

CONSUMIDORES DE ALIMENTOS ORGÂNICOS DE PORTO ALEGRE-RS: UMA VISÃO TRANSVERSAL.

LETÍCIA RIBEIRO¹; NADINE MEDEIROS DE CASTRO²; ELIZABETE HELBIG³
CATIA SILVEIRA DA SILVA⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – leti.nutri@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – nadinemcastro@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – helbignt@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – catiassilveira@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Atualmente a preocupação com a saúde, bem como, com adoção de práticas saudáveis e sustentáveis, passou a ser essencial para um mercado que encontra-se cada vez mais exigente, isto por sua vez, acabou motivando o consumo e a produção de alimentos orgânicos (DORNELES, 2021).

Os alimentos orgânicos vem se destacando, sendo que estes podem ser basicamente definidos pela ausência de agrotóxicos e fertilizantes químicos em sua produção (RODRIGUES e MACHADO, 2021).

Com sua significância social e econômica, a produção orgânica, contribui positivamente para o bem-estar da sociedade e dos seus produtores (DOS SANTOS, 2021).

Visto que este mercado, de alimentos orgânicos encontra-se em crescimento, tem-se a necessidade do desenvolvimento de estudos para aprofundamento acerca dos fatores relacionados ao consumo destes (BOMFIM e SAMBIASE, 2021).

Esta pesquisa tem como objetivo Identificar de forma transversal o perfil de consumidores de orgânicos da cidade de Porto Alegre-RS e o fator impactante para crescimento de seu consumo.

2. METODOLOGIA

A pesquisa é do tipo transversal descritivo de natureza qualitativa, com amostra não probalística por conveniência.

O público-alvo foi formado por pessoas com idade igual ou acima de 18 anos, consumidores de orgânico, que possuíam acesso à e-mail ou as redes sociais WhatsApp, Facebook e Instagram.

A pesquisa foi feita através da plataforma Google Forms, ou seja, por meio de um questionário virtual autoaplicável, de fevereiro a abril de 2021.

Os dados coletados foram tabulados no programa Microsoft Excel e analisados por meio de técnicas estatísticas descritivas, sendo realizada por meio da contagem de frequência e percentual, utilizando o software IBM SPSS Statistics 25.0.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Participaram da pesquisa 170 consumidores de alimentos orgânicos da cidade de Porto Alegre-RS.

O perfil dos respondentes (Tabela 1) mostra que a maioria dos participantes eram do sexo feminino 80,6% (n=137), enquanto 19,4% (n= 33) do masculino. Em relação a idade a faixa de maior representatividade foi de 25-34 anos com

24,1%(n=41), predominância relativa ao sexo e idade também observada no estudo realizado por Da Silva (2016) com consumidores da Feira Ecológica Menino de Deus de Porto Alegre-RS, onde, 53,8% eram do sexo feminino e 36,5% pertenciam a faixa etária de 25-35 anos.

Diferente do que foi encontrado no estudo de Jaeger (2016) realizado na Feira Ecológica da Redenção de Porto Alegre-RS onde 50,0% eram solteiros e 40,0% casados, assim como no estudo de Lima et al. (2011), onde 41,9% eram solteiros e 39,1% casados.

Em relação ao nível de escolaridade, a maioria declarou ser pós-graduado, 59,4% (n=101); seguido de ensino superior, 36,5% (n=62); médio, 3,5% (n=6) e fundamental, 0,6% (n=1). Segundo Martins (2018), pessoas com maior nível de escolaridade, são as que mais consomem hortifrutigranjeiros orgânicos, isto ocorre pois estes se identificam com este tipo de produto e assim são os que mais optam por comprá-los; isto poderia justificar o porque do nível de escolaridade elevado entre os participantes desta pesquisa.

Quanto a renda familiar, 69,4% (n=118) recebiam mais de 5 salários mínimos, enquanto 30,6% (n=52) abaixo de 4 salários mínimos. Isto se justificaria, de acordo com Terra e Costa (2017), pelo fato de que, quanto maior a renda familiar, maior é o consumo de frutas e/ou hortaliças, o que poderia indicar que as do tipo orgânicas são mais consumidas por uma determinada classe da sociedade, que possui um maior poder aquisitivo, em função do custo desse tipo de alimento.

Tabela 1- Variáveis sociodemográficas de consumidores de orgânicos de Porto Alegre-RS.

Variáveis sociodemográficas	N	%
Sexo		
Feminino	137	80,6
Masculino	33	19,4
Idade		
18-24 anos	18	10,6
25-34 anos	41	24,1
35-44 anos	29	17,1
45-54 anos	30	17,6
55-59 anos	25	14,7
60 anos ou mais	27	15,9
Estado civil		
Casado (a)	74	43,5
Divorciado (a)	20	11,8
Solteiro (a)	69	40,6
Viúvo (a)	2	1,2
Outros	5	2,9
Nível de escolaridade		
Fundamental	1	0,6
Médio	6	3,5
Superior	62	36,5
Pós-graduado	101	59,4
Renda Familiar		
Menos de 1 salário mínimo	1	0,6
De 1 a 2 salários mínimos	17	10,0
De 3 a 4 salários mínimos	34	20,0
De 5 a 7 salários mínimos	38	22,4

De 8 a 10 salários mínimos	35	20,5
Mais de 10 salários mínimos	45	26,5

Fonte: Elaborada pelo autor.

Os consumidores quando questionados em relação ao fator que consideravam mais importante para que houvesse o crescimento do consumo de alimentos orgânicos (Figura 1), responderam: 46,5% (n=79) “preços mais acessíveis”, 24,1% (n=41) “maior conscientização dos benefícios a saúde”, 20,6% (n=35) “maior educação ambiental (Escola/Mídia)”, 5,9% (n=10) “outros” e 2,9% (n=5) “maior divulgação na mídia”. Foi possível observar que o preço mais acessível dos alimentos orgânicos foi o mais apontado como fator importante para o crescimento do consumo. Evidencia de que o valor elevado ainda é um fator limitante no consumo de alimentos orgânicos, aspecto identificado por Ferreira e Coelho (2017) que referem a importância da utilização de políticas de incentivo mais eficientes para que haja a redução de preços destes produtos.

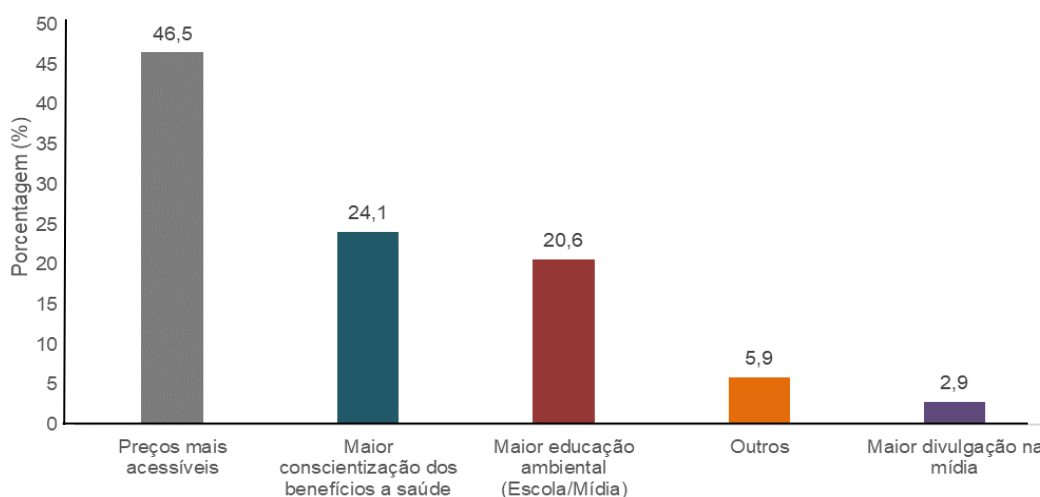


Figura 1- Fatores importantes para o crescimento do consumo de alimentos orgânicos. Fonte: Elaborada pelo autor.

4. CONCLUSÕES

Os consumidores de alimentos orgânicos são a maioria do sexo feminino, tem alto grau de escolaridade, renda elevada e consideram o preço acessível o fator mais importante para o crescimento do consumo destes.

Destaca-se a importância de pesquisas como esta, afim de se conhecer melhor estes consumidores para o planejamento adequado de políticas públicas de incentivo ao consumo de alimentos orgânicos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOMFIM, A. C. S.; SAMBIASE, M. . Hábitos alimentares e acessibilidade como fatores influenciadores do consumo de orgânicos. **Revista Jovens Pesquisadores**, v. 18, n. 1, p. 34, 2021.

DA SILVA, A. F. **Análise do perfil do consumidor da feira ecológica Menino Deus**. 2016. Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao

Departamento de Ciências Administrativas, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.

DORNELES, V. B. **Agricultura familiar de orgânicos: trajetórias de produtores na produção, acesso às políticas públicas e perspectivas de inserção nos mercados em Cachoeira do Sul-RS**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) submetido ao Curso Graduação em Administração, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração, da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul - UERGS.

DOS SANTOS, S. M. **Perfil dos consumidores e percepção de consumo agroecológico e sua importância para a agricultura familiar**. 2021. TCC (especialização). Centro de Ciências Agrárias. Curso de Especialização em Agroecossistemas - Universidade Federal de Santa Catarina.

FERREIRA, A. S.; COELHO, A. B. O papel dos preços e do dispêndio no consumo de alimentos orgânicos e convencionais no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 55, p. 625-640, 2017.

JAEGER, L. **Comportamento do Consumidor de Produtos Orgânicos da ECOVALE**. 2016. Trabalho de Conclusão III apresentado ao Curso de Administração, para a obtenção do título de Bacharel em Administração, da Universidade de Santa Cruz do Sul.

LIMA, P. A. L. DE; BRUNINI, M. A.; KANESIRO, L. A.; KANESIRO, J. C.; MACIEL JUNIOR, V. A.; COLOMBO, R. B. Perfil do consumidor de produtos orgânicos na cidade de São Joaquim da Barra / SP. **Revista Nucleus**, v. 8, n. 1, abr. 2011.

MARTINS, P. A. C. **Comportamento do consumidor: Análise das preferências quanto aos canais de distribuição no mercado de produtos orgânicos em Porto Alegre**. 2018. Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.

RODRIGUES, D. D.; MACHADO, J. G. de C. F. Produção acadêmica brasileira em comportamento do consumidor de produtos orgânicos: análise dos eventos enanpad e sober no início dos anos 2000. **Revista Conhecimento & Inovação**, v. 1, n. 01, 2021.

TERRA, S. B. ; DA COSTA, J. E. L. Nível de informação e consumo da população sobre produtos orgânicos em Santana do Livramento, Rio Grande do Sul. Pombal, PB. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v. 12, n. 2, p. 311-318, 2017.