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.*

COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS CONSUMIDORES DE FRUTAS, LEGUMES E VERDURAS (FLV) NA REGIÃO CENTRAL DO RIO GRANDE DO SUL.

RENATO SANTOS DE SOUZA; ALESSANDRO PORPORATTI ARBAGE; ALEXANDRE DA SILVA; EDNER BAUMHARDT; RODRIGO DA SILVA LISBOA;

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

SANTA MARIA - RS - BRASIL

rssouza@smail.ufsm.br

APRESENTAÇÃO SEM PRESENÇA DE DEBATEDOR

COMERCIALIZAÇÃO, MERCADOS E PREÇOS AGRÍCOLAS

Comportamento de Compra dos Consumidores de Frutas, Verduras e Legumes (FVL) na Região Central do Rio Grande do Sul.

Apresentação: oral sem debatedor

Comportamento de Compra dos Consumidores de Frutas, Legumes e Verduras (FLV) na Região Central do Rio Grande do Sul.

Grupo de pesquisa: Comercialização, Mercados e Preços Agrícolas

Resumo

O objetivo do presente artigo é identificar as preferências dos consumidores de FLV em termos de estabelecimentos de varejo por eles escolhidos, seus hábitos de consumo e principais critérios considerados nas suas decisões de compra. Trata-se de um *survey* realizado em 11 municípios localizados na região central do Rio Grande do Sul, nos quais foram entrevistados 266 consumidores acima de 18 anos, que fizeram parte de uma amostra sistemática e estratificada por região, sexo, idade e renda. Concluiu-se que nos principais centros urbanos da região a maioria dos consumidores tem optado por adquirir os produtos em supermercados ou hipermercados, sendo a freqüência de compra de maior incidência entre duas e três vezes por semana. Na escolha do estabelecimento os consumidores levam em conta preferencialmente a qualidade dos produtos, a variedade de produtos e a agilidade no *check-out*, o que denota que qualidade e tempo são as variáveis mais importantes nas decisões de compra. Da mesma forma, os dados indicam que dos cinco principais aspectos dos produtos considerados pelos consumidores na escolha de FLV, quatro referem-se à qualidade (aparência, sabor, aspectos nutricionais e durabilidade), sendo que o preço aparece apenas em terceiro lugar. Por fim, a pesquisa identificou três grupos de produtos segundo o potencial de consumo, medido pela parcela dos consumidores que manifestam consumi-los regularmente. O grupo com maior potencial é composto por cebola, laranja, tempero verde, tomate, alho e alface.

Palavras-chave: pesquisa de mercado, comportamento de compra, hortigranjeiros

1. Introdução

Uma das questões mais instigantes em termos de desenvolvimento rural no atual contexto da sociedade contemporânea é a possibilidade de inserção competitiva das unidades de produção familiar no mercado de produtos alimentares. Isto porque as recentes transformações pelas quais os sistemas agroindustriais vêm atravessando impõem novos desafios para os agentes públicos e privados que trabalham no âmbito dos negócios agrícolas (ARBAGE, 2004).

Há claramente duas tendências identificáveis neste momento. Do ponto de vista da industrialização dos alimentos, observa-se que a reorganização do setor agroindustrial tem provocado uma relativa exclusão de importantes contingentes de pequenos agricultores pelo caráter seletivo da dinâmica destes circuitos produtivos e, por vezes, por uma incapacidade de resposta por parte da agricultura de pequena escala às demandas de mercado.

Por outro lado, diversas pesquisas dão conta de que os hábitos de consumo se deslocam no sentido da preferência por qualidade em um sentido amplo, considerando, além dos aspectos intrínsecos aos produtos, questões relacionadas à logística e à sanidade e impactos gerados a partir dos processos produtivos nas dimensões social e ambiental.

Nas últimas três décadas a sociedade tem passado por transformações com reflexos diretos e indiretos no estilo de vida e hábitos de consumo da população. Estas mudanças podem

ser exemplificadas no aumento da freqüência de alimentação fora da residência, maior participação da mulher no mercado de trabalho, maior urbanização, busca por qualidade de vida e assim por diante (PAULILLO e PESSANHA, 2002).

Dentro deste contexto de reorganização dos processos de produção e comercialização de alimentos, ressalta-se a importância das FVL como um nicho de mercado potencial para produtores rurais de pequena escala, na medida em que a produção de cereais e grãos (*commodities* agrícolas) cada vez mais tende a exigir uma escala produtiva crescente e patamares tecnológicos de difícil adaptação à pequena produção.

Por outro lado, fatores ligados à segurança e qualidade dos alimentos, como atributos de segurança, aspectos nutricionais e funcionais, propriedades farmacêuticas e produção agroecológica, são meios para obtenção de diferenciação de produtos e que podem se configurar como vantagens comparativas deste segmento produtivo em relação aos demais.

Neste sentido, o processo de compreensão e intervenção no desenvolvimento de uma região exige um aparato teórico interdisciplinar capaz de abordar não só os aspectos sociológicos, econômicos, políticos, geográficos e demográficos, mas também interpretar as informações de maneira integrada (GUZMÁN, 1995; DUFUMIER, 1996).

Dentro deste contexto, além da necessidade de conhecer a informação técnica relativa às propriedades rurais, solos, clima, hidrologia e outros fatores, é preciso conhecer cientificamente a complexa realidade, na qual interagem os fatores naturais, econômicos, sociais, políticos e éticos (GIACOMO, 1992).

Assim, este artigo decorre de um projeto de pesquisa que trata a questão desta forma, buscando unir o diagnóstico dos produtores e do mercado de FLV e produtos coloniais com vistas ao desenvolvimento rural. Tal projeto, que é financiado pela FAPERGS (Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio Grande do Sul), encontra-se ainda em andamento e apresenta como principal objetivo obter um conjunto de informações acerca das características da produção destes produtos na região central do Rio Grande do Sul, juntamente com informações do mercado consumidor e varejista, para subsidiar ações de fortalecimento da produção familiar na região.

Este artigo especificamente apresenta apenas um dos resultados do projeto maior, qual seja, aquele relacionado aos principais padrões de consumo de FVL na região de abrangência da pesquisa. O objetivo é identificar as preferências dos consumidores em termos de estabelecimentos de varejo por eles escolhidos, seus hábitos de consumo e principais critérios considerados nas suas decisões de compra.

Além desta secção introdutória o artigo apresenta mais quatro partes. Na seqüência são apresentados os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa. O item seguinte contém os resultados e discussões sobre o comportamento de compra dos consumidores regionais. A penúltima parte do artigo é dedicada às conclusões gerais e por fim são apresentadas as referências bibliográficas utilizadas.

2. Procedimentos Metodológicos

O presente trabalho pode ser descrito como um *survey* ou levantamento, que, conforme KERLINGER (1980), é o tipo de pesquisa que busca estudar pequenas e grandes populações utilizando amostras, com o objetivo de descobrir a incidência relativa, distribuição e/ou inter-relação de variáveis. O propósito deste tipo de estudo, de acordo com FOWLER (1993), é produzir estatísticas, isto é, resultados quantitativos de alguns aspectos de uma população estudada. No caso do trabalho aqui apresentado, tais resultados referem-se ao comportamento de compra de FLV por parte dos consumidores urbanos.

A área de abrangência do estudo compreende 11 municípios localizados na região central do Rio Grande do Sul, sendo eles Santa Maria e Cachoeira do Sul, mais a região denominada de Quarta Colônia (referência à condição de quarta região a receber imigrantes italianos no século XIX no Rio Grande do Sul), composta de nove municípios, Silveira Martins, São João do Poleseni, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, Agudo, Dona Francisca, Restinga Seca e Pinhal Grande.

A escolha de tal região não foi aleatória e sim intencional. A pesquisa atende a uma demanda regional levantada pelo COREDE Centro (Conselho Regional de Desenvolvimento da Região Centro do Rio Grande do Sul), órgão oficial não governamental responsável por levantar as demandas de pesquisa na região para compor o Edital PROCOREDES da FAPERGS, edital este especificamente formatado para atender demandas de pesquisas voltadas ao desenvolvimento regional, e através do qual o presente estudo obteve financiamento. Os municípios da Quarta Colônia compõem o CONDESUS (Conselho de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia), principal entidade demandadora da pesquisa junto ao COREDE Centro.

Desta forma, sendo a região da Quarta Colônia importante produtora de FLV no centro do Estado, o objetivo final do presente estudo foi proporcionar subsídios para auxiliar na formulação de políticas públicas e na organização destas atividades na região como forma de promover o desenvolvimento, sobretudo do segmento de agricultura familiar. Porém, os municípios de Santa Maria e Cachoeira do Sul foram adicionados ao estudo de mercado por serem os principais centros consumidores destes produtos na região.

Como se pode observar na tabela 1, Santa Maria e Cachoeira do Sul são os municípios mais populosos dentre os pesquisados, com população total de 243.611 e 87.873 habitantes respectivamente. A Quarta Colônia, ao contrário, é formada por pequenos municípios, com população total, somados os nove municípios, igual a 63.446 habitantes. Isto explica porque o número de entrevistados foi bem maior nos dois primeiros municípios.

Conforme também se pode observar na Tabela 1, o tamanho da amostra representa aproximadamente 0,1% (zero vírgula um por cento) da população de cada região maior de 18 anos, o que foi considerado adequado e representativo face às características da pesquisa e aos procedimentos amostrais realizados. Cabe ressaltar que somente foram entrevistadas pessoas acima de 18 anos, razão pela qual o dimensionamento da amostra refere-se a este estrato.

A amostra realizada pode ser descrita como estratificada e sistemática. Para garantir maior representatividade à amostra e maior aproximação desta com o perfil da população, a composição da mesma respeitou critérios de estratificação por região (no caso de Santa Maria e Cachoeira do Sul, inclusive por região da cidade), sexo, idade e faixas de renda, com base em dados da população disponíveis no IBGE. Como se sabe, a estratificação permite subdividir a população em estratos mais homogêneos, o que permite que amostras de menores dimensões sejam satisfatoriamente representativas desta população (ADLER, 1971). Nos locais de realização das entrevistas, por sua vez, os entrevistados foram escolhidos por um procedimento sistemático de contagem que garantiu aleatoriedade à amostra.

As entrevistas foram realizadas em locais neutros de grande fluxo de pessoas nas sedes dos municípios, normalmente no centro das cidades. Os locais foram considerados neutros porque se evitou a proximidade com paradas de ônibus, supermercados, bancos, etc., pois isto poderia viesar a amostra por predominarem usuários de tais serviços nestes locais.

O questionário de entrevista foi composto por 04 páginas e 28 questões, distribuídas em duas partes, uma primeira que buscava avaliar o comportamento de compra do consumidor e uma segunda que visava descrever diversas características do entrevistado, através de dados demográficos, de estilo de vida e culturais. A formulação do questionário seguiu o Modelo de

Gains (GAINS, 1994), para quem o comportamento de escolha e compra de alimentos resulta da interação de três fatores: o alimento em si, o consumidor e o contexto, ou situação dentro da qual esta interação ocorre (LIMA FILHO, 2004).

As características do consumidor que influem nas suas escolhas alimentares e no seu comportamento de compra dizem respeito a aspectos culturais, estilo de vida e demografia. Já as características dos alimentos consideradas envolvem a aparência, o cheiro, o valor nutricional, o sabor, dentre outras. Por fim, o contexto envolve, por exemplo, onde o consumidor adquire os produtos, quando ou com que periodicidade, de que forma adquire os produtos e com que tipo de agente estabelece suas transações de compra. Informações sobre todos estes aspectos foram levantadas.

Tabela 1 – Principais características de distribuição da amostra pesquisada e população

Item	Santa Maria		Cachoeira do Sul		Quarta Colônia		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
1- Dados gerais da população e da amostra:								
População total	243611	61,7	87873	22,3	63446	16,1	394930	100
População maior de 18 anos	169061	65,3	56027	21,6	33993	13,1	259081	100
Nº de questionários aplicados	176	66,2	55	20,68	35	13,2	266	100
2 - Distribuição do número de entrevistados nos diferentes estratos:								
a) Sexo:								
Masculino	93	52,8	24	43,6	16	47,2	133	50,0
Feminino	83	47,2	31	56,4	19	52,8	133	50,0
b) Nível de escolaridade:								
Analfabeto	1	0,6	0	0,0	2	5,7	3	1,1
Primeiro Grau Incompleto	20	11,4	13	23,6	17	48,6	50	18,8
Primeiro Grau Completo	31	17,6	11	20,0	7	20	49	18,4
Segundo Grau Incompleto	7	4,0	6	10,9	3	8,6	16	6,0
Segundo Grau Completo	65	36,9	15	27,3	2	5,7	82	30,8
Superior Incompleto	15	8,5	4	7,3	1	2,9	20	7,5
Superior Completo	32	18,2	5	9,1	3	8,6	40	15,0
Pós-graduação	5	2,8	1	1,8	0	0	6	2,3
c) Faixa de renda (em salários mínimos):								
< de 2	17	10,0	9	16,4	12	34,3	38	14,3
2 a < 5	77	44,0	33	60,0	13	37,1	123	46,2
5 a < 10	54	31,0	11	20,0	9	25,7	74	27,8
10 a < 20	19	11,0	2	3,6	1	2,9	22	8,3
> 20	9	5,0	0	0,0	0	0,0	9	3,4
d) Idade (em anos):								
18 – 20	10	5,7	6	10,9	2	5,7	18	6,8
20 – 30	34	19,3	11	20	6	17,1	51	19,2
31 – 40	43	24,4	15	27,3	5	14,3	63	23,7
41 – 50	36	20,5	8	14,5	8	22,9	52	19,5
51 – 60	33	18,8	6	10,9	5	14,3	44	16,5
mais de 60	20	11,4	9	16,4	9	25,7	38	14,3

Embora o instrumento de pesquisa utilizado seja bastante amplo e contenha inúmeras informações, os resultados apresentados neste artigo são parciais e preliminares, por não contemplar todas as questões levantadas nem qualquer tipo de cruzamento de dados. Maiores detalhamentos neste sentido estenderiam demasiadamente o presente trabalho, tornando-o inadequado às dimensões de um artigo. Assim, optou-se por apresentar apenas os dados mais relevantes e generalizáveis da pesquisa.

Os resultados apresentados a seguir referem-se às seguintes questões: a) tipo de estabelecimento preferencialmente utilizado pelo entrevistado para adquirir FLV; b) grau de importância atribuído pelo entrevistado a diferentes critérios no momento da escolha do estabelecimento em que adquire FLV; c) freqüência de aquisição de FLV pelo entrevistado; d) despesa semanal do entrevistado com FLV; e) freqüência de consumo de diferentes FLV pelo entrevistado; e f) grau de importância atribuído pelo entrevistado a diferentes critérios no momento da escolha dos produtos FLV a serem adquiridos.

3. Resultados e Discussões

A primeira questão a ser apresentada refere-se aos principais locais onde os consumidores adquirem FVL na região pesquisada (tabela 2).

Tabela 2 - Locais onde os entrevistados costumam adquirir FLV

	Santa Maria		Cachoeira do Sul		Quarta Colônia		Total	
Item	**Nº**	**%**	**Nº**	**%**	**Nº**	**%**	**Nº**	**%**
Hiper/supermercados	118	67,0	33	60,0	8	23,0	159	60,8
Fruteiras	20	11,0	8	15,0	19	54,0	47	17,7
Feiras livres convencionais	13	7,0	8	15,0	3	9,0	24	9,0
Mini-mercados	16	9,0	4	7,0	2	6,0	22	8,3
Feiras ecológicas	5	3,0	0	0,0	2	6,0	7	2,6
Direto do produtor	4	2,0	2	4,0	1	3,0	7	2,6

Os resultados indicaram que nos principais centros urbanos da região central do estado do Rio Grande do Sul (Santa Maria e Cachoeira do Sul), a maioria dos consumidores (mais de 60%) tem optado por adquirir os produtos em supermercados ou hipermercados, seguidos das fruteiras e feiras livres. Somente em quarto lugar aparecem os pequenos mercados de bairro. Compras em feiras ecológicas e diretamente dos produtores rurais apresentam percentuais modestos em relação às demais alternativas. Já nas cidades de menor porte (Quarta Colônia), a preferência tem sido por adquirir os produtos em fruteiras (54%), seguido dos supermercados (23%).

Estes resultados eram de alguma forma esperados, tendo em vista que uma série de pesquisas tem ressaltado a ampla supremacia dos super e hipermercados na preferência dos consumidores quando da aquisição de alimentos, e até mesmo bens de consumo duráveis.

Com relação aos critérios de escolha do local para a compra dos produtos, a pesquisa identificou os aspectos mais importantes segundo a opinião dos entrevistados (tabela 2).

Tabela 3 – Importância relativa de diferentes critérios utilizados na escolha do estabelecimento para a compra de FLV, em ordem decrescente de importância

	Santa Maria		Cachoeira do Sul		Quarta Colônia		Total	
Critério	**Nº**	**%**	**Nº**	**%**	**Nº**	**%**	**Nº**	**%**
Qualidade dos produtos	172	98	54	98	35	100	261	98
Variedade de produtos	151	86	42	76	32	91	225	85
Agilidade no *check-out*	139	79	46	84	30	86	215	81
Preço dos produtos	136	77	48	87	27	77	211	79
Distribuição dos produtos no local	135	77	36	65	28	80	199	75
Segurança	131	74	39	71	28	80	198	74
Confiança no estabelecimento	132	75	34	62	31	89	197	74
Conforto do estabelecimento	112	64	41	75	26	74	179	67
Proximidade da residência	107	61	28	51	19	54	154	58
Facilidade de estacionamento	94	53	25	45	14	40	133	50
Forma de pagamento	67	38	25	45	16	46	108	41
Facilidade de entrega	66	38	25	45	13	37	104	39

Aqui cabe uma nota metodológica. Os resultados da tabela 3 referem-se a uma questão em que se perguntava aos entrevistados o grau de importância de cada um dos critérios selecionados (constantes na tabela) no momento da escolha do local para a compra de FLV, os quais indicavam a resposta em uma escala composta pelas seguintes alternativas: o mais importante; muito importante; medianamente importante; pouco importante; nada importante. Isto significa que a cada critério correspondia uma pergunta e que todas elas eram independentes umas das outras. Os percentuais relacionados na tabela referem-se ao somatório das respostas ö mais importante”e “muito importante”.

O primeiro aspecto a ressaltar é o fato de não ter havido diferenças muito significativas no padrão comportamental dos consumidores tanto nas maiores quanto nas menores cidades pesquisadas.

Os cinco principais critérios de escolha do estabelecimento para compra de FVL na opinião dos entrevistados foram: 1) qualidade dos produtos; 2) Variedade de produtos; 3) Agilidade no *Check-out*; 4) Preço dos produtos; e 5) Distribuição dos produtos no local.

Chama a atenção o fato da política de definição de preços que o estabelecimento comercial determina ter sido considerado somente como o quarto critério de decisão mais importante para a escolha do local onde os consumidores adquirem os produtos. Por outro lado, aspectos de qualidade e variedade de produtos obtiveram respectivamente 98% (primeiro lugar) e 85% (segundo lugar) de respostas como sendo os critérios mais importantes para a definição do local de compra deste tipo de produto.

Um outro dado interessante é o fato da variável “agilidade no *Check-out*” do estabelecimento ter sido considerado como mais importante do que o “preço dos produtos”, quando da decisão dos consumidores por um ou outro estabelecimento de varejo. Este dado evidencia a relevância da variável “tempo” para os consumidores no atual contexto de vida moderna, mesmo para cidades de pequeno e médio porte.

Uma outra questão formulada aos consumidores teve por objetivo verificar a freqüência com que são feitas as compras de FVL. É um aspecto interessante tendo em vista que são produtos que fazem parte da dieta diária de muitas famílias e que apresentam a característica de perecerem rapidamente após serem colhidos.

Tabela 4 - Freqüência de aquisição de FLV

Freqüência	Santa Maria		Cachoeira do Sul		Quarta Colônia		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Não adquire	-	-	-	-	1	3	1	0
Uma vez por mês	-	-	-	-	1	3	1	0
Duas vezes por mês	2	1	-	-	1	3	3	1
Três vezes por mês	-	-	-	-	1	3	1	0
Uma vez por semana	65	37	23	42	18	51	106	40
Duas vezes por semana	63	36	17	31	12	34	92	35
Três vezes por semana	32	18	4	7	2	6	38	14
Diariamente	14	8	11	20	1	3	26	10

Os dados constantes da tabela 4 indicam que 40% dos entrevistados optam por realizar suas compras uma vez por semana, 35% duas vezes por semana, 14% três vezes por semana e 10% dos entrevistados faz suas compras de FVL diariamente.

Esta informação em conjunto com os dados anteriormente apresentados sobre importância da agilidade no *check-out* e variedade de produtos no estabelecimento, reforça a tese de que o fator tempo dedicado às compras passou a se tornar um aspecto bastante importante no processo de tomada de decisão dos consumidores. No caso, 49% dos entrevistados disseram que vão entre 2 e 3 vezes por semana em estabelecimentos comerciais para adquirir FVL, o que significa que é uma atividade que consome um tempo expressivo dos consumidores urbanos.

Os dados relativos aos gastos das famílias com FVL estão apresentados na tabela 5.

Tabela 5 - Despesa semanal das famílias com FLV

Despesa (R$)	Santa Maria		Cachoeira do Sul		Quarta Colônia		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Até 15,00	36	20	26	47	14	40	76	29
De 16,00 a 30,00	83	47	18	32	13	37	114	43
De 31,00 a 45,00	29	17	8	14	3	8	40	15
+ de 45,00	27	16	3	7	5	15	35	13
Total	175	100	55	100	35	100	265	100

A pesquisa indicou que os consumidores gastam entre R$ 16,00 e R$ 30,00 por semana (43%) com FLV. A segunda faixa de gastos semanais é de até R$ 15,00 (29%), enquanto que 15% dos consumidores disseram que gastam entre R$ 31,00 e R$ 45,00 com suas compras semanais de FVL.

Estas foram as principais informações em termos de escolha dos estabelecimentos comerciais por parte dos entrevistados. Do ponto de vista dos produtos em si, uma das questões apresentadas foi sobre a freqüência de consumo dos diversos produtos que compõem a cesta de FVL identificada na região. O resultado está na tabela 6.

Tabela 6 - Freqüência de consumo de FLV

Produto	Regularmente						Eventualmente		Nunca		Total	
	Diariamente		Não diariamente		Total							
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
MORANGO	9	3	63	24	72	27	155	58	39	15	266	100
- Santa Maria	6	3	42	24	48	27	110	63	18	10	176	100
- Cachoeira do Sul	2	4	12	22	14	25	26	47	15	27	55	100
- Quarta Colônia	1	3	9	26	10	29	19	54	6	17	35	100
LARANJA	122	46	121	45	243	91	19	7	4	2	266	100
- Santa Maria	87	49	73	41	160	91	15	9	1	1	176	100
- Cachoeira do Sul	22	40	27	49	49	89	4	7	2	4	55	100
- Quarta Colônia	13	37	21	60	34	97	0	0	1	3	35	100
PÊSSEGO	26	10	93	35	119	45	109	41	38	14	266	100
- Santa Maria	20	11	70	40	90	51	68	39	18	10	176	100
- Cachoeira do Sul	3	5	13	24	16	29	25	45	14	25	55	100
- Quarta Colônia	3	9	10	29	13	37	16	46	6	17	35	100
LIMÃO	85	32	74	28	159	60	65	24	42	16	266	100
- Santa Maria	61	35	43	24	104	59	50	28	22	13	176	100
- Cachoeira do Sul	11	20	20	36	31	56	11	20	13	24	55	100
- Quarta Colônia	13	37	11	31	24	69	4	11	7	20	35	100
BERGAMOTA	104	39	105	39	209	79	49	18	8	3	266	100
- Santa Maria	74	42	71	40	145	82	29	16	2	1	176	100
- Cachoeira do Sul	15	27	24	44	39	71	11	20	5	9	55	100
- Quarta Colônia	15	43	10	29	25	71	9	26	1	3	35	100
UVA	32	12	85	32	117	44	121	45	28	11	266	100
- Santa Maria	24	14	65	37	89	51	77	44	10	6	176	100
- Cachoeira do Sul	6	4	10	18	16	22	28	29	11	13	55	100
- Quarta Colônia	2	17	10	29	12	46	16	80	7	31	35	100
PÊRA	6	2	53	20	59	22	95	36	112	42	266	100
- Santa Maria	3	2	43	24	46	26	67	38	63	36	176	100
- Cachoeira do Sul	2	4	5	9	7	13	17	31	31	56	55	100
- Quarta Colônia	1	3	5	14	6	17	11	31	18	51	35	100
ALHO	195	73	32	12	227	85	18	7	21	8	266	100
- Santa Maria	135	77	18	10	153	87	12	7	11	6	176	100
- Cachoeira do Sul	38	69	5	9	43	78	4	7	8	15	55	100
- Quarta Colônia	22	63	9	26	31	89	2	6	2	6	35	100
ALFACE	190	71	58	22	248	93	10	4	8	3	266	100
- Santa Maria	125	71	39	22	164	93	7	4	5	3	176	100
- Cachoeira do Sul	39	71	13	24	52	95	1	2	2	4	55	100
- Quarta Colônia	26	74	6	17	32	91	2	6	1	3	35	100
RÚCULA	93	35	92	35	185	70	41	15	40	15	266	100
- Santa Maria	62	35	64	36	126	72	27	15	23	13	176	100
- Cachoeira do Sul	21	38	13	24	34	62	8	15	13	24	55	100
- Quarta Colônia	10	29	15	43	25	71	6	17	4	11	35	100
RADICCI	59	22	82	31	141	53	52	20	73	27	266	100
- Santa Maria	40	23	56	32	96	55	38	22	42	24	176	100
- Cachoeira do Sul	11	20	11	20	22	40	7	13	26	47	55	100
- Quarta Colônia	8	23	15	43	23	66	7	20	5	14	35	100

Continua...

...Continuação

COUVE-FLOR	46	17	105	39	151	57	79	30	36	14	266	100
- Santa Maria	28	16	74	42	102	58	52	30	22	13	176	100
- Cachoeira do Sul	14	25	22	40	36	65	10	18	9	16	55	100
- Quarta Colônia	4	11	9	26	13	37	17	49	5	14	35	100
COUVE	52	20	110	41	162	61	70	26	34	13	266	100
- Santa Maria	32	18	79	45	111	63	48	27	17	10	176	100
- Cachoeira do Sul	19	35	19	35	38	69	8	15	9	16	55	100
- Quarta Colônia	1	3	12	34	13	37	14	40	8	23	35	100
TEMPERO VERDE	200	75	46	17	246	92	10	4	10	4	266	100
- Santa Maria	141	80	26	15	167	95	4	2	5	3	176	100
- Cachoeira do Sul	35	64	14	25	49	89	4	7	2	4	55	100
- Quarta Colônia	24	69	6	17	30	86	2	6	3	9	35	100
TOMATE	210	79	36	14	246	92	18	7	2	1	266	100
- Santa Maria	148	84	18	10	166	94	10	6	0	0	176	100
- Cachoeira do Sul	47	85	4	7	51	93	3	5	1	2	55	100
- Quarta Colônia	15	43	14	40	29	83	5	14	1	3	35	100
CEBOLA	233	88	22	8	255	96	7	3	4	2	266	100
- Santa Maria	165	94	5	3	170	97	4	2	2	1	176	100
- Cachoeira do Sul	45	82	6	11	51	93	2	4	2	4	55	100
- Quarta Colônia	23	66	11	31	34	97	1	3	0	0	35	100
MANDIOCA	63	24	141	53	204	77	52	20	10	4	266	100
- Santa Maria	43	24	96	55	139	79	34	19	3	2	176	100
- Cachoeira do Sul	13	24	26	47	39	71	13	24	3	5	55	100
- Quarta Colônia	7	20	19	54	26	74	5	14	4	11	35	100
BETERRABA	56	21	108	41	164	62	81	30	21	8	266	100
- Santa Maria	40	23	67	38	107	61	57	32	12	7	176	100
- Cachoeira do Sul	13	24	26	47	39	71	9	16	7	13	55	100
- Quarta Colônia	3	9	15	43	18	51	15	43	2	6	35	100
CENOURA	82	31	106	40	188	71	70	26	8	3	266	100
- Santa Maria	63	36	66	38	129	73	44	25	3	2	176	100
- Cachoeira do Sul	17	31	22	40	39	71	14	25	2	4	55	100
- Quarta Colônia	2	6	18	51	20	57	12	34	3	9	35	100
PEPINO	28	11	100	38	128	48	76	29	62	23	266	100
- Santa Maria	19	11	65	37	84	48	51	29	41	23	176	100
- Cachoeira do Sul	8	15	16	29	24	44	15	27	16	29	55	100
- Quarta Colônia	1	3	19	54	20	57	10	29	5	14	35	100

Nesta questão se perguntou ao entrevistado com que freqüência ele consumia cada um dos produtos indicados, se regularmente, eventualmente ou nuca. Caso a resposta fosse regularmente, se desdobrava a pergunta em diariamente ou não diariamente.

Um primeiro aspecto a ressaltar é que dos vinte produtos que fazem parte da cesta de FVL pesquisada apenas dois apresentam o consumo eventual superior ao consumo regular. Exceto o morango e a pêra, produtos que apresentam uma produção tipicamente sazonal, os demais apresentam uma expressiva regularidade no consumo.

Esta regularidade no consumo da maior parte das FVL é um dado importante quando se pretende desenvolver a produção destes produtos na região. Os dados indicam que mesmo alguns produtos apresentando produção com forte componente sazonal, seu consumo apresenta regularidade, indicando que os consumidores já se encontram habituados a consumi-los ao longo de todo o ano.

Os dados permitem classificar os produtos em três grupos. Um primeiro grupo que apresenta uma boa regularidade no consumo segundo os entrevistados (indicados como consumidos "regulamente" por mais de 80% dos entrevistados): cebola (96%), laranja (91%), tempero verde (92%), tomate (92%), alho (85%) e alface (93%).

Há um segundo grupo formado por produtos cuja indicação de que são consumidos regularmente atingiu uma faixa entre 50% e 80% das respostas: couve (61%), couve-flor (57%), mandioca (71%), limão (60%), beterraba (62%), bergamota (79%), cenoura (71%), rúcula (70%) e radicci (53%).

O último grupo é composto por aqueles produtos cujas indicações de regularidade no consumo se deram abaixo de 50%: morango (27%), pêssego (45%), uva (44%), pêra (22%) e pepino (48%).

Assim sendo, pode-se considerar que, independentemente da não avaliação do potencial total do mercado regional, as FVL que estão nos primeiros dois grupos se constituem nos cultivos que apresentam o menor risco de mercado para os produtores da região.

Por último, a pesquisa pretendia identificar quais os aspectos relacionados aos produtos em si mais importantes na tomada de decisão de compra de FVL pelos consumidores. O método de pergunta relacionado a esta questão foi idêntico ao apresentado na tabela 3, e a forma de tabulação dos dados para hierarquizar os fatores mais importantes também. As respostas encontram-se na tabela 7.

O aspecto considerado mais importante em todas as cidades foi a "aparência" dos produtos, seguido pelo "sabor" que os consumidores imaginam que os mesmos possuem, em terceiro lugar foi citado o "preço" dos produtos, seguido pelos "aspectos nutricionais" e em quinto lugar pela "durabilidade" prevista após a compra.

Tabela 7 – Importância relativa de diferentes critérios utilizados na escolha dos produtos FLV, em ordem decrescente de importância

Critério	Santa Maria		Cachoeira do Sul		Quarta Colônia		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Aparência	161	91	55	100	35	100	251	94
Sabor	146	82	51	93	32	90	229	86
Preço	127	72	51	92	27	76	205	77
Aspectos nutricionais	134	76	-	78	27	76	204	76
Durabilidade	128	73	43	78	28	80	199	74
Acondicionamento	134	76	37	67	21	60	192	72
Cheiro	126	71	34	62	21	60	181	68
Textura	122	69	35	63	22	63	179	67
Caract. do processo*	114	64	38	69	21	60	173	65
Origem definida	109	61	32	58	19	54	160	60

As respostas desta questão reforçam os dados anteriores sobre a importância da qualidade para a definição de compra destes produtos. Quatro dos cinco principais critérios podem ser considerados como atributos de qualidade: aparência, sabor, aspectos nutricionais e durabilidade.

4 - Conclusões

A presente pesquisa permitiu que se chegasse a uma série de conclusões sobre o comportamento de compra dos consumidores de FLV na região central do Estado do Rio Grande do Sul. Os resultados indicaram, por exemplo, que nos principais centros urbanos da região a maioria dos consumidores tem optado por adquirir os produtos em supermercados ou hipermercados.

Na escolha dos estabelecimentos em que adquirirão os produtos, os consumidores levam em conta, preferencialmente e em ordem de importância, a qualidade dos produtos, a variedade de produtos, a agilidade no *check-out*, o preço dos produtos e a distribuição dos produtos no local. É de chamar a atenção o fato de que aspectos ligados à qualidade, opções disponíveis de produtos e agilidade no momento das compras se sobreponham aos preços no momento da escolha do local de compra de FLV. Isto indica que os consumidores destes produtos estão mais exigentes quanto à qualidade e valorizam o tempo gasto na compra dos produtos.

Isto se confirma também pelos dados que indicam que dos cinco principais aspectos dos produtos considerados pelos consumidores na escolha de FLV, quatro referem-se à qualidade (aparência, sabor, aspectos nutricionais e durabilidade), sendo que o preço aparece apenas em terceiro lugar.

Este aspecto pode estar relacionado a duas questões. Primeiro, ao fato de que FLV são produtos altamente diversificados e perecíveis, o que faz com que a qualidade dos mesmos possa variar significativamente entre os estabelecimentos, e segundo, ao fato de que, por serem perecíveis os consumidores necessitam adquiri-los com maior freqüência, como foi identificado na pesquisa, o que implica maior tempo gasto na aquisição destes produtos. Assim, qualidade e tempo se tornam variáveis críticas para os consumidores.

Por fim, a pesquisa mostra também os produtos com maior potencial de consumo por fazerem parte regularmente da dieta dos consumidores da região. O principal grupo, de consumo mais regular, é formado por produtos como cebola, laranja, tempero verde, tomate, alho e alface. Em segundo lugar vem produtos como couve, couve-flor, mandioca, limão, beterraba, bergamota, cenoura, rúcula e radicci, que embora bastante consumidos não apresentam a mesma regularidade dos anteriores. Por fim, os produtos identificados como de consumo menos regular são morango, pêssego, uva, pêra e pepino.

5 - Referências Bibliográficas

ADLER, M. K. **A moderna pesquisa de mercado**. 2ª ed. São Paulo : Pioneira, 1971. 138p.

ARBAGE, A. P. **Custos de Transação e seu impacto na formação e gestão da cadeia de suprimentos: estudo de caso em estruturas de governança híbridas do sistema agroalimentar no Rio Grande do Sul**. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Administração, PPGA/UFRGS, 267 p., 2004.

BECHTEL, C.; JAYARAM, J. Supply Chain Management: a strategic perspective. The **International Journal of Logistics Management**, v.8, n.1, p.15-34, 1997.

BELIK, W. Reestruturação industrial e estratégias dos grupos agro-alimentares no brasil. **Anais do Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural**, 1995.

DUFUMIER, M. **Lês projects de dévelopment agricole**. Manuel d'expertise. Paris, Ed. Karthala/CTA, 1996.

FERREIRA, G.C. **Gerenciamento de cadeias de suprimento: formas organizacionais na cadeia da carne bovina no rio grande do sul.** Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Administração, PPGA/UFRGS, 210 p., 2002.

FOWLER, F. J. **Survey research metods**. 2ª ed. Newbury Park : Sage Publications, 1993. 156 p.

GAINS, N. The repertory grid approach. In: MACFIE, H. J. H.; THOMSON, D. M. H. (Coords.). **Measurement of food preference**. Blackic Academic & Professional, 1994.

GIACOMO, M.G.G. Di. **Una geografia per l'agricoltura.** Volume primo. Roma: REDA edizione per l'agricoltura, 1992.

GUZMÁN, E.S. Origen, Evolución y Perspectivas del Desarollo Rural Sostenible. In: **Conferência Internacional "Tecnologia e Desenvolvimento Rural Sustentável"**. Porto Alegre. UFRGS/FEPAGRO/EMATER/EMBRAPA/REDE TaSul/PCA-RS, 1995.

KERLINGER, F. N. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais:** um tratamento conceitual. São Paulo, EPU/EDUSP, 1980.

LIMA FILHO, D. O. et al. Comportamento alimentar do consumidor idoso. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO**,** 28º., 2004, Curitiba, PR. **Anais...** Rio de Janeiro : ANPAD, 2004. p.1-11.

PAULILLO, L.F.; PESSANHA, L. Segurança alimentar e políticas públicas: conexões, implicações e regionalização. In: PAULILLO, L.F. & ALVES, F..**Reestruturação agroindustrial - políticas públicas e segurança alimentar regional**, São Carlos, Edufscar, 2002.

REZENDE, D. C.; REZENDE, C. F. O varejo como agente coordenador da qualidade em cadeias produtivas de alimentos perecíveis: um estudo multicaso. **In. Anais do XXVIII EnANPAD – Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração.** Curitiba, ANPAD, 2004.

SILVEIRA, P.R.C. da; ZIMERMANN, S. A Qualidade em circuitos regionais de produção de alimentos numa perspectiva de segurança alimentar. In: Froehlich, J. M.; DIESEL, V. (Org.) **Espaço rural e desenvolvimento regional- estudos a partir da região central do RS**, Ijuí-RS, Ed. UNIJUÍ, 2004.