

Consumo de orgânicos: uma análise com os acadêmicos das áreas agrárias do Instituto Federal de Santa Catarina Campus Lages

Organic consumption: An analysis with academics from the Agrarian areas of the Federal Institute of Santa Catarina Campus Lages

Emanuella Furlan Vargas⁷⁹

Samuel Ferreira de Mello⁸⁰

Eduarda Lessa de Araújo de Souza⁸¹

um produto orgânico de qualidade. Quanto aos efeitos prejudiciais dos agrotóxicos, doenças como o câncer e a degradação do solo foram os mais citados entre os estudantes.

Palavras-chave: Estudantes; Alimentação; Saúde; Impactos de agrotóxicos.

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi compreender o comportamento de consumo de produtos orgânicos pelos acadêmicos das áreas agrárias (técnico em agroecologia, agronegócio e tecnólogo em gestão do agronegócio) do IFSC Campus Lages. Foi pesquisado como os indivíduos tomam decisões vinculadas ao consumo de produtos e serviços de origem orgânica. Foram aplicados 65 questionários entre os estudantes, a fim de conhecer essa realidade. Os principais resultados encontrados foram que 51 dos participantes compreendem a produção orgânica como um cultivo e manejo sem insumos agroquímicos. Os estudos são a maior fonte de conhecimento sobre orgânicos, porém raramente consomem produtos orgânicos. Um fator para o seu consumo foi a saúde, 68% afirmou que pagariam mais caro por

Introdução

O agronegócio é uma das principais atividades econômicas do Brasil e um dos grandes responsáveis pelos bons índices econômicos do país, colocando-o como um dos maiores produtores e exportadores do mundo. Dessa forma, o agronegócio no Brasil representa aproximadamente 23,5% do PIB brasileiro, metade das exportações durante o ano de 2017 e gerou em torno de 20,11% do total de empregos (ABAG, 2018). Com o aumento da demanda, o agronegócio no Brasil vem incorporando progressos técnicos no setor agropecuário, impulsionado pela combinação dos insumos químicos como fertilizantes, nutrientes e defensivos devido à melhoria genética vegetal e animal (PACHECO et al., 2012).

Segundo a Lei Nº 10.831 de 23 de dezembro de 2003 considera-se sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais. Em Santa Catarina, como na maioria dos estados brasileiros, a

⁷⁹Instituto Federal de Santa Catarina, emanuellafv@gmail.com

⁸⁰Instituto Federal de Santa Catarina, samuelfmello@gmail.com

⁸¹Instituto Federal de Santa Catarina, eduarda.l.a.s16@gmail.com

agricultura orgânica e a agroecológica ainda são atividades emergentes. Precisa vencer, o desafio de conquistar o reconhecimento de um maior número de consumidores com uma produção diversificada e de qualidade que atenda as demandas sociais de saúde, segurança alimentar e respeito ao meio ambiente. (ZOLDAN; KARAM, 2004).

Justificativa

Dados obtidos pela primeira pesquisa nacional sobre o consumo de orgânicos realizada em 2017 pelo Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável (Organis), afirmam que os produtos orgânicos encontram uma boa receptividade entre a população não consumidora. Tanto consumidores quanto não consumidores gostariam de expandir o consumo desses produtos. A maior barreira percebida é o valor elevado dos produtos e também a dificuldade no acesso aos produtos facilmente na rotina diária. O conhecimento do perfil dos consumidores é importante, pois permite orientar o trabalho de produção, direcionar o processo de marketing e comercialização (BRASIL, 2007). Segundo Kotler (1998) é essencial para desenvolver estratégias que promovam o crescimento do mercado, possibilitando a fidelização de potenciais consumidores, atendendo às necessidades dos seus clientes. No município de Lages, SC tem-se percebido o aumento da comercialização de produtos orgânicos, porém, trabalhos relacionados ao perfil dos consumidores são escassos. Dessa forma, o presente trabalho teve como objetivo identificar fatores motivacionais e restritivos para compra neste mercado, e a relação com os aspectos sociodemográficos como nível de escolaridade e de renda dos consumidores de produtos orgânicos no Campus Lages.

Metodologia

Nesta pesquisa foi elaborado um questionário contendo 16 perguntas baseado em Souza et al. (2017) e na literatura da área. Assim, foram feitas perguntas a respeito de como as pessoas pensam a respeito dos produtos orgânicos, frequência e motivos que

levam ao consumo. Após aplicação dos questionários foi obtido um retorno de 65 questionários respondidos. Os questionários foram aplicados entre as datas 14 de maio e 05 de junho de 2019 nas salas de aula do IFSC. A população pesquisada foi de 82 alunos os quais fazem parte dos cursos técnicos em Agroecologia, Agronegócio e curso Superior em Gestão do Agronegócio do Instituto Federal de Santa Catarina campus Lages.

Dados de Perfil: A seguir serão apresentados os dados de perfil dos entrevistados.

Idade: Na análise dos dados, nota-se que 67% dos entrevistados estão entre as faixas etárias de 16 à 30 anos e apenas 2% dos respondentes estão entre as idades de 51 à 70 anos, sendo assim a maior parte deles são considerados jovens.

Gênero: Constatou-se um valor muito aproximado entre eles, sendo superior o gênero feminino (54%), masculino (43%) e sem resposta (3%).

Curso: No que diz respeito aos cursos dos entrevistados, a maior parte deles está cursando o superior Gestão em Agronegócio (34%). Do curso Técnico em Agroecologia somam-se 38% dos respondentes, do curso Técnico em Agronegócio foram 13 respondentes o que equivale a 20% e 5% estão cursando tanto o técnico quanto superior em turnos diferenciados.

Moradia: Constatou-se que 56 pessoas (86%) moram em Lages no meio urbano, 2% em Lages em Meio Rural já os 12% restantes se deslocam de outras cidades até Lages para estudar.

Renda Familiar: Com relação à renda dos respondentes, 35 dos entrevistados têm uma renda familiar média de um a dois salários mínimos, 32% recebem mais de dois a quatro salários, 12% disseram que recebem mais de 4 salários, já 2% dos entrevistados não quiseram responder a essa pergunta.

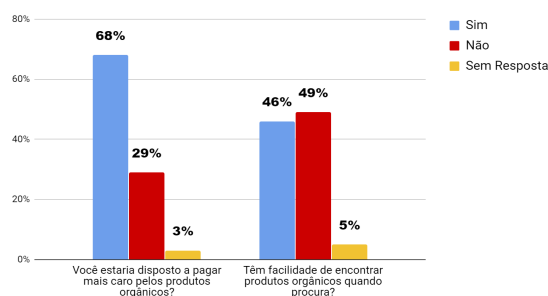
Resultados sobre orgânicos e comportamento de compra: Quando perguntados sobre a frequência do consumo de produtos orgânicos, 49% dos respondentes afirmaram que raramente consomem orgânicos, outros 20% responderam que mensalmente consomem alimentos orgânicos. Isso demonstra que grande parte dos alunos não consomem produtos orgânicos frequentemente. Na análise dos dados, percebe-se que a fidelidade do consumidor não é tão regular visto que a maior parte das respostas foram consumo eventual (52%) ou ocasionalmente (25%). Um sinal de que o acesso desse produto no mercado ainda é incipiente.

Compreensão do Consumidor sobre produção orgânica: Já quando perguntados sobre compreensão da produção orgânica 51 dos entrevistados responderam que consideram uma produção sem agrotóxico/adubo químico/veneno/hormônio, 28 deles acham que são produtos naturais e saudáveis, 7 definem como utilização de técnica especializada, outras respostas foram citadas.

Qual meio tomou conhecimento dos produtos orgânicos: Sobre a forma como o aluno soube da existência de produtos orgânicos nota-se, uma vez que pesquisa foi conduzida em meio universitário, que foi através dos estudos o maior meio de informação (45%), amigos e familiares somam 26%, veículos de mídias 13% e palestras 9%, no veículo “propaganda” apenas 1% das respostas deve-se não a sua influência e sim à ausência da mesma no que se refere à orgânicos.

Motivo pelo qual começou a consumir produtos orgânicos: Entre os diversos motivos pelos quais começaram a consumir orgânicos, o destaque foi para a saúde (40) sendo considerado o fator mais citado pelos entrevistados, já o meio ambiente e os animais com 22% e estímulo à produção de orgânicos 16%, 2 alunos optaram por não responder e 2 acrescentam respostas abertas.

Gráfico 1 – Disposição para pagar mais caro por alimentos orgânicos e acesso aos produtos orgânicos.



Fonte: Dados obtidos durante pesquisa.

Qual motivo para consumir produtos convencionais: Quando abordados os motivos para o consumo de produtos convencionais, 49% alunos apontam como principal fator que os convencionais ainda têm mais acessibilidade à compra, 19 (28%) deles diz ter falta de opção, 13% diz que consome em ocasiões especiais e 10% não soube responder.

Nível de conhecimento sobre os efeitos prejudiciais dos agrotóxicos: Sobre o conhecimento dos efeitos prejudiciais dos agrotóxicos 68% dos alunos disseram compreender muito sobre esses efeitos, 28% dizem ter um nível razoável de entendimento sobre o assunto, pouco ou nenhum conhecimento teve 4% das respostas. A última pergunta do questionário foi descritiva com respostas abertas sobre o efeito prejudicial dos agrotóxicos os alunos apontaram que os agrotóxicos prejudicam a saúde com efeitos a curto e a longo prazo tanto em humanos quanto em animais, causam intoxicação podendo levar à morte, a doença mais citada foi a respeito do câncer (26), o agrotóxico também agride recursos naturais, contamina os solos, água e ar, entre outros impactos.

Conclusões

Após a finalização dos questionários, foi possível perceber que grande parte dos respondentes (53%) são jovens entre 16 e 25 anos, a maioria do gênero feminino (54%), residentes do meio urbano de Lages SC (86%) e de renda familiar média de um a dois salários mínimos (54%). Já sobre consumo os

entrevistados responderam que raramente (49%) consomem produtos orgânicos, em razão disso 47% dos alunos afirmam que diariamente levam produtos convencionais a sua mesa, mas que tem muito conhecimento (68%) dos efeitos prejudiciais dos agrotóxicos, sendo doenças como o câncer e a degradação do solo os impactos mais conhecidos entre os estudantes. No público de estudo deste trabalho indicou baixo consumo de produtos orgânicos associados a menores faixas etárias e de renda e, conscientes da importância para a saúde e o meio ambiente. Como limitações, esta pesquisa teve o fato de ter sido feita apenas com os estudantes das áreas agrárias do IFSC, sendo uma sugestão de estudo futuro, aplicar com os demais cursos da instituição e servidores do Campus, a fim de ter uma maior amostra de diferentes públicos.

Referências bibliográficas

BRASIL, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Cadeia produtiva de produtos orgânicos** / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Secretaria de Política Agrícola, Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura; coordenadores Antônio Márcio Buainain e Mário Otávio Batalha. Brasília: Agronegócios; v.5, IICA, MAPA/SPA, 2007. 108p.

BRASIL. **Lei no 10.831**, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Diário Oficial, Brasília, p. 8, 24 dez. 2003.

CARNEIRO, C. B. M.; PORTILHO, F. O perfil dos consumidores de produtos orgânicos da Rede Ecológica (RJ). In: **Encontro Nacional de Estudos do Consumo**, 6. Rio de Janeiro, 2012.

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

PACHECO, A. M; SANTOS, I. R. C; HAMZÉ, A. L; MARIANO, R. S. G; SILVA, T. F; ZAPPA, V. A importância do agronegócio para o Brasil – revisão de literatura. **Revista Científica Eletrônica de**

Medicina Veterinária – ISSN: 1679-7353 Ano X – Número 19 – Julho de 2012.

SOUZA, K. B.; RIBEIRO, K. C; OCCHI, L. C. M. O ATUAL CENÁRIO DO CONSUMO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS. In: **IX Simpósio de Engenharia de Produção de Sergipe**, São Cristóvão/SE: Simprod, 2017. p. 344 - 357. Disponível em: <<https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/7683/2/CenarioConsumoAlimentosOrganicos.pdf>>. Acesso em: 19 mar. 2019.

ZOLDAN, P. C.; KARAM, K. F. **Estudo da dinâmica da comercialização de produtos orgânicos em Santa Catarina**. 2004. Disponível em: <http://docweb.epagri.sc.gov.br/website_cepa/publicacoes/dinamica_produtos_or_ganicos.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2019.