

**PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PRODUTOS AGROECOLÓGICOS E
AGRÍCOLAS CONVENCIONAIS NO MUNICÍPIO DE CRATO, ESTADO DO
CEARÁ**

***PROFILE OF CONSUMERS OF AGROECOLOGICAL AND CONVENTIONAL
AGRICULTURAL PRODUCTS IN THE MUNICIPALITY OF CRATO, STATE OF
CEARÁ***

Valéria Feitosa Pinheiro
Universidade Regional do Cariri - URCA
valeria.pinheiro@urca.br

Anderson da Silva Rodrigues
Universidade Regional do Cariri - URCA
anderson.rodrigues@urca.br

Adriana Correia Lima Franca
Universidade Regional do Cariri
adriana.franca@urca.br

Christiane Luci Bezerra Alves
Universidade Regional do Cariri - URCA
christiane.alves@urca.br

Grupo de Trabalho (GT05): Produção orgânica, agroecologia e agroextrativismo

Resumo

Nos últimos anos é crescente a demanda por produtos agroecológicos, proporcionada pelos anseios da sociedade em obter alimentos saudáveis. Entre os principais canais de distribuição, destacam-se as feiras agroecológicas, onde produtores e consumidores estabelecem importantes interações. Esse trabalho tem como objetivo identificar o perfil dos consumidores de produtos agroecológicos e convencionais no município de Crato, estado do Ceará. Para realização da pesquisa foram aplicados questionários junto a dois grupos de consumidores em três feiras agroecológicas e em três mercados convencionais. Os resultados apontaram que os consumidores agroecológicos se destacam em relação aos demais porque, na sua maioria, possuem escolaridade de, pelo menos, ensino superior completo, renda maior que dois salários mínimos, exercem a profissão de professor, residem em imóvel próprio e possuem transporte para sua mobilidade.

Palavras-chave: Agroecologia. Feiras. Consumo.

Abstract

In recent years, the demand for agroecological products has grown, fueled by society's desire for healthy food. Among the main distribution channels, agroecological markets stand out, where producers and consumers establish important interactions. This study aims to identify the profile of consumers of agroecological and conventional products in the municipality of Crato, Ceará state. To conduct the research, questionnaires were administered to two groups of consumers at three agroecological markets and three conventional markets. The results indicated that agroecological consumers stand out from the rest because, for the most part, they have at least a college degree, an income greater than two minimum wages, are teachers, live in their own property, and have transportation for mobility.

Key words: Agroecology. Fairs. Consumption.

1. Introdução

O debate acerca de processos produtivos agrícolas alternativos surge ainda na década de 1920. No entanto, é nos anos de 1970 que se incorpora a variável ambiental como parte essencial dos sistemas econômicos, sendo obrigatório o reconhecimento dos impactos dos processos produtivos sobre o meio natural.

Em meio aos estudos da crise socioambiental, que ameaça a sustentabilidade do planeta, a agroecologia surge, portanto, no questionamento da racionalidade econômica e tecnológica dominantes, valorizando técnicas ambientalmente corretas presentes, sobretudo, em produções de pequena escala e buscando promover uma melhor qualidade de vida, valorizando as relações sociais e econômicas (Borsatto; Carmo, 2012).

Nesse cenário, as feiras agroecológicas vêm a se constituir importante elemento desta trama de relações, contribuindo para que se experimentem e se consolidem novas relações sociais a partir das interações entre produtores e consumidores, que usufruem de um espaço de convivência, para além das trocas comerciais que ali se desenvolvem.

A participação nas feiras e a busca pelo consumo de produtos agroecológicos possuem significado, emergindo como um fenômeno que merece ser estudado e mapeado. Identificar o perfil dos consumidores de produtos agroecológicos e convencionais é importante para que o próprio mercado agroecológico se fortaleça e atraia mais consumidores. Além disso, trará reflexões relevantes para ampliar os estudos voltados para a compreensão dos aspectos que circundam o consumo.

Propõe-se, portanto, como objetivo, traçar um comparativo entre o perfil dos consumidores de produtos agrícolas no ambiente das feiras agroecológicas e mercados de produtos agrícolas convencionais no município de Crato, estado do Ceará.

2. Metodologia

Neste estudo, foram utilizados dados primários, coletados mediante aplicação de questionário junto à dois grupos de indivíduos, de forma a cobrir o universo de consumo, consumidores agroecológicos e de produtos convencionais.

A aplicação dos questionários foi realizada no ambiente das três feiras agroecológicas (Encosta do Seminário, Praça Bicentenário e Rua dos Cariris) e dos três principais mercados com produtos agrícolas convencionais (Camelódromo/Feira da Prefeitura, Mercado Wilson Roriz e Mercado Walter Peixoto), localizados no município de Crato, estado do Ceará.

Para o cálculo do tamanho da amostra mínima de consumidores nos dois grupos pesquisados, uma vez se tratando de amostra para população finita, com amostragem aleatória simples, conforme Cochran (1985), utilizou-se a fórmula da equação 1:

$$n = \frac{(Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N)}{[\varepsilon^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q]} \quad (1)$$

Onde: n = tamanho inicial da amostra; Z = abscissa da distribuição normal-padrão; p = proporção adotada; q = complemento de p ($1-p$); ε = erro de estimação (aceitável até 5%, quanto menor, melhor); N = tamanho da população.

Para a amostra de consumidores agroecológicos, partiu-se de uma população (N) de 420 consumidores semanais, quantidade estimada pelos organizadores das feiras, sendo: Encosta do Seminário, 130; Praça Bicentenário, 240; Rua dos Cariris, 50. Utilizou-se, para o cálculo, nível de confiança de 99% ($Z=2,59$). Optou-se por um recorte de população, pelo critério acima de 20 anos. Segundo o IBGE (2023), a população estimada do município de Crato, para 2021, foi de 133.913 habitantes. Utilizando as mesmas proporções por faixa etária do último Censo

Demográfico disponível no momento da pesquisa (IBGE, 2011), estimou-se a população acima de 20 anos em 87.005 habitantes (IBGE, 2023).

Portanto, a proporção de consumidores agroecológicos em relação à população total considerada é de $p=0,00483$, portanto, o $q=0,99517$. O erro de estimação admitido foi de $\varepsilon = 0,025$ (2,5%). No cálculo da amostra de consumidores convencionais, utilizaram-se os mesmos parâmetros na fórmula, com população de 86.585 (população menos os consumidores agroecológicos). O resultado foi uma amostra mínima de consumidores agroecológicos de 46 e de consumidores não-agroecológicos de 51 indivíduos. Para efeito da pesquisa de campo, pesquisaram-se 103 consumidores, dos quais 50 foram do grupo agroecológico e 53, do grupo não agroecológico.

3. Resultados e discussões

Como a pesquisa foi realizada no município do Crato, estado do Ceará, quase todos os consumidores afirmaram residir nesse município, com exceção de apenas um, que tem moradia atual no município vizinho de Juazeiro do Norte.

Quando perguntado sobre o tipo de moradia, mais de 50% dos consumidores agroecológicos e, aproximadamente, 40% dos convencionais residem em imóvel próprio. Os demais tipos de moradias presentes no questionário são: alugada, cedida por amigos, residências universitárias e casas de família.

Observou-se, na pesquisa, que a maioria dos consumidores agroecológicos se concentra nas faixas etárias de 50 a 59 anos e acima de 60 anos. Os consumidores convencionais apresentam maior dispersão na frequência relativa entre as faixas etárias, apesar da classe modal ser de 50 a 59 anos, as faixas entre 20 e 29 anos e acima de 60 anos também se destacam. Como consequência da evidência apresentada anteriormente, a idade média é superior entre o grupo que demanda agroecológicos, 49,5 anos, enquanto o outro grupo registra média de 46,6 anos.

Em relação ao gênero, há maior predominância do feminino, apresentando resultados próximos entre os dois grupos de consumidores, sendo: 60% do gênero feminino para o agroecológico e 66% para o convencional. De modo geral, os estudos têm indicado que as mulheres são mais influentes na escolha e aquisição de alimentos (Barbosa *et al.*, 2011.; Miranda *et al.*, 2022).

Na distribuição de consumidores por cor e raça, há um percentual maior de brancos entre os consumidores de produtos agroecológicos (26%) frente aos convencionais (20,8%). Considerando que pretos e pardos formam a categoria negro, constata-se que 70% dos consumidores de agroecológicos e 79,2% dos convencionais declararam ser negros. Vale destacar que apenas dois consumidores de agroecológicos se declararam pertencentes às cores/raças amarela e indígena.

Nos dados referentes à escolaridade, chama atenção a concentração de consumidores de agroecológicos em faixas de maior escolaridade. Portanto, os dados mostram que 62% dos consumidores de agroecológicos possuem, no mínimo, ensino superior completo, sendo 32% com mestrado e doutorado e, ainda, há nenhuma ou pouquíssima concentração entre as faixas de sem instrução e ensino médio incompleto. Isso confere uma escolaridade média, para o grupo, de 15,9 anos de estudo. No grupo não agroecológico, existe uma maior distribuição entre os consumidores por faixas de escolaridade, em que 66% possuem, no máximo, o ensino médio completo. A média de estudo, nesse grupo, é de 11,7 anos de estudos. Ou seja, 4,2 anos de estudos a menos do que os consumidores de agroecológicos.

A presença, no município de Crato, do pioneiro e maior campus da Universidade Regional do Cariri - URCA, pode explicar, em parte, o elevado percentual de consumidores desse grupo com pós-graduação e ainda o fato desse município ser historicamente escolhido para residência de professores do ensino superior, mesmo aqueles que trabalham em

universidades e centros de ensino superior localizados nos municípios de Barbalha e Juazeiro do Norte. Esse perfil particular está ausente nos resultados de outras pesquisas, quando não se registram consumidores pós-graduados nos trabalhos de Barbosa *et al.* (2011), Gonçalves *et al.* (2019), Pereira *et al.* (2015) e Miranda *et al.* (2022).

Em relação à renda, há maior distribuição de consumidores entre as faixas de remuneração no grupo agroecológico, enquanto os convencionais majoritariamente auferem renda até 2 salários mínimos (42% de agroecológicos contra 83% de convencionais), desses, 28,3% recebem menos de ½ salário mínimo. Com renda acima de 6SM estão 24% e 1,9% dos consumidores agroecológicos e convencionais, respectivamente. Esses dados se refletem numa renda média para o grupo agroecológico de R\$ 4.737,50, representando 132% superior à renda média do segundo grupo (R\$ 2.039,73).

Sobre o estado civil dos entrevistados, os consumidores agroecológicos apresentaram o seguinte perfil: 44% estão casados (ou similar), 36% são solteiros e, os demais, viúvos(as) e separados(as). Os consumidores convencionais casados (ou similar) são 45,3%, mas o número de solteiro foi de 37,7% consumidores.

Com respeito à profissão, há um destaque para a quantidade de consumidores agroecológicos exercendo a profissão de professor, configurando um total de 24 entrevistados (48%). As demais profissões citadas por esse grupo de consumidores são: profissionais técnicos da saúde, nutricionista, artista, técnico em segurança do trabalho, assistente administrativo, escritor/ilustrador, contador de história, servidor público, aposentado, engenheiro, estudante, autônomo, agricultor, gestor de RH, marceneiro, operário e do lar. Dentre os consumidores convencionais, há maior pulverização nas profissões, com leve destaque para: agricultor (7), aposentado (6), comerciante (5), profissional da saúde (4), autônomo (3), do lar (3) e doméstica/diarista (3). Os demais foram distribuídos em: enfermeiro, professor, economista, servidor público, técnico agrícola, operário, operador de caixa, motorista, pintor e artesão

Foi perguntado aos entrevistados sobre a posse de transporte motorizado (carro ou moto). Os resultados mostram que 64% dos consumidores agroecológicos possuem esse tipo de veículo e entre os convencionais, esse percentual representa 41,5%.

4. Conclusões

Os resultados indicaram que os consumidores agroecológicos distinguem-se dos demais principalmente por apresentarem, em sua maioria, nível de escolaridade igual ou superior ao ensino superior completo, renda mensal superior a dois salários mínimos, atuação profissional como professores, residência em imóvel próprio e acesso a meio de transporte próprio para locomoção.

A maior predominância do gênero feminino, apresentando resultados próximos entre os dois grupos de consumidores, reforça que as mulheres são mais influentes na escolha e aquisição de alimentos.

Referências

BARBOSA, S. de C. *et al.* Perfil do consumidor e oscilações de preços de produtos agroecológicos. **Pesquisa Agropecuária Tropical**, Goiânia, v. 41, n. 4, p. 602-609, out./dez. 2011.

BORSATTO, R. S.; CARMO, M. S. Agroecologia e sua epistemologia. **Revista Interciência**. Caracas, v. 37, n. 9, p. 711-716, 2012.

COCHRAN, W. **Sampling Techniques**. 2ª ed. Boston: John Wiley & Sons, 1985.

GONÇALVES, K. S. *et al.* Percepção de consumidores de feiras orgânicas da cidade de São Paulo (SP). **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, Maringá, v. 12, n. 3, p. 1081-1102, jul./set. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. [s.d.]. **Cidades**. Crato. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/crato/panorama>. Acesso em: mar. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. [s.d.]. **Cidades**. Crato. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/crato/panorama>. Acesso em: mar. 2023.

MIRANDA, T. G. *et al.* Perfil socioeconômico e consumo de orgânicos de uma Feira Agroecológica, Belém, Pará. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente - RAMA**, Maringá, v. 15, n. 4, p. 1-12, out./dez. 2022.

PEREIRA, M. C. *et al.* Mudança no perfil sociodemográfico de consumidores de produtos orgânicos. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 9, n.2, p. 2798-2804, set. 2015.