



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CENTRO MULTIDISCIPLINAR DE PAU DOS FERROS
BACHARELADO EM ENGENHARIA AMBIENTAL E SANITÁRIA

FRANCIMAGNE RIBEIRO DA SILVA

**DIAGNÓSTICO DO CONSUMO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS NO MUNICÍPIO DE
PAU DOS FERROS-RN**

PAU DOS FERROS/RN
MARÇO, 2019

FRANCIMAGNE RIBEIRO DA SILVA

**DIAGNÓSTICO DO CONSUMO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS NO MUNICÍPIO DE
PAU DOS FERROS-RN**

Trabalho de Conclusão de curso
apresentado à Universidade Federal Rural
do Semi-Árido, Centro Multidisciplinar de
Pau do Ferros para obtenção do título de
Bacharel em Engenharia Ambiental e
Sanitária.

Orientadora: Prof^a. Dra. Janaína Cortez de
Oliveira.

PAU DOS FERROS/RN
MARÇO, 2019

© Todos os direitos estão reservados a Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do (a) autor (a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. O conteúdo desta obra tomar-se-á de domínio público após a data de defesa e homologação da sua respectiva ata. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu (a) respectivo (a) autor (a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

S586d Silva, Francimagne Ribeiro da.
Diagnóstico do consumo de alimentos orgânicos no município de Pau dos Ferros-RN / Francimagne Ribeiro da Silva. - 2019.
70 f. : il.

Orientadora: Janaína Cortêz de Oliveira.
Monografia (graduação) - Universidade Federal Rural do Semi-árido, Curso de Engenharia Ambiental e Sanitária, 2019.

1. Alimentos saudáveis. 2. Consumo. 3. Saúde.
I. Oliveira, Janaína Cortêz de , orient. II.
Título.

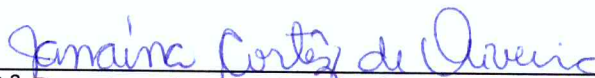
FRANCIMAGNE RIBEIRO DA SILVA

**DIAGNÓSTICO DO CONSUMO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS NO MUNICÍPIO DE
PAU DOS FERROS-RN**

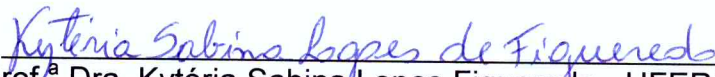
Trabalho de Conclusão de curso
apresentado à Universidade Federal Rural
do Semi-Árido como requisito para
obtenção do título de Bacharel em
Engenharia Ambiental e Sanitária.

Defendida e aprovada em: 22 /03 / 2019

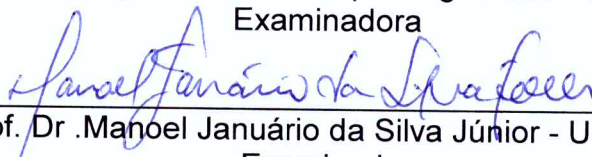
BANCA EXAMINADORA



Prof.^a Dra. Janaína Cortez de Oliveira - UFERSA
Orientadora e Presidente



Prof.^a Dra. Kytéria Sabina Lopes Figueiredo - UFERSA
Examinadora



Prof. Dr. Manoel Januário da Silva Júnior - UFERSA
Examinador

'In memorian' de Pedro Ribeiro de
Carvalho e Damião Lindalberto Ribeiro
Fernandes.

Dedico a DEUS, meus pais, irmãos e
amigos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a DEUS pela existência, por iluminar, guiar e proteger todos os meus dias e a minha família. Pela presença constante na minha vida, pelo seu imenso amor que é dividido entre todos nós e pelo carinho e paciência depositada em nós;

À minha família pela presença diária, principalmente aos meus pais, Maria Ribeiro de Carvalho Silva e Francisco de Marilac Silva, pois é através deles que cheguei até aqui, pela luta dos dois. Aos meus irmãos, Mara, Meire, Mires, Edna Aristides, que contribuíram nessa caminhada;

Aos meus colegas da faculdade, que tornaram os momentos mais fáceis e divertidos;

À minha Orientadora professora Janaína Cortêz de Oliveira, por aceitar continuar a concluir esse caminho, pela paciência e dedicação para a conclusão deste trabalho;

À Banca Examinadora pela disponibilidade para avaliar este trabalho e pelas contribuições para melhorá-lo;

As minhas Amigas Aline e Katielle, pela disponibilidade e ajuda a mim concedida;

À todos que direta ou indiretamente contribuíram para que este trabalho fosse realizado.

A saúde não está na forma física, mas na
forma de se alimentar.

Fábio Ibrahimel Khoury.

RESUMO

O uso de substâncias químicas tem predominado nos sistemas de produção agrícolas. E o Brasil apresenta a maior quantidade de agrotóxicos utilizados em solo do mundo. Em vista disso, parte da população tem demandado constantemente por alimentos mais saudáveis, em busca de uma melhor qualidade de vida. Em 2014, foi registrada no Sistema de Informações de Agravos de Notificação/SINAN a maior incidência de notificação de intoxicações por agrotóxicos no Brasil e entre 2007 e 2015, foram notificados 84.206 casos. Uma alternativa para esses problemas, seria a adoção dos Sistemas de Produção Orgânica. Diante disso, realizou-se um diagnóstico de consumo de alimentos orgânicos no município de Pau dos Ferros/RN, seguido do perfil dos consumidores e os fatores que mais influenciam nas compras. Os estudos deram-se por meio de visitas “in loco”, através da aplicação de questionários aos consumidores, supermercados, zonas rurais, na feira livre da cidade, entrevista semiestruturada, e ainda, registros fotográficos. Então, a partir dos dados obtidos pode-se constatar que a população entrevistada possui pouco ou nenhum conhecimento sobre os alimentos orgânicos, sua produção e seus benefícios à saúde e ao meio ambiente. Há o consumo desses alimentos apenas por uma parte da população, ao quais não sabem os verdadeiros motivos por serem orgânicos. A pesquisa demonstrou que a falta de informação e a falta de oferta por esses produtos são as principais causas do consumo de orgânicos ser reduzido em Pau dos Ferros. Então, como há pouca oferta, há pouca demanda. Talvez se houvesse mais propaganda ou anúncios sobre esses alimentos, a demanda em Pau dos Ferros aumentaria.

Palavras-chave: Alimentos saudáveis. Consumo. Saúde.

ABSTRACT

The use of chemical substances has predominated in agricultural production systems. And Brazil has the highest amount of pesticides used in the world. In view of this, part of the population has constantly demanded for healthier foods, in search of a better quality of life. In 2014, the highest incidence of notification of poisoning by pesticides in Brazil was recorded in the SINAN Notification Disease Information System, and between 2007 and 2015, 84,206 cases were reported. An alternative to these problems would be the adoption of Organic Production Systems. Therefore, a diagnosis of organic food consumption was carried out in the city of Pau dos Ferros / RN, followed by the profile of the consumers and the factors that most influence the purchases. The studies were conducted through "on-site" visits, through the application of questionnaires to consumers, supermarkets, rural areas, the city's free trade show, semi-structured interview, and photographic records. From the data obtained, it can be verified that the population interviewed has little or no knowledge about organic foods, their production and their health and environmental benefits. There is the consumption of these foods only by a part of the population, to which they do not know the real reasons for being organic. The research showed that the lack of information and the lack of supply for these products are the main causes of organic consumption being reduced in Pau dos Ferros. So as there is little supply, there is little demand. Maybe if there were more advertising or ads on these foods, demand in Pau dos Ferros would increase.

Keywords: Healthy food. Consumption. Cheers

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Localização do município de Pau dos Ferros/RN	29
Figura 2: Imagens do cultivo de pequeno agricultor	40
Figura 3: Fotos obtidas do mercado 2	43
Figura 4: Fotos obtidas no mercado 6	44

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Distribuição por faixa etária	32
Gráfico 2: Escolaridade dos feirantes.....	33
Gráfico 3: Perfil econômico	33
Gráfico 4: Tempo de trabalho na feira livre	34
Gráfico 5: Como classificaria um alimento orgânico	36
Gráfico 6: O que influencia os clientes no momento das compras?.....	37
Gráfico 7: Quais os fatores que influenciam os feirantes	37
Gráfico 8: Você acha que existe pouca ou nenhuma procura por produtos orgânicos?.....	38
Gráfico 9: Idade.....	45
Gráfico 10: Escolaridade	46
Gráfico 11: Renda.....	46
Gráfico 12: O que influencia na hora das compras?	47
Gráfico 13: Fatores que influenciam nas compras	48
Gráfico 14: Porque há pouca procura por esses alimentos	49
Gráfico 15: Idade	51
Gráfico 16: Escolaridade	51
Gráfico 17: Renda.....	52
Gráfico 18: Fatores que influenciam os consumidores no momento das compras ..	54
Gráfico 19: O quanto você se preocupa com a qualidade do que você consome....	55
Gráfico 20: Porque você acha que há pouca procura por esses alimentos?	55

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Certificadoras de produtos orgânicos	24
Quadro 2: Distribuição dos questionários.....	30
Quadro 3: Resumo dos resultados dos feirantes.....	39
Quadro 4: Entrevista ao agricultor	39
Quadro 5: Resumo dos resultados dos consumidores das zonas rurais.....	50
Quadro 6: Resumo dos resultados dos consumidores	56

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Art.	Artigo
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
Dra.	Doutora
Dr.	Doutor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
OAC	Organismo da Avaliação de Conformidade Orgânica
OCS	Organização de Controle Social
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
PARA	Programa de Análise de Resíduos de Agrotóxicos em Alimentos

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 OBJETIVOS.....	14
2.1 OBJETIVO GERAL	14
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
3 REVISÃO TEÓRICA	15
3.1 HISTÓRIA DOS PRODUTOS ORGÂNICOS.....	15
3.2 PRODUTOS ORGÂNICOS NO BRASIL	17
3.3 AGROTÓXICOS.....	18
3.3.1 Agrotóxicos na Saúde.....	20
3.4 PRODUTOS ORGÂNICOS	21
3.4.1 Legislação Brasileira dos Produtos Orgânicos	21
3.4.2 Certificação Oficial	23
3.5 FATORES QUE INFLUENCIAM OS CONSUMIDORES.....	26
4 METODOLOGIA	27
4.1 ÁREA DE ESTUDO.....	27
4.2 MATERIAIS E MÉTODOS.....	29
5 RESULTADOS E DISCUSSÕES	31
5.1 RESULTADOS DA ENTREVISTA AOS FEIRANTES DE PAU DOS FERROS ..	31
5.2 RESULTADOS DO AGRICULTOR	39
5.3 RESULTADOS DOS COMERCIANTES.....	41
5.4 RESULTADOS DAS ZONAS RURAIS	44
5.5 RESULTADOS DOS CONSUMIDORES.....	50
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
REFERÊNCIAS.....	57
APÊNDICES	62

1INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, observou-se um aumento no uso indiscriminado de agrotóxicos na produção de alimentos, para evitar os danos causados nas plantações pelos insetos e pragas, o que vem provocando preocupação nas pessoas, tendo em vista os efeitos causados ao meio ambiente e a saúde humana e animal (DEMELO *et al.* 2010), pois esses produtos podem conter em suas formulações substâncias químicas, tóxicas e cancerígenas. Diante disso, o número de pessoas que demandam por alimentos mais saudáveis apresenta-se em crescente expansão. Em 2014, foi registrada no Sistema de Informações de Agravos de Notificação (SINAN) a maior incidência de notificação de intoxicações por agrotóxicos no Brasil, em torno de 6,26 casos para cada 100 mil habitantes e entre 2007 e 2015, foram notificados 84.206 casos (BRASIL, 2018).

Os diversos tipos de agrotóxicos, incluem desde pesticidas, herbicidas, e fungicidas, entre outros, que são utilizados em diversos cultivos com o propósito de produzir mais e em menos tempo, tornando os cultivos mais resistentes à pragas e doenças. O uso indiscriminado de agrotóxicos pode ultrapassar suas finalidades, afetando diretamente o meio ambiente e comprometendo a saúde do homem e dos animais. Riscos podem atingir diretamente as pessoas que manejam esses produtos quanto àqueles que os consomem.

A introdução desses agentes químicos fez com que, no início do século XX, o engenheiro agrônomo Albert Howard propusesse o sistema orgânico, a partir de observações das práticas dos camponeses na Índia, que foi verificado que depois de vários experimentos que a eliminação das doenças e pragas se dava pela extinção do uso desses agentes químicos no solo e na criação de animais (GRAFF, 2015). Acompanhando essa percepção, observou-se um aumento dos adeptos aos produtos orgânicos, os quais possuem um processo produtivo com princípios agroecológicos, empregando-se de forma responsável os recursos naturais, essenciais no desenvolvimento das plantas, sem o uso de agrotóxicos, adubos químicos e demais substâncias tóxicas e/ou fertilizantes sintéticos (VARGAS, 2012).

Diante dessas circunstâncias, grande parte da produção mundial de alimentos tem esses insumos como a mola propulsora para atingir grandes quantidades de alimentos. No entanto, medidas que possam reduzir os problemas de saúde e os impactos negativos ao meio ambiente são almejadas por uma boa parcela da

população. Por essa razão, se faz necessário que os produtores de alimentos e/ou agricultores invistam em tecnologias sustentáveis, como a produção de orgânicos.

Nessa realidade, “os produtos orgânicos têm ganhado destaque, fazendo com que esse mercado se mantenha em ascensão no Brasil e no mundo, sendo o alimento orgânico, aquele produzido por meio de um sistema agrícola que procura manejar de forma equilibrada o solo e os demais recursos naturais, sem a presença de agrotóxicos ou qualquer outro adubo sintético, tornando esse produto mais saudável e confiável, com um selo que comprova sua qualidade” (GRAFF, 2015).

Nesse contexto, o consumidor alterou seu comportamento no momento da decisão das compras, que antes eram embasadas em nível de renda e preços, passando a envolver fatores extras como a qualidade dos produtos e aspectos relacionados ao meio ambiente (TEIXEIRA e GARCIA 2013). Os agrotóxicos se tornaram um grande problema para a saúde do homem, com a exposição diária aos produtos químicos como também ao serem ingeridos, através dos alimentos, podem acumular-se nos organismos dos seres vivos. Enquanto isso, os produtos orgânicos surgiram como alternativa mais viável, sustentável. Sendo Pau dos Ferros/RN, um município considerado polo, será que sua população sabe da relevância do consumo de produtos desta qualidade? Neste sentido, será abordado neste trabalho uma análise da situação do município de Pau dos Ferros-RN, quanto à busca por alimentos orgânicos e que fatores impulsionam esses consumidores para adquiri-los.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Realizar levantamento sobre o consumo de alimentos orgânicos, além do conhecimento e oferta sobre estes, no município de Pau dos Ferros-RN.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar a oferta de alimentos orgânicos à venda em áreas rurais, feiras livres e supermercados no município;
- Buscar o perfil dos consumidores que adquirem produtos orgânicos;

- Identificar os fornecedores de produtos orgânicos ao município de Pau dos Ferros.

3 REVISÃO TEÓRICA

3.1 HISTÓRIA DOS PRODUTOS ORGÂNICOS

No início do século XX, Louis Pasteur (1822-1895), Winogradsky (1856-1953) e Beijerinck (1851-1931), dentre outros, contribuíram com fundamentos científicos que provaram a importância da matéria orgânica nos processos produtivos agrícolas (EHELRS, 1996). Em meados da década de 1970, o modelo da Revolução verde, através do uso de sementes melhoradas, de fertilizantes químicos e defensivos agrícolas, começa a ser questionado sob a ótica da sustentabilidade dos recursos naturais para as futuras gerações (TEIXEIRA e GARCIA, 2013).

Na década de 80, a população despertou interesse pelas questões ambientais conjuntamente com os pesquisadores aderindo ao movimento alternativo, e com isso importantes evoluções no campo da ciência e da tecnologia (DEMELO, *et al.*, 2010). Em seguida, deu-se a realização de eventos e conferências no mundo, sobre a preservação da natureza e dos recursos naturais, devido as atividades humanas que acentuam os riscos ambientais. Em contrapartida, os usos de processos alternativos sustentáveis minimizam os danos causados ao ambiente, então, a produção de orgânicos tornou-se muito promissora no mercado. Logo, diversas empresas adotaram o sistema de produção sustentável, o que vem acarretando o aumento de custos de produção, e consequentemente aumento desse custo ao consumidor (VARGAS, 2012).

Durante os anos 90, o mercado de orgânicos avançou tanto no mercado internacional quanto no Brasil, e os supermercados passaram a ser uma alternativa significativa para ganhar mais mercado, surgindo as lojas de produtos naturais, e também as feiras livres como um canal secundário (GUIVANT, 2003)

De acordo com Guivant (2003), o mercado mundial de orgânicos movimentou cerca de US\$ 23,5 bilhões de dólares por ano, e há uma probabilidade de progresso de aproximadamente 20% ao ano, e inserido nesse mercado incluem-se produtos frescos, processados, industrializados e até de higiene pessoal, produzidos com matérias primas adquiridos sob o sistema orgânico.

É importante salientar, que mesmo com diversos processos agrícolas, a agricultura ainda agride demasiadamente o meio ambiente, com isso, é preciso alternativas para minimizar esses impactos no meio, e uma dessas formas estratégicas é com o uso de sistemas orgânicos de produção agropecuário, que segundo a Lei Federal nº 10831 de 2003, art. 1, é definido como:

Todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente.

Os tipos de produtos que são fornecidos no sistema orgânico, de acordo com a Lei nº 10831, em seu Art. 2 diz que, “o sistema orgânico de produção agropecuário gera o produto orgânico, seja ele *in natura* ou processado, oriundos de processo extrativista sustentável e não prejudicial ao ecossistema local”. De acordo com Organicsnet (2010) o produto orgânico é todo produto, animal ou vegetal, obtido sem a utilização de produtos químicos ou de hormônios sintéticos que favoreçam o seu crescimento de forma não natural, sendo o solo a base do trabalho orgânico.

Na América Latina, em 2015, 460.000 produtores manejaram organicamente 67 milhões de hectares de terras agrícolas, constituindo 13% das terras orgânicas do mundo e quase 1% das terras agrícolas da região, os países líderes foram: a Argentina (3,1 milhões de hectares), Uruguai (1,3 milhão de hectares) e o Brasil (0,75 milhões de hectares, 2014) (WILLER e LERNOUD, 2017).

3.2 PRODUTOS ORGÂNICOS NO BRASIL

No Brasil, a partir da década de 1980, tornaram-se mais visíveis as consequências do padrão de agricultura introduzido com a Revolução Verde, e as formas de organização produtivas oriundas desse pensamento traz consigo uma série de manifestações sociais que passam a adquirir importância e legitimidade nos anos que se seguem (ALTIERI, 2004). Nessa época, iniciou o desenvolvimento da agricultura orgânica no Brasil, principalmente no sul e sudeste do país (TEIXEIRA e GARCIA, 2013). Aproximadamente 70% da produção brasileira de orgânicos, provém dos Estados do Paraná, São Paulo, Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Espírito Santo (MOMESSO, 2009). Em 2008, o Brasil assumiu o ranking mundial como consumidor de agrotóxicos e, em 2011, ultrapassou um milhão de toneladas, representando 86% do consumo na América Latina (NETTO, 2012).

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas-SEBRAE (2017), o sistema da agricultura orgânica estima o uso eficaz dos recursos naturais renováveis e não renováveis, conjuntamente à preservação a biodiversidade, a fauna e flora, a qualidade de vida do homem e ao desenvolvimento econômico. Assim, a agricultura orgânica surgiu como um modelo produtivo sustentável que melhor representa a necessidade atual.

No Portal do Governo do Brasil (2015), a quantidade de produtores orgânicos aumentou 51,7% em janeiro de 2015, quando comparado ao mesmo período de 2014, e o total de agricultores que aderiu ao modelo produtivo sustentável passou de 6.719 para 10.194. Conforme informações do Ministério da agricultura e Pecuária - MAPA (2015) existe no Brasil 10.694 mil produtores de alimentos orgânicos, esse número vem crescendo nos últimos anos. Uma pesquisa realizada em 2017, pelo Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável-ORGANIS, revelou que pelo menos 15% da população brasileira consumiu algum produto ou bebida orgânica, sendo a região Sul onde se encontra a maior incidência de consumo de produtos orgânicos, destacando a alface, como o alimento mais consumido, seguido do tomate, arroz, rúcula, banana, frutas e sucos, bem como a maçã, brócolis e legumes com participação importante na cesta dos consumidores. Os dados revelaram, que mesmo existindo uma diferença entre os valores obtidos, o mercado de orgânicos vem crescendo no Brasil.

Conforme a Secretaria de Estado de Planejamento e Orçamento do Distrito Federal – SEPLAG (2015), na região Nordeste, o estado do Piauí destacou-se ao registrar o maior número de produtores orgânicos (1.059) e destes, 935 possuem certificações. Ainda em Pernambuco, dos 698 produtores, 84,1% comercializam os alimentos por meio de controle social, ou seja, vendem diretamente ao consumidor, sem o selo brasileiro. Entretanto, observou-se que os bens produzidos organicamente cresceu substancialmente, e hoje, é possível comprar produtos orgânicos em categorias de alimentos (por exemplo, biscoitos, iogurtes) e não alimentares (por exemplo, produtos de higiene pessoal, suplementos nutricionais), embora haja definições diferentes, muitos concordam que produtos orgânicos se referem a produtos feitos sem o uso de fertilizantes convencionais, pesticidas, hormônios ou componentes geneticamente modificados (NGOBO, 2011).

No Brasil, a substituição do sistema convencional pelo alternativo anda a passos lentos, devido à falta de incentivo financeiro do governo, e ao restrito conhecimento e interesse dos consumidores por esses produtos, o que afeta diretamente à sua produção, diferente dos países desenvolvidos que estão cada vez mais aderindo a esse sistema (SOUZA, 2011). No entanto, o Brasil aos poucos, está construindo um mercado produtor e exportador de alimentos orgânicos, com mais de 15 mil propriedades certificadas ou em processo de transição, com 75% pertencentes a agricultores familiares, assim, o governo oferece linhas de financiamento especiais para incentivar a transição do sistema convencional para o sistema de produção orgânica (SEBRAE, 2017).

3.3 AGROTÓXICOS

Os agrotóxicos possuem legislações específicas. Entre elas, a Lei nº 7802 de 11 de julho de 1989, conhecida como lei dos agrotóxicos, dispõe sobre o controle, a inspeção e a fiscalização de agrotóxicos, seus componentes e afins, e dá outras providências e considera em Art. 2 que:

I - Agrotóxicos e afins são:

Produtos e os agentes de processos físicos, químicos ou biológicos, destinados ao uso nos setores de produção, no armazenamento e beneficiamento de produtos agrícolas, nas pastagens, na proteção de florestas, nativas ou implantadas, e de outros ecossistemas e também de ambientes urbanos,

hídricos e industriais, cuja finalidade seja alterar a composição da flora ou da fauna, a fim de preservá-las da ação danosa de seres vivos considerados nocivos;

Substâncias e produtos, empregados como desfolhantes, dessecantes, estimuladores e inibidores de crescimento;

II - Componentes: os princípios ativos, os produtos técnicos, suas matérias-primas, os ingredientes inertes e aditivos usados na fabricação de agrotóxicos e afins (Lei nº 7802, Art. 2.º de 11 de julho de 1989).

No Art. 3 da Lei nº 7802/1989, institui que só poderão ser produzidos, exportados, importados, comercializados e utilizados os agrotóxicos que foram registrados em órgão federal e de acordo com as exigências dos responsáveis legais. Sendo proibido o registro de agrotóxicos e afins que: no Brasil não disponha de medidas eficazes para impedir que esses causem impactos a saúde pública; os quais não haja tratamento; apresentem características carcinogênicas, mutagênicas ou teratogênicas; provoquem danos ou distúrbios hormonais segundo pesquisas recentes; demonstrem trazer mais riscos ao homem do que mostram os testes; e causem danos ao ambiente.

No entanto, o Brasil continua usando inúmeros tipos de agrotóxicos capazes de causar danos à saúde pública e ao meio ambiente. Infelizmente, muitos produtores rurais não abrem mão do uso desses produtos, e a maioria não busca outras opções, permanecendo no sistema convencional de produção agrícola e sendo vendidos nos mercados ou de outra forma.

No Brasil, para que esses produtos possam ser vendidos, os produtores são obrigados a exibir rótulos ou bulas próprios, de forma que os consumidores entendam todos os riscos ao adquirir o produto (Art. 7, lei nº 7802/ 1989). Do mesmo autor, no art. 12, é de competência do poder público a fiscalização da:

- I- Devolução e destinação adequada de embalagens vazias de agrotóxicos, seus componentes e afins, de produtos apreendidos pela ação fiscalizadora e daqueles impróprios para utilização ou em desuso;
- II- Do armazenamento, transporte, reciclagem, reutilização e inutilização de embalagens vazias e produtos referidos no inciso I.

Para adquirir um novo registro de agrotóxico no Brasil, é necessário que o mesmo não cause toxicidade acima daqueles já cadastrados (Art.3, § 5º, Lei nº

7802/1989). O Decreto nº 4.074, de 04 de janeiro de 2002, regulamenta a Lei anterior, e de acordo com seu Art. 6, compete ao Ministério da Saúde:

I - Avaliar e classificar toxicologicamente os agrotóxicos, seus componentes, e afins;

II - Avaliar os agrotóxicos e afins destinados ao uso em ambientes urbanos, industriais, domiciliares, públicos ou coletivos, ao tratamento de água e ao uso em campanhas de saúde pública, quanto à eficiência do produto;

III - Realizar avaliação toxicológica preliminar dos agrotóxicos, produtos técnicos, pré-misturas e afins, destinados à pesquisa e à experimentação;

IV - Estabelecer intervalo de reentrada em ambiente tratado com agrotóxicos e afins;

V - Conceder o registro, inclusive o Registro Especial Temporário-RET, de agrotóxicos, produtos técnicos, pré-misturas e afins destinados ao uso em ambientes urbanos, industriais, domiciliares, públicos ou coletivos, ao tratamento de água e ao uso em campanhas de saúde pública atendidas as diretrizes e exigências dos Ministérios da Agricultura e do Meio Ambiente; e

VI - Monitorar os resíduos de agrotóxicos e afins em produtos de origem animal.

Mesmo com as legislações existentes, ainda há o uso desses químicos de maneira ilegal, devido à falta de fiscalização e de sensibilização por parte dos produtores.

3.3.1 Agrotóxicos na Saúde

Nos últimos anos, o uso de agrotóxicos no Brasil aumentou consideravelmente sendo considerado o maior mercado de agrotóxicos do mundo e, em 2010, o mercado nacional movimentou cerca de US\$ 7,3 bilhões e representou 19% do mercado global de agrotóxicos em 2012. Nos últimos 10 anos o mercado mundial de agrotóxicos cresceu 93%, o brasileiro cresceu 190% (ABRASCO, 2015). Segundo Demelo *et al.* (2010), com o uso indiscriminado de agrotóxicos na produção de alimentos, surgiram as preocupações voltadas aos malefícios causados às pessoas e ao meio ambiente, surgindo a procura por alimentos saudáveis.

Na realidade, talvez uma parcela da população não entenda o quanto agressivo são os agrotóxicos, geralmente por desconhecer sua composição ou mesmo por falta de interesse em procurar saber sobre o produto que consome. Porém, é percebido que algumas pessoas se preocupam com a saúde e resolvem alterar seu modo de vida.

O uso desses produtos pode causar extensos impactos na saúde pública, atingindo diferentes territórios, trabalhadores no entorno das fábricas e fazendas, além do próprio consumidor, e mesmo sabendo dos impactos o uso ainda permanece, pois, a prioridade é a produção que cada vez mais está dependente dos agrotóxicos e fertilizantes químicos (ABRASCO, 2015).

De acordo com Netto (2012), os agrotóxicos podem ser persistentes, móveis e tóxicos no solo, na água e no ar e tendem a se acumular no solo e na biota, e seus resíduos podem chegar às águas de superfície por escoamento, e às subterrâneas por lixiviação. A exposição humana e ambiental a esses produtos cresce em importância pelo aumento do volume de vendas (consumo) e o uso intensivo dos agrotóxicos está associado a agravos à saúde da população, tanto dos consumidores quanto dos trabalhadores que lidam diretamente com os produtos, à contaminação de alimentos e à degradação do meio ambiente (NETTO, 2012).

Para o autor, as alterações subclínicas, intoxicação aguda ou crônica e manifestações de diversas formas nos aparelhos e sistemas nervoso e respiratório, efeitos genéticos e câncer, podem ser decorrentes da exposição aos agrotóxicos.

3.4 PRODUTOS ORGÂNICOS

3.4.1 Legislação Brasileira dos Produtos Orgânicos

A comercialização dos produtos orgânicos no Brasil foi aprovada pela Lei nº 10831 de 23 de dezembro de 2003, no entanto sua regulamentação ocorreu em 2007 com o Decreto nº 6323 de 2007 (MAPA, 2016).

A Lei nº 10831/2003, trata da agricultura orgânica e outras providências e seu parágrafo 1 institui que a finalidade de um sistema de produção orgânico é:

A oferta de produtos saudáveis isentos de contaminantes intencionais; a preservação da diversidade biológica dos ecossistemas naturais e a recomposição ou incremento da diversidade biológica dos

ecossistemas modificados em que se insere o sistema de produção; incrementar a atividade biológica do solo; promover um uso saudável do solo, da água e do ar; e reduzir ao mínimo todas as formas de contaminação desses elementos que possam resultar das práticas agrícolas; manter ou incrementar a fertilidade do solo a longo prazo; a reciclagem de resíduos de origem orgânica, reduzindo ao mínimo o emprego de recursos não-renováveis; basear-se em recursos renováveis, e em sistemas agrícolas organizados localmente; incentivar a integração entre os diferentes segmentos da cadeia produtiva e de consumo de produtos orgânicos e a regionalização da produção e comércio desses produtos; manipular os produtos agrícolas com base no uso de métodos de elaboração cuidadosos, com o propósito de manter a integridade orgânica e as qualidades vitais do produto em todas as etapas.

Com o aumento da tendência da produção de orgânicos é preciso um controle sobre esses produtos em maiores escalas. Sobre isso, a Instrução Normativa nº 46 de outubro de 2011 do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), art.1, determina as normas técnicas para a produção de orgânicos e as substâncias que neles podem ser utilizadas. No Art.3, inc. V, indica que os produtos ou estabelecimentos da produção orgânica podem garantir a qualidade do seu produto por meio de uma certificadora ou organização que avalie sua produção. Ainda no capítulo I, consta os objetivos quanto aos aspectos ambientais, atividades econômicas e aspectos sociais dos sistemas orgânicos de produção:

Art. 4º quanto aos aspectos ambientais, os sistemas orgânicos de produção devem buscar: a manutenção das áreas de preservação permanente; a atenuação da pressão antrópica sobre os ecossistemas naturais e modificados; a proteção, a conservação e o uso racional dos recursos naturais; incremento da biodiversidade animal e vegetal; regeneração de áreas degradadas.

Art. 5º as atividades econômicas dos sistemas orgânicos de produção devem buscar: o melhoramento genético, visando à adaptabilidade às condições ambientais locais e rusticidade; a manutenção e a recuperação de variedades locais, tradicionais ou crioulas, ameaçadas pela erosão genética; a promoção e a manutenção do equilíbrio do sistema de produção como estratégia de promover e manter a sanidade dos animais e vegetais; e a interação da produção animal e vegetal; V - a valorização dos aspectos culturais e a regionalização da produção; promover a saúde animal por meio de estratégias prioritariamente preventivas.

Art. 6º quanto aos aspectos sociais, os sistemas orgânicos de produção devem buscar: relações de trabalho fundamentadas nos direitos sociais determinados pela Constituição Federal; a melhoria da qualidade de vida dos agentes envolvidos em toda a rede de produção orgânica; e capacitação continuada dos agentes envolvidos em toda a rede de produção orgânica.

Conforme esta lei, toda unidade de produção orgânica deverá manter os registros e documentos de todas as operações da produção, por cinco anos, no mínimo. (Art. 7 e 8, IN nº46/2011).

A Instrução Normativa nº 19 de 2009, estabelece os Mecanismos de Controle e Informação da Qualidade Orgânica do MAPA, ressaltando que:

Art. 3º Os mecanismos de controle para a garantia da qualidade orgânica implicam o atendimento aos requisitos estabelecidos para os agricultores familiares na venda direta sem certificação e, nos demais casos, aos requisitos estabelecidos pelo Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica.

Art. 6º O Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica é integrado por órgãos e entidades da administração pública federal e pelos organismos de avaliação da conformidade credenciados pelo MAPA. Parágrafo único. Os organismos de avaliação da conformidade são as pessoas jurídicas, de direito público ou privado, responsáveis pela verificação da conformidade dos processos produtivos avaliados, em relação aos regulamentos técnicos da produção orgânica, tanto na Certificação por Auditoria como nos Sistemas Participativos de Garantia.

No Art. 37 foi estabelecido que “O produto ou estabelecimento produtor ou comercializador que tenha aprovada a sua conformidade receberá Certificado de Conformidade Orgânica emitido por certificadora credenciada pelo MAPA”.

3.4.2 Certificação Oficial

A busca pela qualidade e diferencial nos produtos oferecidos, a certificação dos orgânicos passou a ser um fator importante para as empresas que cada vez mais buscam medidas para gerenciar a produção de boa qualidade, e consequentemente gerar competitividade entre as outras (BATISTA, *et al.* 2013).

Segundo Souza (2011), para o crescimento da produção orgânica, se faz necessário que um grande número de produtores pudesse aderir à essa prática, no

entanto, o que faz esse crescimento lento são os custos decorrentes da certificação e locais para sua venda.

No sistema de produção orgânico a preocupação com alimentos de qualidade e com a segurança de seus consumidores e produtores, faz com que esses, necessariamente, passem por um processo de certificação para atestar a qualidade de seus alimentos, essa certificação é adquirida através de entidades certificadoras credenciadas, formadas por pessoas jurídicas e que não advém de fins lucrativos para fornecer tais selos, as quais inspecionam e auxilia a implantação da produção agroecológica em comunidades rurais que trabalhem de forma consciente e de acordo com os parâmetros envolvidos para se tornarem agricultores orgânicos, esses selos certificam e qualificam os produtos orgânicos transmitindo aos seus consumidores a confiança e credibilidade necessária para consumi-los (SOUZA, 2011).

Com base nos estudos de Souza e Pandolf (2017), os consumidores podem ter a segurança ao adquirir um alimento mais caro, mas com a qualidade garantida, dessa forma, assegurando uma vida mais saudável. Para certificação é realizada uma avaliação minuciosa por organizações competentes, como Organismo da Avaliação da Conformidade Orgânica- OAC habilitada pelo MAPA, que realiza uma visita para averiguação do sistema orgânico do produtor e emite a certificação (SOUZA E PANDOLF, 2017).

Já Batista *et al.* (2013), considera que a certificação é realizada por terceiros, que seguem uma série de exigências já estabelecidas, para atender a qualidade desejada.

No quadro 1, encontram-se a relação de alguns dos Organismos de Avaliação da Conformidade Orgânica.

Quadro 1: Certificadoras de produtos orgânicos

CERTIFICADORAS	ESTADO
- Instituto de Tecnologia do Paraná (TECPAR) – Nº 01	Curitiba/PR
- Ecocert Brasil Certificadora Ltda – Nº 02	Florianópolis/SC
IBD Certificações Ltda. – Nº 03	Botucatu/SP

IMO Control do Brasil Ltda – Nº 07	Alfenas/MG
Agricontrol OIA Ltda. – Nº 08	Goiatuba/GO
Instituto Nacional de Tecnologia – Nº 010	Rio de Janeiro/RJ
- Instituto Chão Vivo de Avaliação da Conformidade – Nº 011	Santa Teresa/ES
Instituto Mineiro de Agropecuária – Nº 012	Belo Horizonte/MG
Cugnier Certificadora	Itajaí/SC
OPAC – Cerrado / Sindicato dos Produtores Orgânicos do DF SINDIORGÂNICOS/DF	Brasília/DF
Associação Brasileira de Agricultura Biodinâmica (ABD)	Botucatu/SP

Fonte: Adaptado do MAPA, 2016

Para garantir a certificação junto aos órgãos competentes é imprescindível que o produtor siga passos essenciais durante todo o processo, a saber:

A não utilização de adubos químicos e agrotóxicos nos últimos dois anos, é necessária se ter barreiras vegetais quando há vizinhos que praticam a agricultura convencional, a água tem que possuir uma ótima qualidade, não conter resíduos químicos e nem um tipo de contaminação para ser utilizada na irrigação e na lavagem dos produtos, fornece ótimas condições de trabalho e de vida dos trabalhadores, o cumprimento da legislação sanitária e a inexistência de lixo espalhado pelo estabelecimento e durante todo o processo de produção o produtor deve respeitar as normas, desde a preparação do solo até a sua embalagem do alimento, sempre preservando os recursos naturais. O agricultor assina um contrato com uma certificadora que prevê a fiscalização da sua produção, de modo a garantir a rastreabilidade e a qualidade do produto a ser disponibilizado para o consumidor (SOUZA e PANDOLF, 2017).

A certificação é uma forma de garantir a qualidade do produto ao consumidor, para comprovar que o produto segue os padrões de qualidade exigidos, sendo considerado não só um símbolo, mas também a certeza do respeito pelo meio ambiente (GRAFF, 2015). Devido a essa exigência, além do registro básico, é necessário a obtenção de selos e certificação, garantindo a origem de qualidade do

produto, desse modo, o governo brasileiro autorizou três mecanismos distintos para certificação de orgânicos, entre os quais, dois exigem a aplicação de um selo padronizado nacionalmente e o terceiro, é um mecanismo de controle que não exige a aplicação dele, que viabiliza a venda direta do produtor para o consumidor final, desde que ele esteja vinculado a uma Organização de Controle Social (OCS) (SEBRAE, 2017).

A OCS pode ser um grupo ou cooperativa, jurídica ou não, de agricultores familiares e cadastrados junto ao MAPA, e mesmo obtendo ou não a certificação, é necessário que todos os produtores sejam cadastrados junto ao MAPA. Após a certificação, é elementar que o produtor respeite as regras pela certificadora e ao assinar o contrato com esta, garanta total liberdade para a fiscalização da sua produção, de modo a assegurar sua rastreabilidade e a boa qualidade do produto (SOUZA e PANDOLF. 2017).

De acordo com a Revista do Globo Rural (2015), as cinco marcas mais conhecidas de produtos orgânicos no Brasil, correspondem a Korin, Vapza, Bem Orgânico, La Pianezza e Superbom.

3.5 FATORES QUE INFLUENCIAM OS CONSUMIDORES

Para a inserção dos orgânicos no mercado é fundamental o conhecimento dos produtores sobre os fatores que influenciam os clientes nas escolhas. Nesse caso, é preciso reforçar a importância dos aspectos relevantes que afetam o comportamento do consumidor, pois além de produzir e se alimentar, outros fatores podem estar envolvidos nesse conjunto, podendo citar fatores sociais, ambientais ou até pessoais (GRAFF, 2015). Algumas relativamente mais antigas mostram que o comportamento do consumidor se baseava na teoria econômica, na noção de que os indivíduos agem racionalmente para maximizar seus benefícios ao comprarem bens e serviços (SOUZA, 2011). Logo, os consumidores apresentam-se sempre em busca de alternativas que satisfaçam suas vontades de forma a aumentar ainda mais seu bem-estar, e entre elas podem estar incluídos o consumo de alimentos orgânicos.

O consumo de orgânicos podem ser influenciados por fatores econômicos, ou seja, a baixa renda ou a pobreza limitariam o consumo, ou ainda fatores sociais, culturais e nutricionais (SILVA, *et al.* 2012). De acordo com Cardoso (2016), a renda dos consumidores é um fator limitante para o consumo dos produtos, visto que o preço

dos alimentos pode variar muito e afetar diretamente as compras. A procura por produtos orgânicos pode ser motivada pelos consumidores que acreditam que estes são saudáveis, saborosos e ecológicos, sendo mais vantajoso que os produtos convencionais (DIAS, *et al.* 2015).

Conforme Souza (2011), o comportamento do consumidor pode ser estudado de acordo com a Teoria dos dois fatores de Frederick Herzberg, que se refere ao:

Estilo de vida como uma expressão referente aos aspectos comportamentais do ser humano, geralmente expressos sob a forma de hábitos, rotinas, costumes, padrões de consumo etc. Assim, é razoável dizer que o Estilo de Vida é um conceito amplo e que tem muitos aspectos que se combinam, influenciando a saúde física, mental, espiritual e social do ser humano. O estilo de vida inclui desde relações recreativas, como o lazer, até as relações familiares e de trabalho.

A classe social, as características culturais e regionais, entre outros, estão intimamente relacionadas à alimentação do consumidor, uma vez que, através desse conjunto de fatores, o consumidor é influenciado na sua tomada de decisão de compra, que nem sempre resulta em uma decisão de alimentação saudável.

Assim, o consumidor pode ser estudado por diversos aspectos, visto que seu comportamento pode ser decorrente de fatores associados. Nesse pensamento, Teixeira e Garcia (2013), relataram que diante das novas preocupações o consumidor vem alterando seus hábitos, que antes eram baseados em renda, quantidade e preço, passando a atentar-se aos aspectos relacionados a sua saúde e do meio ambiente.

Enquanto Cardoso (2016), afirmou que a demanda e oferta dos alimentos dependem da renda do consumidor e do preço do produto, sendo o preço um fator determinante. Silva e Oliveira (2012), concordaram que a população pode ser influenciada por fatores econômicos, sociais, nutricionais e culturais. Ainda, Figueiró (2012), relatou que o bem-estar pessoal, social e ambiental intervém na decisão das compras.

4 METODOLOGIA

4.1 ÁREA DE ESTUDO

O município de Pau dos Ferros fica localizada (Figura 1) no estado do Rio Grande do Norte, na região do Alto Oeste Potiguar, com população estimada de 30183

habitantes para o ano de 2018 (IBGE, 2017). A cidade se tornou muito popular pela feira livre, serviços e produtos oferecidos, e que recebe diariamente milhares de visitantes das cidades vizinhas, entre as quais, Encanto, Rafael Fernandes, Francisco Dantas e outras. Está situada a 193 metros de altitude e com as seguintes coordenadas geográficas: latitude: 6° 06' 33" Sul, longitude: 38° 12' 16" Oeste. O município tem aproximadamente 259,959 km², densidade demográfica de 106,73 habitantes/km² e em 2016, o salário médio mensal era de 1.7 salários mínimos (IBGE, 2017).

A origem e crescimento de Pau dos Ferros está associado à sua função comercial, sendo o centro do município uma referência dessa atividade em que passou a vivenciar um processo de expansão e dinamização dos comércios e serviços (FARIAS, 2015).

O mercado informal, representado principalmente pela feira-livre, representa uma atividade econômica significativa, servindo como alternativa de trabalho e renda para a população local e cidades circunvizinhas, em que os moradores dos sítios e fazendas da região vêm até à cidade vender seus produtos e comprar aqueles que não dispõem em seus municípios de origem, e além destes, o comércio formal, que é formado por lojas que vendem material de construção, supermercados, artigos pessoais, calçados, frigoríficos, bazar, livrarias, equipamentos agrícolas, e lojas de móveis e eletrodomésticos (PESSOA e GOMES, 2016). Além de possuir Instituições de Ensino Superior pública e privada o que movimenta muito a cidade.

O clima da cidade é muito quente e semiárido, com período chuvoso entre o mês de fevereiro e junho, com temperatura médias anuais máxima e mínima de 36,0 °C e 21,0 °C, respectivamente, e a média de 28,1 °C (IDEMA, 2008). Ainda do mesmo, a vegetação é formada por Caatinga Hiperxerófila, com aspecto mais seco, apresentando abundância de cactáceas e plantas de porte baixo, tendo destaque a jurema-preta, mofumbo, faveleiro, marmeleiro, xique-xique e facheiro (IDEMA, 2008).

De acordo com o censo do IBGE (2010) identificou que os habitantes estão distribuídos na zona urbana um total de 25551 hab. e 2194 na zona rural, o que corresponde a aproximadamente 92% e 8%, respectivamente.

Figura 1: Localização do município de Pau dos Ferros/RN



Fonte: Autora, 2019

4.2 MATERIAIS E MÉTODOS

A abordagem da pesquisa é qualitativa pois a mesma busca informações sobre o conhecimento de uma população em percepção a determinado fenômeno (SILVEIRA e CÓRDOVA, 2009). Ainda do mesmo autor, também pode ser considerada como qualitativa pois busca dados numéricos, tentando apresentar os valores de forma mais fiel possível. A pesquisa é caracterizada como descritiva e explicativa, pois busca caracterizar o perfil dos consumidores de Pau dos Ferros e entender os fatores que determinam ou contribuem para o consumo de alimentos orgânicos (GIL, 2002).

Inicialmente a pesquisa concerniu de uma revisão teórica como ponto de partida para os demais estudos, incluindo pesquisas em artigos científicos, monografias e consultas em sites de algumas agências ou órgãos.

A pesquisa foi realizada através de visitas *in loco* em estabelecimentos comerciais, compreendendo: a feira livre do município, supermercados e mercadinhos, além da zona rural da cidade, buscando informações acerca da comercialização e consumo de alimentos orgânicos pela população em Pau dos Ferros.

Após identificação dos comércios da cidade e zonas rurais, visando estabelecer onde os produtos orgânicos poderiam ser encontrados. Elaborou-se questionários semiestruturados, para traçar o perfil socioeconômico dos consumidores, fatores

motivadores pela busca desses alimentos, bem como a oferta e demanda por alimentos orgânicos em Pau dos Ferros.

Para aplicação dos questionários foi calculada a média amostral, por método aleatório, da população a ser entrevistada, conforme Bolfarine e Bussab (2005). Onde, tem-se que.

$$n = \frac{N}{4(N-1)\left(\frac{E^2}{Z_{\alpha/2}^2}\right)+1}$$

Em que:

N = Tamanho da população;

Z_{α/2} = é o valor crítico da distribuição de probabilidade normal (o Teorema do Limite Central é a base da Teoria de Amostragem, sendo na prática a determinação do intervalo de confiança. Para 90% de confiança, Z=1,645; para 95%, Z é igual a 1,96);

E= Margem de erro (para mais e para menos).

Levando em consideração a população de Pau dos Ferros com a população flutuantes, é aproximadamente 50000 pessoas. Assim:

$$n = \frac{50000}{4(50000-1)\left(\frac{0,05^2}{1,96^2}\right)+1} = 195 \text{ hab.}$$

A aplicação dos questionários foi dividida entre os possíveis fornecedores, que seriam os feirantes e representantes dos mercados, e os consumidores, nas zonas rurais e os consumidores no centro na cidade. No entanto, só foi possível a aplicação de 181 questionários que foram distribuídos da seguinte maneira (Quadro 2): feira livre (30) aos feirantes; Supermercados/Mercados (8); Zona rural (11, no sítio em Alagoinha e 18 na comunidade Barragem) e 114 (consumidores diversos no centro do município), totalizando 181 questionários.

Quadro 2: Distribuição dos questionários

LOCAIS	QUANTIDADE DE QUESTIONÁRIOS	DIA/MÊS/ ANOS
Feira livre	30	23/02/2019
Consumidores	114	19/03/2019

Mercados	8	19/03/2019
Zonas rurais	4 e 7 (Alagoinha) 18 (Barragem)	04//03/2019 e 05/03/2018
Total	181	

Fonte: Autora, 2019

A aplicação dos questionários foi realizada em dias alternados, buscando consumidores com hábitos diferentes de consumo. A aplicação na feira livre se deu em 30 feirantes de aproximadamente 60. Nos mercados foram escolhidos oito dentre os mais populares, com um questionário para cada entrevistado. Em um dos mercados foi aplicado 25 questionários aos consumidores. Outros questionários foram aplicados fora dos supermercados. Os quais foram sendo aplicados aleatoriamente por abordagem das pessoas durante um percurso de um extremo da cidade ao centro da cidade.

No decorrer do trabalho foi decidido visitar um agricultor que planta em um dos bairros do município, que foi realizado uma entrevista semiestruturada, visitando o local de plantação com registros fotográficos no local, a entrevista foi baseada ao modo de produção, sobre os tipos de plantas.

Com a finalidade de organizar os resultados, este estudo foi dividido em 5 etapas, correspondentes aos resultados obtidos dos feirantes, dos consumidores, dos comerciantes, das zonas rurais e da entrevista ao agricultor.

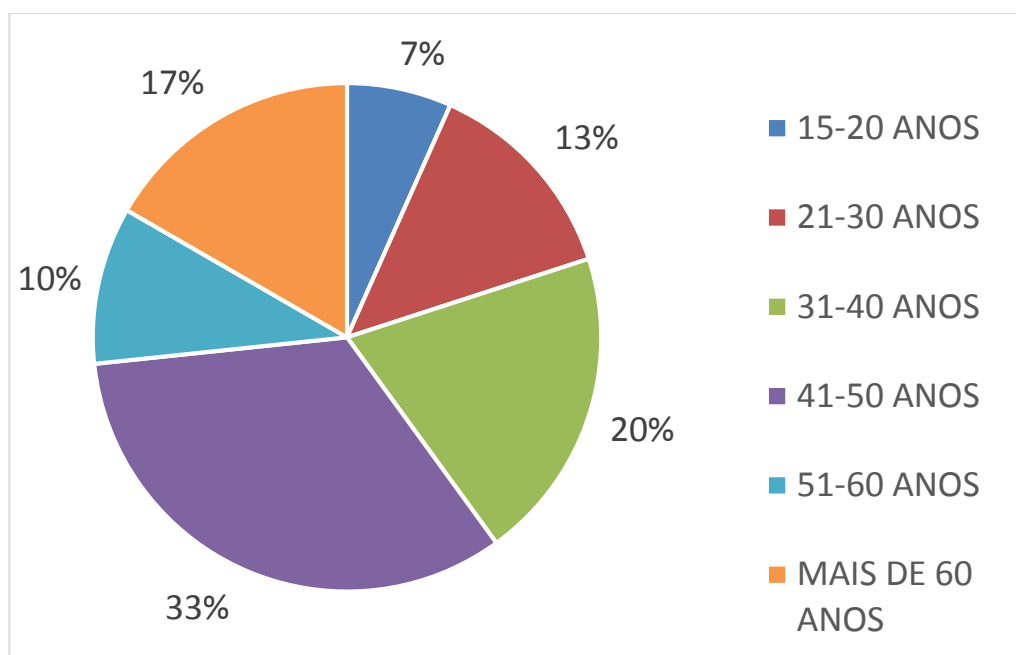
5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

5.1 RESULTADOS DA ENTREVISTA AOS FEIRANTES DE PAU DOS FERROS

De acordo com os dados obtidos pôde-se observar a relação da porcentagem de homens (50%) e mulheres (50%) entrevistados na feira. Com relação a idade dos entrevistados na feira a porcentagem encontrada corresponde a 33% variando entre 41 e 50 anos, 20% entre 31 e 40 anos, com idade acima dos 60 anos correspondiam a 17% dos entrevistados e 13% entre 21 e 30 anos de idade (gráfico 1). Mostrando que a maioria das pessoas possuíam idade superior aos 21 anos de idade, e que a maioria apresentou idade maior que 40 anos. Corroborando, com um estudo realizado

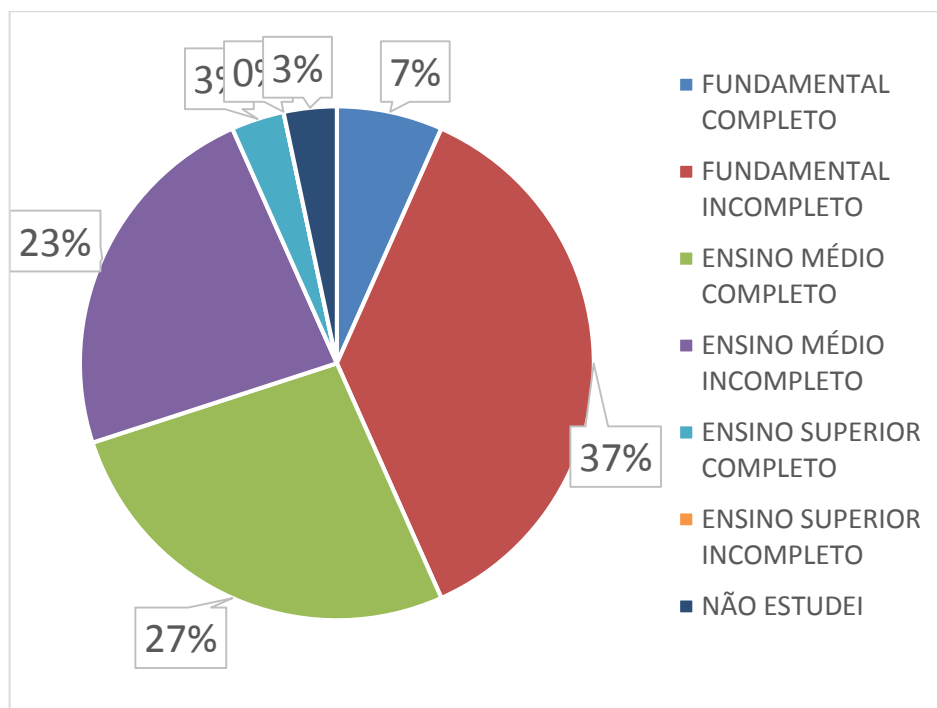
sobre o potencial de comercialização de produtos orgânicos no estado de Mato Grosso do Sul, realizado por Momesso *et al.* (2009), onde observaram que 40,91% encontram-se entre de 36 a 50 anos de idade, 27,92% na faixa etária de 21 a 35 anos, seguido de 25,97%, acima de 50 anos.

Gráfico 1: Distribuição por faixa etária



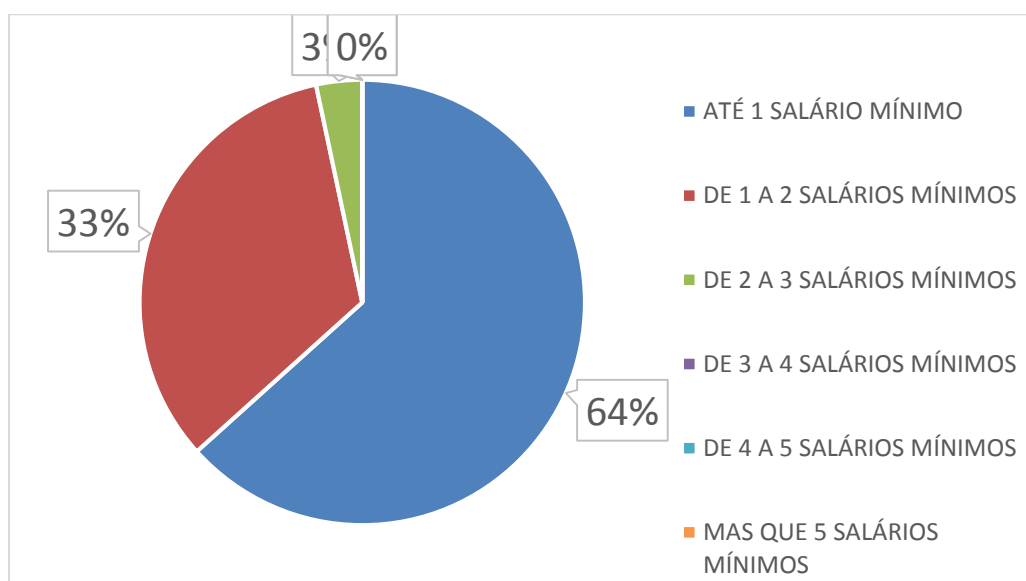
Fonte: autora, 2019

Quanto ao nível de escolaridade (gráfico 2), observou-se que a maioria (37%) não completou o ensino fundamental, 27% possuíam o ensino médio completo, 23% ensino médio incompleto, destes 30 entrevistados apenas 3% com ensino superior completo, e 3% nunca tinham estudado. No entanto, os 3% que não frequentaram à escola foi possível verificar que isso não foi fato impeditivo para que realizassem cálculos necessários para exercerem seus trabalhos de venda. Um outro estudo realizado na feira na cidade de Ponta Grossa-PR, Smolinski *et al.* (2011), ressalta que, 59% dos entrevistados possui nível superior completo, e 10% dos entrevistados responderam que seu grau de instrução é de 1º ou 2º grau incompleto. Os dados mostram que no primeiro caso, em Pau dos Ferros, há uma reduzida parte da população com ensino superior completo. Mesmo sendo uma cidade polo entre as do seu entorno apresenta, baixo nível de escolaridade.

Gráfico 2: Escolaridade dos feirantes

Fonte: Autora, 2019

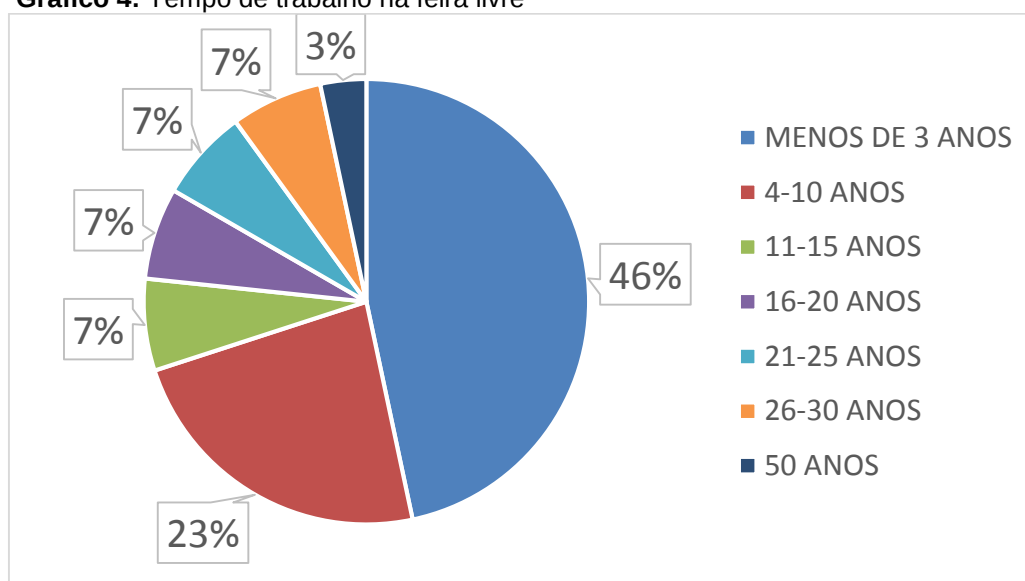
Com relação ao perfil socioeconômico dos entrevistados na feira livre, 64% destes tinham renda menor ou igual a 1 salário mínimo, 33% de 1 até 2 salários e apenas 3% de 2 a 3 salários mínimos por mês, ressalva-se que, boa parte só comercializava na feira aos sábados (gráfico 3).

Gráfico 3: Perfil econômico

Fonte: Autora, 2019

Quando questionados sobre o tempo de trabalho na feira (gráfico 4), 46% dos feirantes estão a menos de 3 anos trabalhando na feira, o que demonstra que essa população vivencia um período de renovação. No intervalo entre 4 e 10 anos (23%), e com 50 anos está 3% e o restante contabilizam cada um 7%. Não se sabe ao certo quantos anos a feira tem, no entanto, seria o ponto mais provável para se ofertar alimentos orgânicos, porém, com dito antes, não há uma oferta destes na feira de Pau dos Ferros, ou seja, só há a oferta de produtos convencionais. Assim, Graff (2015) divergi, apontando em seu estudo que a feira e o mercado são os melhores pontos de venda para a comercialização desses alimentos, sendo locais mais acessíveis e com mais variedade de produtos. Souza (2011), em sua pesquisa identificou que os feirantes trabalham com a agricultura orgânica de 1 a 10 anos (27,7%), de 5 meses a 10 anos (16,66%), de 4 a 29 anos (11, 11%), e a maioria mudaram seu sistema de produção pois conheceu a agricultura orgânica através de senhores mais velhos ou através de estudos.

Gráfico 4: Tempo de trabalho na feira livre



Fonte: Autora, 2019

A respeito do conhecimento sobre alimentos orgânicos os entrevistados responderam que sabem do que se trata (47%) e já 53% desconhecem. Essa falta de conhecimento, talvez possa ser decorrente do baixo grau de estudo identificado (gráfico 2). Há alguns anos atrás, muitos filhas (os), tinham que desistir dos estudos para trabalhar e ajudar financeiramente dentro de casa, e outros não tinham interesse mesmo, ou seja, o nível de renda sempre vai ser um fator importante em muitos casos.

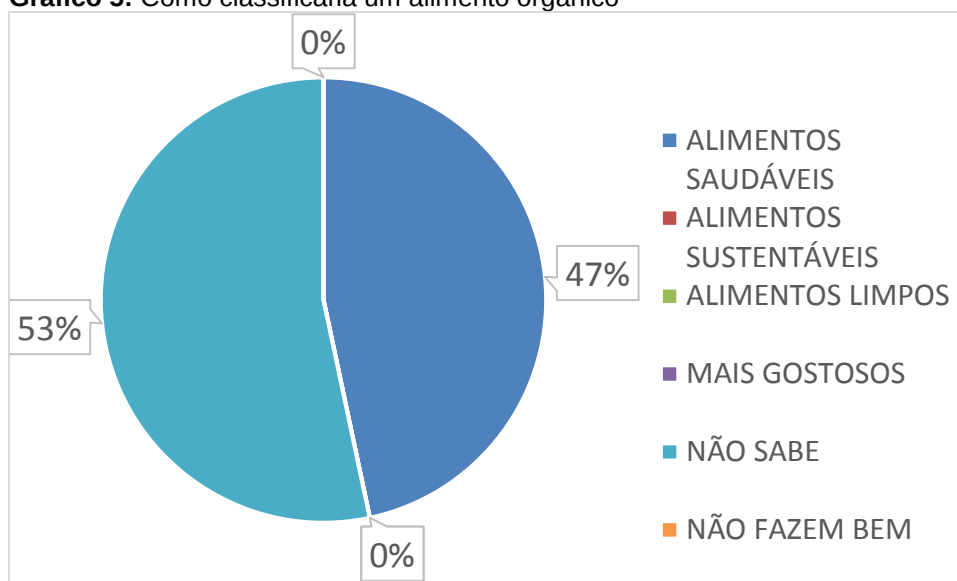
Segundo os feirantes, apenas 37% responderam que os clientes já perguntaram sobre a venda de orgânicos no local, enquanto 63% afirmaram que ninguém havia questionado.

Em conversas com os feirantes, apenas um deles ressaltou que não usava agrotóxicos no mamão, no entanto, não se pôde provar a afirmação, pois não contém selo de certificação, bem como registro no MAPA. Um outro feirante afirmou já ter trabalhado com esses produtos, no entanto, pelo preço e distância do fornecedor não foi possível continuar. De acordo com Sebrae (2017), a maior parte da produção de orgânicos é exportado para a Europa, o que causa uma dificuldade em encontrar fornecedores de produtos orgânicos, já outros relataram que provavelmente na feira os alimentos fornecidos todos advinham de produtores que usavam os agrotóxicos, pois os mesmos tornavam os produtos com melhor aparência e maior resistência às pragas e doenças. Assim, garantindo lucro, sem perdas na produção. Trovão e Tonin (2013), registraram que um agricultor se sente satisfeito com a certificação, pois este agregou valor ao produto, e, sem a certificação seus produtos perderiam a credibilidade, citou um exemplo de uma alface sem certificação no valor de R\$ 1,44 e com, atingia o valor de R\$ 1,80. Dessa forma, discordando dos feirantes, pois o estudo indicou que a certificação orgânica é uma maneira mais correta para o sistema produtivo, o qual, nenhum feirante foi identificado com esse interesse e relevância para a certificação. Na verdade, com o uso de agrotóxicos, os feirantes acham que lucram mais, no entanto, não percebem que esse tipo de investimento vai prejudicar a si mesmo no futuro, pois os químicos irão se acumular em seus organismos e com isso, a saúde é afetada negativamente, e conseqüentemente, mais dinheiro terá que ser gasto em consultas e remédios, o que poderia ser reduzido se passassem a adquirir alimentos saudáveis.

Dos entrevistados, 57% desconhecem as vantagens de consumir esses alimentos orgânicos e 43% sabem da importância desses alimentos. A partir dos valores, pode-se destacar que poucos consumidores sabem realmente o que é um alimento orgânico. Sendo que a única vantagem por eles atribuída, eram alimentos saudáveis para a população. O que demonstra a falta de informação dos entrevistados. Bottonai, *et al.* (2006), obtiveram resultados semelhantes, em que seus resultados indicaram que o nível de conscientização e informação dos consumidores em relação aos sistemas de produção orgânico e de certificação é muito baixo.

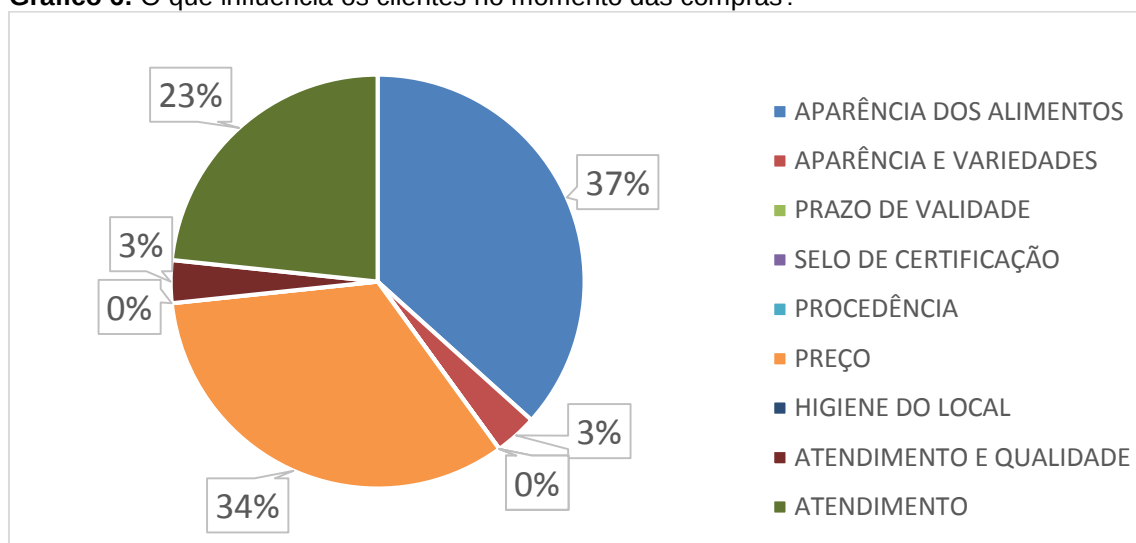
No gráfico 5, dentre as opções apresentadas, 53% dos feirantes descreveram que os alimentos orgânicos são saudáveis, no entanto 47% não souberam classificar. Assim, os mesmos caracterizaram os orgânicos apenas como livre de agrotóxicos. Dessa forma, Batista, *et al.* (2013), confirma que é notória a ausência de conhecimentos mais aprofundados há cerca das diretrizes que regem a obtenção do Selo de Certificação de Produtos Orgânicos.

Gráfico 5: Como classificaria um alimento orgânico



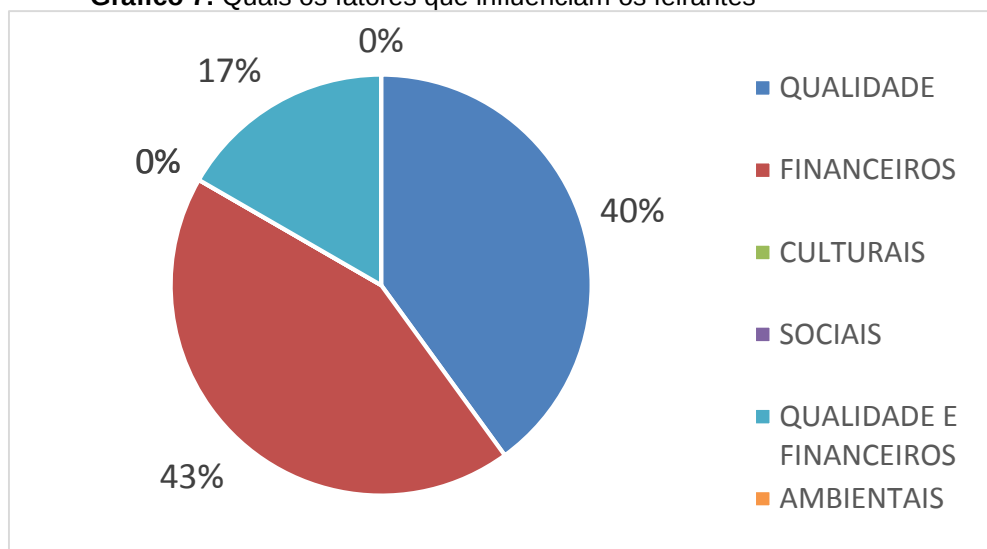
Fonte: Autora, 2019

Quando questionados sobre os fatores que mais influenciavam os clientes nos momentos das compras, 37% apontaram a aparência dos alimentos, 23% o atendimento, 34% relataram que o preço é o fator decisivo nas compras, pois dependeria do valor disponível (Gráfico 6). Já 6% apontaram para o atendimento juntamente a qualidade do produto, aparência e a variedades dos produtos, conforme gráfico10. Deste modo, ressalta-se que a boa aparência do alimento é devido ao uso constante de substâncias químicas, como por exemplo, os pesticidas e fertilizantes, para ajudar o desenvolvimento dos produtos e afastar quaisquer pragas.

Gráfico 6: O que influencia os clientes no momento das compras?

Fonte: Autora, 2019

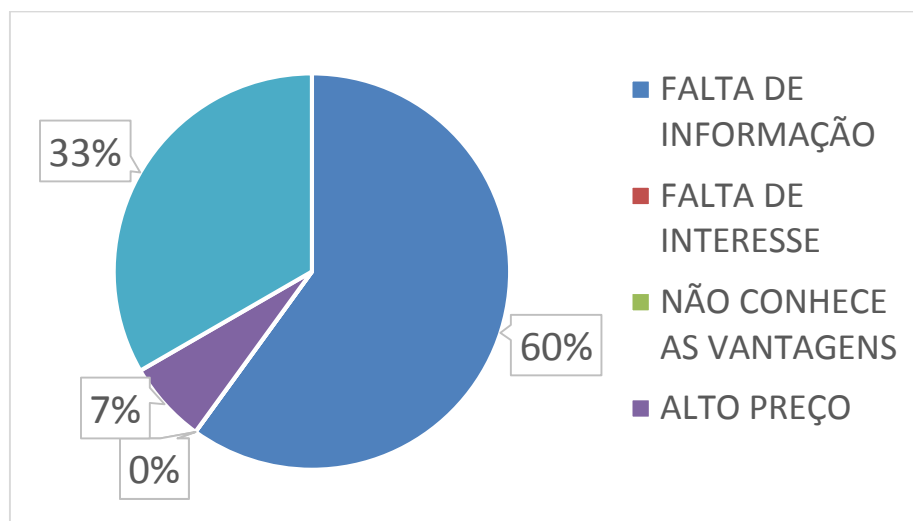
Quando se estudo os fatores que mais influenciaram os feirantes nas compras, 17% afirmaram que a qualidade e o financeiro, 43% apenas o financeiro, no entanto, 40% somente a qualidade (gráfico 7). Corroborando, com esses resultados Chryssohoidis e Krystallis (2005), destaca que os fatores influenciadores estão entre a qualidade, segurança alimentar, certificação e a marca do produto. Sendo que este último acrescenta alguns fatores a mais e não está incluindo a parte financeira. Constatando que são diversos os fatores que podem influenciar o consumidor a escolher seu produto.

Gráfico 7: Quais os fatores que influenciam os feirantes

Fonte: Autora, 2019

Quando os feirantes foram questionados porque a procura por esses alimentos orgânicos ainda é incipiente (Gráfico 8), 60% responderam que seria a falta de informação, 33% não souberam responder e 7% apontaram o preço da mercadoria. Um estudo realizado em Butucatu-SP, mostram que os custos fixos de um produtor com certificação, podem atingir o valor de R\$ 16.548,75 mensais gastos (TROVÃO e TONIN, 2013), por isso, o preço do produto orgânico pode tornar-se elevado e, assim, pode tornar o difícil acesso para às pessoas de baixa renda, dessa forma corroborando com os resultados verificados neste estudo. A renda baixa pode ser decorrente do período de venda, devido a maioria comercializar somente aos sábados ou pela demanda que diminui ao longo do tempo com a chegada dos supermercados.

Gráfico 8: Você acha que existe pouca ou nenhuma procura por produtos orgânicos?



Fonte: Autora, 2019

Com relação quanto o cliente estaria disposto a pagar mais caro por um produto mais saudável, 67% afirmaram que sim, no entanto, 33% confirmaram que não pagariam. De acordo com as conversas paralelas com os feirantes, dependendo do quanto esse preço mais alto seria, o cliente poderia até pagar, se tivessem a certeza da qualidade do produto. E mais uma vez a renda dos clientes se torna um fator relevante. Momesso *et al.* (2009), conseguiu identificar que 51,95% estariam dispostos a pagar mais caro, enquanto 27,27% não pagariam, e 20,78% não responderam. Nos dois estudos indicam que a maioria pagaria mais caro por um alimento mais saudável.

Quadro 3: Resumo dos resultados dos feirantes

QUESTIONAMENTOS	RESPOSTAS
Idade	33%, entre 41 e 50 anos
Escolaridade	37%, ensino fundamental incompleto
Renda	64% até um salário mínimo
Tempo de trabalho na feira livre	46% trabalham a menos de três anos
Sabe o que é alimento orgânicos?	53%, não sabe o que é orgânico
Quais fatores influenciam nas compras?	34%, o preço
O cliente estaria disposto a pagar mais caro por um alimento mais saudável?	67%, estaria disposto
Por que há pouca procura pelos orgânicos?	60%, seria falta de informação

Fonte: Autora, 2019

5.2 RESULTADOS DO AGRICULTOR

Quando este estudo analisou o produtor (agricultor) quanto aos diversos parâmetros, de produção e comercialização dos seus produtos (quadro 4), constatou que:

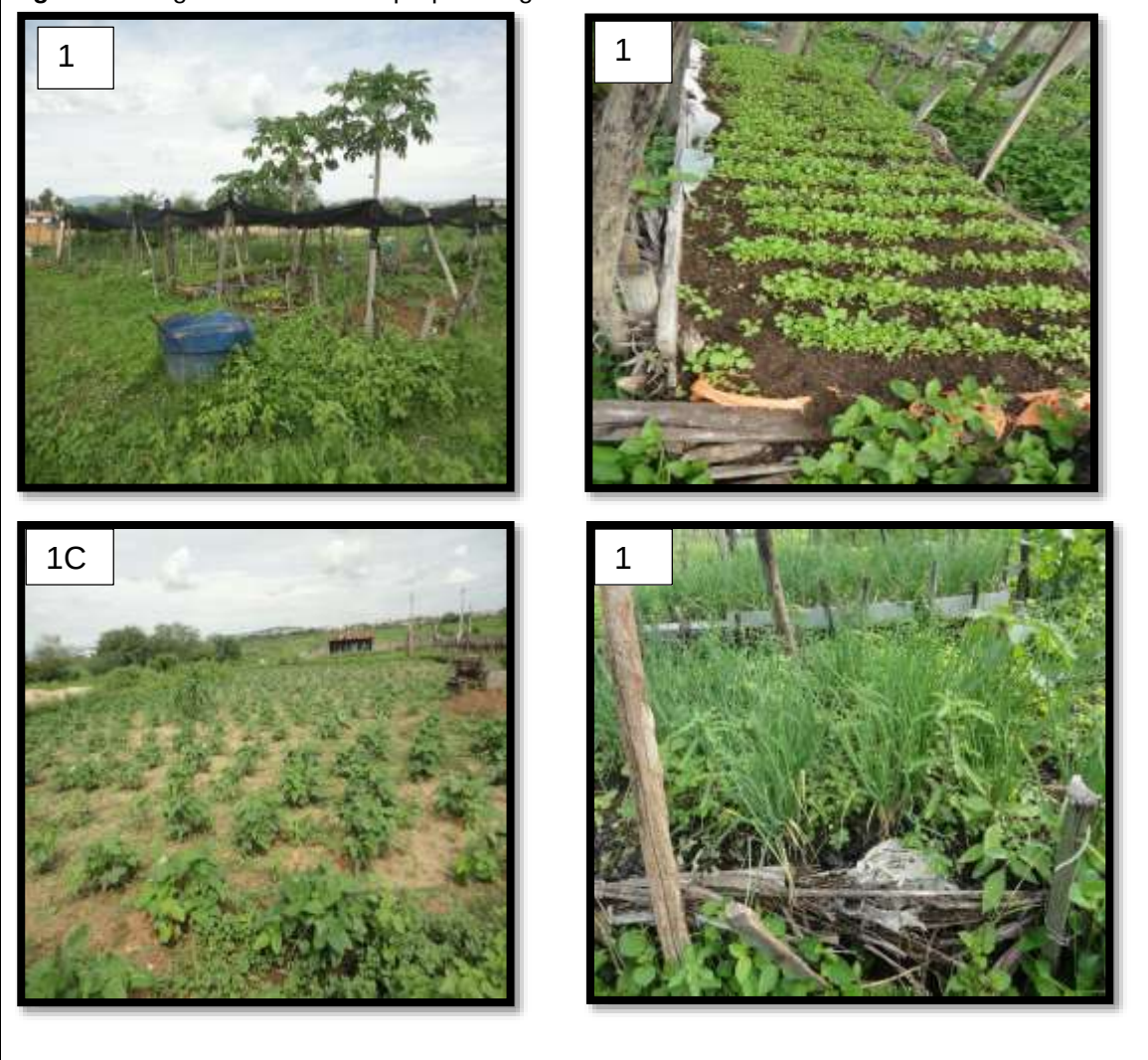
Quadro 4: Entrevista ao agricultor

QUESTIONAMENTOS	RESPOSTAS
Idade	57 anos;
Há quanto tempo trabalha na agricultura?	Desde os 10 anos de idade, ajudava o pai;
O que costuma plantar?	Milho, feijão, rama de batata, couve-flor, salsinha, rúcula, girimum ou abobora, alface e cheiro verde;
Coloca algum tipo de agrotóxico (adubo ou fertilizante químico)?	Não, pois são plantados com paú (excremento do gado), que provém de um criador de gados que cede o produto;
Os produtos são para o consumo próprio ou vende a outros?	Antigamente vendia o cheiro verde na rua. Agora, é mais para consumo mesmo e de vez em quando as pessoas aparecem para comprar;
A frequência que você consome?	Sempre;
As pessoas costumam perguntar se é orgânico?	Sim. Eles escolhem mais pela aparência e qualidade.

Fonte: Autora, 2019

De acordo com o agricultor, este não usava nenhum tipo de agrotóxicos em seu cultivo, e destinava-se principalmente ao consumo próprio e as vezes comercializava-os. No entanto, pela indisponibilidade de água, a mesma utilizada pelo agricultor era proveniente da barragem do município, e esta não se apresentava de boa qualidade e na sua ausência, era substituída por poços que ofereciam águas salobras, o que não era interessante para o cultivo. Como não há registro de selos e nem cadastro no MAPA, além disso, é utilizada água salobra, não se pode afirmar que o produto é orgânico, pois só a não utilização dos agrotóxicos, não é suficiente para caracterizar como um alimento orgânico. Com a visita a vazante, foi possível a obtenção de fotos das plantações, dispostas na figura 2.

Figura 2: Imagens do cultivo de pequeno agricultor



Fonte: Autora, 2019

5.3 RESULTADOS DOS COMERCIANTES

Com relação as visitas realizadas em supermercados têm-se que: os mercados foram hipoteticamente denominados de mercado 1, 2, 5, 6, 7 e 8, dentre os entrevistados afirmaram que disponibilizavam alimentos orgânicos em seus estabelecimentos, diferentemente (3 e 4) não ofereciam nenhum tipo de orgânicos. Dos 8 que foram entrevistados, 25% existe a menos de 3 anos, 25% de 4 a 10 anos, 25% de 11 a 20 anos e 25% de 21 a 40 anos.

Quando se questionou os entrevistados a respeito da oferta de produtos orgânicos nos mercados, 75% responderam que vendiam sempre ou as vezes, enquanto, 25% afirmaram que não vendem. Porém, o que vai comprovar, será a presença de selos de certificação nos produtos.

No mercado 1, o responsável afirmou que dispunham de arroz, açúcar, feijão e cereais orgânicos. No entanto, os produtos não continham o selo, pois seria de difícil obtenção. Assim, não se pode ter a comprovação da origem do produto ou até mesmo a confiabilidade se seriam ou não orgânicos. O mesmo não sabia a quantidade certa vendida, apenas afirmou que poucos produtos dessa qualidade eram vendidos no estabelecimento. Naquela ocasião, percebeu-se que o responsável pelo supermercado possuía conhecimento dos produtos orgânicos, principalmente relacionado a obtenção dos selos. Em estudo, a Organix (2017), identificou que os orgânicos mais consumidos, são as verduras (63%), legumes (25%), frutas (25%) e cereais (12%).

Quando as entrevistas foram realizadas com cada responsável nos supermercados, 87% asseguravam que tinham conhecimento sobre alimentos orgânicos, e com isso constatou-se que esses eram os supermercados de maior porte, no entanto, 13%, que correspondem aos de menor porte, desconhecem o alimento orgânico. No estudo de Momesso *et al.* (2009), evidenciou-se que, sobre a comercialização, 81,17% afirmam conhecer o produto orgânico, mas apenas 54,40% realmente conhecem. Isso afirma, que as pessoas acabam não revelando a verdade em alguns questionamentos, por isso, é relevante a observação e comprovação das afirmações dos entrevistados.

Quando questionados se os clientes procuravam por alimentos orgânicos, foram obtidos que 37% responderam que sim, e 63% disseram que os clientes não perguntavam. Quando questionados sobre o motivo da pouca procura por alimentos

orgânicos, as respostas obtidas é que seria a falta de informações e os preços. Organisi (2017), confirmou que a falta de informação, falta de preços acessíveis, falta de lugares próximos e a falta de confiança, são os principais entraves para o aumento do consumo destes alimentos.

Segundo os comerciantes, os fatores que mais influenciam os clientes no momento das compras são os financeiros, a qualidade, prazo de validade, odor, variedade e conforto, dentre estes, o preço, foi mais apontado. No gráfico 18, pôde-se observar que a maioria (87%) dos comerciantes afirmaram que os clientes estariam dispostos a pagar mais caro, dependendo do preço e da qualidade, já 13% não demonstraram interesse em pagar mais por esses alimentos.

A maioria dos comerciantes responderam que poderiam ter o interesse em oferecer os produtos orgânicos, no entanto, dependeria da demanda por parte da população. E como a população no momento não apresenta interesse, demorará um pouco mais o crescimento do comércio de orgânicos no município.

Os comerciantes relataram pelo menos uma vantagem do consumo de orgânicos, sendo que 75% afirmaram que conhecem alguma vantagem desses alimentos, enquanto isso, 25% responderam que não. A vantagem citada foi a mesma vista até agora, que eram alimentos saudáveis. Diferentemente, Sampaio *et al.* (2013), em uma pesquisa com consumidores adeptos de orgânicos, em Juiz de Fora- MG, relata que os mesmos se preocupam como conceito de alimento orgânico, com quem produz, com a qualidade, com o bem à saúde, com o acesso ao varejo e a variedade dos produtos.

No mercado 2, afirmou-se que comercializavam o arroz, o açúcar e às vezes hortaliças orgânicas, no entanto, no momento da visita apenas estavam à disposição os grãos de quinoa, um tipo de cereal, com selo orgânico, conforme a figura 3. Então, no mercado 2, se teve a comprovação da venda de orgânicos, pela observação e registo do selo.

Figura 3: Fotos obtidas do mercado 2



Fonte: Mercado 2

Nos mercados 3 e 4, os proprietários afirmaram não vender esses alimentos. Nos outros mercados que afirmaram vender alimentos orgânicos não foi identificado o selo de orgânicos em seus produtos. No supermercado 6, a informação obtida foi que a parte de hortaliças e frutas não eram orgânicas. No entanto, pela observação e ajuda de um responsável no local foi possível identificar alguns produtos com o selo de orgânico, como mostrado na figura 4.

Figura 4: Fotos obtidas no mercado 6

Fonte: Autora, 2019

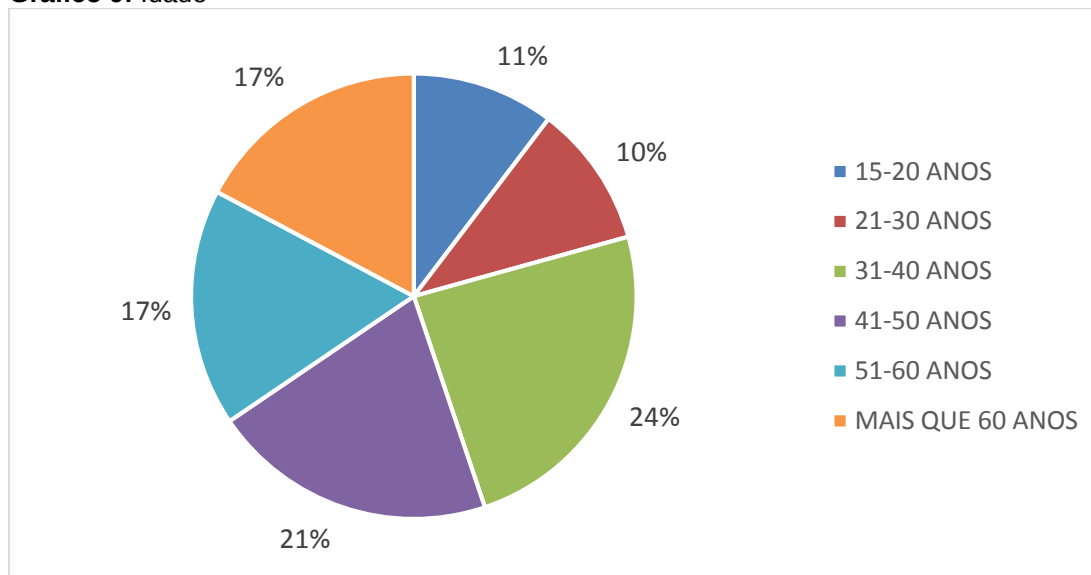
5.4 RESULTADOS DAS ZONAS RURAIS

Nas zonas rurais visitadas a quantidade de homens e mulheres entrevistados fora de 39% e 61%, respectivamente.

Já o gráfico 9, apresenta a idade dos entrevistados nas zonas rurais, indicando valores próximos. A maioria (24%) continha entre 31 a 40 anos, 11% de 15 a 20 anos, 17% acima dos 60 anos, 21% variando de 41 a 50 anos. No estudo de Graff, 2015, a idade dos consumidores de orgânicos varia de 27 a 70 anos, a maioria mulheres, sendo que parte, só consomem orgânicos, e se não encontrarem, não vão optar pelos convencionais, outros já optariam pelos convencionais, e a outra parte comprariam orgânicos se o produto estiver visível e permitir ser de fácil acesso, do contrário comprariam o convencional. Na verdade, no caso em estudo, observou-se que os consumidores de orgânicos se dá de forma aleatória, pois a parte que

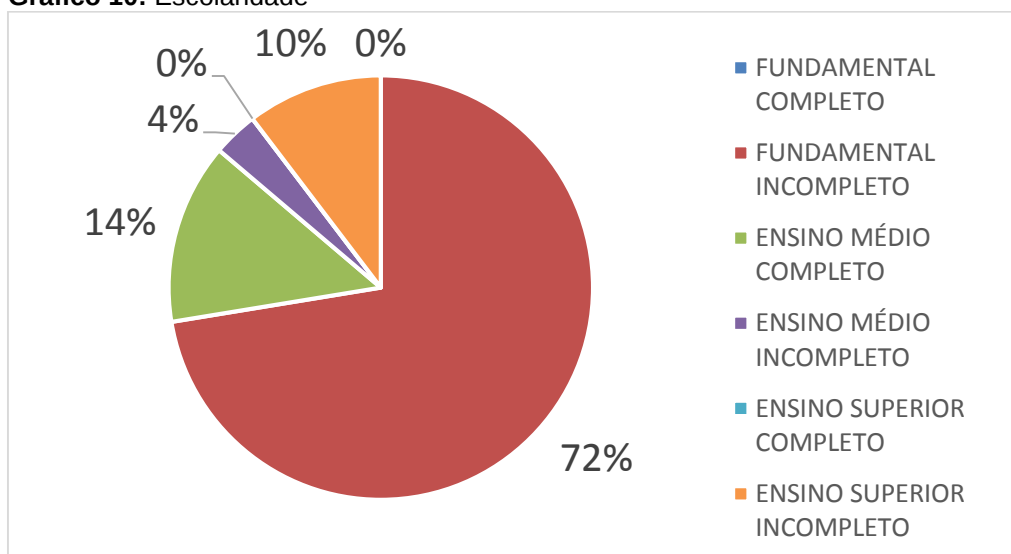
consome é devido o cultivo em casa, e não por uma adesão consciente de todas as qualidades e vantagens que esses produtos podem proporcionar.

Gráfico 9: Idade



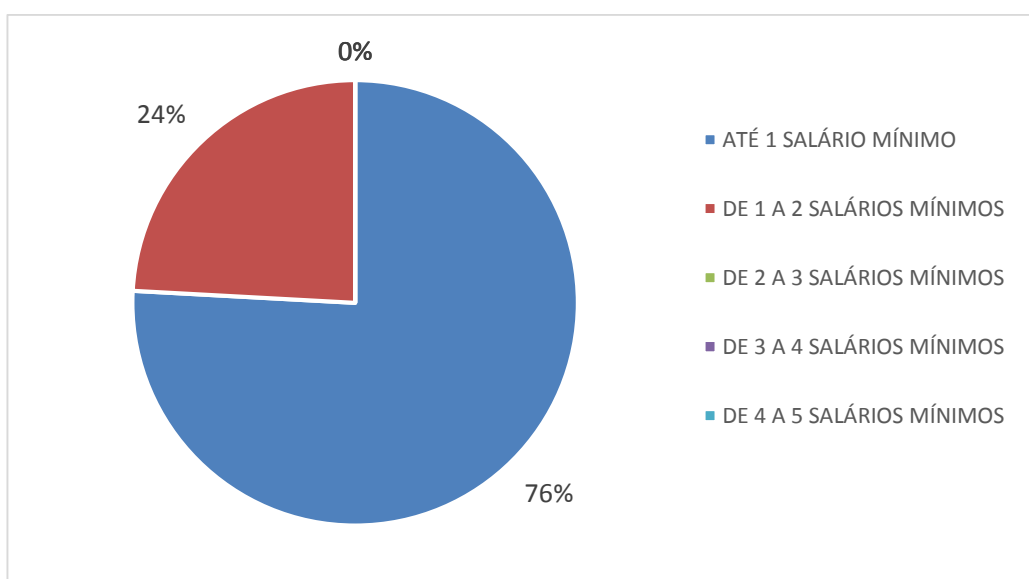
Fonte: Autora, 2019

As entrevistas (Gráfico 10) aos moradores apontou que a maioria desiste dos estudos no ensino fundamental, indicando 72%, 14% possuíam ensino médio completo, 4% médio incompleto, 10% tinham superior completo. Momesso *et al.* (2009), declara que os consumidores de orgânicos são normalmente os que possuem ensino superior completo (67,86%), ganhando mais de 12 salários mínimos, superior incompleto (14,28%) de 9 a 10 salários, ensino médio incompleto (7,14%) de 6 a 8 salários, médio completo (7,14%) de 3 a 5 salários, e ensino fundamental incompleto (1,79%) com renda menor que 2 salários mínimos. Disso, tem-se que, quanto maior a renda e a escolaridade, maior será o consumo de orgânicos, segundo os dados. Salienta-se que nem sempre pode acontecer dessa forma. Constata-se que os consumidores das zonas rurais possuem renda baixa (76%), de até um salário mínimo e ensino fundamental incompleto (72%), no entanto, consome produtos orgânicos. Porém, esse consumo se deve mais ao hábito de cultivar em casa.

Gráfico 10: Escolaridade

Fonte: Autora, 2019

De acordo com os dados (gráfico 11), 76% dos moradores das zonas rurais visitadas, ganham em média um salário mínimo por mês e 24% de 1 a 2 salários mínimos. Isso mostra, que as rendas nessas áreas são baixas, o que contribui para influenciar as compras de produtos menos onerosos e o cultivo em casa. Em conformidade, Smolinski *et al.* (2011), relata que existe uma relação entre nível de renda e disposição para pagar a mais por produtos orgânicos, em que um aumento significativo no salário, a disposição em pagar mais caro seria maior. Novamente reafirmando que a renda interfere na opção das compras.

Gráfico 11: Renda

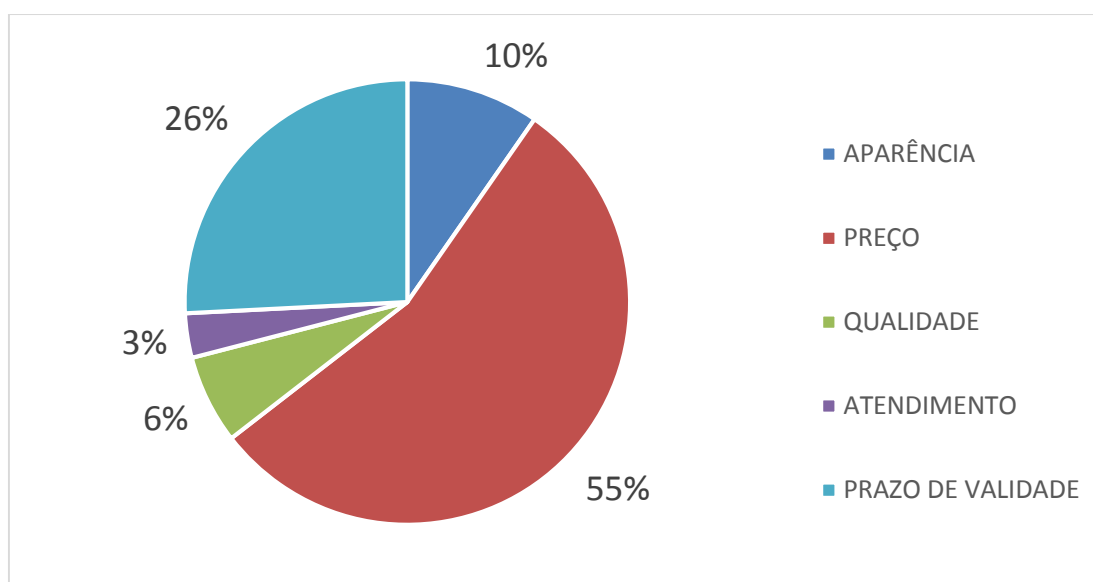
Fonte: Autora, 2019

Quando questionados sobre se costumam ler os rótulos dos produtos a maioria (69%) dos entrevistados responderam que sim, porém, por motivo somente correspondente a validade do produto, e 31% não observam. Segundo os entrevistados é um hábito olhar a validade, pois os produtos na promoção sempre estão perto de vencer.

Quando questionados sobre o que mais os influenciam nas horas das compras, por ser uma questão aberta, os resultados foram o seguinte. De acordo com o gráfico 12, a aparência (10%), o preço (55%), qualidade (6%), atendimento (3%) e prazo de validade (26%), são os fatores que mais pesam no momento das compras. Com destaque para o preço, seguido da validade.

Para Figueiró *et al.* (2012), os atributos aos quais os consumidores apontam como relevantes são sequencialmente, os livres de agrotóxicos, alimento Saudável, cuidado no plantio, sabor, atributos físicos, durabilidade maior e a procedência. No entanto, esses atributos são citados por adeptos de orgânicos. Enquanto os que não consomem e não sabem do benefício dos orgânicos, apontam fatores como a qualidade e preço.

Gráfico 12: O que influência na hora das compras?

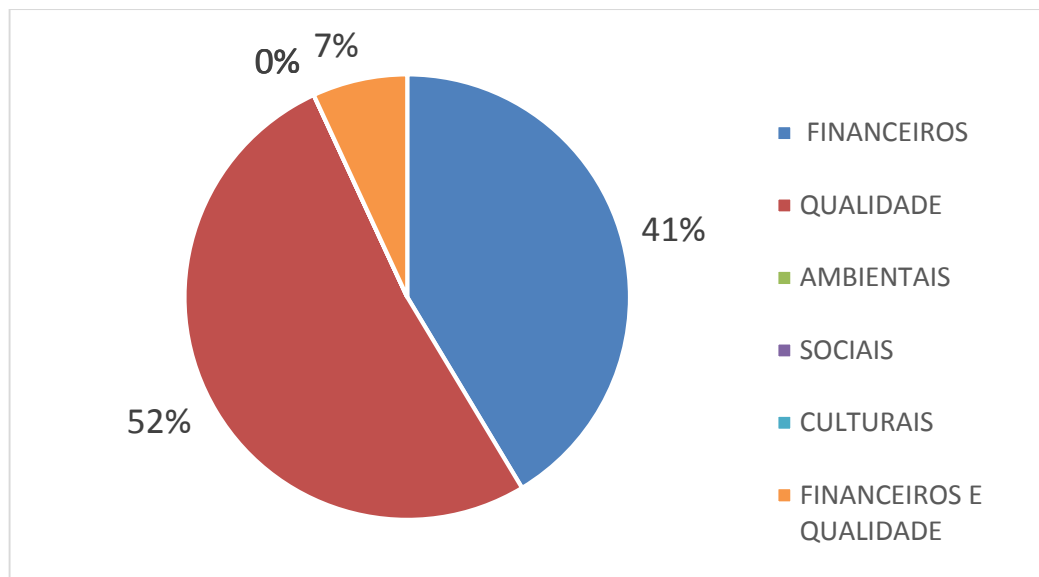


Fonte: Autora, 2019

Após, quando interrogado sobre outros fatores, a resposta foi apenas a qualidade (52%) e o financeiro (41%), não sendo escolhido nenhuma das outras

opções (Gráfico 13). Desse jeito, foi identificado a não atribuição de fatores ambientais nos dados. O resultado só prova que os consumidores não têm o conhecimento real das características dos alimentos orgânicos.

Gráfico 13: Fatores que influenciam nas compras



Fonte: Autora, 2019

Os entrevistados responderam que pagariam mais caro por um alimento mais saudável (100%). Colaborando, Figueiró *et al.* (2012), afirma que os entrevistados estão dispostos a pagar mais pelos alimentos desta natureza, pelos benefícios recebidos em contrapartida e explicam que vale a pena, pois são alimentos com qualidade, menos agressivos à natureza, sem agrotóxicos, que contribuem para o bem-estar pessoal e valoriza o trabalho do próprio produtor. De acordo com Sampaio *et al.* (2013), os consumidores estariam dispostos a pagar a mais até 20% por um alimento orgânico.

Quando questionados sobre o que é um alimento orgânicos, 48% dos entrevistados responderam saber o que é um alimento orgânico, enquanto isso, 52% desconhecem.

Quando questionados sobre o cultivo de alimentos em casa, 69% responderam cultivar algum tipo de alimento, enquanto, 31% não cultivam. Dos que responderam já ter consumido algum alimento em casa, citaram frutas (acerola, goiaba, cajú, ciriguela, coco), legumes (batatas, pimentão, pimentinha), hortaliças (cheiro verde, cebolinha), feijão, milho e arroz. Com destaque para frutas e hortaliças. Apenas, um

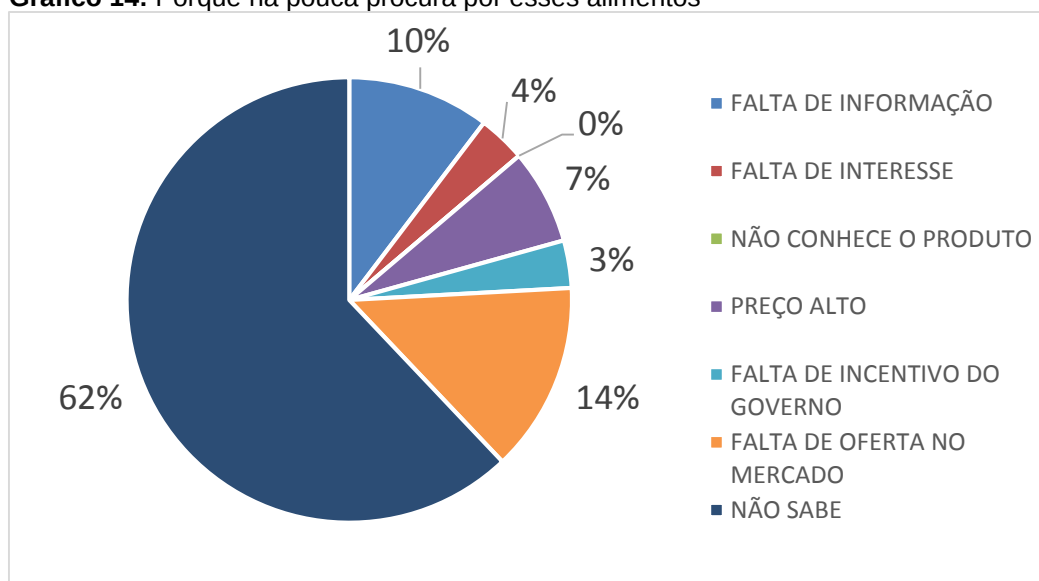
único morador dos entrevistados disse usar produtos químicos. Alguns costumam cultivar plantas não frutíferas. Segundo um levantamento feito, a alface foi o orgânico mais consumido seguido de frutas e legumes (ORGANIS, 2017).

Em relação a frequência do consumo, alguns disseram que era regularmente, pois era plantado para o consumo próprio, outros, poucas vezes. Foi unânime, (100%) não conheciam nenhuma marca dos produtos orgânicos, o que mostra a falta de informação e divulgação desses produtos no município.

Foi identificado que apenas 24% souberam dizer pelo menos uma vantagem dos orgânicos, a qual foi o benefício à saúde e os outros que disseram conhecer os produtos não souberam descrever. No estudo de Graff (2015), os entrevistados, quando questionados sobre os principais motivos que despertam o interesse pelo produto orgânico, responderam que é a busca pela saúde e o bem-estar. Desta maneira, a saúde seria o fator mais relevante para a escolha dos orgânicos, segundo as duas pesquisas.

Com relação aos motivos pela pouca procura por esses alimentos (Gráfico 14), 62% dos moradores não sabiam responder, 10% falta de interesse, 7% apontaram o preço alto, 4% falta de interesse e 3% pela falta de incentivo do governo. Sampaio *et al.* (2013), corrobora relatando que um específico consumidor de orgânicos, quando viaja ao exterior traz alimentos orgânicos que no Brasil são mais caro ou não são encontrados.

Gráfico 14: Porque há pouca procura por esses alimentos



Fonte: Autora, 2019

Para melhor entendimento, no quadro 5, está um resumo dos resultados obtidos dos entrevistados nas zonas rurais.

Quadro 5: Resumo dos resultados dos consumidores das zonas rurais

QUESTIONAMENTOS	RESPOSTAS
Idade	24%, entre 31 a 40 anos
Escolaridade	72%, possuíam ensino fundamental incompleto
Renda	76%, até um salário mínimo
Fatores que influenciam nas compras	52%, apontaram a qualidade
Conhecimentos sobre os alimentos orgânicos	52%, desconhecem o significado de orgânico
Cultivam algum alimento em casa	69%, cultivam algum tipo de alimento e apenas um respondeu que usava agrotóxicos
Sabe dizer alguma vantagem dos orgânicos	24%, indicaram apenas o benefício a saúde
Porque há pouca procura por esses alimentos	62%, apontaram a falta de informação

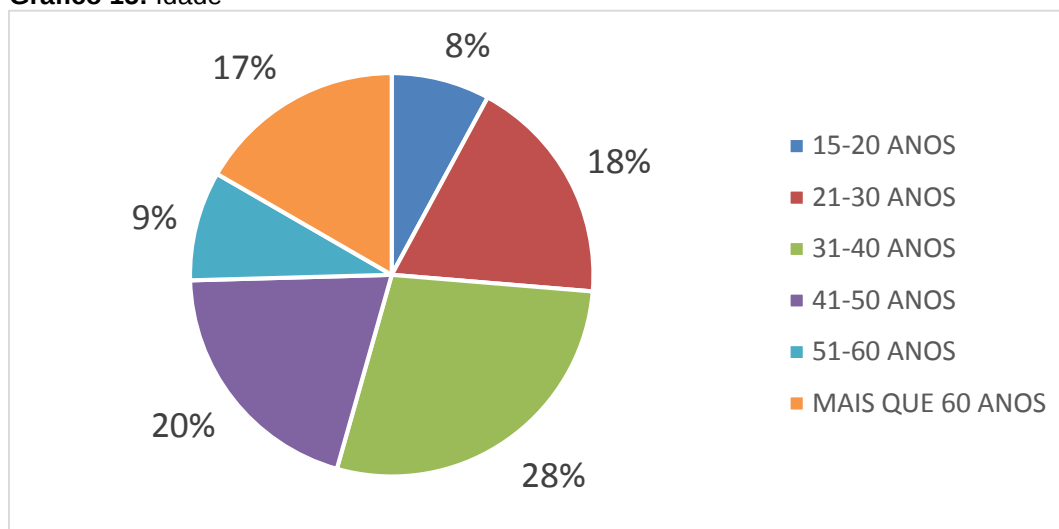
Fonte: Autora, 2019

5.5 RESULTADOS DOS CONSUMIDORES

Dos consumidores entrevistados no centro da cidade, mulheres (62%) e homens (38%) entrevistados. Teixeira e Garcia (2013), em um estudo realizado na cidade de Cascavel-PR, observou que a composição dos consumidores de orgânicos é predominantemente do sexo feminino (67%) e casados (45,24%). No caso estudado, quantidade de mulheres foi bem maior, porém os adeptos de orgânicos tem um valor bem reduzido.

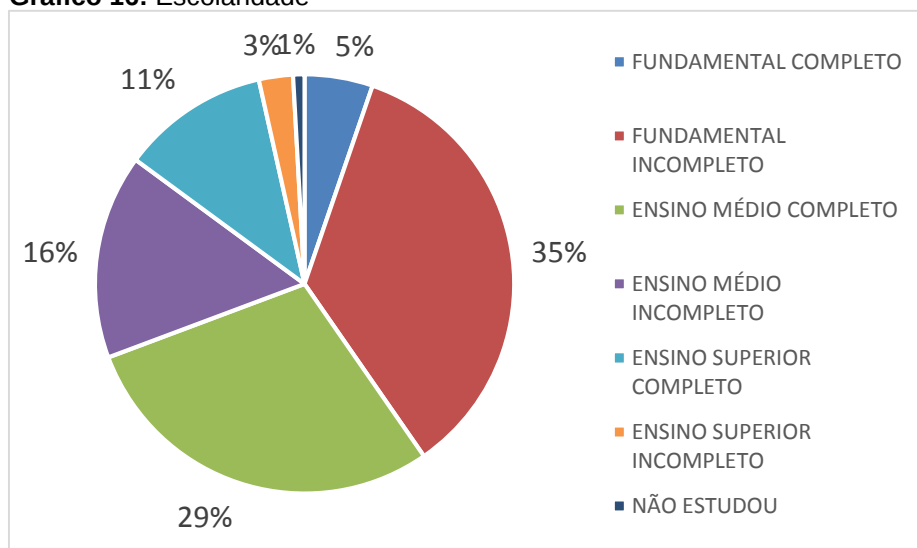
Os entrevistados residiam em 16 cidades distintas: Martins, Pilões, Francisco Dantas, Riacho de Santana, Severiano Melo, Alexandria, Coronel João Pessoa, José da penha, Riacho da cruz, Encanto, São Francisco do Oeste, Fortaleza, Limoeiro do Norte, Ererê, Tenente Ananias e é claro, Pau dos Ferros. Assim, confirmando o quanto a população circulante de Pau dos Ferros é variada. Dessa maneira, muito mais propícia há uma maior demanda de produtos diversos.

A idade dos consumidores variou de 15-20 anos (8%), 21 a 30 anos (18%), 31 a 40 (28%) anos, 41 a 50 (20%) anos, de 51 a 60 (9%) anos e 17% superior a 60 anos. Diante disso, a maior parte dos entrevistados possuem idade entre 31 e 40 anos (Gráfico 15).

Gráfico 15: Idade

Fonte: Autora, 2019

No gráfico 16, indica que 35% dos entrevistados possuem ensino fundamental incompleto, 29% médio completo, 16% médio incompleto, 11% superior completo e 1% não estudou.

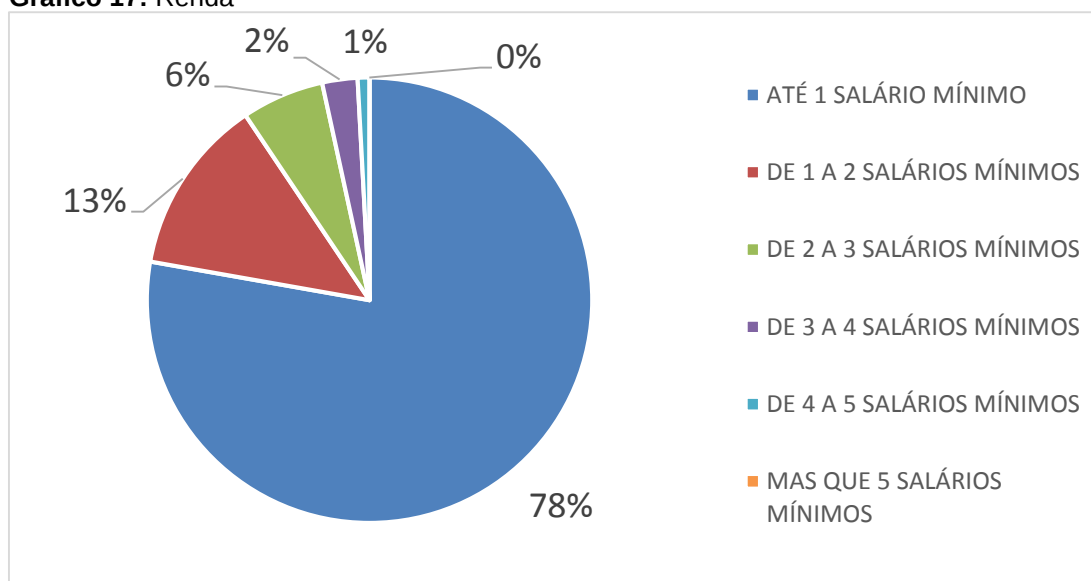
Gráfico 16: Escolaridade

Fonte: Autora, 2019

O nível de renda (Gráfico 17) desses consumidores foram os que mais variaram até agora. Sendo 78% até um salário mínimo, 13% de 1 a 2 salários mínimos, 6% de 2 a 3 salários, 2% de 3 a 4 salários e 1% de 4 a 5 salários mínimos. Smolinski, *et al.* (2011), obteve que, 42% dos entrevistados recebem mais que 10 salários mínimos e, considerando apenas esta classe, eles estariam dispostos a pagar 44,29% a mais

por produtos orgânicos em relação aos preços dos produtos convencionais. Já para as classes de até 2 salários mínimos e de 2 a 4, estariam dispostos a pagar pelo menos 10% a mais, uma vez que na entrevista havia a opção de não pagar nada a mais, isto é, só consumir pelo mesmo valor dos produtos convencionais. Assim, os consumidores que apresentam maior renda sempre estão mais dispostos a pagar um preço mais alto.

Gráfico 17: Renda



Fonte: Autora, 2019

Todos os entrevistados responderam que nunca olham as embalagens dos produtos para saber sua procedência. Alguns dos entrevistados apontaram que olhavam apenas a data de validade dos produtos e o preço.

Quando se perguntou a respeito sobre o que são os alimentos orgânicos, 60% não souberam responder, e 40% diziam sabe do que se tratava. O que comprova que a maioria dos consumidores não adquiriram conhecimento sobre os orgânicos. A maioria dos entrevistados caracterizam estes produtos como “ aqueles que não tem agrotóxicos”. Batista, *et al.* (2013), reafirma que a maioria das pessoas e produtores caracterizam o produto orgânico, como aquele livre de agrotóxicos, no entanto, para a produção de orgânicos faz-se necessário que o produtor aplique uma série de procedimentos no sistema agrícola, para que assim, possa ser considerado 100% orgânico.

Ao questionar todos os consumidores em relação ao conhecimento sobre alguma marca de produtos orgânicos, 99% afirmaram não conhecer nenhuma, e

apenas um consumidor do sexo masculino, com idade entre 31- 40 anos, disse que já consumiu alimentos da marca tribos, a qual foi encontrada no supermercado 2, e foi possível a visualização do selo orgânico. Batista, et al. (2013), colabora ressaltando que o conhecimento dos selos orgânicos é escasso, ou seja, se o selo orgânico é algo nacional e as pessoas não tem conhecimento, pior ainda terão em relação as marcas existentes.

Paralelamente, a pesquisa apontou que 98% dos consumidores nunca viram ou ouviram nenhuma propaganda sobre alimentos orgânicos em Pau dos Ferros, e 2% dizem já ter visto alguma propaganda. Assim, os números de conhecedores destes produtos são poucos. Pelos dados, pode-se observar que talvez essa falta de conhecimento seja devido à falta de anunciantes e oferta no mercado.

Alguns consumidores (27%) indagaram ter consumido algum tipo de alimento orgânico. E os outros 73% não consumiram, ou pelo menos não sabem se consumiram. Pelas respostas obtidas, os consumidores não têm muito conhecimento no assunto, pois podem ter consumido algum tipo de alimento orgânico (sem agrotóxicos) e não relacionar. Trovão e Tonin (2013), afirmam em uma entrevista aplicada a um produtor, que não houve aumento significativo na produção de orgânicos, pois, o sítio tem área pequena e não comporta uma produção muito maior do que a já existente. Um dos entrevistados da zona rural da comunidade barragem, indagou a pouca oferta desses produtos seria decorrente da falta de apoio do governo, pois a produção orgânica demanda muito investimento e recursos humanos.

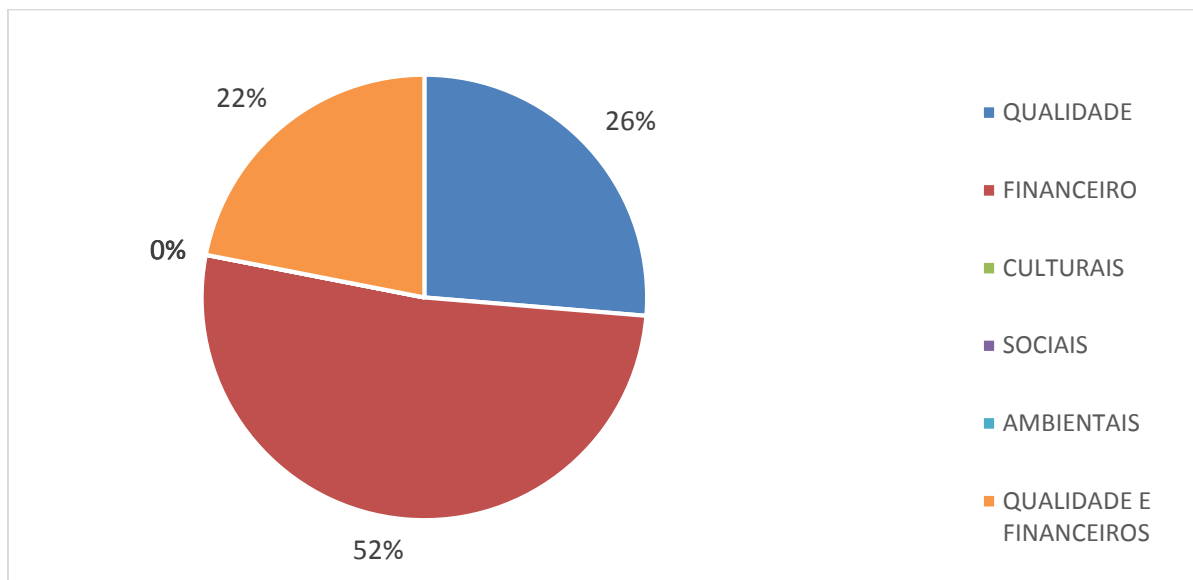
Quando os consumidores foram questionados sobre o quais produtos eles já consumiram ou consomem de orgânicos, os mais apontados foram frutas, hortaliças, batata, feijão, milho, em que eram ou são decorrentes do cultivo em casa ou na roça. Para a frequência que consumiam tais produtos, alguns era frequente e outros raramente.

Esses resultados mostram o quanto a população é desinformada quando se trata de alimentos orgânicos. Se houvesse propaganda e a oferta do produto no município mais pessoas teriam conhecimento sobre o assunto, e assim, poderiam se tornar adeptos dessa linha. E dessa forma, esse mercado em Pau dos Ferros e região teria algum crescimento significativo. E entre os motivos pelo qual os consumidores olham os rótulos, foram o prazo de validade e o preço.

No gráfico 18, se encontra a relação dos fatores que influenciam os consumidores. Os quais o financeiro se sobressaia com 52%, a qualidade com 26%

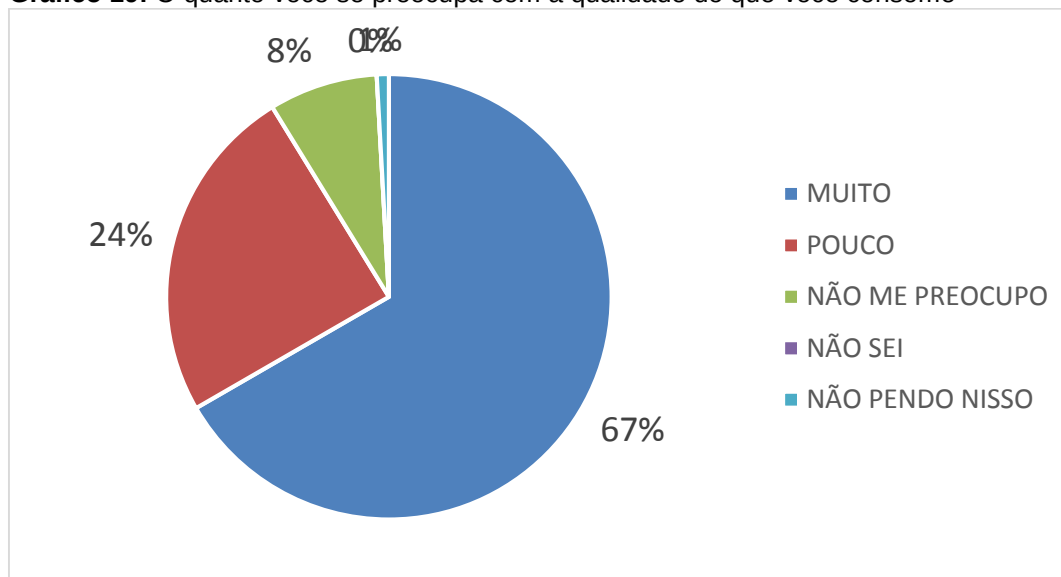
e 22% apontaram a que a qualidade e o financeiro sempre andam em conjunto. Mesmo assim, uma pesquisa realizada por Lacerda *et al.* (2016), aponta que os principais motivos para comprar alimentos orgânicos são ainda a saúde e segurança do produto, pois pode prevenir doenças.

Gráfico 18: Fatores que influenciam os consumidores no momento das compras



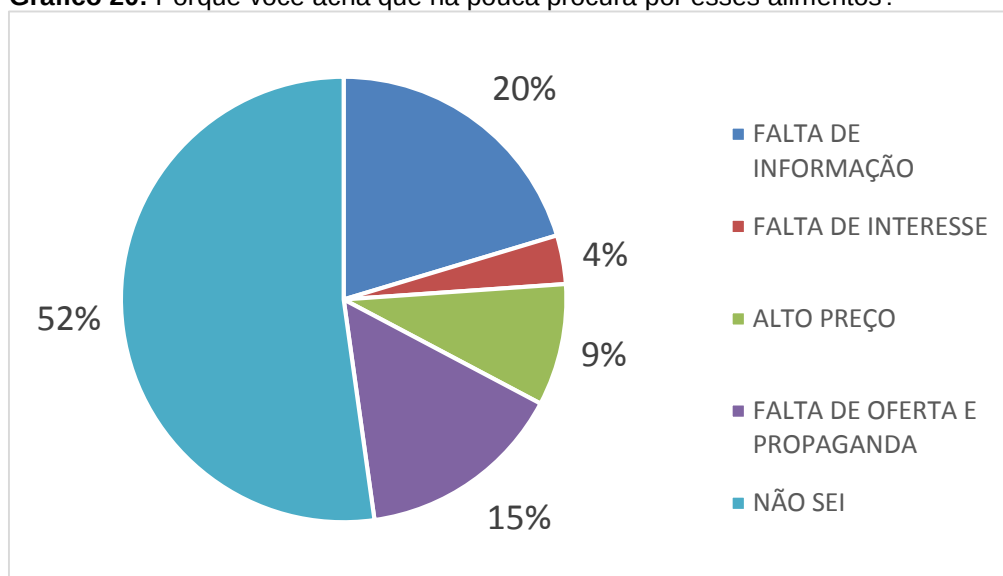
Fonte: Autora, 2019

No gráfico 19, observa-se o resultado quanto a preocupação dos consumidores em relação a qualidade dos produtos que consomem. 67% responderam que se preocupam muito, 24% pouco, 8% diz não se preocupar e 1% diz que não pensa nisso. Observa-se que em relação a qualidade e preço, este último sempre se revelou como fator fundamental e decisivo, pois mesmo os que responderam que se preocupavam muito com a qualidade, percebeu-se que existia uma contrariedade nas respostas.

Gráfico 19: O quanto você se preocupa com a qualidade do que você consome

Fonte: Autora, 2019

Os consumidores indicam que os motivos pela pouca procura por esses alimentos se deve à falta de informação (20%), a falta de interesse (4%), pelo preço alto (9%), falta de propaganda e oferta (15%) e 52% não souberam responder (gráfico 20).

Gráfico 20: Porque você acha que há pouca procura por esses alimentos?

Fonte: Autora, 2019

No quadro 6, mostra um resumo das entrevistas com os consumidores.

Quadro 6: Resumo dos resultados dos consumidores

QUESTIONAMENTOS	RESPOSTAS
Idade	28%, entre 31 a 40 anos
Escolaridade	35%, ensino fundamental incompleto
Renda	78%, de até um salário mínimo
O que é um alimento orgânico?	60%, não sabem do que se trata
Já viram alguma propaganda ou anúncio desses alimentos?	98%, nunca viram nenhuma propaganda
Já consumiu algum alimento orgânico?	27% afirmaram que alguma vez já consumiram (frutas, legumes, feijão, milho)
Fatores que influenciam nas compras	52%, indicaram o preço
Por que há pouca procura por esses alimentos?	52%, não sabiam responder

Fonte: Autora, 2019

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa indicou que a maioria dos consumidores entendem como alimentos orgânicos aqueles apenas livres de agrotóxicos, e apontam como única vantagem de seu consumo, o benefício à saúde humana. Dessa forma, foi identificado que o perfil desses consumidores, estão entre 31 a 40 anos, moradores das zonas rurais, com renda de até um salário mínimo mensal e com ensino fundamental incompleto. Os fornecedores encontrados que oferecem produtos com certificação foram apenas dois supermercados, que oferecem o açúcar, biscoito, salgadinhos e cereais. No entanto, pode-se perceber que as vendas são bem discretas, sem nenhuma propaganda ou cartaz anunciando esses produtos. Durante a pesquisa, foi identificado que a maioria dos entrevistados não sabiam o verdadeiro significado de um alimento ser orgânico, nem suas vantagens, bem como suas exigências para adquirir o selo.

A pesquisa indicou que a falta de informação pode ser o principal fator para a demanda desses alimentos na cidade ser reduzida. Os consumidores apontaram que a qualidade e, principalmente o preço, são fatores influenciadores significativos nas compras, seguido da renda. O agricultor apresentou uma das condições para se obter um produto orgânico, no entanto, não consegue seguir todas as regras essenciais. Ainda, dedica a maior parte da sua produção para consumo próprio e a outra parte, vende aos que o procuram. Na feira livre, sendo o lugar mais propício para a oferta de

orgânicos, não se atingiu resposta satisfatória, pois não eram aderentes ao sistema e não se pôde encontrar alimentos com selo de certificação de orgânicos.

O município de Pau dos Ferros precisa de incentivos, como por exemplo, programas do governo, para apoiar os pequenos agricultores e uma linha de marketing desses alimentos para exibi-los a população. Basicamente, os consumidores procuram por alimentos baratos e com qualidade regular, pois mesmo querendo pagar mais caro, o nível de renda os impede. Porém, como já é considerado uma cidade polo e comercial entre as demais do entorno, e se dispuser do estímulo correto, pode acontecer de se tornar um excelente município de oferta desses produtos e se tornar inspiração para outros.

Diante disso, na constituição de um outro trabalho nessa temática, seria interessante, a buscar por agricultores familiares que poderiam se interessar em adequar seus sistemas de produção em busca do selo de certificação de alimentos orgânicos. E assim, vender seus produtos na feira livre do município ou procurar por vendedores que estejam dispostos a trabalhar com esses alimentos e dessa maneira oferecer um alimento de qualidade para os consumidores.

REFERÊNCIAS

ABRASCO- Associação Brasileira de Saúde Coletiva. **Dossiê ABRASCO: um alerta sobre os impactos dos agrotóxicos na saúde**. Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio - Rio de Janeiro: EPSJV; São Paulo: Expressão Popular, 2015.

ALTIERI, M. **Agroecologia: A Dinâmica Produtiva da Agricultura Sustentável**. 5.ed. – Porto Alegre, RS: Editora da UFRGS, 2004.

BATISTA, K.C. P. *et al.* **Certificação Orgânica e suas diretrizes: um estudo na Associação Comunitária de Agricultores Familiares do Perímetro e Adjacências – Pau dos Ferros/RN**. REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO AMBIENTAL– GRUPO VERDE DE AGROECOLOGIA E ABELHAS– POMBAL – PB. Editora do GVAA. V. 7, n. 2, p. 01-07, 2013. ISSN 2317-3122.

BOLFARINE, H.; BUSSAB, W.O. **Elementos de Amostragem**. São Paulo: Blucher, 2005.

BOTONAI, A; POLYMEROS, K; TSAIRIDOU, E; MATTAS, K. **The Role Of Certification Of Food Quality In Consumers' Food Choices**. 2006. British Food Journal Vol. 108 Edição: 2, pp.77-90. Disponível em: https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/00070700610644906?utm_source=TrendMD&utm_medium=cpc&utm_campaign=British_Food_Journal_TrendMD_0&WT.mc_id=Emhttps://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/00070700610644906?utm_source=TrendMD&utm_medium=cpc&utm_campaign=British_Food_Journal_TrendMD_0&WT.mc_id=Emerald_TrendMD_0erald_TrendMD_0. Acesso dia 02 março. 2019.

BRASIL. **Lei Federal nº 10831 de 23 de dezembro de 2003**. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Brasília.

BRASIL. **Lei nº 7802 de 11 de julho de 1989**. Dispõe sobre a pesquisa, a experimentação, a produção, a embalagem e rotulagem, o transporte, o armazenamento, a comercialização, a propaganda comercial, a utilização, a importação, a exportação, o destino final dos resíduos e embalagens, o registro, a classificação, o controle, a inspeção e a fiscalização de agrotóxicos, seus componentes e afins, e dá outras providências. Brasília, Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7802.htm. Acesso em: 02 março. 2019.

BRASIL. **Decreto-lei nº 4074 de 4 de janeiro 2002**. Dispõe sobre a pesquisa, a experimentação, o manejo, a embalagem e rotulagem, comercialização, a propaganda comercial, a utilização, a importação, a exportação, o registro, a classificação, o controle, a inspeção e a fiscalização de agrotóxicos, seus componentes e afins, e dá outras providências. Brasília, Presidência Da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/d4074.htm. Acesso em: 02 março. 2019.

BRASIL. Ministério Da Agricultura, Pecuária E Abastecimento. **Instrução Normativa Nº 19, De 28 De Maio De 2009**. Dispõe de Mecanismos De Controle E Informação Da Qualidade Orgânica.

BRASIL. Ministério Da Agricultura, Pecuária E Abastecimento. **Instrução Normativa Nº 46, de 6 de outubro DE 2011**. Estabelece o Regulamento Técnico para os Sistemas Orgânicos de Produção.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Vigilância em Saúde Ambiental e Saúde do Trabalhador. **Relatório Nacional de Vigilância em Saúde de Populações Expostas a Agrotóxicos**. Agrotóxicos na ótica do Sistema Único de Saúde / Ministério da Saúde, Secretaria de Vigilância em Saúde, Departamento de Vigilância em Saúde Ambiental e Saúde do Trabalhador. Brasília: Ministério da Saúde, 2018.

CARDOSO, T. L. **Evolução dos padrões alimentares e sua influência no mercado alimentos saudáveis**. Universidade Federal do Paraná. Monografia. Curitiba, 2016.

CHYSSOHOIDIS, G; KRYSTALLIS, A. **Consumers' Willingness To Pay For Organic Food: Factors that affect it and variation per organic product type.** British Food Journal Vol. 2005. 107 Ed.: 5, pp.320-343. Disponível em: <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/00070700510596901>. Acesso dia 02 março. 2019.

DEMELO É.; AGUIAR, J. M.; SILVA, M.; GUEDES, W. A. **A Qualidade Dos Produtos Orgânicos E O Nível De Conhecimento Da População De Palmas Sobre Os Benefícios De Seu Uso Na Alimentação Diária.** Palmas, Tocantins. 2010.

DIAS, V. V; SCHULTZ, G; SCHUSTER, M. S; RÉVILLION, J. P. **The organic food market: a quantitative and qualitative view of international publications.** *Ambiente & Sociedade*. Versão impressa. vol.18 no.1 São Paulo. Jan./Mar. 2015. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-753X2015000100010. Acesso em 02 março. 2019.

EHELRS, E. **Agricultura sustentável: origens e perspectivas de um novo paradigma.** São Paulo, 1996.

FARIAS, F. T. **Comércio e cidade: processos e formas espaciais em Pau dos Ferros/RN.** Dissertação. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2015.

FIGUEIRÓ, *et al.* **Motivações e Valores Determinantes para o Consumo de Alimentos Orgânicos.** XXXVI Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro, 2012.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisas.** 4ª edição. Editora- Atlas. São Paulo, 2002.

GUIVANT, J. S. **Os Supermercados Na Oferta De Alimentos Orgânicos: apelando ao estilo de vida Ego-Trip.** *Ambiente & Sociedade* – Vol. VI nº. 2. Programa de Pós-graduação em Sociologia Política. 2003.

GRAFF, V. **Atitudes E Motivações Em Relação Ao Consumo De Produtos Orgânicos Em Arroio Do Meio/RS.** 2015. 68 pág. Monografia. Centro Universitário Univates. Curso De Administração Com LFE Em Turismo, Lajeado, 2015.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **População estimada.** Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estimativas da população residente. 2017.

IDEMA. INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E MEIO AMBIENTE DO RIO GRANDE DO NORTE. **Perfil do Seu Município: Pau dos Ferros.** vol.10, 2008.

LACERDA, J. O. S. *Et Al.* **“Antropocêntricos Ou Ecocêntricos?”: As Motivações Dos Consumidores Para a Compra De Alimentos Orgânicos Em Uma Feira De Recife/Pe.** Revista Eletrônica Gestão & Sociedade, V.10, N.25, Pernambuco, 2016 P. 1255-1273.

MAPA-Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento -. 2015.

MAPA- Ministério da Agricultura, **Pecuária e Abastecimento. 2016. Cadastro Nacional de Produtos Orgânicos.** Disponível em:

<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos/cadastro-nacional-produtores-organicos>. Acesso em: Acesso em 1 de março 2019.

MOMESSO, C. M. V.; ROEL, A. R.; FAVARO, S. P. **Levantamento Do Potencial De Comercialização De Produtos Orgânicos Para O Estado De Mato Grosso Do Sul.** Campo Grande, v. 10, 2009.

NETTO, G. F. **Agrotóxicos x Saúde pública.** Ministério da Saúde. Departamento da Vigilância em Saúde Ambiental e Saúde do Trabalhador. Brasil. 2012.

NGOBO, P. V. **What Drives Household Choice of Organic Products in Grocery Stores?. Journal of Retailing** (90–100). 2011.

ORGANICSNET. **Manual de Certificação de Produtos Orgânicos.** 2010.

Disponível em: <http://www.organicsnet.com.br/certificacao/manual-certificacao/>. Acesso em 14 novembro 2018.

ORGANIS- CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL. Consumo de Produtos Orgânicos no Brasil. 2017

PARA- Programa De Análise De Resíduos De Agrotóxicos Em Alimentos. Agencia Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) Brasília, 2013.

PESSOA, C. V. G; GOMES, H. P. R. **Pau dos Ferros/RN: uma cidade Pequena com características de cidade média. I Congresso Internacional da Diversidade do Semiárido/ I CONIDIS. Diversidade: aprender o semiárido, no semiárido e com o semiárido.** Pau dos Ferros, 2016.

PORTAL BRASIL. **Em um ano, total de produtores orgânicos cresce 51%.**

Economia e emprego. 2015. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2015/03/em-um-ano-total-de-produtores-organicos-cresce-51>. Acesso em 14 de novembro. 2019.

REVISTA GLOBO RURAL 2015. 5 empresas de orgânicos que estão diversificando seus produtos. Disponível em:

<https://revistagloborural.globo.com/Noticias/noticia/2015/05/5-empresas-de-organicos-que-estao-diversificando-seus-produtos.html>. Acesso em 1 de março 2019.

SAMPAIO, D. O. **Consumo de alimentos orgânicos: um estudo exploratório.** Revista Administração em Diálogo. Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Vol.15, n.1, Jan/Fev/Mar/Abr 2013, p.01-22. ISSN 2178-0080,

SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2017. **O mercado para os produtos orgânicos está aquecido.** Disponível em:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-mercado-para-os-produtos-organicos-esta-aquecido,5f48897d3f94e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em 28 fevereiro 2019.

SEPLAG- SECRETARIA DE ESTADO DE PLANEJAMENTO E ORÇAMENTO DO DISTRITO FEDERAL. **O Mercado de Produtos Orgânicos: Mecanismos de Controle**. Brasília, 2015.

SILVA, C. C. S; OLIVEIRA, B. B. **Associação entre consumo alimentar e segurança alimentar e nutricional em São José dos Ramos – PB**. Brazilian Journal Food Technology. José dos Ramos, PB, 2012.

SILVEIRA, D. T; CÓRDOVA, F. P. **Métodos de pesquisa**. Editora UFRGS. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 1ª edição, 2009.

SOUZA, C. V. C. **AGRICULTURA ORGÂNICA: alternativas, obstáculos e desafios nas comunidades do Assentamento Carrasco, Sítio Ribeiro e São Tomé em Alagoa Nova (PB)**. Monografia. UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA. GUARABIRA – PB, 2011.

SOUZA, A. R. D. **Análise do comportamento do consumidor e do Produtor/comercializador de hortifrutis orgânicos da região metropolitana de Belo Horizonte**. Universidade FUMEC. Dissertação. Belo Horizonte – MG, 2011.

SMOLINSKI, R; GUERREIRO, E; RAIHER, A. P. **Análise do mercado de produtos orgânicos: estudo de caso de feira em Ponta Grossa, PR**. Desenvolvimento e Meio Ambiente, Editora UFPR. n. 23, p. 167-182, jan./jun. 2011.

SOUZA, J. C; PANDOLF, M. A. C; **O MERCADO DE ALIMENTOS ORGANICOS NO BRASIL**. IV Simpósio de Tecnologia da FATEC Taquaritinga. Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga – São Paulo – Brasil. 2017.

TEIXEIRA, I. L.; GARCIA, L. A. F. **Fatores Determinantes Da Demanda De Produtos Orgânicos No Município De Cascavel – PR**. Revista Ciências Sociais Em Perspectiva. Vol. 12, 2013.

TROVÃO, A. B.B; TONIN, F. B. **Estudo de caso de um produtor orgânico com certificação participativa**. 2ª Jornada Científica e Tecnológica da FATEC de Botucatu. Outubro de 2013, Botucatu – São Paulo, Brasil.

VARGAS, C. R. **Análise das Inovações nas Relações com o Mercado na Agricultura Orgânica Brasileira**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2012.

WILLER, H. LERNOUD, J. **The World Of Organic Agriculture. Statistics & Emering Trends 2017**. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM. Organics International. 2017.

APÊNDICES

APÊNDICE A- QUESTIONÁRIO PARA OS FEIRANTES NA FEIRA LIVRE

- Qual? _____
1. SEXO
☐ feminino ☐ masculino
2. IDADE
☐ 15-20 anos
☐ 21-30 anos
☐ 31- 40 anos
☐ 41- 50 anos
☐ 51- 60 anos
☐ Mais que 60 anos
3. ESCOLARIDADE
☐ Fundamental completo
☐ Fundamental incompleto
☐ Ensino médio completo
☐ Ensino médio incompleto
☐ Ensino superior completo
☐ Ensino superior incompleto
4. RENDA
☐ Até 1 salário mínimo
☐ De 1 a 2 salários mínimos
☐ De 2 a 3 salários mínimos
☐ De 3 a 4 salários mínimos
☐ De 4 a 5 salários mínimos
☐ Mais que 5 salários mínimos
5. QUANTO TEMPO TRABALHA NA FEIRA?
☐ Menos de três anos
☐ 4 -10 anos
☐ 11-15 anos
☐ 15-20 anos
☐ 21-25 anos
☐ 26-30 anos
☐ outro _____
6. VOCE SABE O QUE É UM PRODUTO ORGÂNICO?
☐ Sim
☐ não
7. ALGUM CLIENTE JA PERGUNTOU SE VOCÊ OU ALGUÉM AQUI VENDE ALIMENTOS ORGÂNICOS?
☐ Sim
☐ não
8. NA SUA OPNIÃO, O QUE SÃO OS ALIMENTOS ORGANICOS?
☐ alimentos saudáveis
☐ alimentos limpos
☐ alimentos sustentáveis
☐ alimentos mais gostosos
☐ outro _____
9. VOCÊ SABE AS VANTAGENS E CONSUMIR ALIMENTOS ORGÂNICOS?
☐ Sim
☐ não
10. O QUE VOCÊ ACHA QUE INFLUENCIA OS CLIENTES NA HORA DAS COMPRAS.
☐ Aparência dos alimentos(manchas, cor, machucado)
☐ Odor
☐ Prazo de validade
☐ Se tem selo de certificação
☐ Procedência
☐ Preço
☐ Higiene do local
☐ outro
 QUAL? _____
11. QUAIS OS FATORES QUE VOCE ACHA QUE MAIS INFLUENCIA OS CONSUMIDORES NA HORA DAS COMPRAS?
☐ Qualidade
☐ Financeiros
☐ certificado do produto
☐ Culturais
☐ Sociais
12. PORQUE VOCÊ ACHA QUE HÁ POUCO OU NENHUMA PROCURA POR ESSES ALIMENTOS?
☐ Falta de informação dos consumidores
☐ Falta de interesse
☐ Não conhece as vantagens
☐ Preço
13. VOCÊ ACHA QUE O CLIENTE COMPRARIA UM ALIMENTO MAIS SAUDÁVEL E UM POUCO MAIS CARO?
☐ Sim
☐ não

1. HÁ QUANTO TEMPO O MERCADO EXISTE?
☐ Menos de 3 anos
☐ 4 – 10 anos
☐ 11- 20 anos
☐ 21-30 anos
☐ 31- 40 anos
☐ Mais de 41 anos
☐ Outros _____
2. VENDEM ALGUM TIPO DE PRODUTO ORGÂNICO?
☐ Sim
☐ Não
3. QUAIS?
☐ Frutas
☐ Legumes
☐ Hortaliças
☐ Carnes
☐ Ovos
☐ Feijão
☐ Cereais
☐ Bolachas
☐ Biscoitos
☐ Outro _____
4. VOCE SABE DIZER O QUANTO DESSES PRODUTOS SÃO VENDIDOS?
☐ Sim
☐ Não
- 4.1 QUANTIDADE _____
5. VOCÊ SABE OU JÁ OUVIU FALAR SOBRE O QUE É O ALIMENTO ORGÂNICO?
☐ Sim
☐ Não
6. OS CLIENTES COSTUMAM PERGUNTAR POR PRODUTOS ORGÂNICOS?
☐ Sim
☐ Não
7. PORQUE VOCE ACHA QUE HÁ POUCO OU NENHUMA
8. PROCURA POR ESSES ALIMENTOS?
☐ Falta de informação dos consumidores
☐ Falta de interesse
- ☐ Não conhece as vantagens
- ☐ Preço
- ☐ Outro _____
9. O QUE VOCÊ ACHA QUE INFLUENCIA OS CLIENTES NA HORA DA COMPRA?
☐ Aparência dos alimentos (Manchas, Cor, machucado)
☐ Odor
☐ Prazo de validade
☐ Se tem selo de certificação
☐ Procedência
☐ Preço
☐ Higiene do local
☐ outro
QUAIS? _____
10. VOCÊS ACHAM QUE OS CLIENTES PAGARIAM UM POUCO MAIS POR UM PRODUTO MAIS SAÚDAVEL?
☐ Sim
☐ Não
11. VOCÊ SABE DAS VANTAGENS EM CONSUMIR ALIMENTOS ORGÂNICOS?
☐ Sim
☐ Não
12. VOCÊS PODERIAM TER INTERESSE EM OFERECER OS PRODUTOS ORGÂNICOS?
☐ Sim
☐ Não
13. QUAIS FATORES VOCE ACHA QUE INFLUENCIA NA HORA DAS COMPRAS?
☐ Financeiros
☐ Qualidade
☐ Culturais
☐ Sociais
☐ Certificado do produto

1. SEXO
☐ Feminino ☐ Masculino
2. CIDADE _____
3. IDADE
☐ 15-20 anos
☐ 21-30 anos
☐ 31- 40 anos
☐ 41- 50 anos
☐ 51- 60 anos
☐ Mais que 60 anos
4. ESCOLARIDADE
☐ Fundamental completo
☐ Fundamental incompleto
☐ Ensino médio completo
☐ Ensino médio incompleto
☐ Ensino superior completo
☐ Ensino superior incompleto
5. RENDA
☐ Até 1 salário mínimos
☐ De 1 a 2 salários mínimos
☐ De 2 a 3 salários mínimos
☐ De 3 a 4 salários mínimos
☐ De 4 a 5 salários mínimos
☐ Mais que 5 salários mínimos

PARTE II-

6. VOCE COSTUMA PERGUNTAR OU OLHAR OS RÓTULOS PARA SABER A PROCEDÊNCIA DO ALIMENTO?
☐ Às vezes
☐ Sempre
☐ Raramente
☐ Nunca
7. VOCÊ SABE O QUE SÃO OS PRODUTOS ORGÂNICOS?
☐ Sim
☐ Não
☐ Já ouviu falar
8. VOCE JÁ VIU ALGUMA PROPAGANDA OU ANUNCIO EM PAU DOS FERROS SOBRE ESSES ALIMENTOS?
☐ sim
☐ não
9. VOCÊ JÁ CONSUMIU ALGUM TIPO DE ALIMENTO ORGÂNICO?

- ☐ Sim
☐ Não
10. QUAL?
☐ Frutas
☐ Legumes
☐ Hortaliças
☐ Carnes
☐ Ovos
☐ Feijão
☐ Cereais
☐ Bolachas
☐ Biscoitos
☐ Outro _____
 11. COM QUE FREQUÊNCIA CONSOME?
☐ 1 vez por mês
☐ 2 vezes por mês
☐ 3 vezes /mês
☐ 4 meses/mês
☐ outro _____
 12. RECOMENDARIA PARA ALGUÉM?
☐ Sim
☐ Não
 13. CONHECE ALGUMA MARCA DE PRODUTOS ORGÂNICOS?
☐ Sim
☐ Não
 14. O QUE TE INFLUÊNCIA OU PREOCUPA NO MOMENTO DAS COMPRAS?
☐ Aparência dos alimentos(manchas, cor, machucado)
☐ Prazo de validade
☐ Se tem selo de certificação
☐ Procedência
☐ Preço
☐ higiene do local
☐ outro
QUAIS? _____

 15. QUAIS OS FATORES QUE VOCE ACHA QUE MAIS INFLUENCIA OS CONSUMIDORES NA HORA DAS COMPRAS?
☐ Qualidade
☐ Financeiros
☐ Certificação do produto
☐ Culturais
☐ Sociais

16. O QUANTO VOCÊ SE PREOCUPA COM A QUALIDADE DO QUE VOCÊ CONSOME?
- ☐) Muito
 - ☐) Pouco
 - ☐) não me preocupo
 - ☐) não penso nisso
17. VOCÊ PAGARIA UM POUCO MAIS POR UM ALIMENTO MAIS SAUDÁVEL?
- ☐) Sim
 - ☐) Não
18. VOCÊ SABE A IMPORTANCIA DOS ORGÂNICOS?
- ☐) Sim
 - ☐) Não
19. PORQUE VOCE ACHA QUE HÁ POUCO OU NENHUMA PROCURA POR ESSES ALIMENTOS?
- ☐) falta de informação dos consumidores
 - ☐) falta de interesse
 - ☐) não conhece as vantagens
 - ☐) preço

**APÊNDICE D- QUESTIONÁRIO SOBRE O CONSUMO DE ORGÂNICOS
NAS ZONAS RURAIS DE PAU DOS FERROS**

() Se tem selo de
certificação
() Procedência
() Preço
() Higiene local
() outros
QUAIS? _____

- 1 SEXO
() Feminino
() Masculino
- 2 IDADE
() 15-20 anos
() 21-30 anos
() 31- 40 anos
() 41- 50 anos
() 51- 60 anos
() Mais que 60 anos
- 3 ESCOLARIDADE
() Fundamental completo
() Fundamental incompleto
() Ensino médio completo
() Ensino médio incompleto
() Ensino superior completo
() Ensino superior incompleto
- 4 RENDA
() Até 1 salário mínimos
() De 1 a 2 salários mínimos
() De 2 a 3 salários mínimos
() De 3 a 4 salários mínimos
() De 4 a 5 salários mínimos
() Mais que 5 salários
mínimos

- 5 NO MOMENTO DAS
COMPRAS VOCÊ COSTUMA
PERGUNTAR OU OLHAR OS
RÓTULOS PARA SABER A
PROCEDÊNCIA DOA
ALIMENTOS ?
() Sim
() Não
- 6 O QUE INFLUENCIA OU
PREOCUPA NO MOMENTO
DAS COMPRAS?
() Aparência dos
alimentos(manchas, cor,
machucado)
() Odor
() Prazo de validade

7 QUAIS OS FATORES QUE
VOCE ACHA QUE MAIS INFLUENCIA
OS CONSUMIDORES NA HORA DAS
COMPRAS?

- () Qualidade
() Financeiros
() Certificação do produto
() Culturais
() Sociais
() outro _____

8 VOCÊ PAGARIA UM POUCO
MAIS CARO POR UM ALIMENTO
MAIS SAUDÁVEL?

- () Sim
() Não

9 VOCE SABE O QUE SÃO OS
ALIMENTOS ORGÂNCOS?

- () Sim
() Não

10 VOCÊ JÁ CONSUMIU ALGUM
TIPO?

- () Sim
() Não

11 QUAIS?

- () Frutas
() Legumes
() Hortaliças
() Carnes
() Ovos
() Feijão
() Cereais
() Bolachas
() Biscoitos
()
Outro _____

12 COM QUE FREQUÊNCIA?

- () 1 vez por mês
() 2 vezes por mês
() 3 vezes /mês

() 4 meses/mês

() outro _____

13 VOCÊ CONHECE ALGUMA MARCA DE PRODUTOS ORGÂNICOS?

() Sim

() Não

14 VOCE CULTIVA ALGUM TIPO DE ALIMENTO EM CASA?

() Sim

() Não

QUAIS? _____

15 USA ALGUM TIPO DE ADUBO OU FERTILIZANTE QUÍMICO?

() Sim

() Não

16 VOCE JÁ VIU ALGUMA PROPAGANDA OU ANUNCIO SOBRE OS ALIMENTOS ORGÂNICOS EM PAU DOS FERROS?

() Sim

() Não

17 VOCE SABE AS VANTAGENS EM CONSUMIR UM ALIMENTO ORGANICO?

() Sim

() Não

18 PORQUE VOCÊ ACHA QUE HÁ POUCO OU NENHUMA PROCURA POR ESSES ALIMENTOS?

() Falta de informação

() Falta de interesse

() Não conhece as vantagens

() Preço alto

APÊNDICE E- ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA AO AGRICULTOR

1 Idade?

2 Há quanto tempo cultiva?

3 O que costuma cultivar?

4 Usa algum tipo de agrotóxicos?

5 Sabe fazer alguma estimativa de quanto você produz ou consome?

6 É apenas para consumo próprio ou vende externamente?

7 As pessoas costumam perguntar se é orgânico?

8 Eles escolhem mais pela qualidade, quantidade ou preço?

9 Com que frequência consome?