciado que agricultores familiares têm buscando sua sobrevivência no meio rural, através da produção de frutas, verduras e hortaliças. Este novo nicho de mercado, baseado na busca da população por uma alimentação de qualidade comprometida com o respeito ao meio ambiente, pode surgir como uma nova “esperança” para os agricultores.

Com base nesta realidade, surge a necessidade de estudarmos como se comportam estes consumidores e sua influencia na “sobrevivência” destas famílias no meio rural. Neste sentido, o objetivo deste trabalho é identificar quem são os consumidores de produtos orgânicos e sua influência direta na vida dos agricultores familiares do município.

2 Metodologia

A cidade de Itaqui-RS foi escolhida para a pesquisa pelo fato de possuir agricultores familiares que vem buscando sua sobrevivência do meio rural através da produção destes produtos. A coleta dos dados foi realizada através de entrevistas, em que, inicialmente, se questionou a preferencia destes consumidores por produtos orgânicos, obtendo “sim” como resposta era solicitado o preenchimento de um questionário sobre seu perfil e sua posição em relação aos produtos orgânicos.



Definida a amostra, que foi de 60 consumidores, estes responderam um questionário que continha os seguintes questionamentos: gênero; faixa etária; nível de escolaridade; renda familiar; frequência de compra; preocupação sobre os alimentos que consomem; principal motivo para compra; acesso a esses produtos e fatores que dificultam o consumo de produtos orgânicos.

3 Resultados e Discussões

Primeiramente, cabe apontar o perfil dos entrevistados, sendo que 40 pessoas eram do sexo feminino e 20 do sexo masculino, já em relação a faixa etária, 40% possuem de 19 anos a 29 anos, 32% de 30 anos a 49 anos e 18% entre 50 anos e 69 anos, nos mostrando que a juventude é a que demonstrou maior preocupação com a sua qualidade de vida e com o impacto que a produção destes alimentos geram no meio ambiente.

A escolaridade, dos consumidores de produtos orgânicos em sua maioria foi de ensino superior completo 40,6% dos consumidores de orgânicos entrevistados, entretanto merece destaque às pessoas com ensino fundamental incompleto (31,4%) e ensino fundamental completo (28%), pois demonstram que a busca por alimentos mais saudáveis e produzidos de forma sustentável não é apenas uma preocupação de pessoas com elevado grau de instrução, mas sim uma preocupação de uma grande maioria da população no município.

Sobre a renda familiar desses consumidores, 65,3%, possuem renda mensal familiar entre 2 e 4 salários mínimos, 19,2% possuem renda entre 4 e 6 salários mínimos, 15% possui renda familiar menor que 2 salários mínimos, nenhum consumidor afirmou possuir renda igual ou superior a 7 ou 10 salários mínimos, demonstrando que a maioria dos consumidores que produtos orgânicos.

Em relação a frequência com que consomem produtos orgânicos, 60% dos entrevistados descreveram comer três vezes na semana, 10% todos os dias, os outros 30% descreveram que esse consumo varia de acordo com o acesso a esses produtos.

Quando questionados sobre se a família em geral se preocupa com os alimentos que consomem ou essa é uma escolha particular, aproximadamente, 90% dos entrevistados descreveram que essa é uma preocupação de todo o núcleo familiar, os outros 10% descreveram ser uma preocupação particular, o que evidencia que o consumo de produtos orgânicos no município é um mercado potencial.



Sobre qual o principal motivo que levaram eles a escolherem o consumo de produtos orgânicos, em relação a outros produtos, a maioria dos entrevistados (75%) citaram a qualidade de vida e os benefícios a saúde, 20% descreveram a questão ambiental como peça chave e o restante respondeu não ter um motivo.

A questão referente ao acesso a esses produtos, 40% dos entrevistados descreveram as feiras municipais, que ocorrem uma vez na semana, 35% diretamente com os produtores e 15% no supermercado. Ao averiguar as principais dificuldades quanto ao consumo de orgânicos 68,5% dos entrevistados descreveram ser a indisponibilidade dos produtos orgânicos nos mercados locais, pois eles são encontrados em apenas um deles. Cerca de 24,1% dos entrevistados elencaram a falta de variedades de produtos e outros 7,4% o preço elevado destes produtos.

4 Conclusões

Conclui-se que ainda é pequena a oferta de alimentos agroecológicos nos mercados locais do município estudado, os quais são mais facilmente encontrados nas feiras ou diretamente com os produtores, o que deixa claro que existe uma demanda por estes produtos, embora seja pouco explorada pelos varejos locais.

Verificou-se com a pesquisa que os grandes motivadores de compra dos produtos agroecológicos são a preocupação com a saúde e a qualidade dos alimentos consumidos, também foi citado como fator ambiental na escolha destes produtos, o que demonstra um maior interesse da população local com as consequências do uso de agrotóxicos na produção de alimentos e seu impacto na meio ambiente.

O potencial do segmento estudado e a rápida expansão do setor de produtos orgânicos no município apontam para necessidade da realização de novas pesquisas no setor, voltados especialmente ao comportamento dos consumidores, uma vez que o conhecimento destes perfis dos ajuda na orientação da produção e aponta novos nichos de mercados para os varejos locais.

O grande entrave apontado pelos consumidores de produtos orgânicos está relacionado a dificuldade de encontrar este tipo de produto nos supermercados já que as feiras ocorrem com uma frequência baixa.

Assim, a venda de produtos orgânicos apresenta-se como uma alternativa de melhoria da qualidade de vida da população e uma opção de melhoria da renda para os agricultores familiares do município, evidenciando que o crescimento deste setor influencia diretamente no desenvolvimento local e no empoderamento social dos agricultores familiares.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 9

Manejo de Agroecossistemas
e Agricultura Orgânica



Referências

BRASIL. Agronegócio Brasileiro: uma oportunidade de Investimentos. Disponível em <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em 27 de Março de 2017.

BUAINAIN, A. M.; BATALHA, M. O. Cadeia produtiva de produtos orgânicos. Brasília: MAPA, 2007.

CAPORAL, F R; COSTABEBER, J A. Análise Multidimensional da Sustentabilidade: uma proposta metodológica a partir da agroecologia. Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável, Porto Alegre 3, n.13: p. 70-85, 2002.

FAVER, Leonardo Ciuffo. Agricultura Orgânica: Fatores Relevantes para Sustentabilidade. Dissertação de Mestrado Executivo, FGV, Rio de Janeiro, 2004.

LOMBARDI, Marta Sambiase; MOORI, Roberto Giro; SATO, Geni Satiko. Um Estudo Exploratório dos Fatores Relevantes na Decisão de Compra de Produtos Orgânicos. Revista de Administração Mackenzie, Ano 5, n. 1, p. 13 – 34, 2004.