



**O uso da análise de correspondência em estudo sobre perfil dos consumidores de produtos orgânicos no município de Bom Jesus da Lapa, BA**  
*Use of correspondence analysis in study on consumers profile of organic products on municipality of Bom Jesus da Lapa, Ba*

QUADROS, Danielle Souza<sup>1</sup>; ALMEIDA, Felícia Santos<sup>2</sup>, ARAUJO, Raissa De Souza<sup>3</sup>, SANTOS, Emerson Alves<sup>4</sup>, SANTOS, Deyse Queiroz<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Universidade do Estado da Bahia -DCHT, daniellesouza2003@gmail.com;

<sup>2</sup> Universidade do Estado da Bahia -DCHT, feliciaalmeida2708@gmail.com;

<sup>3</sup> Universidade do Estado da Bahia -DCHT, raissa.araujo25@hotmail.com

<sup>4</sup> Instituto Federal Baiano campus Bom Jesus da Lapa, emerson.santos@ifbaiano.edu.br;

<sup>5</sup> Universidade do Estado da Bahia -DCHT, queirosdeyse@gmail.com

**Eixo Temático: Economias dos sistemas agroalimentares de base agroecológica**

**Resumo:** O consumo de produtos orgânicos apresenta-se como uma das principais tendências da alimentação no mundo. No Brasil, o consumo deste segmento de produtos tem aumentado significativamente a cada ano e desta forma conhecer o perfil destes consumidores, seus hábitos e os aspectos relevantes na decisão de compra é o objetivo desse estudo. A pesquisa foi realizada nas feiras livres e supermercados do município de Bom Jesus da Lapa, Ba. Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva, realizada com 50 consumidores selecionados acaso utilizando amostragem não probabilística por conveniência. Os resultados evidenciaram que o perfil do consumidor é do gênero feminino. Tem o hábito de consumir produtos orgânicos em conjunto com os produtos convencionais e valoriza na sua decisão de compra, aspectos relacionados com a saúde e qualidade de vida, além de possuir um grau de consciência de suas responsabilidades sociais.

**Palavras-chave:** alimentos saudáveis, sustentabilidade, consumo consciente

**Keywords:** healthy food, sustainability, conscious consumption

## Introdução

O avanço desenfreado da produção proporcionou consequências para a sociedade, provocando sérias ameaças à qualidade da vida humana. Por este motivo, torna-se cada vez maior a necessidade de adequação de sistemas agrícolas dentro de processos que conciliem a sustentabilidade.

O sistema de produção orgânico surge como alternativa ao sistema convencional, onde o manejo agrícola visa preservar os recursos naturais. De acordo com a legislação o alimento orgânico pode ser definido como aquele que adota tecnologias, aproveitando da melhor maneira possível o uso dos recursos naturais e socioeconômicos, respeitando a integridade cultural, objetivando a auto sustentação no tempo e no espaço, além de eliminar o uso de agrotóxicos e outros insumos artificiais em qualquer fase do processo de produção e armazenamento. (BRASIL, 2003).



A agricultura orgânica brasileira cresce a uma taxa anual de 20% ao ano e já tem grande participação no mercado interno brasileiro (COAGRE, 2017). Essa nova ideia de se consumir alimentos orgânicos propõem mudanças tanto na forma de atuar a situações ambientais, como também uma forma de nos posicionarmos no comportamento alimentar, impactando assim na percepção do consumidor no ato da compra, mostrando dessa forma uma alternativa de oportunidade aos produtores que buscam alavancar suas vendas e desejam mudar seu sistema de produção.

Outro fator de grande importância na produção de orgânicos está relacionado com a certificação do alimento, tendo em vista que eles demonstram a segurança necessária aos consumidores sobre a procedência dos mesmos (SILVA et al., 2015). Os cuidados com a produção de orgânico requer certa complexidade, tornando um dos principais motivos dos alimentos orgânicos serem mais caros, pois isso gera um descompasso entre a oferta e a demanda.

A expressiva expansão do consumo de alimentos orgânicos no Brasil tem estimulado a demanda por estudos sobre o comportamento dos consumidores, visando à sua compreensão, de forma a direcionar o processo de comercialização e aumentar o consumo (PIMENTA, 2008). Informações sobre o comportamento dos consumidores e dos principais fatores que influenciam a sua decisão de compra são essenciais para identificação de oportunidades de mercado (SILVA, 2003). Além disso, favorecem o direcionamento de políticas públicas governamentais, de modo a promover o crescimento do setor de orgânicos e, por conseguinte, estimular a expansão da agricultura familiar no País

Desta forma, justifica-se a elaboração desta pesquisa, devido a importância de se obter conhecimento em relação ao potencial mercadológico de alimentos orgânicos na cidade de Bom Jesus da Lapa-Ba, visto que vem se tornado crescente a demanda por produtos mais saudáveis e em contra partida a baixa oferta de alimentos orgânicos devido a seus processos de qualidade e certificação.

Nesse contexto, o objetivo deste estudo foi caracterizar o mercado consumidor de alimentos orgânicos na cidade de Bom Jesus da Lapa bem como seus hábitos e principais motivações e limitações em relação ao consumo desses alimentos.

## **Metodologia**

Para o levantamento dos dados, foi realizada uma pesquisa descritiva e exploratória na cidade de Bom Jesus da Lapa, BA, em supermercados e feiras, nos quais os alimentos orgânicos são comercializados.

As entrevistas foram realizadas mediante aplicação de questionários a consumidores escolhidos ao acaso utilizando amostragem não probabilística por conveniência, uma vez que os entrevistadores abordaram apenas os consumidores que tinham interesse em participar da pesquisa. Os formulários foram aplicados no mês de maio de 2019 (em dois finais de semanas consecutivos) em feiras livres e supermercados da cidade.



A abordagem do questionário incluiu questões sobre o perfil socioeconômico dos consumidores, os hábitos, o grau de interesse em consumir alimentos orgânicos, a percepção, o conhecimento sobre a temática e as preferências e a satisfação em relação aos produtos ofertados, além das principais motivações e limitações do consumo.

Ao todo, com base em estudos de populações finitas (MARTINS, 2006), foram aplicados 50 formulários junto aos consumidores, que foram analisados mediante tratamento estatístico. Para se determinar o tamanho da amostra, foi levado em conta o nível de confiança desejado ( $\sigma = 95\%$ ), a margem de erro admitida (erro =10%) e um tamanho populacional de 70.000 habitantes, valor estimado da população de Bom Jesus da Lapa, BA, segundo o IBGE (2017). A proporção de consumidores orgânicos nesta população foi estimada em 15%, percentual aproximado de consumidores orgânicos no Brasil (ORGANIS, 2017).

As respostas às perguntas fechadas do questionário foram tabuladas e tratadas de forma quantitativa e qualitativa, usando o ambiente computacional R, versão 3.03 para Windows como ferramenta para os procedimentos estatísticos. Os dados obtidos a partir do formulário com questões fechadas foram tratados a partir da estatística descritiva e interpretados com base na literatura levantada.

## **Resultados e Discussão**

A maioria dos consumidores de alimentos orgânicos era do gênero feminino (77,0%), com idade variando entre 30 a 50 anos (52%). O nível de escolaridade foi de 14% com ensino fundamental, 42% ensino médio e 44% com ensino superior. O gasto médio mensal foi até R\$ 150 reais para 61% dos entrevistados, 36% entre R\$ 200 á R\$500 reais e 3% acima de R\$ 500 reais. Esses resultados foram similares àqueles encontrados em estudos realizados com consumidores de alimentos orgânicos em outras cidades do país (SILVA, 2003; VILAS BOAS; BRITO, 2006), em que as mulheres normalmente predominam entre os consumidores, divergindo ao tratar-se do gasto médio mensal e nível de escolaridade.

Em se tratando do conceito de “alimento orgânico”, a maioria dos consumidores definiu como um alimento isento de agrotóxicos ou produtos químicos (56%), 36% afirmaram que são alimentos oriundos de um processo produtivo sustentável econômico, social e ambiental e que se baseia em premissas que vão desde o não uso de agrotóxicos, como até mesmo regras que garantem a qualidade dos produtos e métodos sustentáveis.

A maioria dos entrevistados manifestou interesse em consumir produtos orgânicos (81%) em detrimento aos convencionais (19%), e a comercialização destes alimentos em Bom Jesus da Lapa abrangeu basicamente frutas e hortaliças (96%), com frequência de compra (85%).



Quando associado aos aspectos motivacionais 66% afirmou que a busca por alimentos orgânicos é influenciado, principalmente, pela busca de um estilo de vida mais saudável, 11% consideraram as questões ambientais como fator de escolha do produto, 6% acreditam que o sabor do produto é diferente dos adquiridos em sistema convencional de produção e 7% buscam nestes produtos menores preços. Estes resultados corroboram aqueles apresentados em estudos com consumidores de alimentos orgânicos brasileiros, os quais relataram motivações similares, como o bem-estar pessoal, a saúde e a qualidade de vida (PIMENTA, 2008; VILAS BOAS et al., 2006).

Quanto os principais fatores que dificultam o consumo de alimentos orgânicos, o preço (3%), a oferta irregular (47%), garantia do produto conforme legislação vigente (25%) foram as principais dificuldades encontradas pelos consumidores para a compra destes alimentos.

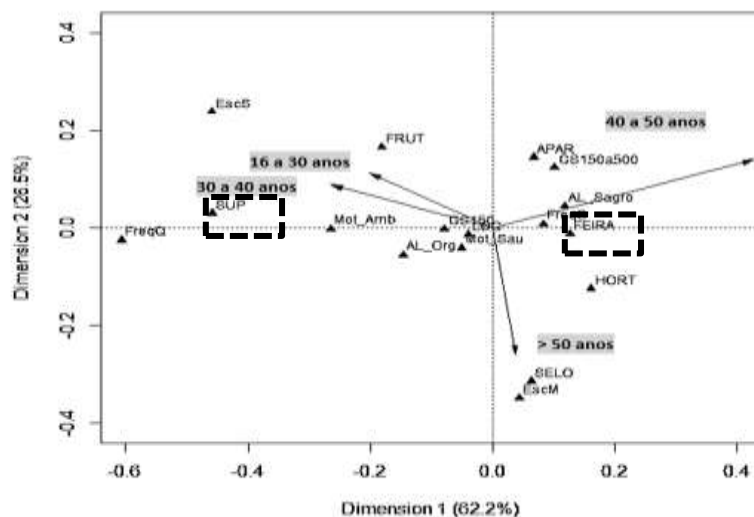
Apenas 17% dos entrevistados se certificavam quanto a procedência do produto através do selo de certificação, enquanto a maioria observava a identificação do local da compra/produtor (35%) Além disso, 38% dos consumidores analisam a aparência do produto como requisito para compra dos alimentos orgânicos, o que demonstra a necessidade de maiores informações sobre o assunto ao consumidor. Este comportamento pode ser explicado, uma vez que a obrigatoriedade do uso do selo único oficial do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SISORG) no rótulo de alimentos orgânicos é apenas um dos procedimentos de garantia da qualidade orgânica (BRASIL, 2009). Outra forma de identificação dos alimentos orgânicos, geralmente desconhecida pelos consumidores, é a declaração de cadastro do agricultor familiar nas Superintendências Federais de Agricultura (SFAs), que o isenta da obrigatoriedade do uso do selo único no produto; porém, esta exceção está condicionada à venda direta ao consumidor, bem como à exposição do cadastro no local de venda. Percebe-se que, na prática, o consumidor tende a reconhecer o local onde estes alimentos são comumente comercializados como, por exemplo, as feiras tradicionais de alimentos na cidade.

A análise de correspondência permitiu a caracterização dos consumidores de produtos orgânicos de Bom Jesus da Lapa, Ba em dois grandes clusters (grupos): grupo 01 – consumidores de alimentos orgânicos em supermercados e sacolões ; grupo 02 – consumidores de alimentos orgânicos em feiras livres (Figura 01). O resultado da análise multivariada indicou que dois componentes respondem por 89% variabilidade total dos dados, sendo o Componente Principal 1 responsável pela explicação de 62% e o Componente Principal 2, 26% da variabilidade total dos dados.

Os consumidores do grupo 01 caracterizaram-se por faixa etária entre 16 a 40 anos, sendo maioria com nível superior completo, frequência quinzenal de compra de produtos orgânicos e gastos mensais de até R\$ 150,00 reais. Compram na maioria das vezes frutas, e a motivação para o consumo esta associada as questões de saúde e preocupação ambiental. Já no grupo 02, caracterizou-se por consumidores com idade acima de 40 anos, com escolaridade na sua maioria fundamental e médio,



frequência semanal de compra de produtos orgânicos e gastos mensais com valor superior a R\$ 150,00 reais. Compram na maioria das vezes hortaliças, e a motivação para o consumo está associada quase que exclusivamente às questões de saúde. Esses resultados indicam que o mercado consumidor de alimentos orgânicos em Bom Jesus da Lapa pode ser segregado em grupos distintos, com preferências e costumes os quais devem ser analisados ao observar o potencial de mercado destes produtos.



**Figura 1.** Análise gráfica de correspondência baseada nas frequências das respostas observadas nas diferentes categorias analisadas pelos questionários: SUP – supermercados e sacolões; FEIRA – feiras livres; EscS – Ensino Superior; EscM – Ensino Médio; HORT – hortaliças; FRUT – frutas; FreqQ – Frequência quinzenal; FreqS – Frequência mensal; GS150a500 – gastos mensais entre R\$ 150 a R\$ 500 reais; GS150 – gastos mensais de até R\$ 150 reais; Mot\_Amb – motivação sobre questões ambientais; Mot\_Sau – motivação associada com a saúde

## Conclusões

Em Bom Jesus da Lapa, frutas e hortaliças foram os alimentos orgânicos mais consumidos. Mulheres constituíram os maiores consumidores destes produtos. Grande parte dos consumidores apresentou conhecimento superficial sobre a temática, o que evidenciou a necessidade de maiores esclarecimentos sobre o assunto. Além disso, o mercado consumidor demonstrou padrões distintos, com preferências e costumes os quais devem ser analisados ao observar o potencial de mercado destes produtos.

## Referências bibliográficas

BRASIL. Ministério da Agricultura e do Abastecimento. Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003. **Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências.** Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 24 dez. 2003. Seção 1, n. 250, p. 8.



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

VILAS BOAS, S. H. T.; SETTE, R. S.; BRITO, M. J. Comportamento do consumidor de produtos orgânicos: uma aplicação da cadeia de meios e fins. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 8, n. 1, p. 25-39, 2006

SILVA, D. M. **Produtos Orgânicos: Uma Análise do Varejo e do Consumidor nos Supermercados de Londrina, PR**. 2003. 149 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2003.

SILVA, C. E. B.; BACK, K. E.; WAGNER, D. Estratégias de comercialização de produtos orgânicos em Santarém, Pará. In: **Cadernos de Agroecologia**, v. 10, p. 1, 2015.