



**PESQUISA REGIONAL
SOBRE
AGRONEGÓCIO**



ESPM

A PERCEPÇÃO DA
POPULAÇÃO DA ZONA
URBANA DA REGIÃO DE
RIBEIRÃO PRETO
SOBRE O
AGRONEGÓCIO
BRASILEIRO

Apresentação

As páginas a seguir trazem a análise conclusiva dos resultados da pesquisa quantitativa realizada nas cidades de Ribeirão Preto, Franca, Araraquara e São Carlos no período entre 15 de Dezembro de 2012 e 15 de Janeiro de 2013.

Objetivo

Esse estudo tem como objetivo principal identificar como o Agronegócio brasileiro é percebido pelos moradores da zona urbana das cidades que compõem a região de Ribeirão Preto.

Já como objetivos secundários a pesquisa visou identificar características associadas ao Agronegócio, sua importância para a economia, prestígio (categoria e profissionais), interesse da população, abrangência percebida e impacto no meio ambiente.



Universo Considerado

“Homens e mulheres com idades entre 16 e 60 anos, de todos os credos, raças e classes econômicas, residentes na zona urbana das seguintes cidades: Ribeirão Preto, Franca, Araraquara e São Carlos.”

Plano Amostral

Foi utilizado o método Probabilístico Estratificado Proporcional, valendo-se de cotas de proporcionalidade para os sexos e idades.

Foi colhida uma amostra de 296 respondentes, no período entre 15 de Dezembro de 2012 e 15 de Janeiro de 2013.

Tipo e Método: Pesquisa do tipo quantitativa, valendo-se do método descritivo estatístico.

Coleta de Dados: Inquérito Pessoal por meio de entrevistas pessoais domiciliares.

Método de seleção da amostra: Probabilístico Estatístico.

Margem de Erro: 4%

Nível de Confiança: 95%





ESPM

Análise de Correspondência

IPESO
Instituto de Pesquisa

Análise de Correspondência

- **Objetivo:**

Produzir mapas perceptuais onde seja possível relacionar os setores da economia e as características (cada frase contém uma característica) e enxergar quais características estão mais associadas a cada setor e também entender quais setores são percebidos de forma parecida e opcionalmente entender como as pessoas discriminam os setores (quais as características discriminam mais).

Na página seguinte, a tabela mostra as siglas utilizadas no mapa perceptual.

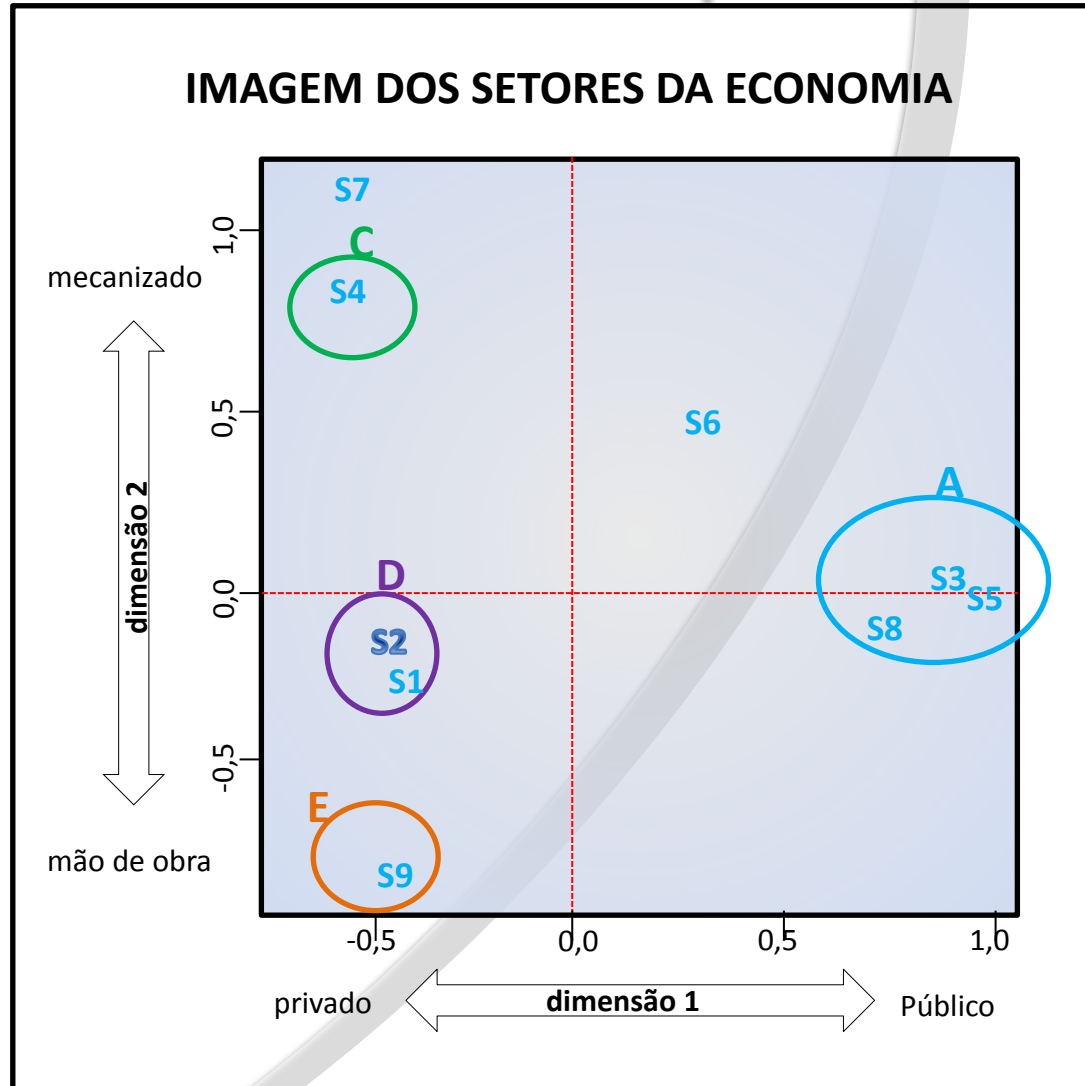


Análise de Correspondência

Tabela: Setores	
S1	Mineração e Petróleo
S2	Agronegócio
S3	Educação
S4	Automobilístico
S5	Saúde
S6	Bancos
S7	Eletroeletrônica
S8	Transporte
S9	Construção



Análise de Correspondência



Análise de Correspondência

- O mapa “Imagem dos Setores da Economia” mostra que para a análise regional, as percepções foram um pouco modificadas, no entanto, guardam alguma ligação com a percepção nacional. No caso regional apareceram quatro regiões em destaque. São elas:
 - **Região A:** compreende os setores de saúde, educação e transporte.
 - **Região C:** compreende o setor automobilístico.
 - **Região D:** compreende os setores de Agronegócio e mineração e petróleo.
 - **Região E:** compreende o setor da construção.



Análise de Correspondência

Dimensão	Autovalores	% Explicação	% Acumulada
1	0,67	35,05%	35,05%
2	0,44	22,98%	58,03%

- A Tabela acima mostra que as associações observadas explicam 58,03% de toda a possível associação que existe entre as características e os setores. Uma explicação moderada de associação.
- Nesse sentido, a dimensão 1, ainda revela a maior influência da esfera pública no lado direito do mapa e o lado esquerdo continua a revelar a maior participação de incentivo privado.
- Assim como no estudo nacional, o Agronegócio (S2) encontra-se posicionado ao lado dos setores que apresentam maior participação de incentivo privado, distanciando-se de setores com associações negativas como de Educação, Saúde e Transporte.



Análise de Correspondência

- Na dimensão 2, temos o lado superior, onde se posicionam os setores com maior mecanização, e o lado inferior, que caracteriza os setores com foco em mão de obra.
- Mesmo tendo sido posicionado no lado inferior da dimensão 2, o Agronegócio está mais próximo à mecanização do que no estudo realizado nacionalmente.
- Através da correspondência podemos perceber que a imagem construída pelos respondentes de Ribeirão Preto sobre o Agronegócio é consideravelmente superior à imagem nacional, sendo que, na região o Agronegócio é representado como um setor de “orgulho nacional”, bem distante de características como “notícias ruins” ou “empecilho ao desenvolvimento”.





ESPM

SEGMENTAÇÃO
PSICOGRÁFICA
ANÁLISE FATORIAL

IPESO
Instituto de Pesquisa

Segmentação Psicográfica

- **Objetivo:**

Obter o número de fatores ideal para explicar a maior variância total. A partir dos fatores obtidos, realizar uma segmentação da amostra, de modo a qualificar os segmentos segundo os fatores obtidos, traçando o perfil de cada grupo. Ao final será preciso identificar a qual segmento cada respondente “pertence mais”, para que seja possível traçar o perfil sociodemográfico dos segmentos.

Antes de se iniciar a análise fatorial foi realizada uma substituição dos valores registrados como 8 (não sei) para o nível 4 (nem concordo nem discordo), já que foi suposto possuir o mesmo efeito prático. Tanto no conjunto de dados nacional quanto no regional.



Segmentação Psicográfica

- O método utilizado para a decisão do número de fatores foi o critério de Kaiser, em que o número de componentes principais é obtido pelas componentes que possuem autovalor maior do que um. No caso regional, 17 fatores compuseram o rol de características contidas nas respostas dos entrevistados e que se fizeram relevantes para explicar 60,9% da variabilidade. O software utilizado foi o STATISTICA v.11.



Segmentação Psicográfica

Tabela: Fatores Obtidos

	Regional
1	Vida no campo
2	Agronegócio como motor
3	Aversão ao interior
4	Atividade country
5	Favorável a transgênicos
6	Não reciclagem
7	Pesquisa
8	Avanço brasileiro
9	Preocupação com a Amazônia
10	Praticidade e cultura
11	Nacional
12	Proteção governamental
13	Importância da origem
14	Esporte
15	Desapego
16	Saudosismo
17	Alimentação



Segmentação Psicográfica

- Na esfera regional, para citar as três características mais relevantes, aparece: **a vida no campo** (gosto da vida no campo; adoro cavalos; gosto mesmo é de pescar; adoro programas de TV relacionados a campo e pesca; gosto de jeep, barro e trilhas). Em seguida, vem a **preocupação do Agronegócio como motor da economia** (o que era de se esperar para o interior paulista) que relacionou questões como: acreditar que no Brasil o Agronegócio é o motor da economia, estar preocupado com o lançamento de produtos e esperar mais incentivos do Governo ao Agronegócio.
- Ainda no interior paulista, surgiu a ideia de **aversão ao interior**, no sentido de ser uma região sem praias e que acaba por confinar o paulista. Questões como gosto de praia, adoro entrar no mar e não gosto de viajar para o interior, prefiro litoral e montanha, o que não entra em contradição com o primeiro fator que foi chamado como “adoro a vida no campo”, pois a vida a que esse fator se refere, está relacionada ao lazer que a vida no campo proporciona, que se alinha a desfrutar o litoral.

A segmentação regional foi realizada com base nos 296 registros coletados no interior paulista, considerando as 17 características obtidas via análise fatorial.



Segmentação Psicográfica

Segmentação

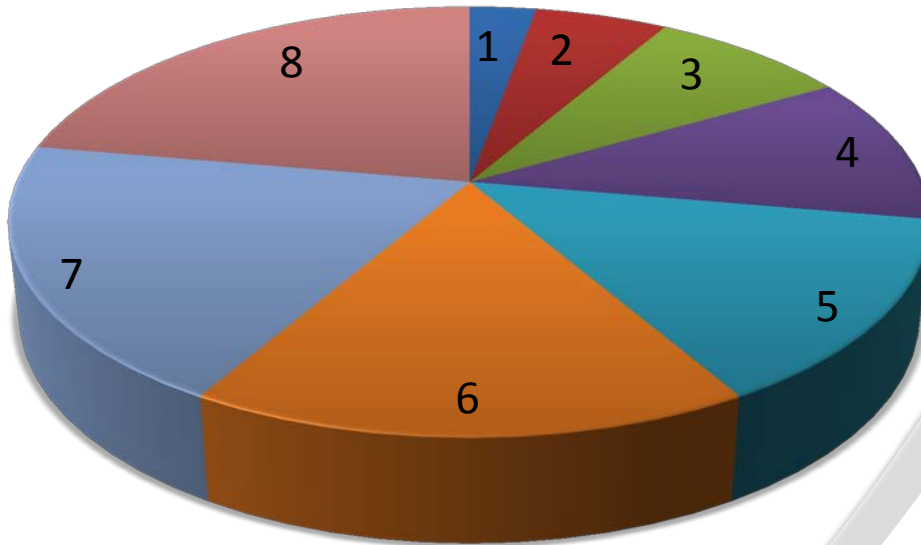


Tabela: Representação dos Grupos

Grupo	Cases	%
1	37	13%
2	46	16%
3	44	15%
4	32	11%
5	44	15%
6	46	16%
7	28	9%
8	19	6%
Base	296	

A análise das respostas dos 296 respondentes gerou oito segmentos, segundo as características observadas na análise fatorial.





ESPM

GRUPOS DE
PERFIS
PSICOGRÁFICOS

IPESO
Instituto de Pesquisa

1. Saudosistas



Como um grupo de saudosistas, as pessoas que o compõem são apegadas ao passado e acreditam que a vida antigamente era melhor do que é hoje; como desapegados aos produtos contemporâneos, os membros desse grupo são os menos dependentes dos aparelhos eletroeletrônicos; não se preocupam com a proteção governamental e não acreditam que o governo proteja demais os produtores rurais; gostam da vida no campo e de elementos ligados ao interior, adoram cavalos, gostam de Jeep, barro, trilhas e de pescar; são informados e afirmam ler jornal pelo menos uma vez por semana; valorizam a família e preferem passar grande parte de seu tempo com os familiares.

Representando 13% da amostra o grupo é composto principalmente por homens, com idade de 25 a 49 anos; esse é o segundo maior grupo entre as pessoas com ensino superior e o maior entre os solteiros; residentes na cidade de Ribeirão Preto, é o segundo maior grupo da cidade.



2. Egoacademy

Preocupados com a saúde, as pessoas pertencentes a esse grupo praticam esportes com regularidade e se preocupam com a alimentação; otimistas com o Brasil acreditam que o país está cada vez melhor e esperam um futuro promissor para a economia; mais urbanos e contemporâneos, apresentam pouco interesse pela vida no campo e pelos elementos relacionados ao meio rural.

Formado principalmente por mulheres, esse grupo representa 16% da amostra e apresenta a segunda maior prevalência de pessoas do sexo feminino; possui público equilibrado entre solteiros e casados; 25 a 49 anos; residentes na cidade de Araraquara, correspondendo ao maior grupo da cidade.



3. Agrofriends



Preocupados com alimentação, os indivíduos desse grupo preferem alimentos frescos e consideram importante conhecer a origem dos produtos alimentícios que consomem; com uma visão otimista sobre o Brasil e o Agronegócio, consideram o agro o motor da economia e acreditam que o Brasil é o Celeiro do Mundo.

Representando 15% da amostra, é o grupo com maior prevalência de mulheres; o segundo maior grupo entre casados e viúvos; composto principalmente por pessoas de 25 a 49 anos; com nível de escolaridade médio; pertencentes à classe C; residentes nas cidades de Ribeirão Preto e Franca.



4. Desapegados

Classificados como “desligados”, as pessoas desse grupo são as que atribuem menor importância aos bens materiais; pouco preocupados com a alimentação, não consomem alimentos orgânicos e não consideram importante conhecer a origem dos alimentos; distantes dos assuntos ligados ao campo, discordam da afirmação de que o Brasil é o celeiro do mundo.

Composto principalmente por mulheres, o grupo representa 11% da amostra; constituído por pessoas com idade entre 16 e 24 anos, esse é o maior grupo entre os mais jovens; os “Desapegados” residem principalmente nas cidades de Ribeirão Preto e Franca.



5. Off Roads



As pessoas pertencentes ao grupo “Off Roads” são aquelas que gostam de elementos ligados ao campo, frequentam rodeios e festas de música country, adoram programas de tv sobre o campo e a pesca, mas ao mesmo tempo não possuem intimidade com o Agronegócio.

Representando 15% da amostra, esse é o grupo mais comum entre as pessoas mais velhas, com idade acima de 50 anos; composto principalmente por pessoas de ambos os sexos; com idade entre 25 e 49 anos; residentes na cidade de São Carlos, onde é o maior grupo apresentado.



6. Desconectados

Como indivíduos não sustentáveis, não separam o lixo para a reciclagem; preocupados com a alimentação, são contra alimentos transgênicos; possuem uma imagem positiva do ambiente rural e do Agronegócio, não acreditando que o campo seja atrasado em relação à cidade e defendendo o desmatamento zero.

Com representatividade de 16% na amostra, o grupo é constituído por homens e mulheres em porcentagens equilibradas; apresenta o menor número de indivíduos com ensino superior; residentes na cidade de Ribeirão Preto é o maior grupo da cidade; é também o maior grupo entre os indivíduos casados.



7. Urbanóides



Grupo de indivíduos que acreditam totalmente que a pesquisa científica é importante para o crescimento do Agronegócio; não gostam da vida no campo e apresentam aversão aos elementos do meio rural, acreditando que o campo é atrasado em relação à cidade; preocupados com a alimentação e o meio ambiente, consideram importante conhecer a origem dos alimentos e afirmam separar o lixo para a reciclagem; são apegados às coisas materiais e não sabem viver sem o conforto dos eletroeletrônicos.

Sendo o segundo menor grupo e correspondendo a 9% da amostra, esse grupo é formado em sua maioria por pessoas com idade entre 25 e 49 anos; com 2º grau; sendo grande parte da classe C; residentes principalmente na cidade de Franca, esse é o maior grupo do município.



8. Céticos

Favoráveis aos alimentos transgênicos; acreditam totalmente que a pesquisa científica é importante fomento do Agronegócio; pouco ligados ao campo, não gostam de música sertaneja ou de festas de música country e rodeios; gostam de praia e adoram o mar; não são otimistas quanto ao avanço brasileiro e sua evolução na economia e discordam da afirmação de que a cultura brasileira é a mais rica do mundo em termos de conteúdo.

Sendo o menor grupo entre os analisados, corresponde a 6% da amostra e é composto majoritariamente pelo público masculino; possui público com maior distribuição entre as faixas etárias, com maior prevalência de pessoas com idade entre 25 e 49 anos; residem principalmente na cidade de Araraquara.





ESPM

ANÁLISE DE
RESULTADOS
QUANTO AOS PERFIS
PSICOGRÁFICOS

IPESO
Instituto de Pesquisa

O que é Agronegócio

- Os grupos “Desapegados” e “Desconectados” são os que apresentam as maiores participações de pessoas que afirmam nunca ter ouvido falar sobre Agronegócio.
- Com maior destaque em desinformação, os “Desapegados” demonstraram na análise psicográfica pouca intimidade com o campo e com o Agronegócio, sendo sua abstenção na definição do termo um fato esperado.
- Além do menor índice de conhecimento, os “Desapegados” representam o único grupo onde a Agricultura não é o principal destaque para a definição do Agronegócio, acentuando-se principalmente o setor de Comércio, Produção e Indústria.



Quais setores da economia fazem parte do Agronegócio



- Os “Saudosistas”, “Agrofriends” e “Céticos” são os grupos que apresentaram percentuais nulos de desconhecimento sobre os setores que compõem o Agronegócio.
- “Agricultura e pecuária” e “Trator, adubo, inseticida e herbicida” são as respostas mais comuns aos grupos.
- Nessa questão, o maior percentual de desconhecimento é do grupo “EGOACADEMY”.



Importância do Agronegócio para a Economia da Cidade

- Os “Agrofriends” atribuem 100% de máxima importância ao Agronegócio para a economia da cidade.
- Residente principalmente nas cidades de Ribeirão Preto e Franca e sendo um grupo com considerável representatividade em ambas as cidades, podemos considerar que a avaliação positiva desse grupo foi um fator altamente influenciador para que essas cidades tenham sido consideradas com as maiores avaliações no levantamento geral.



Importância do Agronegócio para a Economia do Estado



- Já na avaliação de importância do Agronegócio por Estado, os “Urbanóides” representam o grupo com maior nível de importância atribuída, sendo que 100% dos respondentes pertencentes a esse grupo avaliaram o Agronegócio como “Muito Importante” em São Paulo.
- Como visto na análise psicográfica, os “Urbanóides” residem principalmente na cidade de Franca, sendo o maior grupo do município.



Importância do Agronegócio para a Economia do Brasil

- Com destaque novamente para os “Urbanóides” e evidenciando-se também os “Saudosistas”, a importância do Agronegócio para a Economia Nacional recebeu o nível máximo de avaliação por 100% dos indivíduos desses grupos.



Nível de Interesse pelo Agronegócio



- Como já era esperado, os “Agrofriends” apresentam o maior número de indivíduos com grande interesse pelo complexo agro industrial.
- Com um nível de interesse próximo ao dos “Agrofriends”, os “Saudosistas” também apresentaram proximidade com o Agronegócio, como já havia sido demonstrado nas análises de perfil.



Profissões relacionadas ao Agronegócio

- A engenharia agrônômica, assim como no estudo nacional, foi a profissão mais frequente entre os respondentes.
- Os destaques nessa avaliação foram os grupos “Saudosistas” e “Céticos”, onde 100% dos respondentes expressaram sua opinião.
- Os “Desconectados”, como um grupo com pouca proximidade com o Agronegócio, apresentou o maior índice de desconhecimento.



Moraram ou morariam em uma propriedade rural



- Os “Urbanóides” e os “Off Roads” embora tenham apresentado intimidade com os assuntos referentes ao campo, demonstram não abrir mão da vida urbana, sendo os dois grupos com maior percentual de respondentes que afirmam nunca ter morado no campo e não ter vontade de morar.
- Os “Saudosistas” são os mais favoráveis à vida rural, já tendo demonstrado preferência por uma vida mais tranquila e pelo contato com a natureza e os animais.



Vantagens de morar no campo

- Como um grupo de pessoas que gostam dos elementos do campo somente como lazer, não demonstrando grande ligação com a vida rural, o “Off Roads” é o grupo que apresenta o maior índice de indivíduos que não sabem expressar quais as vantagens da vida no campo.
- Assim como na análise nacional, a tranquilidade, sossego, calma e paz são as características mais valorizadas pelos grupos, com excessão dos “Céticos” que demonstram maior apego aos alimentos saudáveis, frescos e ao cultivo próprio.



Desvantagens de morar no campo



- O grupo “Urbanóides” confirmam sua aversão à vida no campo, sendo o grupo que mais destacou as desvantagens do ambiente rural, ressaltando principalmente: isolamento, distância e falta de comércio, shoppings, bancos e lazer.
- Assim como no levantamento de vantagens, o grupo “Off Roads” não soube relacionar as desvantagens do campo, sendo um grupo com “falsa proximidade” ao ambiente rural.



Produtos do meio rural presentes no cotidiano

- O grupo “Céticos” são os que apresentam o menor percentual de pessoas com produtos do meio rural inseridos em seu dia a dia. Isso se justifica pelo fato do grupo ter apresentado maior preferência pelo litoral, e embora seja informado quanto aos assuntos referentes ao Agronegócio, não possuem intimidade com o campo.
- Como um grupo que embora não goste da vida no campo, tem grande proximidade com os elementos culturais do ambiente rural, os “Off Roads” têm destaque pela maior preferência às músicas, como sertanejo e música de viola.



Estado em que o Agronegócio está mais desenvolvido

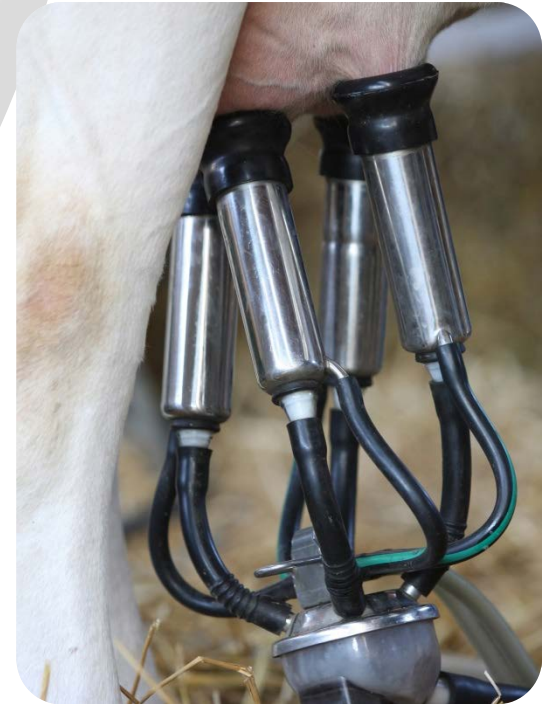
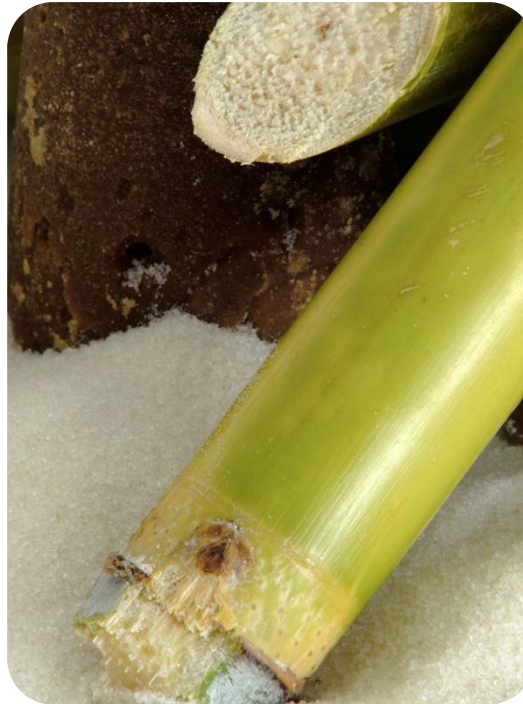


- Como uma região do interior paulista, a avaliação do Estado onde o Agronegócio está mais desenvolvido permanece a mesma da avaliação geral, sendo que todos os grupos destacam São Paulo com vantagem dentre os outros Estados citados.



País em que o Agronegócio está mais desenvolvido

- O grupo “Off Roads” é o que demonstra maior nacionalismo na avaliação de desenvolvido do Agronegócio. Tendo ressaltado apenas Brasil e Estados Unidos, esse grupo é o segundo em percentual de indivíduos que expressaram sua opinião sobre o assunto.



Setores da Economia que consideram mais avançados

Grupos	Setor da Economia considerado mais avançado
Saudosistas	Agronegócio
EGOACADEMY	Mineração e Petróleo
Agrofriends	Mineração e Petróleo
Desapegados	Construção
Off Roads	Automobilístico
Desconectados	Agronegócio
Urbanóides	Automobilístico
Céticos	Mineração e Petróleo





ESPM

OS ASPECTOS
PERCEBIDOS PELA
POPULAÇÃO URBANA
DA REGIÃO DE
RIBEIRÃO PRETO SOBRE
O AGRONEGÓCIO
BRASILEIRO

1. Conhecimento sobre o Agronegócio

82,8% dos respondentes da região de Ribeirão Preto já ouviram falar sobre o que é Agronegócio, sendo que 75,4% sabem associá-lo a alguma atividade.

O grande percentual de pessoas que têm o reconhecimento espontâneo sobre o Agronegócio, associando-o a cadeias de valor, demonstram a maior intimidade dos respondentes com os assuntos referentes ao complexo agro industrial, o que irá se confirmar na associação de setores da economia com o Agronegócio.



96,3% dos respondentes da região sabem correlacionar setores da economia com o Agronegócio, confirmando a maior facilidade de compreensão do público urbano dessa região para com esse conceito ainda novo no Brasil.

Esse conhecimento da região é consideravelmente maior do que o observado na pesquisa realizada nacionalmente, onde 59,6% afirmaram já ter ouvido falar sobre Agronegócio.



2. Associações a cadeias de valor de “antes” e “depois” da porteira

Com uma maior compreensão geral sobre o termo e sobre o que ele representa, o público urbano da região de Ribeirão Preto apresenta também maior facilidade em associar o Agronegócio a atividades que estão fora do campo.

Como a atividade mais associada para descrever o que representa o Agronegócio, a agricultura é mencionada por 32,8% dos respondentes, representando uma atividade de “antes e dentro da porteira”.

Porém, atividades como Comércio, Produção e Indústria também têm participação na descrição do Agronegócio, sendo mencionadas por 17,9% dos respondentes, e representando atividades consideradas como “depois da porteira”.

As associações mais diversificadas na região demonstram a maior intimidade dos respondentes em comparação com a análise nacional, onde as respostas concentraram-se principalmente nas atividades de “antes da porteira”, ligadas diretamente ao campo.



3. A importância do Agronegócio para a Economia de Araraquara

Questionados sobre qual a importância do Agronegócio para a economia da sua cidade, os respondentes de Araraquara foram os que mais se destacaram.

96,5% dos respondentes da cidade avaliam o Agronegócio como “Muito Importante” para a economia municipal. Os demais 3,5% não souberam responder, sendo assim, podemos considerar que 100% dos respondentes de Araraquara que souberam avaliar a importância do Agronegócio para a economia da cidade, apresentaram o nível máximo de reconhecimento.



4. A importância do Agronegócio para a Economia do País

Com um percentual ainda maior de importância, o Agronegócio para a economia nacional supera as avaliações estaduais e municipais.

93,6% do público urbano avaliado atribuiu o nível máximo de importância do Agronegócio para o Brasil, superando o índice de 92,6% de importância atribuída ao Agronegócio para a economia paulista. Esse percentual de reconhecimento do Agronegócio para a economia nacional é 12,3% maior do que o apresentado na pesquisa realizada nas 12 principais capitais do Brasil.

Além de sua importância reconhecida, o Brasil é considerado um grande exportador, sendo que 98,3% dos respondentes souberam apontar pelo menos um produto em que o Brasil seja destaque em exportações. Dentre os produtos relacionados estão:

- Café: 66,9%
- Açúcar: 65,2%
- Soja: 60,1%

5. Profissões relacionadas ao Agronegócio e Importância do Agricultor

Os engenheiros agrônomos representam a profissão mais relacionada ao Agronegócio, sendo citada por 85,8% dos respondentes. O destaque para os agrônomos foi observado também na análise nacional, demonstrando a força da profissão em ambos os Universos. Outras profissões também se destacam, sendo elas:

- Médico Veterinário: 41,9%
- Engenheiro Ambiental: 38,5%
- Peão: 26%
- Administrador: 25,7%
- Economista: 24,3%
- Nutricionista: 24%
- Químico: 20,3%

Na avaliação de importância de algumas profissões para a vida do público urbano, o Agricultor foi considerado como “Muito Importante” por 84,1% dos respondentes, sendo a quarta profissão melhor avaliada, ficando atrás de:

- Bombeiro: 94,6%
- Professor: 94,6%
- Médico: 94,3%



6. Cultura e Costumes do meio rural presentes no cotidiano da população urbana

Dentre os produtos de Cultura e Costumes do meio rural analisados, 93,6% dos moradores da zona urbana das cidades da região de Ribeirão Preto têm ao menos um em seu cotidiano.

O maior destaque é para **Culinária, Música, Sotaque e Vocabulário**.

A cidade de São Carlos, embora seja a que apresenta o maior desinteresse pela vida no campo é a que mais possui produtos ligados ao meio rural inseridos no cotidiano de sua população urbana. 97,7% dos respondentes da cidade consomem ao menos um produto do meio rural.

Já a cidade com a menor presença desses produtos de Cultura e Costumes é Franca, inseridos no cotidiano de 85,1% dos respondentes.

A análise nacional apresentou 82% dos respondentes com algum produto do meio rural em seu cotidiano, com destaque também para culinária e música.



7. Estado em que o Agronegócio está mais desenvolvido



São Paulo é considerado o Estado em que o Agronegócio está mais desenvolvido, sendo citado por 46,6% dos respondentes.

Esse destaque para São Paulo demonstra o reconhecimento que o público urbano da região de Ribeirão Preto têm para com o próprio Estado, já tendo apontado o Agronegócio como muito importante para a economia estadual com 92,6%.



Assim como na pesquisa regional, a análise das 12 principais capitais brasileiras tem São Paulo como destaque para o levantamento sobre qual Estado tem o Agronegócio mais desenvolvido. Porém, São Paulo não é unanimidade na pesquisa nacional, tendo sido citado apenas 0,2% a mais do que o Estado de Goiás, dividindo as opiniões do urbano médio nacional.

8. País em que o Agronegócio está mais desenvolvido

O Brasil é considerado o país em que o Agronegócio está mais desenvolvido, sendo reconhecido por 48% dos respondentes.

Com uma margem percentual consideravelmente inferior, sendo o segundo em número de menções, os Estados Unidos foram apontados por 17,9%.

Com a mesma opinião, ao menos no que diz respeito aos dois principais países em que o Agronegócio está mais desenvolvido, a pesquisa nacional também aponta Brasil e Estados Unidos com destaque, sendo primeiro e segundo respectivamente, apresentando superioridade percentual evidente para o Brasil.



9. Setores da Economia mais avançados



O setor de Mineração e Petróleo é sempre muito bem avaliado pela população urbana, sendo também considerado como o setor da economia mais avançado no Brasil, mencionado por 63,2% dos respondentes.



Porém, o Agronegócio não fica atrás na avaliação, sendo reconhecido por 53% da população, e demonstrando que embora os respondentes apresentem pouco interesse para com os assuntos referentes ao setor, sabem reconhecer sua importância e o seu avanço.

Na pesquisa de âmbito nacional o setor de Mineração e Petróleo também é o mais mencionado. A principal diferença entre o levantamento nacional e regional está no menor reconhecimento do Agronegócio entre o público urbano das 12 principais capitais brasileiras, sendo que nessa análise, o complexo agro industrial é citado por apenas 25,3% dos respondentes, sendo o quinto no percentual de menções.



10. Interesse pelo Agronegócio

76% dos respondentes têm algum interesse pelo Agronegócio.

Na pesquisa nacional esse percentual de interesse é de 55,7% dos respondentes com algum interesse.



51



11. Jovens Desinteressados

O desinteresse dos jovens com idade entre 16 e 24 anos é ainda mais notável. Embora seja um grupo informado, 71,6% dos jovens urbanos afirmam ter pequeno ou nenhum interesse pelo Agronegócio.

Esse elevado percentual de desinteresse demonstra que embora reconheça sua importância e influência, o público urbano não vê o Agronegócio como uma presença direta em sua vida, sendo necessário uma maior aproximação desse público ao complexo agro industrial, demonstrando o quanto ele é atuante, mesmo para quem está longe do campo.

O desinteresse dos jovens na região de Ribeirão Preto é tão grande quanto o apresentado no estudo nacional, demonstrando que o distanciamento do complexo agro industrial com esse público é um problema que atinge todo o território nacional, não estando restrito à região.



12. Desinteresse pela vida em uma propriedade rural



44,9% da população urbana da região de Ribeirão Preto nunca morou em uma propriedade rural e afirma não ter vontade de morar. Esse elevado número, somado ao percentual de respondentes que já moraram no campo, mas não voltariam a fazê-lo (11,8%), demonstram a aversão dos respondentes quanto à vida no campo.

Comparativamente, o percentual de pessoas na região de Ribeirão Preto que, tendo morado ou não em uma propriedade rural, não apresentam interesse pela vida no campo, é similar ao registrado na análise nacional, demonstrando que a população urbana brasileira em geral, tendo maior ou menor afinidade com os assuntos do campo, não vê a vida em uma propriedade rural como uma opção.



13. Reconhecimento das vantagens do campo, mas preferência pela cidade

83,1% dos respondentes sabem determinar ao menos uma vantagem da vida no campo, demonstrando que sua contrariedade quanto a morar em uma propriedade rural está muito mais na relutância de deixar a cidade, do que na aversão do que o campo representa.

Como principais desvantagens, os respondentes citaram a distância, isolamento, falta de infraestrutura, comércio e opções de lazer, demonstrando que há o reconhecimento da vida saudável e tranquila que o campo representa, mas o conforto da cidade tem maior peso na decisão. Esse resultado é o mesmo apresentado na análise das 12 principais capitais brasileiras, havendo portanto um consenso nacional quanto às restrições que o campo apresenta.

Podemos assumir através dessas afirmações, que o urbano médio residente tanto na região de Ribeirão Preto, quanto nas 12 principais capitais brasileiras, tem um certo “querer o campo na cidade”, buscando a alimentação saudável, o ar puro e a tranquilidade do campo, que representam uma maior qualidade de vida, sem ter que abdicar do conforto que a cidade representa através de seus recursos.



14. Agronegócio como Orgulho Nacional



Outro levantamento que comprova o reconhecimento do Agronegócio pelo público urbano da região de Ribeirão Preto é a associação do complexo agro industrial como um Orgulho Nacional, sendo posicionado juntamente com o setor de Mineração e Petróleo.

Já na pesquisa nacional, somente o setor de Mineração e Petróleo é considerado um Orgulho Nacional. Para esse Universo, o Agronegócio se assemelha ao setor de Construção, sendo ligado à geração de empregos, desmatamento e gasto de água.





ESPM

IPESO
Instituto de Pesquisa