

**COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS CONSUMIDORES DE FEIRAS
ORGÂNICAS DA ZONA NORTE DO RIO DE JANEIRO: ESTUDO DE CASO**

**CASE STUDY ON THE PURCHASE PERFORMANCE OF CONSUMERS OF
ORGANIC FAIRS IN THE NORTHERN ZONE OF RIO DE JANEIRO**

**Wesley Carvalho¹; Beatriz Martins¹, Carolina F. Quitá¹; Gabriela Gomes¹; Maria José
Paes¹; Maria Cristina José Soares¹; Luiza Cantuária¹**

¹Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca - CEFET, Av. Maracanã, 229 -
Maracanã, Rio de Janeiro - RJ, wesley5@hotmail.com

RESUMO

O consumo de produtos orgânicos expressa-se como uma das principais vertentes da alimentação no mundo por conta do cultivo sem componentes químicos. A aquisição desta amostra de produtos, no Brasil, tem expandido significativamente a cada ano e, por consequência, conhecer os consumidores, seus hábitos e os aspectos relevantes na decisão de compra é o objetivo dessa pesquisa. A averiguação foi realizada nas feiras de orgânicos da Zona Norte do Rio de Janeiro. Trata-se de uma pesquisa exploratória, descritiva executada com 100 consumidores selecionados aleatoriamente. Os resultados evidenciaram que o perfil do consumidor é do gênero feminino; com idade acima de 50 anos. Tem o hábito de consumir produtos orgânicos em conjunto com os produtos convencionais e valoriza na sua decisão de compra, questões relacionadas com a saúde, a qualidade de vida, além de possuir um elevado grau de consciência ambiental.

Palavras-chave: produtos orgânicos, consumidores, Zona Norte, meio ambiente, percepção.

ABSTRACT

The consumption of organic products is expressed as one of the main aspects of food in the world due to the cultivation without chemical components. The acquisition of these products in Brazil has expanded significantly and, consequently, knowing the consumers, their habits and the relevant aspects in the purchase decision is the objective of this research. The investigation was carried out at organic fairs in the Northern Zone of Rio de Janeiro. It is an exploratory and descriptive research executed with 100 consumers randomly selected. The results showed that the consumer profile is female; aged over 50 years. It has the habit of consuming organic products in conjunction with conventional products and values in its decision to purchase, issues related to health, quality of life, besides having a high degree of environmental awareness.

Key words: organic products, consumers, Zona Norte, environment, perception.

INTRODUÇÃO

Com a procura por índices de produtividade cada vez mais altos, impulsionada com início da década de 70, aumentou a técnica de mecanização das condutas agrícolas e implementou um comércio de alimentos gerados a partir do emprego acentuado e desenfreado de insumos artificiais, como fertilizantes e defensivos químicos. Não obstante, esse padrão de produção em grande quantidade, expressa sua insustentabilidade, de tal maneira por suas implicações econômicas e sociais, tanto quanto pelos impactos ambientais. Incorporar uma agricultura sustentável em meio ao consumismo é o maior desafio da nossa geração, mas é o caminho que minimiza os problemas ambientais decorrentes da atividade agrícola.

Nada mais importante neste contexto do que buscar meios sustentáveis e, para isso, é indispensável estudar, planejar e implantar ações considerando o hoje e o amanhã, acerca dos aspectos sociais, econômicos e ambientais. Essa proposta é impossível com o atual grau de degradação dos recursos naturais estimulado pela agricultura convencional. O sistema orgânico pode ser um meio a ser percorrido para a busca da sobrevivência harmônica do ser humano com o meio ambiente. A agricultura convencional, apesar de sua enorme produção, traz consigo impactos ambientais negativos expressivos (MAZZOLENI; NOGUEIRA, 2006).

Para que haja um progresso na qualidade ambiental e de vida é, imprescindível, a transformação no comportamento dos indivíduos e da sociedade de modo geral, tanto em suas ações como em todos os aspectos de suas vidas. É uma questão que depende de um processo educativo e de conscientização ambiental. Segundo Butzke *et al.* (2001), para identificar o nível de conhecimento e o que condiciona os comportamentos dos indivíduos em relação as questões ambientais, é indispensável o estudo da percepção ambiental. Esses indivíduos são consumidores considerados protagonistas reflexivos e agentes políticos, conscientes de que o ato de consumir tem estreito vínculo com a conservação ambiental, a forma como os alimentos são produzidos, a qualidade dos mesmos e os impactos sociais que podem estar contribuindo (CASSOL; SCHNEIDER, 2015).

Considerando a importância da agricultura orgânica para conservação dos recursos naturais, o presente trabalho tem como objetivo avaliar a percepção e comportamento dos consumidores das feiras orgânicas da Zona Norte do Rio de Janeiro, assim como seu perfil, seus hábitos e aspectos proeminentes na deliberação de compra

dos produtos e averiguar se os elementos ou variáveis do ambiente natural impulsionam o seu comportamento.

MATERIAL E MÉTODOS

Foi executado uma análise quantitativa de dados de uma pesquisa realizada em duas feiras de produtos orgânicos na Zona Norte do Rio de Janeiro: Praça Xavier de Brito e Afonso Pena, que acontecem aos sábados e quintas-feiras de 7:30 às 13:00, respectivamente. O levantamento é resultado da aplicação de questionários a 100 consumidores no ano de 2017. Os indivíduos foram abordados aleatoriamente e a entrevista foi realizada imediatamente, no caso de concordância do consumidor.

O questionário foi dividido em duas partes: na primeira, com questões referentes ao perfil do consumidor; na segunda parte, com dados relacionados as variáveis ambientais que promovem o desenvolvimento ambiental relacionado à saúde, qualidade de vida, cidadania e responsabilidade social. Para tanto foi aplicada a escala de Likert, uma escala psicométrica, empregada em pesquisas quantitativas.

O procedimento dos resultados foi realizado com base na estatística descritiva por meio do levantamento das frequências e percentuais das respostas dos consumidores. Assim, foi possível conhecer o perfil médio do consumidor de produtos orgânicos da região pesquisada, seu grau de satisfação com relação ao consumo desses alimentos e os fatores que mais influenciam na sua decisão de compra.

RESULTADO E DISCUSSÃO

Do total de entrevistados, observou-se que a maioria dos consumidores que responderam ao questionário, 85% é do gênero feminino e 15% masculino (Figura 1). Esses resultados corroboram os dados de Cerveira; Castro (1999), Lima *et al.* (2011), Silva *et al.* (2013), Lima *et al.* (2015) e Souza-Neto *et al.* (2016).

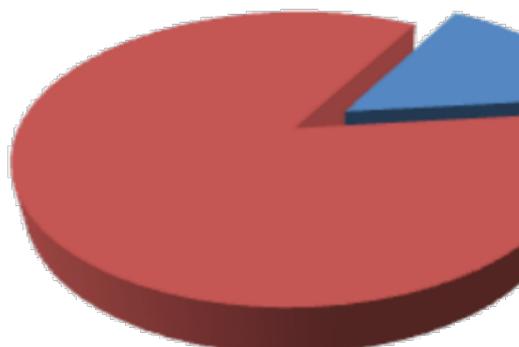


Figura 1: Gênero dos consumidores das feiras orgânicas da Zona Norte do Rio de Janeiro.
Fonte: Colaboradores da pesquisa.

De modo histórico e cientificamente, homens e mulheres compreendem e se conectam de maneiras contrários com relação a saúde e a alimentação, visto que o modo de idealizar o masculino e o feminino acarreta determinados paradigmas de corpos, valores e comportamentos a serem seguidos pelos indivíduos. No contexto da saúde, uma diferença relevante no que concerne o modo como homens e mulheres almejam esse cuidado. Constata-se que mulheres buscam mais os sistemas de prevenção básica quando confrontadas aos homens, e que estes inclinam-se a averiguar o serviço qualificado de saúde, afastando-se de atos de divulgação preventivos e cuidado de enfermidades.

No ponto de vista da alimentação saudável, há pequenas discrepância entre as narrativas de homens e mulheres; porém, quando refere-se as atividades alimentares, o homem mostra-se como personagem principal meramente em festejos, para auxiliar a mulher ou quando revela desejo de preparar algo especial. Em algumas circunstâncias, concerne aos homens dar dinheiro para compra dos alimentos, intensificando seu papel clássico de provedor e a atribuição feminina de responsabilizar-se de bens e serviços na a nutrição da família, uma vez que elas estão mais preocupadas com a questão de saúde e do bem-estar (TRAVASSOS *et al.*, 2002; BERNARDES *et al.*, 2016).

Em relação faixa etária dos consumidores de orgânicos, a pesquisa verificou que o maior percentual dos entrevistados na Zona Norte se concentra na faixa acima de 60 anos, representando 39% de acordo com a Figura 2. A menor porcentagem de consumidores de produtos orgânicos está 19 a 29 anos. Tendo em vista as averiguações realizadas por Santos *et al.* (2009) e Claro; Monteiro (2010), ater-se, pois, que os maiores consumidores de orgânicos estão na faixa etária que vai dos 50 aos 60 anos.

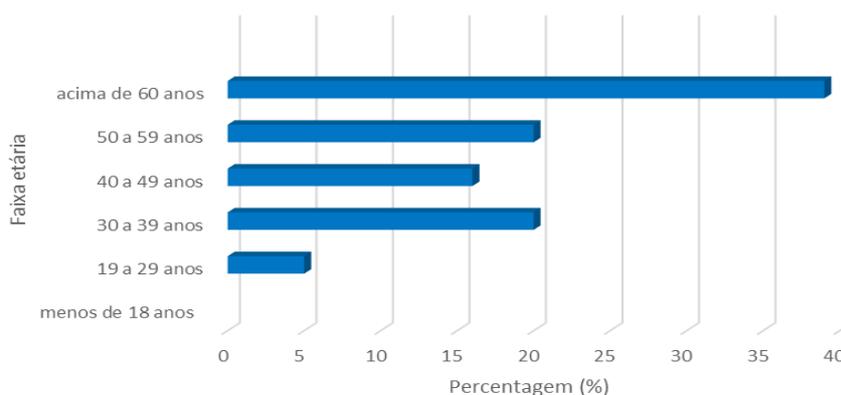


Figura 2: Faixa etária dos entrevistados nas feiras orgânicas da Zona Norte do Rio de Janeiro.

Fonte: Colaboradores da pesquisa.

Patrício *et al.* (2008) descreveram que no momento atual é visível a redução da mortalidade e o crescimento da expectativa de vida no século XX. Acontecimento este resultante dos avanços no saneamento básico, melhor inspeção de doenças parasitárias, imunizações e avanços tecnológicos e científicos.

Em nenhum momento se verificou tamanha importância concernente à juventude e longevidade como se apresentou na última década. Conforme Finger (2015) há inúmeras pesquisas que demonstram a importância de alimentos saudáveis e seus elementos, no qual colaboram para a longevidade e protegem de doenças relacionadas ao envelhecimento como hipertensão, diabetes e obesidades.

Verificou-se que o grau de escolaridade é indicado como parâmetro viável que afeta o modo como a população seleciona seus alimentos, que é capaz de ser fundamental para a capacidade do autocuidado e para o conhecimento de compreender comunicados relativos à proteção da saúde (VELÁSQUEZ-MELÉNDEZ *et al.*, 2004). Assim, sabe-se que a educação escolar pode persuadir o discernimento sobre alimentação e nutrição (CASTRO *et al.*, 2010) que, no que lhe concerne, refere-se ao estado nutricional das pessoas (DATILLO *et al.*, 2009).

Da mesma forma como as outras pesquisas, no Rio de Janeiro, os consumidores de produtos orgânicos têm como perfil a escolaridade elevada. Possuem ensino superior completo 41% dos consumidores de orgânicos nas feiras orgânicas da Zona Norte (Figura 3).

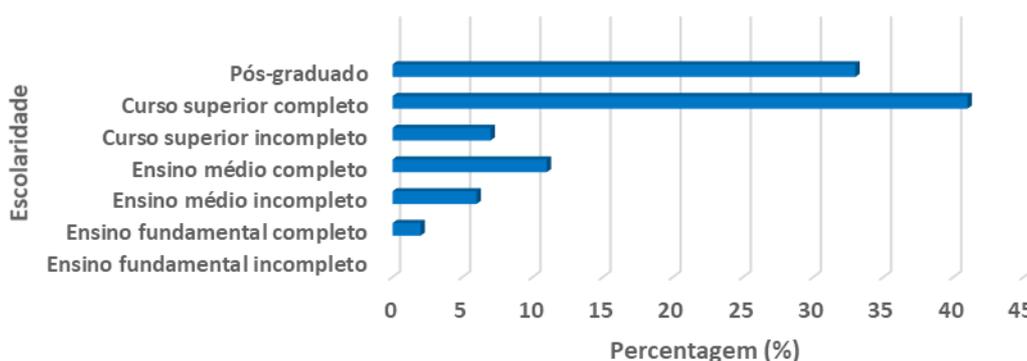


Figura 3: Grau de escolaridade dos entrevistados nas feiras orgânicas da Zona Norte do Rio de Janeiro.

Fonte: Colaboradores da pesquisa.

Informações do ano de 2012 apresentam excesso de massa corporal de 57,3% no cidadão brasileiro maior de 18 anos que estudou apenas oito anos. Esse percentual diminui para 48,4% no grupo de indivíduos que estudaram 12 anos ou mais. O contraste dos dados até esse tempo é superior junto a população feminina. O predomínio de

excesso de massa corporal em mulheres com nível inferior de escolaridade é de 57,4%, ao mesmo tempo que, para aquelas que estudaram 12 anos ou além disso, é de 40,2% (BRASIL, 2012).

Tais fatos preconizam que a população menos escolarizada encontra-se mais vulnerável a perspectivas equivocadas acerca dos conceitos de alimentação e nutrição e advertem para a urgência de planejamento de educação alimentar revertidos para esse grupo. Considera-se pertinente também a promoção de investigações em relação a influência da mídia no ponto de vista sobre alimentação saudável.

Ao serem questionados se o consumo de alimentos orgânicos diminuem a possibilidade de danos à saúde pessoal e familiar, verificou-se que 98% dos consumidores concordam ou concordam totalmente com a afirmação. Apenas 2% dos consumidores não concordam nem discordam da asserção (Figura 4).

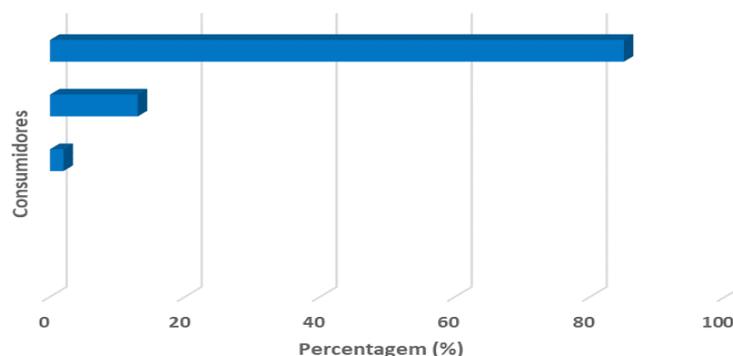


Figura 4: Percepção dos consumidores à saúde.
Fonte: Colaboradores da pesquisa

O parâmetro saúde fez-se mencionado em várias pesquisas como sendo relevante na determinação de escolha do consumidor de alimento orgânico. De acordo com Krischke; Tomiello (2009), Soares; Porto (2011) e Souza *et al.* (2012), estes consumidor são obstinados em termos de qualidade e informado no tocante aos malefícios e aos perigos que os agrotóxicos empregados nos alimentos convencionais proporcionam à saúde humana e animal. Cassal *et al.* (2014) e Almeida *et al.* (2017) ratificam essa resultado, além disso Lima *et al.* (2015), Silva (2010), Lima et al. (2011) demonstraram que os consumidores de produto orgânicos se manifestam compradores assíduos, e reiteram que o alimento tradicional apresenta agrotóxico e causam danos à saúde, enquanto que a escolha pelo alimento orgânico é mais saudável. É necessário salientar que o desafio de persuadir o alimento orgânico para as outras classes da

população não está pertinente apenas aos fatores técnicos e econômicos, mas também aos aspectos políticos, sociais e ambientais.

Vale inferir que o estímulo à agricultura orgânica tem conduta primordial. Instalações de municípios que aderem tal atitude apresentam 47% a menos de probabilidade de intoxicação por agrotóxicos. Essa intervenção, além de ocasionar economia e atenuação nas despesas com a saúde por razões irrefutáveis, apresenta-se cada vez mais eficaz. Vários países têm mitigado a aplicação de agrotóxicos, reduzindo anualmente o emprego entre 33% e 75%, sem decréscimo na produtividade de algumas culturas (PIMENTEL, 2005). No Brasil, Soares; Porto (2011) demonstraram que, quando a instalação localiza-se em município no qual expõe temas ambientais de acordo com a Agenda 21, as possibilidades com a intoxicação são condensadas em 82%, o que corrobora o papel da admissão do conteúdo ambiental.

Dentro desse contexto, Silva *et al.* (2013), Lima *et al.* (2010), Oliveira (2013) e Sá *et al.* (2014) desempenharam pesquisas analisando o perfil dos consumidores de produtos orgânicos e no meio de algumas respostas salientam-se que o consumidor reverencia o meio ambiente natural. Esses resultados ratificam os dados de presente estudo onde 81% dos consumidores de alimentos orgânicos da Zona Norte do Rio de Janeiro, salientam a relevância meio ambiente no instante de preferirem por optar esse tipo de alimento (Figura 5).

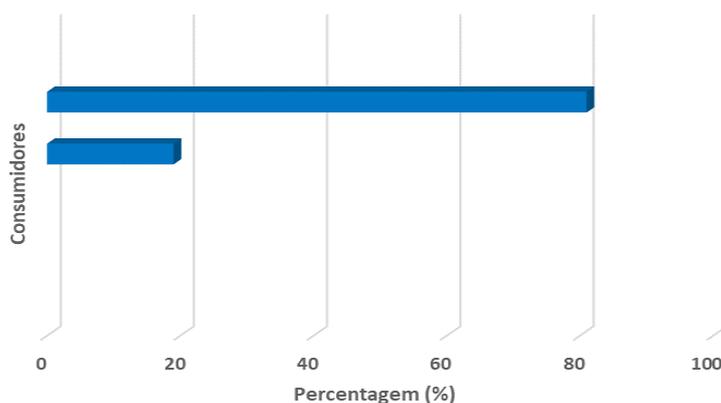


Figura 5: A agricultura orgânica respeita o equilíbrio do meio ambiente.
Fonte: Colaboradores da pesquisa.

Ponderando esse aspecto, Sá *et al.* (2014) revelam que os consumidores mencionam o alimento orgânico como aquela espécie de alimento peculiar de uma agricultura sustentável, pois ademais de proteger o meio ambiente esse tipo de produção inclina-se a reverenciar a biodiversidade integrada que é gerada por plantas e animais, além de conceber renda e qualidade de vida do homem no campo e na cidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa mostrou que são diversos os ensejos que induzem ao consumo de produtos orgânicos, podendo-se afirmar que tais estímulos são influenciadas por dois grandes tópicos: saúde e meio ambiente.

A legislação, ainda que apregoe a promoção da saúde de modo conciliada com a preservação do meio ambiente, precisa de gestão ambiental, normatização e supervisão competentes de forma a assegurar aos indivíduos o direito à saúde e a um ambiente estável e saudável no âmbito do desenvolvimento sustentável. O Código Ambiental do Estado apresenta uma incumbência relevante na efetivação das leis, equitativamente, os conselhos de saúde e meio ambiente que com a atuação popular efetuarão fiscalização social imprescindível com o propósito que as leis sejam executadas.

Com o propósito que aconteça, deve-se gerar recursos humanos perspicazes, analíticos e éticos qualificados, a fim de confrontar esse novo padrão. A educação ambiental, conseqüentemente, concerne auxiliar para a sucessão de modificação da sociedade contemporânea em uma sociedade sustentável, voltada na ação responsável da cidadania, que veja a natureza como um bem universal, considere a eficácia de regeneração dos recursos materiais, fomente a subdivisão equitativa da riqueza alcançada e conceda meios descentes de vida para as gerações atuais e futuras.

REFERÊNCIAS

CASSAL, V. B.; AZEVEDO, L.F.A.; FERREIRA, R.P.; SILVA, D.G. SIMÃO, R.S. Agrotóxicos: uma revisão de suas consequências para a saúde pública. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental**, v. 18 n. 1, p. 437-445, 2014.

PIMENTEL, D. Environmental and economic costs of the application of pesticides primarily in the United States? **Environ Dev Sustainability**., v. 7, p. 229-52, 2005.

ALMEIDA, M. D.; CAVENDISH, T. A.; BUENO, P. C.; ERVILHA, I. C.; GREGÓRIO, L. S.; KANASHIRO, N. B. O.; ROHLFS, D. B.; CARMO, T. F. M. A flexibilização da legislação brasileira de agrotóxicos e os riscos à saúde humana: análise do *Projeto de Lei nº 3.200/2015*. **Cad. Saúde Pública**, v. 33, n. 7, p. 1-11, 2017.

SOARES, W. L.; PORTO, M. F. Atividade agrícola e externalidade ambiental: uma análise a partir do uso de agrotóxicos no cerrado brasileiro. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 12, n. 1, p. 131-143, 2007.

BUTZKE, I. C.; PEREIRA, G. R.; NOEBAUER, D. Sugestão de indicadores para avaliação do desempenho das atividades educativas do Sistema de Gestão Ambiental -

SGA da Universidade Regional de Blumenau - FURB. **Revista educação: teoria e prática**, v. 9, n. 16, p. 1-13, 2001.

CASSOL, A.; SCHNEIDER, S. Produção e consumo de alimentos: novas redes e atores. Lua Nova: **Revista de Cultura e Política**, n. 95, p. 143-177, 2015.

CERVEIRA R., CASTRO M. C. (1999) Perfil socioeconômico dos consumidores de produtos orgânicos da cidade de São Paulo. *Boletim Agroecológico*: 7.

DAROLT MR (2007) **Alimentos orgânicos: um guia para o consumidor consciente**. Londrina: IAPAR, 36 p.

DATAcenso (2002) **Mercado de Produtos Orgânicos: Consumidor**. Curitiba: SEBRAE, 89p.

GORNI P. M., GOMES G., DREHER M. T. (2011) Consumo sustentável e o comportamento de universitários: discurso e práxis! In: Anais do XIII Encontro Nacional de Gestão e Meio Ambiente (ENGEMA), São Paulo. Acessado em: 25/04/2017.

LIMA P. A. L., BRUNINI M. A., KANESIRO L. A., KANESIRO J. C., MACIEL-JUNIOR V. A., COLOMBO R. B. (2011) Perfil do consumidor de produtos orgânicos na cidade de São Joaquim da Barra / SP. **Nucleus** (8): 67-80

LIMA P. F. C., LIMA A. M. M., CASTRO S. M. V., GOMES M. V. C. N. (2015) O consumo de alimentos orgânicos na cidade de Manaus (AM): o comércio de produtos e a sustentabilidade do setor. **Revista Verde** (10) 120 – 127.

LISBOA T. C., ALMEIDA S. R., VIANNA N. (2008) Meio Ambiente e sacolas plásticas: a atitude do cliente do varejo na cidade de São Paulo. In: Anais do X Encontro Nacional de Gestão e Meio Ambiente (ENGEMA), Rio Grande do Sul. Acessado em: 25/04/2017.

LOMBARDI M. S., MOORI R. G., SATO G. S. (2004) Um estudo exploratório dos fatores relevantes na decisão de compra de produtos orgânicos. **Revista de Administração Mackenzie** (5): 13-34.

MAZZOLENI, E. M.; NOGUEIRA, J. M. Agricultura orgânica: características básicas do seu produtor. **Rev. Econ. Sociol. Rural**, v. 44, n. 2, p. 263-293, 2006.

MEIRELES B. O., DEBASTIANI S. M., BERTOLINI G. R. F., JOHANN J. A. (2016) Perfil Socioeconômico dos Consumidores de Restaurantes em Relação a Valorização de Produtos Orgânicos: Uma Análise Comparativa. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade** (5): 33-44.

MORO E. J., GUIVANT J. S. (2006) Perfil dos consumidores de alimentos orgânicos nos supermercados de Florianópolis-SC. In: XIV Jornadas de Jovens Pesquisadores da AUGM. Campinas. Acessado em: 25/04/2017.

PRETTI F. (2000) Valor nutricional das hortaliças. *Horticultura Brasileira* (18): 16-20.

Roitner-Schobesberger B, Darnhofer I, Somsook S, Vogl CR (2008) Consumer perceptions of organic foods in Bangkok, Thailand. *Food Policy* (33): 112-121.

SILVA E. B., CARDOSO F. T., SOUZA G. G., ALMEIDA A. (2013) Perfil sócio econômicos de consumidores de produtos orgânicos. **Revista Verde** (8): 83-89.

SOUZA M. C. M., RAMOS S. F., MONTEIRO A. V. V. M. (2013) Transformações Recentes da Agricultura Orgânica em São Paulo.
<http://www.iea.sp.gov.br/out/verTexto.php?codTexto=260>>. Acesso em: abril de 2017.

SOUZA-NETO P. M., DANTAS J. C., MARTINS E. B. M., NASCIMENTO E. P., SILVA M. V. (2016) Consumo Consciente: O Perfil do Consumidor de Produtos Orgânicos. In: Congresso Internacional de Administração, Rio Grande do Norte. Acessado em: 25/04/2017.

STORCH G., SILVA F. F., BRIZOLA R. M. O., AZEVEDO R., VAZ D. S., BEZERRA A. J. A. (2004) Caracterização de um grupo de Produtores Agroecológicos do Sul do Rio Grande Do Sul, Brasil. **R. bras. Agrociência** 10: 357-362.

VILELA N. J., RESENDE F. V., GUIDUCCI FILHO E., SAMINÊZ T. C., VALLE J. C. V. (2006) Agroecologia e Mercado. Portal agricultura familiar. Acessado em: 03/03/2017.

FINGER. D.; GOMES, A. M.; SCHRÖDER, J. D.; GERMANI, A. R. M. Promoção da saúde e prevenção de doenças: idosos como protagonistas desta ação. **Revista de Enfermagem**, v. 11, n. 11, p.80-87, 2015.

VELÁSQUEZ-MELÉNDEZ, G.; PIMENTA, A. M.; KAC, G. Epidemiologia do sobrepeso e da obesidade e seus fatores determinantes em Belo Horizonte (MG), Brasil: estudo transversal de base populacional. **Rev Panam Salud Publica**; v.16, n. 5, p. 308-314, 2004.

DATTILO, M.; FURLANETTO, P.; KURODA, A. P.; NICASTRO, H.; COIMBRA, P. C. F. C.; SIMONY, R. F. Conhecimento nutricional e sua associação com o índice de massa corporal. **Nutrire: rev. Soc. Bras. Alim. Nutr. J. Brazilian Soc. Food Nutr.**, v. 34, n. 1, p. 75-84, 2009.

BRASIL. Ministério da Saúde Secretaria de Vigilância em Saúde. **VIGITEL BRASIL**, 2012: vigilância de afores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico. Brasília: Ministério da Saúde, 2012.