



Nível de conhecimento da população acerca dos produtos orgânicos no bairro da Cidade Operária, São Luis-MA.

CUTRIM, Bruna Karoline Ewerton<sup>1</sup>; COELHO, Caroline Rabelo<sup>2</sup>; CAVALCANTE, Millene Ribeiro<sup>3</sup>; VIEIRA, Letycya Cristina Barbosa<sup>4</sup>; SANTOS, Francisco Nobrega dos<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Universidade Estadual do Maranhão, [brunna\\_cutrim@hotmail.com](mailto:brunna_cutrim@hotmail.com); <sup>2</sup>Universidade Estadual do Maranhão, [carolinecoelho7@gmail.com](mailto:carolinecoelho7@gmail.com); <sup>3</sup>Universidade Estadual do Maranhão, [m\\_ribeiro\\_c@hotmail.com](mailto:m_ribeiro_c@hotmail.com); <sup>4</sup>Universidade Estadual do Maranhão, [cris-lyty@hotmail.com](mailto:cris-lyty@hotmail.com); <sup>5</sup>Universidade Estadual do Maranhão, [emendonca98@yahoo.com.br](mailto:emendonca98@yahoo.com.br)

Seção Temática: Construção do Conhecimento Agroecológico

## Resumo

Um crescente aumento no consumo dos produtos orgânicos é observado no mundo, muito associado ao desejo de uma vida mais saudável e a criação de uma consciência ecológica por parte da população, embora algumas pessoas desconheçam os benefícios do consumo de produtos isentos de agrotóxicos. O presente estudo pretendeu analisar o nível de conhecimento da população do bairro da Cidade Operária no município de São Luis-MA, acerca dos produtos orgânicos, através da aplicação de 100 questionários de perguntas abertas e fechadas. O resultado da pesquisa demonstrou que a maioria dos entrevistados eram mulheres (65%), que possuíam nível médio completo (45%) e renda entre 3 a 4 salários mínimos (45%). Em relação ao conhecimento dos produtos orgânicos, 65% conhecem, sendo que 15% consomem estes alimentos por serem saudáveis. A maior dificuldade para a aquisição é o local de compra. O principal meio de comunicação difusor sobre o assunto foram as escolas e faculdades. Deste modo, concluiu-se que é necessária uma maior divulgação à população do bairro da Cidade Operária sobre produtos orgânicos, através da conscientização da mesma sobre o sistema de produção e os benefícios ou vantagens que estes produtos em relação aos demais.

**Palavras-chave:** Produto orgânico; Conscientização ecológica; Perfil do consumidor; Maranhão.

## Abstract

A steady increase in the consumption of organic products is observed in the world, much associated with the desire for a healthier life and creating environmental awareness among the population, although some people unaware of the benefits of consumer products without pesticides. This study aimed to analyze the level of knowledge of the Workers' City of the neighborhood population in São Luis-MA, about organic products through the application of 100 questionnaires of open and closed questions. The survey results showed that most respondents were women (65%) who had completed secondary level (45%) and income between 3-4 minimum wages (45%). Regarding the knowledge of organic products, 65% know, and 15% consume these foods to be healthy. The greatest difficulty for the acquisition is the place of purchase. The primary means of communication diffuser on the subject were schools and colleges. Thus, it was concluded that a wider spread to the Workers' City of the neighborhood population about organic products is necessary, by raising awareness of it on the production system and the benefits or advantages that these products for others.

**Keywords:** Organic produce; Ecological awareness; User profile; Maranhão.



## **Introdução**

Nos últimos anos, a produção de alimentos orgânicos tem crescido no mundo inteiro e a população tem demonstrado cada vez mais preocupação com a qualidade de sua alimentação e com as consequências ambientais da produção convencional (SILVA, et al., 2010).

Apesar da grande repercussão que teve os produtos orgânicos, eles ainda representam uma fatia muito pequena do mercado de alimentos, menos de 4% (TACCONI NETO, 2006). Muito se deve ao elevado preço dos produtos e ao desconhecimento por parte dos consumidores dos benefícios da aquisição deste produto. Segundo Cuenca et al., (2007) existe um baixo conhecimento das dimensões atual e potencial desse mercado, assim como de suas exigências e pontos de estrangulamento na esfera do agronegócio.

O conhecimento do perfil dos diferentes segmentos populacionais de consumidores é estratégico para se oferecer um produto adequado para cada público alvo. Pesquisas recentes mostram que uma parcela expressiva da sociedade se diz consumidora de produtos orgânicos (TREVIZAN; CASIMIRO, 2009). Diante do exposto, este estudo tem o objetivo de avaliar o nível de conhecimento, bem como o perfil do consumidor de produtos orgânicos, no bairro da Cidade Operária, no município de São Luis, Maranhão.

## **Metodologia**

A pesquisa foi realizada no Bairro da Cidade Operária, localizado no município de São Luis, Maranhão. Os dados foram coletados no mês março de 2015 e o recurso técnico de pesquisa utilizado foi o questionário. Foram entrevistados mulheres e homens, escolhidos ao acaso, que após a explicação da natureza e finalidade do estudo, aceitavam participar da pesquisa.

O questionário era composto por 14 perguntas abertas e fechadas, de informações relacionadas aos aspectos: perfil socioeconômico (sexo, faixa etária, escolaridade e renda familiar), conhecimento sobre produtos orgânicos, consumo de produtos orgânicos, dificuldade na aquisição e entre outras. Foram aplicados 100 questionários, e os dados obtidos foram tabulados e analisados utilizando-se o modelo estatístico, com a apresentação das informações em gráficos. Os dados foram apresentados em valores de porcentagem nas diversas categorias analisadas.

## **Resultados e discussões**

De acordo com os dados da pesquisa, a maioria dos entrevistados era do sexo feminino (65%), e com idade entre 18 e 35 anos (45%). Constatou-se ainda, que a grande maioria possuía nível médio completo (45%) e 15% possuía ensino superior completo, visto que, à medida que se aumentou o grau de instrução dos entrevistados, o conhecimento acerca dos produtos orgânicos seguiu o mesmo padrão.



Em relação à renda, verificou-se que 42% têm renda entre três a quatro salários (renda que pode ser considerada média do bairro), 34% de um a dois salários, e 20% tem renda mensal familiar de até um salário mínimo.

Ao questionar sobre o conhecimento dos produtos orgânicos, 60% afirmaram saber ou conhecer o que são produtos orgânicos, sendo que a maioria considerou que um produto orgânico é aquele livre de agrotóxico, produtos naturais ou sem contaminantes, e 40% da população amostral desconhece o tema abordado, conforme demonstrado na Figura 1. Entretanto, de acordo Archanjo et al. (2001) os alimentos orgânicos são aqueles produzidos sem o uso de fertilizantes químicos, antibióticos, hormônios e outras substâncias comumente utilizadas na produção.



Figura 1. Conhecimento do que seriam produtos orgânicos

Quanto ao consumo dos produtos orgânicos, 76% afirmaram que nunca consumiram, mas consumiriam. Cerca de 15% dos entrevistados alegaram que consomem produtos agroecológicos e 9% não consomem e não consumiriam. A Figura 2 apresenta os resultados obtidos nessa constatação.

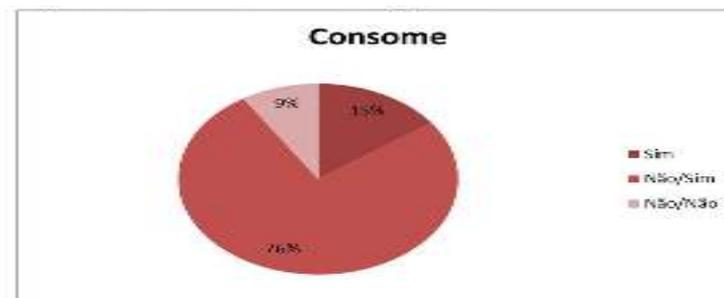


Figura 2. Consome alimentos orgânicos

Na Figura 3 foi analisado com qual frequência são consumidos estes alimentos. Conclui-se que 85% não consomem estes produtos, em seguida, 8% consomem estes produtos duas vezes por mês, 5% consomem uma vez por mês e 2% alegam que consomem estes produtos semanalmente. Estes resultados não estão coerentes ao encontrado por Pimenta et al. (2009), que entre os entrevistados 33,3% responderam que consomem alimentos orgânicos com frequência e 28% responderam que não consomem.



Figura 3. Frequência de consumo de produtos orgânicos

Em relação ao gasto com estes produtos, observou-se 84% dos entrevistados não consomem os produtos orgânicos, em seguida 10% tem gasto de R\$51 a R\$100 e 5% tem gasto de até R\$50.

Na Figura 4 observou-se que o fator que mais dificulta o acesso a produtos orgânicos são: o local de compra (28%), ou seja, não encontram o produto no mercado; o preço (13%); pouca oferta (3%); e a grande maioria não compra produtos orgânicos (55%).



Figura 4. Fatores que dificultam o consumo dos produtos orgânicos

Entre os produtos orgânicos mais consumidos as verduras apresentaram preferência dentre os produtos ofertados (12%), a maioria afirmou que não consome nenhum destes produtos (85%).

Dentre os consumidores de produtos orgânicos, quando perguntados do motivo 15% consomem os produtos orgânicos por serem saudáveis e 85% não consomem estes produtos devido ao preço elevado e também por falta de informações nos ambientes comercializáveis. Neste caso, evidentemente aqueles indivíduos que não souberam responder o que seria um produto orgânico, não souberam relatar quais seriam os motivos de consumir o mesmo.

Na Figura 5 foi analisado o meio precursor das informações acerca dos produtos orgânicos, as informações ofertadas nas escolas e nas universidades foram as que obtiveram maioria, totalizando mais da metade das respostas dos entrevistados (57%), seguidos da televisão (22%) e de conversas entre familiares (13%). Estes resultados reforçam a importância das instituições de ensino na geração e aplicação de conhecimento.

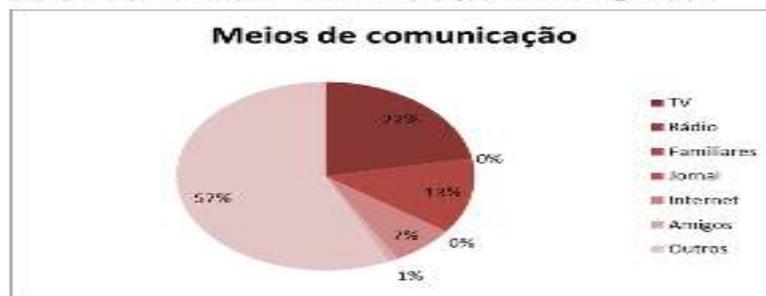


Figura 5. Meios de comunicação que os entrevistados adquiriram conhecimento sobre produtos orgânicos

Quando questionados a respeito do que favoreceria o aumento do consumo de produtos orgânicos em sua cidade, os entrevistados apontaram os seguintes índices: conscientização dos consumidores para importância desses alimentos (60%); diminuição do preço (16%); aumento da divulgação (13%); aumento da variedade (5%); incentivo a produção (5%) e outros (1%), conforme nos mostra a Figura 6.

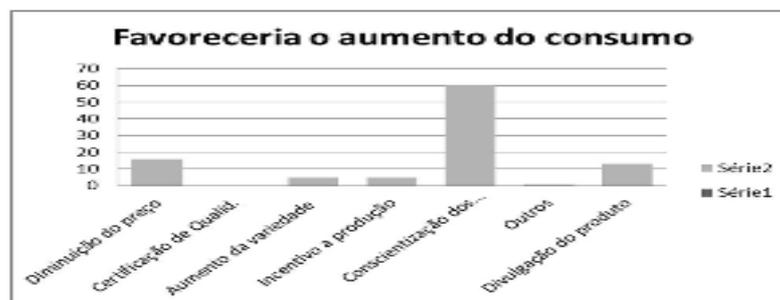


Figura 6. Fatores que favorecem o consumo de produtos orgânicos

## Conclusões

É necessária uma maior divulgação sobre os benefícios da cultura orgânica à população do bairro da Cidade Operária, visando contribuir para aumento no consumo de produtos advindos de tal cultura.

## Referências

ARCHANJO, L. R.; BRITO, K. F. W.; SAUERBECK, S. Alimentos orgânicos em Curitiba: consumo e significado. **Caderno de Debate**, São Paulo, v. 8, 2001.

CUENCA, M. A. G. et al. Perfil do consumidor e do consumo de produtos orgânicos no Rio Grande do Norte. **Documentos**, [S.I.], out. 2007.

SILVA, F. Q. P. O.; FOSCACHES, C. A. L.; FILHO, D. O. O perfil do consumidor de produtos orgânicos na cidade de Campo Grande. MS. In: SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL NAS ORGANIZAÇÕES, 8., 2010. **Resumo...** São Paulo: FEA-USP, 2010.



PIMENTA, V. P et al.; Percepção dos consumidores quanto aos produtos orgânicos na região de Maringá/PR. **Revista Brasileira de Agroecologia**, n. 2, p 2903-2907, nov. 2009.

TACCONI NETO, E. A. **Fatores que afetam competitividade na produção de hortaliças orgânicas no Estado do Rio Grande do Norte**. UFRN, 2006. 121 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Engenharia de Produção. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2006.

TREVIZAN, S. D. P.; CASEMIRO, A. D. **Consumidores de produtos orgânicos em Vitória da Conquista, Bahia**. In: INTERNATIONAL WORKSHOP ADVANCES IN CLEANER PRODUCTION, 2009. São Paulo: [s.n.], maio 2009.