

**CARACTERIZAÇÃO DOS CONSUMIDORES E PRODUTORES DE PRODUTOS
ORGÂNICOS EM QUATRO MUNICÍPIOS DA REGIÃO NORDESTE DO RS**

Laurindo Francisco Kufner

Titulação: Bacharel em Administração Rural e Agroindustrial na Universidade Estadual do Rio Grande do Sul.

Identificação profissional: Avenida Pioneiro Fiorentino Bacchi 311, centro, Sananduva, RS. Cep. 99840-000

E-mail: laurindo-kufner@uergs.edu.br

Ernane Ervino Pfuller

Titulação: Eng. Agrônomo e Educador Físico - UFSM e Mestre em Agronomia - UFSM

Identificação profissional: Prof. da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – Uergs. Avenida Pioneiro Fiorentino Bacchi 311, centro, Sananduva, RS. Cep. 99840-000

E-mail: pfuller.ernane@gmail.com

Miguel Ângelo Sandri

Titulação: Eng. Agrônomo – UFSM, Mestre em Agronomia – UFSM e Doutorado em Agronomia-Horticultura – UNESP.

Identificação profissional: Professor do Ensino Básico Técnico e Tecnológico do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul Campus Bento Gonçalves. R. Gen. Osório, 348 - Centro, Bento Gonçalves - RS, 95700-000

E-mail: miguel.sandri@bento.ifrs.edu.br

RESUMO: Nos últimos anos o padrão de consumo de alimentos vem se alterando, observando-se a busca de uma dieta mais saudável e a preocupação sobre o impacto que uma atividade produtiva pode acarretar ao meio ambiente. Assim, o objetivo deste trabalho foi caracterizar a produção e o consumo de produtos orgânicos em quatro municípios da região do Corede Nordeste, além de apresentar uma noção do aparecimento e desenvolvimento da agricultura orgânica, mostrando sua importância para o desenvolvimento agrícola sustentável e como alternativa à produção de alimentos livres de resíduos químicos. Para tanto foram aplicados questionários, através de uma amostra composta de 34 consumidores e 24 produtores dos municípios de Sananduva, Paim Filho, São João da Urtiga e Ibiaçá. Observou-se uma demanda crescente por produtos orgânicos, mostrando haver um potencial para expansão na produção, a qual deve acompanhar as exigências dos consumidores em quantidades, variedades e qualidade. Observou-se que o fator mais importante na decisão de compra está relacionado com o aspecto da saúde familiar e pessoal, percebeu-se o alto nível de instrução dos consumidores e o valor nutritivo foi a característica mais importante citados pelos consumidores para adquirir produtos orgânicos. O principal entrave do consumidor foi em relação ao preço. Já em relação aos produtores, a principal dificuldade enfrentada está na comercialização da produção é a falta de registro e rótulo. O nível de instrução das famílias é médio, mas todas têm um grande conhecimento sobre a produção orgânica. Destaca-se a ausência de planejamento da produção, influenciando na diversidade e regularidade da oferta de produtos orgânicos na região. Por fim, este estudo sugere ajustar a demanda de produtos orgânicos, que se mostrou favorável a um consumidor exigente, tornando-os assim, uma realidade viável e acessível a um mercado crescente.

Palavras-chave: Produtos orgânicos. Meio ambiente. Valor nutritivo. Planejamento da produção.

ABSTRACT: In recent years the pattern of food consumption are changing, observing the search for a healthier diet and worry about the impact that a productive activity can cause to the environment. The objective of this study was to characterize the production and consumption of organic products in four municipalities of the COREDE Northeast, besides presenting a sense of emergence and development of organic agriculture, showing its importance for sustainable agricultural development and as an alternative to production of food free of chemical residues. For both questionnaires were applied through a sample of 34 consumers and 24 farmers in the

municipalities of Sananduva, Paim Filho, São João da Urtiga and Ibiaçá. There was a growing demand for organic products, showing there is a potential for expansion in production, which must follow the requirements of consumers in quantity, variety and quality. It was observed that the most important factor in the buying decision is related to the aspect of family and personal health, it was noticed the high level of consumer instruction and nutritional value was the most important feature cited by consumers to purchase organic products. The main obstacle was consumer on the price. In relation to the producers, the main difficulty faced is the commercialization of the production is the lack of record and label. The household education level is medium, but all have a great knowledge about organic production. Noteworthy is the absence of production planning, influencing the diversity and regularity of supply of organic products in the region. Finally, this study suggests adjusting the demand for organic products, which proved favorable to a demanding consumer, making them a viable and affordable reality for a growing market.

Key-words: Organic products. Environment. Nutritional value. Production planning.

1 INTRODUÇÃO

O consumo de produtos orgânicos tem aumentado nos últimos anos devido a crescente preocupação da população com relação à qualidade dos alimentos consumidos, aos problemas ocasionados pela poluição, à degradação dos ecossistemas com perda da biodiversidade e a crescente consciência ecológica. É cada vez maior a exigência com relação aos atributos de qualidade e segurança, pois os consumidores estão preocupados principalmente com a qualidade de vida e a preservação do meio ambiente.

A agricultura orgânica oferece numerosas vantagens com relação à preservação do meio ambiente quando comparada à agricultura convencional na qual os produtos químicos utilizados podem contaminar as águas, perturbar processos ecológicos, prejudicar microorganismos benéficos, além da possibilidade de causarem problemas de saúde aos produtores e consumidores. Em contraste, a agricultura orgânica está orientada a melhorar a biodiversidade, restabelecer o equilíbrio ecológico natural, conservar o solo e os recursos hídricos. Nesse contexto, a agricultura orgânica conquista espaço para o seu desenvolvimento, pois é um sistema de manejo baseado no equilíbrio do ecossistema, no uso mínimo de insumos provenientes de fora da propriedade e em práticas de manejo que buscam restaurar e enriquecer o ambiente (WILLER et al. apud PROCISUR, 2004).

Neste sistema de produção a integração das atividades agrícolas na propriedade e entre propriedades é necessária para viabilizar os sistemas de produção animal e vegetal visando o desenvolvimento de tecnologias que busquem definir estratégias de manejo promotoras de sinergia entre as atividades. Além disso, a produção orgânica permite agregar valor ao produto, pois busca analisar e trabalhar todo o processo, desde a produção até o consumidor final. Permite ainda, diminuir custos de produção, pela redução de utilização de insumos externos ao sistema e também pela redução de custos de manutenção do recurso solo,

permitindo um maior retorno econômico para as unidades de produção orgânica e consequentemente a sustentabilidade da produção agropecuária familiar.

A agricultura orgânica caracteriza-se por apresentar vantagens sociais na medida em que se utiliza materiais alternativos e disponíveis em nível local os quais normalmente requerem maior mão-de-obra aumentando as oportunidades de emprego em comunidades de agricultores familiares e nos vários segmentos da cadeia produtiva.

Na região nordeste do estado do Rio Grande do Sul também predomina agricultura familiar com pequenas áreas de terra. Nessa organização os produtores são pouco capazes de se manterem competitivos, produzindo commodities ou produto de baixo valor, entretanto, novas oportunidades estão surgindo com a abertura do mercado interno e externo, quando apresentam-se novas tendências e preferências, entre as quais está a produção de alimentos orgânicos.

A realidade que se têm hoje, nos quatro municípios estudados, é de uma população pequena, com tendência ao decréscimo populacional na área rural, além de baixos índices de escolaridade. Parte considerável da população possui baixa renda e observam-se poucas políticas agrícolas que proporcionem estruturação e crescimento da agricultura familiar, verificando-se incentivo à adoção de uma agricultura "modernizada" e voltada para atender o mercado exportador (Cetap, 2005).

Diante deste contexto, a agricultura familiar deixa de produzir para o sustento da família e da população urbana do município e região passando a se especializar em produtos direcionados á outros mercados. Esta mudança de produção faz com que os agricultores aumentem excessivamente seus custos fazendo com que muitos mudem de atividade e desistam da agricultura.

A utilização de técnicas de produção compatíveis com a preservação do ambiente possibilita produzir alimentos para seu próprio sustento e para a população local utilizando técnicas adequadas do ponto de vista social, econômico e ambiental. Isso possibilita reduzir os custos de produção e estimula os agricultores e filhos de agricultores a permanecerem na atividade agrícola e no meio rural.

O propósito desse estudo é conhecer e caracterizar a produção e consumo de produtos orgânicos em quatro municípios pertencentes ao Corede Nordeste analisando suas potencialidades e limitações, visando gerar informações para promover o desenvolvimento e estimular este segmento na região.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Contextualização da agricultura orgânica

O crescimento expressivo da participação da agricultura orgânica no mercado nacional e internacional, e a dependência de sua certificação às normas padronizadas têm pressionado os produtores na busca de tecnologias para o manejo agropecuário orgânico. A agricultura orgânica apresenta-se como um mercado inovador em decorrência da baixa dependência em relação aos insumos externos, do aumento de valor agregado ao produto, e de propiciar a conservação dos recursos naturais e do meio ambiente. Além da geração de oportunidades de empregos em comunidades de agricultores familiares e nos vários outros segmentos da cadeia produtiva.

O modelo convencional, por ser fortemente dependente de fatores externos, aumenta a disparidade entre a florescente agricultura empresarial e a empobrecida agricultura camponesa. Nesta, não há aumento na produtividade de sua mão-de-obra, os rendimentos por unidade de terra e de animal estão estancados, a relação insumo/produto é cada vez mais desfavorável e, as receitas geradas não são suficientes para melhorar suas condições de vida e lhes permitir fazer grandes investimentos (PROCISUR, 2004).

O conceito de agricultura orgânica surge com o inglês Sir Albert Howard, entre os anos de 1925 e 1930, que trabalhou e pesquisou durante muitos anos na Índia. Howard ressaltava a importância da utilização da matéria orgânica e da manutenção da vida biológica do solo (AMBIENTE BRASIL, 2006).

Agricultura orgânica é o sistema de produção que exclui o uso de fertilizantes sintéticos de alta solubilidade, agrotóxicos, reguladores de crescimento e aditivos para a alimentação animal, compostos sinteticamente. Sempre que possível baseia-se no uso de esterco animais, rotação de culturas, adubação verde, compostagem e controle biológico de pragas e doenças. Busca manter a estrutura e produtividade do solo, trabalhando em harmonia com a natureza (AMBIENTE BRASIL, 2006)

A agricultura orgânica prioriza a qualidade, promovendo a saúde da terra e, conseqüentemente, do ser humano que produz e consome os produtos. Usa-se técnicas naturais de combate às pragas, técnicas manuais de combate às invasoras e adubo orgânico (sem processamento químico). Usa-se a biodiversidade natural a favor da produção agrícola, deixando que a própria Natureza trabalhe junto com o ser humano. Como consequência

obtem-se alimentos saudáveis, com mais vitalidade e mantêm-se a saúde do solo (AMBIENTE BRASIL, 2006).

As sementes utilizadas no sistema são produzidas na propriedade, são obtidas de variedades crioulas, as quais são mais resistentes, adaptadas e de boa produtividade, possibilitando maior autonomia ao produtor e diminuição dos custos de produção. As principais causas apontadas pelos agricultores para a adoção dessas práticas foram os elevados preços dos adubos e pesticidas, e a consciência a respeito dos efeitos de agrotóxicos sobre a saúde humana, vida silvestre e a degradação de recursos naturais e, muitas vezes, puramente econômicas.

A criação de animais no sistema orgânica enfatiza o bem-estar animal, através de métodos de manejo que dispensam tratamentos veterinários. É um método de produção agrícola de baixo impacto ambiental que exige altos padrões de bem-estar animal, trazendo benefícios à saúde das pessoas. A agricultura orgânica reconhece que a saúde humana está diretamente relacionada com a saúde do alimento que ingerimos e, conseqüentemente, com a saúde do solo. A agricultura orgânica apoia-se nos vastos conhecimentos e habilidades de produtores.

2.2 A agricultura orgânica no Brasil

A agricultura orgânica no Brasil apresenta um crescimento estimado de 30% ao ano. O setor reúne aproximadamente 8 mil produtores com área totalmente convertida e mais as áreas em conversão somam 842 mil hectares (0,24 da área cultivada no Brasil). Destacando-se os agricultores que já obtiveram a certificação de seus sistemas produtivos, um grupo numericamente superior aos agricultores certificados, não quantificados oficialmente, que destina suas produções aos mercados locais, e, ainda, um grupo de aproximadamente dois milhões de estabelecimentos agrícolas que utiliza sistemas produtivos fundamentados na baixa introdução de insumos químicos (IBD, 2006).

Esse crescimento se deve principalmente à adequação do sistema de produção orgânico às características de pequenas propriedades com gestão familiar, seja pela diversidade de produtos cultivados em uma mesma área, seja pela menor dependência de recursos externos, com maior utilização de mão de obra e menor necessidade de capital (IBD, 2006).

A agricultura familiar é responsável por 70% da produção agroecológica do País, sendo uma alternativa para a ampliação de renda das famílias rurais, porque além de

proporcionar uma perfeita integração com o meio ambiente, insere os produtores em um mercado em plena expansão no mundo todo (ASCOM, 2006).

Em 2006 a produção orgânica no Brasil ocupa a segunda posição dentre os maiores produtores mundiais de orgânicos, Sendo que até 2004, ocupava o 34º lugar. Este salto no ranking foi impulsionado pela inclusão do extrativismo sustentável, principalmente na Amazônia (IBD, 2006).

No Brasil não há estatísticas oficiais sobre o mercado orgânico, sendo as informações disponíveis fornecidas pelas certificadoras, considerando portanto, somente as áreas certificadas Segundo dados fornecidos pela Conferência Biofach (2003), o mercado brasileiro aumentou de US\$ 120 milhões em 1998 para cerca de US\$ 1 bilhão em 2003, dos quais cerca de 15% no mercado interno e 85% em exportação (IBD, 2006).

No mercado interno há enorme variedade de produtos orgânicos sendo comercializados, principalmente hortifrutigranjeiros, e uma série de experiências de produção baseada em sistemas sustentáveis, visando o emergente mercado. Os produtos mais comuns são as hortaliças, seguidos de café, açúcar, sucos, mel, geléias, feijão, cereais, laticínios, doces, chás, ervas medicinais. Em menor escala estão os vinhos, cerveja e cachaça, camarão, frangos, carne bovina, ovos, têxteis e cosméticos (IBD, 2006).

Os principais canais de comercialização destes produtos são as feiras e associações de produtores, com 39,6 e 38,5% respectivamente, seguido das vendas diretas aos consumidores, com 31,5%. Os supermercados com 17,7%, as mercearias e cooperativas com 7,9% e os representantes e a internet com 3,4%, segundo pesquisa realizada com produtores orgânicos dos Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e Rio de Janeiro (SEBRAE Apud IBD, 2006).

No Brasil a agricultura orgânica desenvolveu-se até o final da década de 90 a despeito de iniciativas oficiais de incentivos e da promoção de pesquisas oficiais em agricultura orgânica, os produtores, juntamente com as ONGs e associações de agricultores orgânicos foram os responsáveis pelo desenvolvimento desta atividade até os dias atuais, através de experimentação em campo e observação dos processos naturais (NEVES et al, 2003).

O Brasil tem um grande potencial de expansão da agricultura orgânica pelos seguintes motivos possui uma rica biodiversidade, 16 milhões de hectares para expansão sem precisar derrubar uma árvore, 12% de toda a água doce do planeta, condições climáticas favoráveis à agricultura: temperatura média de 21 a 27 graus/ano, 3.300 horas de sol/ano, média de 40mm de chuva/ano na região Nordeste, podendo acumular até 3.500mm no Norte e Sudeste. O

grande potencial de expansão do mercado a nível mundial e a possibilidade de uma vida mais saudável e mais digna são os principais motivos que levam tantos produtores brasileiros a investir na produção orgânica (IBD, 2006).

Uma das maiores dificuldades enfrentadas hoje pelos agricultores orgânicos é com a distribuição e comercialização dos seus produtos. A grande preocupação está com as relações comerciais de mercado para a agricultura orgânica e da necessidade de criar canais de comercialização da produção mais justa, tanto para o produtor como para o consumidor, por isso esse processo é um dos aspectos mais debatidos entre agricultores, pesquisadores e ONGs, que estão envolvidas na produção orgânica no Brasil.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Este estudo foi realizado em quatro dos 23 municípios, pertencentes ao Corede Nordeste: Sananduva, Paim Filho, São João da Urtiga e Ibiacá. Com a proposta de conhecer a realidade dos produtores e consumidores de produtos orgânicos destes municípios.

No estudo foram feitas pesquisas bibliográficas utilizando-se artigos de periódicos, livros, artigos e informações obtidas na internet, além de conversas informais. Foram elaborados e aplicados dois tipos questionários, o primeiro direcionado aos produtores e o segundo aos consumidores. As questões foram formuladas com o propósito de conhecer o perfil de consumo e produção, além de se conhecer os canais de comercialização que formam o elo entre produtores e consumidores.

Os questionários foram aplicados a 24 produtores e 34 consumidores no período de abril a maio de 2006, através de um roteiro de entrevistas. A amostragem foi feita de forma aleatória de modo a garantir a representatividade da amostra.

As aplicações desse instrumento procuraram cobrir todo o período das feiras ecológicas que acontecem, (das 7:30h às 12:00h) nos quatro municípios analisados, em um supermercados no município de Sananduva que possui um ponto fixo para venda. A coleta de dados com os agricultores foi realizada em suas propriedades.

Após a finalização das entrevistas as informações obtidas foram tabuladas em planilha eletrônica e sistematizadas.

A análise dos dados foi procedida por métodos de análise estatística.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Perfil dos consumidores de produtos orgânicos

O conhecimento do perfil dos consumidores é importante, pois permite orientar o trabalho de produção, direcionar o processo de marketing e comercialização, além de dar uma ideia da importância desse segmento de consumo no mercado regional.

A primeira variável pesquisada foi a frequência do consumo de produtos orgânicos. Os entrevistados foram questionados quanto ao número de dias na semana que adquirem esses produtos. Os dados de frequência de consumo mostram que 79,41% dos consumidores de produtos orgânicos têm o hábito de adquirir esse tipo de produto uma vez na semana e 20,59% adquirem produtos orgânicos duas vezes na semana. Essa informação é importante para o produtor visto que, a oferta de produtos orgânicos com frequência maior do que uma vez na semana deve vir acompanhada de uma mudança de hábito por parte do mercado consumidor, caso esse que se aplica especialmente às feiras de produtores.

Esses resultados indicam que um dos fatores que pode explicar o êxito das feiras de produtos orgânicos é a frequência com que os consumidores têm o hábito de adquirir seus produtos, a qual é similar à frequência com que a grande maioria das feiras ocorre. Desse modo, justificaria a realização de feiras de produtores várias vezes na semana, mas de forma itinerante em diferentes bairros e mesmo cidades.

Os resultados relacionados época em que os entrevistados iniciaram a consumir produtos orgânicos. Do total de entrevistados 44,12% adquirem produtos orgânicos há 3 anos, 32,35% entre 3 e 6 anos; 8,82% entre 7 e 9 anos, e 14,71% adquirem produtos orgânicos a mais de 9 anos. Esses dados mostram que o número de consumidores tem aumentado a cada ano, indicando a constante preocupação no consumo de alimentos produzidos de forma orgânica. Isso mostra que o produtor deve organizar sua produção para oferecer seus produtos numa proporção similar a essa demanda na área abrangida por esse estudo.

A Figura 01 apresenta o nível de instrução das pessoas que adquirem produtos orgânicos. Foi possível constatar que 11,76% dos entrevistados cursaram até o primário ou ensino fundamental incompleto; 17,65% completaram o ensino fundamental completo; 29,41% completaram o ensino médio completo e 41,18% apresenta o curso superior completo. Para cada variação de grau instrucional analisado constatou-se um aumento médio no número de consumidores de produtos orgânicos de 9,95%. Destaca-se o alto nível de escolaridade presente, pois, somando-se os percentuais dos entrevistados que possuem segundo grau completo e curso superior obtêm-se 70,59%.

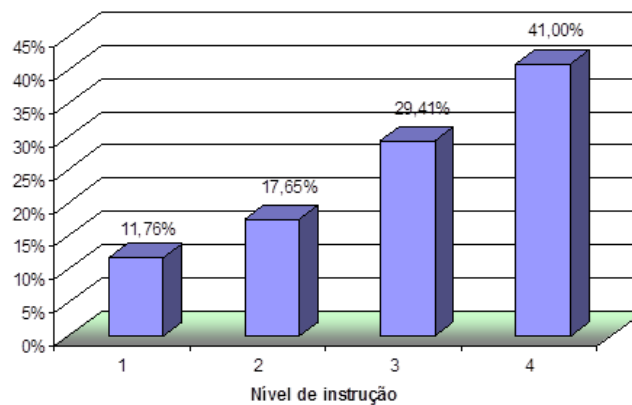


Figura 01 – Nível de escolaridade dos consumidores de produtos orgânicos nos municípios de Ibiacá, Paim Filho, Sananduva e São João da Urtiga (1: ensino fundamental incompleto, 2: ensino fundamental completo, 3: ensino médio completo, 4: ensino superior completo).

Fonte: Elaborado pelos autores (2016).

A procura por produtos orgânicos demonstrou baixa relação com a renda dos consumidores entrevistados (Figura 02). Entre os entrevistados observa-se que 17,65% recebem até 2 salários mínimos mensais, 23,53% de 2 a 3 salários mínimos, 23,53% de 3 a 4 salários mínimos, 26,41% dos pesquisados, possuem uma renda familiar na faixa de 4 a 5 salários mínimos, sendo o maior público consumidor, e apenas 8,82% possuem renda acima de 5 salários mínimos mensais.

O fator renda foi pesquisado para conhecer o perfil econômico dos consumidores, pois é uma informação importante no direcionamento estratégias de mercado, como ações de marketing e estratégias de venda.

O marketing tem um papel importante no hábito dos consumidores de alimentos, pois tem a capacidade de atrair os mesmos visando direcionar suas opiniões e comportamentos de compra e consumo de produtos e serviços os quais acabam também por influenciar seus estilos de vida. Observando-se os dados da pesquisa constata-se que o marketing deve ser direcionado aos consumidores de todos os níveis de renda. A informação obtida anteriormente de que o nível de escolaridade tem relação com o consumo de produtos orgânicos poderia levar a dedução de que haveria relação similar com a renda, no entanto, a mesma não foi confirmada visto que 91,19% dos entrevistados possuem renda média mensal de até cinco salários mínimos.

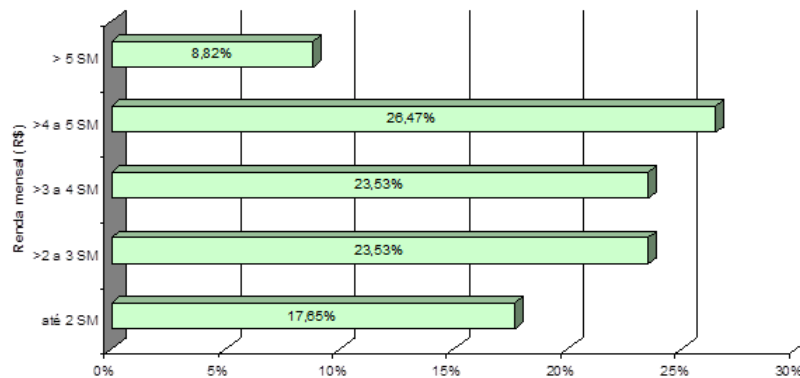


Figura 02 – Renda familiar mensal em salários mínimos dos consumidores de produtos orgânicos, nos municípios de Ibiaçá, Paim Filho, Sananduva e São João da Urtiga.

Fonte: Elaborado pelos autores (2016).

Para identificar a faixa etária dos consumidores foram utilizados cinco intervalos, sendo que 23,53% dos entrevistados possuíam entre 21 e 30 anos de idade, 26,47% entre 31 e 40 anos, 17,65% entre 41 e 50 anos, apenas 11,76% dos consumidores estavam na faixa etária entre 51 e 60 anos e 20,59% possuíam acima de 60 anos. Na entrevista não foram observados pessoas com idade inferior a 21 anos (Figura 03).

Percebe-se que 50% dos consumidores de produtos orgânicos possuem até 40 anos de idade. Pessoas nessa faixa etária são economicamente ativas e geralmente estão preocupadas com a qualidade de vida, tendo muitas delas um consumo consciente e uma consciência ambiental. No entanto, as diferenças observadas com relação à faixa etária são pequenas, visto que outra metade dos consumidores está situada acima de 40 anos, sendo 20,59% acima de 60 anos.

Isso mostra que as estratégias de venda e marketing não devem ser direcionadas a faixas etárias específicas. Um das possíveis explicações desse comportamento é que o consumo de produtos orgânicos estaria ocorrendo nas famílias, ou seja, não seriam pessoas isoladas que estariam se alimentando de produtos orgânicos, mas grupos familiares. No entanto, essa informação não possa confirmada por essa pesquisa visto que não foram levantados dados relacionados ao consumo familiar, sendo recomendado fazer esse estudo em pesquisas futuras.

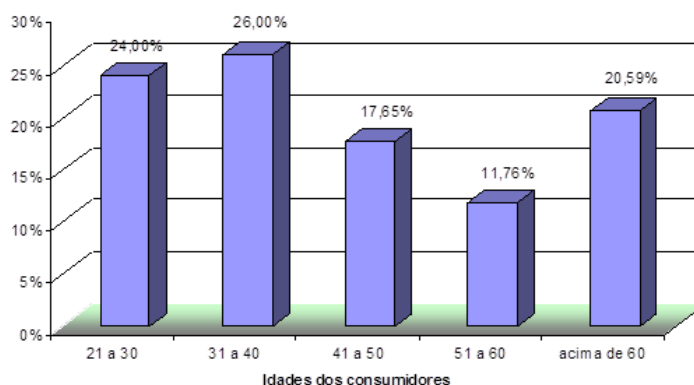


Figura 03 – Faixa etária dos consumidores de produtos orgânicos entrevistados, nos municípios de Ibiacá, Paim Filho, Sananduva e São João da Urtiga.

Fonte: Elaborado pelos autores (2016).

Na Figura 04 são apresentados os principais fatores de compra que levaram os consumidores a adquirir produtos orgânicos. Ao serem questionados sobre os principais motivos que os levam a comprar produtos orgânicos, e não convencionais, a maior parte dos consumidores citou como item de maior importância a saúde pessoal e familiar, com 91,18%.

Deve salientar que a opção determinante para os consumidores redirecionarem seu consumo para os produtos orgânicos não é, primordialmente, a preocupação com a preservação do meio ambiente, que aparece apenas em 3º lugar, mas sim a atenção com a saúde. Destaca-se ainda a preocupação dos consumidores em auxiliar os pequenos agricultores da região, sendo que 50% dos entrevistados consideraram este fator importante. Isto demonstra que o consumidor está consciente do auxílio aos agricultores familiares, pois eles são à base da economia da região.

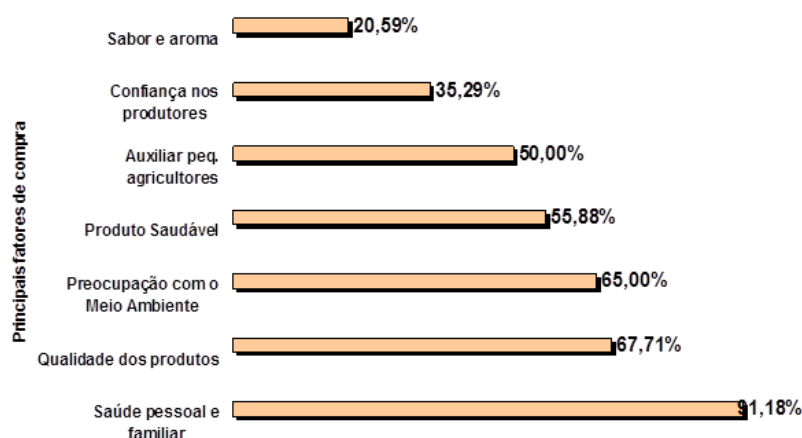


Figura 04 – Principais fatores que influenciam os consumidores na aquisição de produtos orgânicos, nos municípios de Ibiacá, Paim Filho, Sananduva e São João da Urtiga.

Fonte: Elaborado pelos autores (2016).

Para aprofundar a compreensão sobre o que o consumidor de produtos orgânicos considera mais importante na qualidade dos produtos e o que o levou a adquiri-los, foram estabelecidas três características envolvendo qualidade sendo elas aparência, sabor e valor nutritivo. O valor nutritivo foi à característica considerada mais importante pelos consumidores sendo citado por 88,24% dos entrevistados. O sabor teve 47,06% de importância e a aparência dos produtos teve um grau de importância de apenas 8,82%. Pode-se constatar assim que o consumidor de produtos orgânicos é consciente, pois além de estar preocupado com a saúde considera muito importante o valor nutritivo dos alimentos. Desta forma o marketing além de estar relacionado a questões de saúde envolver aspectos nutricionais.

Com relação ao conhecimento dos consumidores de produtos orgânicos quanto a certificação, verificou-se que 17,65% conhecem algum selo e 82,35% não o conhecem. Verificou-se ainda que 47,06% dos entrevistados afirmam que gostariam que os produtos tivessem algum selo de certificação, já 52,94% afirmaram ter confiança nos alimentos orgânicos e acreditam que o selo de certificação não tem importância. Desta maneira percebe-se que mais da metade dos consumidores entrevistados confiam nos produtores da região.

Os entrevistados mencionaram que deveria haver um ponto fixo em cada município para comercialização, um local adequado para que os consumidores pudessem encontrar todos os dias produtos frescos; dispondo dos produtos em mais de um mercado. Também foram citados como fatores importantes: o abastecimento diário; a oferta dos produtos nos domicílios dos consumidores; o aumento da oferta; e investimento em marketing, fazendo uma maior divulgação dos produtos e conscientizando os consumidores dos seus benefícios para saúde e meio ambiente dos produtos orgânicos; realização de feiras regionais; políticas de incentivo e recursos para o setor; planejamento da produção, para manter a regularidade; e redução no preço.

Com relação à satisfação do consumidor quanto à localização dos pontos de venda, 85,59% estão satisfeitos e 14,71% não estão com os dias horários em que é realizada a feira. Quanto aos dias em que ocorrem as feiras 73,53% estão satisfeito e 26,47% não estão; com os horários 91,18% estão satisfeitos e apenas 8,82% não estão. Percebe-se que o consumidor está satisfeito e desta maneira não é preciso fazer mudanças na forma como estão organizadas as feiras e a localização dos pontos fixos no mercado.

Com relação ao preço de venda observou-se que aproximadamente 35,59% dos entrevistados afirmam estar dispostos a pagar acima do preço de um produto convencional. Este dado confirma que os consumidores não apenas sabem que estão pagando mais caro por um produto orgânico para ter acesso um produto de melhor qualidade. Mas por outro lado, observa-se que uma parcela importante de consumidores 64,71% acha que o preço não deveria ser maior. As principais reclamações dos consumidores, em relação aos alimentos orgânicos, segundo os entrevistados nos pontos de venda, apontaram que o preço elevado é o principal entrave para o consumo de alimentos orgânicos.

Entre os entrevistados 67,65% gostariam de conhecer as propriedades rurais onde os produtos orgânicos são produzidos. Esta iniciativa traria bons resultados, pois os consumidores poderiam verificar as reais dificuldades dos agricultores e tirar dúvidas em relação à forma de produção e certificação. O trabalho também serviria como uma forma de educação ambiental, promoção do turismo rural e valorização da produção local de alimentos.

4.2 Perfil dos produtores em sistema de cultivo orgânico

Será apresentado, na sequência, a caracterização dos produtores orgânicos. A identificação das características servirá de base para apontar alternativas e propostas para auxiliar os produtores na promoção do desenvolvimento.

Nos quatro municípios pesquisados na região nordeste do Rio Grande do Sul existem aproximadamente 24 famílias envolvidas com a produção orgânica de hortifrutigranjeiros, destas apenas três propriedades são totalmente orgânicas. Os produtores comercializam seus produtos em feiras ecológicas e em supermercados da região e também diretamente com os consumidores.

Verificando a área utilizada para a produção de hortifrutigranjeiros orgânicos, percebe-se que a média é de 4,16 ha por propriedade, variando entre 0,5 a 20 ha. O levantamento demonstrou que do total dos estabelecimentos rurais pesquisados, todos são propriedades agrícola de cunho familiar. Na condição da posse da terra dos agricultores orgânicos verifica-se que 100% deles produzem em áreas próprias.

Quanto à satisfação em produtores com relação à comercialização, 40% estão satisfeitos, já 60% estão insatisfeitos com a forma com que seus produtos são comercializados.

As principais dificuldades encontradas na comercialização da produção é a falta de registro dos produtos, sendo apontada por 40% dos produtores, 24% considera o mercado restrito, falta espaço nos supermercados da região, 20% dos produtores têm dificuldade com o

transporte e 8% dos produtores apontam como dificuldade a falta de regularidade dos produtos nas entressafas (Figura 05).

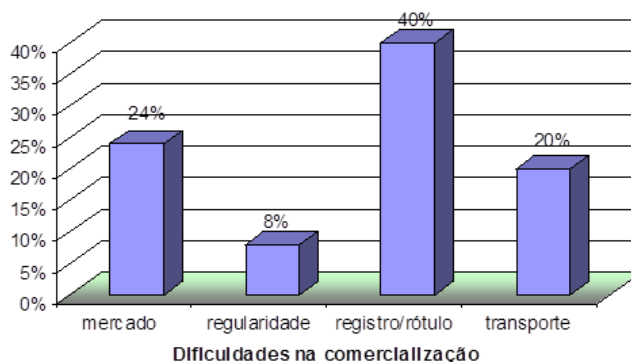


Figura 05 – Dificuldades encontradas pelos produtores no processo de comercialização de produtos orgânicos.

Fonte: Elaborado pelos autores (2016).

Os produtores apontaram sugestões, para melhorar a comercialização, indicando novas formas de organização da mesma. Sessenta e cinco por cento mencionaram a necessidade de uma central que reúna os produtos em cada município, 20% dos entrevistados acreditam que deveriam ser criadas mais feiras ecológicas, 10% apontaram que deveria existir uma central regional de comercialização para proporcionar maior ganho aos produtores. Esta central além de ser um local adequado e centralizado para venda da produção estaria gerando agregação de valor às pequenas propriedades e o consumidor da região também seria um grande beneficiado, uma vez que os produtos seriam comercializados com menor custo. Verificou-se ainda que 5% dos produtores consideram importante realizar a venda diretamente ao consumidor final, (entrega à domicílio), e 10% sugeriram que deveriam formar uma associação regional, para realizar feiras regionais e popularizar o consumo, além de fortalecer os agricultores orgânicos da região (Figura 06).

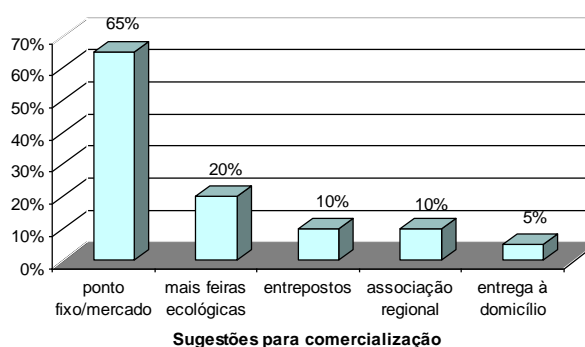


Figura 06 – Sugestões dos produtores entrevistados para novas formas de comercialização de produtos orgânicos, nos municípios de Ibiacá, Paim Filho, Sananduva e São João da Urtiga.

Fonte: Elaborado pelos autores (2016).

Com relação ao nível de escolaridade (Figura 07) observa-se que 36% dos agricultores entrevistados estudaram até o ensino fundamental incompleto; 44% o ensino fundamental completo; 16% o ensino médio completo e 4% superior incompleto. Destaca-se um nível médio de escolaridade dos agricultores.

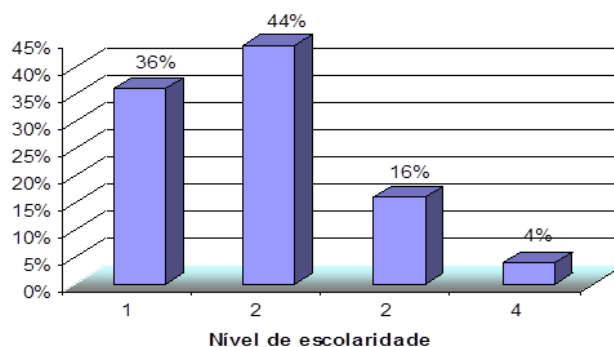


Figura 07 – Nível de escolaridade dos produtores orgânicos, nos municípios de Ibiaçá, Paim Filho, Sananduva e São João da Urtiga. (1:ensino fundamental incompleto; 2:ensino fundamental completo; 3: ensino médio completo; 4: ensino superior incompleto).

Fonte: Elaborado pelos autores (2016).

A Figura 08 mostra que entre os entrevistados 37,84% recebem até um salário mínimo mensal, 37,84% de 1 a 2 salários mínimos, 15,79% de 2 a 3 salários mínimos, 15,79% dos pesquisados possuem uma renda familiar na faixa de 3 a 4 salários mínimos, sendo que apenas 5,26% possuem renda acima de 4 salários mínimos mensais. Estes valores são provenientes de 18 propriedades, pois das 24 propriedades seis delas estão iniciando e ainda não possui renda da produção orgânica.

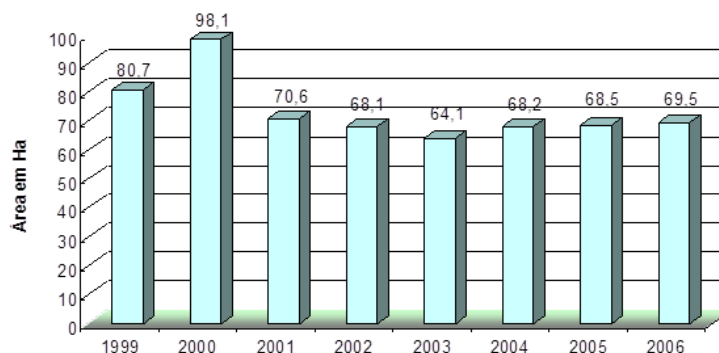


Figura 08 – Área destinada a produção orgânica, nos municípios de Ibiaçá, Paim Filho, Sananduva e São João da Urtiga.

Fonte: Elaborado pelos autores (2016).

Atualmente na feira ecológica em Sananduva/RS, situada no centro da cidade seis produtores comercializam suas produções, sendo um deles do município de Santo Expedito do Sul/RS. A feira ocorre aos sábados pela manhã, das sete horas ao meio-dia. Semanalmente, estima-se que esta feira receba cerca de 100 consumidores, conforme dados fornecidos pelos feirantes. No município de Paim Filho/RS dois produtores fazem feiras no próprio município e mais dois produtores deste município comercializam em feiras no município de Lagoa Vermelha/RS, todos os sábados pela parte da manhã, além de existirem produtores deste município que comercializam diretamente aos consumidores. Os produtores de Ibiaçá vendem seus produtos diretamente nos domicílios dos consumidores e os produtores de São João da Urtiga também fazem a venda de seus produtos diretamente nos domicílios dos produtores. Os produtores participam de todo o processo de produção e comercialização buscando sua autonomia.

Quanto à assistência técnica, a maioria dos agricultores 84% recebe algum tipo de assistência técnica, geralmente de mais de uma instituição. O principal órgão de assistência técnica na região é o CETAP,(Centro de Tecnologias Alternativas Populares), sendo esta uma ONG, (Organizações Não Governamental). Apesar dos agricultores serem assessorados por entidades como o CETAP, grande parte do processo produtivo é baseado na experiência acumulada dos através antepassados dos próprios agricultores. As entidades que apoiam a produção orgânica na região nordeste do RS são: CETAP, COOPVIDA e Sindicatos dos Trabalhadores Rurais e algumas prefeituras.

Com relação às sementes, os agricultores de produtos orgânicos nos municípios de Ibiaçá, Paim Filho, Sananduva e São João da Urtiga, utilizam sementes orgânicas e convencionais. Sendo a atividade da agricultura orgânica recente no estado, a oferta de sementes orgânicas ainda não consegue suprir a necessidade do mercado, ainda é tolerado na região o uso de sementes de origem convencional. O adubo orgânico é todo produzido localmente, O principal componente da adubação utilizada nas propriedades pesquisada é o esterco bovino, suíno e de aves.

Apenas 29,16% dos produtores fazem algum tipo de planejamento, em conjunto com outros produtores, mostrando que existe pouca organização coletiva, acarretando maiores custos para os produtores. O planejamento da produção é importante para sua organização, onde cada produtor iria plantar determinado produto, em determinada época. Pois os consumidores gostariam de encontrar todos os dias produtos frescos nas gôndolas dos supermercados. Eles acreditam que os produtores deveriam manter uma regularidade de

entrega dos produtos orgânicos, pois há produtos que os produtores da região só conseguem entregar na safra, ficando sem ofertá-los nas entressafras.

Nestas unidades de produção pesquisadas a força de trabalho é basicamente familiar, com um total de 59,8 UTH (unidade de trabalho homem), distribuída entre os componentes das famílias, dando uma média de 2,49 UTHs por família. Existe uma pouca parcela de mão-de-obra contratada temporária, sendo encontrada em apenas 10 propriedades.

A maioria dos produtores orgânicos entrevistados (66,67%) participa de cursos de capacitação, congressos, dias de campos, exposições e palestras a fim de dispor de novos conhecimentos e informações sobre agricultura orgânica.

A busca de maior informação é de vital importância para os agricultores, adquirirem mais conhecimentos sobre produção comercialização de orgânicos. Os preços dos produtos não acompanham os custos dos insumos, sendo necessário, por isso, que os agricultores saibam produzir e comercializar sua produção agrícola, tendo um bom controle de custos, pois nos dias atuais somente permanecerá no meio rural quem souber administrar com cautela a sua propriedade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após feita a análise dos resultados permite-se sintetizar algumas conclusões relativas ao perfil dos consumidores e produtores de produtos orgânicos, nos municípios de Ibiaçá, Paim Filho, Sananduva e São João da Urtiga, que fazem parte da região do Corede Nordeste do RS.

Os dados da pesquisa indicam que o público das feiras orgânicas, apresenta nível de instrução elevada, tendo em sua maioria ensino superior.

O principal motivo à opção desses consumidores por produtos orgânicos é a qualidade dos mesmos no que se refere à saúde. Para uma estratégia de marketing deve-se direcioná-lo a uma abordagem envolvendo a saúde familiar.

De um modo geral, os consumidores consideram as características dos produtos boas, mas reclamam da falta de um maior número de pontos de compra. A maioria dos consumidores não se importa em pagar um preço mais elevado por esses produtos do que pagariam por produtos convencionais. Na verdade, estão dispostos a pagar um preço mais alto para poderem continuar a dispor desses produtos em sua dieta alimentar.

A preocupação dos consumidores limita-se a saúde pessoal e familiar, ficando em segundo plano a preocupação maior com a dimensão ambiental da agricultura orgânica. Além

disso, a pesquisa revelou que esse consumidor, diferentemente do que se poderia esperar, desconhece não só os fundamentos da agricultura orgânica, sua preocupação com a sustentabilidade ecológica e ambiental, mas também é desinformado quanto aos aspectos gerais desse tipo de agricultura. Eis um campo a ser trabalhado pela educação ambiental.

Em todas as propriedades visitadas, não foi encontrado nenhum produtor que não seja proprietários de sua terra, todos trabalham em terras próprias na produção orgânica, em pequenas propriedades que variam entre 0,2 ha a 20 ha. Percebeu-se que são os próprios agricultores os responsáveis pelos trabalhos que envolvem a produção orgânica. Isso demonstra que nestas unidades de produção, a agricultura é responsável pela ocupação da mão-de-obra familiar, não precisando os membros das famílias irem em busca de trabalhos fora das propriedades.

As principais dificuldades encontradas pelos produtores, estão relacionadas a falta de rótulo e registro na venda dos produtos orgânicos processados e in natura. Os produtores estão buscando a regularização juntos aos órgãos de inspeção, mas esbarram nas burocracias, uma vez que não existe legislação específica para os pequenos produtores.

Quanto ao sistema de distribuição, o mesmo é realizado diretamente pelo produtor nos pontos de venda. Foram identificadas as características da comercialização de produtos orgânicos, tendo uma grande aceitação por partes dos consumidores de produtos orgânicos, mas os mesmos são comercializados em apenas um supermercado e a maior parte da comercialização é feita nas feiras somente nos finais de semana.

Na região existem vários órgãos que apoiam e prestam assistência técnica aos produtores sendo estes importantes para o desenvolvimento rural, baseado na agricultura orgânica.

Nas propriedades visitadas, foi encontrado um baixo índice de jovens no meio rural, os quais estão indo morar na zona urbana, em busca de trabalho e com isso gerando a carência de mão-de-obra no campo, dificultando o trabalho nas unidades de produção, conseqüentemente isto irá dificultar a continuidade da propriedade agrícola.

Percebe-se desta maneira que a feira dos produtos orgânicos na região não é o único meio de dar retorno para aos produtores, pois somente com a feira os produtores não conseguem sobreviver, ele precisa atingir mercado maiores como pontos fixos em supermercados. a feira é um meio de propaganda para divulgar os produtos orgânicos pois proporciona o contato direto entre o consumidor e produtor.

Durante o trabalho de pesquisa constatou-se que a produção orgânica pode ser desenvolvida na pequena propriedade, proporcionando uma produção de alimentos saudáveis e contribuindo para o aumento da renda dos agricultores familiares. Este aumento de renda contribui para a manutenção das famílias no meio rural, diminuição a migração dos trabalhadores do campo para a cidade, diminuindo desta forma, problemas de desemprego e aumento da violência urbana. Por isso é necessário investir em novas alternativas de renda para os agricultores familiares, que seja economicamente e ambientalmente mais sustentável.

Este trabalho além de levantar importantes informações sobre a produção orgânica na região contribuirá para a realização de novos estudos servindo como um primeiro referencial para os mesmos.

REFERÊNCIAS

AMBIENTE BRASIL. **Produto orgânico** – Disponível em:

<<http://www.ambientebrasil.com.br>> acesso em 20/04/2006

ASCOM - Assessoria de Comunicação Social do MDA– **Agricultura orgânica é valorizada pelo governo federal** - Disponível em: <http://www.nead.org.br>> acesso em 26/04/2006.

CETAP. Centro de Tecnologias Alternativas Populares. **Levantamento sobre demandas e consumo de hortifrutigranjeiros na região de Sananduva/RS.** (material não publicado). Cetap, 2005.

IBD - INSTITUTO BIODINÂMICO. **A agricultura orgânica no Brasil** – Disponível em

<<http://www.ibd.com.br>> acesso em 19/04/2006

NEVES, Marcos Fava; CASTRO, Luciano Thomé E. **Marketing e estratégia e agronegócios e alimentos.** São Paulo: Atlas, 2003.

PROCISUR. Estado **Del Arte de la agricultura orgánica en Brasil.** Jun.2004 – Disponível em: http://infoagro.net/infotec/sur/PERFILES/BRASIL.htm#_top acesso em: 02 abr. 2006