



Determinantes da demanda de **hortaliças orgânicas** em Ilhéus

Raquel Barbosa Nogueira*

Patrícia Lopes Rosado**

Andréa da Silva Gomes**

A propagação da "Revolução Verde" no século passado proporcionou a expansão da agricultura com base em modelos produtivistas, através do uso de técnicas "modernas" no campo da genética, com utilização de sementes híbridas, fertilizantes sintéticos e defensivos agrícolas. Em meados da década de 1970, esse modelo produtivo começou a ser questionado sob a ótica da sustentabilidade dos recursos naturais. Assim, é difundido nos anos de 1980 o conceito de agricultura sustentável, que tem como base a satisfação das necessidades humanas com a preocupação voltada para as gerações futuras. Nesse contexto, o consumo de produtos orgânicos no mundo vem crescendo, impulsionando a produção mundial, sobretudo nos países europeus.

No Brasil, o desenvolvimento da agricultura orgânica ocorreu na década de 1980, principalmente no sul e sudeste do país. Atualmente, 15 mil produtores atuam com agricultura orgânica numa área estimada em 800 mil hectares. A produção está concentrada em unidades de produção familiares e do total de produtores orgânicos, 68% estão localizados no sul do país, 13% no nordeste e 10% no sudeste. Estima-se em 5.000 ha de áreas com extrativismo no Brasil que poderiam ser considerados orgânicos (BRASIL, 2008c).

O consumo de hortaliças orgânicas no Brasil é muito baixo comparado a outros países. Vários fatores corroboram

* Economista pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC).
raquelbn@gmail.com

** Professoras DS do Departamento de Ciências Econômicas da UESC.
asgomesbr@yahoo.com.br

para esse quadro, dentre os quais os custos de certificação. No caso do produto orgânico, a certificação é a forma de controle da procedência do produto e de sua diferenciação na forma produtiva em relação à agricultura convencional.

Com o intuito de regulamentar todo o sistema de produção, a atividade orgânica conta, desde o final de 2007, com novos critérios para seu funcionamento. Esses critérios foram estabelecidos pelo Decreto nº 6.323/08 (BRASIL, 2008a) e prevê a criação de regras para que o país tenha um sistema de certificação de produtos orgânicos reconhecido internacionalmente, que inclua a produção, armazenamento, rotulagem, transporte, certificação, comercialização e fiscalização dos produtos. O decreto cria o Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica, que será composto pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), órgãos de fiscalização dos estados e organismos de avaliação da conformidade orgânica.

No tocante ao comércio exterior, no ano de 2007, o Brasil exportou US\$ 11.956¹ em produtos orgânicos. Até janeiro deste ano, o valor exportado alcançou US\$ 1.450.745. Os principais países-destino da exportação brasileira de orgânicos são a Holanda, Estados Unidos e Suécia. De janeiro de 2006 a fevereiro deste ano, o valor exportado para esses países foi de US\$ 9.827, US\$ 5.705 e US\$ 3.575, respectivamente. Dentre os principais produtos exportados estão a soja, o açúcar branco e mascavo, café e sucos cítricos (BRASIL, 2008b).

Na Bahia não há números oficiais da quantidade de produtores orgânicos e nem área de plantio, entretanto já se produzem diversas frutas, hortaliças, carne bovina, cachaça e leite, entre outros. A produção estadual de orgânicos é destinada à exportação, comercializada em lojas de produtos naturais e feiras; apenas uma pequena parcela é comercializada em supermercados.

A agricultura orgânica na Bahia tem sido desenvolvida em diversas regiões e tem atraído considerável interesse dos produtores. Na região sul da Bahia, algumas

propriedades têm certificação e contam com o apoio de organizações não governamentais (ONGs), como a Cooperativa dos Produtores Orgânicos do Sul da Bahia (Cabruca) e o Instituto de Estudos Sócio Ambientais (Iesb). (OLALDE; DIAS, 2004). Em 2001, a região sul da Bahia possuía 68 produtores, totalizando 75 propriedades nos municípios de Arataca, Ilhéus, Camacã, Itacaré, Maraú, Una e Uruçuca (SOUZA; LIMA, 2004).

No município de Ilhéus, local escolhido para o estudo, há uma crise econômica e social em função da queda de produtividade da lavoura cacaueteira e da vigência de preços poucos compensadores nessa atividade. Em consequência, agrava-se a situação de empobrecimento, desemprego, renda e queda da atividade econômica da região. Com isso outras atividades são necessárias para recompor a renda familiar, como o turismo, a pesca na costa litorânea e a diversificação de cultivos na agricultura. Nesse contexto, a produção de orgânicos pode apresentar-se como alternativa de geração de emprego e renda nesse município.

Para o desenvolvimento da produção orgânica no município, é importante o conhecimento do comportamento do consumidor, a fim de que produtores e comerciantes adotem estratégias de mercado que lhes permitam atendê-lo de forma eficaz. A procura por produtos saudáveis e que se insiram dentro do conceito de desenvolvimento sustentável ganha cada vez mais adeptos.

Dentro desse contexto, o objetivo deste artigo é investigar os fatores determinantes do consumo de hortaliças orgânicas no município de Ilhéus, Bahia. Mais especificamente, buscou-se analisar o perfil dos consumidores ilheenses e o conhecimento destes acerca da agricultura orgânica. Conhecer os fatores que influenciam a tomada de decisão dos consumidores permite adequar às atividades do produtor as necessidades e desejos específicos do público a ser atendido, como também prever as constantes mudanças que ocorrem no comportamento dos compradores e assim orientar a produção à demanda do mercado. Ademais, esta pesquisa poderá contribuir para orientar políticas públicas que visem o desenvolvimento da produção e o consumo de produtos orgânicos nos demais municípios baianos.

¹ Valores Free On Board (FOB).

REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Braga e Lírio (2002), é fundamental, para o bom andamento de toda a cadeia produtiva de determinado produto, o conhecimento, por parte dos empresários, da percepção do consumidor em relação a seus produtos, sendo primordial que seus desejos e necessidades sejam conhecidos, para que todo o setor tenha bons subsídios e possa atendê-lo da melhor forma possível.

Os fatores que interferem na decisão final dos consumidores, a respeito do que irão ou não adquirir, são relevantes para o sucesso de qualquer negócio. A natureza racional ou emocional pode ser considerada como variável que intervm na atitude de consumo dos produtos agroalimentares. As variáveis preço, disponibilidade, qualidades nutricionais, dentre outras, são ditas racionais; enquanto outras são ditas subjetivas, tais como preferências individuais, grau de sensibilidade dos procedimentos de *marketing* e a fidelidade a marcas específicas (BRAGA; LÍRIO, 2002).

Evidenciando a importância de modelos de processo de compra, que abordam tanto a parte emocional quanto a racional, pode-se citar o desenvolvido por Engel e outros. (2000) e adaptado por Braga e Lírio (2002), em que o processo de decisão resulta da ação conjunta de três grupos de fatores: influência ambiental, diferenças individuais e processo psicológico. O primeiro conjunto de fatores que compõe a influência ambiental foi delineado de forma a perceber até que ponto os estímulos externos atuam no processo de decisão de compra. As diferenças individuais, por outro lado, consideram a classe de renda da qual o indivíduo faz parte, seu estilo de vida e o grau de conhecimento das especialidades de produto. Em relação ao processo psicológico, de acordo com Kotler (1992), os consumidores, ao fazerem suas escolhas, são influenciados por fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos de difícil controle e que passam a ser considerados importantes na abordagem do *marketing* sobre o comportamento do consumidor.

METODOLOGIA

Para a análise dos determinantes da demanda de hortaliças orgânicas em Ilhéus, utilizou-se o método de abordagem indutivo, em que a generalização não deve

ser buscada aprioristicamente, mas constatada a partir da observação de casos concretos suficientemente confirmados dessa realidade (GIL, 2007). Além de fontes secundárias, recorreu-se à pesquisa de campo para levantamento de dados primários junto aos consumidores de produtos orgânicos no município de Ilhéus, Bahia.

O perfil do consumidor de produtos orgânicos no município de Ilhéus (BA) foi analisado por meio da estatística descritiva, mais precisamente da análise tabular e de frequência das variáveis relevantes ao estudo.

Por se tratar de um município com população superior a cem mil habitantes e por ser a mensuração das variáveis feita em escala ordinal, foi aplicada a seguinte fórmula para dimensionamento da amostra, de acordo com Richardson (1996):

$$n = \frac{\delta^2 \cdot \hat{p} \cdot \hat{q}}{d^2},$$

em que n = tamanho da população; = abscissa da curva normal padrão, fixado um nível de confiança. Para um nível de confiança de 90%, $Z \cong 1,645$; $\hat{p}$ = estimativa da verdadeira proporção de um dos níveis da variável escolhida, isto é, a percentagem com o qual o fenômeno se verifica; $q = 1 - p$ = percentagem complementar e d = erro amostral; neste caso, ($d = 0,05$).

Utilizando-se $\alpha = 10\%$ de significância, $p = 50$, $1 - p = 50$, por considerar que as características da população em análise eram desconhecidas, e o erro máximo permitido de 5%, obteve-se o tamanho da amostra de 270 entrevistados:

$$n = \frac{1,645^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}{0,05^2} \cong 270.$$

Os dados utilizados na pesquisa foram primários, obtidos mediante entrevista semiestruturados aplicados aos consumidores do município de Ilhéus (BA). A entrevista foi realizada nos principais locais de comercialização de hortaliças orgânicas, ou seja, em dois supermercados e na feira organizada pelos produtores orgânicos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta parte é constituída de dois tópicos. No primeiro analisa o comportamento e no segundo o perfil do consumidor de

hortaliças orgânicas buscando identificar os fatores que influenciam no consumo desses consumidores.

Comportamento do consumidor

De acordo com os resultados obtidos na pesquisa, 97% dos entrevistados já tiveram contato com produtos orgânicos, 92% conhecem hortaliças orgânicas e 79% consomem esse tipo de hortaliças.

A maioria dos consumidores relaciona produtos orgânicos com alimentos livres de defensivos agrícolas (93,30% dos entrevistados), adubos químicos (87,40%), antibióticos (75,90%) e hormônios (75,20%). Para esses consumidores, tratam-se de produtos saudáveis (94,80%) e naturais (94,10%).

A pesquisa revelou que os veículos de mídia (telejornais, reportagens) constituem o principal meio de divulgação do produto (35,74%), seguido pelos jornais e revistas impressas (34,93%), propagandas (19,67%), contato com amigos (16,67%) e palestras (7,63%).

Os entrevistados que não consomem hortaliças orgânicas revelaram que a existência de poucos canais de comercialização é a principal barreira ao consumo (33,93%), seguida pelos preços elevados (32,14%) e desconhecimento acerca do produto (19,64%). (Tabela 1).

Para os consumidores de hortaliças orgânicas, os motivos que os levam a incluir tais produtos em suas cestas de bens estão relacionados principalmente à preocupação

Tabela 1
Distribuição percentual dos motivos justificados pelos consumidores do não-consumo das hortaliças orgânicas – Ilhéus, Bahia – 2007

Motivo	Percentual (%)
Poucos canais de venda	33,93
Preços elevados	32,14
Por desconhecimento da existência	19,64
Falta de interesse	10,72
Outros	3,57
Total	100

Fonte: Dados de pesquisa.

Tabela 2
Distribuição percentual da principal motivação para comprar produtos orgânicos por parte dos consumidores – set. 2007

Motivo	Percentual (%)
Faz bem a saúde	80,4
Preocupação com o meio ambiente	11,5
Por ter melhor sabor	4,4
Outros motivos	3,7
Total	100

Fonte: Dados de pesquisa.

com a saúde, por tratar-se de produtos livres de defensivos agrícolas e aditivos químicos (80,40%). Não obstante a maior conscientização dos consumidores em torno das questões ambientais, apenas 11,50% dos entrevistados considera esta a principal motivação para o consumo de hortaliças orgânicas (Tabela 2). Comparando esses resultados com o estudo realizado para o município de Curitiba, verifica-se que as motivações de consumo variam de um local para outro, pois, em Curitiba, a principal razão que leva os indivíduos ao consumo de hortaliças orgânicas é a preocupação com o meio ambiente (DAROLT, 2006).

Com relação à frequência de consumo, observou-se que 68% dos consumidores adquirem as hortaliças orgânicas pelo menos uma vez por semana, 13,2% diariamente, 7,6% mensalmente e 11,2% consomem esporadicamente, o que revela certa fidelidade do consumidor quanto ao perfil de sua cesta de bens (Gráfico 1).

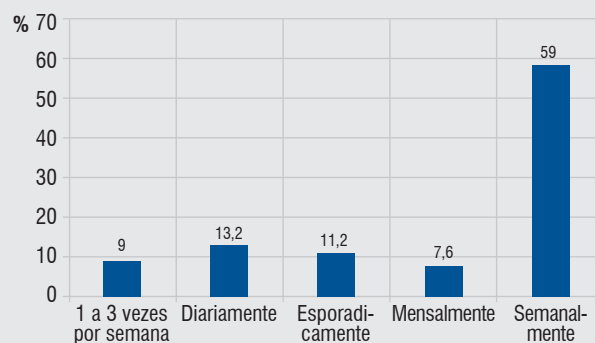


Gráfico 1
Frequência de aquisição de hortaliças orgânicas
Ilhéus, Bahia – 2007

Fonte: Dados de pesquisa.

Dos entrevistados que consomem hortaliças orgânicas, cerca de 90% também consomem as convencionais e apenas 10% consomem apenas hortaliças orgânicas. Os fatores que levaram a tal comportamento estão relacionados à pouca variedade dos produtos ofertados no mercado de orgânicos (62,10%) e aos preços elevados (20,53%), conforme mostra a Tabela 3.

Tabela 3
Distribuição percentual do principal motivo que leva ao consumo das hortaliças convencionais simultaneamente com as orgânicas – Ilhéus, Bahia – 2007

Motivo	Percentual (%)
Preços elevados	20,53
Variedade insuficiente de hortaliças orgânicas	62,10
Outros	17,37
Total	100,00

Fonte: Dados de pesquisa.

De acordo com os entrevistados, os locais preferencialmente utilizados para adquirir as hortaliças são: supermercados (46%), feira orgânica municipal² (37,26%) e direto do produtor (13,21%). (Tabela 4). Essas escolhas podem estar relacionadas ao fato de que hoje a maioria dos supermercados e feiras oferece grande diversidade de produtos, facilitando o acesso. Constatou-se que os canais de distribuição desses produtos são escassos e a oferta é insuficiente para atender a um aumento da demanda.

Tabela 4
Distribuição percentual do local preferencialmente utilizado pelos consumidores para aquisição das hortaliças orgânicas – set. 2007

Local	Percentual (%)
Loja especializada em orgânicos	-
Feiras orgânicas	37,26
Supermercado	46,23
Direto do produtor	13,21
Outros	3,3
Total	100

Fonte: Dados de pesquisa.

² A feira orgânica no município de Ilhéus está localizada no estacionamento da Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira (Ceplac).

Quanto ao preço que os consumidores estariam dispostos a pagar para adquirir o produto, verifica-se na Tabela 5 que dos 270 entrevistados, 50,4% estariam dispostos a gastar de 10 a 20% a mais para adquiri-lo, enquanto 11,90% o comprariam pelo mesmo preço do convencional, o que revela certa disposição a pagar, em virtude dos motivos apresentados na Tabela 2.

Tabela 5
Distribuição percentual da disposição a pagar a mais no preço da hortaliça orgânica em relação ao preço da convencional – Ilhéus, Bahia – 2007

Valor percentual (%)	Percentual (%)
De 10 à 20	50,4
De 20 à 30	10,7
De 30 à 40	7,0
De 40 à 50	7,8
Acima de 50	12,2
Não pagaria a mais	11,9
Total	100,0

Fonte: Dados de pesquisa.

Perfil dos entrevistados

Os consumidores de hortaliças orgânicas são predominantemente do sexo feminino (63%) e casados (62,26%). De fato, como a pesquisa foi realizada em supermercados e feiras, esse resultado pode estar atrelado ao fato de que, geralmente, as mulheres são responsáveis pela realização das compras da família. Quanto ao estado civil, a maioria dos entrevistados é casado ou com relação estável (62,26%), resultados próximos ao da pesquisa realizada por Souza (2005) (Tabela 6).

Tabela 6
Estado Civil dos entrevistados que consomem hortaliças orgânicas – Ilhéus, Bahia – 2007

Estado civil	Percentual (%)
Solteiro	27,36
Casado	63,21
Divorciado	3,77
Separado	2,36
Viúvo	3,30
Total	100,00

Fonte: Dados de pesquisa

Em relação à faixa etária, constatou-se que a maioria dos entrevistados tem mais de 50 anos (30,18%), e 78,3% acima de 31 anos. No tocante à escolaridade, a maioria desses consumidores possui, pelo menos, o curso médio completo (82,5%).

No que diz respeito à renda familiar, verificou-se que mais de 45% da amostra pesquisada recebe acima de 3 salários mínimos. Destes, cerca de 20% com renda superior a 13 salários, o que mostra uma relação direta entre renda e consumo de hortaliças orgânicas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O crescente questionamento sobre a sustentabilidade dos modelos “produtivistas” na agricultura no final do século passado e a busca por produtos melhores para a saúde, impulsionou a difusão de alternativas produtivas na agricultura com base em conceitos de sustentabilidade e bem-estar. O consumidor tem procurado, cada vez mais, alternativas de consumo mais adequadas a um padrão de vida saudável. Nesse contexto, desenvolveu-se a produção de orgânicos no Brasil.

Em Ilhéus, o mercado de hortaliças orgânicas vem crescendo; a busca por produtos saudáveis é o fator que mais influencia na demanda pelo produto. Os preços elevados e poucos canais de distribuição constituem-se em importantes barreiras ao desenvolvimento desse mercado. Trata-se de um mercado cuja oferta é restrita, sendo incipiente frente a possíveis aumentos na demanda.

Conclui-se que o grande desafio do setor produtivo das hortaliças orgânicas em Ilhéus, Bahia, é ajustar a demanda do mercado, cujos consumidores se mostraram favoráveis e crescentes. Alcançar maior escala de produção, oferecer variedade de produtos, aumentar o número de estabelecimentos de venda e preços de mercado mais acessíveis é uma dificuldade a ser vencida pelos agentes deste segmento.

REFERÊNCIAS

- BRAGA, M. J.; LIRIO, V. S. *Administração estratégica aplicada ao agronegócio*. 2002. 78 f. Trabalho de Conclusão de Curso de Pós-graduação *lato sensu* (MBA Agronegócio) –Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2002.
- BRASIL. Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007. Regulamenta a Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6323.htm>. Acesso em: 20 jun. 2008a.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior. Secretaria de Comércio Exterior (SECEX). *Home page*. Disponível em: <<http://www2.desenvolvimento.gov.br/sitio/secex/secex/competencia.php>>. Acesso em: 20 jun. 2008b.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). *Agricultura orgânica: dados e estatísticas*. [Brasília]: MAPA, 2008c. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/>>. Acesso em: 23 jun. 2008.
- _____. *O papel do consumidor no mercado de produtos orgânico*. Ano 2002. Disponível em: <<http://www.ibd.com.br/artigos/papelconsumidor.htm>>. Acesso em 5 nov. 2006.
- BRAGA, M. J.; LIRIO, V. S. *Administração estratégica aplicada ao agronegócio*. 2002. 78f. Trabalho de Conclusão de Curso de Pós-graduação *lato sensu* (MBA Agronegócio) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2002.
- ENGEL, J. F. *Comportamento do Consumidor*. 8. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora, 2000. 641p.
- GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- KOTLER, P. *Administração de marketing: análise, planejamento e controle*. 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 1992.
- OLALDE, A. R.; DIAS, B. O. Agricultura orgânica e agroecologia na Bahia: atores e experiências. In: UZÊDA, M. C. (Ed.). *O desafio da agricultura sustentável: alternativas viáveis para o sul da Bahia*. Ilhéus: Editus, 2004. p. 71-96.
- RICHARDSON, G. P. *Modelling for management: simulation in support of systems thinking*. Cambridge: Dartmouth, 1996.
- SOUZA, A. C. *Diagnóstico e análise de mercado de produtos orgânicos no eixo Ilhéus e Itabuna, Bahia*. 2005. Dissertação (Mestrado)–Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, 2005.
- SOUZA, A. C.; LIMA, S. R. R. Perfil dos produtores orgânicos no município de Ilhéus, Bahia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE SISTEMAS AGROFLORESTAIS, 5., out. 2004, Curitiba. *Anais...* Colombo: Embrapa Florestas, 2004.