

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ**

**CAMILA MARA SCHÄFER DOS SANTOS**

**CARACTERIZAÇÃO DOS CONSUMIDORES DE PRODUTOS ORGÂNICOS DO  
MUNICÍPIO DE SANTA HELENA-PR**

**SANTA HELENA**

**2023**

**CAMILA MARA SCHAFFER DOS SANTOS**

**CARACTERIZAÇÃO DOS CONSUMIDORES DE PRODUTOS ORGÂNICOS DO  
MUNICÍPIO DE SANTA HELENA-PR**

**Characterization of consumers of organic products in the municipality of  
Santa Helena-PR**

Trabalho de conclusão de curso de graduação  
apresentada como requisito para obtenção do título de  
Licenciado em Ciências Biológicas da Universidade  
Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).  
Orientadora: Profa. Dra. Ana Regina Dahlem Ziech.

**SANTA HELENA**

**2023**



[4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Esta licença permite compartilhamento, remixe, adaptação e criação a partir do trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que sejam atribuídos créditos ao(s) autor(es). Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.

**CAMILA MARA SCHÄFER DOS SANTOS**

**CARACTERIZAÇÃO DOS CONSUMIDORES DOS PRODUTOS ORGÂNICOS DO  
MUNICÍPIO DE SANTA HELENA-PR**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação  
apresentado como requisito para obtenção do título de  
Licenciado em Ciências Biológicas da Universidade  
Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Data de aprovação: 22 de junho de 2023

---

Ana Regina Dahlem Ziech (Orientadora)  
Doutora em Agronomia  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR Campus Santa Helena

---

Alessandra Matte (Membro da Banca de Avaliação)  
Doutora em Desenvolvimento Rural  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR Campus Santa Helena

---

Adrieli Luisa Ritt (Membro da Banca de Avaliação)  
Graduada em Agronomia  
Mestranda na Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR

**SANTA HELENA**

**2023**

## **AGRADECIMENTOS**

Inicialmente gostaria de agradecer a Deus pela rica oportunidade de estar vivendo essa passagem incrível que é a universidade, cheia de altos e baixos, mas de grande satisfação. Em minhas palavras claramente não conseguirei expressar a todos os meus mais sinceros votos de gratidão e nem alcançar a todos que fizeram parte dessa trajetória.

Minha família e meus amigos foram os grandes alicerces para que eu conseguisse chegar até aqui com êxito, portanto deixo aqui minha gratidão a minha mãe e ao meu irmão, que me compreenderam e me ampararam em todos os momentos. Estendo esses votos aos meus amigos Megui Garcia e Varlei Junges que ao longo de todo esse processo estiveram comigo, onde todos puderam encontrar conforto e aconchego para se apoiar um no outro.

Claramente não poderia faltar os meus agradecimentos a minha orientadora Profa. Dra. Ana Regina Dahlem Ziech por ser tão humana, compreensível e sensível comigo em todo processo. Sou grata por cada conversa, cada ensinamento que foram de grande valia para o meu desenvolvimento profissional, mas, também humano.

Enfim, a todos que participaram de forma direta ou indireta contribuíram para que essa pesquisa.

## RESUMO

A preocupação com a alimentação e a busca por uma alimentação mais segura e saudável vem influenciando as pessoas optarem por alimentos orgânicos, resultando no aumento deste mercado nos últimos anos. O presente trabalho refere-se a uma pesquisa sobre a caracterização dos consumidores de orgânicos do município de Santa Helena-PR, para a realização desta pesquisa utilizou-se de um formulário online composto por diferentes seções, buscando compreender o perfil socioeconômico, motivos e influências que levam os consumidores a optarem por produtos orgânicos, contando com a participação de 150 pessoas. Por meio dos resultados obtidos foi possível comparar com os resultados de pesquisas semelhantes, destacando o público feminino como participantes e consumidoras, o estado civil de pessoas casadas e com a idade predominante de 21 a 30 anos com uma renda mensal de 2 a 4 salários-mínimos em famílias de 3 a 4 componentes. Com base nos resultados obtidos, é possível perceber que os consumidores de produtos orgânicos possuem relação de conscientização ambiental e preocupação familiar que os impulsiona ao consumo, porém, é necessário enfatizar a importância da divulgação na comercialização para que haja a ascensão dos produtos orgânicos.

Palavras-chave: agroecologia; agricultura familiar; segurança alimentar; comercialização.

## **ABSTRACT**

The concern with food and the search for a safer and healthier diet has been influencing people to opt for organic food, resulting in the increase of this market in recent years. The present work refers to a research on the characterization of consumers of organic products in the municipality of Santa Helena-PR. To carry out this research, an online form composed of different sections was used, seeking to understand the socioeconomic profile, motives and influences that lead consumers to opt for organic products, with the participation of 150 people. Through the results obtained, it was possible to buy with the results of similar research, highlighting the female public as participants and consumers, the marital status of married people and with the predominant age of 21 to 30 years with a monthly income of 2 to 4 wages-minima in families of 3 to 4 components. Based on the results obtained, it is possible to perceive that consumers of organic products have a relationship of environmental awareness and family concern that drives them to consumption, however, it is necessary to emphasize the importance of disclosure in marketing so that there is the rise of organic products.

**Keywords:** agroecology; Family farming; food security; commercialization.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

**Figura 1.** Página de acesso ao questionário *online* via *Google Forms* com o texto de apresentação, contextualização e convite para participar da pesquisa. Santa Helena - PR, 2023.

**Figura 2.** Caracterização dos consumidores de orgânicos quanto ao gênero no município de Santa Helena – PR, 2023.

**Figura 3.** Perfil dos consumidores de produtos orgânicos em relação ao estado civil no município de Santa Helena-PR

**Figura 4.** Nível de escolaridade autodeclarada dos consumidores de orgânicos de Santa Helena – PR.

**Figura 5.** Conhecimento popular dos consumidores de produtos orgânicos a respeito do Selo de Certificação Orgânica (SisOrg) no município de Santa Helena-PR.

**Figura 6.** Ocorrência de aquisição dos produtos orgânicos fora do município de Santa Helena-PR

**Figura 7.** Indicação de participação (%) dos alimentos orgânicos consumidos pela população, que são adquiridos no município de Santa Helena-PR.

**Figura 8.** Intenção aumentar o consumo de produtos orgânicos pelos consumidores de orgânicos do município de Santa Helena - PR.

**Figura 9.** Aspectos que influenciam na compra dos produtos orgânicos pelos consumidores no município de Santa Helena – PR.

**Figura 10.** Intenção dos participantes consumidores de orgânicos receberem produtos orgânicos em sua residência.

**Figura 11.** Conhecimento dos consumidores de produtos orgânicos a respeito do grupo Vida Orgânica no município de Santa Helena-PR.

**Figura 12.** Motivações que levam a aquisição e consumo de alimentos orgânicos

**Figura 13.** Fatores Limitantes para o consumo de orgânicos segundo os consumidores de orgânico do município de Santa Helena - PR.

**Figura 14.** Comparação entre alimentos convencionais ofertados nos mercados do município em relação ao grupo Vida Orgânica

**Figura 15.** Definição da diferenciação entre produtos orgânicos dos produtos convencionais por não consumidores de orgânicos no município de Santa Helena-PR.

**Figura 16.** Relação do não consumo de orgânicos associados com a desconfiança do consumidor da procedência.

**Figura 17.** Conhecimento do grupo Vida Orgânica pelos não consumidores de produtos orgânicos.

## LISTA DE TABELAS

**Tabela 1.** Faixa etária dos consumidores de produtos orgânicos do município de Santa Helena – PR, 2023.

**Tabela 2.** Renda mensal (R\$) da família dos consumidores de orgânicos no município de Santa Helena – PR (2023).

**Tabela 3.** Número de pessoas que residem na casa dos consumidores de orgânicos no município de Santa Helena-PR.

**Tabela 4.** Distribuição Geográfica dos consumidores de orgânicos no Município de Santa Helena – PR.

**Tabela 5.** Definição de produtos orgânicos pelos consumidores no município de Santa Helena-PR.

**Tabela 6.** Definições apresentadas pelos consumidores de orgânicos de Santa Helena - PR para a diferença entre produção Orgânica, Convencional e Hidropônica.

**Tabela 7.** Relação de dificuldades encontradas pelos consumidores para a aquisição de orgânicos em Santa Helena-PR.

**Tabela 8.** Locais de aquisição dos produtos orgânicos no município de Santa Helena-PR.

**Tabela 9.** Frequência da aquisição de produtos orgânicos dos produtos orgânicos no município de Santa Helena-PR

**Tabela 10.** Exemplificações apresentadas sobre produtos orgânicos almejados pelos consumidores de orgânicos para aquisição caso fossem ofertados no município de Santa Helena-PR.

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABA: Associação Brasileira de Agroecologia.

AENPR: Agência Estadual de Notícia do Paraná.

AMPAS: Associação Municipal de Pequenos Agricultores de Santa Helena.

ATER: Assistência Técnica e Extensão Rural.

BNDES: Banco Nacional do Desenvolvimento

BRAIN: Inteligência de mercado e pesquisa estratégica

CI ORGANICOS: Centro de Inteligência em Orgânicos.

IBP: Instituto de Promoção Do Desenvolvimento

IFOAM: Federação Internacional dos Movimentos da Agricultura Orgânica.

MAPA: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

ORGANIS: Organização de Promoção da Produção Orgânica e Sustentável.

PMO: Paraná Mais Orgânico.

PRONAF: Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura familiar.

SEAPA: Secretaria do Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

SENAR - PR: Serviço Nacional de Aprendizagem Rural Estado do Paraná.

SISORG: Sistema de Cadastro das Organizações.

TCLE: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

## SUMÁRIO

<b>1.</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>13</b>
<b>2.</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>15</b>
<b>3.</b>	<b>PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>19</b>
<b>4.</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÕES .....</b>	<b>22</b>
	<b>Seção I) Consumidores de Produtos Orgânicos .....</b>	<b>22</b>
4.1	<i>Caracterização Socioeconômica dos Consumidores de Orgânicos.....</i>	<i>22</i>
4.2	<i>Definição de produtos orgânico por meio da percepção dos consumidores de produtos orgânicos. ....</i>	<i>29</i>
4.3.	<i>Aquisição de produtos orgânicos. ....</i>	<i>36</i>
	<b>Seção II) Não Consumidores De Orgânicos Do Município De Santa Helena-Pr.....</b>	<b>56</b>
4.4.	<i>Definições sobre orgânicos pelos participantes não consumidores .....</i>	<i>56</i>
<b>5.</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>60</b>
<b>6.</b>	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>61</b>
	<b>APÊNDICE A - Questionário de pesquisa .....</b>	<b>69</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A agricultura está presente na humanidade há milhares de anos, após os seres humanos da época deixarem a prática migratória e se dedicarem ao cultivo, a agricultura ganhou aumentos significativos com o desenvolvimento da tecnologia. A utilização de insumos químicos e da mecanização agrícola nos campos, após o advento da Revolução Verde, ocorrida nos anos de 1960, auxilia na preparação do solo, no controle de pragas e no melhoramento das sementes, e tem se intensificado cada vez mais, visto que permite aos agricultores uma possibilidade de expansão das áreas agrícolas cultivadas (FELDENS, 2018).

Por conta do “domínio” das condições que cercam a produção, há o objetivo prático de desenvolver agricultura em todas as regiões, condições de clima e nas mais diferentes épocas, na intenção de obtenção de maiores lucros na atividade agrícola (MAZOYER; ROUDART, 2010). A agricultura convencional é a técnica mais utilizada no mundo, mas, em contraponto a sua disseminação por fatores exógenos e o contato com os seres humanos vem trazendo malefícios ambientais e prejudicando a saúde humana (SERRA *et al.* 2016; RIBAS; MATSUMURA, 2013).

A agroecologia surge como um contramovimento ecológico na agroindústria de produção, surge como um conjunto de técnicas e práticas alternativas, através da agricultura biológica, orgânica, biodinâmica, permacultura (BRANDENBURG, 2002) entre outras. A busca por produtos orgânicos vem ganhando força nos últimos anos, de 2000 a 2017 houve um crescimento de 500% no consumo de orgânicos no mundo, baseado na decisão familiar de uma alimentação mais saudável e nutritiva (LIMA *et al.* 2020).

No município de Santa Helena-PR, possui a organização dos agricultores denominada de Associação Municipal de Pequenos Agricultores de Santa Helena (AMPAS), cujo algumas famílias de agricultores e agricultoras de orgânicos pertencem ao grupo de produção Agroecológica denominado de Vida Orgânica. Grupo este, formado atualmente por 11 produtores de produção primária vegetal e produção agroindustrial de orgânicos, certificadas com o selo nacional SisOrg através da Rede Ecovida de Agroecologia e uma propriedade passando por recertificação (MAPA, 2023).

Tendo em vista que o comércio de orgânicos vem aumentando nos últimos anos, acredita-se que o conhecimento sobre o perfil do consumidor local tem grande

relevância pois contribui para orientação da cadeia produtiva, desde a tomada de decisão junto as atividades relacionadas a produção até as estratégias de divulgação e marketing de modo a ampliar o consumo.

Deste modo, o objetivo do trabalho foi levantar o perfil dos consumidores de produtos orgânicos do município de Santa Helena-PR. Buscando identificar as principais características em relação aos aspectos sociais e econômicos, motivações que levam a optarem por adquirir produtos orgânicos, bem como as limitações em relação ao consumo desses alimentos, bem como, levantamento e compreender o perfil e características dos não consumidores de orgânicos. Pois, ao identificar as percepções populares sobre esse assunto, possibilita à associação e aos produtores de alimentos orgânicos acesso a informações que podem nortear a adoção de estratégias de venda, marketing e fidelização do público consumidor para o crescimento do mercado local.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com a Lei Federal nº 10.833, publicada no dia 23 de dezembro de 2003, conceitua que:

O sistema orgânico de produção agropecuária: 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 (BRASIL, 2003).

Segundo a Federação Internacional de Movimentos de Agricultura Orgânica (IFOAM, 2009), o sistema de produção de orgânicos preza pela qualidade da agricultura, respeitando todos os processos desde a produção até a comercialização dos produtos, a qualidade do solo, da população e dos ecossistemas, refutando o uso de agrotóxicos e fertilizantes químicos, e utilizando como práticas de manejo recursos biológicos, seja para a fertilização e/ou para controle de pragas, respeitando o regulamento nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007, que trata dos produtos permitidos para uso em sistemas orgânicos de produção, com ênfase no cuidado e na preservação do meio ambiente.

Através da legislação e regulamentação para a produção orgânica, juntamente com o Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento, permitem através de credenciamento e procedimentos avaliativos, a identificação e garantia de originalidade orgânica e diferencial de qualidade através do selo nacional de produtos orgânicos através do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SisOrg), conferido ao produto final, produzido através de práticas e técnicas que prezam pela qualidade do produto orgânico, visando a preservação do meio ambiente e relações sociais justas (MAPA, 2022). Ou então, pela declaração de cadastro do produtor orgânico (para venda direta), que buscam assegurar qualidade aos produtos orgânicos aos consumidores (MAPA, 2022).

O sistema de certificação pelas diferenças modalidades confere ao produtor diferentes tipos de venda, a venda internacional, nacional e direta com o consumidor. A venda direta é a principal responsável pela comercialização dos produtos orgânicos, em especial através de feiras agroecológicas, que possui elevada influência na venda

de orgânicos, representando 80% segundo a pesquisa da ORGANIS (2019), que é a forma mais praticada e conhecida principalmente em menores cidades, pela relação de proximidade entre produtor-consumidor, já os supermercados respondem por percentual de até 60,1% segundo Pohl; Perreira-Filho e Abbade (2019).

De acordo com Instituto de Promoção do Desenvolvimento (IPD) 2011 as maiores dificuldades para o produtor aderir a produção orgânica estão associadas a problemas estruturais, financeiras e principalmente gerencial pela falta de conhecimento especializado para a produção e também pelas estratégias de comercialização dos seus produtos. De acordo a pesquisa, as dificuldades dos agricultores estão na aquisição de sementes crioulas, maquinários e tecnologia que atenda a demanda dos cultivos orgânicos com taxas de juros inferior, crédito, apoio ao produtor e a burocracia (PADOVAN; GOMES; PADOVAN, 2017).

Entretanto, o produtor que opta pela produção orgânica contribuí para a melhoria da qualidade dos produtos, menor contaminação dos agroquímicos, segurança alimentar, e em grande maioria motivados pela preocupação com o meio ambiente. O momento da transição é visto pelos produtores como um momento delicado, pois, é mais que um processo de troca de insumos para o cultivo, mas, é um processo de adaptação, aprendizagem e resistência (NOVAKOSKI; WIVES, 2021). Pois para os produtores esse processo de transição da agricultura convencional para a agricultura orgânica é desafiador, em virtude da necessidade de obter o controle de pragas e doenças e alcançar o equilíbrio do solo (CAUMO; STADUTO, 2013).

As práticas e técnicas aplicadas na produção dos produtos orgânicos estimulam a preservação da saúde humana e do meio ambiente através de uma agricultura mais sustentável, reduzindo os impactos ambientais evitando a contaminação e o uso exacerbado dos recursos naturais. Entre essas técnicas destaca-se o equilíbrio do solo, preservação do ecossistema, sem a utilização de agroquímicos (CI ORGANICOS, 2013). Desse modo, a agricultura orgânica exemplifica um tipo de agricultura que beneficia tanto ao meio ambiente na fauna e na flora, na prevenção da contaminação das águas, no reflorestamento e a saúde humana com uma maior segurabilidade dos alimentos consumidos e qualidade de vida dos trabalhadores e consumidores (LOSS; ROMAGNHA, 2008; MORAES; OLIVEIRA, 2006).

Assim o aumento significativo do consumo de produtos orgânicos está relacionado a conscientização populacional sobre os impactos da alimentação na

saúde, por essa razão as pessoas buscam por hábitos mais saudáveis, prezando em seu bem-estar, uma alimentação de qualidade (ANDRADE; BERTOLDI, 2012).

Em relação as metas do estado do Paraná na produção e na destruição de produtos orgânicos, alguns projetos vêm ganhando força, um exemplo, é a alimentação escolar das escolas estaduais serem baseadas em produtos orgânicos 100%, esta substituição de produtos oriundos da agricultura convencional por produtos orgânicos tem como prazo de adequação até o final de 2030. A alimentação escolar baseada no consumo de produtos orgânicos vai muito além e um projeto lançado pelo governo, pois foi publicada 03 de set de 2019 na forma de lei nº 16.751/10 que decreta a implantação da merenda escolar totalmente orgânica que vem ocorrendo de uma forma gradativa, em 2021 a porcentagem de alimentos com base agroecológica e orgânica foi de 10,5% (AENPR, 2019).

Atualmente o estado do Paraná conta com uma distribuição de 3.809 produtores de horticultura/floricultura e lavouras permanentes registrados com produtos certificados (MAPA, 2023). Os principais produtos produzidos no estado são o café, açúcar, erva-mate e a soja, em conjunto com a produção de hortaliças frutas e alimentos processados para o abastecimento interino do estado. A produção de orgânicos no estado é representada pela agricultura familiar, em que, geralmente são trabalhadas áreas menores de terra, com mão de obra basicamente desenvolvida pelos membros da família, e com cultivos diversificados de espécies (policultivos), e em alguns casos, organizados em cooperativas (SEAPA, 2022).

O Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) e o PRONAF ABC + Agroecologia visa na fomentação de crédito aos produtores que possuem um sistema de produção agroecológica como a produção orgânica, o financiamento da implantação e manutenção do empreendimento (BNDES).. Além do PRONAF, o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR-PR) oferece cursos de capacitação de forma gratuita para o produtor obter uma preparação mais profissionalizada a respeito da produção orgânica (SENAR, 2022).

O programa Paraná Mais Orgânico (PMO), no mês de junho de 2023 disponibilizou aos produtores orgânicos do estado, 7,9 milhões de reais para a fomentação da agricultura orgânica, promovendo a continuidade do programa por mais dois anos. Ação estadual que visa na contratação e na qualificação de novos profissionais no ramo de agroecologia e na produção orgânica, emissão de certificados, pesquisas, extensão e assistência técnica (AENPR,2023).

O desenvolvimento rural sustentável (ATER) programa ofertado pela Itaipu Binacional, oferece aos produtores assistência técnica na intenção de diminuir os impactos ambientais causados pelos produtos contaminantes utilizados na agricultura, ofertando essa assistência no oeste do Paraná e do Sul do Mato Grosso do Sul visando adoção de meios mais sustentáveis e ecológicos de produção, através da oferta gratuita de suporte técnico à agricultura familiar para o desenvolvimento de práticas ecológicas como a produção de orgânicos (ITAIPU BINACIONAL, 2010).

Partindo da intenção de auxiliar o produtor a expandir a comercialização dos seus produtos, conhecer o perfil do público-alvo direciona a produção com base nas necessidades dos consumidores e suas preferências. Fatores culturais, econômicos, distribuição geográfica, políticas, variáveis ambientais e tecnológicas dos consumidores devem ser analisadas, já que esses conjuntos de fatores influenciam no momento da compra (TEIXEIRA, 2010). Assim, entender o perfil do consumidor é de suma importância para a propagação do produto, para realização de estratégias comerciais na expectativa de ampliar as vendas e suprir as demandas esperadas pelos consumidores (KOTLER, 1998; HOPPE *et al.* 2012).

### 3. PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS

O trabalho foi realizado no município de Santa Helena, situada na região Oeste do estado do Paraná, com as coordenadas -24° 51' 37" e -54°19' 49", com altitude de 227 metros do nível do mar, distante 619 km da capital Curitiba (PREFEITURA MUNICIPAL, 2017). O município apresenta uma população estimada de 27.036 habitantes (IBGE Cidades, 2021).

O município de Santa Helena conta com 11 propriedades com produção certificada de acordo com informações da Rede Ecovida (2023) de certificação participativa de orgânicos. O oeste do Paraná conta com 262 produtores que possuem seus produtos certificados como orgânicos, distribuídos nos 50 municípios que compõem a região (MAPA, 2023).

O presente estudo foi realizado através do levantamento de dados, aplicado por meio de questionário do tipo pesquisa padronizada ou estruturada com roteiro de perguntas predeterminadas (MARCONI; LAKATOS, 2013). A divulgação da pesquisa foi realizada através de compartilhamento do link do Questionário no *Google forms* (Apêndice A), junto com todas as informações importantes que à contextualizavam para compreensão pelo público que estivesse recebendo, através dos canais de comunicação digital institucionais da UTFPR (listas de e-mails de servidores e alunos), bem como divulgados nas páginas de redes sociais (Facebook, Instagram) dos grupos dos cursos de graduação da instituição, bem como, nas páginas pessoais das pesquisadoras, assim, como realizado o compartilhamento através do WhatsApp (grupos ou contatos individualizados) solicitando divulgação e re-compartilhamento para atingir ao máximo o público geral residente no município, assim como, a divulgação junto aos consumidores da lista dos serviços de *Delivery* da Cesta de produtos vinculada a organização do grupo Vida Orgânica, e junto aos agricultores familiares, para que encaminhassem aos seus consumidores de produtos via compra direta.

Ao acessar a página do questionário, os participantes receberam o texto convite a participarem da pesquisa (Figura 1), com informações sobre a pesquisa e uso dos dados que compõe a mesma. A aceitação para participação, foi através do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), aprovado pelo Comitê de Ética na Pesquisa envolvendo Seres Humanos, de acordo com o protocolo N° 64378422.0.0000.0165, conforme Resolução 466/12.

**Figura 1.** Página de acesso ao questionário *online* via *Google Forms* com o texto de apresentação, contextualização e convite para participar da pesquisa. Santa Helena - PR, 2023.



**Perfil dos consumidores de produtos orgânicos no município de Santa Helena-PR**

Você está sendo convidado a participar de forma voluntária de uma pesquisa sobre o "Perfil dos Consumidores de Produtos Orgânicos no Município de Santa Helena-PR", que será realizada através do preenchimento de algumas perguntas em tempo aproximado de 10 minutos. Todos os dados pessoais disponibilizados pelos participantes serão mantidos em sigilo e preservados com privacidade.

Sua participação na pesquisa é de suma importância, pois, visa colaborar com o desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de uma aluna do curso de Licenciatura em Ciências Biológicas da Universidade (UTFPR SH), além você estará contribuindo com o desenvolvimento de projetos e ações voltadas para a produção orgânica.

Ressaltamos que a sua participação é de livre consentimento, ou seja, o Sr.(a) possui liberdade de aceitar ou não o preenchimento do formulário e que não há custo ou ressarcimento pela participação da mesma. A qualquer momento você possui o direito de deixar de participar da pesquisa, sem prejuízos.

Desde já muito obrigada por contribuir com nosso trabalho, e colaborar com a ampliação na geração de conhecimentos a respeito da temática. Para quaisquer dúvidas ou maiores esclarecimentos, entre em contato com as pesquisadoras pelo contato: PesquisaOrg.UTFPR-SH@outlook.com

PARA OBTER ACESSO AO TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO CLIQUE NO LINK DISPONÍVEL: [https://1drv.ms/b/s!ApC7Yzcz\\_EsZaqWD7gBYInVK5\\_4?e=EPlw1H](https://1drv.ms/b/s!ApC7Yzcz_EsZaqWD7gBYInVK5_4?e=EPlw1H).

reginaziech@gmail.com [Alternar conta](#)

🔒 Não compartilhado

Li as informações apresentadas e aceito participar da pesquisa "Perfil dos Consumidores de Produtos Orgânicos no Município de Santa Helena-PR" de acordo com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Aceito

[Próxima](#) [Limpar formulário](#)

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Google Formulários

A pesquisa ficou aberta para coleta de respostas entre o período compreendido entre os dias de 09 à 31 de março, totalizando 153 participações. Considerando os fatores de exclusão: I) menores de 18 anos e, II) não residentes no município de Santa Helena-PR, os dados analisados e que compõem os resultados da pesquisa foram com base em 150 participantes.

Os dados obtidos foram organizados em planilha eletrônica *Excel*, realizando análise e agrupamento das informações referente à abordagem de interesse relativo à caracterização do público (consumidores e não consumidores de produtos orgânicos), levantamento a respeito do conhecimento sobre alimentos orgânicos, motivações e limitações ao consumo, sendo os mesmos apresentados em através de gráficos e tabelas.

## 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados estão apresentados de modo fragmentado em duas seções, de acordo com a participação de I) consumidores de produtos orgânicos e II) não consumidores de produtos orgânicos. Abordando para cada público, as características e informações específicas em relação ao perfil socioeconômico, conhecimento sobre o diferencial dos produtos orgânicos, frequência ou não do consumo de orgânicos, influências ao consumo ou não dos produtos orgânicos e a disponibilidade/interesse de aumentar, ou iniciar o consumo de produtos orgânicos.

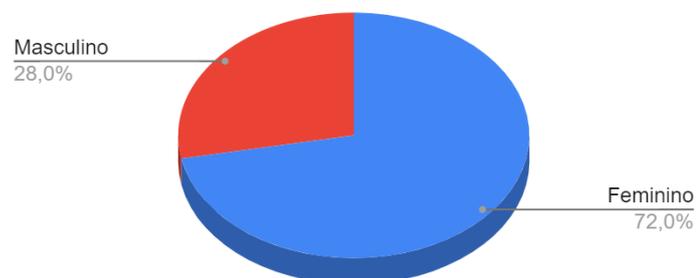
### Seção I) Consumidores de Produtos Orgânicos

#### 4.1. Caracterização Socioeconômica dos Consumidores de Orgânicos

Dentre os participantes da pesquisa, se autodeclararam consumidores de orgânicos um total de 107 respondentes, representando 71,3% do público alcançado pela presente pesquisa, e que representam o perfil dos consumidores orgânicos do município de Santa Helena-PR.

Na caracterização do gênero enquanto consumidor, destaca-se a predominância das mulheres em relação aos homens, conforme resultados apresentados na figura 2.

**Figura 2.** Caracterização dos consumidores de orgânicos quanto ao gênero no município de Santa Helena – PR, 2023.



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

O destaque do gênero feminino como consumidoras de produtos orgânicos, assim como observado para o município de Santa Helena (72%) vêm sendo evidenciado em

várias pesquisas, dentre elas pode-se destacar a Associação de Promoção dos Orgânicos (ORGANIS), que expôs em seus resultados de 56% da participação das mulheres como consumidoras de orgânicos (ORGANIS, 2017), corroborando com as pesquisas de Andrade e Bertoldi (2012) que apontam o gênero feminino com 76% na participação de seus resultados, Moura *et al.* (2020) com 75,7%, Betancourt *et al.* (2019) encontraram 66,7%, Lima *et al.* (2011) 57%, Oliveira e Souto (2017) 56%, Porto e Nordi (2019) com 53%, enquanto, Vásque, Barros e Silva (2008) por sua vez, encontraram a representatividade de 83% do público de consumidores dentro desse mesmo gênero.

Segundo pesquisa realizada em 2019 pela associação de promoção dos orgânicos (ORGANIS) em conjunto com a inteligência de mercado e pesquisa estratégica (BRAIN), sobre o perfil do consumidor brasileiro de produtos orgânicos, reafirma que o gênero feminino é responsável pela maior parte da compra, com um aumento percentual de 2% entre os anos de 2017 para 2019.

De modo geral, a predominância do gênero feminino no consumo de produtos orgânicos é devido a sua atuação na alimentação familiar, sendo as principais responsáveis pela realização das compras e, tradicionalmente, pela preparação das refeições (BRUNINI *et al.* 2011; GUIMARÃES, 2013; BERNARDES *et al.* 2016; VERSANI, 2016; JAMESTONY, 2017, DURSO *et al.* 2018), sendo elas, as detentoras da tomada de decisão em relação ao cardápio e hábito alimentar da família. Nesse sentido, quando possível, as mulheres visam a compra de alimentos mais saudáveis, pois prezam por uma alimentação de qualidade visando o bem-estar familiar (CARVALHO *et al.* 2017, MOURA *et al.*, 2010).

A faixa etária dos participantes também foi observada e analisada, através dessa abordagem foi possível identificar qual era o maior público consumidor de orgânicos. Na tabela 1 estão apresentados os resultados com base no agrupamento dos dados. Houve destaque para o público consumidor na faixa etária dos 21 aos 30 anos, seguido pelas faixas etárias de 31 aos 40 anos e de 41 aos 50.

Em estudos de Lima *et al.* (2011), Silva *et al.* (2017), Neves, Vieira e Ribeiro (2021) e resultados de pesquisa da Organis (2017; 2019) também indicam a faixa etária de 21 a 30 anos como a de maior representatividade do público consumidor de orgânicos em suas pesquisas. Destaca-se que há possibilidade de relação com um perfil de público mais vinculado à *internet*, uma vez que as pesquisas *online* têm acarretado maior participação do público com maior mais jovem, pela forma de

divulgação e facilidade de acesso as redes sociais (locais de maiores divulgações) e demais plataformas digitais (FALEIROS *et al.* 2016). Jamestony *et al.* (2017) apresentam uma tendência nacional referente ao perfil dos consumidores orgânicos, para prevalência do gênero feminino na faixa dos 30 anos, com ensino superior, renda elevada e uma preocupação com o meio ambiente e com a saúde.

**Tabela 1.** Faixa etária dos consumidores de produtos orgânicos do município de Santa Helena – PR, 2023.

Faixa etária	Número de consumidores	Consumidores (%)
18 – 20	10	9,3
21 – 30	36	33,6
31 – 40	25	23,4
41 – 50	24	22,4
51 – 59	7	6,5
+ de 60 anos	2	1,9
Não se manifestaram	3	2,8

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

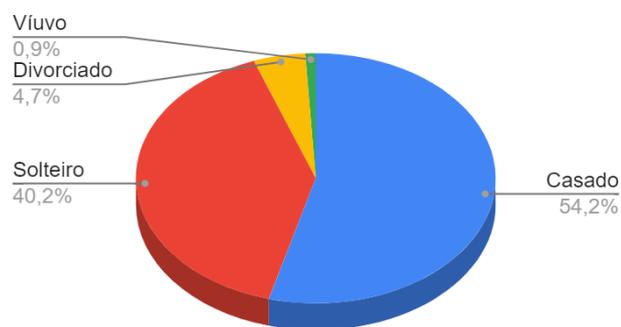
A respeito ainda da faixa etária é possível observar na sequência as faixas etárias de 31- 40 anos com 23,4% e de 41-50 anos com 22,4% de representação, a partir destes dados é possível destacar que as porcentagem destes grupos pode estar associada a um grupo de pessoas com mais maturidade, que provavelmente cresceram consumindo alimentos mais naturais, ou possuem esclarecimento em relação ao diferencial de qualidade, tornando-se um grupo de pessoas que geralmente prezam por uma alimentação mais segura e mais saudável (LIMA *et al.* 2011; VERSANI, 2017; MEIRELES, 2016). Todavia, há de se considerar a possibilidade desse intervalo da faixa etária pertencer a um grupo que apresente condição de estabilidade financeira favorável, que permite optar por escolhas mais racionais.

Por outro lado, em trabalho desenvolvido por Durso *et al.* (2018) também na região oeste do Paraná, os resultados em relação ao perfil do consumidor de produtos orgânicos demonstram uma predominância na faixa etária superior aos 56 anos, com um nível de escolaridade de ensino fundamental completo, cuja preocupação com a

saúde e com o ambiente são destacados, uma renda elevada e a mulher como responsável pelo maior índice de consumação.

Em relação ao estado civil dos participantes, os resultados estão apresentados na figura 3. Observa-se que houve predomínio do público consumidor de orgânicos em dois grupos, casados e solteiros, correspondendo a 54,2 e 40,2%, respectivamente.

**Figura 3.** Perfil dos consumidores de produtos orgânicos em relação ao estado civil no município de Santa Helena-PR.



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

A dominância de pessoas casadas nas pesquisas de consumidores de orgânicos é coerente com as pesquisas de Andrade e Bertoldi (2012), Ribeiro; Silveira e Helbig (2022), Franco; Novaes e Korasaki (2021), Viecilli e Gazolla (2019). Indicando que consumidores casados podem apresentar comportamentos que estejam associados à responsabilidade no que diz respeito a saúde e segurança alimentar da constituição familiar (OLIVEIRA, LIMA e SILVA, 2006).

De acordo com Bataghin, Spinola e Costa (2012) apoiam o menor índice de solteiros na pesquisa está associada por geralmente possuem preferência por alimentos prontos, diminuindo o acesso a compra destes alimentos, por tal motivo acredita-se que o percentual dos casados seja superior ao público solteiro conforme Padilha et al. (2016) reafirma em sua pesquisa.

O aspecto econômico é outro fator importante a respeito da caracterização dos consumidores de orgânicos, nesse sentido a renda mensal encontra-se apresentada na tabela 2, com base no salário-mínimo 1.212,00 reais.

**Tabela 2.** Renda mensal (R\$) da família dos consumidores de orgânicos no município de Santa Helena – PR (2023).

Renda Mensal (R\$)	Consumidores (%)
De 1 a 2 salários-mínimos (R\$ 1.212,00 a 2.424,00)	17,8
De 2 a 4 salários-mínimos (R\$ 2.424,00 a 4.848,00)	32,7
De 4 ou 6 salários-mínimos (R\$ 4.848 a 7.272,00)	16,8
Mais de 6 salários-mínimos (acima de R\$ 7.272,00)	12,1
Mais de 10 salários-mínimos (acima de R\$ 12.120,00)	10,3
Não possui renda fixa	9,3
Renda não informada	0,9

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Conforme a tabela 2, o maior percentual econômico-financeiro dos consumidores de produtos orgânicos é de 2 a 4 salários-mínimos, dados que corroboram com os encontrados nas pesquisas de Meireles *et al.* (2017), Azzolini (2006), Porto; Nordi (2019) e Almeida (2019). A mistificação de que os produtos orgânicos só podem ser consumidos por pessoas pertencentes a uma classe financeira alta, está associado a diversificação dos locais de pesquisa, já que os valores dos produtos variam conforme de acordo com a regionalização.

Maioria dos trabalhos consultados apontam um alto valor maior, indicando renda mensal de 6 salários-mínimos para os consumidores de orgânicos como destacado por Miranda *et al.* (2022), Eberle; Milan e Graciola (2022). No presente estudo, provavelmente por ser um município menor e o custo dos orgânicos no município não ser tão desproporcional aos convencionais, muitas vezes, chegam até ser mais barato ou de igual valor, a população com uma renda mensal mediana consegue usufruir melhor dos alimentos orgânicos. Outro aspecto que favorece, é a aquisição através da compra direta, em que não há atravessadores, mas sim, a comercialização entre consumidor e o próprio produtor, sendo uma forma de negociação vantajosa para ambos.

Ao contabilizarmos a renda mensal da família, também era de suma importância a percepção da família em relação ao número de pessoas que residem na mesma casa, sendo as médias apresentadas na tabela 3.

**Tabela 3.** Número de pessoas que residem na casa dos consumidores de orgânicos no município de Santa Helena-PR.

Quantidade	Participação (%)
1 pessoa	10,3
2 pessoas	19,6
3 pessoas	31,8
4 pessoas	27,1
5 pessoas	4,7
6 pessoas	3,7
7 pessoas	1,9
Não Informaram	0,9

Elaborado pela autora (2023)

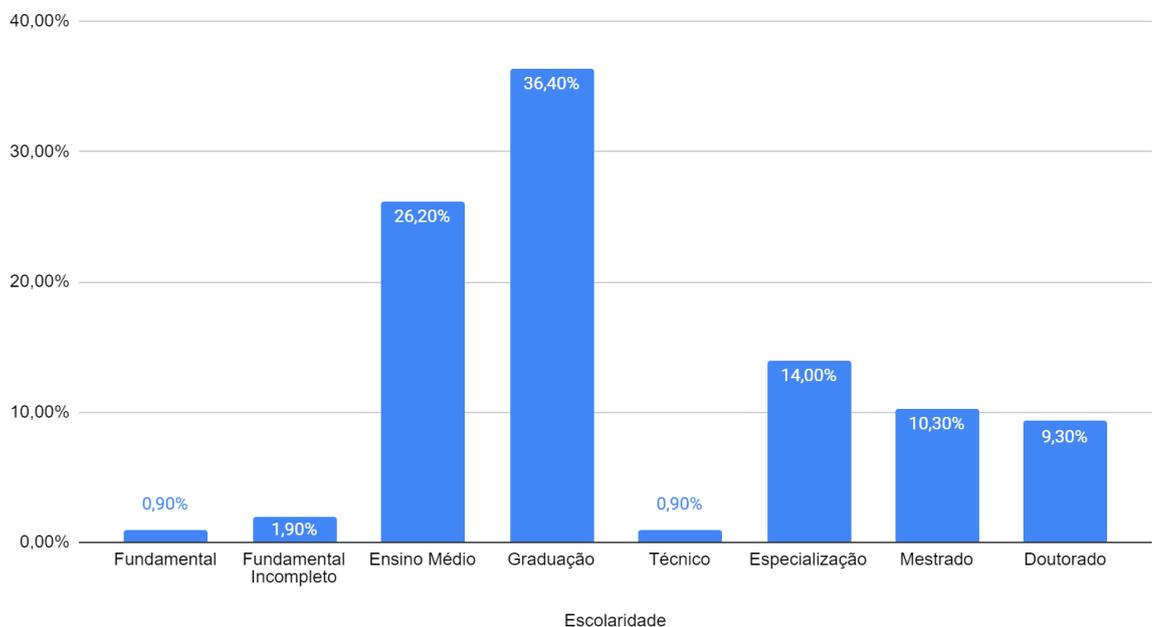
Destaca-se que 58,9% dos lares de consumidores de produtos orgânicos são compostos pelo quantitativo de 3 a 4 pessoas (Tabela 3). Foram evidenciadas no trabalho de Feyh; Lizana e Carvalho (2022), e na pesquisa de Trevizan; Casemiro (2009) um predomínio de residências com até 4 pessoa (71%), Prado; Moraes (2020) 72% residem com 2 a 4 pessoas, nesse sentido, os resultados são semelhantes com o presente estudo. Estes resultados ainda se relacionam com a pesquisa feito pelo Gov (2018) onde aponta que a média 3,2 por residência.

Desse modo, fica evidenciado que a renda média mensal per capita dos membros da família que representa a maioria do público de consumidores de orgânicos local, gira em torno de 606,00 a 1.212,00 reais.

Em relação ao nível de escolaridade do público consumidor, observa-se na Figura 4, que a maior representatividade (36,4%) se dá por indivíduos com nível superior (graduação), seguido pelo somatório das categorias que representam o nível de pós graduação (33,6%) e ensino médio completo (26,2%). Nesse aspecto, os resultados indicam que o público em questão, se caracteriza em sua maioria por indivíduos com

formação acadêmica e adequado acesso à informação e conhecimento, fator esse, que pode indicar maior grau de instrução, que possivelmente influencia nas escolhas e tomadas de decisão em relação às diferenças nos produtos, bem como, permite maior possibilidade de conhecimento e acesso às informações no que diz respeito a credibilidade relacionada ao processo produtivo dos orgânicos e seu diferencial de qualidade.

**Figura 4.** Nível de escolaridade autodeclarada dos consumidores de orgânicos de Santa Helena – PR.



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Quanto a localidade de residência dos participantes, foi realizado o levantamento para ter um norteamento de onde estão distribuídos geograficamente dentro do município de Santa Helena-PR os consumidores orgânicos.

**Tabela 4.** Distribuição Geográfica dos consumidores de orgânicos no Município de Santa Helena – PR.

<b>Localidade</b>	<b>Representatividade (%)</b>
Zona Urbana: Município	57,9
Sub-sede	11,2
São Roque	1,9
Moreninha	1,9
Linha Maraskin	1,9
Vila Celeste	1,9
Linha Pacuri	0,9
Distritos não identificados	16,8
Não Informaram	5,6

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

O maior percentual está situado na região urbana de Santa Helena, tendo 57,9% em comparação às localidades rurais e distritos. Como a feira acontecesse na região urbana do município a facilidade de acesso é maior para esses consumidores, já que nos distritos e no perímetro rural os consumidores podem ter um contato direto com o produtor.

#### *4.2 Definição de produtos orgânico por meio da percepção dos consumidores de produtos orgânicos.*

Ao serem questionados a respeito do conhecimento que se refere a definição sobre o que são produtos orgânicos, foi notado que os participantes apesar de serem consumidores de orgânicos, encontram dificuldade em expressar seus saberes a respeito do assunto (Tabela 5).

**Tabela 5.** Definição de produtos orgânicos pelos consumidores no município de Santa Helena-PR.

<b>Definições</b>	<b>Frequência das respostas</b>	<b>Porcentagem</b>
Produtos que não possuem agrotóxicos ou produtos químicos	53	49,5
Hortaliças e frutas	17	15,9
Produtos mais naturais	10	9,3
Não prejudicam ao ecossistema	9	8,4
Sem agrotóxicos e possuem a certificação orgânica	3	2,8
Produtos gerados a partir de materiais orgânicos seja para alimentos ou não	3	2,8
Produtos que são usados como matérias orgânicas	2	1,9
Produtos sem agrotóxicos que visam a saúde	1	0,9
Agricultura sem agrotóxico de modo mais sustentável	1	0,9
Produtos sem agrotóxicos e sem modificação genética	1	0,9
Produtos não industrializados	1	0,9
Produtos produzidos sem usar químicos sintéticos e que também façam uso de estratégias sustentáveis para o cultivo	1	0,9
Aquele que é obtido em um sistema orgânico de produção agropecuária ou oriundo de processo extrativista sustentável e não prejudicial ao ecossistema local	1	0,9
Não responderam	6	5,6

Elaborado pela autora (2023)

Observa-se que na tabela a grande parte dos participantes ao definir produtos orgânicos referem-se a produtos que não possuem a adição de agrotóxicos ou quaisquer produtos químicos, corroborando com o trabalho de Kohlrausch, Campos e Selig (2009) que encontraram para 94,5% dos participantes que se autodeclaravam consumidores de produtos orgânicos, definições rasas a respeito do assunto, focando principalmente na definição de produtos sem a presença de agrotóxicos.

De mesmo modo, Silva (2019) também apresenta percepção de que os consumidores de produtos orgânicos ao se depararem com necessidade de expressar sua definição a respeito dos produtos orgânicos, uma parcela de 60% diz não conseguir definir e os outros 40% limitam-se apenas em produtos sem agrotóxicos. Miranda *et al.*(2022) em sua pesquisa encontra uma estimativa de 75,86 % das respostas a respeito dos produtos orgânicos como produtos oriundos de uma produção que não se utiliza agrotóxicos.

Essas percepções de que produtos orgânicos são apenas produtos que não utilizam agrotóxico, o que indica que o entendimento a respeito desses produtos é limitado ao uso/ou não de determinados insumos. Todavia, essa expressão de que orgânico é produto sem agrotóxico acaba sendo a mais frequentemente divulgada nas suas diferentes formas para caracterizar e indicar o diferencial, muitas vezes, se caracteriza com a informação mais facilmente assimilável por ser “básica”, inclusive, não raro é aplicada como forma de marketing em embalagens de alimentos (frescos ou processados).

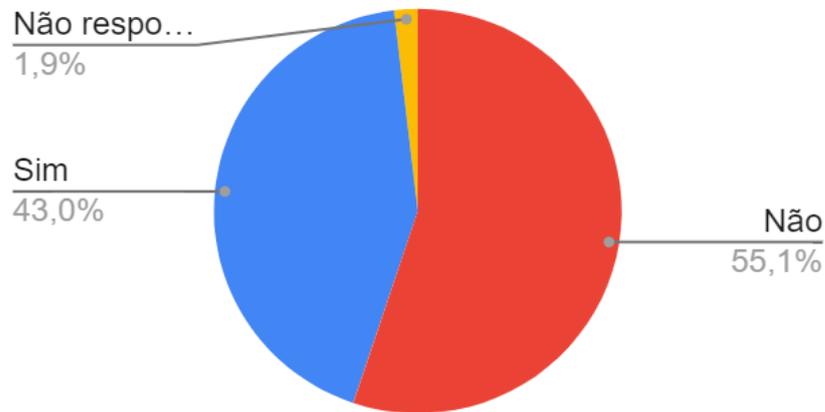
A associação de que alimentos orgânicos se limitam a “Hortaliças e Frutas” observado no presente estudo (15,9%), é outro aspecto relativo ao entendimento popular que precisa de atenção. Pois apesar de mais popularizados e por vezes, em pequenas cidades essa categoria de alimentos são as únicas disponíveis aos consumidores, todavia, a diversidade de produtos orgânicos é muito ampla, podendo ser desde origem animal fresco ou seus derivados (leite, queijo, manteiga, iogurte, ovos, carne, etc), os mais diferentes cereais e farináceos (arroz, feijão, fubá, farinha, etc), açúcar, azeites, vinagres, refrigerantes, sucos, até os ultraprocessados (biscoitos, salgadinhos, etc). Nesse aspecto, pode haver uma limitação de entendimento sobre a amplitude sobre os produtos orgânicos que possa inclusive restringir sua aquisição nas formas mais industrializadas ou de origem animal, indicando haver uma lacuna de informação a ser trabalhada na sociedade de forma a ampliar as possibilidades de consumo.

Alguns participantes indicam definições pouco mais relacionadas às questões de saúde e meio ambiente, sendo comum encontrar também definições como: são produtos naturais, produtos que não agredem o meio ambiente, produtos que não fazem mal a saúde como foi encontrada nessa pesquisa, assim como, a indicação de que são produtos que não prejudicam o ecossistema, conforme definição de 8,4% dos consumidores (Tabela 4).

As definições mais completas observadas no presente trabalho a respeito do tema foram: *“aquele que é obtido em um sistema orgânico de produção agropecuária ou oriundo de processo extrativista sustentável e não prejudicial ao ecossistema local”*, e *“produtos produzidos sem usar químicos sintéticos e que também façam uso de estratégias sustentáveis para o cultivo”*. Através destas descrições, percebe-se maior amplitude de esclarecimento e de fato, entendimento a respeito da complexidade e abrangência do sistema orgânico de produção, em especial no que se refere ao emprego do termo *sustentabilidade*. Quem vem ao encontro do que é praticado em sistemas de produção orgânicos, em especial àqueles de base agroecológicos, que apresentam a preocupação em relação a aplicação de práticas, técnicas e o desenvolvimento de um sistema produtivo responsável com os recursos naturais e os impactos que se referem as atuais e futuras gerações.

Além disso, o aparecimento do termo que associa produtos orgânicos a “certificação” já na definição do produto orgânico, mesmo que sejam apenas 2,8% dos consumidores, é um indicativo importante e que deve ser difundido entre consumidores. Ao passo que o consumidor possui instrução suficiente para reconhecer a existência do selo SisOrg que caracteriza o produto, e ter ciência que o processo passar por um sistema de credibilidade de qualidade, além de valorização de todo o processo à que os produtores estão envolvidos, pode promover a fidelização ao consumo, para analisar melhor a compreensão da visão dos consumidores a respeito do conhecimento sobre produtos orgânicos, na sequência do questionário, os participantes foram indagados a respeito do conhecimento do selo orgânico (Figura 5), selo da qual é característica dos produtos certificados através dos processos de certificação por auditoria e pelo sistema de participativo de garantia.

**Figura 5.** Conhecimento popular dos consumidores de produtos orgânicos a respeito do Selo de Certificação Orgânica (SisOrg) no município de Santa Helena-PR.



Elaborado pela autora (2023)

Conforme figura 5, maior parte dos consumidores orgânicos não conhecem o selo que identifica os orgânicos certificados, Wender *et al.* (2007) também encontrou essa desinformação a respeito dos selos orgânicos, mas Masques e Souza-Esquerdo (2020) encontram em suas pesquisas para diferentes localidades uma porcentagem de 10 e 25 % dos consumidores não conhecem os selos de certificação orgânica.

O selo de certificação garante ao produtor que o alimento consumido é orgânico e oferece variados benefícios através da certificação, e quanto menor o consumidor conhece sobre o selo, menor é a influência da compra de acordo com Castro *et al.* (2020). De acordo Dias *et al.* (2016) os consumidores discorrem que a confiança direta com o produtor é suficiente para o momento da compra dos alimentos como orgânicos, por esse motivo o selo não é visto como essencial na decisão da compra. Todavia, esse fator mencionado pelos autores, limita-se a possibilidade de venda direta, e não as outras modalidades de comercialização quando envolve terceiros, onde o Selo é o principal indicador de diferencial de qualidade.

Além de serem questionados a respeito do seu conhecimento sobre a definição de orgânicos e o conhecimento do selo, os consumidores de orgânicos também foram questionados a respeito da diferenciação entre orgânicos, hidropônicos e produtos convencionais. Na tabela 6 é possível identificar as respostas apresentadas, sendo perceptível que uma parcela significativa dos participantes apresentara dificuldade em caracterizar as diferenças entre os tipos de produção citados.

**Tabela 6.** Definições apresentadas pelos consumidores de orgânicos de Santa Helena - PR para a diferença entre produção Orgânica, Convencional e Hidropônica.

<b>Definições</b>	<b>Frequência</b>
Não sabem diferenciar	18
Não Responderam	8
Não tem certeza sobre a diferença entre eles	1
Orgânico não utiliza defensivos ou adubos químicos, enquanto que no cultivo convencional são utilizados constantemente, já o hidropônico utiliza adubos minerais que são cultivados em estufas com estruturas hidráulicas.	47
Orgânico sem uso de agrotóxicos. Convencional usam defensivos químicos. Hidropônico sem inseticidas	1
Orgânico livre de produtos químicos sintéticos, o convencional contém a utilização de insumos e hidropônico produzidos em meio mais sustentável e sem ou com pouco uso de herbicidas.	1
<p>Cultivo convencional</p> <p>É a mais utilizada no mundo e o cultivo se dá diretamente na terra, desde pequenas hortas em casa até grandes produções. As plantas retiram do solo os nutrientes que precisam.</p>	1
<p>Cultivo orgânico</p> <p>Também é realizado diretamente no solo, mas sem produtos químicos e obedecendo os princípios e métodos da agroecologia, como cultivo em ambientes diversificados em fauna e flora e revolvimento mínimo no solo. Toda adubação e proteção são feitas com matéria orgânica como restos vegetais e esterco além de vegetação seca.</p>	
<p>Cultivo hidropônico</p> <p>Neste sistema as plantas são cultivadas fora do solo. Elas crescem na água, flutuando em reservatórios, alojadas em calhas ou tubos em um meio composto por brita, areia ou outros materiais inertes.</p>	

**Tabela 6.** Definições apresentadas pelos consumidores de orgânicos de Santa Helena - PR para a diferença entre produção Orgânica, Convencional e Hidropônica (continuação).

Alimento orgânico - cultivado sem agrotóxico, modificação genética, produtos químicos em geral e respeitando o meio ambiente.	2
Alimento convencional - cultivado seguindo as técnicas convencionais de agricultura e utiliza-se de agrotóxico, modificação genética, produtos químicos em geral e não respeita o meio ambiente.	
Alimento Hidropônico - cultivado na água, geralmente é cheio de agrotóxico.	
Diferença na produção	1
Produtos que sofreram alteração no processo.	1
Sem agrotóxico, convencional utilizam de defensivos agrícolas/ veneno e hidropônico adicionam produtos que não fazem bem à saúde	1
Orgânico são feitos no campo sem agrotóxicos, convencionais na horta em casa mesmo e hidropônico são produzidos na água.	1
Orgânico: original / convencional: aqueles que são visíveis no mercado, que consumimos no dia a dia, uma seleção de alimentos para nós consumirmos diante de muitas espécies que também poderíamos consumir, mas não está a nossa disposição na indústria, mercado, consumidor. No caso das Pancs, muitas vezes mais nutritivas, fáceis de cultivo, mas não são apresentadas ao consumidor	1
Para a produção do orgânico não é utilizado agrotóxicos	1

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Percebe-se que uma parcela significativa dos participantes apresentou de forma predominantemente as seguintes respostas: orgânicos são produtos que não possuem agrotóxicos, convencional é o modo de produção que aplica agrotóxicos e insumos químicos, e os hidropônicos é um tipo de agricultura feita na água e que pode

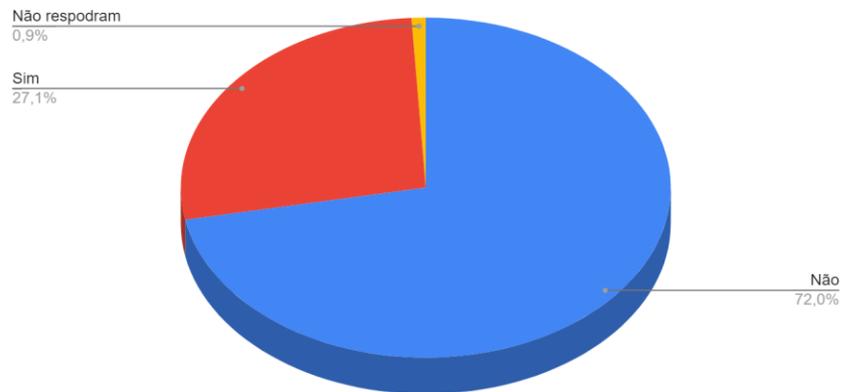
ser utilizado agroquímicos em seus cultivos. Que mesmo expresso de forma simplificada estão coerentes.

Todavia, de forma mais particular para a hidroponia, houveram algumas expressões que generalizam certas práticas de manejo, e com isso, tornam-se um tanto quanto equivocadas enquanto definição, tais como: “*Alimento Hidropônico - cultivado na água, geralmente é cheio de agrotóxico.*”, ou então, “*hidropônico produzidos em meio mais sustentável e sem ou com pouco uso de herbicidas.*”, e “*Hidropônico sem inseticidas*”. Nesses casos em especial, não é possível afirmar que um sistema hidropônico faz uso ou não de elevadas quantidades de agroquímicos, pois vai depender do produtor e das necessidades, de fato, o sistema hidropônico pode fazer uso via aplicação foliar nas plantas cultivadas, como pode não fazer uso de agrotóxicos, e mesmo assim não se caracteriza como orgânico. Em relação aos grupos de agrotóxicos, quanto a sua finalidade parece haver também falta de conhecimento dos consumidores, em especial quando indicam o uso de herbicidas (agrotóxico utilizado para controlar plantas), e se utilizado em hidroponia é para aplicação no solo, para controle de plantas espontâneas, abaixo das calhas de cultivo e não nos cultivos.

#### *4.3. Aquisição de produtos orgânicos.*

A respeito da aquisição dos produtos orgânicos os participantes alegaram que adquirem os produtos orgânicos no município de Santa Helena e não compram produtos de fora do município como apresentado na figura 6.

**Figura 6.** Ocorrência de aquisição dos produtos orgânicos fora do município de Santa Helena-PR.



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Ao analisar os dados a respeito da quantidade de alimentos orgânicos que são consumidos no município de Santa Helena-PR, percebe-se que a maior concentração da compra dos produtos orgânicos ocorre no município, sendo que 27,1% dos consumidores de orgânicos buscam adquirir produtos orgânicos em outros locais.

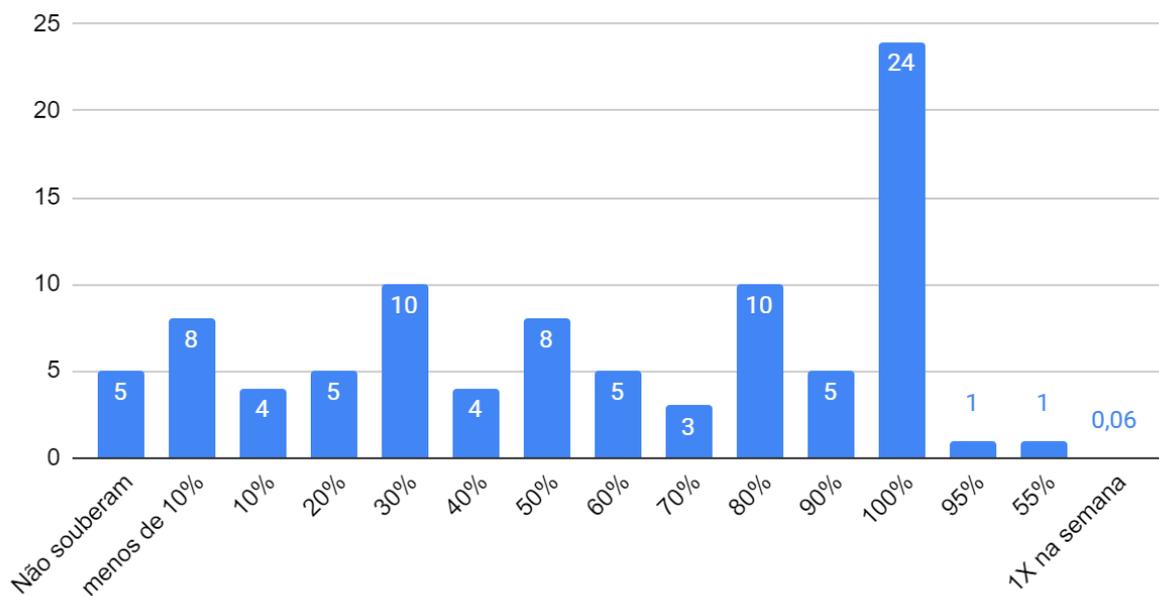
A maior porcentagem de aquisição no município está relacionada com a feira agroecológica que ocorre na cidade, propiciando assim os moradores da cidade e aqueles dos municípios que tem o hábito de virem a feira adquirem seus produtos. A baixa aquisição ocorrente dentro dos distritos pode estar relacionada com a falta de conhecimento dos moradores dos produtores orgânicos já que a maioria se não todos, possuem suas residências nas áreas rurais, dificultando o contato com os moradores dos distritos e a propagação dos seus produtos.

Após verificar a quantificação de alimentos que são adquiridos no município e fora dele também, observou-se qual é a porcentagem de aproximada dos produtos orgânicos consumidos pela família é adquirida no município de Santa Helena. Com base nos resultados evidenciados na figura 7 que, houve destaque para a aquisição exclusiva (100%) dos alimentos orgânicos consumidos são adquiridos no município de Santa Helena por 24 participantes. Dos orgânicos consumidos pelos participantes, 10 pessoas declararam adquirir 80% dos alimentos no município, 8 participantes adquirem 50% dos alimentos no município, 10 pessoas adquirirem 30% dos alimentos em Santa Helena, e outros 8 participantes adquirem menos de 10% no comercio local.

Por ser um questionamento de resposta aberta, houveram muitas variações nas respostas, mas de todo modo, indica que há consumo de orgânicos que não são adquiridos localmente, indicando haver demanda ou procura por aquisição de alimentos em outros municípios.

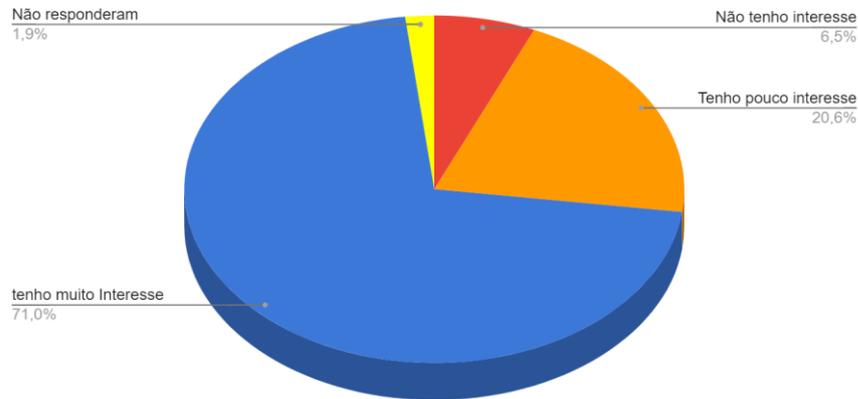
**Figura 7.** Indicação de participação (%) dos alimentos orgânicos consumidos pela população, que são adquiridos no município de Santa Helena-PR.

Qual é a porcentagem aproximada dos produtos orgânicos consumidos pela família é adquirida no município de Santa Helena?



Fonte: Elaborado pela autora (2023) Ao serem questionados sobre a sua intenção no aumento da compra de alimentos orgânicos, observou-se um interesse muito intenso em consumir mais produtos orgânicos conforme a figura 8.

**Figura 8.** Intenção aumentar o consumo de produtos orgânicos pelos consumidores de orgânicos do município de Santa Helena - PR.



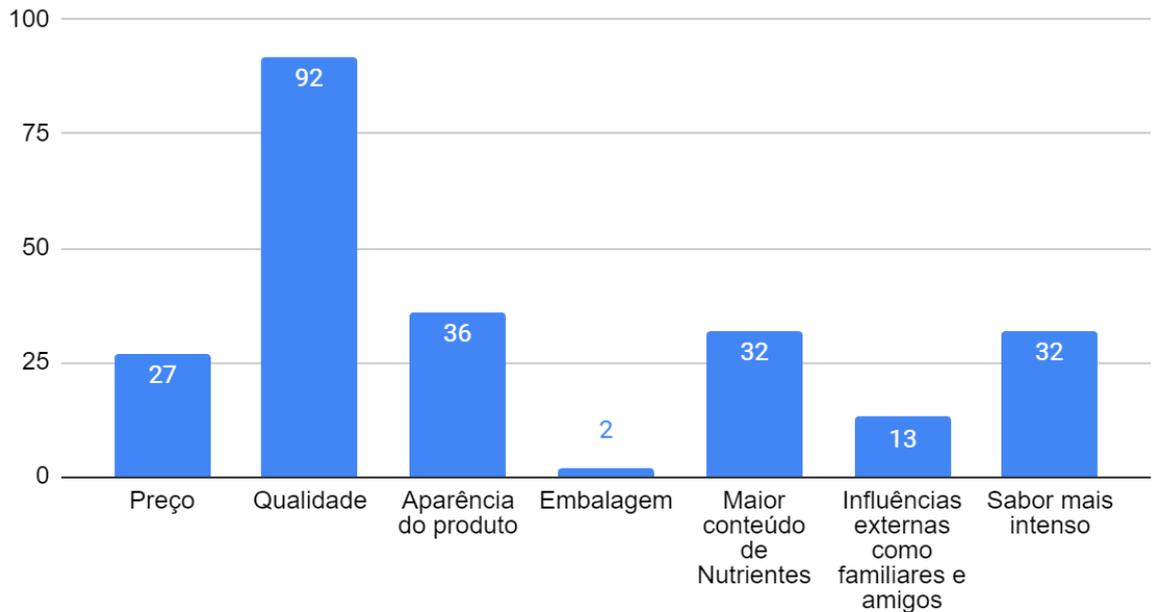
Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Com relação ao interesse de aumentar o consumo, 71% dos participantes demonstraram um grande apreço em aumentar o consumo de produtos orgânicos, buscando uma melhor qualidade de vida, saúde conforme evidenciado na figura 8. Trabalhos que abordam o limite para o consumo em relação aos orgânicos, indicam que as motivações estão associadas ao preço, a falta de oferta e a variabilidade dos alimentos como apresenta o trabalho de Cruvinel *et al.*(2017), Ribeiro; Silva e Helbig (2022). Nesse aspecto, percebe-se interesse de uma parcela significativa dos consumidores de orgânicos em adquirir maior variabilidade de produtos orgânicos, que hoje não se encontram disponíveis no mercado local.

De acordo com Vieira e Couto (2018) a falta de produtos é um fator que impede o crescimento em número de consumidores, por mais que ao interesse público em consumir seja alto, ou seja, para que haja um maior crescimento no consumo é necessário que ocorra uma maior oferta de produto. Outro aspecto que contribuí para o aumento do consumo é maior acesso a informação a respeito da diferença do produto orgânico para o convencional de acordo com Nunes; Liz e Silva (2020).

Em relação aos aspectos que influenciam o consumidor na hora da compra, observou-se as características apresentadas na figura 9.

**Figura 9.** Aspectos que influenciam na compra dos produtos orgânicos pelos consumidores no município de Santa Helena – PR.



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Destaca-se como principal fator influente na escolha pelos produtos orgânicos a qualidade do produto, Pureus (2020) analisou em seu trabalho, que os efeitos da influência social sobre o consumo consciente (um estudo experimental), está de fato relacionada ao fator da qualidade dos alimentos orgânicos, como principal influência para escolha. Meireles et al. (2016) também defende que a qualidade dos alimentos orgânicos são umas das principais características que mais atraem os consumidores, por não possuírem agrotóxicos e terem características de uma produção mais saudável, sem resíduos de agrotóxicos garante aos consumidores uma melhor qualidade de vida, saúde e de segurança.

A aparência, sabor e a maior quantidade de nutrientes presentes nos produtos orgânicos também são fatores eminentes na figura 9, assim como apontam os resultados de Pohl; Filho e Abbade (2019) e Magalhães et al. (2021). De acordo com Atyel et al. (2018) os alimentos orgânicos são mais agradáveis, adocicados, aparência e tamanho regular. O preço também é relevante, uma vez que apareceu com frequência de 27 vezes mencionada pelos participantes.

Ainda sobre a aquisição dos produtos orgânicos verificou-se que quais são as maiores dificuldades encontradas para comprar os produtos orgânicos no município de Santa Helena (Tabela 7).

**Tabela 7.** Relação de dificuldades encontradas pelos consumidores para a aquisição de orgânicos em Santa Helena-PR.

<b>Respostas</b>	<b>Frequência</b>
Não encontram dificuldades	52
Sim, ausência de variação de produtos (ex: Tomate, batata e cebola)	10
Sim, dificuldade de encontrar locais onde possam adquirir os produtos orgânicos	15
Pouca Oferta	11
Falta de organização nos supermercados	6
Delivery mais dias na semana e horários diferentes	2
Preço	2
Não responderam	9
Falta de confiança	1
Facilidade da venda	1

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Houve uma maioria de pessoas que alegaram que não encontram dificuldade na aquisição de orgânicos no município (Tabela 7). Esses consumidores provavelmente se restringem à aquisição de uma quantidade limitada de itens, em especial hortaliças frescas e alguns processados.

Outro fator limitante indicado, que apareceu com frequência de 15 vezes, foi a indicação de dificuldade de encontrar locais onde possam adquirir alimentos orgânicos, ou seja, conhecem locais de comercialização de produtos orgânicos (Tabela 7). Gonçalves (2023) também afirma a ideia de que o desconhecimento dos locais de venda dos orgânicos estão associadas a falta de informação, sendo

necessária uma maior divulgação dos locais e acessos de vendas dos produtos orgânicos, se é que existem. E ainda, a falta de variedade de itens de produtos ofertados para os consumidores apareceu 11 vezes.

Um dos fatores que aparecem é a preocupação das pessoas em relação a confiança sobre a procedência dos alimentos orgânicos, no grupo de consumidores orgânicos, houve apenas uma menção em relação a esse item, indicando que há confiabilidade nos produtos orgânicos por parte dos consumidores.

Os locais de compra de produtos orgânicos podem ser oriundos de um amplo campo de comercialização, na tabela 8 é possível identificar que no município de Santa Helena ocorre o destaque de dois locais com mais procura para a aquisição de orgânicos.

**Tabela 8.** Locais de aquisição dos produtos orgânicos no município de Santa Helena-PR.

<b>Locais</b>	<b>Frequência</b>
Cultivo em casa	4
Direto do produtor	83
Feiras	69
Delivery	21
Supermercado	40
Lojas Especializadas em produtos naturais	23

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

De acordo com a pesquisa, os participantes indicaram 83 vezes que compram os seus produtos orgânicos direto com o produtor, e 69 vezes aquisição em feiras, resultando na grande maioria da demanda de procura estar e relacionada a compra direta com o produtor, isso está associada com uma relação íntima de confiança entre produtor e consumidor. A mesma associação está com a frequência da aquisição em feiras, pesquisas como a de Moura *et al* (2020) evidencia que 36,3% dos produtos

adquiridos em feiras, Pohl, Filho e Abbade (2019) com 53,6%, Lage, Assis e Aquino (2019) com 69%, Porto e Nordi (2019) com 34%.

A partir da análise dos trabalhos mencionados recentemente a ida para as feiras tem uma grande importância para os consumidores, pois, é nesse momento que os consumidores dialogam com os produtores a respeito dos produtos. A negociação da venda dos produtos está relacionada com a confiança que o produtor passa a seus compradores, a respeito da origem, procedência e os principais fatores que alegam segurabilidade do produto ser orgânico e a conferência do selo nos produtos acabam passando despercebidos.

A participação da entrega via *Delivery* se caracteriza como uma participação importante, todavia, parece haver ainda uma limitação de participação do público consumidor a esse serviço de comercialização.

Ao analisar os dados da pesquisa na tabela 7, ocorre uma preocupação que se relaciona a tabela 5, no que diz respeito a indicação em quantidade de 40 vezes de aquisição de orgânicos em supermercados, e 23 vezes em lojas especializadas. Nesse aspecto, pode haver equívoco nos que os consumidores estão adquirindo como orgânicos, ou achando que são produtos orgânicos sem que de fato realmente sejam. Isso porque, pela experiência e conhecendo o mercado local, a oferta de produtos orgânicos nesses estabelecimentos comerciais é muito limitada, e mesmo que essa frequência fosse atribuída aos consumidores de orgânicos que buscam e adquirem itens em outros municípios, os dados não fecham. Desse modo, há indicativo de que mesmo o público consumidor de orgânicos apresentar em grande maioria nível de escolaridade elevada, há necessidade de publicidade, e divulgação de informações específicas a respeito das formas de diferenciação de alimentos orgânicos para os convencionais, para que não haja equívocos em relação as escolhas e, procedência desses alimentos.

A frequência de aquisição de produtos orgânicos no município de Santa Helena, como está apresentado na tabela 9, observa-se que entre os consumidores a um alto índice de um consumo de 1X e 2X por semana.

**Tabela 9.** Frequência da aquisição de produtos orgânicos dos produtos orgânicos no município de Santa Helena-PR

1X NA SEMANA	39
2X NA SEMANA	28
ATÉ 3X NA SEMANA	12
QUINZAL	15
MENSAL	9

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

De acordo com Silva *et al.* (2013), a maioria dos participantes adquirem seus alimentos orgânicos uma vez na semana, assim como foi evidenciado na pesquisa que houve uma frequência bem maior de aquisição de orgânicos pelo menos uma vez na semana. É possível evidenciar resultados semelhantes na pesquisa de Pinho; Oliveira e Menezes (2019) que demonstra que a aquisição de produtos orgânicos ocorrerem uma vez na semana, com um percentual de 61% e essa pesquisa evidencia que 39 participantes dos consumidores de orgânicos relatam que adquirem pelo menos 1 vez na semana orgânicos.

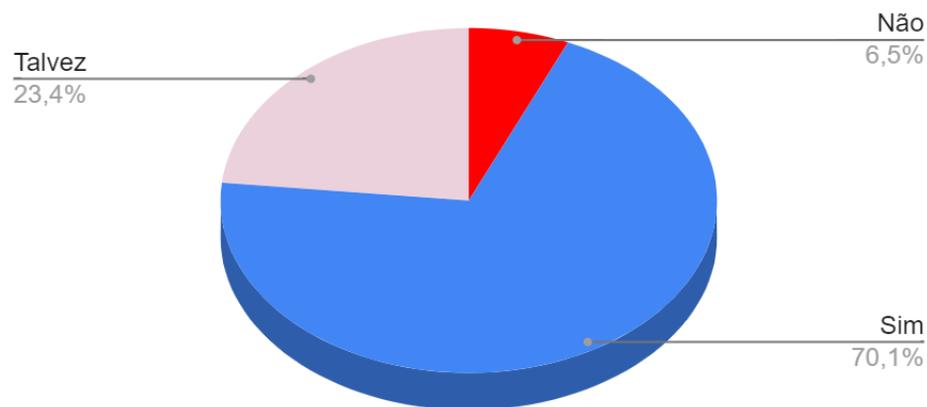
De acordo com Lage; Assis e Aquino (2020) as feiras são as principais responsáveis pela venda de orgânicos nas cidades, mostrando um percentual de 77% dos entrevistados. As feiras geralmente ocorrem de 1 a 2 vezes por semana nas cidades, assim justificando grande parte dessa aquisição dos produtos ocorrem com uma frequência semanal. O que corrobora com o que acontece no município de Santa Helena, associado a entrega de produtos orgânicos através de *Delivery* através da organização dos agricultores em grupo.

Resultados encontrados na pesquisa de uma frequência de 39 respostas que adquirem produtos orgânicos pelo menos uma vez na semana são compatíveis com a pesquisa de Ribeiro, Silva e Helbig (2022) com o maior índice de aquisição de 1 a 2 vezes na semana. Na pesquisa realizada por Lage, Assis e Aquino (2020) também

reforça frequência semanal das feiras para a aquisição dos produtos orgânicos, dificultando assim um aumento nos índices de venda dos orgânicos.

Quando questionados a respeito do interesse de receberem produtos orgânicos em suas residências, os resultados evidenciam que 70,1% dos consumidores possui interesse na entrega *Delivery* como está sendo indicado na figura 10.

**Figura 10.** Intenção dos participantes consumidores de orgânicos receberem produtos orgânicos em sua residência.

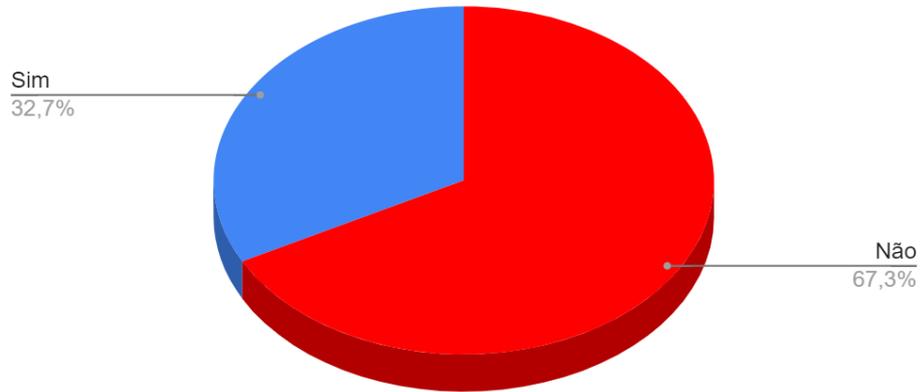


Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Com a pandemia resultante do Covid-19, a circulação das pessoas se manteve restritas durante os decretos, os produtores que comercializavam seus produtos orgânicos tiveram que se adaptar com as condições atualmente vivenciadas. O *delivery* passou a ser um meio de venda virtual que possibilitou os consumidores pudessem suprir suas necessidades e os produtores comercializar seus produtos (FERDIN; MORAES, 2021). A partir dessa o aumento pela procura do serviço *delivery* tem intensificado, proporcionando aos consumidores conveniência para os consumidores ampliando os locais de compra, maior acessibilidade e disponibilidade (BOTELHO, CARDOSO E CANELLA, 2020).

Como meio de aquisição dos produtos orgânicos, o grupo Vida Orgânica é o principal grupo responsável pela produção, comercialização e entrega via *delivery* de produtos frescos, bem como suco de polpa orgânica no município de Santa Helena-PR. De acordo com a figura 11 é possível verificar que a maior parte dos consumidores de orgânico do município, alegam desconhecer o grupo.

**Figura 11.** Conhecimento dos consumidores de produtos orgânicos a respeito do grupo Vida Orgânica no município de Santa Helena-PR.



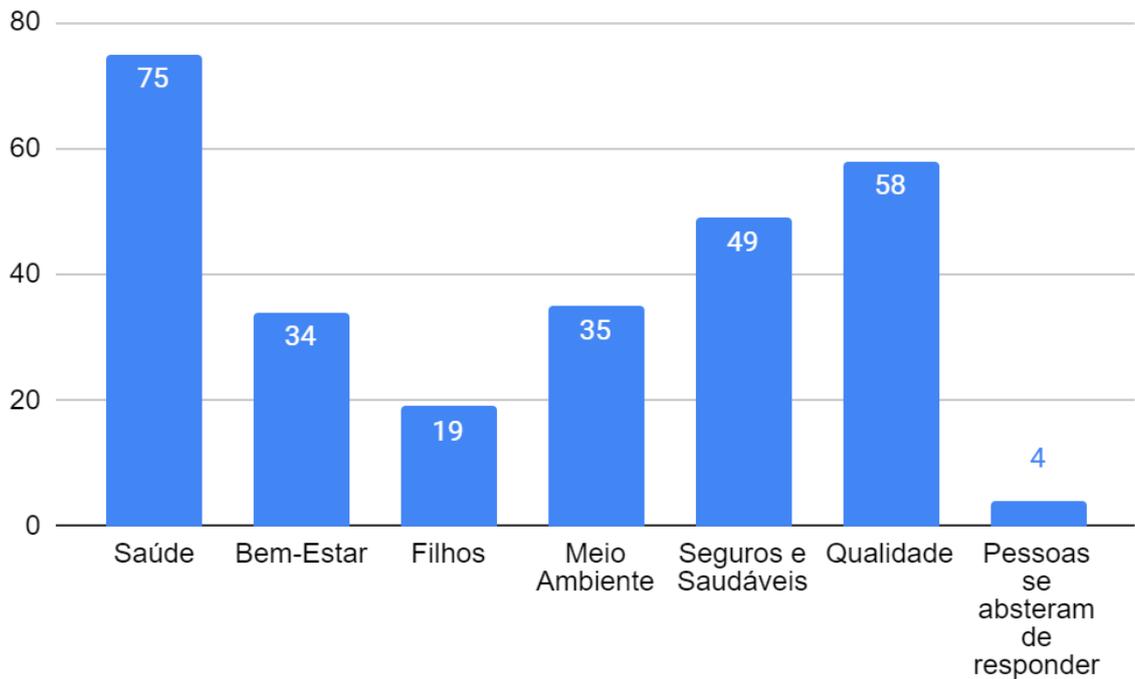
Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Ao considerar que a principal forma de divulgação do grupo Vida Orgânica se dá pelas mídias sociais (Instagram e WhatsApp), bem como, através de distribuição de folders informativos, percebe-se que ainda há uma porcentagem significativa de consumidores que não conhecem grupo Vida Orgânica, sendo um gargalo a avançar quanto a ampliação da publicidade e divulgação em diferentes meios de comunicação a respeito desse grupo. De acordo com Costa e Mendes (2012), a publicidade é fundamental para o comércio, pois, aumenta a venda através da divulgação das características e qualidades do produto alcançando novos públicos, facilitando o acesso ao produto já que a publicidade direciona para as necessidades e/ou desejos do consumidor.

#### *4.3 Consumo de produtos orgânicos.*

Além de ser analisado os locais da aquisição de orgânicos, outro dado importante é o motivo pelo qual as pessoas passaram a consumir alimentos orgânicos invés de alimentos convencionais. Dentre os motivos podemos destacar cinco deles conforme apresentadora figura 12.

**Figura 12.** Motivações que levam a aquisição e consumo de alimentos orgânicos.



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Os motivos mais destacados são em primeiro lugar a preocupação com a saúde com uma frequência de 75 respostas, seguido pela qualidade dos alimentos orgânicos (58), por serem alimentos mais seguros e saudáveis (49), preocupação com o meio ambiente (35) e a procura pelo bem-estar (34). Estes mesmos motivos pela compra de orgânicos são evidenciados em diversas pesquisas, nas quais tem influenciado no aumento da procura dos alimentos orgânicos.

Wendel *et al.* (2007) apontam que 19,1% indicam que o principal motivo pelo qual passou a consumir produtos orgânicos é a preocupação com a saúde pessoal e familiar, ponto contribuinte da alta porcentagem de pessoas casadas que optam pelo consumo de alimentos orgânicos. Magalhães *et al.* (2021) também apresenta dados relevantes a motivação ao consumo com 56,6% relacionado com a saúde e na prevenção de doenças, 28% expressam que o motivo está associado a ter uma alimentação mais saudável e segura, já que os alimentos orgânicos são livres de insumos químicos convencionais, dentre esses motivos abordam que o bem-estar pode ser obtida através de uma boa alimentação.

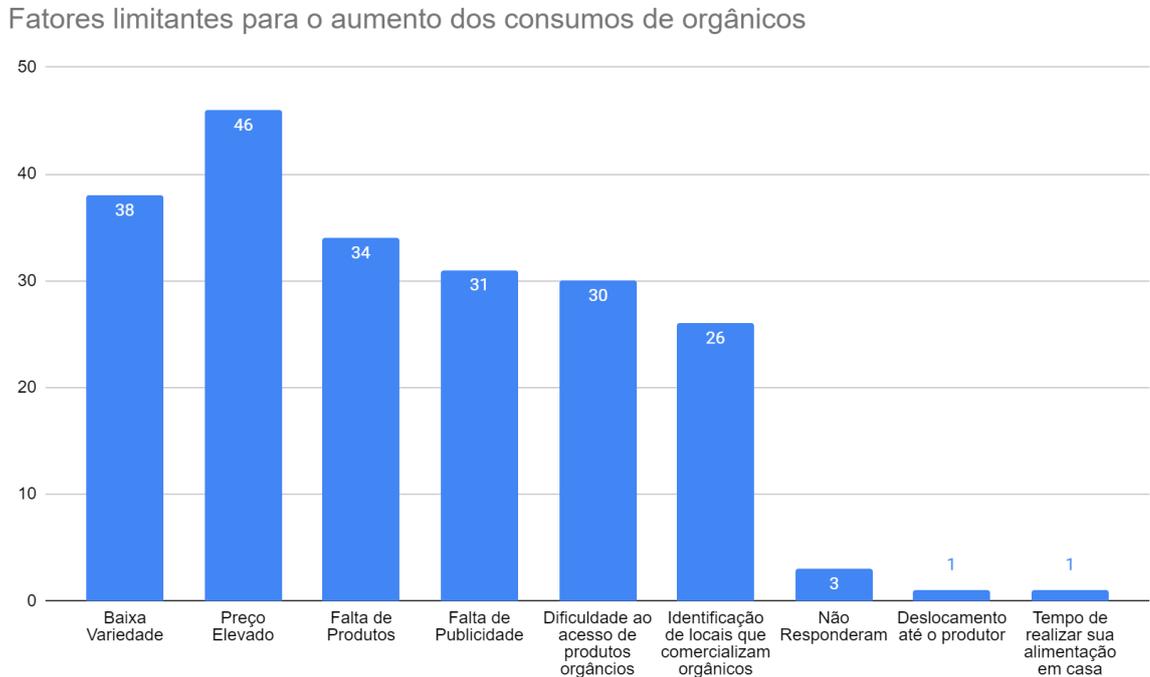
Um dos motivos que vem ganhando um aumento significativo é a preocupação com o meio ambiente, pois, os produtos orgânicos vêm de uma linha de pesquisa científica

que visam em uma agricultura sustentável através de uma perspectiva ecológica e sociocultural (ABA, 2020). Das respostas dadas pelos participantes 35 incluíam a preocupação com o meio ambiente como fator responsável pelo consumo, Porto e Nordi (2019) relataram em sua pesquisa que houve uma ocorrência de 10% dos participantes preocupados com o meio ambiente, assim como as pesquisas de Lage, Assis e Aquino (2020) com um percentual de 7%, Quadros *et al.* (2020) com 11% e Brignol (2019) com uma frequência de 13 respostas.

A influência do preço no momento da compra normalmente está correlacionada a fatores limitantes para o consumo ou o aumento do consumo dos alimentos orgânicos, porém, é possível observar que o preço tem uma frequência razoável, contando com 27 respostas. Diferentemente de inúmeras pesquisas publicadas que o preço é um fator limitante a compra, percebe-se que os preços praticados na comercialização de orgânicos no município de Santa Helena-PR, em especial os alimentos frescos, fogem um pouco a regra do que são abordados na maioria das pesquisas como por exemplo da ORGANIS (2019).

Para um melhor conhecimento a respeito do consumo de orgânicos, pelo público de consumidores, foram questionados quais são os fatores limitantes que impedem que haja aumento no consumo de produtos orgânicos. Como ilustrado na figura 13 é perceptível que a maior causa limitante é o preço elevado seguido de outros fatores de grande influência.

**Figura 13.** Fatores Limitantes para o consumo de orgânicos segundo os consumidores de orgânico do município de Santa Helena - PR.



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

O fator preço é a principal causa mais encontrado nas pesquisas sobre o consumismo de produtos orgânicos, Miranda *et al.*(2022) também apresenta esse fator em seus resultados com 19,7% das respostas estarem associadas ao preço elevado, Magalhães *et al.* (2021) apresenta 33% dos fatores limitantes está diretamente ligado com o preço dos produtos orgânicos, Lage, Assis e Aquino (2019) encontram uma alta porcentagem em seus resultados com 56% da causa limitante a compra dos produtos orgânicos serem os elevados preços.

No município de Santa Helena, por mais que as pessoas ditam o preço como fator limitante é possível verificar em uma pesquisa de preço em relação aos praticados pelo grupo Vida Orgânica, em comparação à determinados produtos convencionais nos supermercados (Figura 14), que os produtos orgânicos estão com os seus valores muito similares, e por vezes até reduzidos em comparação com os produtos convencionais do mercado. Em levantamento pontual, realizado entre os meses de abril e maio, para comparação como por exemplo a mandioca, enquanto o grupo Vida Orgânica comercializa a mandioca no valor de 7 reais na figura (B), os supermercados

locais do centro urbano (C e D) comercializam a mandioca convencional no mesmo valor que a mandioca orgânica, mas o mercado disponibiliza a esse valor em situação de oferta.

**Figura 14.** Comparação entre alimentos convencionais ofertados nos mercados do município em relação ao grupo Vida Orgânica.



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Sobre os fatores limitantes além do preço elevado em comparação com os produtos convencionais, outros fatores destacados foram a baixa variabilidade dos produtos, falta de produtos e a falta de divulgações dos produtos podendo estar associado com a falta de informação de locais para a compra de orgânicos, que estão na sequência dos fatores limitantes. Wendel et al. (2007) também apresenta em seus resultados que os consumidores possuem uma dificuldade de encontrar os produtos (11,3%) e a falta de informação (7,5%).

Silva (2019) diz que a falta de informação (10%) e a falta de oferta e propaganda (15%) são fatores limitantes para o aumento do consumo de alimentos orgânicos, Miranda (2022) apresenta também a variedade com 21,1% como fator limitante a aquisição. Quadros et al. (2020) aponta a oferta irregular (47%) como fator limitante, Lage, Assis e Aquino (2020) reforçam que a pouca variabilidade entre os produtos

(18%) e a dificuldade de acesso (24%), Magalhães et al. (2021) além do preço elevado pontua que a falta de produtos (16,6%) também interfere no aumento do consumo dos alimentos orgânicos assim como Brignol (2019) destaca em seus resultados a irregularidade de oferta e a baixa variabilidade.

Investigando sobre a possibilidade do aumento de consumo de produtos orgânicos no município de Santa Helena-PR, analisou-se também questões sobre quais eram os produtos que os consumidores estariam interessados em adquirir no município caso fosse ofertado conforme apresentado na tabela 10.

**Tabela 10.** Exemplificações apresentadas sobre produtos orgânicos almeçados pelos consumidores de orgânicos para aquisição caso fossem ofertados no município de Santa Helena-PR.

Óleos, frutas, polpas*
Tomate, brócolis, cenoura, beterraba
Hortifrútiis
Salada
Saladas, frutas e verduras
Sendo orgânicos todos.
Frutas diferenciada
Verduras, frutas e cereais
Não sei
Laranja, uva, morango, abacaxi, mamão E banana
Saladas diversos
Frutas
Saladas
Verdura
Legumes, verduras, frutas e ovos.
Frutas em geral
Frutas, legumes e verduras

**Tabela 10.** Exemplificações apresentadas sobre produtos orgânicos almeçados pelos consumidores de orgânicos para aquisição caso fossem ofertados no município de Santa Helena-PR.

Frutas
Hortaliças, legumes e frutas.
Saladas
Frutas e verduras... as que tiver a dispor
Se preço for semelhante compraria tudo orgânico
Verduras e legumes
Produtos beneficiados, de maior duração.
Frutas, legumes e verduras
Legumes, verduras e frutas.
alimentos em geral
Frutas, porque verduras é mais fácil encontrar.
Frutas e verduras, sementes, castanhas, carnes e derivados, leite e derivados
Frutas/ verduras/leguminosas.
Frutas e verduras
Abobora
Milho, abobora
Todos
Couve em folha, couve em flor, brócolis, quiabo, abóboras, batata, todos kkk
Tomate
Tomates
Saladas
Tomate, repolho coração de boi, rúcula, alface, agrião, mamão, pepino, rabanete, salsa, cebolinha, jiló, berinjelas...
Legumes, verduras e frutas.
Alface
Hortaliças em geral
Verduras e legumes
Frutas e hortaliças
Vários
Vários

**Tabela 10.** Exemplificações apresentadas sobre produtos orgânicos almejados pelos consumidores de orgânicos para aquisição caso fossem ofertados no município de Santa Helena-PR.

Não sei dizer
Justificando a resposta anterior, o que gosto sempre encontro na horta, da vila rural... Produtos ótimos, cobre minhas expectativas
Legumes frutas
Verduras, legumes, frutas.
Frutas
Mandioca, salame, ovos, queijo, legumes e hortaliças diversos, frutas.
Todos
Todos.
Feijão, arroz, azeite
Itens da cesta básica, além de saladas, frutas, legumes, farinhas...
Banana, maçã, mamão, abacaxi; verduras...etc
Tomates, pimentões, hortaliças
Hortaliças
Eu compraria de tudo se tivesse orgânico disponível. Sinto falta especialmente de variedade de alfaces. Espinafre é quase impossível de achar na cidade, assim como mostarda. Mas também como muito outras folhas, raízes, legumes, etc.
Pimentão, pepino, alface, rúcula, abacaxi, mamão, agrião, quiabo, repolho, laranja, cenoura, cebola, batata, batata doce, doce de frutas, polpa de frutas, couve, brócolis,
Tomate, cebola, batatinha, batata doce
Cereais.
Legumes e verduras em geral e leite
Todos possíveis
Todos
Verduras
Frutas
Tomatinhos, brócolis e berinjela
Frutas
Tomate, cebola, alho
Verduras

**Tabela 10.** Exemplificações apresentadas sobre produtos orgânicos almejados pelos consumidores de orgânicos para aquisição caso fossem ofertados no município de Santa Helena-PR.

Frutas
Alface, Rúcula, Tomate, etc.
Morango
Frutas
Alface
Couve folha
Ora pro nóbis
Entre as demais variedades
Hortaliças, frutas, temperos, legumes, mandioca, milho, farinhas, feijão
Brócolis, pimentão, morangos, alface
Hortaliças
Arroz, feijão, quiabo
Verduras
Vegetais em geral
Hortaliças e frutas
Verduras legumes e frutas polpas
Com frequência hidropônicos no <i>delivery</i>
Frutas

\*As exemplificações de itens foram mantidas tal como expressas no questionário, para manter o máximo de detalhamento sobre as respostas.

Percebe-se novamente que a limitação dos interesses, e porque não dizer, limitação do entendimento que alimento orgânico relacionado aos alimentos frescos, principalmente hortaliças. E ainda, conforme tabela 10, chama a atenção para a associação de alimento orgânico com hidropônico.

Mesmo com uma parcela amostral pequena em relação ao número de habitantes do município de Santa Helena, é perceptível de que há necessidade de esclarecimento em relação ao entendimento do que são alimentos orgânicos de fato, uma ampliação da informação principalmente ao fato da existência de alimentos processados e industrializados orgânicos, seja de origem animal e vegetal, e que nem sempre são os alimentos vendidos em casas relacionadas a produtos saudáveis, quais são suas formas de identificação de um alimento orgânico, quais são as principais vias de comercialização e como tem sido realizado os trabalhos de venda dos orgânicos no município, e em especial, há necessidade de maior publicidade em

relação aos produtores de alimentos orgânicos locais, certificados e que dedicam-se para ofertar alimentos diferencial, mas que tudo indica, a população desconhece e com isso, não há como haver aumento de procura e valorização dos mesmos.

## Seção II) Não Consumidores De Orgânicos Do Município De Santa Helena-Pr.

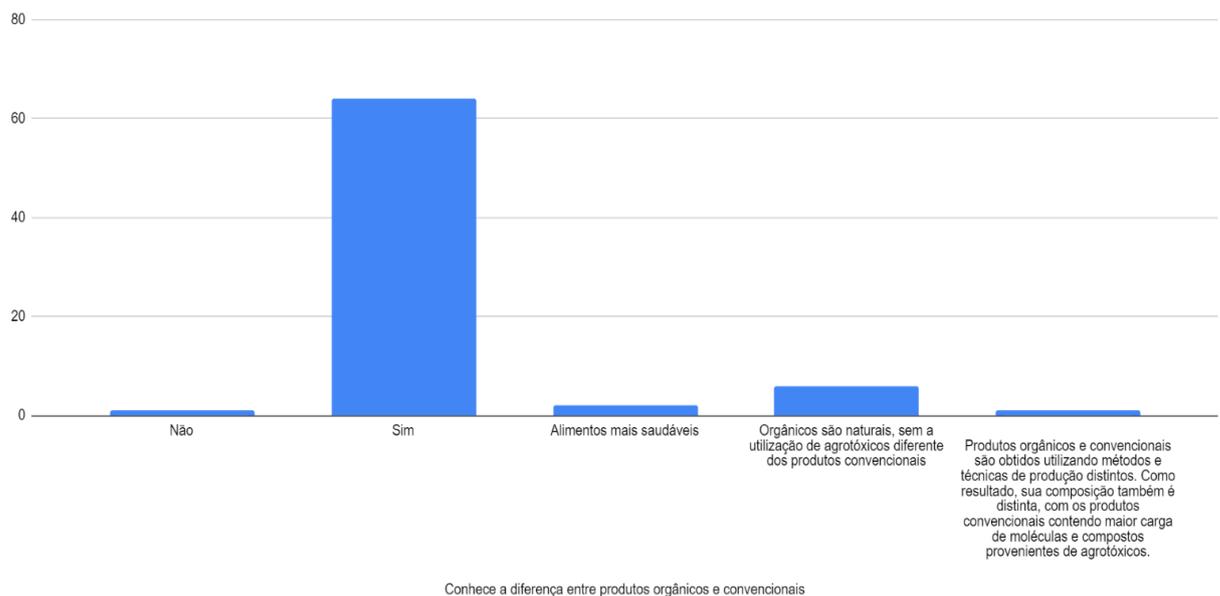
Os participantes que colaboraram com o questionário que se autodeclararam como não consumidores de orgânicos, somam um total de 43 participações.

### 4.4. Definições sobre orgânicos pelos participantes não consumidores

Ao público não consumidores de produtos orgânicos foram direcionados também foram levantadas as informações sobre o conhecimento que os mesmos possuem em relação a definição de produtos orgânicos e de produtos convencionais. Observa-se que na figura 15 os conhecimentos prévios descritos por esses participantes.

**Figura 15.** Definição da diferenciação entre produtos orgânicos dos produtos convencionais por não consumidores de orgânicos no município de Santa Helena-PR.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

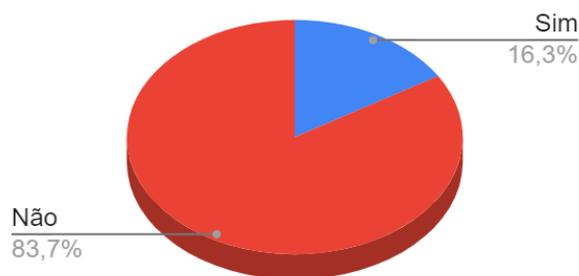


Percebe-se que os não consumidores possuem uma ideia rasa de os produtos orgânicos não possuem agrotóxicos em sua agricultura, mas grande parte dos respondentes da questão apenas expuseram quem sabem a diferenciação entre eles, sem ao menos abranger uma explicação definido cada um dos termos. De acordo com Barbosa et al. (2011) o termo “produtos orgânicos” já é bastante

difundido, porém é visto que a percepção e compreensão entre os termos é muito superficial ainda.

Um dos fatores que aparecem é a preocupação das pessoas em relação a confiança sobre a procedência dos alimentos orgânicos, então a partir desta preocupação foi investigado se no município de Santa Helena-PR, com os participantes não consumidores de orgânico, essa preocupação com a confiabilidade dos alimentos orgânicos está relacionada ao não consumo dos produtos orgânicos demonstrada na figura 16.

**Figura 16.** Relação do não consumo de orgânicos associados com a desconfiança do consumidor da procedência.

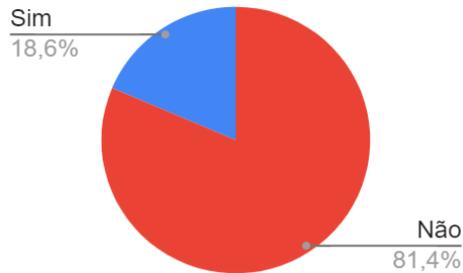


Elaborado pela autora (2023)

Através destes dados é possível observar que o não consumo no município de Santa Helena-PR, não está ligada a desconfiança a respeito da procedência dos orgânicos diferentemente da pesquisa realizada por PESTEK et al. (2018), a pesquisa de Olivera (2017) também evidencia que 30,3% dos participantes possuem desconfiança a respeito dos produtos orgânicos, Pohl, Perreira-Filho e Abbade (2019) também pontua que 75,3% não confiam que os alimentos sejam 100% orgânicos.

Ao serem questionados os não consumidores de produtos orgânicos avaliou-se o conhecimento sobre o grupo Vida Orgânica, o principal grupo responsável pela entrega e abastecimento de produtos orgânico no município de Santa Helena-PR. A partir da figura 17 ilustrada a seguir foi possível verificar que a maior parte dos participantes da pesquisa que não consomem orgânico, também não conhecem o grupo Vida Orgânica.

**Figura 17.** Conhecimento do grupo Vida Orgânica pelos não consumidores de produtos orgânicos.

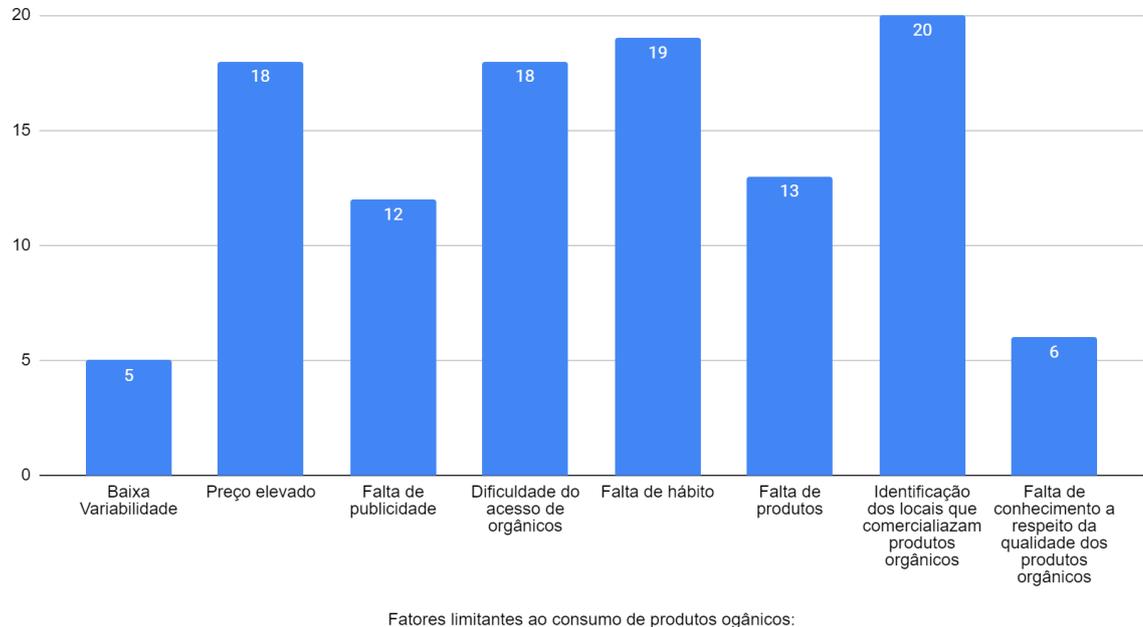


Fonte: Elaborado pela autora (2023)

É possível compreender que através deste resultado o não consumo de produtos orgânicos esteja relacionado com a falta de conhecimento, como o grupo é composto pelos produtores de orgânicos do município o não conhecimento do grupo impede que mais pessoas saibam dos produtos ofertados e onde e como podem encontrar esses produtos. Outra vez, ligamos o fato da falta de disseminação de informações como o aumento de recursos em relação a publicidade e divulgação dos produtos orgânicos limitam os cidadãos do município de adquirir produtos orgânicos.

Ao serem questionados sobre os principais fatores que estão associados ao não consumo de produtos orgânicos no município de Santa Helena-PR, pelos não consumidores na figura 18.

**Figura 18.** Fatores limitantes para o consumo de produtos orgânicos no município de Santa Helena-PR



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Diferentemente dos consumidores de orgânico o preço é um fator limitante sim, mas, não é a principal causa do não consumo, o fator limitante ao consumo de orgânico é a falta de identificação sobre os locais onde os produtos orgânicos podem ser encontrados, seguido pela falta de hábito que a população possui. Verificou-se que também que o preço é um dos fatores limitantes para o consumo de orgânicos no município, assim como também a dificuldade de acesso aos orgânicos na mesma proporção que o preço, como já foi visto anteriormente nos dados apresentados pelos consumidores de orgânicos.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando avaliado a caracterização do perfil dos consumidores é possível verificar que à uma linha de tendência que agrupam esses consumidores, possibilitando assim estratégias de venda que visam no aumento da comercialização dos produtos. Fatores como gênero, idade, renda familiar, estado civil e a quantificação de pessoas por residência, o motivo do consumo e as influências que levam o consumidor a adquirir os produtos orgânicos são de grande valia, pois, abrangem o grande campo de visão que pode ser trabalho como dados relevantes para o aumento de venda suprindo a demanda prevista.

Além de reconhecer os motivos que levam os consumidores a adquirirem os produtos orgânicos, os fatores que limitam essa comercialização vêm como uma oportunidade para que os produtores consigam desenvolver métodos controversos a esses limites ampliando assim o alvo-público. Através do entendimento dos fatores que impedem o consumo ou age como fator limitante o produtor consegue se reorganizar em suas estratégias para que esse público também seja alcançado, aumentando assim significativamente suas vendas.

Entretanto, verificou-se que a falta de conhecimento a respeito dos lugares de acesso, o preço, oferta de produto e falta de variabilidade são fatores cruciais para o desenvolvimento do comércio orgânico no município. Por isso, é necessário a criação de novas estratégias de divulgação e de apoio aos produtores para que haja a diminuição nos preços, tenham mais produtores certificados oferecendo assim diferentes produtos e em maiores quantidade.

## 6. REFERÊNCIAS

AENPR. Merenda nas escolas estaduais será 100% orgânica até 2030. 2019. Disponível em: <https://www.educacao.pr.gov.br/Noticia/Merenda-nas-escolas-estaduais-sera-100-org-anica-ate-2030> . Acesso em: 1 de jun de 2023.

ANDRADE, Luísa Mol Senna; BERTOLDI, Michele Corrêa. Atitudes e motivações em relação ao consumo de alimentos orgânicos em Belo Horizonte -MG. **Revista Brasileira de Tecnologia de Alimentos**. v. 15, p. 31-40, 2012.

ATIYEL, Carima et al. Produtos agrícolas orgânicos: mais do que na aparência ou no preço, a diferença está no sabor. **Cadernos de Agroecologia**, v. 13, n. 1, 2018.

Banco Nacional do Desenvolvimento. **PRONAF+ABC**. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/produto/pronaf> . Acesso em: 1 de jun de 2023.

BARBOSA, Silmara de Carvalho et al. Perfil do consumidor e oscilações de preços de produtos agroecológicos. **Pesquisa Agropecuária Tropical**, v. 41, p. 602-609, 2011.

BATAGHIN, Fernando A.; SPINOLA, Luciana BP; COSTA, Marcela A. Perfil dos consumidores de produtos orgânicos da cidade de São Carlos–SP. **Revista Matiz Online**, Matão (SP): Instituto Matonense Municipal de Ensino Superior. Programa de divulgação científica do Immes, 2012.

BERNARDES, Kleydiane Aguiar. **Perfil do consumidor de alimentos orgânicos no campus Darcy Ribeiro – UnB**. 2017. 57 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Gestão de Agronegócios) - Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

BETANCOURT, O. J. B.; BARBOSA, R. A.; DORCE, L. C.; SOUZA, D. P. DE; MORAIS, L. C.; CARDUCCI, C. E. Perfil dos consumidores de produtos orgânicos do município de Dourados-MS. Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN), V.3, n.1, 2019.

BOTELHO, Laís Vargas; CARDOSO, Letícia de Oliveira; CANELLA, Daniela Silva. COVID-19 e ambiente alimentar digital no Brasil: reflexões sobre a influência da pandemia no uso de aplicativos de delivery de comida. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 36, 2020.

BRANDENBURG, Alfio. Movimento agroecológico: trajetória, contradições e perspectivas. **Desenvolvimento e meio ambiente**, v. 6, 2002.

BRASIL. Lei nº, 10.831 que foi publicada no dia 23 de dezembro de 2003, Planalto. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/l10.831.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.831.htm) . Acesso em: 9 de fev de 2023.

BRIGNOL, Andressa Rodrigues. Mapeamento da venda de produtos orgânicos em Águas Claras-DF e identificação do perfil dos consumidores de orgânicos da região. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Nutrição) – Faculdade de Ciências da Educação e Saúde, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2019.

BRUNINI, Maria Amalia; LIMA, Priscila Aparecida Lemes De; KANESIRO, Lidiane Aparecida; KANESIRO, Janaína Cristina; MACIEL JUNIOR, Vinicius Antonio; COLOMBO, Rangel Brandão. Perfil Do Consumidor De Produtos Orgânicos Na Cidade De São Joaquim Da Barra/SP. **Nucleus**. V.8, n.1, p. 67–80, 2011.

CARVALHO, Wesley et al. Perfil dos consumidores de produtos orgânicos do Rio de Janeiro. **Simpósio de Gestão Ambiental e Biodiversidade**, Rio de Janeiro, RJ, v. 6, n. 1, p. 71-76, 2017.

CAUMO, Alessandra Juliana; STADUTO, Jefferson Andronio Ramundo. Produção orgânica: uma alternativa na agricultura familiar. **Revista Capital Científico-Eletrônica (RCCe)**-ISSN 2177-4153, v. 12, n. 2, p. 45-64, 2014.

CRUVINEL, Ilton Belchior et al. Fatores determinantes da tomada de decisão para o consumo de produtos orgânicos em uma feira livre. **Revista Brasileira de Agropecuária Sustentável**, v. 7, n. 2, 2017.

DA COSTA, Maria Ivanúcia Lopes; DA COSTA MENDES, Marcília Luzia Gomes. A publicidade como ferramenta de consumo: uma reflexão sobre a produção de necessidades. Programa de Pós Graduação em Letras – PPGL/ UERN, 2012. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/costa-mendes-a-publicidade-como-ferramenta-de-consumo.pdf>. Acesso em: 5 de jun de 2023.

DA CRUZ LIMA, Paula de Fátima et al. O consumo de alimentos orgânicos na cidade de Manaus, AM: o comércio de produtos e a sustentabilidade do setor. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v. 10, n. 1, p. 19, 2015.

DA SILVA, Elga Batista et al. Perfil sócio econômicos de consumidores de produtos orgânicos. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v. 8, n. 2, p. 13, 2013.

DA SILVA, Patrícia Fernanda; ZAMBRANO, Tatiane Fernandes; ACOSTA, Guilherme Siltori. Comportamento De Compra Dos Consumidores De Alimentos Orgânicos-Um Estudo Exploratório. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 4, n. 5, p. 46-65, 2019.

DE CASTRO, Lizandra Ariane Machado et al. A certificação de produtos orgânicos e sua credibilidade entre os consumidores. **Organizações e Sustentabilidade**, v. 8, n. 1, p. 92-107, 2020.

DE LIMA, Priscila Aparecida Lemes et al. Perfil do consumidor de produtos orgânicos na cidade de São Joaquim da Barra/SP. **Nucleus**, v. 8, n. 1, p. 1-14, 2011.

DE OLIVEIRA, Renato Alves; LIMA, Patricia Veronica Pinheiro Sales; SILVA, Lucia Maria Ramos. O Consumo e Comercialização de Produtos Orgânicos: o caso da associação para o desenvolvimento da agropecuária orgânica-Fortaleza. **AgEcon SEARCH: RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS**, 2006. Disponível em: <https://ageconsearch.umn.edu/record/149303/> . Acesso em: 5 de maio de 2023.

DIAS, Valéria da Veiga et al. A importância da certificação nos circuitos curtos de alimentos orgânicos. **Espacios**. Caracas, Venezuela. Vol. 37, n. 3 (2016), p. 13, 2016.

DURSO, Emerson Di Domenico. et al. Produção Convencional ou Orgânica? O Dilema dos Pequenos Produtores do Oeste do Paraná. **REVISTA DA MICRO E PEQUENA EMPRESA**, ISSN 1982-2537, v. 12, n. 3, p. 85-100, 2018.

EBERLE-LUCIENE, Luciene; MILAN, Gabriel Sperandio; GRACIOLA, Ana Paula. Percepção de Consumidores Brasileiros sobre Determinantes e Moderadores da Intenção de Compra de Alimentos Orgânicos. XLVI Encontro da ANPAD - EnANPAD 2022. Disponível em: <http://anpad.com.br/uploads/articles/120/approved/9a02387b02ce7de2dac4b925892f68fb.pdf> . Acesso em 3 de abr de 2023.

FELDENS, L. O homem, a agricultura e a história. Lajeado: Univantes, 2018. Disponível em: [https://www.univates.br/editora-univates/media/publicacoes/246/pdf\\_246.pdf](https://www.univates.br/editora-univates/media/publicacoes/246/pdf_246.pdf) Acesso em: 3 de maio de 2023.

FERDIN, Ana Beatriz; MORAES, Pâmela de Almeida. Comportamento de compra e procedimentos de higienização adotados por consumidores de serviços delivery e feiras livres, frente a atual pandemia de Covid-19. 2021. (Curso superior de Tecnologia em Alimentos) – Fatec Estudante Rafael Almeida Camarinha, Marília/SP, 2021. Disponíveis em: <http://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/7541>. Acesso em: 17 de abr de 2023.

FEYH, MICHELE HARTMANN; LIZANA, GIOVANA RODRIGUES SOTO; CARVALHO, ROBERTO LUÍS DA SILVA. Perfil do consumidor de produtos orgânicos e agroecológicos e sua relação com o consumo sustentável. **Revista Cadernos de Agroecologia**, v. 7, n. 1, 2022.

FRANCO, Ana Luíza; NOVAES, Gabriella Vilela; KORASAKI, Vanesca. Perfil Do Consumidor De Produtos Orgânicos: Um Estudo Com A Comunidade Que Sustenta A Agricultura, Csa-Frutal. 18º Congresso Nacional de Meio Ambiente: Justiça climática no Antropoceno. Pub set de 2021.

GONÇALVES, Stephane Bianca de Lima. **Consumo de alimentos orgânicos no Agreste pernambucano: uma análise das variantes que caracterizam a cultura na região**. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal de Pernambuco, 2023.

Guatimosin, Paula. **Benefícios da agricultura orgânica em relação a convencional**. Centro de Inteligência em Orgânicos, Rio de Janeiro, 23 de abr de 2013. Disponível em: <https://ciorganicos.com.br/biblioteca/beneficios-da-agricultura-organica-em-relacao-a-convencional/> . Acesso em 15 de abr de 2023.

GUIMARÃES, Izabela Leite Ribeiro. Consumidores de alimentos orgânicos e práticas saudáveis. Fundação Universidade Federal de Mato, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufms.br/handle/123456789/1817> . Acesso em: 6 de jun de 2023.

HOPPE, Alexia. et al. Comportamento do consumidor de produtos orgânicos: uma aplicação da teoria do comportamento planejado. **BASE-Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, Porto Alegre-RS, v.9,n 2, p 174-188, 2012.

IBGE Cidades. **Paraná**: Santa Helena. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=412350&search=parana|santa-helena>. Acesso em: 5 de meio de 2023.

IFOAM. **Definição de Agricultura Orgânica**. Assembleia Geral da IFOAM 2008. Disponível em: <https://www.ifoam.bio/why-organic/organic-landmarks/definition-organic> . Acesso em: 8 de maio de 2023.

INSTITUTO DE PROMOÇÃO DO DESENVOLVIMENTO / ORGÂNICOS. PESQUISA- IPD. 2011. **O mercado Brasileiro de produtos orgânicos**. Disponível em: <https://docplayer.com.br/8288717-lpd-instituto-de-promocao-do-desenvolvimento-perfil-do-mercado-organico-brasileiro-como-processo-de-inclusao-social.html> . Acesso em: 5 de jun de 2023.

ITAIPU BINACIOCIONAL. **Desenvolvimento rural e sustentável**, 2010. Disponível em: <https://www.itaipu.gov.br/meioambiente/desenvolvimento-rural-sustentavel> . Acesso de: 1 jun de 2023.

KOHLRAUSCH, Aline Knopp; DE SOUZA CAMPOS, Lucila Maria; SELIG, Paulo Mauricio. O comportamento do consumidor de produtos orgânicos em Florianópolis: uma abordagem estratégica. **Revista Alcance**, v. 11, n. 1, p. 157-177, 2004.

KOTLER, P. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4385703/mod\\_resource/content/1/Administra%C3%A7%C3%A3o%20de%20Marketing%2C%20Kotler%20e%20Keller%2C%2014ed%2C%202012.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4385703/mod_resource/content/1/Administra%C3%A7%C3%A3o%20de%20Marketing%2C%20Kotler%20e%20Keller%2C%2014ed%2C%202012.pdf) . Acesso em: 4 de abr de 2023.

LAGE, Marcela Ferreira Rocha; DE ASSIS, Renato Linhares; DE AQUINO, Adriana Maria. Diagnóstico das feiras de produtos orgânicos e seus consumidores em Belo Horizonte. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, v. 37, n. 1, p. 26519, 2020.

LIMA, Sandra Kitakawa et al. **Produção e consumo de produtos orgânicos no mundo e no Brasil**. Texto para Discussão, 2020.

LOSS, A. T.; ROMAGNHA, Maria José F. Benefícios e desafios da agricultura orgânica no município de Santa Teresa, ES: um estudo de caso. **Escola Superior São Francisco de Assis–ESFA**. Disponível em:< AT LOSS, MJF Romagnha-Natureza online, 2008.

MACIEL, Wilson Ravelli Elizeu et al. Segmentação dos consumidores a respeito dos produtos orgânicos. **Revista Capital Científico-Eletrônica (RCCe)-ISSN 2177-4153**, v. 13, n. 3, p. 76-92, 2015.

MAGALHÃES CHAVES, V., LIMA, C. H. R., SANTOS, A. C. F. DOS, BRITO, A. N. M. DE, SANTOS, T. O., SILVA, L. M. M. DE O. E., & QUARESMA, J. Perfil Dos Consumidores De Alimentos Orgânicos Em Uma Loja De Teresina - Pi. **Revista Científica Multidisciplinar** - ISSN 2675-6218, v.2, n.10, 2021.

MAPA. Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Orgânicos. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/organicos> . Acesso em: 8 de maio de 2023.

MARCONI, A. M.; LAKATOS, M.V. **Técnicas de Pesquisa**. São Paulo: ATLAS S.A, 2013. 277p.

MARQUES, Brunno Yada; DE SOUZA ESQUERDO, Vanilde Ferreira. Percepção dos consumidores sobre o selo de certificação orgânica em duas feiras do município de Campinas-SP. **Cadernos de Agroecologia**, v. 15, n. 2, 2020.

MAZOYER, Marcel; ROUDART, Laurence. **Histórias das agriculturas no mundo. Do neolítico à crise contemporânea**. Universidade Estadual Paulista (UNESP), 2010.

MEIRELES, Belquis Oliveira et al. Perfil socioeconômico dos consumidores de restaurantes em relação à valorização de produtos orgânicos: uma análise comparativa. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, v. 5, n. 1, p. 33-44, 2016.

MIRANDA, Thyago Gonçalves et al. Perfil socioeconômico e consumo de orgânicos de uma Feira Agroecológica, Belém, Pará. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, v. 15, n. 4, p. 1-12, 2022.

MORAES, M. D. de; OLIVEIRA, N. A. M. de. Produção orgânica e agricultura familiar: obstáculos e oportunidades. **Desenvolvimento Socioeconômico em Debate**, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 19–37, 2017.

MOURA, CC de M.; PIRES, CV; MADEIRA, APC; MACEDO, MCC Perfil do consumidor de alimentos orgânicos. **Investigação, Sociedade e Desenvolvimento**, [S. l.] , v. 9, n. 9, pág. e257997395, 2020.

MOURA, LUIZ RODRIGO CUNHA et al. Um estudo sobre o comportamento dos consumidores de produtos orgânicos. **São Paulo: XIII Seminários em Administração–SEMEAD, setembro, 2010.**

NEVES, Victor Hugo; VIEIRA, Fernanda; RIBEIRO, Francis. Caracterização Do Perfil Dos Produtores De Cultivos Orgânicos Na Região De Goiânia-Go. **ENCICLOPEDIA BIOSFERA**, v. 18, n. 38, 2021.

NOVAKOSKI, Rodrigo; WIVES, Daniela Garcez. Agricultores certificados ou em transição orgânica/agroecológica no Oeste do Paraná. **Campo-território: revista de geografia agrária** [recurso eletrônico]. Uberlândia, MG: UFU, 2021. Vol. 16, n. 41, p. 242-267., 2021.

NUNES, Aline; DE LIZ, Mariane Souza Melo; DA SILVA, Mayara Maia. Produtos Orgânicos: Consumo e Conhecimento da População da Serra Catarinense. **Cadernos de Agroecologia**, v. 15, n. 4, 2020.

OLIVEIRA, Lucas Augusto Esmeraldo de. Estudo do mercado de consumo e canais de comercialização de produtos orgânicos no Distrito Federal. Universidade de Brasília, 2017. Disponível em: <http://www.propaga.unb.br/images/Dissertacoes/2015/Lucas-Augusto-Esmeraldo-de-Oliveira.pdf>. Acesso em: 3 de maio de 2023.

OLIVEIRA, P. S. de; MARJOTTA-MAISTRO, M. C. Canais De Comercialização De Orgânicos: Alternativas Para Os Agricultores Familiares Do Leste Paulista. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, [S. l.], v. 12, n. 3, 2016.

ORGANIS (Organização de Promoção da produção Orgânica e Sustentável). **Panorama do consumo de orgânico no Brasil**, 2019. Acesso em: <https://organis.org.br/pesquisa-download/> . Acesso em: 5 de mar de 2023.

PADOVAN, MILTON PARRON; GOMES, JULIANA BENITES PADUA; PADOVAN, DENISE SOARES DA SILVA. Produção orgânica no âmbito da agricultura familiar em Mato Grosso do Sul. **Redes. Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 22, n. 3, p. 316-342, 2017.

PEŠTEK, Almir; AGIC, Emir; CINJAREVIC, Merima. Segmentação de compradores de alimentos orgânicos: uma perspectiva de mercado emergente. **British Food Journal** , 2018.

PINHEIRO F DE A, CARDOSO WS, CHAVES KF, DE OLIVEIRA ASB, RIOS S DE A. Perfil de Consumidores em Relação à Qualidade de Alimentos e Hábitos de Compras. **J. Health Scie**. V.13, n. 2. Disponível em:

<https://journalhealthscience.pgsscogna.com.br/JHealthSci/article/view/1231>

PINHO, Lucimar Santos; OLIVEIRA, Maria Alice Araújo; MENEZES, RC E. Perfil dos consumidores de duas feiras orgânicas de Maceió (AL). **[TESTE] REVISTA ELETRÔNICA EXTENSÃO EM DEBATE**, v. 2, n. 1, p. 63-78, 2018.

POHL, Natália Heinze; PEREIRA FILHO, João Batista Corrêa; ABBADE, Eduardo Botti. O perfil dos consumidores de produtos orgânicos da cidade de Santa Maria-RS. **Revista Estudo & Debate**, v. 26, n. 4, 2019.

PORTO, B. R.; NORDI, W. M. Caracterização de consumidores de alimentos orgânicos: uma pesquisa quantitativa realizada em rede social. **Caderno de Ciências Agrárias**, [S. l.], v. 11, p. 1–9, 2019.

QUADROS, Daniele Souza et al. O uso da análise de correspondência em estudo sobre perfil dos consumidores de produtos orgânicos no município de Bom Jesus da Lapa, BA. **Cadernos de Agroecologia**, v. 15, n. 2, 2020.

RIBEIRO, Letícia; DA SILVA SILVEIRA, Catia; HELBIG, Elizabete. Aspectos sociodemográficos e comportamentais no consumo de alimentos orgânicos. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v. 17, n. 3, p. 186-192, 2022.

Secretaria da agricultura, pecuária e abastecimento. Com milhares de produtores certificados, Paraná aposta no cultivo de orgânicos. Publicado em: 03 de jan de 2022. Disponível em: <https://www.agricultura.pr.gov.br/Noticia/Com-milhares-de-produtores-certificados-Parana-aposta-no-cultivo-de-organicos> Acesso em: 5 de jun de 2023.

SERRA, Letícia Silva et al. Revolução Verde: reflexões acerca da questão dos agrotóxicos. **Revista Científica do Centro de Estudos em Desenvolvimento Sustentável da UNDB**, v. 1, n. 4, p. 2-25, 2016.

SILVA, L. I. S., Oliveira, A. L. de, Souto, M. P., Alves, L. C. Caracterização Do Mercado Consumidor De Produtos Orgânicos Em Rio Paranaíba-Mg. **The Journal of Engineering and Exact Sciences**, V.3, n.6, 2017.

SOUZA, KJC; MORAES FILHO, RA Perfil dos consumidores de produtos orgânicos no Brasil. XIX ENGEMA. **Anais**, 2017.

TREVIZAN, Salvador DP; CASEMIRO, Aroldo D. Consumidores de produtos orgânicos em Vitória da Conquista, Bahia. In: **International Workshop Advances in Cleaner Production**. São Paulo. 2009.

VÁSQUEZ, S. F.; BARROS, J. D. de S.; SILVA, M. de F. P. da. Agricultura orgânica: caracterização do seu produtor na cidade de Cajazeiras – PB. **Revista Verde**, Pombal – PB, v.3, n.2, p. 87-97, 2008.

VERSIANI, Raíza de Oliveira. Percepção dos consumidores e tomada de decisão na compra de alimentos orgânicos: o caso do Mercado Orgânico e da Feira do Produtor da Agricultura Familiar/CEASA–Brasília/DF. Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: <<https://bdm.unb.br/handle/10483/14529>>. Acesso em 5 de abr de 2023.

VIECELLI, Pahola; GAZOLLA, Marcio. Consumo Alimentar: Uma Análise Do Perfil Socioeconômico De Consumidores (As) Em Pato Branco/Pr. **Ruralidades e**

Urbanidades: potencialidades e desafios para o desenvolvimento,2019. Acesso em:[http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:WNmO-6tLmWIJ:scholar.google.com/+CONSUMO+ALIMENTAR:+UMA+AN%C3%81LISE+DO+PERFIL+SOCIOECON%C3%94MICO+DE+CONSUMIDORES+\(AS\)+EM+PATO+BRANCO/+&hl=pt-BR&as\\_sdt=0,5](http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:WNmO-6tLmWIJ:scholar.google.com/+CONSUMO+ALIMENTAR:+UMA+AN%C3%81LISE+DO+PERFIL+SOCIOECON%C3%94MICO+DE+CONSUMIDORES+(AS)+EM+PATO+BRANCO/+&hl=pt-BR&as_sdt=0,5). Acesso em: 3 de jun de 2023.

VIEIRA, Leandro; DE COUTO, Yohane Lorys Reggianni. Perfil dos Consumidores de Hortaliças Orgânicas no Distrito Federal. **Revista Cogitare**, v. 1, n. 1, 2018.

WANDER, Alcido Elenor et al. Alimentos orgânicos: oportunidades de mercado e desafios. 2007. Disponível em: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/206179/1/AP2007.088.pdf>. Acesso em: 3 de jun de 2023.

## APÊNDICE A - Questionário de pesquisa

# Perfil dos consumidores de produtos orgânicos no município de Santa Helena-PR

Você está sendo convidado a participar de forma voluntária de uma pesquisa sobre o "Perfil dos Consumidores de Produtos Orgânicos no Município de Santa Helena-PR", que será realizada através do preenchimento de algumas perguntas em tempo aproximado de 10 minutos. Todos os dados pessoais disponibilizados pelos participantes serão mantidos em sigilo e preservados com privacidade.

Sua participação na pesquisa é de suma importância, pois, visa colaborar com o desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de uma aluna do curso de Licenciatura em Ciências Biológicas da Universidade (UTFPR SH), além você estará contribuindo com o desenvolvimento de projetos e ações voltadas para a produção orgânica.

Ressaltamos que a sua participação é de livre consentimento, ou seja, o Sr.(a) possui liberdade de aceitar ou não o preenchimento do formulário e que não há custo ou ressarcimento pela participação da mesma. A qualquer momento você possui o direito de deixar de participar da pesquisa, sem prejuízos.

Desde já muito obrigada por contribuir com nosso trabalho, e colaborar com a ampliação na geração de conhecimentos a respeito da temática. Para quaisquer dúvidas ou maiores esclarecimentos, entre em contato com as pesquisadoras pelo contato: PesquisaOrg.UTFPR-SH@outlook.com

PARA OBTER ACESSO AO TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO CLIQUE NO LINK DISPONÍVEL: [https://1drv.ms/b/s!ApC7Yzcz\\_EsZaqWD7gBYlnVK5\\_4?e=EPlw1H](https://1drv.ms/b/s!ApC7Yzcz_EsZaqWD7gBYlnVK5_4?e=EPlw1H).

1. Li as informações apresentadas e aceito participar da pesquisa "Perfil dos Consumidores de Produtos Orgânicos no Município de Santa Helena-PR" de acordo com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

*Marcar apenas uma oval.*

Aceito    *Pular para a pergunta 2*

Consumo de produtos orgânicos

2. Você e/ou sua família fazem a aquisição e consumo de produtos orgânicos?

*Marcar apenas uma oval.*

Sim *Pular para a pergunta 7*

Não *Pular para a pergunta 3*

**Não consumidores de Produtos Orgânicos**

3. Conhece a diferença entre produtos orgânicos e convencionais?

4. O não consumo por produtos orgânicos está relacionado a desconfiança na procedência da qualidade ?

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

5. Você conhece o grupo Vida Orgânica, responsável pela comercialização de alimentos orgânicos no município de Santa Helena

*Marcar apenas uma oval.*

Sim *Pular para a pergunta 23*

Não *Pular para a pergunta 23*

6. Assinale os fatores limitantes ao consumo de produtos orgânicos:

*Marque todas que se aplicam.*

- Preço elevado
- Baixa variedade
- Falta de produtos
- Dificuldade de acesso aos orgânicos
- Identificação dos locais que comercializam orgânicos
- Falta de publicidade
- Falta de hábito
- Falta de conhecimento a respeito do diferencial em qualidade
- Outro: \_\_\_\_\_

Consumidores de produtos orgânicos

7. O que são produtos orgânicos?

\_\_\_\_\_

8. Você sabe dizer qual a diferença entre alimentos: Orgânico, Convencional e Hidropônico?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## 9. Locais onde os alimentos orgânicos são adquiridos?

Marque todas que se aplicam.

- Direto do produtor
- Feiras
- Supermercados
- Delivery
- Loja especializada em produtos naturais
- Outro: \_\_\_\_\_

## 10. Compra alimentos orgânicos de fora do município de Santa Helena – PR?

Marque todas que se aplicam.

- Sim
- Não

## 11. Qual é a porcentagem aproximada dos produtos orgânicos consumidos pela família é adquirida no município de Santa Helena?

\_\_\_\_\_

## 12. Quais são os aspectos que te influenciam na hora da compra do produto ?

Marque todas que se aplicam.

- Qualidade
- Sabor mais intenso
- Aparência do produto
- Maior conteúdo de nutrientes
- Influências externas como familiares e amigos
- Embalagem
- Preço

13. Qual é a frequência na aquisição de produtos orgânicos?

*Marcar apenas uma oval.*

- 1 vez na semana
- 2 vezes na semana
- até 3 vezes na semana
- Quinzenal
- Mensal
- Outro: \_\_\_\_\_

14. Qual é a frequência do consumo de produtos orgânicos ?

*Marcar apenas uma oval.*

- Diariamente
- 3 vezes na semana
- 2 vezes na semana
- 1 vez na semana
- Quinzenal
- Mensal

15. Encontra alguma dificuldade em relação a compra de produtos orgânicos em Santa Helena? Se sim, quais ?

\_\_\_\_\_

16. Se tivesse uma maior disponibilidade de alimentos diversificados orgânicos em Santa Helena, teria interesse em aumentar a frequência de compra?

*Marcar apenas uma oval.*

- Não tenho interesse  
 Tenho pouco interesse  
 Tenho muito interesse

17. Quais produtos orgânicos você faria aquisição caso houvesse disponibilidade?

---

---

---

---

---

18. Você reconhece os selos (SisOrg) de autenticidade dos orgânicos

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

19. Assinale os fatores limitantes ao aumento no consumo de produtos orgânicos por você e sua família

*Marque todas que se aplicam.*

- Preço elevado  
 Baixa variedade  
 Falta de produtos  
 Dificuldade de acesso aos orgânicos  
 Identificação dos locais que comercializam orgânicos  
 Falta de publicidade  
 Outro: \_\_\_\_\_

20. Motivo pelo qual optou pela prática do consumo de orgânicos?

*Marque todas que se aplicam.*

- Qualidade dos alimentos
- Saúde
- Filhos
- Bem-Estar
- Responsabilidade ambiental
- Mais seguros e saudáveis
- Outro: \_\_\_\_\_

21. Você conhece o Grupo Vida Orgânica de Santa Helena?

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

22. Você teria interesse em receber produtos orgânicos na sua casa?

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim *Pular para a pergunta 23*
- Não *Pular para a pergunta 23*
- Talvez *Pular para a pergunta 23*

**Informações Pessoais.**

Ajude-nos a conhecer melhor o perfil socioeconômico do público participante da pesquisa

23. Gênero:

*Marcar apenas uma oval.*

- Feminino
- Masculino
- Optar por não se identificar

24. Qual a sua idade?

\_\_\_\_\_

25. Nível de Escolaridade

*Marcar apenas uma oval.*

- Fundamental incompleto
- Fundamental
- Médio
- Superior (Graduação)
- Mestrado (Pós-Graduação)
- Doutorado (Pós-Graduação)
- Especialização (Pós-Graduação)
- Outro: \_\_\_\_\_

26. Estado Civil:

*Marcar apenas uma oval.*

- Solteiro
- Casado(a)
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)

27. Quantas pessoas residem na casa?

---

28. Renda Mensal da Família:

*Marcar apenas uma oval.*

- Não possui renda fixa
- De 1 a 2 salários mínimos (R\$ 1.212,00 a 2.424,00)
- De 2 a 4 salários mínimos (R\$ 2.424,00 a 4.848,00)
- De 4 ou 6 salários mínimos (R\$ 4.848 a 7.272,00)
- Mais de 6 salários mínimos (acima de R\$ 7.272,00)
- Mais de 10 salários mínimos (acima de R\$ 12.120,00)

29. Se porventura estiver interessado em receber o resultado da pesquisa, insira o seu e-mail:

---

30. Localidade? Exemplos: (Perímetro Urbano, Perímetro Rural, residente no Município ou nos Distritos )

---