

Perfil dos consumidores de hortaliças folhosas da cidade de Palmas - TO.

Gessiane Ferreira da Silva¹, Joildy Gomes Brito¹, Vanessa David Domingos².

1. Estudante de IC do curso de Agronegócio no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins - IFTO; *syane_hd@hotmail.com

1. Estudante de IC em Agronegócio no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins – Campus Palmas-IFTO;

2. Professora e Doutora em Agronomia do Inst. Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Tocantins – Campus Palmas –IFTO.

Palavras Chave: *hortaliças folhosas, marketing e consumidor.*

Introdução

O consumo de hortaliças folhosas cresce a cada ano, devido a uma tendência da população mundial e nacional em adquirir hábitos de vida mais saudáveis. O estudo das cadeias produtivas permite identificar tendências futuras com base nas intenções e atitudes dos consumidores, produtores e varejo.

De acordo com Darolt (2001) o diagnóstico socioeconômico permite a obtenção de informações que nos levam a entender o perfil do consumidor, pois permite orientar o trabalho de produção, direcionando o processo de marketing e comercialização, além de dar uma ideia da importância desse segmento de consumo no mercado regional.

Devido à grande extensão territorial do Brasil, e especialmente, divergência cultural, estudos nessa área devem ser feitos para cada região.

Assim o presente artigo, visa identificar o perfil socioeconômico e as preferências do consumidor de hortaliças folhosas de Palmas-TO.

Resultados e Discussão

Foram entrevistados 120 pessoas ao acaso, e de acordo com os dados coletados observou-se que, 66% dos entrevistados eram do sexo feminino (Tabela 1), dados que corrobora os de Maria L. de Souza Neta et al. (2013), onde a maioria dos consumidores de hortaliças entrevistados eram do sexo feminino (65%).

Tabela 1. Perfil socioeconômico dos consumidores de hortaliças folhosas no município de Palmas-TO.

Características do consumidor	Total de entrevistados	Frequência relativa (%)
População amostral	120	100%
Gênero		
Masculino	41	34%
Feminino	79	66%
Estado Civil		
Solteiro	78	65%
Casado	36	30%
Outros	6	5%
Escolaridade		
Ens. fundamental	13	11%
Ensino médio	37	31%
Ensino superior	68	57%
Outros	2	2%
Renda Mensal		
1a 3 salários mínimos	47	39%
4 a 6 salários mínimos	56	47%
7 a 10 salários mínimos	12	10%
Acima de 11 salários mínimos	4	4%

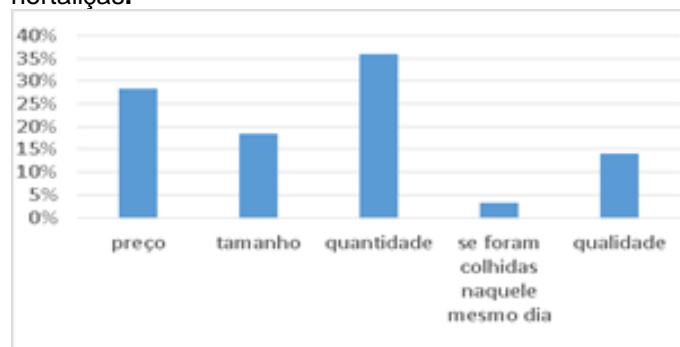
Fonte: Elaborado pelo autor

Quanto ao estado civil, 65% dos consumidores são solteiros, enquanto que 30% são casados, o que indica que as pessoas solteiras têm se preocupado mais com alimentação saudável, e consumo de hortaliças.

Após avaliar a influência da escolaridade na compra do produto, pode-se notar que mais da metade dos entrevistados possuem ensino superior completo, e ao verificar a renda deparou-se com 47% dos entrevistados ganhando entre 4 a 6 salários mínimos denotando que o consumidor de hortaliças folhosas na cidade de Palmas é um consumidor de classe C.

Quanto aos aspectos considerados mais relevantes no momento da compra das hortaliças folhosas, verificou-se 36% que elegeram a “quantidade” como o fator que influencia mais do que o preço (28%) e a qualidade (14%). (Gráfico 1).

Gráfico 1. Preferências do consumidor na compra de hortaliças.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Conclusões

O consumidor de hortaliças folhosas no município ainda não se preocupa tanto com a qualidade das hortaliças folhosas. O nível superior de escolaridade e renda salarial mediana, a priori não influenciou de forma expressiva no processo de decisão da compra do produto, o que vai ao contrário de outros estudos na mesma área realizados em outras regiões do país, isso sugere a necessidade de novos estudos para entender o comportamento do consumidor, e verificar o porquê de não estarem dando a devida importância a qualidade do que vem sendo adquirido.

Agradecimentos

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins – Campus Palmas.

CASTELO BRANCO M; NOGUEIRA JM; SANTOS RC. 2006. Perfil dos consumidores de hortaliças da cidade de Santo Antônio do Descoberto-GO. Horticultura Brasileira 24:368-372..

DAROLT, M.R. 2001. O papel do consumidor no mercado de produtos orgânicos. Agroecologia Hoje, Ano II, N. 7, fev/mar. p. 8-9.

NETA, M. L. S; SILVA, R. T; SOUZA, A. A. T.; PAMPLONA, J. P.; OLIVEIRA, F. A.; T. OLIVEIRA. M. K. Perfil dos consumidores de hortaliças do município de APODI-RN. R ACSA, v. 9, n. 1, p. 50-56, jan - mar, 2013.