



DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MESTRADO PROFISSIONAL EM
DESENVOLVIMENTO SUSTNETÁVEL E EXTENSÃO (PPGDE)
GRUPO DE PESQUISA E EXTENSÃO GÊNERO, DIVERSIDADE, MOVIMENTO E
AGROECOLOGIA (GEDIM- AGROECOLOGIA)

RELATÓRIO TÉCNICO DE PESQUISA DE MERCADO: feira com produtos orgânicos na UFLA

Equipe técnica:

Viviane Santos Pereira . Coordenadora
Clarice Avela Viana - membro
Eridanilsaacs Vasconcelos . membro
Raphael Fonseca Barcelete - membro
Julia YaguiSendretti - membro
João Victor Lopes de Rezende Saber- membro
Giovana das Neves Teixeira- membro
Priscila Martins Last - membro
Maria de Lourdes Oliveira Souza - membro

1. Introdução

Esta pesquisa objetivou conhecer o interesse da comunidade acadêmica da Universidade Federal de Lavras em frequentar uma feira dentro da universidade e consumir produtos orgânicos. Trata-se de uma pesquisa de mercado não representativa realizada por meio de entrevista com aplicação de questionário semi-estruturado com 245 pessoas dentro da Ufla (Quadro 1). Foram aplicados questionários em todos os departamentos para pelo menos 1 docente, 1 técnico-administrativo ou terceirizado e 1 discente de pós-graduação. Também foram aplicados questionários nos prédios da reitoria, pró-reitorias e diretorias que possuem grande número de técnicos administrativos e terceirizados e, no centro de convivência da Ufla que possui grande número de estudantes de graduação. Os dados foram tabulados utilizando planilha excel.

A pesquisa de mercado foi realizada pelo GEDIM e contribuiu com um Trabalho de Conclusão de Curso do Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Sustentável e Extensão - PPGDE que foi realizado com um grupo de agricultoras e agricultores de Lavras que tinham o intuito de realizar uma Feira Agroecológica na UFLA. Vale mencionar que questões levantadas pelo grupo de agricultoras e agricultores durante a construção do trabalho de conclusão foram contempladas na pesquisa. Assim, a pesquisa foi realizada durante a semana que em ocorreu a Feira de Artesão e Agricultura em Transição Agroecológica, dentro do evento denominado II UFLA faz Extensão.

VINCULO COM A UNIVERSIDADE	Nº	%
Estudante de graduação	91	37,14%
Estudante de pós graduação	55	22,44%
Docente	40	16,32%
Técnico administrativo	33	13,46%
Terceirizado	20	8,16%
Não possui vinculo	5	2,04%
Branco	1	0,40%
Total	245	100,00%

Quadro 1 ó Vínculo dos entrevistados com a Universidade Federal de Lavras

De acordo com Ufla (2019a) A Universidade Federal de Lavras possui 11.100 estudantes de graduação, 1850 estudantes de pós-graduação, 766 técnicos administrativos e 581 docentes. Segundo Ufla (2019b) a Ufla possui 589 como força de trabalho terceirizada.

2. Relatório

Após conhecer o vínculo que os respondentes possuem com a Ufla buscou-se identificar se havia conhecimento sobre produtos orgânicos, sendo que 97,14% já conhecem ou ouviram falar de produtos orgânicos.

CONHECE OU JÁ OUVIU FALAR DE PRODUTOS ORGÂNICOS?	Nº	%
Sim	238	97,14%
Não	5	2,04%
Branco	2	0,81%

Quadro 2 ó Conhecimento sobre produtos orgânicos

Além do conhecimento sobre produtos orgânicos buscou-se identificar se já existia ou não o consumo de produtos orgânicos pelos respondentes e 66,53% afirmaram já consumir (Quadro 3). Esta questão teve como desdobramento algumas perguntas que visavam compreender tanto os motivos do não consumo (por aqueles que não consomem) e os tipos de produtos consumidos, motivos, frequência e gasto mensal com aqueles que já consomem produtos orgânicos.

CONSUMO PRODUTOS ORGÂNICOS	Nº	%
Sim, consumo	163	66,53%
Não consumo, mas consumiria	74	30,20%
Não consumo e não consumiria	8	3,26%

Quadro 3 ó Consumo de produtos orgânicos

Os principais motivos (vide Quadro 4) para não consumo de produtos orgânicos por parte dos 82 respondentes que na questão anterior responderam que ãoã consomem, mas consumiriam ou que não consomem e não consumiriamõ foram o preço elevado (30,48%), não conhecimento sobre locais para venda (24,39%) e a pouca regularidade e quantidade ofertada.

SE NÃO CONSUME PRODUTOS ORGÂNICOS,O POR QUE?	Nº*	%
Preço elevado	25	29,06%
Local	20	23,25%
Disponibilidade de oferta é pouca	16	18,60%
Falta de costume/interesse	9	10,46%
Não ve diferença entre os produtos	7	8,13%
Falta de informação	3	3,48%
Procedência/confiabilidade	2	2,32%
Disponibilidade de tempo	2	2,32%
Gosto pessoal	2	2,32%

Quadro 4 ó Motivos sobre o não consumo de produtos orgânicos

* Número de vezes em que foi mencionado

Os 163 respondentes que afirmaram que consomem produtos orgânicos foram indagados sobre sua frequência de consumo e gasto mensal. Sobre a frequência (Quadro 5) salienta-se que 51,53% já possuem o hábito de consumo semanal e 46,62% tem como gasto médio mensal o valor de até 30 reais (Quadro 6).

FREQUÊNCIA DE CONSUMO DE PRODUTOS ORGÂNICOS	Nº	%
Toda semana	84	51,53%
Esporadicamente	49	30,06%
2 vezes por mês	24	14,72%
1 vez por mês	3	1,84%
Não responderam	3	1,84%

Quadro 5 ó Frequência de Consumo de produtos orgânicos

GASTO MÉDIO MENSAL COM PRODUTOS ORGÂNICOS	Nº	%
Até 30,00:	76	46,62%
De 31,00 a 60,00	45	27,60%
De 61 a 100,00?	31	19,01%
Não responderam	6	3,68%
Acima de 101:	5	3,06%

Quadro 6 ó Gasto médio mensal com produtos orgânicos

Dos 163 respondentes que afirmaram que consomem produtos orgânicos foi questionado os principais motivos de sua compra. No que se refere ao motivo saúde 93,86% afirmara que este é um importante motivo para sua compra (Quadro 7). 71,16% afirmaram que a consciência social e ambiental é um motivorelevante e o sabor foi mencionado por 68,71% desses 163 respondentes.

MOTIVOS PARA COMPRA	SIM	%	NÃO	%	BRANCOS	%
Saúde	153	93,86%	7	4,29%	3	1,84%
Sabor	112	68,71%	40	24,53%	11	6,75%
Consciência social e ambiental	116	71,16%	33	20,24%	14	8,59%

Quadro 7 ó Principais motivos para compra de produtos orgânicos

Quando os 245 respondentes foram questionados sobre a disposição a pagar por um valor mais alto por produtos orgânicos (Quadro 8) as principais respostas foram a disposição a pagar até 10% a mais (33,06% dos respondentes) e até 20% a mais (32,24% dos respondentes).

DISPOSIÇÃO A PAGAR UM VALOR MAIS ALTO POR PRODUTOS ORGÂNICOS?	Nº	%
Não pagaria mais:	29	11,83%
Sim, até 10%:	81	33,06%
Sim, até 20%:	79	32,24%
Sim, até 30 %	38	15,51%
Sim, até 50%	6	2,44%
Sim, acima de 50%:	0	0,00%
Branco	12	4,89%

Quadro 8 ó Disposição a pagar um valor mais alto por produtos orgânicos

No que se refere as principais dificuldades mencionadas para adquirir produtos orgânicos (Quadro 9) a pesquisa revelou que a existência de local para venda seria a principal dificuldade mencionada (53,87%), seguida do preço elevado dos produtos orgânicos (35,51%).

PRINCIPAIS DIFICULDADES PARA COMPRAR PRODUTOS ORGÂNICOS	Nº*	%
Local/acesso	132	53,87%
Preço elevado	87	35,51%
Disponibilidade (Horário, quantidades, produtos...)	45	18,36%
Procedência/Confiabilidade/Certificação	32	13,06%
Qualidade	12	4,89%
Falta de informação	12	4,89%
Diversidade	12	4,89%
Comodidade/Hábito	8	3,26%
Indiferença entre os produtos	5	2,04%
Oferta frequente	3	1,22%
Sem dificuldade	3	1,22%
Durabilidade	3	1,22%

Quadro 9 ó Principais dificuldades para comprar produtos orgânicos

* Número de vezes em que foi mencionado

Quando perguntadas sobre o interesse em frequentar uma feira com produtos orgânicos na Ufla observou-se (Quadro 10) que a maioria (91,43%) tem interesse sim.

INTERESSE EM FREQUENTAR UMA FEIRA COM PRODUTOS ORGÂNICOS NA UFLA	Nº	%
Não	21	8,57%
Sim	224	91,43%

Quadro 10 - Interesse em frequentar uma feira com produtos orgânicos na Ufla

Para os 224 respondentes que manifestaram interesse em frequentar uma feira com produtos orgânicos na Ufla foi perguntado se existia algum dia de preferência. Os respondentes (Quadro 11) informaram que segunda-feira seria o dia de maior preferência (28,12%), seguido da resposta não ter um dia de preferência (24,10%).

PREFERENCIA DE DIA DA SEMANA? QUAIS?	Nº*	%
Segunda-feira	63	21,07%
Não tem preferencia	54	18,06%
Sexta-feira	49	16,38%
Quarta-feira	36	12,04%
Terça-feira	30	10,03%
Quinta-feira	26	8,69%
Sábado	17	5,68%
De segunda à sexta	14	4,68%
Domingo	10	3,34%

Quadro 11 ó Preferência de dia de semana para funcionamento da feira

* Número de vezes em que foi mencionado

Além do dia da semana também foi perguntado aos 224 respondentes interessados em frequentar uma feira na Ufla a preferência sobre horário (Quadro 12) e sobre o local (Quadro 13). De acordo com as respostas o horário da manhã (56,25%) e o centro de convivência (50%) seriam as principais preferências.

VOCÊ TERIA PREFERENCIAS DE HORARIOS?	Nº	%
Manhã	126	56,25%
Não tem preferencia	46	20,53%
Tarde	45	20,08%
Noite	4	1,78%
Branco	3	1,36%

Quadro 12 ó Preferência de horário para funcionamento da feira

VOCÊ TERIA PREFERENCIA DE LOCAL? QUAIS?	Nº	%
Centro de convivência	112	50,00%
Sem preferência	81	36,16%
Campus Histórico/portaria	12	5,35%
Branco	8	3,62%
Ouros: local, Pouco movimentado, DBI, Avenida Sul ou DEX	3	1,33%
Capela	3	1,33%
Zootecnia	2	0,89%
DCA	2	0,89%

Quadro 13 ó Preferencia sobre local da feira

Sobre o interesse em aumentar o consumo de produtos orgânicos caso existisse uma feira na universidade observou-se que 88,57% dos 245 respondentes afirmaram que aumentaria seu (Quadro 14).

INTERESSE EM AUMENTAR CONSUMO DE PRODUTOS ORGÂNICOS COM UMA FEIRA NA UFLA	Nº	%
Sim	217	88,57%
Não	27	11,02%
Talvez	1	0,50%

Quadro 14 ó Interesse em aumentar consumo de produtos orgânicos com uma feira na Ufla

Sobre os produtos orgânicos que os respondentes mencionaram ter interesse na feira observou-se que para os 224 respondentes seriam as frutas em geral (citada por 91 respondentes) seguida das verduras (citada por 82 respondentes) os produtos de maior interesse (Quadro 15). Sobre o tipo de produto de maior interesse ressalta-se: alface, banana e tomate como os itens mais citados.

PRODUTOS ORGÂNICOS DE MAIOR INTERESSE PARA SEREM ADQUIRIDOS NA FEIRA	Nº*	%
Frutas	91	40,62%
Verduras	82	36,60%
Legumes	53	23,66%
Quitandas	51	22,76%
Grãos	32	14,28%
Alface	54	24,10%
Banana	49	21,87%
Tomate	45	20,08%
Couve e morango	26	11,60%
Laranja	24	10,71%
Maçã	23	10,26%
Cenouras	20	8,92%
Batata	18	8,03%
Brócolis	17	7,58%
Beterraba	13	5,80%
Uva	10	4,46%
Abóbora e rúcula	9	4,01%
Couve-Flor	8	3,57%
Abacate	7	3,12%
goiaba e ovos	6	2,67%
Abobrinha, arroz, café, mamão, manga, milho e temperos	5	2,23%
alho, cebola, doces, hortaliças, manga, PANC's e pera	4	1,78%
Almerão, chuchu, inhame, mandioca, manjeriço, mel, pepino, pêssego e queijos	3	1,33%
abacaxi, amendoim, batata doce, berinjela, cebolinha, cereja, cheiro verde, cogumelos, flores, geléias, grão de bico, lentilha, limão, melão, pocã, quiabo e repolho	2	0,89%
Açaí, ascelga, agrião, ameixa, batata baroa, caju, caldo de cana, carnes, castanha, chicória, citrus, coentro, conservas, cosméticos, escarola, espinafre, ervilha, feijão, hortelã, jaboicaba, jiló, leites, melancia, plantas medicinais, pimentão, pitaia, plantas ornamentais, produtos de higiene, rabanete, tomate cereja e vagem	1	0,44%

Quadro 15 -Produtos orgânicos de maior interesse para serem adquiridos na feira

* Número de vezes em que foi mencionado

3. Referências

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA). Ufla em números. Disponível em: <https://ufla.br/aceso-a-informacao/10-institucional/sobre-a-ufla/12848-ufla-em-numeros> Acesso em junho de 2019a

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA). Relação de Empregados Terceirizados da Universidade Federal de Lavras. Disponível em: <http://proplag.ufla.br/contratos-administrativos> Acesso em agosto de 2019b