UNIVERSIDADE ESTADUAL DO RIO GRANDE DO SUL
UNIDADE UNIVERSITÁRIA EM ENCANTADO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE ALIMENTOS

ANGELICA MARCELINA DE DEUS DA SILVA

DIAGNÓSTICO DA PRODUÇÃO E MERCADO DE CONSUMO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NO MUNICÍPIO DE GUAPORÉ/RS

ENCANTADO/RS
2021

ANGELICA MARCELINA DE DEUS DA SILVA

DIAGNÓSTICO DA PRODUÇÃO E MERCADO DE CONSUMO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NO MUNICÍPIO DE GUAPORÉ/RS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Universidade Estadual do Rio Grande do Sul como requisito para aprovação no componente curricular TCC II.

Orientadora: Prof.ª Dra Eliane Maria Kolchinski

Coorientadora: Prof.ª Dra Elaine Biondo

ENCANTADO

2021

Catalogação de publicação na fonte (CIP)

S586d Silva, Angelica Marcelina de Deus da

Diagnóstico da produção e mercado de consumo de produtos orgânicos no município de Guaporé/RS/ Angelica Marcelina de Deus da Silva. – Encantado, 2021.

59 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, Curso de Ciência e Tecnologia de Alimentos (Bacharelado), Unidade em Encantado, 2021.

Orientadora: Prof.ª Dra. Eliane Maria Kolchinski

Coorientadora: Prof.ª Dra. Elaine Biondo

1. Agricultura Familiar. 2. Agroecologia. 3. Produção Orgânica. 4. Trabalho de Conclusão de Curso Graduação. I. Kolchinski, Eliane Maria. II. Biondo, Elaine. III. Curso de Ciência e Tecnologia de Alimentos (Bacharelado), Unidade em Encantado, 2021. IV. Título.

Catalogação elaborada pelo Bibliotecário Uergs - Marcelo Bresolin CRB10/2136

ANGELICA MARCELINA DE DEUS DA SILVA

DIAGNÓSTICO DA PRODUÇÃO E MERCADO DE CONSUMO DOS PRODUTOS ORGÂNICOS NO MUNICÍPIO DE GUAPORÉ/RS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Universidade Estadual do Rio Grande do Sul como requisito para aprovação no componente curricular TCC II.

Orientadora: Prof.ª Dra Eliane Maria Kolchinski

Aprovado em: 24/06/2021

BANCA EXAMINADORA

_____

Orientador (a): Profª. Drª. Eliane Maria Kolchinski
Universidade Estadual do Rio Grande Do Sul- UERGS

_____

Profª. Drª Elaine Biondo
Universidade Estadual do Rio Grande do Sul-UERGS

_____

Cândida Zanetti
Núcleo de Estudos em Agroecologia e Produção Orgânica
no Território Rural Vale do Taquari (NEA VT)

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, minha família, aos professores, orientadora, e ao meu esposo por ter me dado todo o apoio necessário para que eu chegasse até aqui.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela minha vida e por iluminar meus pensamentos para enfrentar os obstáculos encontrados durante o curso.

Aos professores pelo incentivo, dedicação, ensinamento e pelos conhecimentos que permitiram que eu pudesse estar hoje concluindo este trabalho.

A minha professora e orientadora Eliane Maria Kolchinski que com sua seriedade e carinho me apoiou pontualmente, dando todo o auxílio necessário para a elaboração do projeto.

As minhas irmãs, pai, esposo e meus amigos que me incentivaram nos momentos difíceis e compreenderam minha ausência enquanto eu me dedicava na realização deste trabalho.

A todos os meus colegas que me auxiliaram e pelas amizades conquistadas durante o período do curso.

A Universidade Estadual do Rio Grande do Sul agradeço pela oportunidade e privilégio de ter um estudo digno e gratuito.

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo realizar um diagnóstico da produção e do mercado de consumo de produtos orgânicos no município de Guaporé/RS. Foi realizado um levantamento a partir do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos e o escritório municipal da Emater-RS/ASCAR. Realizaram-se entrevistas com representantes dos estabelecimentos que comercializam produtos orgânicos. Foi realizada pesquisa, com os consumidores, através de questionário no Google Forms. Em Guaporé não há nenhum produtor orgânico cadastrado no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos, contudo, atualmente há um produtor de hortaliças em processo de certificação orgânica. Os estabelecimentos que comercializam produtos orgânicos certificados são dois supermercados e uma fruteira, sendo hortaliças e frutas, os produtos mais comercializados. Os participantes da pesquisa foram, em maioria, do sexo feminino, casados, com idade entre 21 e 50 anos e possuem ensino médio ou superior. Dos não consumidores de orgânicos, a maioria desconhece a existência de selo de orgânicos. Dos que consomem, a maioria sabe da existência, mas um baixo percentual consome produtos com selo de orgânico. O entendimento do que é alimento orgânico está muito atrelada ao não uso de agrotóxicos. Os principais motivos indicados para o consumo de orgânicos são os benefícios à saúde, busca por alimentos mais saudáveis, preocupação/preservação do meio ambiente, produto natural e sabor diferenciado. A dificuldade para encontrá-los e o maior preço, quando comparado com os produtos convencionais, foram os limitantes para a compra indicados pelos não consumidores de produtos orgânicos.

Palavras-chave: Produção orgânica; agricultura familiar; agroecologia.

ABSTRACT

The present study had as objective to carry out a diagnosis of the production and the consumption market of organic products in the city of Guaporé/RS. A survey was carried out from the National Register of Organic Producers and the municipal office of Emater-RS/ASCAR. Interviews were held with representatives of the establishments that sell organic products. For consumers, a survey was realized on Google Forms. In Guaporé there is no organic producer registered in the National Register of Organic Producers, however, currently, there is a vegetable producer in the process of organic certification. The establishments that sell certified products are two supermarkets and a fruit market, with vegetables and fruits being the most sold products. The survey participants were, mostly, female, married, aged between 21 and 50 years old and with a high school or college degree. Of the non-consumers of organic products, the majority are unaware of the existence of a product seal for organic products. Those who consume it, most know about the existence, but a low percentage consume products with the organic seal. The understanding of what an organic food is closely linked to not using agrotoxics. The main reasons indicated for the consumption of products are the health benefits, search for healthier foods, concern for/preservation of the environment, natural product and differentiated flavor. The difficulty in finding it and the higher price, when compared to the conventional products, were indicated as limiting factors for the purchase of organic products, by non-consumers.

Keywords: Organic production; family farming; agroecology.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Selo de identificação do produto orgânico..... 16
Figura 2 - Idade dos participantes da pesquisa sobre o consumo de alimentos orgânicos em Guaporé/RS, 2021..... 28
Figura 3 - Nível de Escolaridade dos participantes da pesquisa sobre o consumo de alimentos orgânicos em Guaporé/RS, 2021..... 29
Figura 4 - Estado civil dos participantes da pesquisa sobre o consumo de alimentos orgânicos em Guaporé/RS, 2021..... 30
Figura 5 - Número de pessoas que residem na residência dos participantes da pesquisa sobre o consumo de alimentos orgânicos em Guaporé/RS, 2021..... 30
Figura 6 - Em que nível você se preocupa como são produzidos os alimentos que você consome?..... 31
Figura 7 - Os produtos que você consome possuem o selo de produto orgânico?..... 33
Figura 8 - Onde costuma adquirir os produtos orgânicos?..... 34
Figura 9 - Facilidade para encontrar os produtos orgânicos na sua região..... 35
Figura 10 - Quais os produtos orgânicos que você consome?..... 36
Figura 11 - Diversidade de produtos orgânicos na sua região..... 37
Figura 12 - Como você considera o preço dos produtos orgânicos?..... 38
Figura 13 - Com que frequência você consome produtos orgânicos?..... 39
Figura 14 - Qual (ais) os motivos para o consumo de produtos orgânicos?..... 40
Figura 15 - Quais os motivos para o não consumo de produtos orgânicos?..... 41
Figura 16 - Você considera que os produtos orgânicos podem trazer benefícios para a sua saúde?..... 41
Figura 17 - Você considera que os produtos orgânicos trazem benefícios ambientais?..... 42
Figura 18 - O que te motivaria consumir produtos orgânicos?..... 43

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Produtos orgânicos comercializados no supermercado A em Guaporé/RS..... 25
Tabela 2 - Produtos orgânicos comercializados no supermercado B em Guaporé/RS..... 27

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO **10**
2 OBJETIVOS **12**
2.1 OBJETIVO GERAL 12
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 12
3 REFERENCIAL TEÓRICO **13**
3.1 O QUE É PRODUÇÃO ORGÂNICA E AGROECOLOGIA? 13
3.2 ASPECTOS LEGAIS DA PRODUÇÃO ORGÂNICA 14
3.3 PRODUÇÃO E MERCADO DE CONSUMO DE ORGÂNICOS 17
3.4 PERFIL DO CONSUMIDOR DE PRODUTOS ORGÂNICOS 18
4 METODOLOGIA **20**
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO **22**
5.1 PRODUÇÃO DE ORGÂNICOS NO MUNICÍPIO 22
5.2. COMERCIALIZAÇÃO DE ORGÂNICOS 24
5.3 PESQUISA COM OS CONSUMIDORES 27
5.3.1 Perfil dos Entrevistados **27**
5.3.2 Consumidores de Produtos Orgânicos **32**
5.3.3 Não consumidores de produtos orgânicos **40**
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS **44**
REFERÊNCIAS **45**
APÊNDICE A - Roteiro de entrevista em mercados **51**
APÊNDICE B – Questionário enviado aos consumidores. **53**
APÊNDICE C – Número de produtores orgânicos registrados no MAPA nos municípios do Corede Serra, 01 de março de 2021. ..... **57**

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, houve um crescimento significativo na produção de alimentos orgânicos no Brasil. Segundo Brasil (2019a), ocorreu um aumento de 300% no número de unidades de produção entre 2010 e 2018. Em 2019 estavam cadastrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), aproximadamente 17,7 mil produtores de todas as unidades da federação, sendo a maior parte agricultores familiares (BRASIL, 2019a). A maior concentração estava nos estados do Paraná, Rio Grande do Sul, São Paulo, Santa Catarina e Piauí que representavam 52% do total de unidades de produção (VILELA et al. 2019). O Rio Grande do Sul possui 3.573 estabelecimentos da agricultura e pecuária orgânica, sendo Viamão, Nova Santa Rita e Caxias do Sul, os municípios com os maiores números de estabelecimentos (RIO GRANDE DO SUL, 2020).

O aumento da produção de orgânicos tem impacto no desenvolvimento local, uma vez que são produzidos principalmente em propriedades da agricultura familiar, se constitui em alternativas aos modelos atuais de produção e possibilita o acesso a novos mercados, principalmente através da comercialização em feiras locais pelos agricultores familiares. Conforme Bernardi e Tonin (2019), no Vale do Taquari, a produção orgânica vem se consolidando principalmente, nos espaços de comercialização direta através das feiras e a partir de Políticas públicas como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE).

Conforme Rio Grande do Sul (2020), o aumento de produção, está atrelado ao aumento de consumo interno e da demanda na exportação dos produtos orgânicos, para União Europeia, Japão, entre outros. Conforme pesquisas realizadas, os principais fatores que influenciam na decisão de compra dos produtos orgânicos são as questões de saúde e a busca por qualidade de vida. Conforme Brasil (2019, n/p), o “interesse por alimentos saudáveis e sem contaminantes tem impulsionado o crescimento do consumo de produtos orgânicos no Brasil e no mundo”. Estudo da Fiocruz baseado em uma revisão de resultados de 237 pesquisas, realizadas desde 1960, sobre o valor nutricional e os riscos que causam à saúde, aponta que os

orgânicos oferecem 30% menos riscos de intoxicação por agrotóxicos que os alimentos da agricultura tradicional (VARGAS, 2012a).

Um estudo realizado por Buzin (2016) sobre mercado de produtos orgânicos em Goiânia, mostrou que os consumidores estariam dispostos a pagar mais caro por um produto que trouxesse mais qualidade de vida, mas que ainda tinham muita dificuldade de encontrar produtos orgânicos na proximidade das suas moradias. Em estudo bibliométrico realizado por Medeiros, Marconato e Souza (2017), por meio de consulta no banco de dados da Scientific Electronic Library Online (SciELO), em publicações no período de 2009 a 2015 foram apontados como limitadores para o consumo de orgânicos, preços altos, escassez de variedade, falta de produtos, pouca oferta, falta de informações, dificuldade de acesso aos alimentos orgânicos, além de falta de identificação nos locais de compra.

Um estudo realizado por Graff e Fassina (2018, p. 37) em três municípios no Vale do Taquari, indicou que a “preocupação com a sustentabilidade e a saúde, bem como o maior conteúdo de nutrientes e o sabor mais intenso foram as principais motivações para o consumo de alimentos orgânicos”. Por outro lado, nessa pesquisa foram apontadas como limitações para o consumo de alimentos orgânicos, a pouca oferta destes tipos de produtos nos estabelecimentos das cidades, seguida do seu preço elevado.

Diante deste contexto, o questionamento que o presente estudo pretende responder é se existem iniciativas de produção orgânica, qual a demanda de produtos orgânicos, perfil e as motivações de compra dos consumidores de produtos orgânicos no município de Guaporé/RS. Conforme Graff e Fassina (2018, p. 37), “a caracterização do perfil dos consumidores de alimentos orgânicos contribui para a orientação da cadeia produtiva, que inclui desde a sua produção até as estratégias de marketing” para divulgar e estimular o consumo.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Realizar um diagnóstico da produção e do mercado de consumo de produtos orgânicos no município de Guaporé/RS.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar um levantamento da produção orgânica no município de Guaporé.

Realizar um levantamento da oferta de produtos orgânicos nos mercados e fruteiras do município.

Descrever o perfil dos consumidores de produtos orgânicos.

Identificar os fatores e dificuldades que interferem na compra e na produção de produtos orgânicos.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 O QUE É PRODUÇÃO ORGÂNICA E AGROECOLOGIA?

Conforme Brasil (2003), a produção orgânica abrange os conceitos ecológico, biodinâmico, natural, regenerativo, biológico, agroecológicos e permacultura. Tais conceitos visam, dentre outros objetivos, principalmente o desenvolvimento de produtos sustentáveis através do equilíbrio do ecossistema. Neste sentido, de acordo com a Lei nº 10.831 (BRASIL, 2003), considera-se sistema orgânico de produção:

> […] 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.

Já a Agroecologia, segundo Altieri (2002), é uma ciência ou disciplina científica de caráter multidisciplinar que apresenta uma série de princípios, conceitos e metodologias que permitem estudar, analisar e avaliar os agroecossistemas, e que fornece ferramentas para desenhar sistemas agrícolas e agriculturas sustentáveis. Conforme Caporal, Costabeber e Paulus (2009), a agroecologia se nutre da integralização dos conhecimentos científicos e empíricos, constituídos pelos saberes, conhecimentos e experiências dos agricultores, o que permite a construção de marcos conceituais e metodológicos com capacidade para orientar o desenho do manejo dos agroecossistemas e dos processos de desenvolvimento rural sustentável.

Para Primavesi (1997), agroecologia é trabalhar a agricultura de forma sustentável, ou seja, ecologicamente sustentável, socialmente justa e economicamente viável. Conforme Maluf, Reis e Magalhães (2013 apud SAMBUICHI et al., 2017, p.14) “entre os princípios que fundamentam a prática agroecológica está também a soberania alimentar, que reconhece o direito dos povos e das comunidades de definirem suas estratégias de produção e consumo dos alimentos de que necessitam”.

Os sistemas de produção de orgânicos além dos benefícios à saúde e a qualidade de vida dos agricultores e consumidores, auxiliam diretamente na preservação do solo e da biodiversidade, pela não utilização de agrotóxicos, manutenção da matéria orgânica na superfície do solo, e consequente redução da ocorrência de erosões, proporcionando assim maior produtividade do ecossistema. (SILVA, 2010). Cabe destacar que a simples substituição de insumos ou a não utilização no plantio, não logicamente configura a agricultura ecológica inclusive em caso de ser usado inadequadamente pode levar ao aparecimento de novas pragas. Contudo, tal prática é muitas vezes divulgada como agricultura orgânica ou ecológica. (CAPORAL; COSTABEBER; PAULUS, 2009). Conforme Altieri (2004, p. 31), os agroecossistemas baseados nos princípios agroecológicos possuem como características estruturais e funcionais:

> - contêm um grande número de espécies;
> - exploram toda uma gama de microambientes com características distintas, tais como solo, água, temperatura, altitude, declividade ou fertilidade, seja em um único campo de cultivo, seja em uma região;
> - mantêm os ciclos de materiais e resíduos através de práticas eficientes de reciclagem;
> - têm como suporte interdependências biológicas complexas, resultando em um certo grau de supressão biológica de pragas;
> - utilizam baixos níveis de insumos tecnológicos, mobilizando recursos locais baseados na energia humana e animal;
> - fazem uso de variedades locais e espécies silvestres de plantas e animais;
> - produzem para consumo local.

3.2 ASPECTOS LEGAIS DA PRODUÇÃO ORGÂNICA

No Brasil, as raízes do movimento orgânico e agroecológico remontam ao final da década de 1970, quando um conjunto de iniciativas locais buscando uma agricultura alternativa ao modelo da modernização conservadora começou a florescer em diferentes regiões brasileiras a partir da iniciativa de diversas organizações não governamentais (ONGs) em parceria com movimentos sociais e organizações de agricultores familiares (VARGAS, 2012b). Mas somente em 2003, foi aprovada a lei que se constituiu no marco relatório da produção orgânica.

A produção, processamento, rotulagem e comercialização de produtos orgânicos foram reconhecidas e regulamentadas na Lei n°10.831 de 23 de dezembro de 2003 (BRASIL, 2003), no Decreto n° 6.323 de 27 de dezembro de 2007 (BRASIL,

2007) e instruções normativas. Esta estrutura legal contribuiu para o desenvolvimento de políticas públicas que projetaram o Brasil internacionalmente como um dos países que mais avançaram em favor da produção e comercialização orgânica (SAMBUICHI et al., 2017; SCHMITT et al., 2017). Através do Decreto nº 7.794 de 20 de agosto de 2012 (BRASIL, 2012) foi instituída a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (Pnapo) que teve como objetivo "integrar, articular e adequar políticas, programas e ações indutoras da transição agroecológica e da produção orgânica e de base agroecológica".

A regulamentação da produção orgânica visou trazer segurança jurídica e respaldo legal para os produtores e especialmente para os consumidores. O Decreto nº 6.323 (BRASIL, 2007), definiu três mecanismos de garantia de qualidade orgânica: Controle social para venda direta ao consumidor; Sistema participativo de garantia (SPG) e Certificação por auditoria.

No sistema de controle social com venda direta ao consumidor não há obrigatoriedade de certificação, é baseada na relação de confiança entre o produtor e o consumidor (BRASIL, 2007). Conforme Brasil (2008a), a unidade produtora precisa estar cadastrada em uma Organização de Controle Social (OCS[1]) com o objetivo de garantir ao consumidor as informações sobre a forma de produção, caso seja solicitado. A OCS pode ser formada por um grupo, associação, cooperativa ou consórcio, com ou sem personalidade jurídica, de agricultores familiares e é preciso que exista organização, comprometimento e cobrança entre os produtores (BRASIL, 2008a).

Os Sistemas Participativos de Garantias (SPGs) "caracterizam-se pelo controle social, a participação e a responsabilidade de todos os membros pelo cumprimento dos regulamentos da produção orgânica" (BRASIL, 2009). Pode abrigar diferentes métodos de geração de credibilidade adequados a diferentes realidades sociais, culturais, políticas, territoriais, institucionais, organizacionais e econômicas (BRASIL,

[1] A OCS se caracteriza por um grupo, associação, cooperativa ou consórcio de agricultores familiares assim caracterizados, cadastrados junto ao MAPA, que realizam a comercialização de seus produtos através da venda direta e que possuem mecanismos de controle social, estabelecidos de forma transparente e confiante, visando à geração de credibilidade e o reconhecimento da sociedade. (BRASIL, 2007).

2008b). Um SPG é formado, basicamente, por dois componentes: os membros do sistema e o Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade - OPAC.

Nos SPGs são realizadas visitas a unidade de produção, visando a verificação da conformidade e cumprimento dos requisitos e a troca de experiências possibilitando resolver não-conformidades e, assim, melhorar a qualidade dos sistemas produtivos (BRASIL, 2008b). As visitas são realizadas pelas Comissões de avaliação e pelos pares, sendo que precisam ter livre acesso às instalações, registros e documentos das unidades de produção, além de qualquer área de produção não-orgânica da própria unidade ou das demais que apresentarem alguma ligação com a atividade verificada (BRASIL, 2008b).

Já a certificação por auditoria é realizada por meio de empresas públicas ou privadas que atuam com base em regras reconhecidas e estabelecidas internacionalmente, sendo realizadas inspeções e auditorias diretamente na propriedade para que estas cumpram as exigências (BRASIL, 2008b). Segundo Brasil (2020), também é chamado de certificação por terceira parte, ou seja, é realizada por outras pessoas que não fazem parte do processo produtivo.

Os produtos produzidos e certificados pelo Sistemas Participativos de Garantia da Qualidade Orgânica e pela Certificação por Auditoria deverão obedecer às determinações para rotulagem de produtos orgânicos e conter o selo de identificação (Figura 1).

Figura 1 – Selo de identificação do produto orgânico.

Fonte: Brasil, (2007).

3.3 PRODUÇÃO E MERCADO DE CONSUMO DE ORGÂNICOS

A regulamentação legal da produção orgânica estabelecida a partir da Lei no 10.831 de 2003 viabilizou a certificação de qualidade, e deu maior visibilidade aos produtos, aumentando a demanda de produção, inclusive colocando o Brasil em panorama internacional de produtos orgânicos (FONSECA, 2005).

No Brasil, dados do MAPA mostram que houve um aumento significativo tanto no número de produtores, quanto na área produzida. Segundo os dados, em 7 anos triplicou o cadastro de produtores de orgânicos, sendo que em 2019 eram cerca de 17,7 mil agricultores cadastrados (BRASIL, 2019a).

O mercado brasileiro de orgânicos faturou em 2018 R$ 4 bilhões, resultado 20% maior do que o registrado em 2017 (BRASIL, 2019b). O mercado mundial em 2017 faturou US$ 97 bilhões, sendo que há levantamento da existência de 3 milhões de produtores de orgânicos em 181 países, atingindo uma área 70 milhões de hectares, sendo o Brasil apontado como líder do segmento na América Latina (BRASIL, 2019b).

Além dos fatores apontados pelos consumidores como responsáveis pelo aumento do consumo dos produtos orgânicos, como preocupação com a saúde e meio ambiente e características do produto (ORGANIS, 2019), foi observado que ocorreu também devido a maior aproximação entre o produtor e o consumidor com o fortalecimento das feiras livres, onde as vendas são feitas de forma direta (SAMBUICHI et al., 2017). Conforme o autor, a aproximação traz vínculo de confiança entre as partes e não há a existência dos chamados atravessadores reduzindo os encargos na aquisição do produto. Em pesquisa realizada pela Organis (2019), os locais preferidos para compra indicados foram as feiras (87%) e supermercados (61%). Ainda, segundo Sambuichi et al. (2014), pode-se apontar como responsável pelo aumento do consumo de orgânicos, a criação dos Programas de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (Pnae).

Segundo pesquisa nacional feita em 2019 (ORGANIS, 2019), os produtos mais consumidos no Brasil são frutas (25%) e verduras (24%), sendo que o maior mercado de orgânicos é a região sul do Brasil, com consumo de 23% do total.

Cabe destacar também, a crescente exportação dos produtos orgânicos brasileiros, tendo como maiores consumidores a União Europeia e Japão, influenciando diretamente no aumento da produção de orgânicos no país, visando suprir tal demanda. (RIO GRANDE DO SUL, 2020)

3.4 PERFIL DO CONSUMIDOR DE PRODUTOS ORGÂNICOS

Conforme Nascimento et al. (2017), a preocupação com o ato de consumir e comprar inclui a praticidade, a sustentabilidade, a variedade, e qualidade do produto comprado. Conforme Lourenço (2016) existem dois tipos de consumidores orgânicos, o primeiro tipo refere-se aos frequentadores das feiras de produtos orgânicos e que possuem um nível de consciência ambiental maior e o segundo, é o consumidor das grandes redes de supermercados, que apesar de ser uma pessoa comprometida com a questão ambiental, compra mais por impulso e de forma menos regular quando comparado ao grupo anterior.

Segundo o Ministério da Agricultura (BRASIL, 2019b), a escolha por produtos orgânicos ocorre principalmente por questão de saúde, especialmente por pessoas acima dos 55 anos de idade, sendo que as verduras lideram a lista dos orgânicos mais consumidos no Brasil.

Em uma pesquisa realizada em Goiânia em 2015, indicou que o público predominante no consumo de orgânicos, possuem escolaridade de nível superior incompleto, média de idade de 29,7 anos, renda de R$ 1.200,00 até R$ 3.600,00, e as compras são realizadas na maioria semanalmente, buscando melhor preço e proximidade da residência do consumidor (BUZIN, 2016). Em pesquisa realizada no Distrito Federal, 86% dos entrevistados naquele estado possuem curso superior, 73% indicaram que não tem pontos de vendas suficientes para a demanda, o que dificulta o consumo exclusivo de orgânicos e o estudo indicou a feira, como o local mais utilizado para as compras, por 42% dos entrevistados (VILELA et al., 2006).

No Rio Grande do Sul, uma pesquisa realizada na Feira Ecológica Menino Deus em Porto Alegre/RS, em 2016 por Silva (2016), indicou que a grande maioria dos frequentadores eram adultos com faixa etária de 25 a 35 anos, de classe média sendo a maioria com formação superior e ou cursando. Mostrou que o meio de informação

mais utilizado para procurar informações sobre alimentos orgânicos foi a internet e que apesar disso, a feira não possui site próprio para divulgação. Ainda destacou que o preço acima da média dos produtos orgânicos, influenciam pouco na compra, sendo os dias e horários a maior dificuldade para os frequentadores (SILVA, 2016).

Em outra pesquisa no RS, na cidade de Santa Maria em 2019, a média de idade dos consumidores foi de 31,64 anos, sendo a maior idade registrada de 70 anos e a menor 18 anos e a maioria do público, 64,1% foi de mulheres. A maioria declarou possuir curso superior ou ainda estarem cursando, sendo apenas 0,5% com ensino fundamental incompleto (POHL; PEREIRA FILHO; ABBADE 2019). Um estudo feito por Lins (2019), identificou que os consumidores compram mais quando tem propaganda, anúncio e divulgação mais detalhada, assim como as táticas de ofertas contribuem para que os consumidores sejam motivados para comprar. No mesmo estudo foram realizadas várias estratégias como panfletagem, cartazes e uma página no Instagram que possibilitou a aproximação dos agricultores familiares com a comunidade e a universidade. Na pesquisa foi notado que as mulheres são as que mais se interessam nas questões de agroecologia e segurança alimentar, uma vez que são a maioria responsáveis pelo preparo da alimentação.

4 METODOLOGIA

O presente trabalho foi realizado no município de Guaporé, no período de janeiro a maio de 2021.

Para atingir os objetivos do projeto optou-se pela pesquisa descritiva qualitativa e quantitativa. Segundo Freitas e Jabbour (2011), a pesquisa qualitativa permite compreender os sujeitos pesquisados em uma visão ampla. Preocupa-se com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização etc. Segundo os autores, a principal vantagem da abordagem qualitativa, refere-se à profundidade e à abrangência, ou seja, o “valor” das evidências que podem ser obtidas e trianguladas por meio de múltiplas fontes, como entrevistas, observações, análise de documentos, permitindo ao pesquisador detalhes informais e relevantes dificilmente alcançados com o enfoque quantitativo, admitindo também uma relação bem mais próxima e sistêmica do objeto de estudo. Segundo Fonseca (2002), os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados, se centram na objetividade, onde se utilizam técnicas estatísticas para apresentar as informações. A utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite coletar mais informações do que se poderia conseguir isoladamente e enriquecer a análise.

Para o segmento de mercados e fruteiras foram realizadas entrevistas semi-estruturadas a partir de roteiros definido no projeto. Para Manzini (1990/1991), este tipo de entrevista está focado em um assunto sobre o qual confeccionamos um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista. Para o autor, esse tipo de entrevista pode fazer emergir informações de forma mais livre e as respostas não estão condicionadas a uma padronização de alternativas.

Inicialmente, foi realizado um levantamento da produção de orgânicos do município a partir de pesquisa no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos no MAPA (BRASIL, 2020) e contato com o escritório municipal da Emater-RS/ASCAR. Foi realizado o levantamento das seguintes informações: quantos produtores de produtos orgânicos tem no município, o que produzem, onde comercializam e se são certificados.

Na sequência foi realizado um levantamento dos supermercados e fruteiras no município de Guaporé através de contato com a Secretaria Municipal da Fazenda e com a vigilância sanitária e posteriormente contato com os referidos estabelecimentos para verificar os que comercializavam produtos orgânicos.

Foi realizada uma entrevista semi-estruturada com representantes de dois supermercados que comercializam produtos orgânicos, os quais foram denominados de A e B neste trabalho. Para a entrevista com representantes dos mercados foi utilizado o roteiro que consta no Apêndice A. Este levantamento teve como objetivo descrever as variedades de produtos oferecidos, o volume e a origem.

Em virtude da pandemia do Coronavírus, a pesquisa com os consumidores foi realizada através de formulário Google, limitando a população de Guaporé. A pesquisa foi realizada no período de 28 de abril a 13 de maio de 2021. O objetivo foi identificar o perfil dos consumidores de produtos orgânicos, analisar os fatores e dificuldades que influenciam na compra de produtos orgânicos. Para isso foi utilizado o roteiro que consta no Apêndice B.

Na pesquisa através do formulário Google, com os consumidores o termo de consentimento livre e esclarecido – TCLE foi disponibilizado no início do próprio formulário. O projeto foi aprovado no CEP da Universidade.

As informações qualitativas foram analisadas a partir da transcrição na íntegra das entrevistas e as quantitativas foram compilados em planilha de excel, organizado em categorias para posterior análise e sistematização dos dados.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 PRODUÇÃO DE ORGÂNICOS NO MUNICÍPIO

O município de Guaporé possui uma população de aproximadamente de 26 mil habitantes (IBGE,2020), está localizado no Corede Serra que é composto por 32 municípios[2] e possui uma população de 959.048 habitantes (FEE, 2020). Segundo dados do censo agropecuário 2017 (IBGE, 2017), o município possui 726 estabelecimentos agropecuários, sendo 578 da agricultura familiar com área média de 24,2 ha, correspondendo a aproximadamente 14mil hectares e quase 1.400 indivíduos. O referido censo indicou que as atividades produtivas são diversificadas com a criação de aves, produção de ovos, leite e suínos. Na produção vegetal destacam-se a olericultura (alho, abóbora, alface, brócolis, batata-doce, cebola, tomate, repolho, salsa, morango, pepino, chicória, entre outros) erva-mate, frutíferas (laranja, pêssego, uva, tangerina, bergamota e noz pecã), mandioca, milho, soja, trigo, amendoim, feijão entre outros.

Nos municípios do Corede possuem 657 produtores orgânicos registrados no MAPA (Apêndice C). Os produtores cadastrados trabalham com produtos de origem vegetal tanto na produção como no processamento. Nenhum possui produtos de origem animal. Dos 32 municípios que compõe o Corede, 10 municípios não têm nenhum produtor orgânico cadastrado no MAPA e atualmente, Guaporé está entre eles.

Em Guaporé, conforme dados do escritório municipal da Emater-RS/ASCAR entre 2015 e 2020 havia um produtor de uva orgânica. Atualmente, tem um produtor que iniciou sua produção em julho de 2020, e está trabalhando para obtenção do selo de Qualidade orgânico através da Rede Ecovida. Este produtor produz diversos produtos como: alface, tomate, berinjela, hortelã, manjericão, fava, ervilha, espinafre, couve-flor, couve folha, repolho roxo, repolho coração de boi, pimentão, cebola,

---

[2] Municípios do Corede: Antônio Prado, Bento Gonçalves, Boa Vista do Sul, Carlos Barbosa, Caxias do Sul, Coronel Pilar, Cotiporã, Fagundes Varela, Farroupilha, Flores da Cunha, Garibaldi, Guabiju, Guaporé, Montauri, Monte Belo do Sul, Nova Araçá, Nova Bassano, Nova Pádua, Nova Prata, Nova Roma do Sul, Paraí, Pinto Bandeira, Protásio Alves, Santa Tereza, São Jorge, São Marcos, São Valentim do Sul, Serafina Corrêa, União da Serra, Veranópolis, Vila Flores e Vista Alegre do Prata.

tempero verde, quiabo, vagem, bergamota, laranja e entre outros conforme a estação do ano. A produção é destinada para o consumidor final, e as vendas acontecem através da página do Facebook e WhatsApp.

As principais dificuldades indicadas pela Emater-RS/ASCAR, que os agricultores enfrentam na produção dos orgânicos são o controle de pragas e doenças, pois quando atacam há perdas na qualidade e quantidade do produto. Em pesquisa feita por Kist (2018), sobre sistemas ambientais sustentáveis, os produtores indicaram entre os principais entraves para a produção orgânica, a dificuldade no controle biológico de insetos e pragas. Kronbauer et al. (2017) em trabalho realizado em Arroio do Meio foram apontados pelos produtores como dificuldades no período de conversão ou de transição agroecológica, a baixa fertilidade dos solos, associada a presença de fungos e insetos, escassez de mão-de-obra para o manejo adequado e o uso de agrotóxicos utilizados pelas propriedades vizinhas que produzem em sistemas convencionais. Conforme Altieri (2004), um método importante para diminuir as perdas por insetos e doenças é a utilização de misturas de várias espécies de plantas, aproveitando vários focos de resistência, podendo prolongar o surto de doenças, reduzir a disseminação de esporos infectados e modificar as condições ambientais, tais como umidade, luminosidade, temperatura e deslocamento de ar, tornando-as menos favoráveis à difusão de certas doenças. O autor ainda afirma que em muitos sistemas agrícolas, para se ter um controle de ervas, pragas e doenças as rotações são o meio principal e mantém a fertilidade do solo (ALTIERI, 2004 p. 33 e 71).

Existe em Guaporé, o Centro Ocupacional Bruno José Campos, chamado de Horta Comunitária que produz hortaliças e frutas utilizando práticas agroecológicas, mas ainda sem certificação e registro no MAPA. O Centro foi fundado em 1972, com o objetivo de atender crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social[3]. O Centro oferece refeições diárias, os estudantes recebem acompanhamento na realização das atividades da escola, oficinas de informática, esportes e aprendem a plantar e a cultivar a terra. Na horta são produzidas as seguintes espécies de

[3] A sede da entidade é cedida pela prefeitura assim como os funcionários que atuam no local. No Centro existe em média 120 alunos matriculados com faixa etária de 06 anos a 16 anos distribuídos em duas turmas, uma no turno da manhã e outra no turno da tarde.

hortaliças: cenoura, couve chinesa, couve folha, couve manteiga, repolho comum, repolho coração de boi, cebolinha, salsinha, alho-poró, chicória, rúcula, brócolis, radite, radiche pão de açúcar, tomate gaúcho, banana, agrião, alho, alface mimosa, alface-crespa, beterraba, espinafre, rabanete, pepino, abobrinha, abóbora. De frutas são produzidos, caqui, laranja, bergamota e pitanga.

A produção é comercializada para os pais dos estudantes e comunidade em geral.

5.2. COMERCIALIZAÇÃO DE ORGÂNICOS

Conforme contato com a Secretaria Municipal da Fazenda e com a Vigilância Sanitária, no município de Guaporé, atualmente têm 12 supermercados, 05 mercados e 05 fruteiras. Dentre os estabelecimentos visitados, somente dois supermercados e uma fruteira comercializam produtos orgânicos.

Um dos mercados compra e comercializa algumas hortaliças da horta Comunitária, as quais não possuem certificação orgânica. O supermercado A comercializa produtos orgânicos desde setembro de 2020, fornecidos pelo grupo Ecológico Mãos na Terra do município de São Domingos do Sul. Os produtos que mais comercializam são abobrinha, alface, beterraba, cenoura, moranga cabotia, rúcula, tempero verde (salsa + cebolinha), tomate, vagem, banana, laranja, lima, maçã gala e melão (Tabela 1).

Tabela 1 – Produtos orgânicos comercializados no supermercado A em Guaporé/RS.

Produtos	Volume mensal
Abobrinha (Itália e de tronco de tortuga)	40 kg
Açafrão/Cúrcuma em Raiz	1 kg
Alface (americana, crespa, mimosa, lisa, americana roxa, crespa roxa e mimosa roxa)	36 dúzias
Alho (Cabeça e crioulo)	18 unidades
Alho poró	6 unidades
Batata doce (branca e polpa laranja)	18 kg
Batata inglesa (branca e rosa)	14 kg
Beterraba	40 molhos
Berinjela	10 unidades
Brócolis	3 dúzias
Cebolete	5 molhos
Cebola (branca e roxa)	9 kg
Cebolinha (branca e roxa)	5 kg
Cebolinha em conserva pote	15 unidades
Cenoura	40 molhos
Chicória (branca e roxa)	6 dúzias
Couve (folha escura, folha clara e chinesa) e couve-flor	10 dúzias
Espinafre	2 dúzias
Gengibre Branco	1 kg
Moranga cabotiá	40 kg
Peixinho da horta	6 unidades
Pepino (japonês e salada)	20 kg
Pimentão (amarelo, verde, vermelho e chapéu de bispo)	14 kg
Rabanete	4 dúzias
Radiche (almeirão e pão de açúcar)	7 dúzias
Repolho (verde, roxo e coração de boi)	60 unidades
Rúcula	8 dúzias
Temperos (alecrim, manjerona, orégano, manjericão, osmarin, pimenta dedo de moça, sálvia e tomilho) e Misto de temperos	40 unidades
Tempero verde (salsa+Cebolinha)	8 dúzias
Tomate (gaúcho e italiano)	80 kg
Vagem (verde e amarela)	74 kg
Chás (camomila, guaco, hortelã, macela, melissa, marmelo desidratado e poejo)	68 unidades
Banana	60 kg
Bergamota japonesa	10 kg
Caqui	8 kg
Figo da índia	5 kg
Laranja (valência e umbigo)	35 kg
Lima	30 kg
Maçã gala	40 kg
Melão (cantaloupe e amarelo)	40 kg
Morango (Bandeja)	48 unidades
Amendoim 500 g	10 unidades
Feijão 500 g (preto, olho de cabra, carioca)	35 unidades

Fonte: Autora (2021)

Conforme o responsável pelo setor de compras, o interesse em comercializar produtos orgânicos surgiu pela percepção de que os consumidores estão buscando uma alimentação mais saudável e visando atender os clientes com este perfil. Entende que atualmente, o volume comercializado pelo mercado é suficiente para atender a demanda dos consumidores e pretendem continuar comercializando produtos orgânicos para atrair novos clientes. As principais dificuldades apontadas para a comercialização de produtos orgânicos foram a sua durabilidade porque julga que são mais sensíveis que os convencionais e os custos são mais altos.

O Supermercado B comercializa desde agosto de 2020, somente banana prata orgânica, banana maçã que está sem registro orgânico e maçã gala orgânica. A banana prata e a banana maçã são fornecidas por um fornecedor do município de Veranópolis que compra dos produtores rurais no Litoral do RS e a maçã é oriunda do município de Vacaria. Dos três produtos orgânicos, a banana prata é a que mais é vendida totalizando 180 kg mensais (Tabela 2).

Conforme o entrevistado, o interesse em comercializar orgânicos é devido ao fato de ser um produto diferenciado. Considera que o volume dos produtos oferecidos é suficiente para atender a demanda dos consumidores, mas estão buscando ampliar a variedade ofertada. Na sua avaliação o custo dos produtos é barato e há o interesse de continuar levando um produto saudável para os consumidores. Indicou que entre as principais dificuldades está a falta de conhecimento dos consumidores sobre os produtos orgânicos. Estudos tem demonstrado que a falta de informação do consumidor ainda é um dos entraves para o aumento do consumo de orgânicos. Varella e Souza (2015), em uma pesquisa em Piracicaba identificaram que entre os não consumidores de produtos orgânicos, o principal motivo foi a falta de informação, sendo que demonstraram “não compreender o que é, de fato, o alimento orgânico e seus benefícios, sendo assim, por falta de conhecimento suficiente sobre o alimento, optam por não consumir”

Tabela 2 - Produtos orgânicos comercializados no supermercado B em Guaporé/RS.

Produtos	Volume Mensal
Banana Prata	180 kg
Banana Maçã	140 kg
Maça Gala	20 kg

Fonte: Autora (2021).

Na fruteira não foi possível realizar a entrevista, porque optaram por não participar da pesquisa em virtude de terem iniciado recentemente a comercialização de orgânicos. Sabe-se que os produtos são fornecidos pelo grupo ecológico Mãos na Terra do município de São Domingos do Sul.

5.3 PESQUISA COM OS CONSUMIDORES

5.3.1 Perfil dos Entrevistados

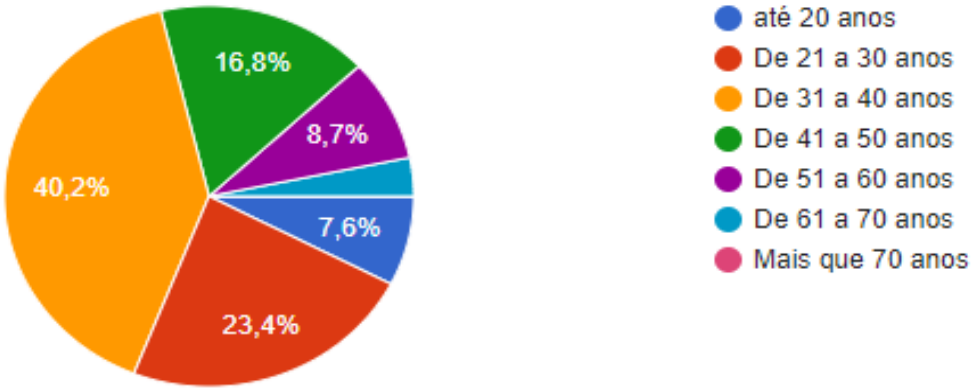
Responderam o questionário 186 pessoas do município de Guaporé. A maior parte do público participante da pesquisa, foi do sexo feminino, sendo 78,3% do total. Em uma pesquisa feita por Freitas (2017), em Araranguá, sobre motivações de consumo de produtos orgânicos e utilização das redes sociais como meio propulsor de divulgação, a maioria, 60% foram mulheres que participaram da pesquisa. Vilela et al. (2006) em estudo para conhecer o perfil socioeconômico dos consumidores de produtos orgânicos do Distrito Federal, também observou que a maioria foi mulheres (51%). Medeiros, Marconato e Souza (2017, p.84) realizaram um estudo bibliométrico sobre a motivação para o consumo de produtos orgânicos, por meio de consulta no banco de dados da Scientific Electronic Library Online (SciELO), em publicações no período de 2009 a 2015, e observaram que o maior consumo de orgânicos foi por mulheres de 25 a 50 anos, em sua maioria casada, ou com filhos e os fatores que motivaram foram:

> preocupação com a saúde e com o bem-estar da família, o fato de não haver adicionais químicos na produção (associando isso a uma vida longa), menor preocupação em relação a doenças, como o câncer, e, ainda, o fato de

diminuir a necessidade de cuidados sanitários com os alimentos antes de consumi-los, gerando praticidade no preparo.

Com relação à faixa etária dos participantes na pesquisa, observou-se que o maior percentual dos respondentes foi de 21 a 50 anos, correspondendo a 80,4% do total (Figura 2), resultados semelhantes ao estudo de Medeiros; Marconato; Souza, (2017). Na análise dos dados, observou-se que entre os que indicaram que consomem produtos orgânicos, os percentuais não variaram significativamente, correspondendo a 79,7%, sendo que 38,2% possuem entre 31 a 40 anos, 22 % de 21 a 30 anos e 19,5% de 41 a 50 anos. Cabe ressaltar, que como a pesquisa foi feita através de um formulário por meios digitais em virtude da pandemia, pode ser que tenha alcançado um público mais jovem por terem uma maior familiaridade com a tecnologia, o que pode ter limitado a participação das demais faixas etárias.

Figura 2 – Idade dos participantes da pesquisa sobre o consumo de alimentos orgânicos em Guaporé/RS, 2021.

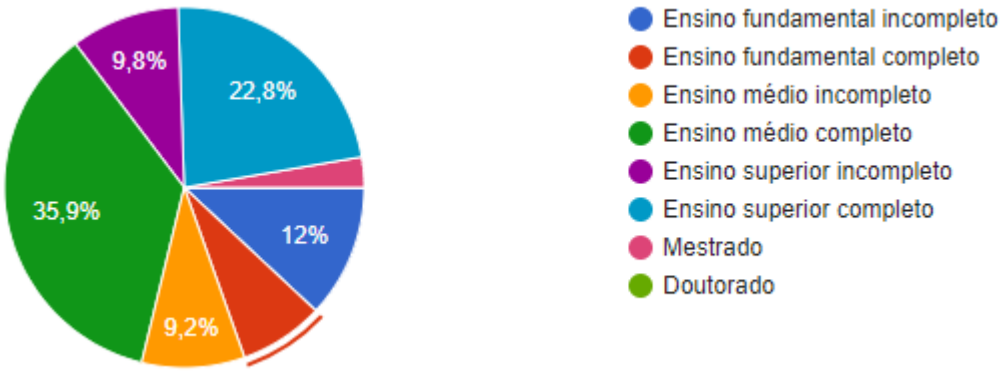


Fonte: Autora (2021)

Na Figura 3 constam informações sobre o nível de escolaridade. Dos participantes, a grande maioria, 58,7%, possuem o ensino médio (35,9%) ou ensino superior completo (22,8%). Na análise dos dados, observou-se que entre os que consomem produtos orgânicos, 65% possuem ensino médio ou ensino superior completo enquanto entre os não consumidores, o percentual é de 74%. Resultados semelhantes foram observados em trabalho de Freitas (2017), realizado em Araranguá, onde a maioria dos participantes da pesquisa possuíam ensino médio e

ensino superior. Em uma pesquisa feita por Dias et al. (2019), sobre a caracterização e perfil do consumidor de alimentos orgânicos, verificou que a maior parte dos entrevistados apresentam pós-graduação (32,9%), seguidos do superior completo (26,3%) e superior incompleto (23,7%). Conforme Lima Filho e Silva (2012), conforme o nível de escolaridade aumenta, há uma percepção maior de que os alimentos orgânicos são mais seguros para a saúde, possuem sabor mais agradável e podem, de certa maneira, contribuir para a preservação do meio ambiente.

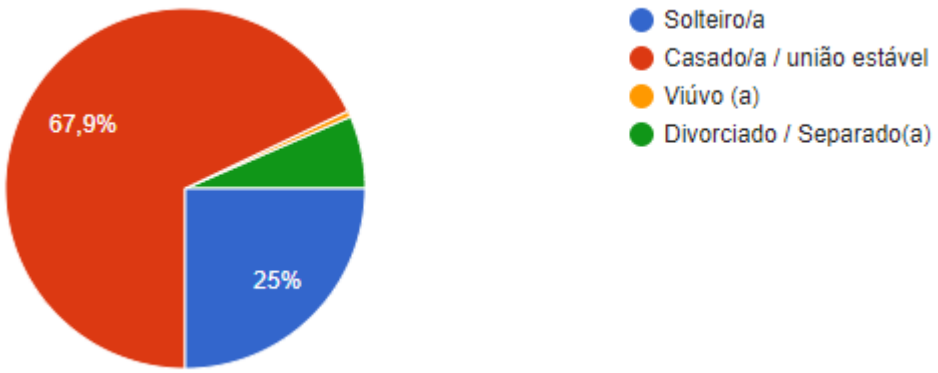
Figura 3 – Nível de Escolaridade dos participantes da pesquisa sobre o consumo de alimentos orgânicos em Guaporé/RS, 2021.



Fonte: Autora (2021)

Na Figura 4 sobre o estado civil dos participantes, a maior parte é casada (67,9%). Resultados semelhantes, em que a maioria dos consumidores participantes em pesquisas com orgânicos são casados, foram obtidos por Souza e Moraes Filho (2017) em uma análise bibliométrica a partir de 24 artigos científicos nacionais e 4 artigos internacionais e Silva et al. (2013) em uma pesquisa em Glória, RJ. As pesquisas apontam pela preocupação com a sua saúde e a família.

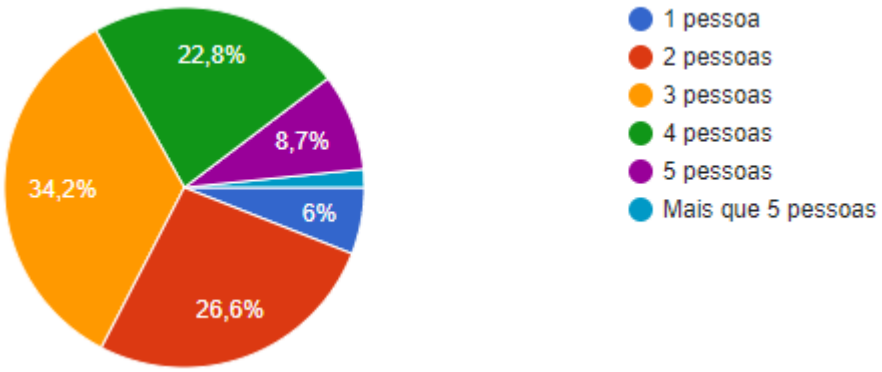
Figura 4 – Estado civil dos participantes da pesquisa sobre o consumo de alimentos orgânicos em Guaporé/RS, 2021.



Fonte: Autora (2021)

Conforme a Figura 5, 60,8% dos participantes responderam que moram na residência 2 pessoas ou 3 pessoas, 22,8% 4 pessoas, 8,7% 5 pessoas e 6% 1 pessoa. Em estudo feito por Nunes, Liz e Silva (2020), sobre produtos orgânicos: consumo e conhecimento da população da Serra Catarinense, também observaram a tendência do número de moradores na mesma casa ser de duas a três pessoas (51,5%). Silva (2016a), em um estudo em Porto Alegre observou que mais da metade dos respondentes moram com uma ou duas pessoas (58,7%).

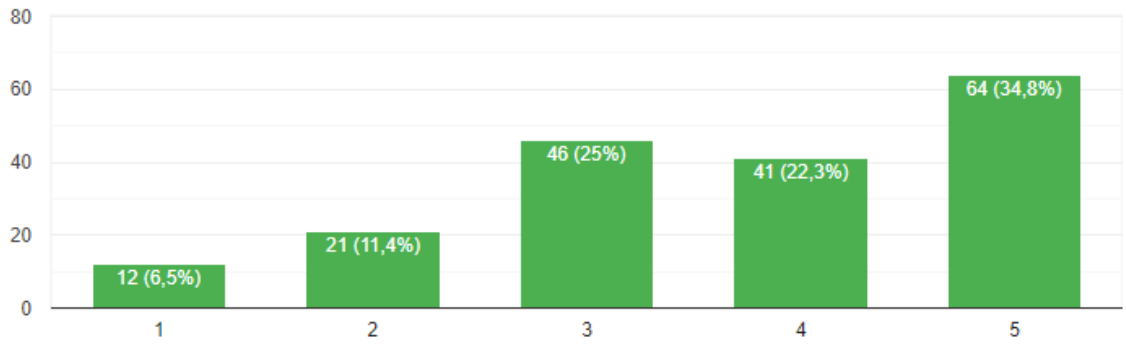
Figura 5 – Número de pessoas que residem na residência dos participantes da pesquisa sobre o consumo de alimentos orgânicos em Guaporé/RS, 2021.



Fonte: Autora (2021)

Conforme a Figura 6, 34,8% responderam que sempre buscam saber a origem dos alimentos e como são produzidos. Já 6,5% nunca se preocuparam com isso. Quando avaliada as respostas somente dos que consomem produtos orgânicos, 43,1% informaram que sempre buscam saber da origem e como são produzidos, 44% buscam, mas nem sempre. Em um estudo feito por Dias et al. (2019), 88,2% dos entrevistados responderam que se preocupam com a própria alimentação.

Figura 6 – Em que nível você se preocupa como são produzidos os alimentos que você consome?



1 – Nunca me preocupei e 5 – Sempre busco saber a origem dos alimentos e como são produzidos.
Fonte: Autora (2021)

Quando foi perguntado o que é um alimento orgânico para você, 57,2% responderam que são alimentos produzidos sem agrotóxicos, 11,8% indicarem além do não uso de agrotóxicos, produção sem fertilizantes químicos, 7% não responderam ou não souberam responder. Percebe-se que a compreensão do alimento orgânico está muito atrelada ao não uso de agrotóxicos, sem ter uma visão sistêmica da produção e conhecimento da definição de produção orgânica. Isso indica uma lacuna de conhecimento e a necessidade de trabalhar mais com o consumidor sobre a temática de produção orgânica. Entre as respostas que apresentaram mais informações destacam-se as seguintes: “Alimento que foi produzido e inspecionado pelo órgão regulador possuindo selo de produto orgânico”; “É aquele que atende normas de respeito à natureza, aos trabalhadores e aos animais envolvidos na produção”; “Os alimentos orgânicos são aqueles alimentos cultivados de maneira sustentável mediante a agricultura biológica (ou orgânica)”; “Produzido sem

agrotóxicos, sem desperdício de água, sem erosão, com pouca necessidade de combustível fóssil, com pouca produção de lixo, priorizando culturas locais e sazonais”.

Em pesquisa Nunes, Liz e Silva (2020) verificaram através das respostas dos entrevistados que ao menos 54% não sabiam realmente do que se tratam os produtos orgânicos. As respostas mais elaboradas foram respondidas por poucas pessoas que descreveram que é bom para a saúde, que trazem benefício para a saúde, pensam ser bom para a saúde e tudo que faz bem.

Dos entrevistados, 66,8% responderam que tem o hábito de consumir produtos orgânicos e 33,2% não consomem. Dos que responderam que não tinham o hábito de consumir produtos orgânicos, quando foi perguntado se sabia da existência de selo para certificar os produtos, a maioria 57,4% informaram desconhecer. Enquanto os que consomem produtos orgânicos, a maioria 67,5% responderam que sabem da existência do selo de produto orgânico. Cabe ressaltar que mesmo os que consomem produtos orgânicos, um alto percentual 32,5% informaram desconhecer. Resultado semelhante foi obtido em uma pesquisa feita pela Organis (2019), que 69% dos entrevistados que consomem produtos orgânicos responderam saber da existência do selo orgânico.

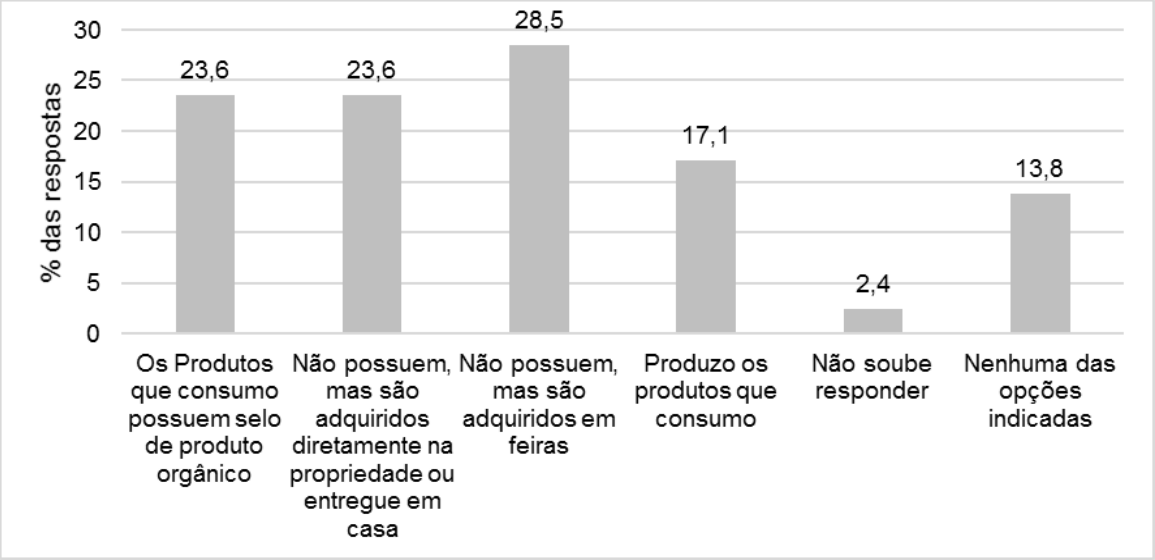
Silva, Melo e Melo (2016), em uma pesquisa sobre o selo de certificação em produtos orgânicos, relatam que os consumidores avaliam de maneira positiva quando há presença de selo, considerando que há maior valorização sobre o produto, que inspira confiança na qualidade e que há preocupação com as questões ambientais. O estudo mostrou que 80% dos entrevistados estão dispostos a pagar 5% a mais por produto quando esse possuir selo de certificação orgânica e traz maior segurança no momento da compra.

5.3.2 Consumidores de Produtos Orgânicos

A Figura 7 mostra se os produtos que os participantes da pesquisa consomem possuem ou não o selo de orgânico. Somente 23,6% dos respondentes informaram que os produtos que consomem possuem selo. Os demais 52,1% responderam que não possuem selo, mas são adquiridos em feiras, diretamente na propriedade ou

entregue em casa e 17,1% produzem os produtos orgânicos que consomem. Resultados semelhantes foram obtidos por Porto e Nordi (2019), que somente 25% dos que participaram da pesquisa relataram que adquirem produtos identificados com o selo de orgânico.

Figura 7 - Os produtos que você consome possuem o selo de produto orgânico?



Fonte: Autora (2021).

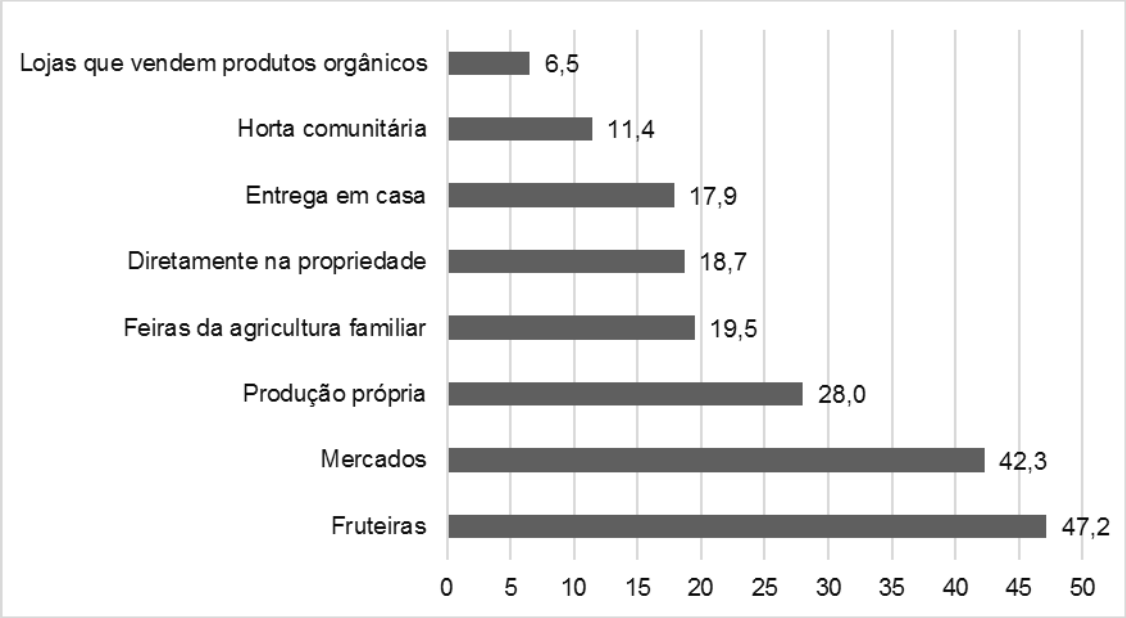
Quando foi perguntado onde costuma adquirir os produtos orgânicos, foram indicados principalmente os mercados, fruteiras e produção própria (Figura 8).

Ressalta-se que Guaporé não possui feira do produtor, assim entende-se que os respondentes quando indicaram esta opção, estavam se referindo ao dia da feira de verduras e frutas, anunciado pelos supermercados ou feiras em outros municípios. O dia da feira realizado pelos supermercados não é com produtos orgânicos. Isso indica que alguns consumidores não possuem informações para diferenciar produtos orgânicos e convencionais no momento da compra e que é necessário ter um espaço adequado com os produtos orgânicos. Em estudo realizado em Chapecó, Cavallet (2015) constatou que a diferenciação dos produtos orgânicos e convencionais não é clara ao consumidor, tanto devido à falta de informação quanto ao modo como são expostos nas feiras e supermercados, influenciando no momento da compra.

Quanto a indicação que os produtos orgânicos são adquiridos diretamente do produtor ou entrega em casa, os consumidores podem estar comprando do grupo

ecológico Mãos da Terra de São Domingos que vendem através do Facebook e Whatsapp e entregam em domicílio ou podem estar adquirindo de agricultores não cadastrados no MAPA.

Figura 8 – Onde costuma adquirir os produtos orgânicos?



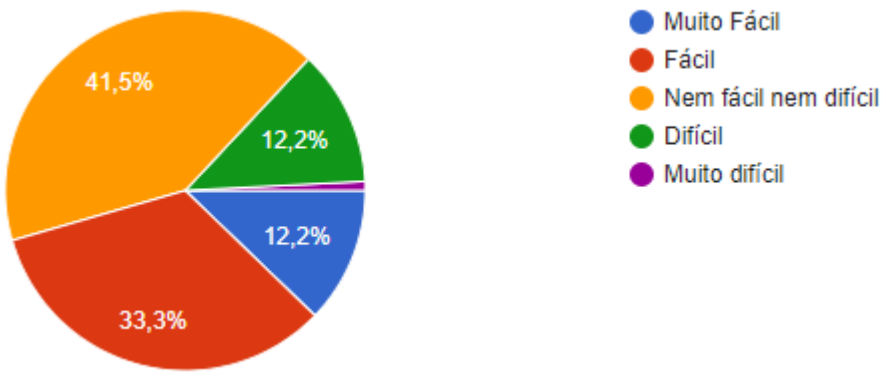
Fonte: Autora (2021)

Quando foi perguntado sobre a facilidade de encontrar os produtos orgânicos, 45,5% indicaram que é fácil ou muito fácil, apesar dos poucos pontos de venda no município. Consideram difícil ou muito difícil, 13% dos respondentes (Figura 9). Apesar de Guaporé não ter nenhum produtor orgânico e apenas um em processo de transição, faz parte do Corede Serra, o qual possui 657 produtores orgânicos registrados no MAPA (Apêndice C).

Pesquisas realizadas em diferentes regiões mostraram variações nos resultados retratando as realidades regionais. Em Maceió, Pinho, Oliveira e Menezes (2018), observaram que 60% dos entrevistados relataram ter dificuldades para adquirir os alimentos orgânicos e que a frequência das feiras são poucas sendo um dos principais fatores limitantes para o acesso, seguido da pouca variedade de produtos (14%). Já na cidade de São Joaquim da Barra/São Paulo em sua pesquisa realizada por Lima et al. (2011), 43,24% responderam que encontram fácil os produtos orgânicos, enquanto que 40,54% julgam ter dificuldade. Na Serra Catarinense um

estudo feito por Nunes, Liz e Silva (2020), mostra que 76% dos entrevistados acham facilidade quanto ao acesso.

Figura 9 - Facilidade para encontrar os produtos orgânicos na sua região

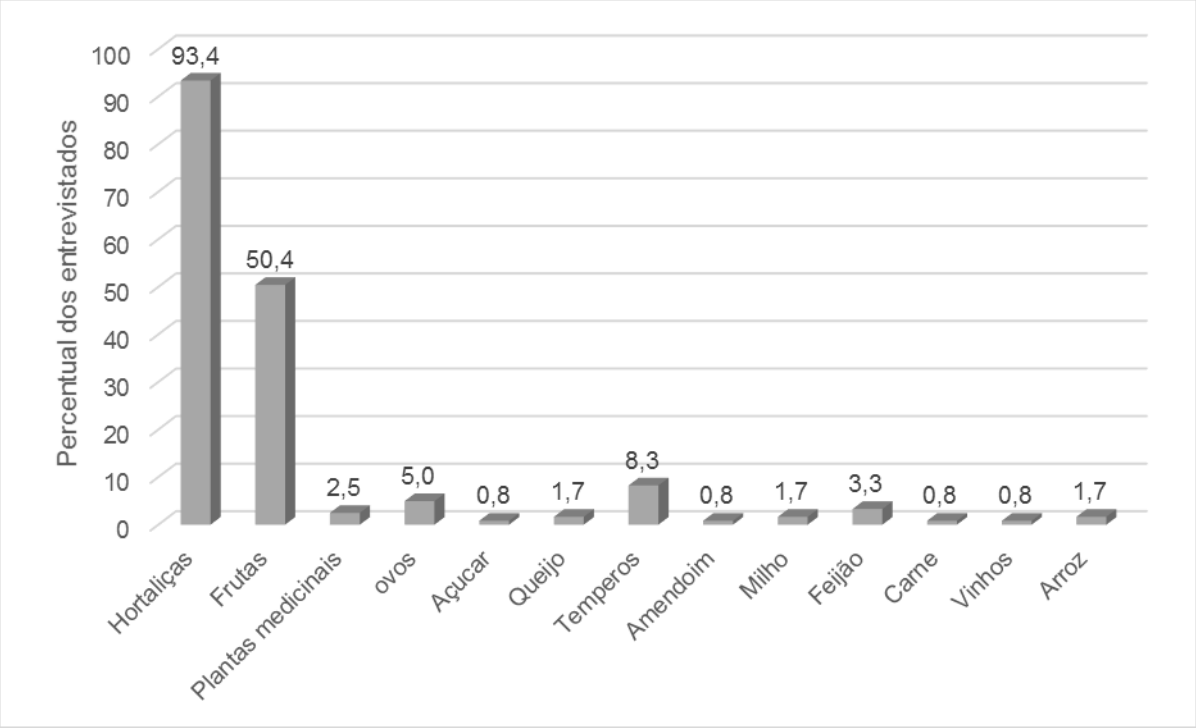


Fonte: Autora (2021)

A Figura 10 apresenta os produtos orgânicos mais consumidos pelos participantes. As hortaliças são as mais consumidas sendo indicadas por 93,4% dos consumidores, as frutas em segundo lugar (50,4%) e os temperos em terceiro lugar (8,3%). Resultados semelhantes foram obtidos por Silva (2016), Porto e Nordi (2019) Dias et al. (2019) e Pohl, Pereira Filho e Abbade (2019) que destacaram que a maior parte dos produtos orgânicos consumidos são hortaliças e frutas.

Os dados obtidos estão de acordo com as informações do cadastro de Produção orgânica no MAPA em que a grande maioria dos produtores da agricultura familiar atuam na produção vegetal como produtora de verduras, legumes e frutas orgânicas (BRASIL, 2017).

Figura 10 - Quais os produtos orgânicos que você consome?



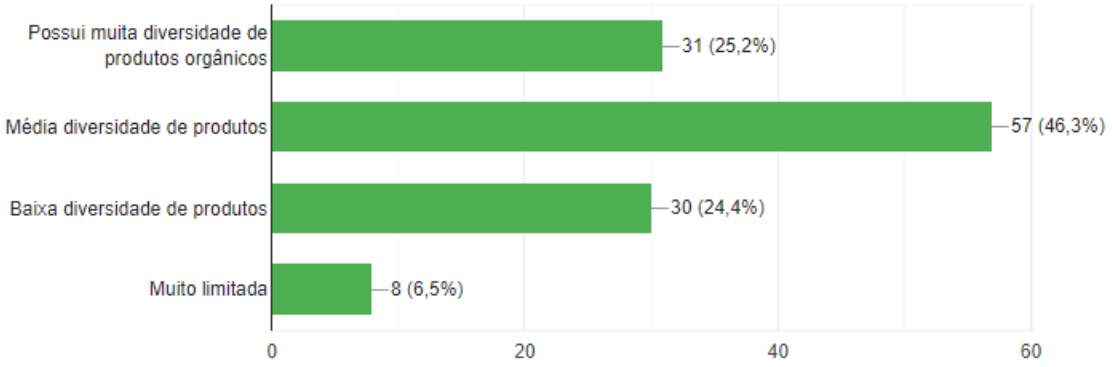
Fonte: Autora (2021)

Quando foi perguntado sobre a diversidade dos produtos orgânicos na região, 25,2% disseram ter muita diversidade, e 30,9% responderam ter baixa ou diversidade muito limitada (Figura 11). Dos 22 municípios do Corede que contém produtor cadastrado, a diversidade de produtos orgânicos é baixa. Os produtores cadastrados trabalham principalmente com frutas e hortaliças tanto na produção como no processamento. Nenhum município possui cadastro de produtos de origem animal.

Cavallet (2015) em Chapecó e Buainain e Batalha (2007) em Brasília também verificaram poucos pontos de comercialização que vendem produtos orgânicos e diversidade. Segundo Vilela et al. (2006), em uma pesquisa para conhecer o perfil socioeconômico dos consumidores de produtos orgânicos do Distrito Federal, 73% dos entrevistados disseram que existem poucos produtos no mercado orgânico e que os pontos de venda não são suficientes para atender à demanda o que dificulta muitas vezes a continuarem comprando, optando pelo convencional. Souza, Ribeiro e Occhi (2017), na cidade de Marabá relatam que os produtos convencionais são mais

consumidos pela facilidade de acesso em vários locais, o que reduz tempo para quem busca praticidade e facilidade na hora de comprar.

Figura 11 - Diversidade de produtos orgânicos na sua região.



Fonte: Autora (2021)

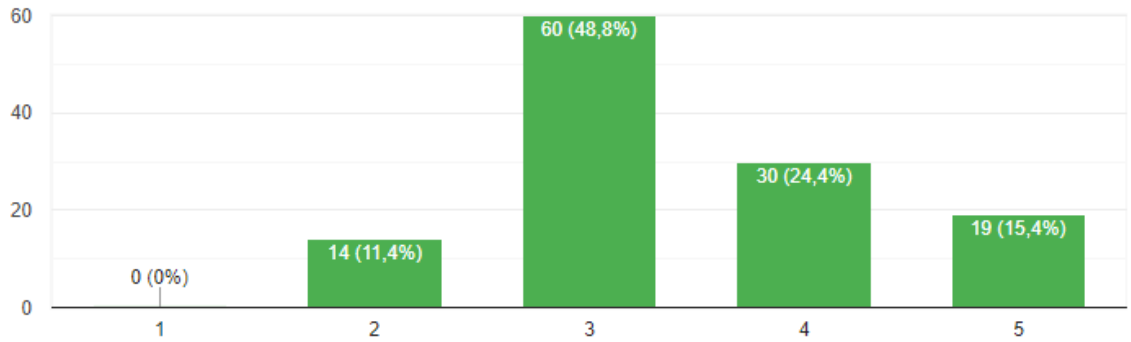
Outro desafio apontado para o consumo de produtos orgânicos é o preço superior se comparado aos produtos convencionais. Na pesquisa, 48,8% acharam razoável nem caro e nem barato e 15,4% consideram muito caro (Figura 12). Silva et. al (2019) em trabalho realizado com estudantes universitários, 50% dos entrevistados responderam que acreditam que os preços praticados na venda desses alimentos são altos. Em pesquisa realizada por Freitas (2017) entre as principais barreiras para compra dos produtos orgânicos foi indicado o preço alto em relação aos produtos convencionais.

Para Buainain e Batalha (2007), os preços dos produtos orgânicos variam muito em razão das tendências da estação de produção e consumo e entre mercados. Conforme os autores, “os produtos orgânicos apresentam preços mais altos que o produto convencional (de 20 a 200% mais caros), dependendo do produto e do ponto de venda”.

Em estudo realizado pelo Instituto Terra Mater (2015) comparando os preços de hortaliças produzidas em sistemas convencionais e orgânicos ou em transição em diferentes tipos de canal de comercialização em diversas regiões do Brasil foi constatado que o tipo canal de comercialização influencia de forma significativa o preço dos produtos frescos oferecidos ao consumidor. O estudo mostrou que existe uma diferença de preço entre os produtos orgânicos vendidos nos supermercados e

os orgânicos/sem veneno em outros canais de venda mais direta (feira e grupos de consumo responsável), estes últimos sendo mais baratos. Conforme o Instituto Terra Mater (2015), o estudo permitiu desmistificar “a ideia de que produtos sem veneno são sempre mais caros que os produtos convencionais e que o sobrecusto é devido apenas à custos de produção mais altos”.

Figura 12 – Como você considera o preço dos produtos orgânicos?

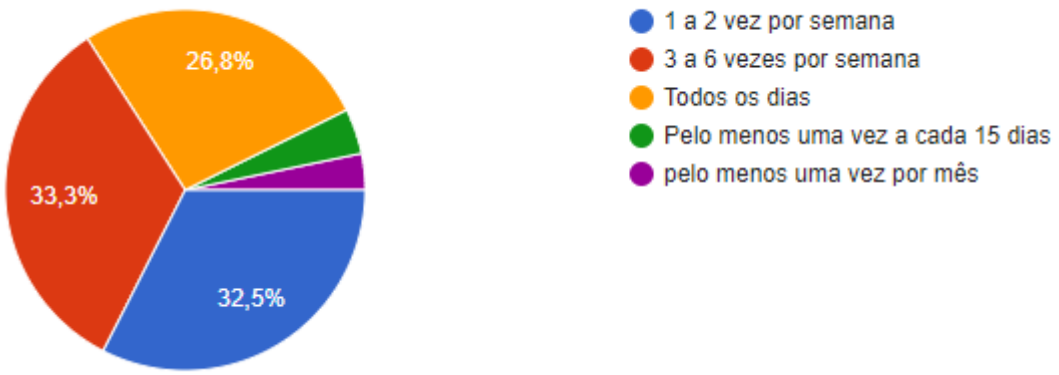


Escala de 1 a 5, sendo 1 muito barato e 5 muito caro
Fonte: Autora (2021)

Dos respondentes 95,9% informaram que consumiram produtos orgânicos nos últimos 30 dias. O que corresponde ao apontado na Figura 9 que a maioria achou ter facilidade em encontrar produtos orgânicos.

Quanto a frequência de consumo dos produtos orgânicos, mais de 90% consomem pelo menos uma vez por semana, sendo que 26,8% consomem todos os dias (Figura 13). Em pesquisa feita por Silva et al. (2013), sobre o perfil socioeconômico de consumidores de produtos Orgânicos na feira da Glória-RJ, 48% disseram consumir produtos orgânicos todos os dias, e 29% consomem semanalmente. Em outros trabalhos podemos ver a frequência do consumo semanalmente (VILELA et al., 2006; SILVA, 2016; DUARTE, 2016; FREITAS, 2017) e diariamente (BUZIN, 2015; PEREIRA et al., 2015; CUENCA et al., 2007).

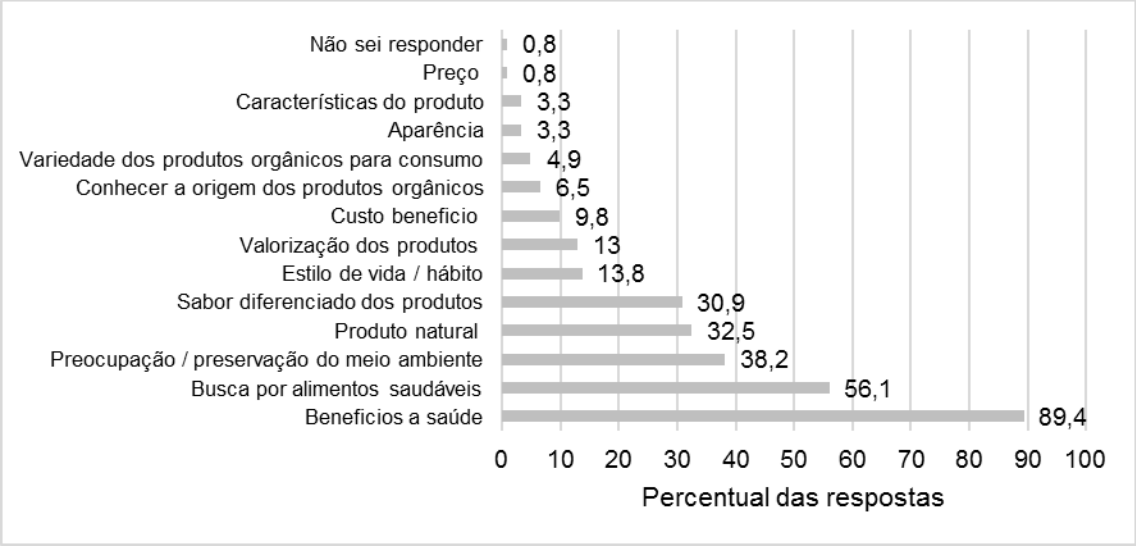
Figura 13 - Com que frequência você consome produtos orgânicos?



Fonte: Autora (2021)

Quando foi perguntado sobre os motivos para o consumo de produtos orgânicos, 89,4% das respostas apontaram para benefícios a saúde, 56,1% por alimentos mais saudáveis, 38,2% por preocupação/preservação pelo meio ambiente, 32,5% por ser um produto natural, 30,9% por ter um sabor diferenciado do produto e 13,8% por ter um estilo de vida/hábito (Figura 14). Podemos ver que a busca por alimentos mais saudáveis está entre o fator que mais estimula o consumidor a comprar. Outros trabalhos também indicaram os benefícios a saúde como motivador para o consumo (PORTO e NORDI, 2019; PINHO; OLIVEIRA; MENEZES, 2018; MEDEIROS; MARCONATO; SOUZA, 2017; SANTOS e SILVA JUNIOR, 2015; PIMENTA, 2008), alimentos mais saudáveis (LIMA et al. 2011; ANDRADE e BERTOLDI, 2012; SILVA, 2016; SOUZA; RIBEIRO; OCCHI, 2017), preservação do meio ambiente (MOURA et al. 2010; DUARTE, 2016; SOUZA e MORAES FILHO, 2017; DIAS et al. 2019) e sabor diferenciado (BUAINAIN e BATALHA, 2007; LIMA FILHO e SILVA, 2012; GRAFF, 2015).

Figura 14 - Qual (ais) os motivos para o consumo de produtos orgânicos?



Fonte: Autora (2021)

5.3.3 Não consumidores de produtos orgânicos

Quando foi questionado sobre os motivos para não consumirem produtos orgânicos, 49,2% indicaram dificuldade para encontrar os produtos (Figura 15). Em contraponto, os que consomem produtos orgânicos (Figura 9) a maioria dos participantes responderam não ter dificuldades quanto ao acesso dos produtos. Outros motivos indicados foram: não tem o hábito de consumo (39,3%), acham o preço muito alto (36,1%), não tem conhecimento sobre o produto (18%), não tem confiabilidade nos produtos oferecidos (3,3%) e por último a aparência do produto (1,6%). Andrade e Bertoldi (2012), em uma pesquisa em Belo Horizonte, MG, relataram que existem restrições no consumo devido ao preço elevado e a baixa qualidade dos produtos orgânicos. Em pesquisa realizada em Santa Maria-RS, os participantes que relataram não consumir alimentos orgânicos, justificaram em sua maioria pela dificuldade de acesso aos produtos (41,4%), seguido do preço muito caro (27,6%), e 24,1% não avaliam importante ou não acreditam que o consumo de

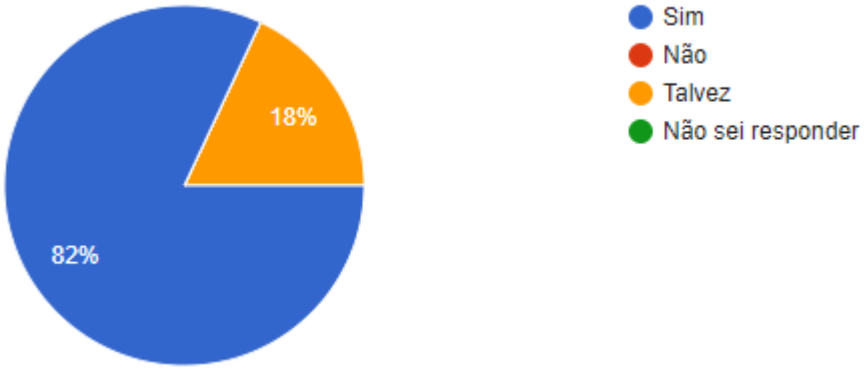
orgânicos vá gerar alguma mudança positiva (POHL; PEREIRA FILHO e ABBADE, 2019)

Figura 15 - Quais os motivos para o não consumo de produtos orgânicos?

Fonte: Autora (2021)

Mesmo não consumindo, 82% consideram que os produtos orgânicos podem trazer benefícios para a saúde, e somente 18% disseram que talvez (Figura 16). Dos que consomem, 89,4% remeteram a benefícios a saúde, como mostra na figura 14.

Figura 16 - Você considera que os produtos orgânicos podem trazer benefícios para a sua saúde?

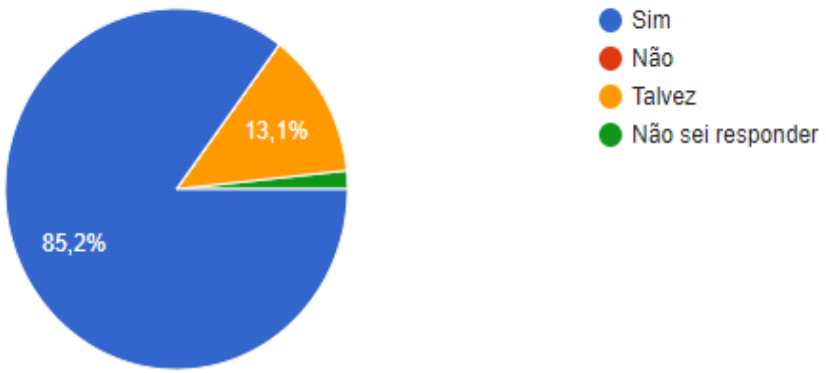


Fonte: Autora (2021)

Conforme a Figura 17, 85,2% dos participantes consideram que os produtos orgânicos podem trazer benefícios ambientais e 13,1% talvez. Observa-se que mesmo sabendo dos benefícios que os produtos trazem a saúde e ao meio ambiente,

ainda há uma restrição quanto ao consumo, indicando que outros critérios neste caso são mais importantes na decisão de consumo.

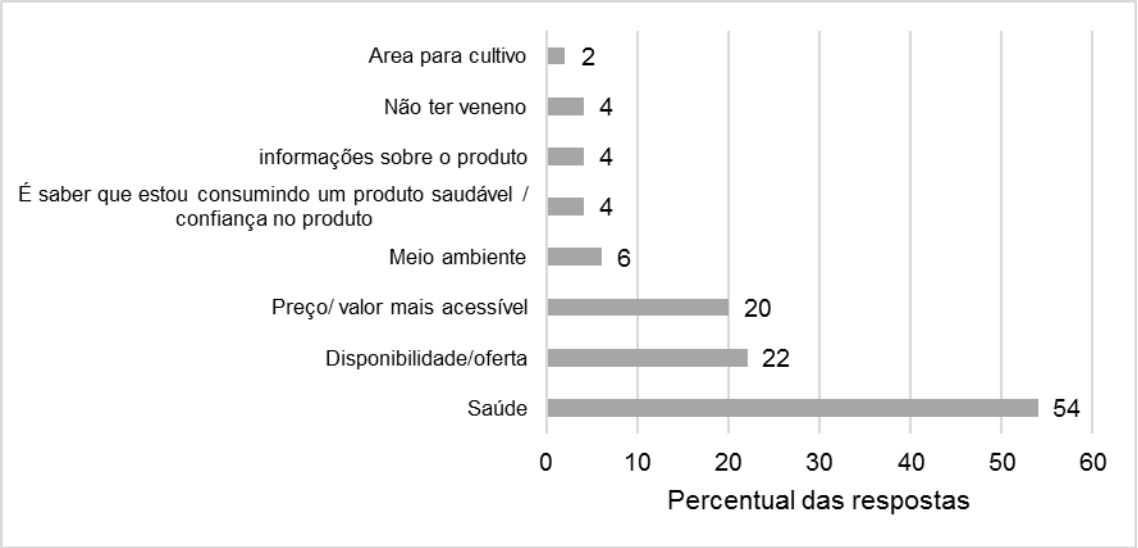
Figura 17 – Você considera que os produtos orgânicos trazem benefícios ambientais?



Fonte: Autora (2021)

Quando foi perguntado o que motivaria consumir produtos orgânicos, foram indicados principalmente saúde (54%), disponibilidade do produto (22%) e preço (20%) (Figura 18). Com relação à disponibilidade dos produtos e o preço, são fatores a serem analisados, pois há esse indicativo que se o município de Guaporé tivesse maior disponibilidade dos produtos orgânicos e com preços acessíveis, poderia aumentar o número de consumidores.

Figura 18 - O que te motivaria consumir produtos orgânicos?



Fonte: Autora (2021)

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No município de Guaporé não tem nenhum produtor orgânico cadastrado no MAPA apenas um que está em processo de certificação orgânica. Apesar disso, a maioria dos entrevistados tem o hábito de consumir produtos orgânicos. Os dois supermercados que comercializam produtos orgânicos recebem a produção de outros municípios e disponibilizam hortaliças e frutas.

Os participantes da pesquisa foram predominantemente do sexo feminino, com idade média de 21 a 50 anos, casados, portadores de diploma de ensino médio ou ensino superior e consomem produtos orgânicos semanalmente. Os principais motivos para o consumo de orgânicos são os benefícios a saúde, busca de alimentos mais saudáveis, pela preocupação/preservação do meio ambiente, produto natural e sabor diferenciado.

Os não consumidores de orgânicos, a maioria desconhece a existência de selo de orgânicos. Os que consomem, a maioria sabe da existência, mas um baixo percentual consome produtos com selo de orgânico. Percebeu-se que a compreensão do alimento orgânico está muito atrelada ao não uso de agrotóxicos, sem ter uma visão sistêmica da produção. Há necessidade do desenvolvimento de projetos com os consumidores para esclarecer a diferenciação dos produtos orgânicos e convencionais que pela pesquisa percebeu-se que não é clara, tanto devido à falta de informação quanto ao modo como são expostos nos mercados, influenciando no momento da compra. Há a necessidade de mais divulgação e conscientização em relação aos benefícios da produção e consumo dos produtos orgânicos.

A dificuldade para encontrar os produtos e o maior preço comparado com o convencional foram os limitantes para a compra indicados pelos não consumidores de produtos orgânicos. Apesar do avanço no número de produtores e crescimento do mercado orgânico no Brasil, ainda existem restrições quanto a disponibilidade e acesso do produto, ao hábito de consumo e ao preço dos produtos orgânicos. Faz-se necessário o investimento em mais pesquisas voltadas a produção orgânica, além de incentivos na forma de subsídios visando estimular novos produtores já que para o aumento do número de consumidores de orgânicos há a necessidade de novos pontos de comercialização e do desenvolvimento da agricultura orgânica no município.

REFERÊNCIAS

ALTIERI, M. **Biotecnologia agrícola**: mitos, riscos ambientais e alternativas. Porto Alegre: EMATER/RS-ASCAR-RS, 2002. 61 p.

ALTIERI, M. Agroecologia: **A Dinâmica Produtiva da Agricultura Sustentável**. 5 ed. Porto Alegre: UFRGS, 2004. 120 p.

ANDRADE, L. M. S.; BERTOLDI, M. C. A. Atitudes e motivações em relação ao consumo de alimentos orgânicos em Belo Horizonte – MG Braz. **J. Food Technol**, Minas Gerais, p.31-40, 2012.

BERNARDI, L. E.; TONIN, A. B. Mecanismos de controle da qualidade na produção orgânica. *In*: JOHANN, L.; DALMORO, M.; MACIEL, M. J. (org). **Alimentos Orgânicos:** Dinâmicas na produção e comercialização. Lajeado: Univates, 2019.

BUAINAIN, A. M.; BATALHA, M. O. **Cadeia Produtiva de Produtos Orgânicos.** Brasília: IICA: MAPA/SPA, 2007, 108 p. v. 5.

BUZIN, E. J. W. K. M**ercado de Produtos Orgânicos em Goiânia: Venda Direta**. Goiânia, GO. 2016 94 f. Tese (Doutorado em Produção Vegetal) Faculdade de agronomia, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2016.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Abastecimento. Lei nº 10.831 de 23 de Dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Poder executivo, Brasília, DF, 24 dez. 2003.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Decreto Nº 6.323, 27 de Dezembro de 2007. Regulamenta a Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Poder executivo, Brasília, DF, 27 de dez. 2007.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Controle social na venda direta ao consumidor de produtos orgânicos sem certificação**. Brasília: Mapa/ACS, 2008a. 24 p.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Mecanismos de controle para a garantia da qualidade orgânica**. Brasília: Mapa/ACS, 2008b. 56 p.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Abastecimento. Instrução Normativa no 19 de 28 de maio de 2009. Aprova os mecanismos de controle e informação da qualidade orgânica. **Diário Oficial da União**. Poder executivo, Brasília, DF, 29 de mai. 2009.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Abastecimento Decreto n° 7.794, de 20 de agosto de 2012. Institui a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica. **Diário Oficial da União**. Poder executivo, Brasília, DF, 20 de ago. 2012.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Abastecimento. **Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos**. Brasília, 2017. Disponível em: https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/organicos/cadastro-nacional-produtores-organicos. Acesso em: 28 mai. 2021.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Em 7 anos, triplica o número de produtores orgânicos cadastrados no ministério**. Brasília, 2019. Disponível em: https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/em-sete-anos-triplica-o-numero-de-produtores-organicos-cadastrados-no-mapa. Acesso em 18 de dez. 2020a.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Alimentos orgânicos renderam R$ 4 bilhões a produtores brasileiros em 2018**. Brasília, 2019. Disponível em: https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/mercado-brasileiro-de-organicos-fatura-r-4-bilhoes. Acesso em: 25 dez. 2020b.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Abastecimento. Sistemas **Participativos de Garantia (SPG) para produção e comercialização de produtos orgânicos**. Brasília, Mapa, 2020. Disponível em: https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/agricultura-familiar/publicacoes/projeto-mercados-verdes-e-consumo-sustentavel/guias/guia-spg-para-producao-e-comercializacao-de-produtos-organicos. Acesso em: 27 dez. de 2020.

CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A.; PAULUS, G. **Agroecologia**: Uma ciência do campo da complexidade. Brasília: 2009, 111 p.

CAVALLET, B. V. **Produtos Orgânicos**: Aspectos gerais de comercialização em Chapecó (SC). Chapecó. 2015, 70 f. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade Federal da Fronteira do Sul, Chapecó, 2015.

CUENCA, et al. **Perfil do Consumidor e do consumo de produtos orgânicos no Rio Grande do Norte**. Aracaju-Se: EMBRAPA, 2007. Disponível em: http://www.cpatc.embrapa.br/publicacoes_2007/doc-125.pdf.Acesso em 12 jun. 2021.

DIAS, et al. Caracterização e perfil do consumidor de alimentos. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL DAS CIÊNCIAS AGRÁRIAS. COINTER PDVAGRO 2019. IV, 2019, Recife. **Anais.** Recife: Cointer PDVAgro. p. 1-17. Disponível em: https://doi.org/10.31692/2526-7701.IVCOINTERPDVAgro.2019.0147. Acesso em: 16 de mai. de 2021.

DUARTE, J. S. **Consumo de frutas, legumes e verduras orgânicos: um estudo sobre fatores motivadores do consumo e disposição a pagar**. Brasília-DF. 2016, 70 f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) - Universidade de Brasília, Brasília- DF, 2016.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. 127 p.

FONSECA, M. F. A. C. A **Institucionalização dos mercados de orgânicos no mundo e no Brasil: Uma interpretação. Seropédica-RJ**. 2005, 476 f. Tese (Doutorado em Philosophiae Doctor em Sociologia). Curso de pós-graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica-RJ, 2005.

FEE. Fundação de Economia e Estatística. **Corede Serra**. 2020. Disponível em: https://arquivofee.rs.gov.br/perfil-socioeconomico/coredes/detalhe/?corede=Serra. Acesso em 19 abr. 2021.

FREITAS, M. T. **Motivações de consumo de produtos orgânicos e utilização das redes sociais como meio propulsor de divulgação**. Araranguá. 2017, 102 f. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) -Universidade Federal de Santa Catarina, Araranguá, 2017.

FREITAS, W. R. S.; JABBOUR, C. J. C. Utilizando Estudos de Caso(s) como Estratégia de Pesquisa Qualitativa: Boas Práticas e Sugestões **Estudo & Debate,** Lajeado, v. 18, n. 2, p. 07-22, 2011.

GRAFF, B. A.; FASSINA, P. Caracterização do mercado consumidor de alimentos orgânicos em municípios do Vale do Taquari, RS. **InterfacEHS** – Saúde, Meio Ambiente e Sustentabilidade, São Paulo, v. 13 n. 2, p. 29-39, dez. 2018.

GRAFF, V. **Atitudes e Motivações em Relação ao Consumo de Produtos Orgânicos em Arroio do Meio/RS**. Lajeado, 2015, 70 f. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) – Centro Universitário UNIVATES, Lajeado 2015.

IBGE. **Censo Agropecuário 2017.** Rio de Janeiro: IBGE, 2017. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/guapore/pesquisa/24/76693. Acesso em: 27 Jun. 2021.

IBGE. **Cidades e Estados. Guaporé**: Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/guapore.html. Acesso em 23 de nov. de 2020.

INSTITUTO TERRA MATER. **Produtos sem veneno são sempre mais caros?** Piracicaba, São Paulo: ago. 2015. Disponível em: <https://bit.ly/2lBP94a>. Acesso em: jun. 2021.

KIST, J. I. **Motivações e dificuldades na agroecologia: ações de melhorias para a gestão da produção e comercialização de alimentos orgânicos**, 2018 151 f. Dissertação (Mestrado em sistemas ambientais) - Universidade do Vale do Taquari-UNIVATES, Lajeado, 2018.

KRONBAUER, E. A. et al. Manejo orgânico e valorização de produtos agrícolas locais: reflexão sobre a produção de alimentos orgânicos no município de Arroio do Meio-RS. **Revista Científica Rural**, Bagé-RS, v. 20, n.1, p. 129-150, 2018.

LIMA, P. A. L. et al. Perfil do consumidor de produtos orgânicos na cidade de São Joaquim da Barra/SP. **Revista Nucleus**, São Joaquim da Barra, v.8, n.1, p.67-80, 2011.

LIMA FILHO, D. O. de; SILVA, F. Q. Percepção do consumidor sobre produtos orgânicos. **Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 29-46, 2012. Disponível em: https://doi.org/10.5585/remark.v11i1.2297. Acesso em: 13 jun. 2021.

LINS, A. A. M. **Práticas educativas de incentivo ao consumo de alimentos orgânicos na comunidade acadêmica e do entorno ao centro acadêmico de Vitória da Universidade Federal de Pernambuco**. Vitória de Santo Antão, PE, 2019 46 f. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade Federal de Pernambuco, Vitória de Santo Antão-PE, 2019.

LOURENÇO, B. A. G. **O sistema de produção orgânica: uma discussão sobre seu desenvolvimento e horizonte comercial, com destaque para o cenário fluminense,** 2016 51 f. Trabalho de Conclusão de Graduação (Ciências econômicas) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

MANZINI, E. J. A entrevista na pesquisa social. **Didática**, São Paulo, v. 26/27, p. 149-158, 1990/1991.

MEDEIROS, B. E.; MARCONATTO, T.; SOUZA, A. E. Estudo bibliométrico sobre a motivação para o consumo de produtos orgânicos. **Revista Cadernos de Economia**, Chapecó, v. 21. n. 38, p. 74-88, 2017.

MOURA et al. Um estudo sobre o comportamento dos consumidores de produtos orgânicos. *In*: SEMEAD SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, XIII. 2010, São Paulo. **Anais.** São Paulo: PPGA- FEA-USP, 2010. Disponível em: http://sistema.semead.com.br/13semead/resultado/trabalhosPDF/579.pdf Acesso em 11 Jun 2021.

NASCIMENTO, L. M. et al. A percepção dos consumidores em relação às estratégias de marketing desenvolvidas por uma empresa de produtos naturais e orgânicos. **Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 168-179, 2017.

NUNES, A.; LIZ, M. S. M. de; SILVA. M. M. da. Produtos Orgânicos: Consumo e Conhecimento da População da Serra Catarinense. *In*: CONGRESSO ONLINE INTERNACIONAL DE SEMENTES CRIOULAS E AGROBIODIVERSIDADE, 1, 2020. **Cadernos de Agroecologia**, v. 15 n. 4, Juti/MS: Instituto Cerrado Guarani, 2020.

ORGANIS. **Panorama do consumo de produtos orgânicos no Brasil 2019**. Disponível em: www.organis.org.br. Acesso em 27 mai. 2021.

PEREIRA et al. Mudança no perfil sociodemográfico de consumidores de produtos orgânicos. **Ciência e saúde coletiva**, v. 20 n. 9, 2015. Disponível em: https://doi.org/10.1590/1413-81232015209.12002014. Acesso em: 12 Jun. 2021.

PIMENTA, M. L. **Comportamento do Consumidor de Alimentos Orgânicos na Cidade de Uberlândia: Um Estudo com base na Cadeia de Meios e Fins**. 2008 125 f. Dissertação (Pós Graduação em Administração) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia 2008.

PINHO, L. S.; OLIVEIRA, M. A. A.; MENEZES, R. C. E. Perfil dos consumidores de duas feiras orgânicas de Maceió (Al). **Extensão em Debate**, Maceió, v.5, n.1 p. 73-78, Jan/Jun. 2018.

POHL, N. H.; PEREIRA FILHO, J. B. C. P.; ABBADE, E. B. O Perfil dos Consumidores de Produtos Orgânicos da Cidade de Santa Maria-RS. **Estudo & Debate**, Lajeado, v. 26, n. 4, p. 67-83, 2019.

PORTO, B. R.; NORDI, W. M. Caracterização de consumidores de alimentos orgânicos: uma pesquisa quantitativa realizada em rede social. **Caderno Ciências Agrárias**, v. 11, p. 01–09, 2019.

PRIMAVESI, A. **Agroecologia: ecosfera, tecnosfera e agricultura**. São Paulo: Nobel, 1997. 199p.

RIO GRANDE DO SUL. **Atlas Sócio Econômico Rio Grande do Sul**. 5ª ed. Porto Alegre: Secretaria de Planejamento, Orçamento e Gestão. 20 de jul. 2020. Disponível em: https://atlassocioeconomico.rs.gov.br/sementes-e-produtos-organicos. Acesso em 08 dez.2020.

SAMBUICHI et. al. Compras públicas sustentáveis e agricultura familiar: a experiência do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). In: SAMBUICHI et al. **Políticas agroambientais e sustentabilidade: desafios, oportunidades e lições aprendidas**. Brasília: IPEA, 2014. p. 75-102.

SAMBUICHI, R. H. et al. Introdução. In: SAMBUICHI, R. H. et al. **A política nacional de agroecologia e produção orgânica no Brasil: Uma trajetória de luta pelo desenvolvimento rural sustentável**. Brasília: Ipea, 2017. 463 p.

SANTOS, J. S.; SILVA JUNIOR, L. H. Determinantes socioeconômicos do consumo e disposição a pagar por alimentos orgânicos no agreste de Pernambuco. **Reflexões Econômicas**, v.1, n.1, p.49-84. 2015. Disponível em: https://periodicos.uesc.br/index.php/reflexoeseconomicas/article/view/823. Acesso em 11 Jun 2021.

SCHMITT, C. J. et al. La experiencia brasileña de construcción de políticas públicas en favor de la Agroecologia. In: SABOURIN, E. et al. (Org.). **Políticas públicas a favor de la agroecología en América Latina y el Caribe**. Porto Alegre: Evangraf/Criação Humana, 2017.

SILVA, E. M. N. C. P. da, **Produção e qualidade de alface orgânica cultivada com diferentes preparos do solo e sombreado com latada de maracujá, plástico e**

tela, em Rio Branco-Acre. Rio Branco-Acre0 2010. 86 f. Dissertação (Mestrado em Produção Vegetal) –Universidade Federal do Acre Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação. Rio Branco-Acre, 2010.

SILVA, E. B. da, et al. Perfil sócio econômicos de consumidores de produtos orgânicos. **Revista Verde Mossoró** – RN, v. 8, n. 1, p. 83 - 89, 2013.

SILVA, A. F. da, **Análise do Perfil do Consumidor da feira Ecológica Menino Deus Porto Alegre 2016**. 56 f. Trabalho de Conclusão de curso (TCC). Universidade Federal Do Rio Grande do sul. Porto Alegre, 2016.

SILVA, J. S.; MELO, F. V. S.; MELO, S. R. S. da, Selo de certificação de produto orgânico: O consumidor se importa? **Revista Alcance**, v.23, n.4, p.513-528, 2016.

SILVA, L. M. et al. Comportamento do Consumidor: Percepção quanto aos alimentos orgânicos. *In*: ENCONTRO INTERNACIONAL DE GESTÃO, DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO (EIGEDIN), III, 2019, Naviraí/MS. **Anais**, Santa Maria: UFSM, 2019. Disponível em: https://periodicos.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/view/8821/pdf_186. Acesso em 13 Jun. 2021.

SOUZA, K. B.; RIBEIRO, K. C.; OCCHI, L. C. M. O atual cenário do consumo de alimentos orgânicos. *In*: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO DE SERGIPE, IX, 2017. Sergipe **Anais.** Sergipe: UFS, 2017. Disponível em: https://www.simprod.ufs.br/. Acesso em: 13 jun. 2021

SOUZA, K. J. de C. e; MORAES FILHO, R. A. de. Perfil dos consumidores de Produtos Orgânicos no Brasil. *In*: ENGEMA, XIX, São Paulo. **Anais.** São Paulo: USP, 2017. Disponível em: http://engemausp.submissao.com.br/19/anais/arquivos/509.pdf Acesso em 11 Jun. 2021.

VARELLA, C. R.; SOUZA, V. F. de. Pesquisa de marketing sobre alimentos orgânicos: um estudo sobre o perfil do consumidor Piracicabano e os limitantes do consumo. **Revista Espacios**. Piracicaba-SP, v. 36, n. 11, p.19, 2015.

VARGAS, T. **Agrotóxicos e Orgânicos**: Relação entre saúde, meio ambiente e economia. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: http://informe.ensp.fiocruz.br/noticias/31056. Acesso em 18 de Dez. de 2020a.

VARGAS, de R. C., **Análise das Inovações nas Relações com o Mercado na Agricultura Orgânica Brasileira Porto Alegre. 2012**, 57 f. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012b.

VILELA, et al. **Perfil dos consumidores de produtos orgânicos no Distrito Federal. EMBRAPA Brasília DF**. dez. 2006. Disponível em: https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/bitstream/doc/779839/1/cot40.pdf. Acesso em 30 mai. 2021.

APÊNDICE A - Roteiro de entrevista em mercados

I – Identificação
Data: ___/___/___
Entrevistador: _____
Nome do entrevistado: _____
Local da entrevista: _____

1. Idade: _____

2. Nível de escolaridade do entrevistado:
Ensino Fundamental ( ) Incompleto ( ) Completo
Ensino Médio ( ) Incompleto ( ) Completo
Ensino Superior ( ) Incompleto ( ) Completo
Pós-Graduação ( ) Incompleto ( ) Completo

3. Quais os produtos orgânicos comercializados no seu mercado?

Produtos	Volume mensal

4. Há quanto tempo o estabelecimento comercializa produtos orgânicos?

5.Como surgiu o interesse de comercializar os produtos orgânicos no mercado?

6. Quem são os fornecedores dos produtos orgânicos?

Produtos	Fornecedor	Localidade/Município

7. Quais são as principais dificuldades na comercialização de produtos orgânicos?

8. Quais são os principais pontos fortes na comercialização de produtos orgânicos?

9. Sobre os preços dos produtos orgânicos. O Sr. (a) considera:
( ) Muito barato ( ) Barato ( ) Caro ( ) Muito caro

10. Atualmente, o volume da sua comercialização é suficiente para atender a demanda dos consumidores?

11. Pretende continuar comercializando produtos orgânicos? ( ) Sim ( ) Não
Quais os principais motivos?

12. O que deveria mudar para que houvesse expansão do mercado dos produtos orgânicos?

APÊNDICE B – Questionário enviado aos consumidores.

Perfil do consumidor:

1. Sexo (Marcar apenas uma opção)

( ) Feminino
( ) Masculino
( ) Prefiro não responder

2. Qual a sua idade? (Marcar apenas uma opção)
( ) até 20 anos
( ) De 21 a 30 anos
( ) De 31 a 40 anos
( ) De 41 a 50 anos
( ) De 51 a 60 anos
( ) De 61 a 70 anos
( ) Mais que 70 anos

3. Qual a sua escolaridade? (Marcar apenas uma opção)
( ) Ensino fundamental incompleto
( ) Ensino fundamental completo
( ) Ensino médio incompleto
( ) Ensino médio completo
( ) Ensino superior incompleto
( ) Ensino superior completo
( ) Mestrado
( ) Doutorado

4. Qual seu estado civil? (Marcar apenas uma opção)
( ) Solteiro(a)
( ) casado/a/ União estável
( ) Viúvo
( ) Divorciado/ Separado/a

5. Quantas pessoas residem na residência? Incluindo Você. (Marcar apenas uma opção).
( ) 1 pessoa
( ) 2 pessoas
( ) 3 pessoas
( ) 4 pessoas
( ) 5 pessoas
( ) Mais que 5 pessoas

Hábitos de consumo:

6. Você se preocupa como são produzidos os alimentos que você consome? (Marcar apenas uma opção).
Sendo 1 – Nunca me preocupei e 5 – Sempre busco saber a origem dos alimentos e como são produzidos.
( )1 ( )2 ( )3 ( )4 ( )5

7. O que é um alimento orgânico pra você?

8. Você tem o hábito de consumir produtos orgânicos? (Marcar apenas uma opção).
( ) Sim (continuar na pergunta 09)
( ) Não (Pular para a pergunta 25)

Selo do produto orgânico:

9. Sabia da existência do selo para certificar um produto orgânico? (Marcar apenas uma opção).

( ) Sim
( ) Não

10. Os produtos que você consome possui o selo orgânico? (Marque todas que se aplicam).
( ) Os produtos que consumo possuem o selo de produto orgânico
( ) Não possuem o selo, mas são adquiridos em feiras diretamente de produtores orgânicos
( )Não possuem o selo, mas são adquiridos diretamente de produtores orgânicos: propriedades, entrega em casa…
( ) Produzo os alimentos orgânicos que consumo
( ) Nenhuma das opções acima
( ) Outro

Consumo de produtos orgânicos:
11. Qual (ais) os motivos para o consumo de produtos orgânicos? (Indicar os três principais).
( ) Benefícios a saúde
( ) Preocupação/Preservação do meio ambiente
( ) Custo benefício
( ) Sabor diferenciado dos produtos orgânicos
( ) Busca por alimento saudável
( ) Valorização dos produtos orgânicos

( ) Conhecer a origem dos produtos orgânicos
( ) Produto natural
( ) Aparência
( ) Variedades de produtos orgânicos para o consumo
( ) Estilo de vida/hábito
( ) Características dos produtos
( ) Não sei responder
( ) Outro

12. Quais os produtos orgânicos que você consome?

13. Onde costuma adquiri os produtos orgânicos? (Marque todas que se aplicam).
( ) Mercados
( ) Feiras da agricultura familiar
( ) Fruteiras
( ) Diretamente na propriedade de produtor orgânico
( ) Entregue em casa pelo produtor
( ) Produzo os produtos que consumo
( ) Lojas que vendam produtos
( ) Lojas que vendem produtos orgânicos
( ) Compras online
( ) Horta comunitária
( ) Outro

14. Facilidade de encontrar os produtos orgânicos na sua região. (Marcar apenas uma opção).
( ) Muito fácil
( ) Fácil
( ) Nem fácil nem difícil
( ) Difícil
( ) Muito difícil

15. Diversidade de produtos orgânicos na sua região. (Marque todas que se aplicam).
( ) Possui muita diversidade de produtos orgânicos
( ) Média diversidade de produtos
( ) Baixa diversidade de produtos
( ) Limitada

16. Você considera o preço dos produtos orgânicos. Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 muito barato e 5 muito caro? (Marcar apenas uma opção)

( )1 ( )2 ( )3 ( )4 ( )5

17. Consumiu produtos orgânicos nos últimos 30 dias? (Marcar apenas uma opção).
( ) Sim
( ) Não

18. Com que frequência você consome produtos orgânicos? (Marcar apenas uma opção).
( ) 1 a 2 vezes por semana
( ) 3 a 6 vezes por semana
( ) Todos os dias
( ) Pelo menos uma vez a cada15 dias
( ) Pelo menos uma vez no mês
( ) Outro

19. O que te motiva a consumir produtos orgânicos?

20. Espaço para comentários e sugestões

Não Consumidores de Produtos orgânicos:

21. Quais os motivos para o não consumo de produtos orgânicos? (Marque todas que se aplicam).
( ) Preço
( ) Dificuldade de encontrar os produtos para a compra
( ) Hábito de consumo
( ) Falta de conhecimento sobre os produtos orgânicos
( ) Não confiabilidade dos produtos orgânicos
( ) Aparência dos produtos
( ) Rendimento
( ) Outro

22. Você considera que os produtos orgânicos podem trazer benefícios para a sua saúde? (Marcar apenas uma opção)
( ) Sim
( ) Não

23. Você considera que os produtos orgânicos trazem benefícios ambientais? (Marcar apenas uma opção).
( ) Sim
( ) Não

24. Sabe da existência do selo para certificar o produto orgânico? (Marcar apenas uma opção).
( ) Sim
( ) Não

25. O que te motivaria consumir produtos orgânicos?

26. Espaço para comentar e sugestões.

APÊNDICE C – Número de produtores orgânicos[4] registrados no MAPA nos municípios do Corede Serra, 01 de março de 2021.

Município	Tipo de entidade	
	OPAC	Certificadora
Antônio Prado	119	02
Bento Gonçalves	21	10
Boa Vista do sul	12	07
Carlos Barbosa	48	03
Caxias do Sul	78	40
Coronel Pilar	04	02
Cotiporã	30	03
Fagundes varela	Nenhum	
Farroupilha	67	06
Flores da cunha	22	08
Garibaldi	48	14
Guabiju	Nenhum	
Guaporé	Nenhum	
Montauri	Nenhum	
Monte Belo do Sul	0	02
Nova Araçá	02	0
Nova Bassano	07	0
Nova Pádua	02	0
Nova Prata	11	0
Nova Roma do Sul	13	02
Paraí	03	0
Pinto Bandeira	09	01
Protásio Alves	Nenhum	
Santa Tereza	07	0
São Jorge	0	07
São Marcos	19	13
São Valentim do Sul	Nenhum	
Serafina Corrêa	Nenhum	
União da Serra	Nenhum	
Veranópolis	14	01
Vila Flores	Nenhum	
Vista Alegre do Prata	Nenhum	
Total	536	121

Fonte: Brasil (2021).

[4] A tabela apresenta dados do número de produtores orgânicos que é diferente do número de propriedades rurais cadastradas no MAPA.