

A percepção dos consumidores capixabas quanto a qualidade dos produtos de agroindústria

Autor: Mariana Fiorin ONHA¹

Professor-Orientador: Lucas Marin BESSA²

Área: Gestão de negócios

Resumo: Este estudo tem por objetivo identificar a percepção dos consumidores capixabas quanto à qualidade dos produtos de agroindústria. É caracterizada como pesquisa de caráter descritivo. Foi desenvolvida no período de novembro de 2019 e março de 2021. Como instrumento, tem-se um questionário aplicado de forma virtual com 210 participantes moradores do estado do Espírito Santo. Quanto aos resultados, destaca-se a importância apresentada pelos participantes quanto a embalagem dos produtos e dos rótulos, itens que muitos apontaram necessitar de melhorias. Por fim, destaca-se a qualidade percebida pelos clientes quanto aos produtos das agroindústrias e o fato de aceitarem pagarem valores superiores por eles. Espera-se que o conhecimento gerado nesta pesquisa sirva de insumo para que os proprietários destes empreendimentos coloquem em prática, possíveis melhorias nas suas propriedades, produtos e pontos de atendimento.

Palavras-chave: comportamento de consumo; agroindústria; consumidores capixabas; percepção do cliente.

1 Introdução

Em 2011 o número de agroindústrias no setor rural do estado do Espírito Santo era de 991 passando para 2.024 em 2018. No Brasil, em 2017, contabilizavam-se mais de 5 milhões de agroindústrias. Tais dados demonstram como esse mercado pode ser explorado em questão de descrever e conhecer a percepção do consumidor, criando uma oportunidade de desenvolver esses empreendimentos, agregando conhecimento local, sustentabilidade, história, turismo e produtos (ESTEVEZ, 2019).

O conceito de agroindustrialização é entendido como o beneficiamento e, ou, processamento dos produtos alimentícios provenientes de produção agropecuária e de explorações aquícolas, pesqueiras e florestais, abrangendo desde processos simples, como classificação e embalagem de produtos *in natura*, até os processos mais complexos, como

- 1 Instituto Federal do Espírito Santo campus Venda Nova do Imigrante; Bacharela em Administração; pesquisador.
- 2 Instituto Federal do Espírito Santo campus Venda Nova do Imigrante; Mestre; professor membro do departamento do curso Bacharelado em Administração.

produção de embutidos, bebidas fermentadas e queijos, realizados em pequenas e médias agroindústrias (VINHA, 2018).

Observando a crescente importância das agroindústrias no mercado capixaba e a necessidade de maior detalhamento sobre as práticas de consumo, este estudo tem por objetivo identificar a percepção dos consumidores capixabas quanto à qualidade dos produtos de agroindústria. A análise dos dados apresentou as principais características dos consumidores, quais são suas preferências a respeito dos produtos, embalagem, ponto de venda, dentre outras. O conhecimento gerado nesta pesquisa poderá servir de insumo para que os proprietários destes empreendimentos coloquem em prática, possíveis melhorias nas suas propriedades e pontos de atendimento.

2 Metodologia

Esta pesquisa foi classificada como descritiva que tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno (GIL, 2002), visto que se buscou descrever a percepção dos consumidores capixabas a respeito dos produtos das agroindústrias capixabas.

A amostra, após tratamento dos dados, foi de 210 questionários. O questionário, em formato Google Forms, foi disponibilizado por meio de mídias sociais, contatos de e-mail e divulgação do link em revistas eletrônicas, sendo composto por 23 questões de respostas abertas e fechadas, utilizando-se escala do tipo Likert, de 5 pontos. Para este trabalho foram utilizadas as respostas de 13 questões que compunham a caracterização do perfil do consumidor e dos seus aspectos da percepção dos produtos de agroindústria.

Os dados foram analisados por meio dos softwares SPSS e Excel. Para validar a confiabilidade do questionário, foi calculado um Alfa de Cronbach utilizando o programa SPSS, obtendo um resultado de 0,862, valor considerado de alta confiabilidade, visto que a análise estatística do Alfa de Cronbach confirma a alta confiabilidade quando o resultado está acima de 0,81 (CRONBACH, 1951).

3 Resultados

Quanto ao perfil dos respondentes, tem-se que são, em sua maioria, mulheres, com idade entre 28 e 32 anos, com nível de escolaridade de pós-graduação completa e servidores públicos com renda familiar de 1 a 3 salários-mínimos. Quanto à localização, a maior parte se encontra no município de Venda Nova do Imigrante (56%) seguido da Grande Vitória (12%).

Quanto ao preço, 65% dos consumidores consideram o produto vendido pelas agroindústrias mais caro que um industrializado. Por outro lado, mesmo tendo consciência do maior preço dos produtos agroindustriais, o consumidor ainda assim compreende a qualidade e valor empregado aos produtos de agroindústria. Isso se respalda quando 46% dos respondentes apontaram aceitar pagar de 5 a 15% mais caro por um produto de agroindústria quando comparado com um industrializado em grande escala. O mesmo se observa quanto a frequência de compra desses produtos, em que 34% dos consumidores marcaram 5 (em uma escala de 1 a 5, sendo 5 o valor correspondente à alta frequência de compra), sendo 67% dos respondentes afirmando que a compra destes produtos é para consumo próprio, seguido de 30% para presentear e 2,9% para a revenda, fato que pode trazer novas oportunidades aos gestores das agroindústrias.

Destaca-se que a cultura local pode ter grande influência nessa frequência de compra dado que o Espírito Santo tem uma cultura rica nas tradições, principalmente na região serrana que enfatiza a cultura italiana e alemã. Como característica, observa-se que grande parte das agroindústrias produzem produtos típicos da cultura italiana e alemã, consumidos com frequência por aqueles que fazem parte dessas culturas. Além disso, os respondentes classificam os produtos de agroindústria como de qualidade visto que 54,29% deles marcaram 5 para qualidade percebida, seguido de 39,52% marcaram nível 4 de qualidade. Sobre a forma como os produtos são adquiridos, em sua maioria são adquiridos em supermercados, como apresentado por 30% dos respondentes, o que demonstra a importância da apresentação dos produtos nesses estabelecimentos. Outros 24% adquirem os produtos diretamente na agroindústria e 23% em feiras livres.

Ainda sobre a qualidade percebida pelos respondentes, quanto a pergunta: “Você trocaria um produto conhecido como industrializado por um de agroindústria?” onde 94,8% dos respondentes disseram que sim. O fato dessa troca pode ser influenciado pela aproximação dos produtos das agroindústrias com o consumo consciente e produtos

sustentáveis.

Outro ponto é a distância aceitável a ser percorrida pelos consumidores para adquirirem estes produtos. Quando questionados sobre isso, 41% disseram aceitar percorrer uma distância acima de 5 quilômetros. Uma observação é o fato desta resposta apresentar a importância do turismo e a venda de produtos no local das agroindústrias e a possibilidade dos consumidores em percorrer distâncias longas para encontrar seus produtos agroindustriais.

Em relação a beleza das embalagens, 37,71% acredita ser uma embalagem mediana, de nível 3. A respeito das informações nutricionais do rótulo, também apresentaram em sua maioria nível 3 de satisfação, com 37,62% das respostas. A percepção sobe ao nível 4 quando questionado se as informações da propriedade e da agroindústria como endereço e certificação são apresentadas nos rótulos, tendo 34,29% respondido esse nível, mas, ainda assim, necessita de melhorias, visto a importância destas informações para produtos alimentícios.

4 Considerações finais

A pesquisa apresenta informações relevantes para os proprietários das agroindústrias, trazendo insumos a respeito dos seus clientes, de forma a entender seus desejos e percepções. Dessa forma, os produtores poderão agregar valor e desenvolver melhor seus produtos. Quanto ao objetivo proposto por este estudo, entende-se que foi alcançado tendo em vista a apresentação da percepção dos consumidores capixabas quanto a qualidade dos produtos de agroindústria.

Após a análise dos resultados é possível apontar que a percepção dos consumidores é de que os preços dos produtos agroindustriais são mais caros, mas que os mesmos aceitam pagar mais por eles, demonstrando o reconhecimento da qualidade dos produtos. Para estudos futuros, sugere-se a aplicação do questionário em outras regiões.

Referências

CRONBACH, L.J. Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, Maryland, v. 16, n. 3, p. 297-334, set. 1951. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/BF02310555>. Acesso em: 15 ago. 2020.

ESTEVEES, J. Pães e queijos são os principais produtos das agroindústrias familiares capixabas. *Governo do Estado do Espírito Santo*. Vitória, 17 dez. 2019. Disponível em: <https://www.es.gov.br/Noticia/paes-e-queijos-sao-os-principais-produtos-das-agroindustrias-familiares-capixabas#:~:text=A%20agroind%C3%B3ria%20mais%20antiga%20do,pouco%20mais%20de%202013%20anos>. Acesso em: 15 ago. 2020.

GIL, A. C. Como classificar as pesquisas. In: GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*, 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. p. 41-57.

VINHA, M. B.; DIAS, R. Q. *Diagnóstico da agroindústria familiar no Espírito Santo: resultados da pesquisa 2018*. Vitória: Incaper, 2019.

Agradecimentos

Agradecemos ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo (Ifes) pela estrutura para o desenvolvimento desta pesquisa e aos membros do Grupo de Pesquisa em Educação Financeira (GPEFIN).