



Avaliação da qualidade das novas Feiras Agroecológicas em shoppings da Grande Vitória-ES por parte dos consumidores

Evaluation of the quality of new Agroecological Fairs in purchases of Greater Vitória-ES by consumers

BONADIMAN, Paula Alberti¹; FRIZZERA Jr. João Luis¹, CUNHA, Erivelton Gonçalves²; DALBOM, Fábio Lopes²; PREZOTTI, Lusinério¹.

¹Instituto Federal do Espírito Santo, *Campus* Santa Teresa, bonadimanpaula@gmail.com; juninho.frizzera@msn.com; lusinerio@gmail.com; ²Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural, Iconha, ES, iconha@incaper.es.gov.br; dalbom@incaper.es.gov.br

Tema Gerador: Políticas Públicas e Conjuntura

Resumo

Atualmente a procura por alimentos livres de agrotóxicos é cada vez maior e o consumidor mais exigente em relação a procedência e a qualidade do alimento, o que fortalece ainda mais as feiras agroecológicas. Dessa forma, o objetivo deste trabalho é traçar o perfil dos consumidores e avaliar a qualidade das novas feiras agroecológicas em shoppings na região da Grande Vitória-ES. Para realizar este trabalho foram elaborados questionários previamente estabelecidos. Os resultados evidenciaram que o maior público são as mulheres, a raça predominante é a branca, o nível de escolaridade prevalecente é o ensino superior. De modo geral as feiras estão obtendo boa aceitação dos consumidores, sendo na sua maioria frequentada semanalmente por pessoas a procura de produtos saudáveis.

Palavras-chave: Alimentos saudáveis; diversidade; questionários.

Abstract

Currently the demand for food free of pesticides is increasing and the consumer is more demanding in relation to a quality of food, which is still more like agro-ecological fairs. Thus, the objective of this work is to outline the profile of consumers and evaluate the quality of new agro-ecological fairs in malls in the region of Greater Vitória-ES. To perform this work, previously established questionnaires were elaborated. The results showed that the main public are women, the predominant race is white, the prevailing level of education is higher education. In general the fairs are getting good acceptance from consumers, being mostly frequented weekly by people looking for healthy products.

Keywords: Healthy food; diversity; Questionnaires.

Introdução

A comercialização em feiras agroecológicas e orgânicas tem se mostrado como uma ótima oportunidade de agregar valor à produção e reconhecer o trabalho dos agricultores familiares agroecológicos, além de garantir o acesso dos consumidores a alimentos saudáveis por um preço razoável. A venda direta por meio de feiras ainda tem o diferencial na comunicação entre quem produz e quem consome, possibilitando a



relação de confiança e satisfação entre ambas as partes. Portanto, as feiras agroecológicas e orgânicas se caracterizam por ser um comércio mais justo economicamente e socialmente.

Atualmente vem crescendo a preocupação da população com a saúde e com a origem do alimento consumido, aumentando a procura por alimentos saudáveis sem resíduos de agrotóxicos e ambientalmente corretos (BERNARDON, 2008). Contribuem para isso, publicações acadêmicas e científicas, que revelam benefícios desses alimentos a saúde humana, destacando a agricultura orgânica e agroecologia. Estes fatos, fortalecem e Impulsionam a agroecologia no Brasil e no estado do Espírito Santo.

Dessa forma, a proposta do trabalho foi avaliar a qualidade das novas feiras agroecológicas em shoppings na região metropolitana de Vitória, estado do Espírito Santo, por parte dos consumidores, além de caracterizar este grupo, segundo aspectos socioeconômicos.

Metodologia

O trabalho foi conduzido em três novas feiras de shoppings, vinculadas a Secretaria de Agricultura do estado do Espírito Santo, localizadas em duas cidades na região metropolitana de Vitória estado do Espírito Santo, durante os dias 18 de março de 2017 no Shopping da Praia do Canto em Vitória, 19 de março de 2017 em Vila Velha e 03 de abril de 2017 na Enseada do Suá em Vitória.

As entrevistas foram realizadas com uma amostragem de 20 consumidores por feira. Os dados foram coletados por meio de questionários previamente elaborados, os quais continham 16 questões, sendo 7 questões fechadas e 9 abertas, referentes ao perfil dos consumidores e as feiras nas quais participam. Para a realização dos questionários foi utilizada a amostragem aleatória simples, baseando-se na aleatoriedade da população, permitindo compensar erros amostrais (MARCONI, 2003).

As informações coletadas foram anotadas e analisadas por extensionistas do Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão rural (INCAPER) de Iconha e estudantes e professor de Engenharia Agrônoma do Instituto Federal do Espírito Santo (IFES) *campus* Santa Teresa.

Resultados e Discussão

Considerando os dados da tabela 1, os consumidores do gênero feminino predominam nas feiras agroecológicas, exceto no shopping Praia do Canto localizado no bairro Praia do Canto, onde o sexo masculino corresponde cerca de 60% dos consumidores.



A maior diversidade referente a raça é observada na feira do shopping Vitória realizada no bairro Enseada do Suá em Vitória, uma vez que abrange pessoas negras, brancas e pardas. Todavia a raça branca ainda prevalece em todas as feiras. A faixa etária de 15 a 30 anos é menos expressivo, prevalecendo consumidores adultos e idosos, onde segundo De Moraes (2012) de 27 a 67 anos se caracteriza uma faixa etária de vida onde as pessoas apresentam peculiaridades como a preferência de produtos orgânicos e predispostos em pagar mais caro por eles.

Tabela 1 – Relação gênero,raça e idade dos consumidores nas feiras localizadas em shoppings.

Feira	Gênero (%)		Raça (%)			Idade (%)		Acima de 45
	Mulher	Homem	Negro	Pardo	Branco	15 a 30	30 a 45	
Agroecológica								
Praia do canto	40	60	5	25	70	0	20	80
Vila Velha	65	35	0	20	80	15	70	15
Vitória	70	30	10	30	60	20	30	50

Nas feiras agroecológicas dos shoppings Praia do Canto e Boulevard, 90% dos consumidores residem próximo as feiras nas quais participam, diferentemente da feira localizada na Enseada do Suá, onde 40% dos consumidores moram em cidades vizinhas. Isso porque a feira ocorre durante a semana, e ao saírem do serviço as pessoas visitam a feira antes de retornarem as suas residências. Este dado pode auxiliar os órgãos públicos no planejamento e abertura de novas feiras agroecológicas, aumentando as chances de sucesso na implantação das mesmas.

Verificamos que nas feiras localizadas na Praia do Canto e em Vila Velha predomina consumidores que se inserem na classe social C, o que difere da feira na Enseada do Suá, onde 45% dos consumidores pertencem a classe D. Nota-se que na feira da Praia do Canto 33,3% dos consumidores são da classe A, predominando aposentados, médicos e engenheiros. Percebe-se também que na feira da Praia do Canto e em Vila Velha não foi diagnosticado consumidores da classe C e E, conforme tabela 2. Resultado também constatado por Kuneski (2004), onde o número de famílias com renda elevada é expressiva, porém nota-se que a procura por alimentos saudáveis é crescente em outras classes sociais.



Tabela 2 – Classe social por faixas de salário-mínimo dos consumidores das novas feiras agroecológicas

Feira Agroecológica em shopping	Classes Sociais por Faixas de Salário-Mínimo – SM (%)				
	A – Acima de 20 SM	B - 10 a 20 SM	C - 4 a 10 SM	D - 2 a 4 SM	E - Até 2 SM
Praia do Canto – Vitória	33,3	16,7	44,4	5,6	0
Vila Velha	5	25	60	10	0
Enseada do suá - Vitória	10	5	20	45	20

Observou-se que a quantidade de consumidores que possuem o ensino superior completo é significativa, com média de 63,3% nas três feiras pesquisadas, como visto na tabela 3. Desta forma, notamos a influência do grau de conhecimento na decisão de adquirir produtos saudáveis e de qualidade. Verificou-se ainda que o percentual de pessoas que possuem somente o ensino fundamental é pequeno, não ultrapassando os 5%. Portanto, os consumidores de feiras agroecológicas possuem alto nível de instrução, fato este, corroborado por Neutzling (2010), que em pesquisa nas feiras agroecológicas de Porto Alegre/RS encontrou resultados semelhantes, onde 59,3% dos consumidores entrevistados possuíam curso superior completo, 30% o ensino médio e 5,8% o ensino fundamental.

Tabela 3 – Nível de escolaridade dos consumidores das novas feiras agroecológicas.

Feira	Ensino Fundamental (%)		Ensino Médio (%)		Ensino Superior (%)	
	Completo	Incompleto	Completo	Incompleto	Completo	Incompleto
Praia do Canto	0	5	25	5	65	0
Vila Velha	5	0	10	0	65	20
Enseada do Suá	0	5	25	5	60	5

Com frequência de consumo semanalmente na maioria das vezes, conforme visto na tabela 4, nota-se que as feiras agroecológicas em shoppings mesmo sendo relativamente novas já possuem fidelização de clientes.

Dos consumidores pesquisados nas três feiras, 33,3% frequentam mais que uma feira agroecológica, sendo elas a Feira de produtos orgânicos de Barro Vermelho (Vitória), Praça do Papa (Vitória), Jardim Camburi (vitória), Praia da Costa (Vila Velha) e Feira agroecológica do shopping do Bairro Mata da Praia (Vitória). Os demais relataram par-



participar somente de uma feira agroecológica, notando-se assim que não há demasiada competição entre essas feiras. Contudo, 22% dos consumidores afirmaram adquirir produtos exclusivamente de feiras agroecológicas.

Tabela 4 – Frequência dos consumidores nas novas feiras agroecológicas.

Feira Agroecológica	Semanalmente (%)	Quinzenalmente (%)	Eventualmente (%)
Canto da Praia	75	5	20
Vila Velha	50	5	45
Enseada do Suá	55	30	15

Quando questionados sobre os motivos que os levaram a participar das feiras, 58,3% dos consumidores relataram o fato da feira oferecer produtos orgânicos, de qualidade, visando uma alimentação saudável. Resultado encontrado também por Kuneski (2004), sendo o principal motivo dos consumidores de Florianópolis adquirirem estes produtos refere-se a saúde. Além da qualidade, a localização incentiva 18,33% dos consumidores a participar das feiras, uma vez que está próximo de onde residem, além da comodidade (estacionamento, ambiente agradável e segurança). Outro motivo da participação na feira segundo relato de 7% dos consumidores é devido o preço ser acessível, 15% das pessoas transitam pelos shoppings corriqueiramente e 5% pela proximidade entre o trabalho e as feiras.

Os produtos comercializados mais almejados nas três feiras pesquisadas segundo 65% dos consumidores são as hortaliças (Rúcula, alface, couve, cebolinha, etc.), 36,6% preferem frutas (Banana, citros, mamão, etc.), 6,6% produtos de agroindústria (pão, bolo, doces, etc.), 6,6% tubérculos em geral e 16,6% não possuem preferência a produtos específicos.

O nível de satisfação dos consumidores é alto quando questionados sobre o atendimento nas feiras, obtendo uma nota em todas as feiras entre 9,4 a 9,7, conforme tabela 5. A nota referente a diversidade foi relativamente boa, porém segundo 25% dos consumidores os feirantes devem ampliar a diversidade dos produtos, como tomate, mais verduras e frutas, cebola branca e roxa, quiabo, uva, morango, caju, pera, abacaxi, produtos sem glúten, doces, polpa de frutas, produtos naturais (óleo de coco, etc.), batata-inglesa, vinagre de maçã, tapioca, palmito in natura, cogumelo, pimenta em conserva, farinha de mandioca e caldo de cana com pastel. Além desses produtos, muitos consumidores relataram a falta de ovos, carnes e leite, fato que ocorre devido a burocracia e custos em conseguir o alvará sanitário de funcionamento e o certificado



orgânico da produção animal, que pelo pequeno volume comercializado inviabiliza a oferta desses produtos nas feiras. Os consumidores aprovam a qualidade dos produtos das três feiras agroecológicas.

Tabela 5 – Notas referentes ao atendimento, diversidade e qualidade das novas feiras agroecológicas.

Feira Agroecológica	Atendimento	Diversidade	Qualidade
Canto da Praia	9,60	8,55	9,65
Vila Velha	9,70	8,92	9,75
Enseada do Suá	9,40	8,02	9,35

Ao serem questionados sobre o que poderia vir a melhorar nas feiras, os consumidores afirmaram a necessidade de melhorar as condições de pagamento, aceitando cartão de crédito/débito, aumentar a quantidade de feirantes por feira, preços mais acessíveis, aumentar a divulgação, disponibilidade de carrinhos para o transporte dos produtos até os automóveis, ampliar o número de barracas e a diversidade de produtos como citado acima, a identificação dos produtos e além de valorizar mais a cultura e etnia de cada agricultor, investindo mais na decoração.

Conclusões

A partir do diagnóstico realizado, conclui-se que as novas feiras agroecológicas nos shoppings da grande Vitória têm boa aceitação dos consumidores em relação ao atendimento, a qualidade e diversidade dos produtos ofertados.

Os consumidores frequentam as feiras semanalmente, sendo o perfil predominante do gênero feminino, na faixa etária adulta (acima de 30 anos), renda média alta (acima de 4 salários mínimos) e nível de escolaridade superior, evidenciando que apesar da expansão do número de feiras, ainda existe maior procura por parte de consumidores classe média alta e conscientes dos benefícios dos produtos orgânicos.

Para ampliar o mercado consumidor, as principais oportunidades de melhorias são: a diversificação dos produtos ofertados, a maior divulgação das feiras e mais opções nas condições de pagamento.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF E ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 1

Políticas Públicas e Conjuntura



Referências

BERNARDON, Raquel; PERIN, Marcelo G.; SAMPAIO, Cláudio H. Influência das informações nutricionais na intenção de compra do consumidor de alimentos. **XXXII ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**. Rio de Janeiro, 2008.

DE MORAIS, Fernando Ferrari et al. Perfil dos consumidores de produtos orgânicos da feira agroecológica do mercado municipal de Goiânia-GO. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v. 7, n. 4, p. 64-70, 2013

KUNESKI, Marcia; CAZELLA, Ademir Antônio; KARAM, Karen Follador. Apoio a consumidores de produtos agroecológicos na região da grande Florianópolis. **Extensio: Revista Eletrônica de Extensão**, v. 1, n. 2, 2004.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed.-São Paulo: Atlas, 2003.

NEUTZLING, DAIANE MULLING et al. Consumidor de Alimentos Orgânicos: um Estudo na Feira dos Agricultores Ecologistas (FAE) de Porto Alegre. In: **CONGRESSO SOBER**. 2010.