



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*



UMA ANÁLISE DO PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PRODUTOS ORGÂNICOS EM PERNAMBUCO: O CASO DA FEIRA AGRO-ECOLÓGICA CHICO MENDES – RECIFE- PE.

ANA MARIA NAVAES DA SILVA; JOSÉ DE LIMA ALBUQUERQUE; DEMORVAL DOS SANTOS FILHO; RENATA PATRÍCIA LEANDRO DO NASCIMENTO; ELIZANDRO SOUZA DA SILVA;

UFRPE

RECIFE - PE - BRASIL

anavaes@terra.com.br

APRESENTAÇÃO ORAL

Comercialização, Mercados e Preços

UMA ANÁLISE DO PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PRODUTOS ORGÂNICOS EM PERNAMBUCO: O CASO DA FEIRA AGRO-ECOLÓGICA CHICO MENDES – RECIFE- PE.

Grupo de Pesquisa: Comercialização, Mercados e Preços

Resumo

A agricultura orgânica vem se destacando como umas das alternativas ao modo de produção agrícola convencional, o qual não atende mais aos padrões de consumo atuais devido a um aumento da degradação do meio ambiente, da contaminação do solo e do próprio agricultor que se expõe aos venenos utilizados nos processos de produção. Com isso, a agricultura orgânica aparece vinculada ao ramo da agricultura limpa superando vários paradigmas encontrados nos processos da agricultura convencional. No entanto esse segmento de mercado, ainda desconhecido por muitos, apresenta alguns entraves ao seu desenvolvimento como, por exemplo, o preço dos produtos. O presente trabalho tem o objetivo de analisar o perfil dos consumidores de produtos orgânicos comercializados na feira agro-ecológica Chico Mendes – Recife/ PE, com a finalidade de caracterizá-los e definir o seu comportamento em relação ao fortalecimento desse mercado. Foram entrevistados feirantes e consumidores de produtos orgânicos e aplicados questionários, os quais versaram sobre aspectos da renda, escolaridade, composição familiar, entre outros. Constatou-se que 51,35% dos consumidores encontram-se na faixa etária entre 32 a

47 anos de idade. Além do que, a média do valor gasto por semana em reais com a compra dos produtos orgânicos na feira é de R\$24,30. Com relação à renda familiar, 50% dos consumidores do sexo masculino apresentavam uma renda entre R\$1.000,00 e R\$4.000,00. O que vem confirmar que existe uma relação entre nível de renda e consumo de produtos orgânicos, ou seja, que a consciência ambiental dos consumidores depende, obviamente, também do nível de renda.

Palavras chaves: Agricultura Familiar, Agricultura Orgânica, Assentamentos Rurais, Feiras Agrícolas, Consumo Consciente.

Abstract

Organic agriculture has become a alternative to substitute conventional agriculture, once this way of production does not attend to actual consumers patterns, due to an increase of environment processes of degradation, of soil contamination and of the small farmers that are affected by the poison used in the process of production. Thus, organic agriculture appears as a process of clean production that must contribute to improve the quality of life of small farmers and the humankind as well. One of the most difficulty the affects the marketing of organic product is its price, mainly, when we talk about consumer that earns low salaries. This research has as main goal the study of the organic products demand at the Chico Mendes organic fair in Recife city (Pernambuco state), Brazil, in order to analyze the behavior of consumers in relation to theirs family composition, level of education, salaries, among others elements that affect the organic demand. Small farmers were interviewed as well as the organic products consumers and some questionnaires were applied. One evidenced that 51, 35% of the consumers are in the age band of 32 to 47. Beside, the average of the value expensed per week, with the purchase of the organic products in the fair is of R\$24,30. With relation to the familiar income, 50% of the consumers of the masculine sex presented an income between R\$1.000,00 and R\$4.000,00. What it comes to confirm that exists a relation between level of income and consumption of organic products, or either, that the environmental conscience of the consumers depends, obviously, also of the income level.

Key words: Familiar Agriculture, Organic Agriculture, Agricultural Nesting, Agricultural Fairs, Conscientious Consumption.

1. INTRODUÇÃO

A agricultura orgânica surge como alternativa ao modo de produção da agricultura convencional, o qual, tem sofrido inúmeras críticas, em decorrência dos aspectos deletérios que a agroindústria moderna trazia para a população e o meio ambiente.

Produzir organicamente significa, a grosso modo, minimizar os problemas estruturais, políticos e práticos que são encontrados na agricultura convencional.

Pesquisadores constataram, ainda nos anos 70, que a intensa produção dos produtos do gênero alimentício associada a uma grande utilização de produtos químicos responsáveis pela

manutenção e conservação dos alimentos, traziam diversos problemas tanto aos agricultores quanto à própria terra.

O sistema convencional de produção, amplamente impulsionado na época da “Revolução Verde”, ocorrida nas décadas de 60 e 70 e que perdura até os dias atuais quase que na totalidade das culturas brasileiras, bem como nas dos demais países, vem sendo debatido e condenado, inclusive em reuniões da conferência das Nações Unidas sobre o meio ambiente, desde o início da década de 70 até os dias atuais (Giordano, 2000), por causa da insustentabilidade que o modelo tem propiciado aos países em desenvolvimento.

Dentro de todos esses aspectos surgem os produtos orgânicos ou a agricultura orgânica como uma fonte de força de equilíbrio entre o homem e a natureza podendo, em parte, minimizar os problemas ambientais decorrentes da atividade agrícola conforme reconhecido pelo Ministério da Agricultura dos Estados Unidos da América (USDA, 1984).

No entanto, em termos competitivos, a agricultura convencional torna-se mais atraente, pois os custos de produção são bem menores se comparados aos custos da agricultura orgânica. Além do mais, outros fatores como produtividade, tempo de produção, entre outros são de fundamental importância na determinação da competitividade entre os segmentos, fazendo com que os preços dos produtos provenientes da agricultura convencional sejam bem menores e mais atrativos dos que os da agricultura orgânica.

O fator preço é um dos entraves apresentados no setor orgânico que dificulta o seu crescimento, fazendo com que grande parte da população, em especial nos países em desenvolvimento, opte pela agricultura convencional.

A partir daí tenta-se despertar a atenção do consumidor na busca por alimentos mais saudáveis e a agricultura orgânica apresenta-se em ampla expansão em nível mundial e nacional por suas características de sustentabilidade e produtos de qualidade com certificação de origem, que atendem à crescente demanda por parte de consumidores mais exigentes.

A agricultura orgânica tem dimensões éticas, sociais e ambientais que não podem ser relegadas, principalmente quando se discute o preço dos produtos orgânicos. Por suas características, a agricultura orgânica tem contribuído para a fixação, no campo, de um expressivo contingente de produtores familiares anteriormente excluídos.

Os consumidores dos produtos orgânicos, ao priorizarem sua saúde e bem-estar estão conscientes de que também promovem a qualidade de vida e saúde para os trabalhadores rurais.

A partir dessa análise a agricultura orgânica surge como uma das alternativas de exploração econômica para a agricultura familiar, em especial nos assentamentos de reforma agrária.

O presente trabalho tem o intuito de analisar qual o perfil do consumidor de produtos orgânicos em Pernambuco, em especial os que freqüentam a feira agro-ecológica Chico Mendes localizada no Sítio da Trindade no bairro de Casa Amarela município de Recife - PE, e o nível de satisfação dos mesmos em relação ao mercado agrícola orgânico local.

Foram feitas visitas periódicas no local de funcionamento da feira agro-ecológica Chico Mendes que serviram de base para a análise do perfil dos consumidores. Nesse estágio foi possível, através da aplicação de questionários sócio-econômicos, identificar esse perfil além de medir os níveis de satisfação e confiabilidade dos consumidores com os produtos da agricultura orgânica produzidos no assentamento Chico Mendes. Além do que, realizaram-se entrevistas direcionadas à assistência técnica, social e ambiental da Associação dos Trabalhadores Rurais de Chico Mendes, e os agricultores, para que fosse possível conhecer os modos de produção orgânicos utilizados no assentamento Honda Chico Mendes.

2. PRODUTOS ORGÂNICOS

Partindo do princípio de melhorias da qualidade de vida é que surgem discussões sobre a forma de como adequar os meios de produção agrícola às novas exigências do mercado onde a sustentabilidade do meio ambiente tem uma grande importância. Temos em jogo um modo de produção de uma agricultura que faz parte da agricultura limpa (sem agrotóxicos) onde não há degradação do meio ambiente, como os modos praticados na agricultura convencional, e ainda é capaz de proporcionar um desenvolvimento regional sustentável favorável aos assentados de reforma agrária.

Uma definição encontrada a respeito da agricultura orgânica é que ela retrata o solo como um sistema vivo, que deve ser "nutrido" de modo que não restrinja as atividades de organismos benéficos necessários à reciclagem de nutrientes e produção de húmus (USDA, 1984). Partindo do enfoque holístico, o manejo da unidade de produção agrícola visa promover a agrobiodiversidade e os ciclos biológicos, procurando a sustentabilidade social, ambiental e econômica da unidade, no tempo e no espaço (Neves et al., 2000). O termo orgânico é caracterizado como originário de "organismo", significando que todas as atividades da fazenda (olericultura, fruticultura, criações, etc.) seriam partes de um corpo dinâmico, interagindo entre si (Assis et al. 1996). Por isto, parte do princípio de estabelecer sistemas de produção com base em um conjunto de procedimentos que envolvam a planta, o solo e as condições climáticas, tendo como objetivo a produção de um alimento sadio e com suas características e sabor originais.

A atividade orgânica defende alguns princípios que se contrapõem aos princípios básicos da agricultura convencional. Enquanto a agricultura convencional proporciona a centralização, a dependência, a competição, a dominação da natureza, a especialização e a exploração, a agricultura orgânica promove a descentralização, a independência, a comunidade, a harmonia com a natureza, a diversidade e a conservação. Esses são os pontos que dividem os filósofos e representam os elementos-chave dos paradigmas da agricultura.

De acordo com todos esses pontos a agricultura orgânica aparece diretamente ligada aos princípios e interesses produtivos de assentados de reforma agrária colocando-se como mais uma proposta de crescimento econômico e desenvolvimento sustentável.

3. O ASSENTAMENTO RONDA/CHICO MENDES E O SÍTIO DA TRINDADE

De um modo geral, a formação de um assentamento torna-se uma importante iniciativa no sentido de gerar uma rentabilidade aos trabalhadores rurais a fim de promover um desenvolvimento sócio-econômico sustentável visando, com isso, o reordenamento do uso da terra.

A formação do assentamento Ronda/Chico Mendes, historicamente, provém da crise da agroindústria canavieira nos anos 90 e o endividamento dos fornecedores de cana. Esses fatores foram de fundamental importância à desapropriação das terras necessárias para a reforma agrária ocorrida.

De acordo com o PDA Ronda/Chico Mendes (Plano de desenvolvimento do assentamento), que é um diagnóstico Sócio-econômico e Ambiental do assentamento Ronda/Chico Mendes, o assentamento foi criado em 16/11/1998 com as terras do Engenho Ronda que faz parte de um conjunto de propriedades situadas nos municípios de Pombos e Vitória de Santo Antão cuja área está vocacionada para a agroindústria canavieira.

O assentamento é composto por 90 famílias e recebe o nome de Chico Mendes em homenagem ao líder dos seringueiros de Xapurí, assassinado em conflito com os fazendeiros da

Região. Têm uma área total de 1.191,69 ha e está a uma distância de 61 km de Recife (Capital de Pernambuco), 16 km de Vitória de Santo Antão - PE e 15 km em relação ao município de Pombos – PE (Navaes et al, 2000)

Trata-se de um assentamento heterogêneo, composto de antigos moradores, de ex-trabalhadores da área, de assentados originados de movimentos sociais e de ex-trabalhador na área e morador.

Os sistemas produtivos dos assentados estavam baseados na exploração dos sítios ao redor das residências. Nos pequenos sítios destacava-se o cultivo de mandioca, da macaxeira, da banana, do feijão e do milho. (Navaes et al, 2000)

Todo esse processo produtivo era proveniente da cultura da agricultura convencional. Os principais cultivos dessa época (macaxeira, mandioca, batata doce, feijão, banana e o milho), eram destinados tanto para consumo quanto para a venda, enquanto as hortaliças e as frutas eram destinados ao consumo dos assentados. (Navaes et al, 2000).

Com o surgimento da produção orgânica no assentamento, em 2001, atitude esta que foi promovida e orientada pelo SERTA (Serviço de Tecnologia Alternativa), pelo IPA (Empresa Pernambucana de Pesquisa Agropecuária) e pela Associação dos Trabalhadores Rurais Chico Mendes, houve grandes modificações no quadro de produção agrícola no local.

No início essa produção orgânica baseava-se na idéia de melhorar a qualidade da alimentação dos assentados facilitando assim a aquisição de produtos hortifrutigranjeiros a um custo menor, reduzindo a dificuldade que antes era enfrentada por eles para adquirir tais produtos.

No entanto, logo no início da produção, foi observada uma geração considerável de excedente de produção e esse fator foi responsável pela necessidade de comercialização dos produtos. Este fato possibilitou o surgimento da feira agro-ecológica do assentamento Chico Mendes, com a participação de 18 Famílias, das 90 famílias assentadas.

De acordo com dados da entrevista a feira agro-ecológica Chico Mendes instalou-se inicialmente no sítio da trindade, localizado no bairro de Casa Amarela na região metropolitana do Recife-PE, onde até hoje existe.

O surgimento do sítio da trindade é proveniente de terras pertencentes aos membros da família Trindade Paretti. Por essa razão, o espaço ficou sendo chamado de sítio da trindade. Este sítio possui um chalé com 600 metros quadrados de área construída, e abrange 6,5 hectares de área verde. (Fundaj, 2007)

Em 1952, o sítio da trindade foi desapropriado e declarado como um bem de utilidade pública. E, em reconhecimento à sua importância histórico-social, no dia 17 de junho de 1974, o local foi classificado como um conjunto paisagístico e tombado pelo Instituto Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). (Fundaj, 2007)

De acordo com dados das entrevistas, com a agricultura convencional a maioria dos assentados obtinha uma renda mensal que variava em torno de R\$100,00. No entanto, depois da introdução da agricultura orgânica, e com a implantação da feira agro-ecológica Chico Mendes, os produtores agrícolas familiares perceberam uma variação de crescimento da renda em torno de 200%, chegando alguns assentados a auferirem uma renda mensal em torno de R\$300,00.

No sítio da trindade a comercialização é feita todos os Sábados das 08:00 ao meio dia por um total máximo de 17 famílias, podendo haver variações nos números de agricultores de acordo com cada semana. Os assentados custeiam diárias de um ônibus que os transporta até as feiras existentes aqui em Recife. Hoje, devido ao sucesso obtido na feira do sítio da trindade - houve a expansão da feira agro-ecológica Chico Mendes para outros bairros da região metropolitana do Recife-PE tais como: Espinheiros, Boa Viagem e Casa Forte.

Diante da grande força da agricultura convencional, o uso da agricultura orgânica, apesar da produtividade ser menor se comparada às culturas que dominam o mercado, tem sido um instrumento importante na geração de um bem-estar social, porque vem atingindo um mercado emergente que valoriza os produtos orgânicos da agricultura familiar, obtidos sem agressões ao meio ambiente.

O uso de processos produtivos orgânicos nos assentamentos, quando bem empregados e administrados é uma importante ferramenta para o desenvolvimento social, econômico e ambiental favorecendo aos assentados, uma melhoria na qualidade de vida. Nota-se que a aplicação da renda obtida pelos assentados com a comercialização dos produtos orgânicos retorna tanto para a própria agricultura orgânica quanto se destina a cobrir as despesas domésticas. Os assentados, pela geração de renda decorrente da produção orgânica, passaram a adquirir bens duráveis como geladeira, fogão, televisão, DVD, entre outros. Entretanto, é importante frisar que, cerca de 90% da renda retorna para a agricultura orgânica.

4. OS CONSUMIDORES DOS PRODUTOS ORGÂNICOS DA FEIRA AGRO-ECOLÓGICA CHICO MENDES.

A análise dos resultados apresentados é decorrente das informações oriundas da aplicação de 15 questionários aplicados aos agricultores da feira agro-ecológica Chico Mendes.

De acordo com dados da pesquisa, a maioria dos agricultores é formada por mulheres, as quais representam cerca de 60% (9), enquanto os homens representam cerca de 40% (6)

Quanto aos consumidores, são pessoas que se preocupam muito mais com os alimentos que estão chegando à sua mesa e estão cada vez mais preocupados com o desenvolvimento sustentável e em promover uma melhor qualidade de vida ao assentado. As entrevistas permitiram verificar que o cliente fica feliz ao saber que o assentado está investido com o dinheiro adquirido na comercialização do produto orgânico.

Todos os sábados circulam na feira agro-ecológica do sítio da trindade, entre 100 a 150 pessoas, segundo informações dos feirantes. Além do que, deste total de clientes, cerca de 60 já visitaram a área de produção orgânica no assentamento.

ESTRUTURA FAMILIAR DOS CONSUMIDORES ENTREVISTADOS

De acordo com as entrevistas realizadas com os consumidores, 60% dos entrevistados (9) correspondiam à população feminina enquanto a população masculina representava 40% dos entrevistados (6).

O gráfico 1 mostra como está a distribuição dos componentes da família dos consumidores com relação à posição na família, ou seja, chefes de família, companheiros (as), filhos, enteados, pais, mães e parentes.

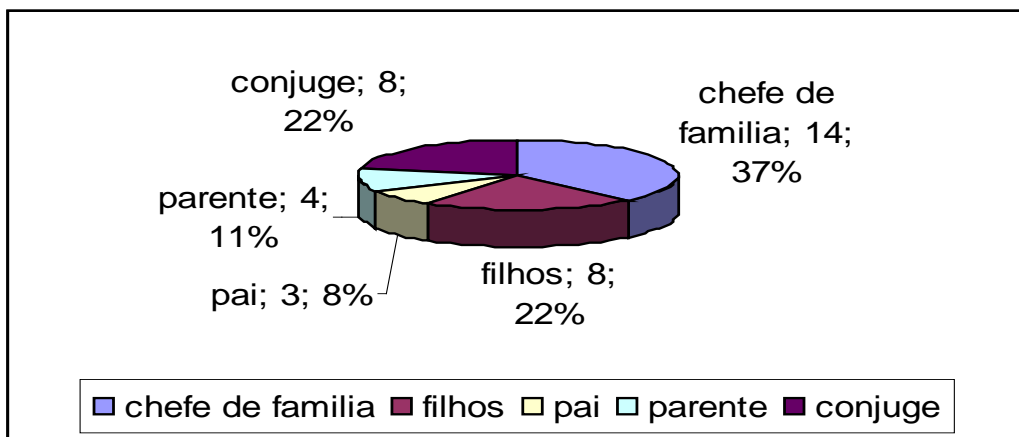


Gráfico 1: Distribuição dos componentes da família dos consumidores.

Fonte: o autor, 2007.

De acordo com a tabela 1 que representa a faixa etária dos membros familiares dos consumidores podemos perceber que existe uma concentração de pessoas com idade entre 32 e 47 anos, ou seja, mais de 51,35% dos familiares dos consumidores entrevistados, e que também os que consomem os produtos orgânicos estão nessa faixa de idade.

Ainda de acordo com a tabela 1, existe um grande número de consumidores que estão entre a faixa etária de 16 a 31 e com mais de 65 anos, o que representa em torno de 16,21% dos membros da família.

Tabela 1: População dos membros familiares dos consumidores distribuída por faixa etária.

Faixa etária	Entrevistado	
	Nº	%
De 0 a 15	3	8,1
De 16 a 31	6	16,21
De 32 a 47	19	51,35
De 48 a 65	3	8,1
Mais de 65	6	16,21
Total	37	100,00

Fonte: o autor, 2007.

A tabela 2 se refere ao nível educacional dos entrevistados. De acordo com ela percebemos que os consumidores dos produtos orgânicos possuem curso superior.

Dos entrevistados do sexo masculino, 50% (3) têm um curso superior. Também é possível encontrar agricultores que ainda não completaram o ensino superior, em número de dois (33,3%). Os que apresentam titulação de mestrado corresponde a 16,7% dos entrevistados.

Com relação às mulheres o nível educacional concentra-se no curso de graduação e especialização representando cerca de 33% (3) das entrevistadas. No entanto foi possível identificar, através do questionário a presença, na feira, de mulheres com o ensino médio e mestrado. Houve a ocorrência de e uma entrevistada com doutorado.

Tabela 2: Nível de ensino dos consumidores por sexo.

Nível de	Sexo
----------	------

Ensino	Homem		Mulher	
	Nº	%	Nº	%
Ensino Médio Completo	-	-	1	11,1
Graduação incompleta	2	33,3	-	-
Graduação completa	3	50	3	33,3
Especialização	-	-	3	33,3
Mestrado	1	16,7	1	11,1
Doutorado	-	-	1	11,1
Total	6	100.00	9	100.00

Fonte: o autor, 2007

Com relação à origem escolar dos entrevistados, para os homens, 100% (6) dos consumidores entrevistados vieram de escolas particulares.

Com relação às mulheres, a escola particular aparece em 1º lugar com 66,6% (6) das entrevistadas. Mas também houve caso de consumidoras que estudaram a maior parte do tempo em escolas estaduais 22,2% (2) e escolas municipais 11,2% (1).

Com relação à família dos entrevistados, a grande maioria dos membros estuda ou estudaram em escolas particulares chegando a 77,7% (28) do total de indivíduos.

Um outro ponto de importância fundamental para esta pesquisa estava no fato de identificarmos o estado civil dos consumidores que frequentam a feira agro-ecológica Chico Mendes localizada no Sítio da Trindade.

Com relação aos homens entrevistados a maioria deles, cerca de 66,6% (4), eram casados. Os solteiros e divorciados representavam cerca de 16,6% (1) da população entrevistada.

Já com relação às mulheres entrevistadas 55,5% (5) são casadas, as viúvas representam cerca de 22,2% (2) enquanto as solteira e separadas representam cerca de 11,1% (2).

A RENDA DOS CONSUMIDORES E A RENDA FAMILIAR

Tanto a renda dos consumidores individuais, quanto a renda familiar destes são de relevante importância para a cadeia de produtos orgânicos.

De acordo com os consumidores, a média do valor gasto por semana em reais com a compra dos produtos orgânicos na feira é de R\$24,30

Os dados a seguir fazem referência aos membros da família que residem na mesma casa e que trabalham.

A tabela 3 mostra que a maioria dos entrevistados (53,3%) respondeu que entre 2 e 4 pessoas que residem na sua casa trabalham.

Tabela 3: Pessoas da residência dos consumidores que trabalham

Residem e trabalham	Entrevistado	
	Nº	%
Apenas uma	6	40
Entre 2 e 4	8	53,3
Nenhuma	1	6,7
Total	15	100.00

Fonte: o autor, 2007.

A origem da renda, ou seja, a origem de onde a maioria dos consumidores recebe suas remunerações é outro fator de fundamental importância que ajudou a traçar o perfil dos consumidores.

Segundo o questionário sócio-econômico aplicado aos consumidores, a grande maioria está concentrada nas atividades em empresas particulares, o que representa em torno de 60% dos entrevistados. As empresas públicas aparecem nos resultados com um índice de 20% dos consumidores e 20% dos mesmos estão recebendo algum tipo de aposentadoria.

No gráfico 2 podemos ter uma melhor visualização de como está disposta a origem da renda familiar.

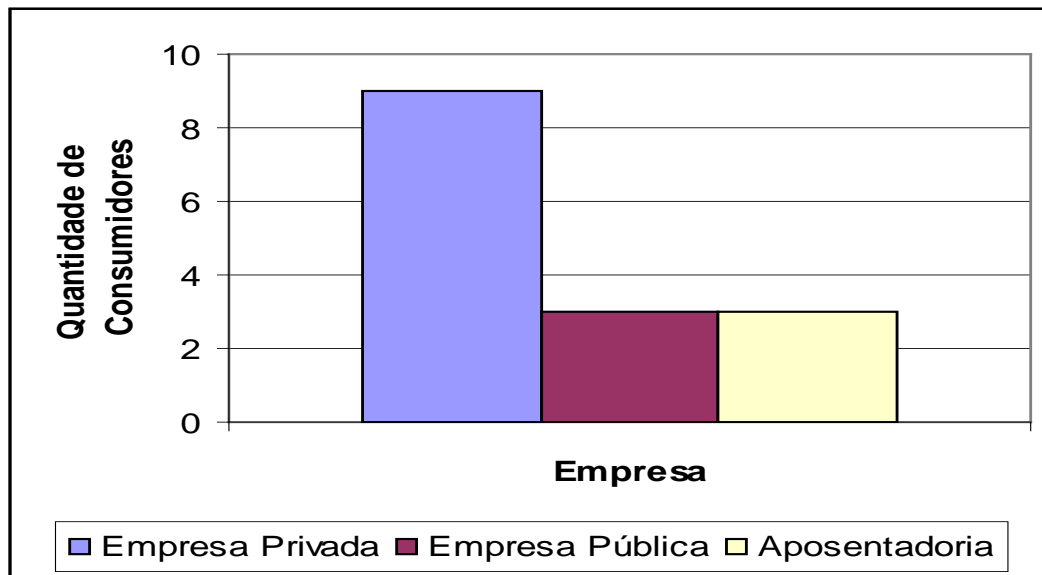


Gráfico 2: origem da renda familiar dos consumidores

Fonte: o autor, 2007.

Ainda com relação à renda foi necessário identificar a faixa de renda mensal dos consumidores e com base nos resultados dos questionários, a maioria dos entrevistados do sexo masculino (4 ou 66,6%) tem a renda entre R\$1.000,00 a R\$4.000,00 reais. Em relação às mulheres, 77,7% (7) apresentam uma renda entre R\$1.000,00 a R\$4.000,00 reais.

Quando questionados sobre o nível de renda familiar (quando juntamos a renda de todas as pessoas que trabalham na residência) esse quadro sofre alteração.

A renda familiar de alguns dos homens entrevistados apresenta-se entre R\$1.000,00 e R\$4.000,00 cerca de 50% (3). Mas também existem famílias que apresentam uma renda maior que R\$4.000,00, ou seja, 50% dos entrevistados.

Com relação às mulheres a renda familiar gira em torno de R\$1.000,00 e R\$4.000,00, ou seja, cerca de 66,6% (6) responderam que toda a renda somada da sua família fica em torno desse valor.

Nas tabelas 4 e 5, apresentadas abaixo, pode-se visualizar melhor os valores com referência às rendas dos entrevistados e da renda familiar.

Tabela 4: Faixa de renda mensal dos consumidores

Faixa de renda	Homens		Mulheres	
	Nº	%	Nº	%
Menos de R\$500	-	-	-	-
De R\$500 a R\$1.000,00	2	33,4	-	-
De R\$1.001,00 a R\$4.000,00	4	66,6	7	77,7
Mais de R\$4.000,00	-	-	2	22,3
Total	6	100.00	9	100.00

Fonte: o autor, 2007

Tabela 5: Faixa de renda mensal familiar dos consumidores

Faixa de renda	Homens		Mulheres	
	Nº	%	Nº	%
Menos de R\$500	-	-	-	-
De R\$500 a R\$1.000,00	-	-	-	-
De R\$1.001,00 a R\$4.000,00	3	50	6	66,6
Mais de R\$4.000,00	3	50	3	33,4
Total	6	100.00	9	100.00

Fonte: o autor, 2007

Com base nesses resultados chega-se a conclusão de que a maioria dos entrevistados cerca de 60% (9) entre homens e mulheres, tem um nível de renda que gira em torno de R\$1.000,00 e R\$4.000,00 e que 40% dos entrevistados gira em torno de mais de R\$4.000,00.

4.3. A RENDA DO CONSUMIDOR E O CONSUMO DOS PRODUTOS ORGÂNICOS

Na feira agro-ecológica Chico Mendes são comercializados cerca de 70 produtos. Desses produtos os vegetais folhosos são os mais comercializados. No entanto o resto da produção também possui uma grande demanda.

Com base nas palavras da assessoria técnica dos agricultores, a feira tem tido um desempenho fantástico desde a sua criação e implantação.

Além de vegetais folhosos estão dispostos para a comercialização as frutas, as raízes (macaxeira) e os tubérculos (inhame, batata).

Com relação ao percentual da renda mensal destinado ao consumo de produtos orgânicos,

na tabela 6 podemos observar que 80% (11) dos entrevistados responderam que entre 1% a 10% da renda mensal se destina ao consumo de produtos orgânicos e 20% (4) informaram que de 11% a 20% da renda mensal se destinam ao consumo de produtos orgânicos.

Tabela 6: Percentagem da renda mensal destinada ao consumo dos produtos orgânicos

Percentagem da renda mensal	Entrevistado	
	Nº	%
Entre 1% e 10%	11	80
Entre 11% e 20%	4	20
Entre 21% e 30%	-	-
Entre 31 % e 40%	-	-
Entre 41% e 50%	-	-
Mais de 50%	-	-
Total	15	100.00

Fonte: o autor, 2007

5. O CONSUMO DE PRODUTOS ORGÂNICOS DA FEIRA AGRO-ECOLÓGICA CHICO MENDES

A cadeia produtiva dos orgânicos vem sendo garantida devido ao bom desempenho que o setor vem experimentando.

Para alguns autores, o preço dos produtos orgânicos é um dos maiores entraves para que o setor possa alcançar níveis maiores de consumo. No entanto, para os produtos orgânicos comercializados na feira agro-ecológica localizada no Sítio da Trindade esse fator parece, a priori, ter sido superado.

Os consumidores estão localizados no topo da cadeia de comercialização e parece que estão garantindo o sucesso dos produtos orgânicos remunerando todos os fatores de produção utilizados no processo dos orgânicos pelos agricultores.

O diagnóstico sócio-econômico permitiu a obtenção de informações sobre o motivo do consumo, a melhoria de vida depois do consumo, entre outras informações que nos levaram a entender o consumidor dos produtos orgânicos.

Atrelado ao consumo de produtos orgânicos, surgem vários motivos que justificam essa preferência dos consumidores, como a questão da saúde, modismo, preço, aparência do produto, gosto, preocupação com o meio ambiente, preocupação com o desenvolvimento sustentável do planeta, ajuda na promoção de uma melhor qualidade de vida ao assentado.

A respeito dessas questões, segundo a pesquisa, 60% (9) dos entrevistados disseram que consumiam os produtos orgânicos por motivo de saúde, dois indivíduos ou 13,3% dos entrevistados responderam que a ajuda na promoção de uma melhor qualidade de vida ao assentado influencia mais no consumo dos orgânicos e outros dois entrevistados responderam que consomem por outros motivos que preferiram não revelar.

A preocupação com o desenvolvimento sustentável do planeta e a preocupação com o meio ambiente foi resposta de 6,6% (1) dos entrevistados.

A tabela 7 mostra com detalhes as respostas dos consumidores a respeito dos seus motivos do consumo dos orgânicos.

Tabela 7: Motivos de consumo dos produtos orgânicos

Motivo	Entrevistado	
	Nº	%
Saúde	9	60
Ajuda a promoção de uma melhor qualidade de vida ao assentado	2	13,3
Preocupação com o desenvolvimento sustentável do planeta	1	6,6
Preocupação com o meio ambiente	1	6,6
Modismo	--	-
Outro	2	13,3
Total	15	100.00

Fonte: o autor, 2007

Os consumidores quando questionados se houve alguma melhoria na qualidade da saúde, mais de 50% dos entrevistados responderam que não.

O consumo dos produtos orgânicos poderia ser feito em diversos centros de compras espalhados no Estado. Supermercados, mercado, lojas de Hortifruti, entre outros são centros de compras que também possuem produtos da agricultura orgânica. Estes produtos orgânicos são comercializados em sua maioria, em feiras livres. Dos entrevistados, 100% responderam que não demandam produtos orgânicos de outros centros. Eles afirmaram que o sistema da feira agro-ecológica Chico Mendes é satisfatório para garantir a permanência dos produtos orgânicos em suas casas entre um intervalo de uma feira para outra. Observou-se que todos os consumidores entrevistados preferem demandar os produtos da feira por diversos motivos. Uns afirmam que é porque a acessibilidade da feira é melhor, a localização da mesma favorece, porque existe uma maior confiança nos produtos ofertados nas feiras do que nos demais centros e também porque a aparência dos orgânicos comercializados na feira é melhor do que nos outros centros.

Questionados sobre os meios de comunicação que os entrevistados têm em tirar suas dúvidas e colher informações a respeito dos produtos orgânicos, os mesmos responderam que a feira agro-ecológica tem sido a principal fonte de onde surgem todas as informações a respeito dos orgânicos.

O conjunto de resposta sobre os meios de comunicação como feria, revista, televisão, representam cerca de 93,3% (14) das respostas dos consumidores.

6. A CONFIABILIDADE DO CONSUMIDOR NO PRODUTO COMERCIALIZADO NA FEIRA AGRO-ECOLÓGICA CHICO MENDES

A certificação dos produtos orgânicos é um ponto fundamental. Segundo algumas literaturas nem todas as unidades de produção orgânica têm seus produtos certificados por certificadores credenciados como o IBD (Instituto Biodinâmico).

No caso dos produtos orgânicos produzidos no assentamento Chico Mendes esta realidade é a mais pura verdade.

Na entrevista em que foi realizado com a assistência técnica do assentamento obteve-se a informação de que a única certificação utilizada pelo grupo de assentado produtor de orgânicos é a certificação participativa.

A certificação participativa é definida como uma atividade certificadora onde todos os membros da cadeia produtiva dos orgânicos participam, ou exercem sua influência. Nela, a assistência técnica, como já é de sua função, fiscaliza os processos de produção para que o modo de produção orgânica seja seguido à risca. No entanto, como nem sempre é possível a presença dessa assistência técnica, na área de produção, aí é que entra a participação dos agricultores das parcelas vizinhas que também fiscalizam os modos de produção uns dos outros. E por último, não menos importante, conta-se com a participação dos consumidores que ao visitarem as unidades de produção também fazem à fiscalização.

No questionário sócio-econômico, foi perguntado aos consumidores se eles tinham informações sobre o que seria a certificação dos produtos orgânicos. Cerca de 10 entrevistados (66,6%) responderam que sim e 5 (33,4%) responderam que não.

A nossa pergunta foi mais além e analisou para os 10 entrevistados que responderam sim se eles acreditavam que esse selo certificador é importante para os produtos orgânicos comercializados na feira agro-ecológica Chico Mendes. A grande maioria (60%) respondeu que não.

7. CONCLUSÃO

De acordo com as informações apresentadas, para os consumidores de produtos orgânicos da feira agro-ecológica Chico Mendes no sítio da trindade-Recife/ PE e de entrevistas com os produtores orgânicos de Chico Mendes, podemos observar que o consumidor de produtos orgânicos é um profissional, em sua grande maioria, proveniente de empresa privada, geralmente do sexo feminino, numa faixa etária entre 35 e 75 anos, casada, tendo uma renda variando entre R\$1.000,00 e R\$4.000,00, com alto nível educacional (chegando a casos de titulação de doutorado), estudou a maior parte do tempo em escola particular e reside na zona urbana mais precisamente nas proximidades da feira agro-ecológica Chico Mendes. Quanto aos entrevistados do sexo masculino, podemos afirmar que estão numa faixa etária entre 25 e 40, geralmente casados, tendo uma renda variando entre R\$1.000,00 e R\$4.000,00, com um nível educacional alto (chegando a casos de titulação de mestre), e estudaram a maior parte do tempo em escolas particulares e residem na zona urbana mais precisamente nas proximidades da Feira agro-ecológica Chico Mendes.

De um modo geral são sempre pessoas que confiam nas informações obtidas na feira agro-ecológica, daí passamos a entender a necessidade que o agricultor tem em conhecer mesmo todos os processos orgânicos e o que se tem feito nos dias atuais a respeito dos produtos orgânicos no Brasil e no mundo, pois a maioria dos entrevistados afirmou que as informações a respeito dos produtos orgânicos são colhidas na própria feira com os agricultores, mas também não deixam de usar outros meios de comunicação como as revistas e televisão.

Além do mais, existe uma relação de confiança muito grande dos consumidores nos processos de produção realizados pelos agricultores, pois muitos informaram que nunca visitaram

a área de produção ou o assentamento Chico Mendes e também reconhecem que o modo de certificação participativa aplicada no assentamento, ainda não envolve nenhum tipo de selo ou órgão normatizador, mas eles confiam plenamente que os produtos oferecidos na feira são orgânicos.

Os consumidores dos orgânicos comercializados na feira agro-ecológica Chico Mendes são indivíduos que ficam felizes ao saberem que demandando os produtos da feira ajudam o assentado da reforma agrária a buscarem um desenvolvimento sustentável.

8. BIBLIOGRAFIA

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.

ASSIS, R. L. de; AREZZO, D. C. de; DE-POLLI, H. **Consumo de Produtos da Agricultura orgânica no Estado do Rio de Janeiro**. *Revista de Administração*, São Paulo, v. 30, n. 1, p. 84-89, 1995.

ASSIS, R. L. de. **Diagnóstico da Agricultura Orgânica no Estado do Rio de Janeiro e Propostas para a sua Difusão**. Seropédica: Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 1993. 154p. Tese de Mestrado.

FUNDAJ – **Fundação Joaquim Nabuco**. Disponível em: www.fundaj.gov.br. Acesso em: 27 de junho de 2007.

GIORDANO, Samuel R. **Gestão Ambiental no Sistema Agroindustrial**. IN: ZILBERSTAJN, Décio; Neves; Marcos F. (Org). *Economia & Gestão dos Negócios Agroalimentares*. São Paulo: Pioneira, 2000. cap.12

IBD. **Diretrizes para os padrões de qualidade Biodinâmico, Deméter e Orgânico "Instituto Biodinâmico"**. 7 ed. Botucatu: Instituto Biodinâmico de Desenvolvimento Rural, set. 1997. 50p.

IBD. **"Instituto Biodinâmico"**. Disponível em <www.ibd.com.br/certificacao/produtos%20certificados.htm> Acesso em 08 de Abril de 2007.

NAVAES, Ana Maria; ALBUQUERQUE, José de Lima et al. **Plano de Desenvolvimento do Assentamento Chico Mendes**. Convênio FADURPE/ INCRA/UFRPE. Recife, 2000

NEVES, Maria Cristina Prata et al. **A Dimensão Ecológica. Agroanalysis**, Rio de Janeiro, maio/junho. 2001.

SERTA – **Serviço de Tecnologia Alternativa**. Disponível em: www.serta.org.br. Acesso em: 13 de junho de 2007.

USDA (United States Department of Agriculture). **Relatório e Recomendações sobre Agricultura orgânica**. Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Brasília, 1984. 128 p.