

11528 - O perfil do consumidor dos produtos comercializados na Feira Agroecológica do município de Sumé / PB

Consumer profile of products marketed in Agro ecological Fair- Sumé City/PB.

COELHO, Glauciane Danusa¹; FARIAS CARDOSO, Renally ²; FREITAS FERNANDES, Valdenice³; VITAL, Adriana de Fátima M.⁴; SILVA MONTEIRO, Ana Caroline⁵

1 CDSA/UFCG, glauciane@ufcg.edu.br; 2 CDSA/UFCG, renallycgnet@hotmail.com; 3 CDSA/UFCG, valdenice.freitas@hotmail.com; 4 CDSA/UFCG, vital.adriana@ufcg.edu.br; 5 CDSA/UFCG, monteirocarolina@hotmail.com

Resumo: Os sistemas de produção agrícola agroecológico ganharam muita atenção nas últimas décadas, sobretudo, devido à busca por alimentos de melhor qualidade. Assim, as Feiras Agroecológicas surgem como uma alternativa de oferta de produtos sem agrotóxico para consumidores mais exigentes. Este trabalho objetivou levantar o perfil dos consumidores dos produtos comercializados na Feira Agroecológica do Município de Sumé/PB. O levantamento indica que a Feira atende a um mercado consumidor simples, composto por donas de casa, empregadas domésticas, comerciantes, aposentados e estudantes com renda mensal de até um salário mínimo, conscientes da necessidade de consumirem produtos mais saudáveis, e principalmente, preocupados em conhecer os benefícios dos produtos agroecológicos gerados pelos agricultores familiares locais. O fato de nenhum entrevistado estar visitando a Feira pela primeira vez, alerta para a necessidade da divulgação deste importante segmento da agricultura familiar.

Palavras-Chave: Feiras Agroecológicas, consumidores, produtos agroecológicos, agricultura familiar.

Abstract: *The agro-ecological farming systems have gained much attention in recent decades, mainly due to the search for better quality food. Agro ecology fir apper as an alternative supply of products without pesticides. This study aimed to raise the consumer profile of products marketed in Agro ecological Fair – Sumé City/PB. This informations indicate that the Fair serves the consumer market a simple, composed of housewives, maids, traders, students and retirees with monthly income below the poverty level, aware of the need to consume healthier products, and mainly concerned with know the benefits of agro-ecological products generated by local family agriculture. The fact that no respondent be visiting the fair for the first time, alert to the need for spreading this important segment the family agriculture.*

Key words: *Agro ecology Fair, consumers, products agro ecology, family agriculture*

Introdução

Há muito tempo que os homens vêm buscando estabelecer estilos de agricultura menos agressivos ao Meio Ambiente e que sejam capazes de proteger os recursos naturais e conservar a Natureza. Essa busca é uma tentativa de fugir do estilo convencional de agricultura pós Revolução Verde, que passou a ser hegemônico a partir dos novos descobrimentos da química agrícola, da biologia e da mecânica, ocorridos já no início do século XX.

Neste ambiente de busca e construção de novos conhecimentos, nasceu a Agroecologia, como um novo enfoque científico, capaz de dar suporte a uma transição a estilos de agriculturas alternativas e, portanto, contribuir para o estabelecimento de processos de desenvolvimento rural sustentável (CAPORAL e COSTABEBER, 2000).

Na busca pela qualidade de alimentos, os conceitos de soberania alimentar e sistemas de produção baseados na Agroecologia que ganharam muita atenção nas duas últimas décadas, influenciando os movimentos sociais no campo, originando as Feiras Agroecológicas.

Estudos de Guzmán (2002) e Altieri (2004) corroboram a ideia central de que o movimento das Feiras Agroecológicas constitui-se em uma prática agrícola ecologicamente correta e economicamente viável, em uma inter-relação sustentável e harmoniosa com a Natureza e aos fatores socioeconômicos, culturais e ambientais.

As Feiras Agroecológicas são espaços de venda de produtos da agricultura familiar, além de representarem uma alternativa de oferta de produtos sem agrotóxico, para os consumidores.

Os consumidores dos produtos de origem agroecológica, ao priorizarem sua saúde e bem-estar, estão conscientes de que também promovem a qualidade de vida e saúde para os trabalhadores rurais e que contribuem para o estabelecimento de um novo tempo (ASSIS et al, 1996).

Metodologia

Foram aplicados 50 questionários aos consumidores dos produtos agroecológicos comercializados na Feira Agroecológica do município de Sumé. Os resultados foram tabulados e usados para a construção de gráficos com o objetivo de se fazer um levantamento sobre o perfil dos consumidores desta Feira.

Resultados e Discussão

A maior parte dos consumidores dos produtos agroecológicos da Feira de Sumé são do gênero feminino (90%), enquanto que os consumidores do gênero masculino correspondem a 10%. A predominância de indivíduos do gênero feminino em feiras livres também foi observada por Costa e Silva (2011), embora Verona et al. (2009) tenham verificado que na feira agroecológica de Chapecó- SC 57% dos consumidores são do gênero masculino.

Sessenta por cento dos consumidores (60%) dos produtos agroecológicos da Feira de Sumé têm renda mensal individual de até um (1) salário mínimo e apenas 10% dos entrevistados recebem entre 04 e 10 salários mínimos. O perfil dos consumidores em relação à renda familiar é semelhante à faixa de rendimento individual, indicando que o consumidor, na maioria dos casos, é o único provedor da família. Esses dados diferem dos observados por Verona et al., (2009) em que 99% dos entrevistados possuíam renda familiar acima de 5 salários mínimos e apresentavam formação em nível superior (83%).

A maioria dos consumidores entrevistados (58%) encontra-se na faixa etária de 30 a 50

anos; 16% entre 51 a 60 anos e outros 16% declararam ter mais de 60 anos e apenas 10% dos consumidores declararam ter menos de 30 anos de idade.

Com relação ao grau de instrução 22% dos consumidores tem nível superior, 32% ensino médio, 28% ensino fundamental completo e 10% ensino fundamental incompleto (Figura1). Em estudo realizado em duas feiras agroecológicas do município de Pelotas/RS verificou-se que consumidores com nível superior completo representaram 69% e 32%, seguidos daqueles com ensino médio (22% e 16%) e fundamental incompleto (9% e 22%) (ANDERSSON e LOVATTO, 2009).

Entre os consumidores entrevistados, 64% são casados, 16% são solteiros, e 14% são viúvos e 6% são separados. Sendo que 82% das pessoas entrevistadas têm filhos. A maioria destas pessoas (53%) optou pela aquisição de produtos agroecológicos devido à qualidade (Figura 2).

Entre os consumidores dos produtos da feira agroecológica de Sumé 24% são empregadas domésticas, 16% são agricultores, 16% aposentados, 10% professores, 10% comerciantes, 8% estudantes, 4% secretárias, 4% são donas de casa e 8% desenvolvem outras atividades.

A maioria dos consumidores desta feira considera que os produtos oferecidos são de qualidade boa (78%) ou ótima (22%). E que os preços praticados na Feira são equivalentes aos da feira convencional (54 %).

Entre os consumidores pesquisados, 52% entendem que o principal benefício do consumo de produtos Agroecológicos é a qualidade, 27% destacaram a preservação ambiental, apenas 16% consideram o benefício para a saúde e ainda, 4% ressaltam o preço como principal benefício. Esses dados alertam para a necessidade de divulgação do benefício do consumo de produtos Agroecológicos.

Os entrevistados declararam, em sua maioria (86%), que visitam a feira Agroecológica de Sumé semanalmente, enquanto 14 % visitam a feira esporadicamente. Nenhum entrevistado relatou estar visitando a feira pela primeira vez, demonstrando que o número de consumidores não vem aumentando e alerta para a necessidade da divulgação desta Feira.

De modo geral, os consumidores consideram que o tratamento recebido pelos feirantes é ótimo ou bom. E 80% deles sentem necessidade do aumento da diversidade de produtos, 6% alegam a necessidade de esclarecimentos sobre agroecologia e 14% se dizem satisfeitos com a feira agroecológica.

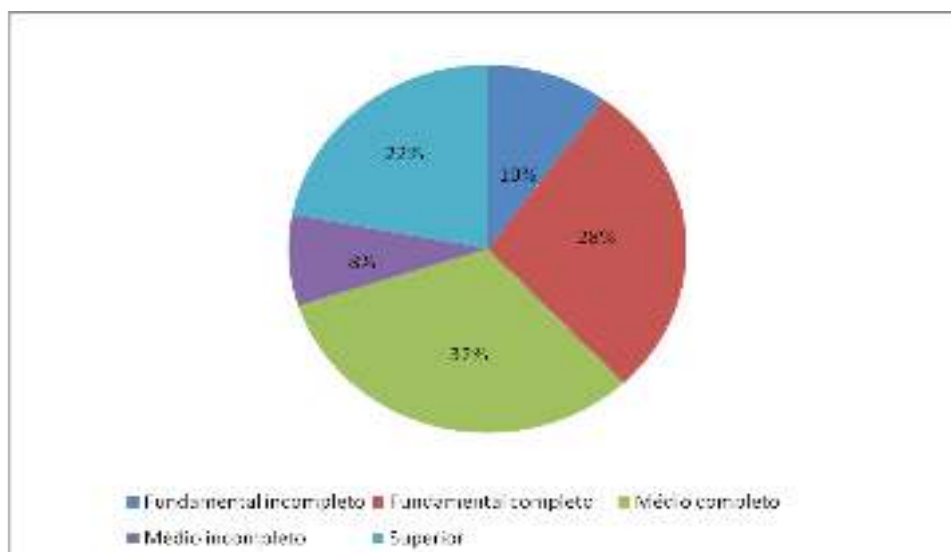


Figura 1. Grau instrução formal dos consumidores dos produtos comercializados na Feira Agroecológica do município de Sumé/PB.

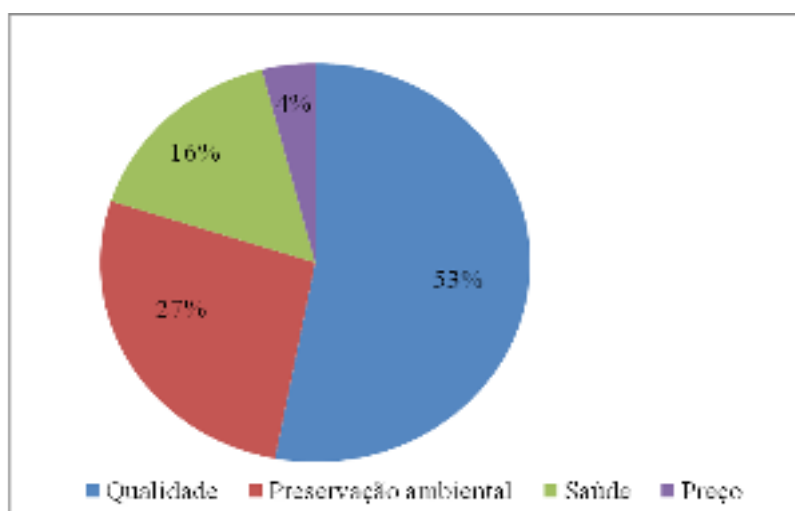


Figura 2. Motivo dos consumidores terem optado pelos alimentos agroecológicos.

Este trabalho indica que diferente do observado nas feiras Agroecológicas realizadas na região sul do Brasil, a Feira Agroecológica de Sumé atende um mercado consumidor simples, composto por donas de casa, empregadas domésticas, comerciantes, aposentados e estudantes com renda mensal de até um salário mínimo, que sente necessidade de consumir produtos mais saudáveis, e, sobretudo, e que está preocupado em conhecer os benefícios dos produtos gerados agroecologicamente pelos agricultores familiares locais.

Agradecimentos

Aos produtores e consumidores da Feira Agroecológica de Sumé.
À Pro – Reitoria de Pesquisa e Extensão UFCG

Bibliografia Citada

ALTIERI, M. **Agroecologia**: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável. 4. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.

ANDERSSON, F. da S.; NASCIMENTO, S.G.; LOVATTO, P.B. **Estudo do perfil dos consumidores em duas feiras livre de base ecológica do município de Pelotas, RS, Brasil**. In: XVIII CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA/ XI ENCONTRO DE PÓS-GRADUAÇÃO/ I MOSTRA CIENTÍFICA, 2009, Pelotas. p.1- 5.

ASSIS, R. L. de; AREZZO, D. C. de; ALMEIDA, D. L. de; DE-POLLI, H. Aspectos Sócio-Econômicos da Agricultura Orgânica Fluminense. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 30, n. 1, p. 26-42, 1996.

CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A. Agroecologia e desenvolvimento rural sustentável: perspectivas para uma nova Extensão Rural. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, v.1, n.1, p.16-37, jan./mar. 2000.

COSTA, C. C.; SILVA, D. S. O. e. Identificação dos Consumidores de Hortaliças da Feira. **Revista Verde De Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, janeiro/março de 2011: v.6, n.1, p. 56 - 60.

GUZMÁN, E. S. A perspectiva sociológica em agroecologia: uma sistematização de seus métodos e técnicas. **Revista de Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, v. 3, n. 1, p. 18-28, 2002.

VERONA, L. A. F.; DIZ, O. M.; HEMP, S.; NESI, C.. O Perfil dos Consumidores de Produtos Orgânicos da Feira da Cidade de Chapecó. **Rev. Bras. De Agroecologia**, nov. de 2009: 2464 - 2468. Vol. 4 n. 2.