

## Caracterização do perfil dos consumidores de hortaliças da Feira do Pequeno Produtor de Zé Doca, Maranhão

Ayrton Lima Barbosa<sup>\*1</sup>, Fernanço dos Reis Rodrigues Oliveira<sup>2</sup>, Francisco Wellington Silva Cavalcante Lima<sup>2</sup>, Vanuza Ribeiro Macedo<sup>2</sup>, Victor Gabriel Vaz Batalha de Sena<sup>2</sup>, Luciano de Souza Rodrigues Júnior<sup>3</sup>.

1. Graduando de Tecnologia de Alimentos, IFMA, Zé Doca/MA; \*[ayrtonlimabarbosa@gmail.com](mailto:ayrtonlimabarbosa@gmail.com)

2. Graduando(a) de Tecnologia de Alimentos, IFMA, Zé Doca/MA

3. Professor/Pesquisador de Tecnologia de Alimentos do Instituto Federal do Maranhão - Campus Zé Doca/MA

Palavras Chave: *feira, alimentos frescos, hortaliças.*

### Introdução

A busca por alimentos frescos, presumivelmente cultivados sem o uso, ou uso menos intensivo, de defensivos agrícolas e preços mais acessíveis são os atrativos que levam muitos consumidores a preferirem as feiras livres aos mercados tradicionais. A Feira do Pequeno Agricultor de Zé Doca é uma feira livre de comercialização de alimentos *in natura* tanto de origem animal quanto vegetal, ocorrendo em uma área aberta, sendo as hortaliças um dos produtos mais comercializado. Um fator importante que ocorre para a popularização das feiras, como afirma Cerdeño (2006), é a crescente conscientização dos efeitos benéficos de uma dieta rica em frutas e hortaliças na saúde humana. As hortaliças segundo Filgueira (2003) são alimentos indispensáveis para a dieta equilibrada, pois são importantes fontes de nutrientes que contribuem para a saúde humana. Diante do exposto fazem-se necessárias pesquisas que visem promover o desenvolvimento da atividade hortícola em Zé Doca e, o adequado diagnóstico dos consumidores de hortaliças, quanto as preferências, exigências, reclamações, e comportamento de compra, bem como aspectos sociais e econômicos, que na verdade constitui uma das etapas iniciais indispensáveis para a decisão de ações que se destinam a promover este desenvolvimento. Nesse sentido, este trabalho tem como objetivo caracterizar o perfil dos consumidores de hortaliças da Feira do Pequeno produtor de Zé Doca/Maranhão.

### Resultados e Discussão

A pesquisa foi realizada na Feira do Pequeno produtor de Zé Doca/MA, através de questionários, onde aplicou – se o mesmo com 60 consumidores. A abordagem foi feita aleatoriamente durante suas compras na referida feira. Os dados foram tabulados através do programa Excel® modelo 2013 para análise estatística e posterior discussão dos dados. A pesquisa permitiu observar que 53,34% (n=32) dos consumidores possuem idades entre 30 e 50 anos, isso demonstra que há uma maior conscientização da importância do consumo de hortaliças por parte dos consumidores que estão nessa faixa etária em relação aos mais jovens, talvez por haver mais experiência de vida, além da preocupação com os alimentos consumidos, as demais faixas etárias não tiveram tanta expressão. Existe um grande número de consumidores do sexo feminino, 73%(n=44), e do sexo masculino 26,67%(n=16), deixando claro importante papel da escolha dos alimentos e responsabilidade alimentar desempenhado pela mulher no seio da família zedoquense. A maioria dos consumidores 98,35%(n=59) residem no próprio município, e apenas 1,66%(n=1) moram em outro município, quanto ao grau de instrução 40%(n=24) possuem o ensino médio completo. As principais exigências foram em relação a qualidade nutricional 58,34% (n=35), e depreciação física 28,33% (n=17), aspectos físicos inerentes a coloração e ao

tamanho somaram 13,33% (n=8). A maioria dos entrevistados realiza as compras de hortaliças aos sábados 75% (n=45) e quartas-feiras 25% (n=15), por serem os dias que a feira livre é realizada. As frequências mais constatadas de compra na feira foi de duas vezes por mês 83,35%(n=50), e uma vez na semana 16,67%(n=10), sendo o principal motivo da preferência por esse local o fato de possuir uma grande quantidade e variedade de hortaliças. O gasto médio com hortaliças em cada compra na feira, para a maioria dos consumidores 46,67%(n=28), foi de R\$ 10,00 a R\$ 20,00, 26,67%(n=16) gastaram de R\$ 20,00 a R\$ 30,00 o restante responderam que gastam mais de R\$ 30,00. As próprias pessoas eram quem selecionavam as hortaliças a serem compradas 98,35% (n=59) e apenas 1,66%(n=1) responderam que era outra pessoa. As hortaliças mais adquiridas na feira na compra no dia da pesquisa foram tomate, alface, coentro, cebola, maxixe, quiabo, pepino e vinagreira, correspondendo respectivamente a, 98%, 92%, 90%, 86%, 78%, 74%, 67%, 64% dos consumidores. Este padrão de consumo de hortaliças em Zé Doca não difere do padrão de consumo do país, uma vez que o tomate e a alface são as hortaliças fruto e folhosa, respectivamente, mais consumidas no Brasil (Branco et al., 2006). Dentre as hortaliças que os consumidores não encontram e desejariam adquirir estão moranga, cará, rúcula, rabanete e nabo as mesmas foram citadas, respectivamente, 92, 88, 83, 77, 69% pelos consumidores. Em relação a higiene das hortaliças 76,68%(n=46) não estão satisfeitos, e 23,33%(n=14) responderam que estão satisfeitos. Com relação a organização das barracas 93,35%(n=56) não estão satisfeitos, e 6,66%(n=4) responderam que estão satisfeitos.

### Conclusões

Pode-se notar que a feira é um importante canal de comercialização de hortaliças em Zé Doca, que o tomate, alface e coentro são as mais adquiridas na feira, e que há demanda por mais opções de hortaliças. Há insatisfação dos consumidores em relação à higiene e à organização da feira. Portanto, são necessárias ações que visem promover o desenvolvimento da horticultura na região, e melhorar a qualidade dos produtos comercializados na feira.

### Agradecimentos

Os autores agradecem ao IFMA – Campus Zé Doca e a familiares e amigos pelo apoio.

FILGUEIRA, F.A.R. **Manual de olericultura: agrotecnologia moderna na produção e comercialização de hortaliças**. 3ª ed. Viçosa: UFV, 2003.

Couto, F.A.D.A. (1997) **A sociedade de olericultura do Brasil e o desenvolvimento da pesquisa em hortaliças**. *Horticultura Brasileira*, Brasília, 15:213-215.