ANÁLISE DO MERCADO CONSUMIDOR DE PRODUTOS ORGÂNICOS EM MUNICÍPIOS DO COREDE FRONTEIRA NOROESTE DO RIO GRANDE DO SUL

Camila Zemolin[1]
Janete Stoffel[2]

INTRODUÇÃO: Atualmente observa-se um expressivo aumento no número de pessoas que procuram seguir uma alimentação mais saudável. Neste contexto, esta pesquisa pretende responder a seguinte questão: quais as principais características do mercado consumidor de produtos orgânicos em municípios do COREDE Fronteira Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, focando em potencialidades?

OBJETIVOS: Para verificar os principais aspectos relacionados ao mercado consumidor de produtos orgânicos definiram-se como objetivos contextualizar a importância dos produtos orgânicos para o mercado consumidor, identificar as características do mercado consumidor de orgânicos na região e analisar as potencialidades do referido mercado nos municípios de Doutor Maurício Cardoso, Horizontina e Santa Rosa.

METODOLOGIA: O estudo empregado consiste em uma pesquisa de economia aplicada, utilizando o método indutivo. Quanto aos fins, esta pesquisa pode ser classificada como sendo descritiva e explicativa, onde o estudo será descritivo, se propondo a descrever características do mercado consumidor de orgânicos e sendo explicativa com a finalidade de proporcionar as maiores informações sobre o assunto. Quanto aos meios, pode-se afirmar que a pesquisa será um estudo de campo contemplando elementos de fundamentação teórica através de pesquisa bibliográfica e estudo de casos. O método utilizado consiste, portanto em um estudo bibliográfico onde posteriormente será realizada uma pesquisa de campo. No estudo bibliográfico foram utilizados livros, artigos e outras publicações sobre o tema proposto. Na pesquisa de campo, serão entrevistados 270 consumidores com a aplicação de um questionário nos municípios de Doutor Maurício Cardoso, Horizontina e Santa Rosa.

RESULTADOS PARCIAIS: O perfil dos consumidores vem se alterando com o passar do tempo. Essas alterações são geradas por questões sociodemográficas, educação, aspectos étnicos e até mesmo pelo acesso à tecnologia, nutrição, saúde e aumento da preocupação com a conservação ambiental. Há dessa forma a necessidade de adequação dos ofertantes para acompanhar essas alterações de perfil dos consumidores. Assim, é importante entender as mudanças nos desejos desses consumidores, pois estas alteram gradativamente os seus hábitos alimentares. Entender esse contexto é fundamental para compreender como as empresas devem trabalhar para ter sucesso, ao longo das cadeias agroalimentares. O acesso facilitado a um maior volume de informações contribui para que os consumidores preocupem-se mais com a sua saúde. Contudo, a motivação para o consumo de produtos orgânicos varia de acordo

[1] Camila Zemolin aluna do Curso de Ciências Econômicas da FAHOR (Faculdade Horizontina), RS/Brasil E-mail: cz000671@fahor.com.br
[2] Janete Stoffel Economista, Professora do Curso de Economia da Fahor. Especialista em Comércio Exterior e Mestre em Desenvolvimento.

com o país, a cultura e os produtos analisados. Algumas pesquisas indicam que o consumidor de orgânicos não está disposto a pagar um preço que seja maior do que 20% pelo produto orgânico, comparado aos outros produtos. Dessa forma, nesta área de consumo, a compra é motivada pelo impulso e de forma menos regular. Caso haja uma redução dos preços destes produtos, a maioria da população poderia ter acesso a produtos orgânicos. Da mesma maneira é indispensável que haja aumento na concorrência econômica entre o sistema orgânico e o convencional, uma vez que atualmente esta concorrência é injusta.

CONCLUSÃO: No sistema agrícola de produção orgânica, o consumidor procura interagir e buscar informações sobre os alimentos que está adquirindo. Neste segmento, os consumidores possuem maior acesso as informações e desejam obter melhor qualidade de vida por meio de alimentos que não estejam contaminados por produtos químicos e também que não sejam manipulados geneticamente. Dessa maneira, estudar o comportamento do consumidor de produtos orgânicos torna-se de fundamental importância para que sejam desenvolvidas ações que proporcionem o crescimento sustentado, e tragam benefícios para todos os elementos pertencentes a esta cadeia produtiva. Conforme verificado no estudo a prioridade em consumir produtos orgânicos consiste no consumo consciente na atual busca constante de saúde.

REFERÊNCIAS:

DAROLT, Moacir R. **Agricultura Orgânica: Um Estudo de Sustentabilidade na Região Metropolitana de Curitiba, Paraná.** Dissertação (Pós Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento) - Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2004.

DAROLT, Moacir R. **Experiências de Educação para o Consumo Consciente: Fortalecendo a Relação entre Consumidores e Produtores Agroecológicos.** 2007. Disponível em: < http://www.iapar.br/arquivos/File/zip_pdf/agroecologia/publicacoes/consumoconsciente2007.pdf>. Acesso em: Abril de 2012.

GIL, Antonio C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 4ª Edição. São Paulo. Editora Atlas S. A. 2007.

GRAZIANO, Graziela O. et al. **Produtores e o Perfil da Oferta de Produtos Orgânicos no Brasil: Um Estudo Exploratório.** In: SOBER: Sociedade Brasileira de Economia Administração e Sociologia Rural. 47º Congresso. 26 a 30 de julho de 2009. Porto Alegre – RS.

MAZOYER, Marcel; ROUDART, Laurence. **História das agriculturas no mundo: do neolítico à crise contemporânea.** São Paulo: Editora UNESP; Brasília, DF: NEAD, 2010.

MEIRELLES, Laércio. **Agricultura Orgânica e Mercado – Algumas Considerações.** In: Centro Ecológico, Ipê – Serra, Litoral Norte. Assessoria e Formação em Agricultura Ecológica. Ipê, setembro de 1998.

SOUZA, Aline R. D. de. **Análise do Comportamento do Consumidor e do Produtor/Comercializador de *Hortifrutis* Orgânicos da Região Metropolitana de Belo Horizonte.** 2011. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Ciências Empresariais, Universidade FUMEC, Belo Horizonte, 2011.

STOFFEL, Janete. **A Produção Orgânica como Alternativa Sustentável para a Agricultura Familiar.** In: SOBER: Sociedade Brasileira de Economia Administração e Sociologia Rural. 48º Congresso. 25 a 28 de julho de 2010. Campo Grande – MS.