

## AGRICULTURA ORGÂNICA: FATORES DE COMPRA DOS CONSUMIDORES DA FEIRA DO BOSQUE DOS JEQUITIBÁS, CAMPINAS-SP

Laís S. De C. F. LIMA<sup>1</sup>; Gisiliana De O. BARBOSA<sup>2</sup>

### RESUMO

É perceptível a crescente tendência de hábitos alimentares mais saudáveis e as pressões do mercado para utilização de meios de produção mais sustentáveis. Existem alguns motivos de consumo relacionados a preço, qualidade, frescor ou questões ambientais. A presente pesquisa visa identificar os fatores que influenciam o consumo de produtos orgânicos na feira orgânica do Bosque dos Jequitibás em Campinas, São Paulo. O estudo ocorreu junto aos consumidores que optam pela feira como ponto de compra. Empregou-se o método de pesquisa exploratória e pesquisa descritiva. Os resultados mostraram que os fatores que levam ao consumo de produtos orgânicos são relacionados à qualidade do alimento e benefício à saúde.

### Palavras-chave:

Motivos; Consumo; Pesquisa; Produtos orgânicos.

### 1. INTRODUÇÃO

No Brasil, o consumo de produtos orgânicos está em ascensão. Segundo dados do Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável (Organics), o ano de 2018 será positivo e desafiador com previsão de crescimento em torno de 20%. O mercado demanda por produtos saudáveis e sustentáveis o que representa o aumento de sistemas produtivos orgânicos a fim de superar essa demanda de consumo.

Por definição, a agricultura orgânica é um sistema de produção que visa práticas alternativas e sustentáveis de produção quando comparadas com o sistema convencional de cultivo. Nesse sistema de produção, não se utiliza nenhum tipo de fertilizante químico ou de defensivo sintético mais conhecidos como agrotóxicos (PENTEADO, 2003). Conforme afirmam (MAZZOLENI e NOGUEIRA, 2006) o termo agricultura orgânica possui uma conotação nova e mais abrangentes sobre as definições que atentem para o problema de desenvolver a agricultura de forma economicamente viável, social justa e ambiental correta.

A área de produção orgânica no país, em 2017, esteve com aproximadamente 750 mil hectares registrados desde o ano anterior. Segundo a Coordenação de Agroecologia (Coagre) da Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo (SDC), vinculada ao Ministério da

<sup>1</sup>Tecnóloga em Agronegócio, FATEC MC- Campus Mogi Das Cruzes. E-mail: lais.lima@fatec.sp.gov.br

<sup>2</sup>Discente de Agroecologia, UFSCar- Campus Araras. E-mail: gigi\_hip@hotmail.com

Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), esse tipo de cultivo no campo já é encontrado em 22,5% dos municípios brasileiros. E a perspectiva é ainda maior.

O estudo de percepção de consumo é de fundamental importância para compreender as relações de demanda e oferta, produção e comercialização, quais expectativas, anseios, satisfações e insatisfações. A verificação da percepção de consumidores contribui para a tomada de decisão de plantio e quais culturas a serem comercializadas pela população consumidora da feira de orgânicos no Bosque dos Jequitibás.

Desta forma, este estudo analisou as motivações de consumo dos consumidores acerca dos produtos orgânicos no Bairro Jd. Proença da Feira Orgânica Bosque dos Jequitibás na cidade de Campinas-SP.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 Contextualização sobre Feiras**

Historicamente, as feiras no Brasil são popularmente conhecidas como feiras livres e se estão em um ponto ou em locais com grande fluxos de pessoas, mercadorias, informações, capitais, com diferentes dimensões socioespaciais, realizadas ao ar livre, em ruas, praças ou terrenos baldios, com produtos expostos em barracas ou no chão, intercaladas geralmente no intervalo de uma semana, ou num interstício menor, que podem ter uma área de influência local ou regional. São heranças das tradicionais feiras medievais europeias, trazidas pelos colonizadores portugueses.

As primeiras feiras brasileiras foram criadas nos interiores das capitanias e das províncias e estavam associadas a atividade criadora, onde eram realizadas as trocas de gado e burros, animais utilizados como transporte e tração nas principais atividades econômicas no período colonial. A feira livre tem “atribuições sociais, econômicas, culturais, políticas, etc., onde um certo número concreto de compradores e vendedores se reúnem com a finalidade de trocar ou vender e comprar bens e mercadorias” (MOTT, 1975). A feira livre simboliza uma instituição econômica e uma prática social, bem como representação cultural regional.

## **3. MATERIAL E MÉTODOS**

Foi elaborado o questionário baseado em trabalhos similares encontrados na literatura, que tem como objetivo a avaliação da atitude de um grupo de indivíduos em relação a um objeto. Foram entrevistados 36 consumidores em dois dias de feira (28/06/2017 e 05/07/2017), de forma aleatória com perguntas abertas e de múltipla escolha, iniciando com perguntas mais gerais sobre o entrevistado e questões mais específicas de maneira que facilitasse o entendimento do entrevistado (DE OLIVEIRA MACHADO FILHO *et al.*, 2014; VERGARA, 2009).

A escolha por amostragem não probabilística produz amostras cuja representatividade da população é desconhecida, pois não se conhece a probabilidade de um dado elemento da população a ser incluído na amostra e por conveniência, em que o julgamento feito pelo entrevistador passa a ser o critério de escolha da amostra (SAMARA; DE BARROS, 2007).

Considerando o objetivo da pesquisa, os critérios para amostragem dos consumidores foram o local do domicílio, presença na feira e principais produtos consumidos.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para realização desta pesquisa, foi selecionada a Feira Orgânica do Bosque dos Jequitibás, este localizado na Região Central da cidade de Campinas– SP. É uma das maiores e mais antigas áreas de lazer da cidade, com aproximadamente 1 milhão de visitantes por ano, com altitude entre 652m e 681m. Possui uma área total aproximadamente 10 ha, enquanto a área de reserva florestal nativa da Mata Atlântica é de 2,33 ha, misturada a outros tipos de vegetação e edificações (Prefeitura de Campinas, 2009). A Feira orgânica é realizada às quartas feiras das 7h às 12h e foi fundada em 2006.

A idade média dos entrevistados foi de 42 anos, tendo a maioria ensino superior completo (70%), com frequência semanal na feira orgânica do Bosque dos Jequitibás. O público entrevistado foi majoritariamente mulheres (75%) que representa a predominância desse público na decisão de compra dos alimentos para a família, ainda que na feira e 78% dos entrevistados possuem filhos.

As variáveis analisadas foram: Motivação de Consumo de Produtos Orgânicos; Verduras mais consumidas e Fatores de escolha do local de compra. Os dados foram tabulados e analisados a partir de análise descritiva de frequência, pois trata-se de variáveis não métricas, e, portanto, não são passíveis de medição estatística.



GRAF 1- MOTIVOS PARA CONSUMIR VERDURAS ORGÂNICAS  
Fonte: Autores, 2017.

Percebeu-se que os consumidores frequentam a feira, pois é o local mais próximo de casa que comercializa orgânicos ou quando estão a fazer uma caminhada pelo Bosque. Verificou-se, também, que as pessoas acham que ir à feira é um programa agradável, principalmente porque ela está inserida próxima do Bosque que possui uma área verde abundante de Mata atlântica de fácil acesso. Além disso, o local conta com seis bancas que permite a criação de vínculo entre consumidor e vendedor (em sua maioria é o próprio que produz).

## 5. CONCLUSÕES

A substituição de alimentos convencionais por orgânicos está diretamente relacionada com a qualidade dos alimentos e com a saúde, principalmente daqueles que possuem filhos pequenos.

O preço, qualidade e saúde foram fatores decisivos na opção de consumo de produtos orgânicos, o que cada vez mais as noções de alimento e saúde estão sendo associadas, numa relação do tipo causa e efeito.

Embora os entrevistados estejam satisfeitos com o consumo de produtos orgânicos, é válido ressaltar a importância de cada vez mais ocorrerem iniciativas para conscientização sobre consumo por esse tipo de alimento que propicia melhor qualidade de vida, bem como incentivos através da educação ambiental para as futuras gerações e políticas públicas representativas para os sistemas produtivos orgânicos a nível regional e nacional.

## REFERÊNCIAS

DE OLIVEIRA MACHADO FILHO, Hermes et al. Percepção Ambiental de alunos das “Salas de Inclusão” na escola Liceu Paraibano, João Pessoa–PB, no contexto do paradigma da educação inclusiva. **Revista Monografias Ambientais**, v. 13, n. 2, p. 3255-3264, 2014.

MAPA. **Estudo cita Coopernatural como uma das marcas de orgânicos mais lembradas do país, 2017**. Disponível em: <<http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/estudo-cita-coopernatural-como-uma-das-marcas-de-org%C3%A2nicos-mais-lembradas-do-pa%C3%ADs>>. Acessado em: 18 set. 2018.

MAZZOLENI, Eduardo Mello; NOGUEIRA, Jorge Madeira. Agricultura orgânica: características básicas do seu produtor. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 44, n. 2, p. 263-293, 2006.

MOTT, Luis. **A feira de Brejo Grande: estudo de uma instituição econômica num Município sergipano do Baixo S. Francisco**. 1975. Tese de Doutorado. Universidade Estadual de Campinas.

PENTEADO, Sílvia Roberto. **Introdução à agricultura orgânica**. Viçosa: Aprenda Fácil, 2003.

SAMARA, Beatriz Santos; DE BARROS, José Carlos. **Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia**. Pearson Prentice Hall, 2007.