

INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS SÃO MIGUEL DO OESTE
CURSO TÉCNICO EM AGROPECUÁRIA INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO

ELIZABETH ENY GUSMÃO TAROUCO
GABRIELA MORIGI
TIAGO AREND FONSECA

**CONSUMO E COMERCIALIZAÇÃO DE QUINOA EM SÃO MIGUEL DO OESTE -
SC**

SÃO MIGUEL DO OESTE, SC
2019

ELIZABETH ENY GUSMÃO TAROUÇO

GABRIELA MORIGI

TIAGO AREND FONSECA

**CONSUMO E COMERCIALIZAÇÃO DA QUINOA EM SÃO MIGUEL DO OESTE -
SC**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à unidade curricular Projeto Integrador do Curso Técnico em Agropecuária Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina – IFSC, Campus São Miguel do Oeste.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Juciane Ferigolo Parcianello

Coorientadoras: Prof.^a Dr.^a Franciele Mariani

SÃO MIGUEL DO OESTE, SC

2019

RESUMO

O cultivo da quinoa, uma espécie da família Amaranthaceae de introdução recente no Brasil, vem crescendo mundialmente pela variabilidade genética da espécie, qualidades nutricionais e adaptação a diversas condições climáticas e por ser uma grande fonte de proteínas e minerais. A quinoa é uma planta originária de países da América Andina, com facilidade de adaptação em solos pobres e condições climáticas adversas. No Brasil, há pesquisas sendo realizadas, principalmente no Cerrado, para adaptá-la às condições climáticas e de solo do país. Entretanto, no que diz respeito ao mercado, há falta de informações básicas tanto para pesquisadores, quanto para empresas e produtores rurais, que permitam avaliar oportunidades, barreiras à entrada ou a viabilidade de atuação na atividade de produção e comercialização da quinoa. Outra barreira para o consumo da quinoa é a falta de conhecimento dos consumidores em geral acerca do cereal. Por isso, essa pesquisa busca mostrar como é a dinâmica do comércio e consumo de quinoa em São Miguel do Oeste. Nesta pesquisa, de natureza exploratória, através de questionários, objetivamos levantar dados sobre a comercialização e consumo de quinoa em São Miguel do Oeste. Percebemos que o volume de quinoa adquirido por mês pelos estabelecimentos que a comercializam é baixo e o preço pago pelo quilo é bastante elevado, o que impacta negativamente no preço pago pelo consumidor. Pode-se caracterizar os consumidores em aspectos como a renda, que varia de um a dois salários-mínimos, o consumo, que pode ser considerado baixo, e a forma de consumo que é principalmente em grãos.

PALAVRAS-CHAVE: Amaranthaceae. *Chenopodium quinoa*. Consumo de alimentos. Mercado de grãos.

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUÇÃO | 5 |
| 1.1 Objetivos | 8 |
| 1.1.1 Objetivo geral | 8 |
| 1.1.2 Objetivos específicos | 8 |
| 2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA | 9 |
| 2.1 A Quinoa: Cultivo, Produção e Consumo | 9 |
| 2.1.1 Origem, locais de cultivo e características botânicas | 9 |
| 2.1.2 Caracterização nutricional da quinoa | 10 |
| 2.1.4 Mercado consumidor e forma de consumo | 12 |
| 2.2 A Quinoa no Brasil | 13 |
| 2.2.1 Variedades e locais de produção | 13 |
| 2.2.2 Desafios no cultivo e no consumo da quinoa | 14 |
| 2.3 O Mercado | 15 |
| 2.3.1 Variáveis que afetam a demanda | 16 |
| 2.3.2 Varejo, atacado e distribuidor | 17 |
| 2.3.3 Mercado interno e externo | 17 |
| 3. METODOLOGIA | 20 |
| 3.1 Área de estudo, população e estabelecimentos | 20 |
| 3.2 Descrição do método de pesquisa e elaboração | 20 |
| 3.3 Técnicas de coleta de dados | 21 |
| 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO | 23 |
| 4.1 Comercialização de quinoa em São Miguel do Oeste | 23 |
| 4.1.1 Caracterização geral dos canais de comércio de quinoa em São Miguel do Oeste | 23 |
| 4.1.2 Fornecedores e presença de quinoa brasileira no comércio migueloestino | 24 |
| 4.1.2.1 O volume e a frequência das transações entre comerciante e fornecedores | 26 |
| 4.2 Consumo de quinoa em São Miguel do Oeste | 28 |
| 4.2.1 Consumo de quinoa em São Miguel do Oeste e características gerais dos consumidores | 28 |
| 4.2.1.1 Fatores responsáveis pelo consumo | 34 |
| 4.2.1.2 Fatores impeditivos para o consumo | 35 |
| 4.2.1.3 Uso da quinoa pelos consumidores | 35 |
| 5. CONCLUSÃO | 38 |
| 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 40 |
| APÊNDICES | 43 |

1. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa teve início com o conhecimento do grão quinoa e seus benefícios: alto valor nutricional, pode substituir alguns alimentos comumente usados na culinária brasileira, como a carne, e é muito utilizada em países andinos. Dessa forma, houve então um interesse por parte do grupo por pesquisar sobre o cereal aspectos como o cultivo, o plantio, as áreas apropriadas para o cultivo e os nutrientes que ela contém.

A falta de conhecimento da população e o não cultivo da quinoa no Brasil são possíveis desafios para o consumo do grão. Por outro lado, a pouca divulgação sobre a cultura e seus benefícios e a baixa comercialização possivelmente contribuem para a elevação do preço do produto, por isso, a importância de pesquisar e conhecer como é o mercado consumidor de quinoa no município de São Miguel do Oeste.

O “grão de ouro”, mais conhecido como quinoa (*Chenopodium quinoa Willd.*) é uma planta originária de países andinos e cultivada há anos nesses locais. Está se tornado mais conhecida em várias partes do mundo, nos últimos anos, inclusive no Brasil. A quinoa é um grão com alto valor nutricional, muito recomendado para pessoas que priorizam uma alimentação saudável, além de ser uma ótima opção de graminífera para o cultivo entre safras na produção agrícola, sendo tolerante a condições adversas, como seca e solo salino.

Esse grão começou a ser estudado no Brasil a partir de 1990 por programas de pesquisa da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA). Dos estudos experimentais resultou a adaptação da cultura às condições brasileiras do Cerrado (SPEHAR; SANTOS, 2002). Porém, o cultivo da quinoa não foi popularizado entre os agricultores brasileiros, assim, é cultivada geralmente para uso em trabalhos de pesquisa em Institutos Federais e/ou Universidades (JAYME-OLIVEIRA et. al, 2017).

No Brasil, apesar das pesquisas indicarem que não há produção com fins comerciais de quinoa, os trabalhos científicos sobre o tema continuam crescendo e confirmando a grande vantagem do seu cultivo como forma de incrementar e diversificar a produção agrícola brasileira (SANTOS et al., 2003).

No Paraná, a cultura vem apresentando grande potencial para implantação no sistema agrícola de pequenas e médias propriedades, principalmente no período de entressafra, contribuindo para a diversificação da produção de grãos no oeste do estado (VASCONCELOS et al., 2012). Para isso, são necessários estudos que avaliem o potencial produtivo da cultura nessa região.

Desta forma, uma pesquisa sobre a comercialização e o consumo da quinoa, em São Miguel do Oeste, contribuirá para traçar um panorama do mercado consumidor e do funcionamento das dinâmicas comerciais que envolvem a venda do grão, fornecendo uma base para a melhora dos aspectos de comercialização de quinoa e para o aumento do consumo do grão na região de São Miguel do Oeste.

Tendo em vista a ausência de pesquisas dessa natureza na nossa região, essa pesquisa busca responder como é a dinâmica do comércio de quinoa em São Miguel do Oeste, assim como caracterizar o mercado consumidor e a forma de consumo do grão.

Para a coleta de dados sobre a comercialização do grão e sobre o conhecimento da população acerca da quinoa, em São Miguel do Oeste, foram aplicados questionários para os donos de 11 estabelecimentos comerciais (Apêndice 1) e para 113 frequentadores de 5 estabelecimentos que fizeram parte da primeira fase da pesquisa (Apêndice 2).

Para a elaboração dos questionários foram considerados aspectos relevantes para a caracterização tanto do comércio, quanto do consumo de quinoa em São Miguel do Oeste. As perguntas são de caráter quantitativo, cujos dados possibilitaram a criação de gráficos para análise, de caráter qualitativo, que possibilitaram uma discussão sobre o assunto, e perguntas abertas, que possibilitam discussão sobre o tema.

Os dados coletados mostram que o volume de quinoa adquirido por mês pelos estabelecimentos que a comercializam é baixo e o preço pago pelo quilo é bastante elevado, o que impacta negativamente no preço pago pelo consumidor. O fato de ela ser totalmente importada e ser cara influencia significativamente no preço que chega ao consumidor, tornando-se um impeditivo para a compra. Ainda, o fato de os estabelecimentos tenderem a comprar em baixa escala e também comprarem

mais de um produto do mesmo fornecedor torna-se um impeditivo para uma possível implantação da cultura da quinoa no Brasil.

Com os questionários aplicados, pode-se concluir que houve pouca diferença entre a porcentagem de pessoas que conhecem e aquelas desconhecem o cereal. Considerando a renda dos entrevistados, a maioria permeia entre um e dois salários-mínimos, o que pode ser um dos possíveis motivos para o baixo consumo e conhecimento do grão, já que ele possui um elevado custo de aquisição. Em relação ao consumo, a maioria dos entrevistados que conhecem e consomem quinoa, geralmente o fazem semanalmente na forma de bolos ou com iogurte e adquirem a quinoa em casas de produtos naturais. Porém, o volume do grão consumido pelos entrevistados é baixo.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo geral

O objetivo geral desta pesquisa está pautado no seguinte aspecto: analisar os fatores que influenciam o consumo ou o não consumo da quinoa e os principais fornecedores do produto para os estabelecimentos comerciais na cidade de São Miguel do Oeste, Santa Catarina.

1.1.2 Objetivos específicos

Buscando atender o objetivo geral, tem-se os seguintes objetivos específicos:

- a. Analisar os canais de comércio de quinoa em São Miguel do Oeste;
- b. Verificar a existência de quinoa brasileira no comércio migueloestino;
- c. Mensurar o volume e a frequência de transações entre o comércio e os fornecedores em São Miguel do Oeste - SC;
- d. Identificar o perfil dos potenciais consumidores de quinoa de São Miguel do Oeste - SC e suas formas de consumo.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 A Quinoa: Cultivo, Produção e Consumo

Este tópico abordará sobre características da produção da quinoa, bem como seus aspectos botânicos e nutricionais, além de apresentar dados sobre o mercado consumidor e formas de consumo, sobre a origem do grão e seus principais produtores.

2.1.1 Origem, locais de cultivo e características botânicas

A quinoa (*Chenopodium quinoa* Willd.) é uma espécie de origem andina que é cultivada mundialmente, principalmente na América do Sul, com destaque para Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Equador e Peru (FEDRIGO *et al.*, 2010). Há relatos de que o grão é consumido diariamente em regiões andinas desde 3.000 A.E.C (BAZILE *et al.*, 2014).

Em 2013 o maior produtor mundial de quinoa foi o Peru, sendo responsável por 60% da produção mundial do grão, fato que o coloca em posição de destaque no mercado global de quinoa (VIEIRA, 2016). Entretanto, a quinoa vem sendo produzida em vários países além da região dos Andes, como nos Estados Unidos, Colômbia, França, Suécia, Dinamarca e Itália (EL PAÍS, 2019).

Na produção agrícola brasileira, predomina a produção de grãos, sendo o cultivo da quinoa uma boa opção para diversificar o sistema produtivo, apesar de ser pouco disseminada no país. O cultivo da quinoa foi introduzido no Brasil no início da década de 1990 e permanece pouco expressivo devido a diversos fatores, dentre eles a carência de cultivares que possam se adaptar às diversas regiões do país (SPEHAR; SANTOS, 2002).

A quinoa pertence à família Amaranthaceae, a mesma de outras plantas alimentares e medicinais como o espinafre, a beterraba e a erva-de-santamaria. O gênero *Chenopodium* é composto por várias espécies, com cerca de 250 identificadas (GIUSTI, 1970 *apud* SPEHAR, 2006).

As folhas de quinoa são excelentes fontes de proteínas, fibras, minerais e vitaminas e são muito usadas na culinária em misturas com outras plantas (TAPIA, 1997). A planta inteira contém grande quantidade de proteína e energia, com palatabilidade que estimula o seu consumo pelos animais, especialmente o gado bovino. Portanto, em cultivos sucessivos pode ser empregada na produção de forragem.

2.1.2 Caracterização nutricional da quinoa

A quinoa possui teores superiores de lipídeos, proteína, cinzas e fibra alimentar quando comparada com outros cereais. A Tabela 1 apresenta a composição da quinoa em comparação com os cereais arroz, milho (fubá) e trigo (farinha) (BORGES *et al.*, 2010).

Tabela 1. Composição centesimal aproximada (% base seca) de quinoa, arroz, fubá de milho e farinha de trigo

| Composição | Quinoa | Arroz | Fubá de Milho | Farinha de Trigo |
|---------------------|---------------|--------------|----------------------|-------------------------|
| Lipídeos | 5,77 | 0,35 | 2,15 | 1,61 |
| Proteína | 16,12 | 8,30 | 8,13 | 11,26 |
| Cinzas | 2,83 | 0,58 | 0,68 | 0,92 |
| Carboidratos Totais | 75,28 | 90,77 | 89,04 | 86,21 |
| Fibra Alimentar | 9,59 | 1,84 | 5,31 | 2,64 |

Fonte: Wright *et al.* (2002); NEPA (2006) *apud* Borges *et al.* (2010).

Sua proteína destaca-se pelo elevado teor de lisina (aminoácido essencial, conhecido por suas propriedades antivirais e sua ação na produção de anticorpos) e outros aminoácidos essenciais, quando comparada aos cereais, por isso vem despertando a atenção de pesquisadores em várias partes do mundo com o grande

potencial nutricional desse grão, mesmo considerando a presença de ácido fítico (considerado um anti-nutriente, pois pode prejudicar absorção de ferro, cálcio e zinco no organismo, provocando algumas deficiências nutricionais) em suas camadas periféricas (HUNT *et al.*, 2002; GELY; SANTALLA, 2007 *apud* BORGES *et al.*, 2010).

A quinoa supera os cereais comumente utilizados no Brasil, como milho e trigo, na maioria dos aminoácidos essenciais (Tabela 2) com destaque para a alta concentração de lisina, que é limitante na maioria dos grãos e cereais, que não possuem tal aminoácido (VILCHE *et al.*, 2003; ABUGOCH *et al.*, 2008 *apud* BORGES *et al.*, 2010).

Tabela 2. Composição de aminoácidos essenciais (mg aminoácido/g proteína) da proteína de quinoa, milho, trigo e arroz.

| Aminoácidos essenciais | Quinoa | Milho | Trigo | Arroz | Padrão FAO/WHO |
|-------------------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| Fenilalanina + Tirosina | 71,90 | 98,92 | 92,85 | 78,70 | 63 |
| Histidina | 36 | 31,83 | 23,41 | 22,70 | 19 |
| Isoleucina | 42 | 23,35 | 23,81 | 36 | 28 |
| Leucina | 69,30 | 134,78 | 81,48 | 68 | 66 |
| Lisina | 44,50 | 25,96 | 25,87 | 22,70 | 58 |
| Metionina + Cistina | 25,70 | 22,21 | 18,12 | 32 | 25 |
| Treonina | 43 | 30,36 | 24,67 | 33,30 | 34 |
| Triptofano | n.d.* | n.d. | n.d. | n.d. | 11 |
| Valina | 46,20 | 27,34 | 27,89 | 51 | 35 |

Fonte: Borges *et al.* (2003), Pires *et al.* (2006), Lindeboom (2005), FAO/WHO (1985) *apud* Borges *et al.* (2010).

*nd.: Não determinado.

Possui também a maior parte dos carboidratos em forma de amido, além de superar os cereais em vitamina B2 (riboflavina) e ser uma importante fonte de ferro,

contendo o dobro do mineral em relação à cevada e ao trigo, e o triplo do que é encontrado no arroz (SPEHAR, 2006).

2.1.4 Mercado consumidor e forma de consumo

De acordo com a Trade For Development Centre (TDC, 2016), a quinoa se tornou mais conhecida, em vários países, através do mercado orgânico e foi adotada por especialistas em alimentos. Sua crescente popularidade é o resultado da conscientização dos consumidores sobre a necessidade de uma alimentação saudável.

Segundo o site El País a quinoa produzida basicamente por países Andinos tem como seu principal consumidor os Estados Unidos (que consomem 42% das exportações do mundo), Canadá e Europa (principalmente, França e Alemanha).

O aumento na produção do cereal nos países Andinos é quase somente para as demandas básicas do mercado internacional. Os grãos de maior qualidade e maior valor comercial destinam-se a esse mercado, enquanto que os grãos de menor qualidade são destinados ao mercado interno dos países produtores (EL PAÍS, 2019).

Há expectativas de que o consumo de quinoa aumentará, junto com o crescimento esperado de produtos processados de quinoa (biscoitos, massas, barras de cereais, entre outros) e se tornará cada vez mais procurada no mercado convencional de alimentos. Espera-se que as "nações produtoras de arroz", como o Japão e a Coreia do Sul, também comecem a incluir a quinoa em seu consumo cotidiano (TRADE FOR DEVELOPMENT CENTRE, 2016).

Quanto à forma de consumo, a quinoa pode ser utilizada tanto na alimentação humana, quanto na animal. Seu maior consumo é em forma de grão, que pode ser cozido em água, preparado com o mesmo método que o arroz, podendo ser temperado antes ou depois de seu cozimento. Pode ser utilizado em saladas, sopas e molhos e a farinha, que deriva do grão, pode ser utilizada em mingaus, pudins, pães enriquecidos, panquecas, biscoitos e bebidas (SPEHAR, 2006).

Segundo Lemos (2017), o grão pode ser utilizado nas refeições diárias, em pratos como tabules, saladas com quinoa, tortas e suflês, arroz com quinoa, bowl, hambúrguer de quinoa e molhos de tomate, podendo também ser grelhado.

O grão também pode ser apresentado como aperitivo em entradas ou lanches, com ovos, sushi e chocolates, e é adotado por grandes influenciadores da gastronomia mundial (EL PAÍS, 2019).

De acordo com a Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO, 1994), as folhas, caules e grãos podem ser utilizados com propriedades medicinais como para cicatrização, anti-inflamatório, analgésico contra dor de dente e anti-séptico das vias urinárias.

2.2 A Quinoa no Brasil

Neste tópico, serão apresentadas as variedades e locais de produção da quinoa, os desafios de cultivo no Brasil, além de apresentar aspectos da comercialização de quinoa.

2.2.1 Variedades e locais de produção

Segundo Spehar e Santos (2002), a quinoa foi adaptada para o plantio no Brasil para diversificar os sistemas de produção baseados no plantio direto, tendo como principais cultivares a *BRS Piabiru* e *BRS Syetetuba*, que foram lançadas pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) em parceria com a Universidade de Brasília (UnB).

A cultivar *BRS Piabiru* é a principal indicação de quinoa para o cultivo granífero no Brasil. Foi originada da linhagem EC 3 e selecionada a partir de uma população desta linhagem, descendente de Quito, Equador. Foi uniformizada após dois anos de ensaios de competição com linhagens selecionadas anteriormente. A obtenção dessa cultivar gerou alternativas de diversificação dos sistemas produtivos baseados no plantio direto (SPEHAR; SANTOS, 2002).

Spehar (2006), indica o cultivo de quinoa no Cerrado, não apenas pelo seu valor nutricional e pelas características culturais, mas também em função do sistema

agrícola existente nessa região, com pouca diversificação de culturas, o que gera impactos biológicos negativos. O autor indica a utilização da quinoa no período de segunda safra (sucessão), permitindo assim a manutenção do solo, deixando-o mais tempo coberto, o que é indispensável para o sistema de plantio direto, além de aproveitar a adubação e umidade residual do solo da lavoura anterior.

As características de solo e clima do Cerrado são compatíveis com a adaptação da quinoa, que é resistente à seca e produz grande quantidade de biomassa para a proteção do solo (SPEHAR, 2006).

2.2.2 Desafios no cultivo e no consumo da quinoa

Mesmo com a baixa implantação no Brasil, a quinoa é uma planta muito tolerante e resistente, o que facilita sua adaptação a regiões e climas diversos. Porém um dos principais desafios ao seu cultivo é em relação ao baixo uso de mecanização agrícola, especialmente em áreas com declives, onde não é possível utilizá-la (BOJANIC, 2011).

Ainda, conforme Bojanic (2011), outro grande desafio é na colheita e pós colheita, que também necessita de maior mão de obra, tanto na semi-mecanizada, quanto na manual, o que requer uma grande necessidade de conhecimentos sobre os métodos de secagem, debulha e armazenamento do grão.

Segundo Lemos (2017), a quinoa vendida para restaurantes veganos e vegetarianos em Brasília é, em sua grande maioria, importada de países da América Andina, como Bolívia e Peru. É quase inexistente a participação da produção de quinoa brasileira no mercado nacional, dificultando a implementação de um cultivo comercial que possa ser competitivo com o mercado internacional.

Por outro lado, conforme o referido autor, o volume de quinoa adquirido pelos restaurantes varia de um quilograma por semana, três quilogramas quinzenalmente e quatro quilogramas uma vez por mês, o que demonstra como a demanda pelo grão é pequena, podendo favorecer agricultores com pequena escala de produção do grão, que podem aderir ao cultivo da quinoa para complementação de renda.

Ofertar quinoa para os restaurantes veganos e vegetarianos pode vir a ser um bom nicho de mercado devido ao baixo volume requerido. Porém a preferência por

adquirir mais de um produto do mesmo fornecedor, pode ser uma barreira inicial para um cultivo monocultural intensivo da cultura, o que requer administrar os custos de produção para obter um preço competitivo com os produtos importados. A dispersão dos estabelecimentos que comercializam quinoa também é um grande impeditivo, necessitando de grande logística de transporte, além de entrega regular e programada e serviços de pós-venda, sem esquecer do padrão mínimo de qualidade do grão (LEMOS, 2017).

No Brasil, o consumo da quinoa é limitado devido ao alto custo do grão, pelo fato de ser importado e pela baixa produção no país. Também, percebe-se a baixa disponibilidade de cultivares adaptadas às condições locais (BORGES, *et al.*, 2010).

Segundo a revista boliviana *La Razón* (2019), o preço da quinoa teve um crescimento substancial no mercado internacional nos últimos anos, passando de pouco mais de 2.242 dólares por tonelada em 2018, para 2.899 dólares por tonelada em 2019.

O baixo consumo da quinoa no Brasil também se deve ao desconhecimento da população em relação ao grão, pelo fato de haver uma baixa quantidade de pesquisas feitas sobre a quinoa e pelo pouco conhecimento que tem-se do grão acerca do valor nutricional e de seus benefícios ao ser inserido na alimentação (BORGES *et al.*, 2010).

2.3 O Mercado

Antigamente um mercado era definido como um local físico onde compradores e vendedores se reuniam para comprar e vender seus produtos. Atualmente, os economistas descrevem o mercado como um conjunto de compradores e vendedores que efetuam transações relativas a determinado produto ou classe de produtos (KOTLER; KELLER, 2012)

O consumidor é a pessoa que identifica uma necessidade ou desejo, realiza uma compra e depois descarta o produto ao longo dos três estágios do processo de consumo (Pré-Compra, Compra e Pós-Compra). Na maioria dos casos, no entanto, diferentes pessoas podem estar envolvidas nessa sequência de eventos. O comprador e o usuário de um produto podem não ser a mesma pessoa, como é o

caso de quando um pai ou uma mãe escolhe roupas para o filho. Em outros casos, uma pessoa pode agir como influenciador, fazendo recomendações a favor ou contra determinados produtos, sem na verdade comprá-los ou usá-los (SOLOMON, 2016).

Ainda, de acordo com o mesmo autor, os consumidores podem ser organizações ou grupos. Uma ou várias pessoas podem escolher produtos que serão usados por muitos, como, por exemplo, quando um encarregado de compras encomenda material de escritório para a empresa. Em outras situações organizacionais, as decisões de compra podem ser tomadas por um grande grupo de pessoas, que podem ser, contadores, designers entre outros, e todas elas terão a oportunidade de opinar nos vários estágios do processo de consumo.

Em relação aos hábitos de compra do consumidor, suas preferências ou gostos podem ser alterados, “manipulados”, por propaganda e campanhas promocionais, que podem ser usadas para aumentar ou para diminuir o consumo de bens (VASCONCELLOS, 2011).

Comercialização compreende o conjunto de atividades para a transferência de bens e serviços, desde o ponto de produção inicial, até que eles atinjam o consumidor final. A comercialização envolve uma série de atividades ou funções através das quais bens e serviços são transferidos dos produtores e prestadores de serviços aos consumidores (EMATER-DF).

2.3.1 Variáveis que afetam a demanda

Como afirmam Kotler e Keller (2012), a demanda, como um bem ou serviço, pode ser afetada por muitos fatores como: a riqueza (e sua distribuição), renda (e sua distribuição), o preço dos outros bens, fatores climáticos e sazonais, propaganda, seus hábitos gostos, preferências dos consumidores, as expectativas sobre o futuro e a facilidades de crédito (disponibilidade, taxa de juros, prazos).

Apesar desses fatores, o mercado de cada bem tem suas particularidades, e algumas dessas variáveis podem não afetar a demanda, ou, ainda, a demanda pode ser afetada por variáveis não incluídas nessa relação, um exemplo disso é a

localização dos consumidores e a influência de fatores sazonais (KOTLER; KELLER, 2012).

De acordo com os referidos autores, para se poder estudar o efeito individual de cada uma dessas variáveis sobre a procura de determinado produto, bem ou serviço, recorre-se a hipótese de que todas as demais variáveis permanecem constantes.

2.3.2 Varejo e atacado

O varejista ou loja de varejo é qualquer empreendimento comercial cujo volume de vendas provenha principalmente do varejo, incluindo todas as atividades relativas à venda de bens ou serviços diretamente ao consumidor final, para uso pessoal e não comercial (VASCONCELLOS, 2011).

Para Vasconcellos (2011), qualquer organização que venda para os consumidores finais seja ela um fabricante atacadista ou varejista está envolvida em Varejo. Não importa como os bens ou serviços são vendidos (pessoalmente, pelo correio, por telefone, por máquinas de venda automática ou pela Internet) ou onde eles são vendidos (em uma loja, na rua ou na casa do consumidor).

Segundo Kotler e Keller (2012), entende-se que atacado é toda a atividade relacionada à venda de bens ou serviços para aqueles que compram para revenda ou uso comercial. Não fazem parte do atacado os fabricantes e agricultores, que lidam basicamente com a produção, nem os varejistas.

Os Atacadistas, são denominados distribuidores e diferem dos varejistas em vários aspectos. Em primeiro lugar, priorizam menos a promoção, a atmosfera da loja e a sua localização, porque lidam com clientes empresariais e não com consumidores finais. Em segundo, as transações no atacado são comumente maiores do que aquelas realizadas no varejo, e de modo geral os atacadistas cobrem uma área comercial maior do que a dos varejistas. E em terceiro, as negociações governamentais com atacadistas e com varejistas são diferentes no que diz respeito a regulamentações legais e impostos (KOTLER e KELLER, 2012).

2.3.3 Mercado interno e externo

A primeira manifestação expressiva do mercado interno brasileiro ocorreu com os ciclos do açúcar e do café, que foram os ciclos econômicos mais importantes para a economia brasileira (SCOCHI *et al.*, 1962).

De acordo com o autor, nesse momento o mercado interno passa a ter um papel fundamental, pois a capacidade de compra de um consumidor nativo deriva da atividade econômica que está se exercendo no próprio país. Dessa forma, na medida em que a produção interna vai ampliando, o mercado interno ganha dimensões maiores e, assim, a atividade econômica pode continuar a se exercer.

O comércio de mercadorias estrangeiras é uma atividade milenar, cujos primeiros registros são da civilização fenícia, cerca do ano de 2000 a.C. Os benefícios do comércio internacional podem ser percebidos pela ampliação de mercados consumidores, possibilitando aos produtores ganhos de escala e aumento de produtividade, acesso a novos fornecedores de insumos e matérias-primas, além da possibilidade de obtenção de novas tecnologias e novos padrões de produção, bem como a criação de novas alternativas de produção (UNISUL, 2017).

De acordo com Vasconcellos (2011), os principais fatores, que afetam as importações brasileiras, são:

- Os Preços Externos em Dólares: Se os preços dos produtos importados se elevarem no exterior em dólares, haverá uma retração das importações brasileiras.

- Os Preços Internos Domésticos em Real: Um aumento dos preços dos produtos internamente incentivar a compra dos similares no mercado externo, elevando as importações.

- Taxa de Câmbio Nominal (reais por dólar): Uma elevação da taxa de câmbio nominal (desvalorização cambial) acarretará maior despesa aos importadores, pois pagar mais reais pelos mesmos produtos, antes mais baratos, exigirá maior gasto de moeda nacional para compensar o valor do dólar.

- Renda e Produto Nacional: Enquanto as exportações são mais afetadas pelo que ocorre com a renda mundial, as importações estão mais relacionadas à renda nacional. Um aumento da produção e da renda nacional significa que o país está crescendo e que demanda mais produtos importados, seja na forma de matérias-primas, seja na de bens de capital ou bens de consumo.

- Tarifas e Barreiras às Importações: A imposição de barreiras quantitativas (elevação das tarifas sobre importações), ou qualitativas (proibição da importação de certos produtos, estabelecimento de quotas, ou entraves burocráticos) ocasiona uma inibição nas compras de produtos importados.

Como observado, as importações são mais influenciadas pelas variações das tarifas e do câmbio internacional, do que da renda nacional. Por outro lado, dependem fundamentalmente da economia nacional (VASCONCELLOS, 2011).

3. METODOLOGIA

3.1 Área de estudo, população e estabelecimentos

Na região de São Miguel do Oeste, de acordo com dados disponibilizados pela prefeitura¹, existem aproximadamente 100 estabelecimentos do ramo alimentício, dentre eles mercados, atacadistas e lojas de produtos naturais, que, pela característica de comercializar alimentos em geral, poderiam comercializar quinoa.

Dentre esses cem estabelecimentos, foram selecionados onze para a realização desta pesquisa, pelo fato de estarem localizados na região central urbana de São Miguel do Oeste e de serem estabelecimentos com maior variedade de produtos alimentícios. Alguns deles inclusive, como as casas de produtos naturais, oferecem ao consumidor uma grande variedade de produtos como: grãos, sementes, cereais, chás, produtos para dietas, suplementos e farinhas diversas, por isso, há uma maior probabilidade de comercializarem a quinoa, já que este grão tornou-se uma opção para uma alimentação mais saudável.

A primeira etapa da pesquisa é referente à comercialização de quinoa em estabelecimentos localizados em São Miguel do Oeste, Santa Catarina, dos quais 6 são supermercados, 4 são lojas de produtos naturais e 1 atacado, totalizando 11 estabelecimentos.

Já a segunda parte da pesquisa é direcionada ao consumo de quinoa e foi realizada com 113 pessoas que frequentam 5 dos estabelecimentos visitados na primeira etapa da pesquisa.

3.2 Descrição do método de pesquisa e elaboração

O presente estudo constitui-se de uma pesquisa de natureza exploratória sobre o consumo e comercialização de quinoa em São Miguel do Oeste, cuja

¹Dados retirados de uma listagem fornecida pela prefeitura de São Miguel do Oeste, no qual consta o número total de estabelecimentos do ramo de mercado e produtos naturais no município. O relatório foi disponibilizado no dia 04 de abril de 2019.

pesquisa compõe-se de duas etapas que foram realizadas por meio de questionários com perguntas abertas, dicotômicas (fechadas) e de múltipla escolha.

Nas perguntas abertas, os entrevistados podem responder às perguntas com suas próprias palavras, sem se limitarem a escolher alternativas. Já as perguntas dicotômicas, são as que apresentam apenas duas opções de resposta de caráter contrário, como: sim ou não. E, nas de múltipla escolha, os entrevistados optam por uma ou mais das alternativas apresentadas (CHAGAS, 2000).

Para a primeira etapa da pesquisa, foi elaborado um questionário sobre a comercialização de quinoa em São Miguel do Oeste (apêndice 1), que foi respondido pelos proprietários ou pelos responsáveis de alguns mercados e casas de produtos naturais de São Miguel do Oeste, a fim de caracterizar o mercado de quinoa no município. Tal questionário foi impresso e composto de perguntas majoritariamente abertas, uma dicotômica e outras de múltipla escolha (em que podia-se escolher mais de um ítem).

Para a segunda etapa, foi elaborado um questionário sobre o consumo de quinoa na região de São Miguel do Oeste (apêndice 2), que foi aplicado a 113 consumidores do entorno de 4 supermercados e de 1 loja de produtos naturais da área central de São Miguel do Oeste. Foram escolhidos esses 5 estabelecimentos, pois são os mais frequentados da zona urbana de São Miguel do Oeste. O questionário foi composto, em sua maioria, de perguntas de múltipla escolha (em que podia-se escolher mais de um ítem) e dicotômicas, com algumas perguntas abertas.

Esse questionário foi elaborado no Google Formulários e aplicado através do celular, a fim de dispensar o uso de papel. Os integrantes do grupo de PI fizeram as perguntas aos entrevistados e eles responderam-nas.

Para a elaboração dos questionários foram considerados aspectos relevantes para a caracterização tanto do comércio, quanto do consumo de quinoa em São Miguel do Oeste. As perguntas são de caráter quantitativo, cujos dados possibilitaram a criação de gráficos para análise, de caráter qualitativo, que possibilitaram uma discussão sobre o assunto.

3.3 Técnicas de coleta de dados

A presente pesquisa tem a técnica de coleta de dados em forma de questionários. Para a pesquisa de comercialização de quinoa, foi elaborado um questionário contendo 8 perguntas, e para a de consumo de quinoa, um questionário com 14 perguntas, com o objetivo de caracterização do mercado e do consumo de quinoa na região de São Miguel do Oeste. O questionário 1, sobre a comercialização da quinoa, foi aplicado no final de maio de 2019.

Esta pesquisa é de caráter não probabilístico pelo fato de que os estabelecimentos foram pré-selecionados e abrangem uma parte pequena dos estabelecimentos alimentícios de São Miguel do Oeste.

Para a aplicação do questionário 2, permanecemos em frente aos 5 estabelecimentos selecionados de São Miguel do Oeste, que também fizeram parte da primeira etapa da pesquisa, e abordávamos os frequentadores que saíam dos estabelecimentos. Esses estabelecimentos foram escolhidos pois são os que têm um fluxo maior de pessoas que os frequentam, o que facilita a coleta de um maior número de respostas. Depois da abordagem e de respondidas as perguntas do questionário 2, foi apresentado o grão, suas características e os benefícios de seu consumo às pessoas entrevistadas. O questionário 2, sobre o consumo da quinoa, foi aplicado no início de setembro de 2019.

O número de respondentes do questionário 2 foi variável, posto que estamos considerando a amostragem como não probabilística. Esse tipo de amostragem permite que se escolha arbitrariamente os elementos que participarão da pesquisa, mas sem um critério preestabelecido. Esse tipo de amostragem é recomendada quando queremos ter uma ideia de qual é a opinião das pessoas sobre um produto ou um problema atual. O resultado, no entanto, é apenas indicativo e não pode ser generalizado (OCHOA, 2015).

Os dados das perguntas objetivas foram coletados e sistematizados na forma de gráficos pizza e barras. Já as questões com respostas abertas, foram analisadas, discutidas e comparadas com base no referencial teórico.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Comercialização de quinoa em São Miguel do Oeste

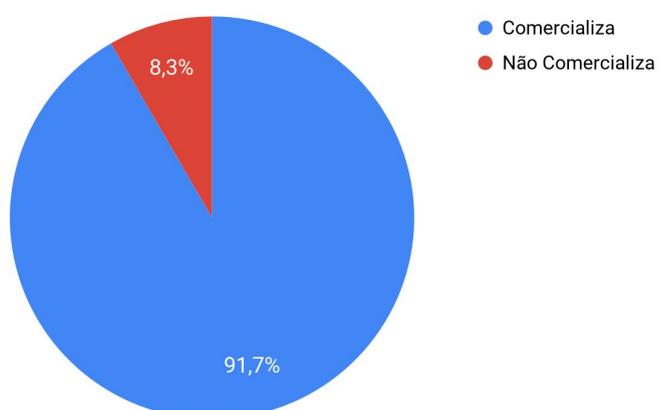
Neste tópico, trataremos sobre a dinâmica de mercado na região urbana de São Miguel do Oeste, relacionando os dados coletados com o referencial teórico visando analisar e caracterizar o comércio de quinoa no município.

4.1.1 Caracterização geral dos canais de comércio de quinoa em São Miguel do Oeste

Este tópico abordará a caracterização geral dos canais de comércio do grão de quinoa na região de São Miguel do Oeste, apresentando o volume de comercialização, o preço de venda e de compra do quilo, bem como a forma de venda da quinoa.

Com o estudo, podemos observar que dentre os onze estabelecimentos, dez comercializam quinoa, como demonstra o Gráfico 1, porém o volume comercializado é baixo, variando de 250 gramas a 30 quilogramas por mês. O preço de venda do quilo varia de R\$ 40,00 a R\$ 53,26.

Gráfico 1. Quantidade de estabelecimentos que comercializam quinoa em São Miguel do Oeste

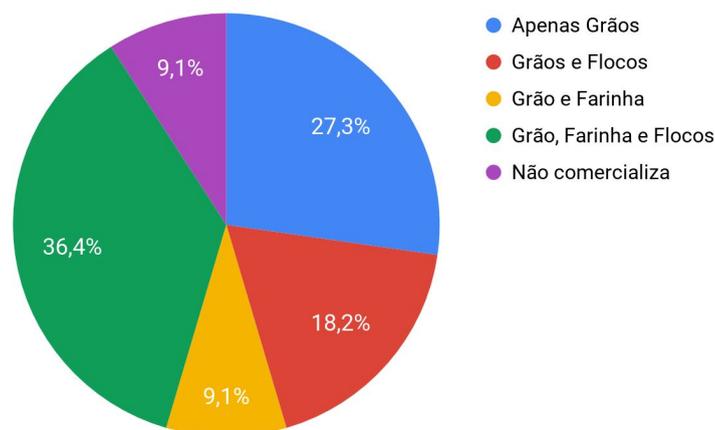


Fonte: Própria, 2019

Com base no referencial teórico, o alto valor da quinoa dá-se, tanto pelas altas tarifas do mercado internacional, uma vez que a quinoa utilizada no Brasil é importada, quanto pelos fatores que afetam a demanda, como a renda do consumidor e o preço dos bens. Assim, a baixa demanda aliada a altas tarifas, fazem com que o preço da quinoa aumente.

Os estabelecimentos visitados comercializam a quinoa, predominantemente, em forma de grão, farinha e flocos, e, nesses locais, foram encontrados poucos derivados de quinoa (Gráfico 2). O custo de compra do grão varia de R\$ 19,00 a R\$ 80,00 por quilo no momento da compra com o distribuidor. Os estabelecimentos que compram a quinoa pelo maior valor (R\$ 80,00 e R\$ 72,30), não responderam por quanto eles vendem o quilo do grão aos seus consumidores.

Gráfico 2. Forma com que a quinoa é comercializada pelos estabelecimento



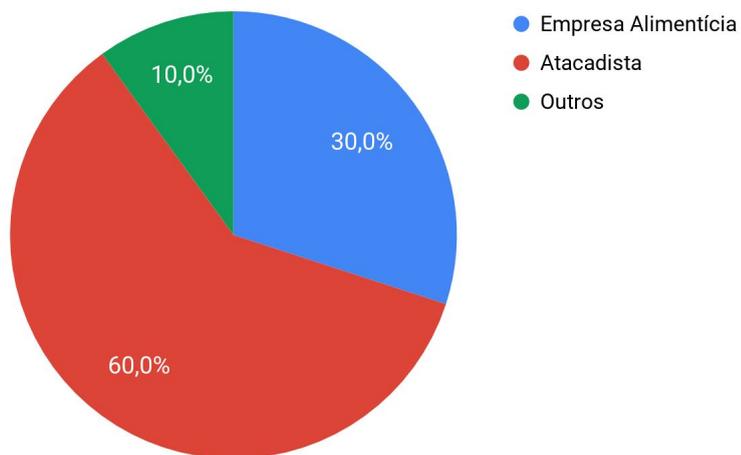
Fonte: Própria, 2019

Quanto ao estabelecimento visitado que não comercializa o grão, o proprietário apresenta conhecimento sobre a quinoa, porém nunca teve contato com o grão. Esse estabelecimento possui também muitos clientes que se interessam por comprar quinoa, no entanto, o produto não está disponível para venda.

4.1.2 Fornecedores e presença de quinoa brasileira no comércio migueloestino

De acordo com os proprietários dos estabelecimentos, a maioria dos fornecedores de quinoa para São Miguel do Oeste são atacados, como demonstrado no gráfico 3.

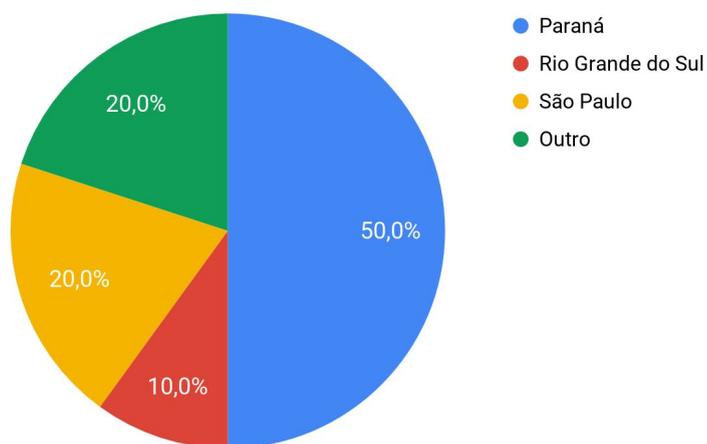
Gráfico 3. Fornecedores de quinoa para os estabelecimentos de São Miguel do Oeste



Fonte: Própria, 2019

Estes fornecedores, em sua maioria, estão localizados no estado do Paraná como demonstra o gráfico 4.

Gráfico 4. Principais fornecedores de quinoa



Fonte: Própria, 2019

Com a pesquisa, não foi possível verificar a presença de quinoa brasileira no comércio migueloestino. Dos estabelecimentos visitados, sete não sabiam informar a origem da quinoa que era fornecida pelas distribuidoras brasileiras, e três estabelecimentos informaram que a origem da quinoa fornecida à eles pelas distribuidoras é importada.

A quinoa presente no comércio migueloestino possui grande probabilidade de ser de origem andina, já que é um grão cultivado principalmente pelo Peru, Bolívia, Chile e Equador. Desses países, o Peru é o principal produtor e é responsável por 60% da produção mundial do grão.

4.1.2.1 O volume e a frequência das transações entre comerciante e fornecedores

Com a pesquisa, observa-se que a frequência das transações varia muito e depende de cada estabelecimento e de quanto comercializa de quinoa por mês.

Dos estabelecimentos entrevistados, a maioria faz essas transações mensalmente, entretanto, os estabelecimentos com maior demanda efetuam a compra da quinoa semanalmente ou quinzenalmente. Já os estabelecimentos com menor demanda, adquirem quinoa uma vez a cada 3 meses, ou até mesmo, apenas 3 vezes por ano.

O volume de quinoa das transações entre estabelecimentos comerciais e fornecedores varia de acordo com a demanda de cada estabelecimento, oscilando de 100 gramas a 53 quilogramas por compra. O preço de compra, varia entre R\$ 19,00 a R\$ 80,00 por quilograma.

O alto custo de compra da quinoa decorre das altas tarifas de importação do grão, as quais impactam diretamente no preço do produto final que chega até o consumidor. Esse alto preço dificulta a comercialização do cereal e afeta diretamente a demanda. Uma alternativa para a venda com valores mais competitivos desse grão seria a produção nacional de quinoa, porém, para a realização de plantios comerciais de quinoa há a necessidade de mais pesquisas sobre sua adaptabilidade, bem como de pesquisas sobre a dinâmica comercial que envolve a venda do grão.

Com os dados também foi possível observar que os principais critérios para a escolha do fornecedor de quinoa são a qualidade do produto, seguido do preço e da possibilidade de compra de outros produtos com o mesmo fornecedor.

O varejo está envolvido com a venda do produto para o consumidor final, porém quanto mais distribuidores intermediarem essa venda, maior será o valor do produto final. Assim, uma produção nacional reduziria a quantidade de atacadistas envolvidos no processo de venda e reduziria o custo do produto final.

4.2 Consumo de quinoa em São Miguel do Oeste

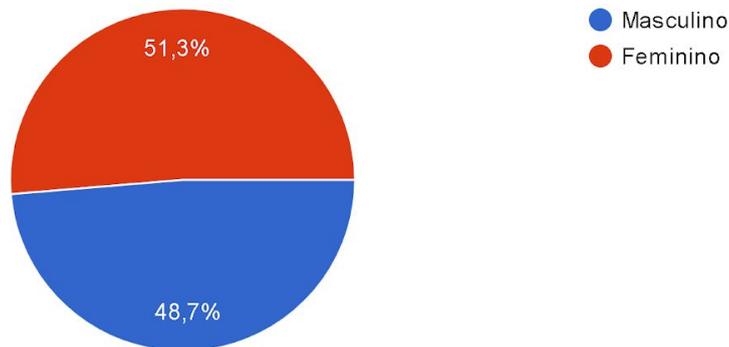
Este tópico trata do consumo do grão de quinoa na cidade de São Miguel do Oeste, dos dados coletados e, com base neles, apresenta gráficos para comparação de resultados e caracterização do consumo de quinoa no município.

4.2.1 Consumo de quinoa em São Miguel do Oeste e características gerais dos consumidores

Neste tópico faz-se a caracterização dos consumidores, como seu gênero, idade, renda mensal. Também mostra-se se os entrevistados conhecem a quinoa ou não, se conhecem os benefícios do grão, bem como a frequência de consumo, a média de consumo em quilogramas e locais onde os consumidores adquirem o grão.

Para a formulação dos gráficos foram aplicados 113 questionários, aos frequentadores de 5 estabelecimentos do município. Dos participantes 52,3% são do gênero feminino e os outros 48,7% do gênero masculino, como demonstra o Gráfico 5.

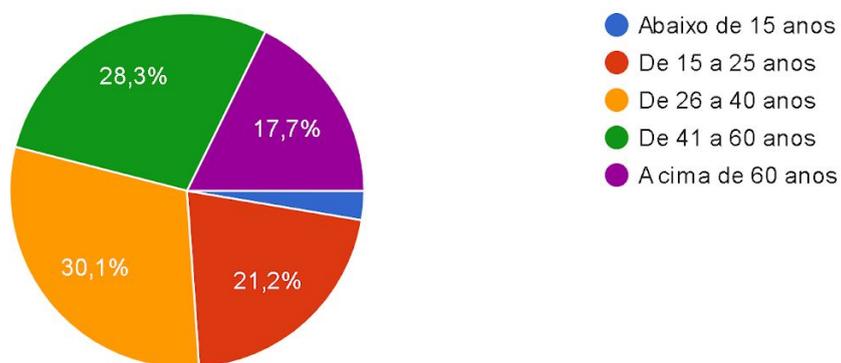
Gráfico 5. Gênero dos consumidores entrevistados



Fonte: Própria, 2019.

Dos 113 consumidores entrevistados, a maioria apresentava idades entre 26 a 40 anos, que representam 30,1% dos resultados, seguido de consumidores com idades entre 41 a 60 anos, que retratam 28,3 % do total (Gráfico 6), o que demonstra que os maiores consumidores de quinoa, no município de São Miguel do Oeste, são adultos.

Gráfico 6. Idade dos consumidores

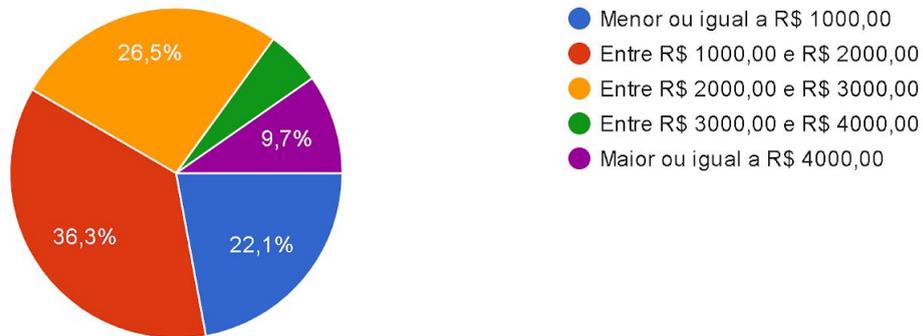


Fonte: Própria, 2019.

Entre os respondentes, a maioria tem renda mensal entre R\$ 1000,00 a R\$2000,00, que corresponde 36,3% dos resultados, enquanto a minoria dos

consumidores têm sua renda mensal entre R\$ 3000,00 e R\$ 4000,00, representando 5,4% dos consumidores (Gráfico 7). A maioria dos compradores do grão no município tem renda inferior a R\$ 2.000,00, o que pode explicar o baixo consumo do grão em São Miguel do Oeste, já que ele possui um alto custo de aquisição.

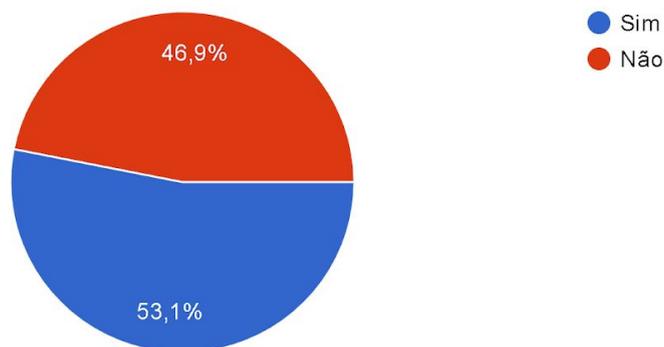
Gráfico 7. Renda Mensal dos Consumidores



Fonte: Própria, 2019.

Dos 113 entrevistados a maioria, que configura 53,1% dos respondentes, conheciam ou já ouviram falar do grão, enquanto os demais 46,9% dos respondentes, desconheciam o grão (Gráfico 8).

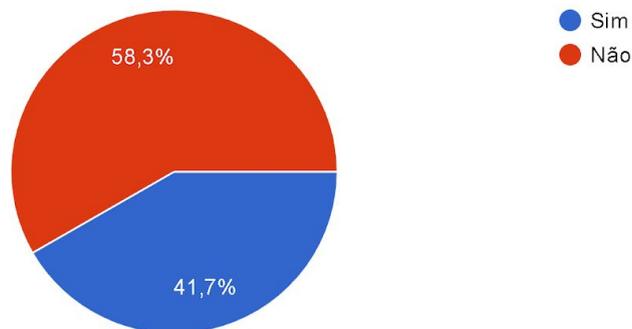
Gráfico 8. Entrevistados que Conhecem Quinoa



Fonte: Própria, 2019.

Entre os entrevistados, a maioria, correspondendo a 58,3% das respostas, não possui conhecimento acerca dos benefícios da quinoa, enquanto a minoria, que corresponde a 41,7% dos respondentes, possui algum conhecimento sobre os benefícios de consumir o grão, como mostra o Gráfico 9.

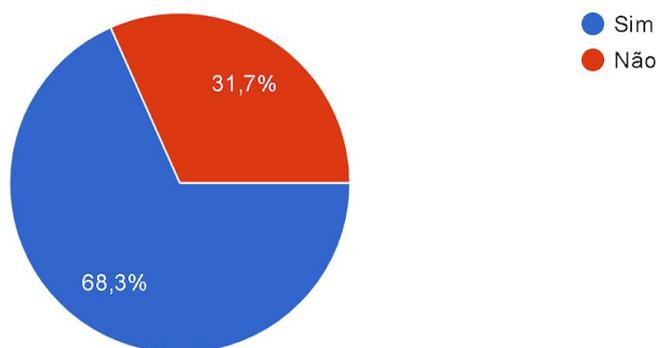
Gráfico 9. Entrevistados que Conhecem os Benefícios da Quinoa



Fonte: Própria, 2019.

Dos entrevistados que não conheciam o grão, a maioria deles, 68,3%, após conhecerem alguns benefícios do consumo de quinoa e algumas formas de preparar o grão, gostariam de experimentá-la. Os demais, 31,7% dos respondentes, não gostariam de consumir uma comida que contenha quinoa (Gráfico 10).

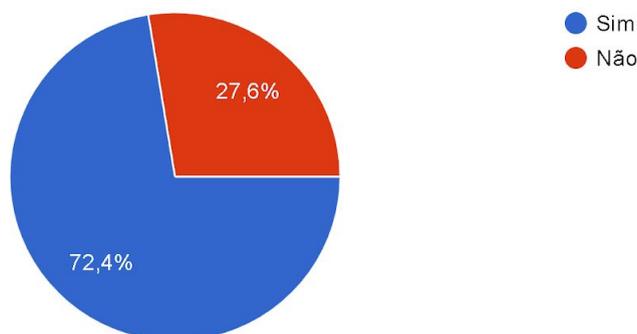
Gráfico 10. Entrevistados que gostariam de consumir alguma comida com o grão



Fonte: Própria, 2019.

Dos 53,1% de entrevistados que conhecem o grão (Gráfico 8), 72,4% dos respondentes já consumiram quinoa, enquanto 27,6% dos entrevistados que conhecem a quinoa, não a consumiram, como demonstra o Gráfico 11.

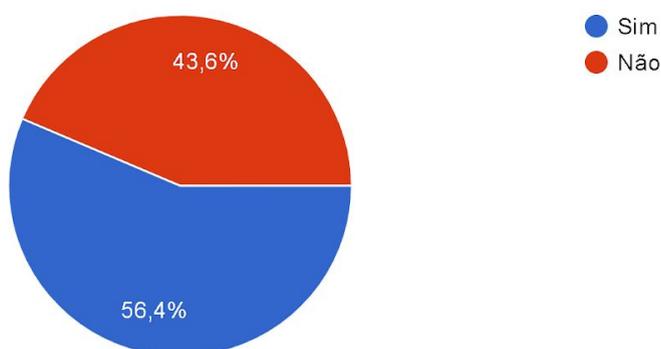
Gráfico 11. Entrevistados que conhecem e já consumiram quinoa



Fonte: Própria, 2019.

Em relação aos consumidores que conhecem e já consumiram, a maioria, que corresponde a 56,4% das respostas, continua consumindo, ao passo que 43,6% dos respondentes, não continua consumindo, como mostra o Gráfico 12.

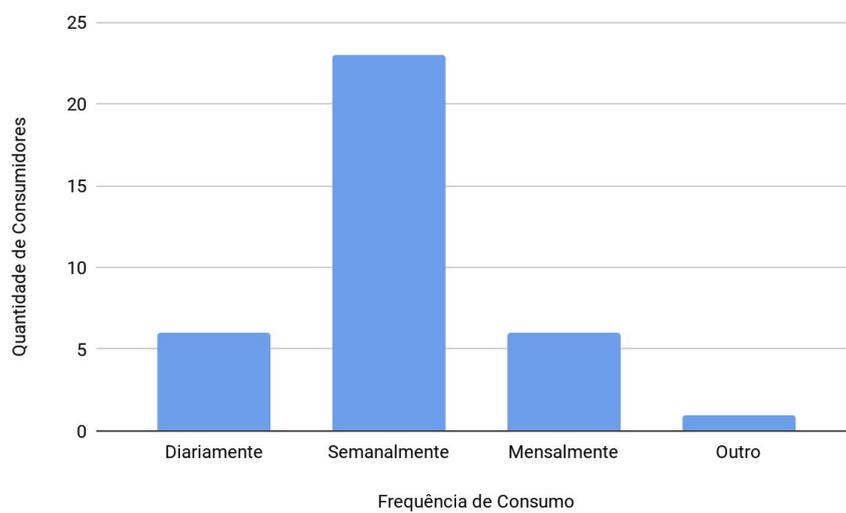
Gráfico 12. Entrevistados que continuam consumindo quinoa



Fonte: Própria, 2019.

A maior parte dos consumidores de quinoa consomem o grão com frequência semanal, variando de 1 a 2 vezes na semana (Gráfico 13). Pode-se observar que poucos respondentes consomem a quinoa diariamente, o que pode estar relacionado com o alto valor do grão, que pode impossibilitar o consumo com maior frequência.

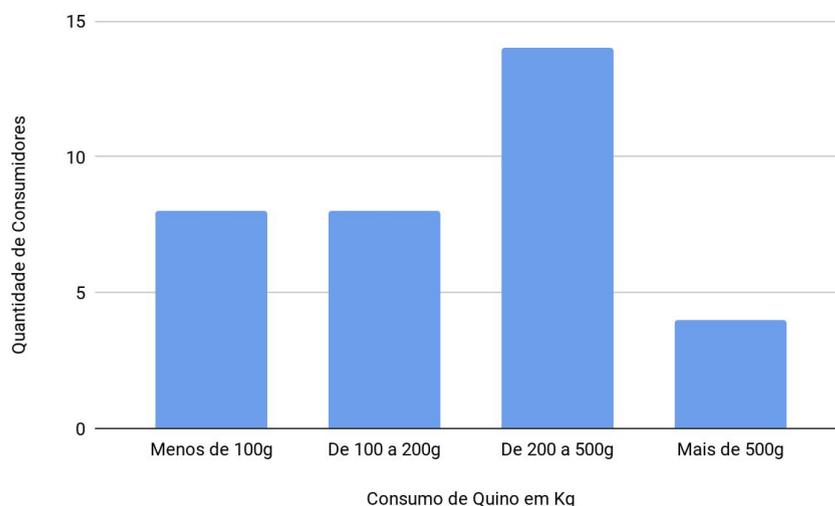
Gráfico 13. Frequência de consumo da quinoa



Fonte: Própria, 2019.

Dos entrevistados que consomem o grão, a maioria consome entre 200g a 500g de quinoa por mês, enquanto a minoria, consome quantidades menores, consumindo menos de 100g do grão por mês, como indica o Gráfico 14.

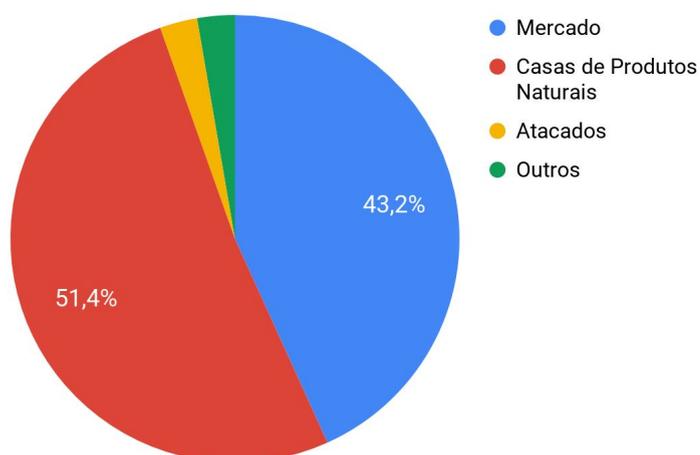
Gráfico 14. Consumo em média de g/kg de quinoa por mês



Fonte: Própria, 2019.

Dos consumidores entrevistados, a grande maioria adquire a quinoa em casas de produtos naturais onde é mais comum de se encontrar o grão, seguido por mercados, onde o fluxo de pessoas é maior e dispõem de uma maior variedade de produtos para compra, e, mais raramente, os consumidores adquirem a quinoa em atacados e outros estabelecimentos (Gráfico 15).

Gráfico 15. Locais onde os consumidores adquirem quinoa

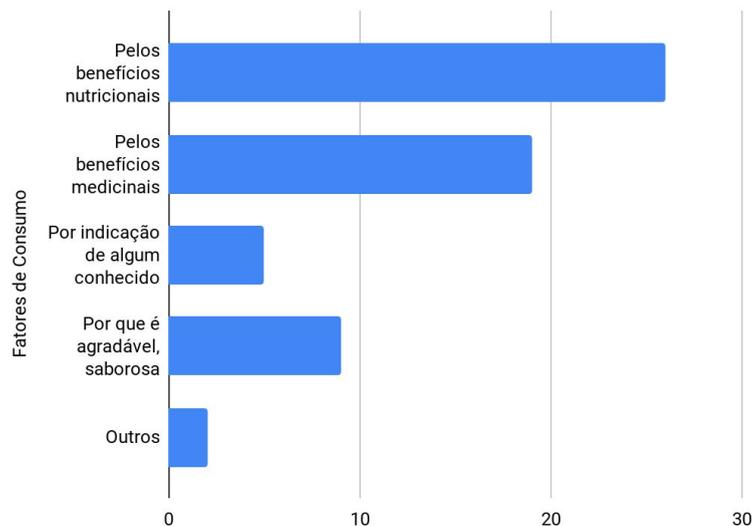


Fonte: Própria, 2019.

4.2.1.1 Fatores responsáveis pelo consumo

Em relação aos fatores responsáveis pelo consumo, os de maior importância apontados pelos consumidores, são os benefícios nutricionais e medicinais da quinoa, como demonstra o Gráfico 16. O gráfico também aponta outros fatores de consumo, estes porém, são considerados menos importantes para os consumidores.

Gráfico 16. Fatores responsáveis pelo consumo



Fonte: Própria, 2019.

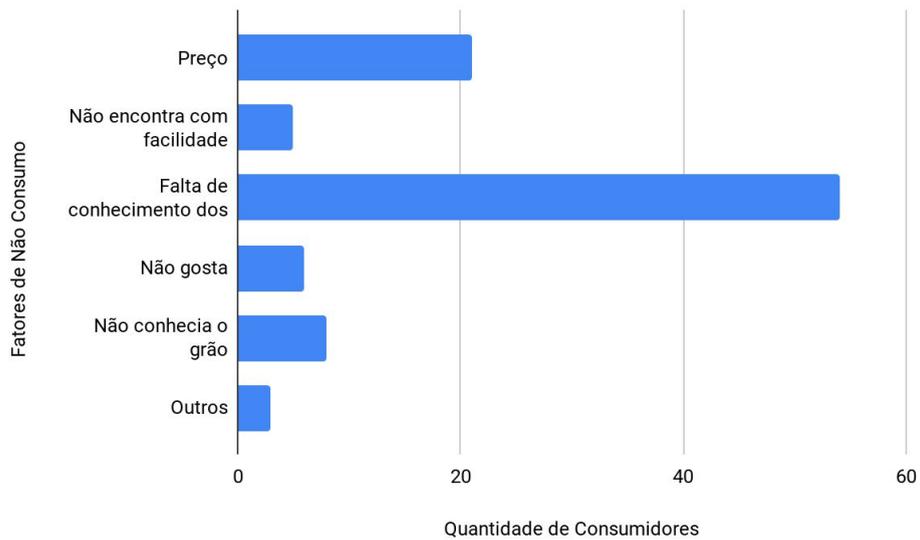
4.2.1.2 Fatores impeditivos para o consumo

Para os entrevistados que não consomem o quinoa, a maioria aponta que a principal barreira ao consumo é a falta de conhecimento dos benefícios (Gráfico 17), a qual faz com que não haja grande procura pelo grão, diminuindo a demanda.

Outro fator de grande importância, seguido da falta de conhecimento sobre quinoa, é o preço do grão, que, por ter um alto custo de aquisição devido a várias taxas que recaem sobre ele quando importado e revendido no município, impacta diretamente no consumidor final, o que faz com que o preço se eleve. Como demonstrado no Gráfico 7, a maioria dos consumidores possuem uma renda mensal abaixo de R\$ 2.000,00 e, esse fato pode ser um fator determinante na hora da

compra, tendo potencial para influenciar tanto a quantidade consumida (Gráfico 14) quanto a frequência com que a quinoa é adquirida (Gráfico 13).

Gráfico 17. Fatores impeditivos para o consumo de quinoa

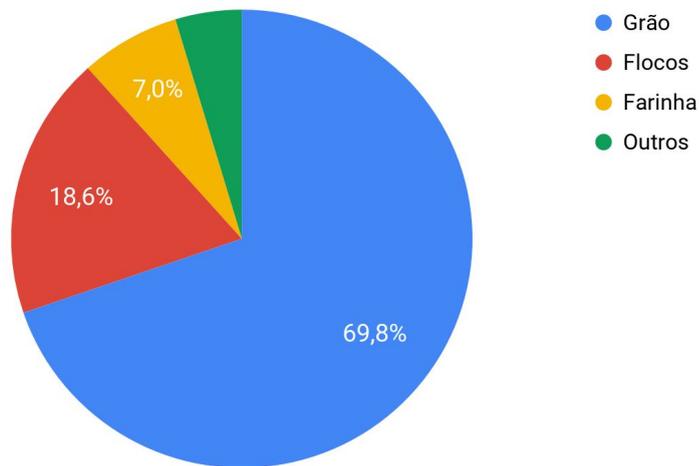


Fonte: Própria, 2019.

4.2.1.3 Uso da quinoa pelos consumidores

De acordo com as entrevistas, a maioria dos consumidores de quinoa adquire o produto em forma de grãos (Gráfico 18), por ser a forma mais conhecida e difundida da quinoa e por possuir maior variedade de utilização na culinária. Já a minoria dos consumidores adquire a quinoa em outras formas, como flocos e farinha. Também há a possibilidade de encontrar e consumir quinoa em outros produtos como os processados de quinoa, em produtos lácteos, geleias, produtos farináceos, doces, entre outros.

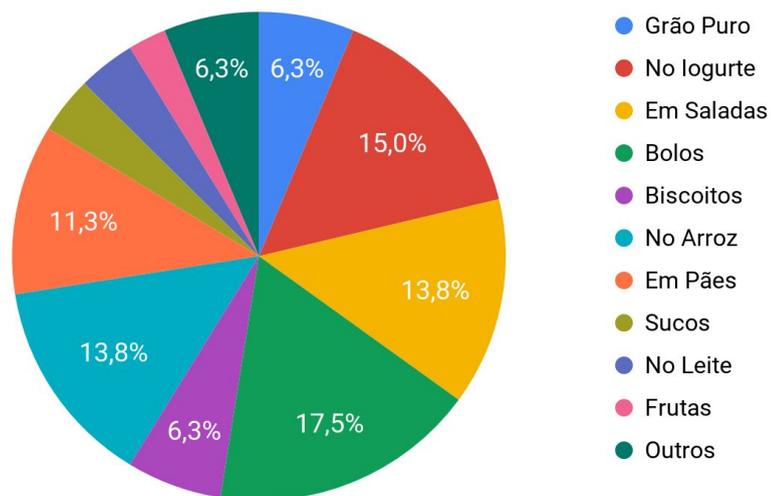
Gráfico 18. Forma com que os consumidores adquirem a quinoa



Fonte: Própria, 2019.

Quanto à forma de consumo, a maioria dos entrevistados consomem o grão na forma de bolos e no iogurte. Também é muito comum misturar o grão no arroz e em saladas. A quinoa também pode ser consumida de outras formas, porém essas são menos convencionais, como apresenta o Gráfico 19.

Gráfico 19. Forma com que os entrevistados consomem a quinoa



Fonte: Própria, 2019.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com os dados obtidos pelos proprietários dos estabelecimentos visitados, a maioria dos fornecedores são atacadistas. Não foi possível verificar a presença de quinoa brasileira no comércio migueloestino, pois a maioria dos estabelecimentos visitados não sabia informar a origem do grão que era fornecido pelas distribuidoras brasileiras. Analisando a frequência das transações, percebe-se que os estabelecimentos com maior demanda efetuam a compra da quinoa semanalmente ou quinzenalmente, já os estabelecimentos que possuem menor demanda, adquirem o grão em intervalos maiores de tempo.

Com os resultados obtidos pela realização da pesquisa, não foi possível mensurar o volume das transações comerciais de todos os fornecedores de quinoa para São Miguel do Oeste, porém foi possível verificar esse dado dos 11 estabelecimentos que foram visitados e entrevistados para a pesquisa. Pode-se notar que o grão de quinoa tem o volume de comercialização variável, em que alguns estabelecimentos possuem uma alta comercialização e outros uma baixa comercialização. Dos estabelecimentos visitados, a forma mais comercializada da quinoa é em grão, farinha e flocos. Quanto ao estabelecimento entrevistado que não comercializa o cereal, o proprietário apresenta conhecimento sobre a quinoa, porém nunca teve contato com o grão.

A maioria dos entrevistados que adquire quinoa, consome-a em forma de grão, por ser a forma mais conhecida e difundida da quinoa e por possuir maiores possibilidades de preparo.

Contudo, um dos fatores impeditivos mais relevantes para o consumo, segundo os entrevistados que não consomem quinoa, é a falta de conhecimento dos seus benefícios, o que gera a baixa procura pelo grão, gerando, por consequência, diminuição da demanda. Outro fator considerado de grande importância, é o preço do grão, o qual, por ter um alto custo de aquisição, devido a várias taxas que recaem sobre ele quando importado e revendido no município, impacta diretamente no consumidor final, o que faz com que o preço se eleve.

Esse fato pode ser um fator determinante na hora da compra, tendo potencial para influenciar tanto a quantidade consumida quanto a frequência com que a

quinoa é adquirida. O volume comprado varia de acordo com a demanda de cada estabelecimento.

Portanto, concluímos que, o alto valor do grão, aliado a baixa demanda, fazem com que a quinoa não se torne um produto muito popular e conhecido, apesar do seu alto valor nutricional, tornando-se assim, um produto de nicho.

Para a realização dessa pesquisa houveram diversas limitações que dificultaram o andamento do projeto. A principal limitação foi no momento de encontrar fontes relacionadas à quinoa, pois tivemos muita dificuldade em encontrar artigos em português sobre o tema. Outra grande limitação para a realização da pesquisa foi o tempo disponível, em que dispúnhamos de pouco tempo para concretizar as alterações necessárias no projeto.

A pesquisa que realizamos traz uma importante contribuição na medida em que apresenta dados sobre o comércio e o consumo de quinoa em São Miguel do Oeste, dados estes que até então não existiam, por não haver nenhuma pesquisa desta natureza na região. Contribui ainda para tornar a quinoa mais conhecida para os consumidores em geral e traça um perfil dos consumidores do grão, que poderá servir aos estabelecimentos comerciais, no sentido de melhorarem e ampliarem a oferta de quinoa.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAZILE, D. et al. **Estado del arte de la quinua en el mundo en 2013**: FAO (Santiago de Chile) e CIRAD, (Montpellier, Francia), 2014. 724 p. Disponível em: <<http://www.fao.org/3/a-i4042s.pdf>>. Acesso em: 08 mai. 2019.
- BORGES, J. T.; BONOMO, R. C.; PAULA, C. D.; OLIVEIRA, L. C.; CESÁRIO, M. C. **Características Físico-Químicas, Nutricionais e Forma de Consumo da Quinoa (*Chenopodium quinoa* Willd.)**. 2010. Disponível em: <<https://www.yumpu.com/pt/document/read/16045722/caracteristicas-fisico-quimicas-nutricionais-e->>. Acesso em: 08 mai. 2019.
- BOJANIC, A. **La quinua: cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria mundial**. Oficina regional para America Latina y el Caribe, 2011. Disponível em: <http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/mountain_partnership/docs/cultivo_quinoa_en_lr.pdf>. Acesso em: 07 ago. 2019.
- CHAGAS, A. T. R. **O Questionário na Pesquisa Científica**. 2000. Disponível em: <https://www.fecap.br/adm_online/art11/anival.htm>. Acesso em: 09 mai. 2019.
- EL PAÍS. **Quinoa: a revolução do grão de ouro**. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2014/04/10/eps/1397142396_162148.html>. Acesso em 08 mar. 2019.
- EMATER-DR. **Conceitos de Mercado**. sd. Disponível em: <<http://www.emater.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/06/conceitosmercado.pdf>>. Acesso: 04 set. 2019.
- FEDRIGO, I. H.; BORGHO, A. P.; BAGGIO, F. R.; MUSIAL, D. C.; VALENTINI, S. A. **Obtenção de Formas Cosméticas a Partir do Extrato Aquoso de Quinoa (*Chenopodium quinoa* Willd.)**. 2010. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/76714051-Obtencao-de-formas-cosmeticas-a-partir-do-extrato-aquoso-de-quinua-chenopodium-quinua-willd.html>>. Acesso em: 08 mai. 2019.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). **Neglected Crops: 1492 from a different perspective**. 1994. Disponível em: <<http://www.fao.org/family-farming/detail/ar/c/273645/>>. Acesso em: 08 mai. 2019.
- JAYME-OLIVEIRA, A.; RIBEIRO JUNIOR, W. Q.; RAMOS, M. L. G.; ZIVIANI, A. C.; JAKELAITIS, A. **Amaranth, quinoa, and millet growth and development under different water regimes in the Brazilian Cerrado**. 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pab/v52n8/1678-3921-pab-52-08-00561.pdf>>. Acesso em: 08 mai. 2019.
- KOTLER, P., KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012. 765 p.

LA RAZÓN. **Reportan Incremento en El Precio de La Quinoa de Exportación.** 2019. Disponível em:
<http://www.la-razon.com/economia/Reportan-incremento-precio-quinua-exportacion_0_3111888801.html>. Acesso em 08 mai. 2019.

LEMOS, T. M. **Conhecendo o Mercado de Quinoa na Cidade de Brasília a Partir dos Distribuidores de Alimentos e Restaurantes Vegetarianos e Veganos do Plano Piloto.** 2017. Disponível em:
<<http://bdm.unb.br/handle/10483/20386?mode=simple>>. Acesso em: 08 mai. 2019.

MUNDO BOA FORMA. **Ácido Fítico – Para Que Serve, Alimentos, Pele e Dicas.** 2018. Disponível em:
<<https://www.mundoboaforma.com.br/acido-fitico-para-que-serve-alimentos-pele-e-dicas/>>. Acesso em: 09 mai. 2019.

MUNDO BOA FORMA. **Lisina – O Que é, Para Que Serve, Alimentos Ricos e Suplemento.** 2015. Disponível em:
<<https://www.mundoboaforma.com.br/lisina-o-que-e-para-que-serve-alimentos-ricos-e-suplemento/>>. Acesso em: 09 mai. 2019.

OCHOA, C. **Amostragem probabilística e não probabilística.** 2015. Disponível em:
<<https://www.netquest.com/blog/br/blog/br/amostragem-probabilistica-nao-probabilistica>>. Acesso em: 16 mai. 2019

SANTOS, R.L.B., SPEHAR, C.R., VIVALDI, L., 2003. **Quinoa (Chenopodium quinoa Willd.) reaction to herbicide residue in a Brazilian Savannah soil.** Disponível em:
<https://www.researchgate.net/publication/26350851_Quinoa_Chenopodium_quinoa_reaction_to_herbicide_residue_in_a_Brazilian_Savannah_soil>. Acesso: 08 mai. 2019.

SÃO MIGUEL DO OESTE. **Relação de econômicos em atividade.** 2019. Listagem dos estabelecimentos que comercializam produtos alimentícios em São Miguel do Oeste fornecida pela prefeitura de SMO no dia 04 de abr. 2019.

SCOCHI, C., G., S.; GELBCKE, F., L.; FERREIRA, M., A.; ALVAREZ, Â., M. **Mercado interno e desenvolvimento econômico.** 1962. Disponível em:
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901962000300005>. Acesso em: 11 set. 2019.

SOLOMON, M. R. **O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo.** 2016. Disponível em:
<https://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=n-1zCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=consumidor&ots=JV9P3sln8O&sig=2qwPI1s6c_sbWTMxL__gzmaMWF0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 28 ago. 2019.

SPEHAR, C.R. **Adaptação da quinoa (*Chenopodium quinoa* Willd.) para incrementar a diversidade agrícola e alimentar no Brasil.** 2006. Disponível em: <<https://www.alice.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/125099/1/ADAPTACAODAQUINOA.pdf>>. Acesso em: 08 mai. 2019.

SPEHAR, C. R.; SANTOS, R. L. de B. **Quinoa BRS Piabiru:** alternativa para diversificar os sistemas de produção de grãos. 2002. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/6756/1/ARTIGO_QuinoaBRSPiabiru.pdf>. Acesso em: 08 mai. 2019.

TAPIA, M. **Cultivos andinos subexplotados y su aporte a la alimentación.** Santiago, Chile: Oficina Regional de la FAO para la América Latina y Caribe. 1997. Disponível em: <http://www.fao.org/tempref/GI/Reserved/FTP_FaoRlc/old/prior/segalim/prodalim/prodveg/cdrom/contenido/libro10/home10.htm>. Acesso em: 08 mai. 2019.

TRADE FOR DEVELOPMENT CENTRE (TDC). **The Quinoa Quest.** 2016. Disponível em: <https://www.befair.be/drupal_files/public/allfiles/brochure/Quinoa%20ENGLISH.pdf>. Acesso em: 08 mai. 2019.

UNISUL. **Introdução ao Comércio Exterior.** 2017. Disponível em: <https://www.uaberta.unisul.br/repositorio/recurso/14690/pdf/intro_com_ext_livro.pdf>. Acesso em: 04 set. 2019.

VASCONCELOS., F. S., VASCONCELOS, E.S., BALAN, M.G., SILVÉRIO, L., 2012. **Desenvolvimento e produtividade de quinoa semeada em diferentes datas no período safrinha.** Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rca/v43n3/a13v43n3.pdf>>. Acesso em: 08 mai. 2019.

VASCONCELLOS, M. A. S. **Economia:** micro e macro. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 453 p.

VIEIRA, M. S. **O Boom da Quinoa:** Causalidade de Granger e a competição por terras no Peru. 2016. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/154302/Resumo_47348.pdf?sequence=1>. Acesso em: 08 mai. 2019.

APÊNDICES

Apêndice 1: Questionário de comercialização de quinoa em São Miguel do Oeste.

Questionário para pesquisa

Estudo descritivo do comércio de quinoa em São Miguel do Oeste. Este questionário faz parte de uma pesquisa para nosso Projeto Integrador (PI) e suas respostas são muito importantes para que a fase exploratória deste estudo se conclua. Por favor, responda as questões abaixo. Desde já, agradecemos por sua colaboração.

Alunos: Elizabeth Eny Gusmão Tarouco, Gabriela Morigi e Tiago Arend Fonseca.

Estabelecimento: _____

Data: _____

1- Este estabelecimento comercializa quinoa?

- Sim
- Não

Se sim, de que forma comercializa quinoa? (grão, farinha, flocos)

Se não, conhece a quinoa?

(Se não) Teria interesse em comercializar?

2- Em média, quanto é comercializado (g/kg) de quinoa por mês e por quanto é vendido o quilo de quinoa?

3- Quem é o seu fornecedor de quinoa e/ou derivados?

- Agricultores. De qual região? _____
- Empresa: _____
- Atacadista. Qual? _____
- Varejista. Qual? _____
- Outros estados. Quais? _____

4- A quinoa comercializada é brasileira ou importada? Se brasileira, sabe de qual região ela provém?

5- Com que frequência a quinoa é adquirida?

6- Qual é o volume médio adquirido?

7- Qual é o valor pago pelo quilo de quinoa?

8- Quais os critérios para a escolha do local de compras da quinoa?
(Ordene em ordem de importância, 1 mais importante e 8 menos importante)

- Preço do produto
- Qualidade do produto
- Durabilidade do produto
- Proximidade do estabelecimento
- Compra de outros produtos no mesmo local
- Forma de pagamento
- Fornecedor recomendado

Apêndice 2: Questionário sobre o consumo de quinoa

Alunos: Elizabeth Eny Gusmão Tarouco, Gabriela Morigi e Tiago Arend Fonseca.

Questionário para caracterização dos consumidores de quinoa

Data: _____

1. Com qual gênero você se identifica?

() Feminino () Masculino () Outro

2. Idade

- Abaixo de 15 anos
- De 15 a 25 anos
- De 26 a 40 anos
- De 41 a 60 anos
- Acima de 61 anos

3. Renda mensal

- Menor ou igual a R\$ 1000,00
- Entre R\$ 1000,00 e R\$ 2000,00
- Entre R\$ 2000,00 e R\$ 3000,00
- Entre R\$ 3000,00 e R\$ 4000,00
- Maior ou igual a R\$4000,00

4. Você conhece quinoa?

() Sim () Não

5. Você conhece os benefícios da quinoa?

() Sim () Não

6. Se não conhece, gostaria de experimentar alguma comida a base de quinoa?

() Sim () Não

7. Se conhece, já consumiu?

() Sim () Não

Se já consumiu, continua consumindo?

() Sim () Não

8. Se não consome, quais as barreiras de consumo?

- Preço
- Não a encontra com facilidade no mercado
- Falta de conhecimento dos benefícios
- Não gosta
- Outro: _____

9. Se consome, por quê?

- Pelos benefícios nutricionais
- Pelos benefícios medicinais
- Por indicação de algum conhecido
- Porque é agradável, saborosa
- Outro: _____

10. Se consome, de que forma adquire a quinoa?

- Grão
- Flocos
- Farinha
- Outro: _____

11. De que forma consome a quinoa?

- Grão puro
- No iogurte
- Em saladas
- Bolos
- Biscoito
- No arroz
- Pães
- Outros: _____

12. Com que frequência consome?

13. Em média, quanto (g/kg) consome por mês?

14. Onde adquire a quinoa?

- Mercado
- Casas de produtos naturais
- Atacados
- Outros: _____