



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS REALEZA
CURSO DE NUTRIÇÃO**

ALANE MARÍLIA GARCIA

**PERCEPÇÃO DA POPULAÇÃO EM RELAÇÃO AO CONSUMO DE
ALIMENTOS ORGÂNICOS**

REALEZA

2018

ALANE MARÍLIA GARCIA

**PERCEPÇÃO DA POPULAÇÃO EM RELAÇÃO AO CONSUMO DE
ALIMENTOS ORGÂNICOS**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação
apresentado como requisito para obtenção de grau de
Bacharelado em Nutrição da Universidade Federal da
Fronteira Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Rozane Aparecida Toso Bleil
Coorientadora: Profa. Dra. Jucieli Weber

REALEZA

2018

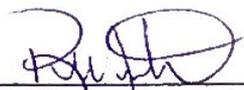
ALANE MARÍLIA GARCIA

**PERCEPÇÃO DA POPULAÇÃO EM RELAÇÃO AO CONSUMO DE
ALIMENTOS ORGÂNICOS.**

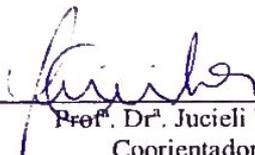
Trabalho de conclusão do curso de graduação
apresentado como requisito para obtenção do grau de
Bacharelado em Nutrição da Universidade Federal da
Fronteira Sul.

Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca em: 05/02/2018

BANCA EXAMINADORA



Prof.ª Dr.ª Rozane Aparecida Toso Bleil
Orientadora



Prof.ª Dr.ª Jucieli Weber
Coorientadora



Prof.ª Me. Cassiani Gotama Tasca
Membro titular



Percepção da população em relação ao consumo de alimentos orgânicos

Alane Marília Garcia¹, Rozane Aparecida Toso Bleil² e Jucieli Weber³.

O presente estudo buscou conhecer a percepção dos consumidores de um município de pequeno porte da região sudoeste do Paraná em relação ao consumo de alimentos orgânicos, buscando identificar os fatores que podem interferir na aquisição e no consumo destes. Utilizou-se como instrumento para coleta de dados um questionário elaborado para este fim e o questionário socioeconômico proposto pelo Critério de Classificação Econômica Brasil, delineado pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP), de 2016. Observou-se que a maioria dos participantes da pesquisa era adulta (86%; n=327), do gênero feminino (77%; n=294) e residiam na área urbana do município (80%; n=308). O nível de escolaridade concentrou-se no Ensino Superior (42%; n=159). Quanto ao conhecimento sobre alimentos orgânicos, quase totalidade dos pesquisados (96%; n=368) relatou que conhece o que são tais alimentos e o critério mais importante para compra destes produtos é fazer bem a saúde (55%; n=211). Por outro lado, existem poucos locais para adquiri-los (64%; n= 245), prevalecendo, assim, o baixo consumo destes alimentos pelo grupo (53%; n= 205), ainda que tenham interesse em aumentá-lo (52%; n=201, 98% n= 197). A maioria respondeu que confia bastante nas universidades (76%; n= 291) e em profissionais nutricionistas (77%; n= 294) como referência sobre o tema e mais de um terço não confia nas mídias como agentes formadores de opinião (39%; n= 149). O principal fator que interfere na aquisição e no consumo destes alimentos é a falta de locais destinados à venda dos mesmos, o que restringe o acesso à população.

Palavras-chave: Agroecologia. Consumidores. Aquisição de alimentos. Orgânicos.

Perception of the population in relation to the consumption of organic foods

The present study sought to know the perception of consumers of a small place municipality in the southwestern region of Paraná in relation to the consumption of organic foods, trying to identify the factors that may interfere the acquisition and consumption of these. Was used as instrument for data collection a questionnaire prepared for this purpose and the socioeconomic questionnaire proposed by the Brazilian Economic Classification Criteria, outlined by Brazilian Association of Research Companies (ABEP), of 2016. It was observed that the majority of the participants of the research were adults (86%; n=327), female gender (77%, n=294) and resided in the urban area (80%; n=308). The level of schooling was concentrated in Higher Education (42%; n=159). As for knowledge about organic foods, almost totality of researched (96%; n=368) reported that they know what these foods are and the most important criterion to buy these products is good to health (55%; n=211). On the other hand, there are few places to acquire them (64%; n=245), thus prevailing the low consumption of these foods by the group (53%; n=205), although they have an interest in increasing it (52%; n=201, 98% n= 197). The majority answered that they have great confidence in universities (76%; n = 291) and professional nutritionists (77%; n= 294) as a reference on the subject and more than a third per cent do not trust the media as opinion-makers (39%; n= 149). The main factor that interferes with the acquisition and consumption of these foods is the lack of places to sell them, which restricts access to the population.

Keywords: Agroecology. Consumers. Purchase of food. Organic.

¹ Graduanda do curso de Nutrição da Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS, *campus* Realeza. Endereço para correspondência: Rua Curitiba nº 623, Bairro Nossa Senhora de Lourdes, CEP: 85750-000. Planalto – PR. Tel.: (46) 99921-9331. E-mail: alane.garcia95@hotmail.com

² Docente do Curso de Nutrição da Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS, *campus* Realeza. Rua Riachuelo, 2488, casa 07, Jardim Independência, Cascavel-Pr, CEP 85813-310. Tel (45) 999416397. E-mail: rozanetb@uffs.edu.br

³ Docente do Curso de Nutrição da Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS, *campus* Realeza. Rodovia BR 182 – KM 466, Avenida Edmundo Gaievski, 1000. Cx Postal 253, CEP 85770-000. Tel (46)3543-8392. E-mail: jucieli.weber@uffs.edu.br

INTRODUÇÃO E OBJETIVOS

As formas convencionais de cultivo sucederam através da modernização da produção agrícola mundial, que teve como marco a introdução de tecnologias voltadas à produção capitalista em alta escala no sistema tradicional de cultivo, que incluía sistemas de irrigação, monocultura, uso de maquinário, grãos de alto rendimento e uso de agrotóxicos [1].

A partir da década de 60, este progresso chamado de “Revolução Verde” foi exercido com o objetivo de garantir o aumento da produção de alimentos, diminuindo a fome. Porém, apesar do aumento da oferta de alimentos, a fome teve uma diminuição não significativa, portanto foi observado que a falta de alimentos não se devia a produção, mas sim a distribuição de renda inadequada [2].

Motivada pela grande crítica que envolve alimentos cultivados de forma convencional, os quais utilizam defensivos agrícolas e fertilizantes químicos, além de sementes geneticamente modificadas, que contaminam o meio ambiente e trazem danos à saúde da população a busca por alimentos de origem orgânica tem aumentado nos últimos anos em vários países [3].

O sistema de produção orgânica é uma forma sustentável e tem como objetivo reduzir os impactos ambientais sem comprometer a produtividade, sendo socialmente justo economicamente viável e ambientalmente equilibrado [5]. O mesmo é um processo que respeita a terra, indo além da produção ausente de agrotóxicos, o que contribui para a preservação dos ecossistemas [4]. Pesquisas revelam que o interesse pelo consumo de produtos orgânicos está relacionado a sabor, alimentação saudável, qualidade e preservação do meio ambiente [6]. Segundo Silva & Silva (2016), a qualidade dos alimentos é um princípio de segurança alimentar e nutricional e enfatiza a produção de alta qualidade e que traga benefícios à saúde do consumidor. Assim, para que a segurança alimentar e nutricional seja garantida, o alimento consumido deve estar livre de contaminação química e biológica [7].

Para que os produtos orgânicos sejam comercializados é necessário que os mesmos

estejam rotulados e certificados por autoridades da área. Para tanto, se preconiza que os mesmos devem ter o mínimo de contaminação por insumos externos, vindos do ambiente, porém não é possível confirmar a ausência total destes resíduos, mas é possível aplicar métodos que visam à redução desta contaminação ambiental [6].

Na década de setenta foi observada a necessidade da criação de um órgão internacional, que regulamentasse, harmonizasse conceitos e padronizasse o movimento de produtores orgânicos. Foi então criada a Federação Internacional do Movimento da Agricultura Orgânica (International Federation of the Organic Agriculture Movement – IFOAM), uma Organização Não Governamental (ONG) que atualmente abriga mais de mil membros em mais de 130 países, incluindo processadores, certificadores, pesquisadores e distribuidores, que orientam em todo o mundo 2,3 milhões de agricultores orgânicos e 43,7 milhões de hectares de terra orgânica certificada [8]. Porém, apenas em 1991 foi regulamentado o primeiro documento normativo pela CEE (Comunidade Econômica Européia) [9].

Entre as décadas de 60 e 80, alguns pesquisadores iniciaram pesquisas por formas de cultivo e manejo de alimentos menos danosos ao meio ambiente. Surgiram pesquisas que buscavam descobrir se as formas de cultivo convencionais trariam malefícios à saúde e ao meio ambiente, causadas pela mecanização, melhoramento genético de sementes, irrigação mecânica de plantações, uso de agrotóxicos e fertilizantes químicos. Assim, passou-se a dar atenção a formas orgânicas de produção, que se destacam pela forma sustentável e redução de impactos ambientais [3].

Alguns produtos *in natura* (hortaliças, principalmente) são destinados à comercialização orgânica nacional, entretanto alguns produtos orgânicos são destinados à exportação, como: soja, café, cacau, açúcar mascavo, erva mate, suco de laranja, mel, frutas secas, castanha de caju, óleos essenciais, óleo de palma, frutas tropicais, palmito, guaraná e arroz. Em torno de 90% dos agricultores orgânicos no país sejam classificados como pequenos produtores ligados a associações e grupos de movimentos sociais. Os 10% restantes são representados pelos grandes produtores vinculados a empresas privadas [6].

Em relação ao Brasil, o estado do Paraná é o que possui maior número de propriedades certificadas que cultivam alimentos orgânicos. De acordo com o cadastro nacional de produtores do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) são cerca de 2.402 propriedades em 2018, e no país são cerca de 16300 propriedades ^[10]. O governo do Paraná possui um programa exclusivo no país, que é responsável pela certificação de produtor orgânicos do estado, chamado Programa Paraná Mais Orgânico ^[11].

Estudos tem buscado compreender a percepção de consumidores em relação ao consumo de alimentos orgânicos. Entre eles o realizado por Lima-Filho e Quevedo-Silva (2012), revelou que os entrevistados alegavam que os orgânicos são mais saborosos, mais seguros quanto à saúde, higiene e tem aparência mais agradável quando comparados com alimentos cultivados de forma convencional. Sendo assim, um fator determinante para a maioria do público-alvo, pois seria uma espécie de garantia de saúde. Um fator negativo é o menor preço de alimentos convencionais, quando comparado aos orgânicos, que limita a aquisição dos mesmos ^[12].

Face ao exposto, o presente estudo buscou conhecer a percepção dos consumidores de um município de pequeno porte da região sudoeste do Paraná em relação ao consumo de alimentos orgânicos, tentando identificar os fatores que podem interferir na aquisição e no consumo dos mesmos.

MATERIAIS E MÉTODOS

Trata-se de uma pesquisa quali-quantitativa de caráter descritivo, pois busca delinear as características da população abordada. Além disso, é um estudo transversal, visto que os questionários foram aplicados sem repetições com o público ^[13].

A pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisas com Seres Humanos (CEP), sob o n. CAAE 65731917.7.0000.5564 de 03 de abril de 2017.

Para definição da amostra, utilizou-se a fórmula de Levine, Berenson e Stephan (2000) ^[14], a qual estabeleceu o estudo em 383 indivíduos, tem como base uma população de aproximadamente 17 mil habitantes, segundo o último censo realizado pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. A pesquisa foi realizada em município de

pequeno porte do sudoeste do Paraná e os sujeitos foram abordados em três supermercados do município, além de alunos, servidores e docentes que circulavam pelo *campus* de uma Universidade Federal instalada no município pesquisado. Os mesmos possuíam mais de 18 anos, aceitaram participar da pesquisa e assinaram o termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE).

Os aplicadores da pesquisa eram estudantes do curso de Nutrição, as quais abordavam as pessoas que estavam realizando compras nos supermercados, além de discentes, docentes e servidores na Universidade, questionavam o interesse em participar na pesquisa e aplicavam os questionários em forma de entrevista. Quanto aos instrumentos de coleta de dados, o questionário possuía 20 questões, sendo 19 objetivas e 1 descritiva, com o objetivo de delinear o perfil e o conhecimento dos pesquisados sobre o assunto, sendo o mesmo foi elaborado pelos autores, a partir de modelo de outros estudos.

Também foi aplicado questionário socioeconômico proposto pelo Critério de Classificação Econômica Brasil, delimitado pela ABEP de 2016 ^[15], que classifica as classes sociais em seis níveis: A, B1, B2, C1, C2 e D– E. Para as análises, as classes econômicas foram agrupadas em A, B1+B2, C1+C2 e D-E. Quanto ao nível de escolaridade, as opções foram: analfabeto, fundamental I incompleto, fundamental I completo, fundamental II incompleto, fundamental II completo, médio incompleto, médio completo, superior incompleto e superior completo. Para fins de análise, os níveis foram agrupados em: completo+incompleto (ex.: médio incompleto+médio completo). Também foram agrupados os níveis analfabeto, ensino fundamental I e II. As demais questões abordadas foram traçadas a partir dos temas mais relevantes quanto ao assunto.

Os dados obtidos foram codificados, dispostos em forma de banco de dados e posteriormente realizou-se análise descritiva, mediante frequências simples, médias e percentuais. Foram feitas análises estatísticas através do programa GNU PSPP versão 3 (2007). Através deste, foram realizados testes qui-quadrado, cruzando as variáveis “escolaridade” e “percepção

de consumidores”, “escolaridade” e “custo de alimentos”. Para todas as análises foi adotado $p \leq 0,05$, como fator de significância.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A pesquisa foi realizada em um município de pequeno porte da região sudoeste do Paraná, em três supermercados e no *Campus* de uma Universidade Federal instalada no município. A coleta dos dados nos supermercados ocorreu de 17 a 22 de Julho de 2017 e no *Campus* da Universidade, ocorreu durante o mês de Agosto de 2017.

De acordo com a tabela 1, a maioria dos participantes da pesquisa era adulta (86%; $n=327$), do gênero feminino (77%; $n=294$), que residiam na área urbana do município (80%; $n=308$).

O gênero predominante foi o feminino, este mesmo resultado pôde ser observado em outros estudos, como o realizado por Hoppe, Barcellos, Vieira e Matos (2012) ^[16], o elaborado por Andrade e Bertoldi (2012) ^[17] e outro por Lima-Filho, Quevedo-Silva (2012) ^[12] com resultados, respectivamente, de 78,9%, 76% e 73%. Entretanto, em outro estudo ^[18], pouco mais da metade (53%) dos entrevistados eram mulheres. Os mesmos justificam este dado alegando que a mulher ainda possui a tarefa de realizar a compra de alimentos na maioria dos lares do país. Dentre os 383 participantes da pesquisa, a média de idade foi de 37,5 anos (DP=16,22), sendo mínimo 18 e máximo 77 anos.

O nível de escolaridade dos mesmos se concentrou no Ensino Superior (42%; $n=159$), o que pode ser justificado pela pesquisa ter sido realizada também com estudantes do *campus* da Universidade. O nível socioeconômico predominante entre os pesquisados encontrava-se na classe “B” (45%; $n=173$), seguida da classe “C” (43%; $n=164$) e as classes com menor frequência foram a classe “A” (6%; $n=23$) e “D-E” (6%; $n=23$), como pode ser verificado na tabela 1.

Na tabela 2 é possível verificar o conhecimento do público em relação aos alimentos orgânicos e seu perfil de compra destes alimentos.

Tabela 1: Caracterização da população participante da pesquisa sobre consumo de orgânicos. Paraná, 2017.

Variável	N	%
Faixa etária		
Adultos (18-59 anos)	327	86
Idosos (60- 77 anos)	56	14
Gênero		
Masculino	89	23
Feminino	294	77
Área do município em que reside		
Urbana	308	80
Rural	75	20
Escolaridade		
Analfabeto, Ensino fundamental I e II	113	30
Ensino médio	111	29
Ensino superior	159	41
Classe socioeconômica		
A	23	6
B	173	45
C	164	43
D-E	23	6

Fonte: Dados obtidos. Paraná. 2017.

Na variável sobre percepção dos consumidores quanto ao conhecimento de alimentos orgânicos, quase a totalidade dos pesquisados (96%; $n=368$) relatou que sabe o que são tais alimentos. O que se assemelha a um estudo realizado em Goiânia – GO ^[19], 92,6% dos entrevistados responderam que sabem o que são alimentos orgânicos, o que se assemelha ao resultado obtido neste estudo. Este resultado pode ser devido da disseminação de informações acerca do assunto, além do aumento do consumo de alimentos orgânicos, instigados por estudos a respeito da contaminação ambiental e até mesmo possíveis riscos à saúde do ser humano ^[20].

Entre os critérios de compra para tais produtos, 55% ($n=211$) destacou que fazer bem a saúde é o item mais importante, o que se assemelha ao estudo de Barbosa *et al* (2011) ^[19], em que 61% possuíam esta mesma opinião, além do estudo de Buzin (2016)^[21] em que 58% pensavam da mesma forma. Segundo Moura, Nogueira e Gouvêa (2012), os consumidores julgam que os alimentos orgânicos são menos prejudiciais a saúde, por não conterem defensivos agrícolas e fertilizantes, o que traria maior segurança alimentar aos mesmos ^[22].

Apenas 7% (n= 25) relataram que o sabor é o principal critério para adquirir tais produtos, sendo justificado através de um estudo em que quanto maior a frequência de compra de alimentos orgânicos se dá maior importância a esta característica, no entanto, o presente estudo apresenta baixo consumo destes alimentos entre os consumidores [22].

Tabela 2: Conhecimento e opiniões dos consumidores para aquisição de alimentos orgânicos. Paraná, 2017.

Variável	N	%
Percepção sobre alimentos orgânicos		
Eu sei o que são	368	96
Não sei o que são	13	3
Nunca ouvi falar	2	1
Crítérios de compra		
Fazem bem a saúde	211	55
Alimentos seguros	70	18
Aparência	41	11
Preço	36	9
Sabor	25	7
Custo destes alimentos		
Alto	163	42
Moderado	152	40
Acessível	68	18
Divulgação de locais de venda		
Poucos locais	245	64
Alguns locais	61	16
Não existem	57	15
Muitos locais	20	5

Fonte: Dados obtidos. Paraná. 2017.

Além disso, o público foi questionado sobre a primeira palavra que vem a sua mente quando escutam o termo “alimentos orgânicos”, através de uma pergunta descritiva. Para efeitos de análise, foram agrupadas as palavras com significados semelhantes. A palavra mais citada foi “saúde” (65%; n= 250), na qual foram incluídas as palavras saúde, saudável, alimento seguro, qualidade de vida e longevidade. Além dela, 18% (n= 67) pensavam em “livre de agrotóxicos”, onde foram incluídos os termos alimentos naturais e sustentabilidade. O termo “alimentos”, como frutas, legumes e verduras, foi citado por 16% (n= 62) do grupo. E para apenas 1% (n= 4) o termo “alto custo”, foi lembrado.

Por outro lado, 42% (n= 163) relataram alto custo dos produtos orgânicos. Quanto ao acesso a locais de venda destes alimentos no

município, a população relatou, em sua maioria, que existem poucos locais para adquirir tais produtos (64%; n= 245). A opinião dos pesquisados quanto ao custo de alimentos orgânicos se divide entre alto e moderado, sendo em sua minoria os que acreditam que o mesmo é acessível. Também, a maioria (64%) afirma que existem poucos locais de venda, motivo pelo qual prevalece o baixo consumo, porém os consumidores tem intenção de aumentar seu consumo. Pode-se observar que estes dados se justificam, pois se o município possui poucos locais de venda de alimentos orgânicos, o preço destes será mais elevado, através da lei da oferta e da procura, pois quanto maior a procura e menor oferta, maior o preço.

Esta realidade poderia ser modificada através da implantação de políticas públicas municipais e motivação dos gestores do município para estimular os agricultores familiares, para que busquem através de cursos e palestras aprender a produzir estes alimentos. Os mesmos poderiam ser incluídos também na alimentação escolar e nas feiras de agricultura familiar, para que o município tenha maior produção e auxilie no aumento do consumo da população.

A tabela 3 apresenta a percepção dos consumidores em relação ao próprio consumo de alimentos orgânicos. É possível observar que prevalece o baixo consumo por estes alimentos pelo grupo (53%; n= 205).

Tabela 3. Percepção dos consumidores em relação ao consumo de alimentos orgânicos. Paraná. 2017.

Variável	N	%
Consumo nos últimos seis meses		
Baixo consumo	205	53
Normal	136	36
Alto	42	11
Pensa em modificar consumo		
Sim	201	52
<i>Se sim: para mais</i>	197	98
<i>Se sim: para menos</i>	4	02
Não pensei sobre o assunto	114	30
Não	68	18

Fonte: Dados obtidos. Paraná. 2017.

Quanto ao interesse em modificar o consumo destes alimentos, 52% (n=201) desejam modificar, e destes, 98% (n= 197) desejam incluir mais alimentos orgânicos na sua alimentação. Entre

os demais, 18% (n= 68) não pretendem modificar seu consumo e 30% (n= 115) não pensaram sobre o assunto.

O baixo consumo de alimentos orgânicos prevaleceu e pode ser justificado pela baixa oferta destes no município e região. Um estudo realizado em Campinas - SP e Rio de Janeiro – RJ, mostram dados contrários ao do presente estudo, em que 58% e 20% (consecutivamente) consumiam algum alimento de origem orgânica [23].

Em estudo realizado por Lima et al. (2011) com 74 pessoas em supermercados de São Joaquim da Barra, SP, 20,3% dos entrevistados responderam que não consomem alimentos orgânicos, sendo um resultado inferior ao obtido neste estudo. Porém, os que já consumiam pretendiam aumentar ainda mais o consumo (65,7%) [24].

Outro resultado importante é que a pesquisa apresentou é que parcela significativa da população (48%) ainda não pensou sobre o assunto ou não pretendem aumentar o consumo de orgânicos. Acredita-se que tal pensamento surge pela falta de conhecimento da população sobre o mesmo. Ainda se destaca a confiança que a população possui em nutricionistas (77%) e universidades (76%) para transmitir conhecimentos sobre alimentos orgânicos, formas de cultivo e a inclusão na alimentação.

No gráfico 1 são apresentados os resultados sobre a confiabilidade em obter informações corretas sobre o tema alimentos orgânicos. O questionário apresentava algumas opções sobre quem poderia realizar este trabalho e os entrevistados deveriam responder se confiam, confiam pouco, confiam moderadamente ou confiam bastante em cada item proposto.

A maioria (76%; n= 291) respondeu que confiam bastante nas universidades. Já no governo, a maioria respondeu que confia moderadamente (40%; n= 154). Nas indústrias de alimentos, 35% (n= 135) confiam pouco. Porém, cabe destacar que mais de um terço (39%; n= 149) não confiam nas mídias como agentes formadores de opinião. Quanto a profissionais de saúde, 77% (n= 294) confiam bastante nos nutricionistas e 48% (n= 182) confiam bastante em médicos.

Algo a ser discutido entre Universidade e órgãos públicos, seria uma forma de fazer com que a população tenha maior conhecimento sobre o tema e sua importância para a saúde, podendo-se ofertar oficinas culinárias, palestras e mini-cursos sobre alimentos orgânicos, como cultivá-los e como inclui-los em sua alimentação diária, o que elevaria o interesse em modificar o consumo dos mesmos, já que as pessoas confiam na universidade e nos profissionais nutricionistas. Também o estímulo a agricultura familiar com foco na produção orgânica, poderia contribuir para maior oferta de tais produtos no município.

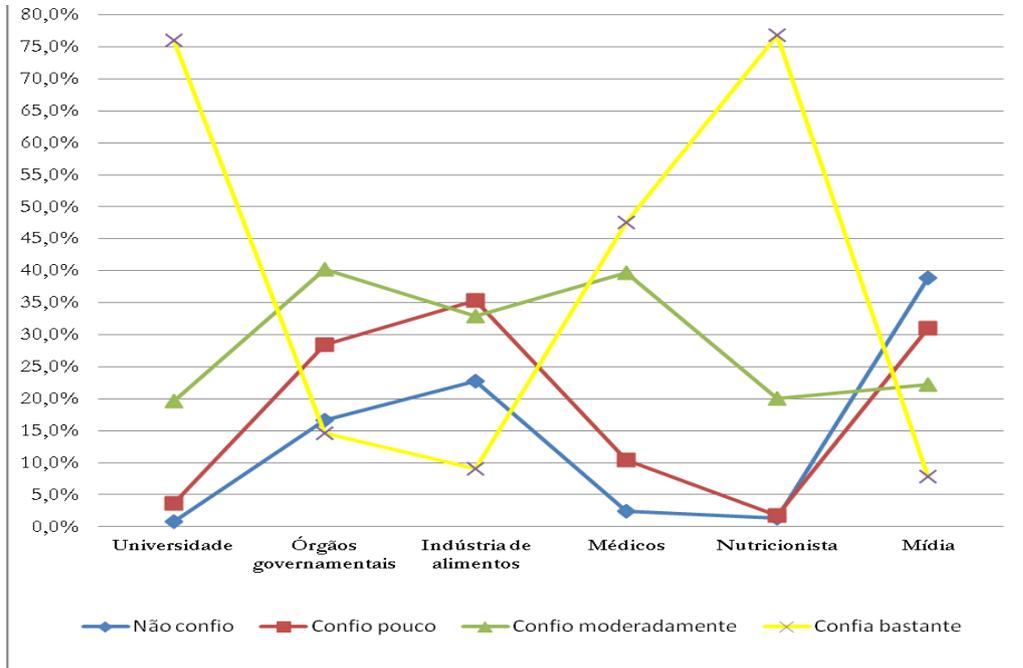
Os participantes da pesquisa relataram não confiar na mídia e indústria de alimentos. Esta informação pode ser justificada através da grande influência que a mídia traz às pessoas e pela veiculação de “fake news” (notícias e informações falsas), o que aumenta a dúvida sobre o que confiar quando se lê algo na internet ou se vê na televisão. A confiança na indústria de alimentos pode estar diminuída pelo aumento da criação de novos produtos e pelo interesse elevado em vendê-los, o que traz ao consumidor desconfiança na veracidade de suas informações.

Na tabela 4, foi verificada associação entre escolaridade e a percepção sobre o consumo de alimentos orgânicos pelo grupo. Os resultados revelaram que não houve significância estatística ($p= 0,438$), ou seja, o conhecimento acerca de alimentos orgânicos não parece ter influência pelo nível de escolaridade.

Tabela 4. Associação entre escolaridade e conhecimento dos consumidores sobre alimentos

Nível de escolaridade	Nunca ouvi falar		Não sei o que são		Eu sei o que são		P
	n	%	n	%	n	%	
Analfabeto, Ensino Fundamental I e II	1	0,3	6	1,6	10	27,5	0,438
Ensino médio	1	0,3	4	1	10	27,7	
Ensino superior	0	0	3	0,8	15	40,7	

Fonte: Dados obtidos. Paraná. 2017.

Gráfico 1. Confiabilidade dos consumidores em entidades e profissionais que abordem sobre o tema alimentos orgânicos. Paraná. 2017.

Fonte: Dados obtidos. Paraná. 2017.

Observa-se na tabela 5, a relação entre escolaridade dos consumidores e a opinião sobre o preço para aquisição de alimentos orgânicos. Também neste quesito, não houve significância estatística ($p=0,260$) e evidencia-se que os percentuais de todos os níveis de escolaridade, quando comparados com a opinião sobre o preço, são parecidos. Destaca-se neste item, o maior percentual de pessoas com ensino superior que acreditam que o custo seja alto (19%, $n=71$).

Tabela 5. Associação entre escolaridade dos consumidores e opinião sobre o custo de alimentos orgânicos. Paraná. 2017.

Nível de escolaridade	Custo Acessível		Custo Moderado		Custo Alto		P
	N	%	n	%	n	%	
Analfabeto, fundamental I e II	26	6	42	11	45	12	0,260
Médio	22	6	42	11	47	12	
Superior	20	5	68	18	71	19	

Dados obtidos: Realeza, PR. 2017.

Na tabela 6 está descrita a associação entre a variável “classe socioeconômica” e a opinião dos consumidores em relação ao “custo de alimentos orgânicos”, em que pôde ser observada que não há significância estatística ($p=0,11$) entre as mesmas. Isso significa que a classe socioeconômica não influencia na opinião dos mesmos em relação à acessibilidade de compra destes alimentos.

Tabela 6. Associação entre classe socioeconômica dos consumidores e opinião sobre o custo de alimentos orgânicos. Paraná. 2017.

Classe socioeconômica	Custo Acessível		Custo Moderado		Custo Alto		P
	n	%	n	%	n	%	
A	5	1,3	10	2,6	8	2	0,11
B	23	6	69	18	81	21	
C	31	8,1	62	16,2	72	19	
D-E	9	2,4	11	2,9	2	0,5	

Dados obtidos: Realeza, PR. 2017.

Quanto a tabela 7, pôde-se perceber que as classes socioeconômicas não obtiveram influência sobre nível de consumo de alimentos orgânicos, ou seja, não obtiveram significância estatística ($p=0,905$).

Tabela 7. Associação entre classe socioeconômica dos consumidores e consumo de alimentos orgânicos. Paraná. 2017.

Classe socioeconômica	Não consumo		Baixo		Normal		Alto		P
	n	%	N	%	n	%	n	%	
A	3	8,3	12	3,1	6	1,6	2	0,5	0,905
B	15	3,9	79	20,6	62	16,2	17	4,4	
C	16	4,2	66	17,2	62	16,2	21	5,5	
D-E	2	0,5	12	3,1	6	1,6	2	0,5	

Dados obtidos: Realeza, PR. 2017.

CONCLUSÃO

Observou-se neste estudo que a maior parte da população do município sabe o que são alimentos orgânicos e o critério de compra dos mesmos baseia-se na crença de que estes fazem bem à saúde, além deste termo ser o mais citado quando questionados sobre o que lembram quando pensam nestes alimentos. No entanto, prevalece o baixo consumo dos mesmos, o que pode ser justificado por existirem poucos locais de venda no município, apesar disso os questionados relatam que têm interesse em aumentar o consumo. Destaca-se a confiança dos consumidores nas universidades e nos profissionais nutricionistas, por outro lado os mesmos não confiam nas mídias e indústrias de alimentos como formadores de opinião.

O principal fator que interfere na aquisição e no consumo destes alimentos é a falta de locais destinados à venda dos mesmos, o que restringe o acesso à população, visto que os

mesmos possuem interesse em aumentar o consumo. A associação entre escolaridade e classe socioeconômica em relação ao custo e consumo de alimentos orgânicos não foi significativa. Sugere-se também que órgãos públicos e universidades fizessem uma parceria para incentivar produtores locais da agricultura familiar a cultivar alimentos orgânicos, bem como divulgar seus benefícios para a população, a fim de aumentar o interesse dos mesmos em incluí-los em sua alimentação diária, contribuindo para a preservação ambiental, promoção da saúde e valorização de pequenos produtores.

REFERÊNCIAS

- [1] Gomes MP, Gründling RDP, Contini E, Vieira Júnior PA. Agricultura mundial: evolução, avanços e novos desafios. In: Piccoli GV, Dalcin E, Lopes MA. Desafios do Cerrado: como sustentar a expansão da produção com produtividade e competitividade. 1ª ed. São Paulo: EMBRAPA; 2016. 11-37.
- [2] Navolar TA, Rigon AS, Philippi JMS. Diálogo terre agroecologia e promoção da saúde. Fortaleza: RBPS; 2010. 69-79.
- [3] Archanjo LR, Brito KFW, Sauerbeck S. Os alimentos orgânicos em Curitiba: consumo e significado. Cadernos de Debate. 2001; 8: 1-6.
- [4] Vaz MCS, Vaz MSMG. Especificação objeto – relacional para rastreabilidade da agricultura orgânica. Rev. Bras. de Agroecologia. 2013; 8(3): 163-175.
- [5] Sá MA, Gonçalves EB, Souza VAB, Lapolli EM. Produtores orgânicos e a sustentabilidade. Rev. Bras. de Agroecologia. 2014; 9(2): 84-97.
- [6] Borguini RG, Torres EAF. Alimentos Orgânicos: Qualidade Nutritiva e Segurança do Alimento. Segurança Alimentar e Nutricional. 2006; 13(2): 64-75.
- [7] Silva AT, Silva ST. Panorama da agricultura orgânica no Brasil. Segurança Alimentar e Nutricional. 2016; 23: 1031-1040.
- [8] International Federation of the Organic Agriculture Movement – IFOAM. What we do [Internet]. Bonn

- (Germany): 2018. Disponível em: <https://www.ifoam.bio/en/what-we-do>. orgânicos em Belo Horizonte – MG. Brazilian Journal of Food Technology. 2012; 4: 31-40.
- [9] Alves ACO, Santos ALS, Azevedo RMMC. Agricultura no Brasil: sua trajetória para a certificação compulsória. Revista Brasileira de Agroecologia. 2012; 7(2): 19-27.
- [10] Paraná é líder no País em cultivo de orgânicos com certificação [Internet]. Diário de Maringá. 2018 Set 22; Sustentabilidade. Disponível em: <https://maringa.odiarario.com/parana/2018/09/parana-e-lider-no-pais-em-cultivo-de-organicos-com-certificacao/2518759/>.
- [11] Governo do Paraná, Agropecuária e Agroecologia. Programa Paraná Mais Orgânico: certificação [Internet]. Curitiba – PR: 2018. Disponível em: <https://www.governodigital.pr.gov.br/servicos/Agropecuaria/Agroecologia/Programa-Mais-Organico-Certificacao-4n3nlGoZ>.
- [12] Lima-Filho DO, Quevedo-Silva F. Percepção do consumidor sobre produtos orgânicos. Revista Brasileira de Marketing. 2012; 11(1): 29-46.
- [13] Gil AC. Como elaborar projetos de pesquisa. 4ª edição. São Paulo: Atlas; 2002. Disponível em: https://professores.faccat.br/moodle/pluginfile.php/13410/mod_resource/content/1/como_elaborar_pro_jeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf.
- [14] Levine DM, Berenson ML, Stephan D. Estatística: teoria e aplicações usando *Microsoft Excel* em Português. Rio de Janeiro: LTC; 2000.
- [15] Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa – ABEP. Critério de Classificação Econômica Brasil [Internet]. São Paulo (SP): 2016. Disponível em: <http://www.abep.org/criterio-brasil>.
- [16] Hoppe A, Barcellos MD, Viera LM, Matos CA. Comportamento do consumidor de produtos orgânicos: uma aplicação da teoria do comportamento planejado. Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos – BASE. 2012; 9(2): 174-188.
- [17] Andrade LSM, Bertoldi MC. Atitudes e motivações em relação ao consumo de alimentos orgânicos em Belo Horizonte – MG. Brazilian Journal of Food Technology. 2012; 4: 31-40.
- [18] Zamberlan L, Sparemberguer A, Cappellari G, Sausen JO, Baggio DK. Alimentos orgânicos: atributos, consequências e valores percebidos no consumo. Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas – AJOICA. 2017; 17: 14-28.
- [19] Barbosa SC, Matteuci MBA, Leandro WM, Leite AF, Cavalcante ELS, Almeida GQE. Perfil do consumidor e oscilações de preços de produtos agroecológicos. Pesquisa Agropecuária Tropical. 2011; 41(4): 602-609.
- [20] Oliveira FCR, Hoffmann R. Consumo de alimentos orgânicos e de produtos *light* ou *diet* no Brasil: fatores condicionantes e elasticidades-renda. Segurança Alimentar e Nutricional. 2015; 22(1): 541-557.
- [21] Buzin EJWK. Mercado de produção de orgânicos em Goiânia: venda direta [tese]. Goiânia – GO: Universidade Federal de Goiás; 2016.
- [22] Moura FA, Nogueira CM, Gouvêa MA. Atributos determinantes na compra de consumidores de alimentos orgânicos. Agroalimentaria. 2012; 18(35): 75-86.
- [23] Andrade JC, Deliza R, Galvão MTEL, Frewer LJ, Beraquet NJ. Percepção do consumidor frente aos riscos associados aos alimentos, sua segurança e rastreabilidade. Brazilian Journal of Food Technology. 2013; 16(3): 184-191.
- [24] Lima PAL, Brunini MA, Kanesiro LA, Maciel Junior VA, Colombro RB. Perfil do consumidor de produtos orgânicos na cidade de São Joaquim da Barra – SP. Nucleus. 2011; 8(11): 67-80.