

# CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO CONSUMIDOR DE ALIMENTOS ORGÂNICOS EM MUNICÍPIOS DO VALE DO TAQUARI, RS

*Characterization of the consumer market of organic foods in municipalities of Taquari Valley, RS*

Bárbara Aline Gräff, Patrícia Fassina  
Universidade do Vale do Taquari – Univates  
Centro de Ciências Biológicas e Sociais - Bacharelado em Nutrição  
[bagraff@universo.univates.br](mailto:bagraff@universo.univates.br), [patriciafassina@univates.br](mailto:patriciafassina@univates.br)

**Resumo:** Objetivou-se caracterizar o mercado consumidor de alimentos orgânicos nas feiras de produtores rurais em três municípios do Vale do Taquari, RS. O estudo foi realizado entre outubro de 2016 e abril de 2017 nas feiras mistas de produtores rurais, com 226 voluntários, de ambos os sexos, maiores de 18 anos, com um questionário adaptado de Andrade e Bertoldi (2012). A maioria consumia alimentos orgânicos diariamente, 46,9% (n=106), há um período entre 5 e 10 anos, 65,9% (n=149). O cuidado com a saúde foi o principal motivo do consumo, 87,2% (n=197), sendo que 100% (n=226) preocuparam-se com a sustentabilidade. A frequência de consumo entre as mulheres foi significativamente maior em relação aos homens, sendo diária, 64,2% (n=68) (p=0,031). Indivíduos com até 35 anos, 75,5% (n=37), faziam seu uso de 1 a 2 vezes na semana (p<0,001) e diariamente, acima de 50 anos, 29,2% (n=31) (p=0,000). Os resultados revelaram preocupação com a saúde, qualidade de vida, ambiente e sustentabilidade. As pessoas sabiam dos benefícios que estes alimentos trazem a saúde e já faziam deles o seu consumo habitual.

**Palavras-chave:** alimento orgânico, comportamento do consumidor, meio ambiente.

**ABSTRACT:** *The objective was to characterize the consumer market of organic foods in fairs of rural producers in three municipalities of Vale do Taquari, RS. The study was conducted between October 2016 and April 2017 at mixed farmers' fairs, with 226 volunteers of both genders, over 18 years old, with a questionnaire adapted from Andrade and Bertoldi (2012). The majority consumed organic foods daily, 46.9% (n=106), there is a period between 5 and 10 years, 65.9% (n=149). Health care was the main reason for consumption, 87.2% (n=197), and 100% (n=226) worried about sustainability. The frequency of consumption among the women was significantly higher in relation to the men, being daily, 64.2% (n=68) (p=0.031). Individuals up to 35 years of age, 75.5% (n=37), used it 1 to 2 times in the week (p=0.000) and daily, over 50 years, 29.2% (n=31) (p=0.000). The results revealed concern about health, quality of life, environment and sustainability. People knew the benefits that these foods bring to health and made them their usual consumption.*

**Keywords:** *organic food, consumer behavior, environment.*

InterfacEHS – Saúde, Meio Ambiente e Sustentabilidade  
Vol. 13 no 2 – Dezembro de 2018, São Paulo: Centro Universitário Senac  
ISSN 1980-0894

Portal da revista InterfacEHS: <http://www3.sp.senac.br/hotsites/blogs/InterfacEHS/>

E-mail: [interfacehs@sp.senac.br](mailto:interfacehs@sp.senac.br)

Esta obra está licenciada com uma Licença [Creative Commons Atribuição-Não Comercial-Sem Derivações 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) 

## **1. Introdução**

Ao longo da história, a evolução do sistema agroalimentar permite entender a persistência e o avanço da agricultura orgânica e seus impactos no mundo atual (CLAY; CHAMON; RODRIGUES, 2016). As profundas modificações que aconteceram neste setor devem-se à crescente preocupação com a segurança alimentar e ambiental (BARBOSA et al., 2011), pois em um mercado extremamente competitivo, não são apenas os produtos que estão globalizados, mas também a apreensão com os grandes desequilíbrios ambientais e suas influências negativas na vida humana (TRIERWEILLER; FREITAS, 2016).

A prática do cultivo orgânico tem por objetivo usar elementos naturais disponíveis nas propriedades combinando-os com novas percepções, dentre elas a forma orientada e moderna de fazer agricultura em sintonia com a natureza (PIOVESANA, 2015). Esta prática estabelece relação entre o consumo, a satisfação pessoal e a sustentabilidade, tendo como consequências positivas, a saúde da população e a economia (SILVA, 2013).

Assim, a demanda por alimentos orgânicos tem aumentado, devido ao grande público que, cada vez mais, incorpora esse tipo de alimento em seus hábitos (STEFANO, 2013). Os consumidores passaram a adquirir os produtos orgânicos com vistas a promoção da qualidade de vida, prevenindo contra certos tipos de doenças causadas pelo excesso de agrotóxicos no organismo (FOOD INGREDIENTS BRASIL, 2013), como câncer, má formação congênita, depressão, suicídios, diminuição da capacidade de aprendizagem em crianças, enfartos cardíacos e mal de Parkinson (MATA; FERREIRA, 2013). Sendo assim, ao adquirir o alimento orgânico, o consumidor contribui para a promoção da sua saúde e para a qualidade de vida das futuras gerações (SOUZA et al., 2012).

Diante do acelerado desenvolvimento e crescimento das economias mundiais, cada vez mais, se discutem as formas de mudanças que podem ocorrer para que os resultados se mantenham eficazes ao longo do tempo e de forma sustentável (PIOVESANA, 2015). Nessa perspectiva, o conhecimento do perfil dos consumidores de alimentos orgânicos e dos fatores que motivam ou limitam o seu consumo mostra-se vital para promover a expansão do mercado, de modo a adequá-lo às expectativas e necessidades dos consumidores em termos de produtos e serviços, além desse tipo de mercado fazer parte dos assuntos mais debatidos na atualidade por representar uma tendência alimentar (GONÇALVES; ROLIM; ROSA, 2016; ANDRADE; BERTOLDI, 2012).

O Estado do Rio Grande do Sul (RS), conta com 930 agricultores ecológicos que priorizam técnicas naturais ao produzir alimentos, sendo 25 famílias produtoras situadas no Vale do Taquari, RS (WEBER, 2016). Nesse contexto, o objetivo deste estudo foi caracterizar o mercado consumidor de alimentos orgânicos nas feiras de produtores rurais em três municípios do Vale do Taquari, RS.

## **2. Metodologia**

O presente estudo se classifica como não experimental, quantitativo, de caráter transversal descritivo realizado entre outubro de 2016 e abril de 2017 com 226 voluntários de ambos os sexos maiores de 18 anos de idade. A abordagem aos indivíduos ocorreu enquanto os mesmos realizavam suas compras nas feiras mistas de produtores rurais, as quais comercializavam produtos orgânicos e convencionais.

O instrumento utilizado para a coleta de dados foi um questionário estruturado, não validado, adaptado do estudo de Andrade e Bertoldi (2012), contendo questões fechadas, que contemplavam dados sobre sexo, idade, estado civil, escolaridade, profissão, renda familiar, número de filhos, prática de atividade física, conhecimento, tempo e frequência de consumo dos alimentos orgânicos, bem como motivos e limitações para a sua aquisição.

O questionário foi aplicado de forma individual, sendo que os participantes eram convidados a sentar-se junto à uma mesa reservada disponível nas feiras para deixá-los mais confortáveis no momento em que respondiam ao questionário.

O projeto de pesquisa foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Univates (COEP) pelo parecer de nº 1.327.391. Os indivíduos pesquisados, no momento do convite, receberam explicações sobre os objetivos do estudo, bem como, sobre a sua realização e, após expressarem concordância verbal, assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Os dados foram analisados através de tabelas, estatísticas descritivas e pelo teste estatístico de associação Exato de Fisher. Os resultados foram considerados significativos a um nível de significância máximo de 5% ( $p \leq 0,05$ ) e o *software* utilizado para esta análise foi o *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versão 13.0.

### 3. Resultados

Participaram do estudo 226 indivíduos com maior prevalência do sexo feminino, 53,1% (n=120). A maioria apresentou idade entre 18 e 35 anos, 60,6% (n=137), seguido da faixa etária entre 36 e 50 anos, 23,0% (n=52), sendo a minoria com mais de 50 anos, 16,4% (n=37). Quanto ao estado civil, a maior parcela dos indivíduos era casada, 43,9% (n=99), sendo 34,5% (n=78) solteiros, 13,7% (n=31) com união estável, 4,4% (n=10) divorciados e 3,5% (n=8) viúvos. Em relação ao número de filhos, a maior parte da população avaliada referiu ter um único filho, 45,6% (n=103), enquanto que 22,1% (n=50) mencionaram um número de três filhos, 19,5% (n=44) dois filhos e 12,8% (n=29) quatro ou mais filhos. Quanto à escolaridade, a maioria dos entrevistados, 53,5% (n=121), afirmou ter ensino médio, 24,8% (n=56) ensino superior incompleto, 14,6% (n=33) superior completo e 7,1% (n=16) pós-graduação. No que concerne à profissão, 29,6% (n=67) revelou ser funcionário público, 26,1% (n=59) autônomo, 21,7% (n=49) funcionário de empresa, 16,4% (n=37) mencionaram outras profissões e a minoria, 6,2% (n=14), referiu ser dona de casa. A renda mensal da maioria dos participantes era de até 6 salários mínimos (SM), 83,2% (n=188), seguido de 6 a 9 SM, 11,5% (n=26), 9 a 12 SM, 3,5% (n=8), 12 a 18 SM, 1,8% (n=4). A metade, 50% (n=113), dos voluntários afirmou praticar atividade física regular diária ou entre 3 e 5 vezes por semana, sendo que 30,1% (n=68) praticava exercícios físicos de 1 a 2 vezes por semana e 19,9% (n=45) não realizava nenhum tipo de atividade física.

Em relação à definição de alimento orgânico, frequência e tempo de consumo, **Tabela 1**, a maior parcela dos participantes, 38,1% (n=86), acreditou que alimento orgânico seja aquele sem agrotóxico ou pesticida, seguido de um produto natural, 34,5% (n=78). Quanto à frequência de consumo, a maioria referiu consumir alimentos orgânicos diariamente, 46,9% (n=106), e 65,9% (n=149) dos entrevistados informou consumir produtos orgânicos há um período de tempo entre 5 e 10 anos.

**Tabela 1. Conhecimento sobre o conceito de alimento orgânico, frequência e tempo de consumo.**

Variável	Categoria	Frequência	%
Conceito de alimento orgânico	Sem conservantes	37	16,4
	Sem agrotóxicos ou pesticidas	86	38,1
	Sem produtos químicos	63	27,9
	Plantio diferenciado	22	9,7
	Alimento natural	78	34,5
	Alimento mais saudável	56	24,8
Frequência de consumo dos alimentos orgânicos	1 a 2 vezes por semana	49	21,7
	3 a 5 vezes por semana	57	25,2
	Diariamente	106	46,9
	1 a 2 vezes por mês	10	4,4
	Nunca	4	1,8
Tempo de consumo dos	1 mês	2	0,9

alimentos orgânicos	6 meses	10	4,4
	1 a 2 anos	23	10,2
	3 a 4 anos	38	16,8
	5 a 10 anos	149	65,9
	Mais de 10 anos	4	1,8

% = percentual

Quando questionados sobre as razões para o consumo de alimentos orgânicos, **Tabela 2**, os três principais motivos encontrados foram a preocupação com a saúde, 87,2% (n=197), seguido do maior conteúdo de nutrientes, 41,2% (n=93), e sabor mais intenso, 37,6% (n=85).

**Tabela 2. Razões referidas para o consumo de alimentos orgânicos.**

Razões para o consumo de alimentos orgânicos	Frequência	%
Preocupação com a saúde	197	87,2
Prescrição médica/nutricional	29	12,8
Maior conteúdo de nutrientes	93	41,2
Sabor mais intenso	85	37,6
Consciência ambiental	49	21,7
Novidade/Modismo	8	3,5

% = percentual

Em relação à preocupação com a sustentabilidade, todos, 100% (n=226), dos entrevistados referiram se preocupar com o meio ambiente e costumavam levar este fato em consideração na hora da compra. A maior limitação, 48,7% (n=110), para o consumo de alimentos orgânicos, referida pela população do presente estudo, foi que poucos estabelecimentos na cidade comercializam estes tipos de produtos, aparecendo, em segundo lugar, 37,6% (n=85), o preço elevado como limitação para a aquisição dos alimentos orgânicos. Observou-se também que 52,2% (n=118) dos entrevistados costumavam comprar produtos orgânicos diretamente do produtor rural e que 39,4% (n=89) deles adquiriam os mesmos sem o selo de alimento orgânico. Referente ao rótulo dos alimentos orgânicos, 40,7% (n=92) dos entrevistados tinham o hábito de observar a origem do produto como principal informação. Em relação ao custo, observou-se que 45,1% (n=102) dos entrevistados pagariam de 10 a 20% a mais pelo produto orgânico em relação ao convencional, **Tabela 3**.

**Tabela 3. Preocupação com a sustentabilidade, limitações que influenciam na decisão da compra, formas de identificação dos alimentos orgânicos, aquisição dos produtos orgânicos por meio do selo de certificação, informações consideradas importantes na rotulagem dos produtos orgânicos e preço.**

Variável	Categoria	Frequência	%
Preocupação com a sustentabilidade	Sim, o fator sustentabilidade influencia na decisão da compra	226	100,0
	Não leva o fato em consideração	-	-
	Nunca refletiu sobre o assunto	-	-
Limitações que influenciam na decisão da compra dos alimentos orgânicos	Preço elevado	85	37,6
	Aspecto/ aparência	43	19,0
	Oferta irregular	72	31,9
	Dificuldade de acesso	69	30,5
	Poucos estabelecimentos na cidade com venda de produtos orgânicos	110	48,7
	Não encontro dificuldades	52	23,0

Formas de identificação dos alimentos orgânicos	Marca do produto	11	4,9
	Tipo de embalagem	30	13,3
	Local de compra	77	34,1
	Preço	50	22,1
	Produtor	118	52,2
	Selo de certificação	76	33,6
Aquisição dos produtos orgânicos pelo selo de certificação	Presença de selo	84	37,2
	Ausência de selo	89	39,4
	Não sabe/ não conhece o selo	53	23,5
Informações consideradas na rotulagem dos produtos orgânicos	Presença de nutrientes adicionais ou em maior quantidade	25	11,1
	Ausência ou redução de constituintes específicos	33	14,6
	Valor calórico reduzido	25	11,1
	Marca	25	11,1
	Origem do produto	92	40,7
	Selo de certificação	78	34,5
	Selo de qualidade	49	21,7
	Informações sobre benefícios à saúde	50	22,1
Preço dos alimentos orgânicos	Pagaria nada a mais	69	30,5
	10% - 20% a mais	102	45,1
	30% - 40% a mais	23	10,2
	50% - 60% a mais	3	1,3
	Pagaria qualquer preço	29	12,8

% = percentual

Na **Tabela 4**, as variáveis sexo, idade e número de filhos apresentaram associação significativa com a frequência de consumo de alimentos orgânicos. Foi possível observar que a frequência de consumo entre as mulheres foi significativamente maior em relação aos homens, sendo diária, 64,2% (n=68) (p=0,031). Indivíduos entre 19 e 35 anos, 75,5% (n=37), costumavam consumir alimentos orgânicos de 1 a 2 vezes na semana (p<,001). Já, aqueles acima de 50 anos, 29,2% (n=31), eram habituados a consumir alimentos orgânicos diariamente (p=0,000). Observou-se também que 61,2% (n=30) das pessoas que tinham 1 filho consumiam produtos orgânicos de 1 a 2 vezes na semana (p=0,021), enquanto que 46,2% (n=49) dos voluntários com um número de três filhos ou mais consumiam alimentos orgânicos diariamente (p=0,021).

**Tabela 4. Relações entre a frequência de consumo de alimentos orgânicos com as variáveis sexo, idade, estado civil, escolaridade, profissão, renda familiar, número de filhos e prática de atividade física.**

Variável	Frequência de consumo de alimentos orgânicos										p
	1 a 2 vezes semana		3 a 5 vezes semana		Diariamente		1 a 2 vezes mês		Nunca		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
<b>Sexo</b>											
Masculino	27	55,1	33	57,9	38	35,8	6	60,0	2	50,0	0,031
Feminino	22	44,9	24	42,1	68	64,2	4	40,0	2	50,0	
<b>Idade</b>											
Até 35 anos	37	75,5	40	70,2	50	47,2	6	60,0	4	100,0	<0,001

36 a 50 anos	10	20,4	13	22,8	25	23,6	4	40,0	-	-	
Acima de 50 anos	2	4,1	4	7,0	31	29,2	-	-	-	-	
<b>Estado Civil</b>											
Solteiro	22	44,9	21	36,8	30	28,3	2	20,0	3	75,0	0,270
Casado/União estável	25	51,0	30	52,6	66	62,3	8	80,0	1	25,0	
Divorciado/Viúvo	2	4,1	6	10,5	10	9,4	-	-	-	-	
<b>Escolaridade</b>											
Ensino Médio	24	49,0	34	59,6	56	53,3	5	50,0	2	50,0	0,913
Superior (comp/inc)	20	40,8	19	33,3	43	41,0	4	40,0	2	50,0	
Pós-Graduação	5	10,2	4	7,0	6	5,7	1	10,0	-	-	
<b>Profissão</b>											
Funcionário público	18	36,7	13	22,8	32	30,2	3	30,0	1	25,0	0,275
Emp./Aut./Outros	31	63,3	41	71,9	63	59,4	7	70,0	3	75,0	
Dona de casa	-	-	3	5,3	11	10,4	-	-	-	-	
<b>Renda Familiar</b>											
Até 6 SM	43	87,8	49	86,0	83	78,3	9	90,0	4	100,0	0,475
6 a 9 SM	6	12,2	6	10,5	13	12,3	1	10,0	-	-	
9 a 18 SM	-	-	2	3,5	10	9,4	-	-	-	-	
<b>Nº Filhos</b>											
Um	30	61,2	28	49,1	37	34,9	5	50,0	3	75,0	0,021
Dois	10	20,4	12	21,1	20	18,9	1	10,0	1	25,0	
Três ou mais	9	18,4	17	29,8	49	46,2	4	40,0	-	-	
<b>Atividade Física</b>											
Todos os dias	16	32,7	14	24,6	25	23,6	5	50,0	2	50,0	0,630
1 a 2 vezes na semana	18	36,7	18	31,6	29	27,4	2	20,0	1	25,0	
3 a 5 vezes na semana	9	18,4	13	22,8	28	26,4	1	10,0	-	-	
Não pratica	6	12,2	12	21,1	24	22,6	2	20,0	1	25,0	

% = percentual; comp/inc = completo/incompleto; Emp./Aut./Outros = empregado/autônomo/outros; SM = salários mínimos; N°= número; Teste de Associação Exato de Fisher

Na **Tabela 5**, verificaram-se as razões para o consumo de alimentos orgânicos em relação ao sexo. A razão da prescrição médica/nutricional para o consumo de alimentos orgânicos foi significativa e diretamente relacionada ao sexo masculino, 18,9% (n=20) (p=0,016).

**Tabela 5. Relação entre razões para o consumo de alimentos orgânicos e sexo.**

Razões para o consumo de alimentos orgânicos	Sexo				p
	Masculino		Feminino		
	n	%	n	%	
Preocupação com a saúde	90	84,9	107	89,2	0,426
Prescrição médica/nutricional	20	18,9	9	7,5	0,016
Maior conteúdo de nutrientes	45	42,5	48	40,0	0,787
Sabor mais intenso	46	43,4	39	32,5	0,100
Consciência ambiental	20	18,9	29	24,2	0,419

Novidade/Modismo 4 3,8 4 3,3 1,000

% = percentual; Teste de Associação Exato de Fisher

As relações entre o tempo de consumo de alimentos orgânicos e as variáveis sexo, idade, renda mensal familiar, prática de atividade física e escolaridade foram demonstradas na **Tabela 6**. Os dados demonstraram que os indivíduos com mais de 50 anos, 21,1% (n=32), estiveram significativamente associados ao tempo de 5 anos ou mais de consumo de alimentos orgânicos ( $p=0,011$ ).

**Tabela 6. Relação entre o tempo de consumo de alimentos orgânicos e as variáveis sexo, idade, renda mensal familiar, prática de atividade física e escolaridade.**

Variável	Categoria	Tempo de consumo de alimentos orgânicos						p
		Menos de 1 ano		De 1 a 4 anos		5 anos ou mais		
		n	%	n	%	n	%	
Sexo	Masculino	6	50,0	33	54,1	67	43,8	0,428
	Feminino	6	50,0	28	45,9	86	56,2	
Idade	Até 35 anos	9	75,0	46	75,4	82	53,9	0,011
	36 a 50 anos	2	16,7	12	19,7	38	25,0	
	Acima de 50 anos	1	8,3	3	4,9	32	21,1	
Renda mensal familiar (SM)	Até 6 SM	11	91,7	51	83,6	125	82,2	0,968
	6 a 9 SM	1	8,3	6	9,8	19	12,5	
	9 a 18 SM	-	-	4	6,6	8	5,3	
Prática de atividade física	Todos os dias	4	33,3	22	36,1	36	23,5	0,334
	1 a 2 vezes por semana	4	33,3	16	26,2	48	31,4	
	3 a 5 vezes por semana	2	16,7	16	26,2	33	21,6	
	Não pratica	2	16,7	7	11,5	36	23,5	
Escolaridade	Ensino Médio	5	41,7	31	50,8	85	55,9	0,641
	Superior	6	50,0	27	44,3	55	36,2	
	Pós-Graduação	1	8,3	3	4,9	12	7,9	

% = percentual; SM = salários mínimos; Teste de Associação Exato de Fisher

#### 4. Discussão

A maioria dos participantes do presente estudo caracterizou-se como sexo feminino entre 18 e 35 anos de idade. Amostra menor, mas semelhante ao atual estudo, foi encontrada no estudo de Abreu et al. (2011), ao entrevistar 150 indivíduos, em três grandes supermercados da cidade de Palmas/TO, sobre a produção de alimentos orgânicos e sua contribuição para saúde e preservação do meio ambiente, onde houve maior prevalência de mulheres e faixa etária entre 18 e 30 anos.

No atual estudo, foi possível observar também que o público feminino costumava ingerir alimentos orgânicos com frequência diária, sendo esta maior em relação ao sexo masculino, corroborando ao estudo de Milhomem (2008), que apontou que o consumidor orgânico, na maioria dos casos, é do sexo feminino, com idade variando entre 31 e 50

anos. Moura et al. (2010) justificam esses achados devido às mulheres terem mais preocupação, comparada aos homens, com a saúde da família, bem como, na maioria das vezes, serem elas as responsáveis pelas compras de alimentos para o suprimento da casa. Entretanto, o consumo de alimentos orgânicos, no atual estudo, esteve diretamente relacionado ao sexo masculino em razão da prescrição médica/nutricional. Corroborando com os achados de Archanjo et al. (2001), quando demonstraram que os consumidores que frequentavam a feira de produtos orgânicos em Curitiba/PR apresentavam uma estreita relação entre alimentação e saúde e muitos começaram a frequentar a feira e adquirir os alimentos ali comercializados, seguindo uma prescrição médica.

Quanto a idade e a frequência de consumo de alimentos orgânicos, no atual estudo, pessoas de 18 a 35 anos costumavam consumir alimentos orgânicos de 1 a 2 vezes na semana, enquanto indivíduos acima de 50 anos eram habituados a consumir alimentos orgânicos diariamente. Rucinski e Brandenburg (2000) encontraram resultados semelhantes ao presente estudo e afirmam que consumidores com faixa etária mais elevada estabelecem outras perspectivas em relação à alimentação saudável, constituindo uma opção consciente, optando pelo produto orgânico. Essas perspectivas, possivelmente estejam vinculadas ao que "costumeiramente" ocorre nessas faixas etárias, em que se iniciam índices de colesterol elevado, diabetes, problemas de pressão, dentre outros sintomas de saúde.

Ainda, no presente estudo, os indivíduos com mais de 50 anos estiveram significativamente associados ao tempo de consumo de 5 anos ou mais. Já, Avelar (2012), encontrou que 51,2% dos entrevistados nas feiras de produtores rurais em Belo Horizonte/MG consumiam produtos orgânicos há quatro anos ou mais, sendo a maioria um público com idade acima dos 40 anos, sendo este achado diferente do estudo em questão. Um dos fatores principais para pessoas com mais idade consumirem orgânicos é a maior preocupação com a qualidade de vida, sendo que nesta faixa etária muitas doenças ficam eminentes (GOMES, 2013).

Quanto ao estado civil, os participantes do presente estudo, em sua maior parte, eram casados seguido de solteiros, com ensino médio completo, diferente do observado por Lima et al. (2011), que ao caracterizar o perfil do consumidor de produtos orgânicos na cidade de São Joaquim da Barra/SP, obteve maioria de indivíduos solteiros, 41,9%, seguido de casados, 39,19%, com curso superior incompleto, 31,0%.

No tocante ao número de filhos e frequência de consumo de alimentos orgânicos, observou-se, no presente estudo, que as pessoas que tinham 1 filho consumiam produtos orgânicos de 1 a 2 vezes na semana, enquanto que pessoas com três filhos ou mais consumiam orgânicos diariamente. Darolt (2007), encontrou um resultado diferente do estudo em questão, pois se percebeu que consumidores orgânicos com formato de famílias pequenas, entre 1 e 2 filhos, consumiam alimentos orgânicos mais seguidamente que famílias maiores, isso devido ao preço mais elevado dos orgânicos.

Em relação ao conceito sobre o alimento orgânico, a maioria dos participantes informou que o alimento orgânico seria aquele sem agrotóxico ou pesticida, seguido de um produto natural. Resultado similar ao estudo de Teixeira e Garcia (2013), onde constataram que alimento orgânico é aquele isento de resíduos de agrotóxicos ou qualquer produto químico. A maior parte dos consumidores soube responder corretamente o significado da palavra orgânico, isso se deve ao acesso a informação correta que pode ocorrer através dos diversos meios de comunicação (CASEMIRO; TREVIZAN, 2009).

No presente estudo, a maioria dos participantes referiu consumir alimentos orgânicos devido à preocupação com a saúde, seguido pelo maior conteúdo de nutrientes e sabor mais intenso. Objetivando conhecer o comportamento de compra dos consumidores de produtos orgânicos, Moura et al. (2010), verificaram que o principal motivo para o consumo de produtos orgânicos esteve relacionado à ausência de substâncias químicas, seguido do motivo sabor, por serem mais saborosos que os alimentos convencionais. Além de trazerem efeitos benéficos ao organismo, os alimentos

orgânicos apresentam sabor e aroma mais intenso, diferenciando-se do produto convencional (RAMOS, 2013). Os consumidores orgânicos têm grande preocupação com a saúde, sendo que optam por este tipo de alimento, pois conhecem os riscos de desenvolver diversas doenças, como cânceres, doenças neurodegenerativas, má formação, infertilidade, entre outras devido ao consumo de agrotóxicos (FREITAS; TRIERWEILLER, 2017).

Quando questionados sobre a influência do fator sustentabilidade na hora da compra todos os entrevistados do atual estudo levou este fato em consideração. Já, no estudo de Andrade e Bertoldi (2012), que objetivou caracterizar as atitudes e motivações em relação ao consumo de alimentos orgânicos em Belo Horizonte/MG, apenas 32,3% dos entrevistados considerou a sustentabilidade na hora da compra. A preocupação por parte dos consumidores em relação à sustentabilidade é fundamentada na qualidade ambiental que visa minimizar desastres ambientais e possíveis problemas a saúde pública (QUEIROZ; CORREIA-LIMA, 2016).

O preço elevado foi uma das limitações referidas pela população do presente estudo para o consumo de alimentos orgânicos, onde a maioria dos entrevistados pagaria somente de 10 a 20% a mais pelo produto orgânico em relação ao convencional. Diferente dos achados de Cerveira e Castro (1999), onde os consumidores não deixaram de adquirir produtos orgânicos por consequência do preço, pois afirmaram conhecer as vantagens que o produto traz à saúde. Já, Gonçalves, Rolim e Rosa (2016) observaram que o preço constitui um fator determinante na hora da compra, onde os consumidores não pagam nada a mais pelo produto orgânico.

As limitações encontradas para realização deste estudo foi à dificuldade em fazer com que as pessoas respondessem ao questionário, pois na maioria das vezes estavam apressadas e sem tempo. Outro fator limitante foi que alguns participantes tinham pouco entendimento sobre o que liam e não conseguiam interpretar o questionário, sendo que a pesquisadora sempre auxiliava quando necessário.

## **5. Conclusões**

Quanto às características dos consumidores de alimentos orgânicos que frequentaram as feiras de produtores rurais dos três municípios do Vale do Taquari/RS, constatou-se que a maioria era do sexo feminino, entre 18 e 35 anos, casada, com único filho, ensino médio completo e profissão de funcionário público, com renda mensal de até 6 SM.

A maioria soube conceituar o alimento orgânico, fazendo o seu consumo diário entre 5 e 10 anos, perfazendo já um hábito alimentar. O público feminino referiu ingerir alimentos orgânicos diariamente em relação ao sexo masculino, enquanto este referiu consumir alimentos orgânicos em razão da prescrição médica/nutricional.

As pessoas entre 18 e 35 anos costumavam consumir alimentos orgânicos de 1 a 2 vezes na semana, enquanto indivíduos acima de 50 anos os consumiam diariamente há mais de 5 anos. Além disso, a maioria das pessoas que tinham 1 filho costumavam consumir produtos orgânicos de 1 a 2 vezes na semana, enquanto que aquelas com três filhos ou mais consumiam orgânicos diariamente.

A preocupação com a sustentabilidade e a saúde, bem como o maior conteúdo de nutrientes e o sabor mais intenso foram as principais motivações para o consumo de alimentos orgânicos, ao mesmo tempo em que a maior limitação para o consumo de alimentos orgânicos foi a pouca oferta destes tipos de produtos nos estabelecimentos das cidades, seguida do seu preço elevado, quando referiram pagar somente de 10 a 20% a mais pelo produto orgânico em relação ao convencional.

Os resultados encontrados no presente estudo revelaram uma grande preocupação com a saúde, qualidade de vida, ambiente e sustentabilidade. As pessoas, em um

contexto geral, estavam informadas quanto aos benefícios que estes alimentos trazem a saúde e já faziam deles o seu consumo habitual.

Por fim, os achados do presente estudo permitiram concluir que o consumo de alimentos orgânicos está relacionado com os diversos significados que estes alimentos transferem aos seus consumidores, bem como a preocupação com a sustentabilidade ambiental. A caracterização do perfil dos consumidores de alimentos orgânicos contribui para a orientação da cadeia produtiva, que inclui desde a sua produção até as estratégias de *marketing*, as quais podem estimular o consumo destes tipos de alimentos. Tais estratégias se tornam necessárias, visto que detectaram-se queixas de poucos estabelecimentos na cidade com venda de produtos orgânicos e preços de venda elevados, constituindo entraves encontrados pelos consumidores deste tipo de produto.

## Referências

ABREU, G. B. et al. **Diagnóstico do consumo da alimentação orgânica em Palmas-TO**. 2011. Disponível em: <[http://www.catolica-to.edu.br/portal/portal/downloads/docs\\_gestaoambiental/projetos2011-1/3-periodo/DIAGNOSTICO\\_DO\\_CONSUMO\\_DA\\_ALIMENTACAO\\_ORGANICO\\_EM\\_PALMA\\_S-TO.pdf](http://www.catolica-to.edu.br/portal/portal/downloads/docs_gestaoambiental/projetos2011-1/3-periodo/DIAGNOSTICO_DO_CONSUMO_DA_ALIMENTACAO_ORGANICO_EM_PALMA_S-TO.pdf)>. Acesso em: 01 jul. 2018

ANDRADE, L. M. S.; BERTOLDI, M. C. Atitudes e motivações em relação ao consumo de alimentos orgânicos em Belo Horizonte - MG. **Brazilian Journal of Food Technology**, p. 31-40, 2012.

ARCHANJO, L. R.; BRITO, K. F. W.; SAUERBECK S. Alimentos orgânicos em Curitiba: consumo e significado. **Revista Cadernos de Debate**, v. 8, p. 1-6, 2008.

AVELAR, E. A. **Mercado de alimentos orgânicos em Belo Horizonte – MG**. 2012 144f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Lavras, Minas Gerais, 2012.

BARBOSA, S. C. et al. Perfil do consumidor e oscilações de preços de produtos agroecológicos. **Pesquisa Agropecuária Tropical**, v. 41, n. 4, p. 602-609, 2011.

CASEMIRO, A. D.; TREVIZAN, S. D. P. **Alimentos orgânicos: desafios para o domínio público de um conceito**. In: International Workshop Advances in Cleaner Production, 2., 2009, São Paulo. Disponível em: <<http://www.advancesincleanerproduction.net/second/files/sessoes/6a/1/A.%20D.%20Casemiro%20-%20Resumo%20Exp.pdf>>. Acesso em: 01 jul. 2018.

CERVEIRA, R.; CASTRO, M. C. Consumidores de produtos orgânicos da cidade de São Paulo: características de um padrão de consumo. **Informações Econômicas**, v. 29, n. 12, p. 7-20, 1999.

CLAY, E.; CHAMON, E. M. Q. O.; RODRIGUES, A. M. Representações sociais sobre os alimentos orgânicos para agricultores. **Desenvolvimento em questão**, v. 14, n. 35, p. 243-273, 2016.

DAROLT, M. R. **Alimentos orgânicos: um guia para o consumidor consciente**. 2. ed. Londrina: IAPAR; 2007, 36 p. Disponível em: <[http://www.iapar.br/arquivos/File/zip\\_pdf/publi\\_alimentos.pdf](http://www.iapar.br/arquivos/File/zip_pdf/publi_alimentos.pdf)>. Acesso em: 01 jul. 2018.

FOOD INGREDIENTS BRASILEL. Alimentos orgânicos um mercado em expansão. **Food Ingredients Brasil**, n. 26, p. 34-41, 2013.

FREITAS, T. M.; TRIERWEILLER, A. C. Consumidores de produtos orgânicos: compreendendo seu comportamento. In: INTERNATIONAL WORKSHOP ADVANCES IN CLEANER PRODUCTION, 6., 2017, São Paulo. Disponível em:

<[http://www.advancesincleanerproduction.net/sixth/files/sessoes/4B/2/freitas\\_and\\_trierweiler\\_academic.pdf](http://www.advancesincleanerproduction.net/sixth/files/sessoes/4B/2/freitas_and_trierweiler_academic.pdf)>. Acesso em: 01 jul. 2018.

GOMES, F. Produtos orgânicos são alternativa de alimentação saudável. **GauchaZH**, Porto Alegre, 26 jan. 2013. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2013/01/produtos-organicos-sao-alternativa-de-alimentacao-saudavel-4023161.html>>. Acesso em: 01 jul. 2018.

GONÇALVES, F. O.; ROLIM, M. F. S.; ROSA, T. M. **Motivações para o consumo de alimentos orgânicos: possibilidades do Distrito Federal**. Brasília, 2016, 20p. Disponível em: <<http://www.codeplan.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/Motiva%C3%A7%C3%B5es-para-o-Consumo-de-Alimentos-Org%C3%A2nicos-Possibilidades-do-Distrito-Federal.pdf>>. Acesso em: 01 jul. 2018.

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

MATA, J. S.; FERREIRA, R. L. Agrotóxico no Brasil: uso e impactos ao meio ambiente e a saúde pública. **Ecodebate**, 2013. Disponível em: <<https://www.ecodebate.com.br/2013/08/02/agrotoxico-no-brasil-uso-e-impactos-ao-meio-ambiente-e-a-saude-publica-por-joao-siqueira-da-mata-e-rafael-lobos-ferreira/>>. Acesso em: 01 jul. 2018.

MILHOMEM, A. V. O mercado de produtos orgânicos em Goiânia e Anápolis. **Revista Anhanguera**, v. 9, n. 1, p. 37-60, 2008.

MOURA, L. R. C. et al. **Um estudo sobre o comportamento dos consumidores de produtos orgânicos**. In: SEMEAD. 8., 2003. São Paulo: FEA-USP, 2003. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/13semead/resultado/trabalhosPDF/579.pdf>>. Acesso em: 01 jul. 2018.

WEBER, G. Novos hábitos dos consumidores favorecem o cultivo orgânico. **A Hora**, Lajeado, 07 out. 2016. Disponível em: <http://www.jornalahora.com.br/2016/10/07/novos-habitos-favorecem-o-cultivo-organico/>. Acesso em: 01 jul. 2018

PIOVESANA, D. S. **Evolução do setor de produtos orgânicos no Brasil a partir dos anos 2000**. 2015 35f. Monografia (Graduação) – Curso de Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal do Paraná, Paraná, 2015.

QUEIROZ, M. F. P. P.; COOREIA-LIMA, B. C. Responsabilidade social do consumidor: uma análise multidimensional no segmento de produtos orgânicos. **Revista Gestão em Análise**, v. 5, n. 2, p. 34-46, 2016.

RAMOS, E. **Alimentos orgânicos fazem bem à saúde e são mais saborosos**. 2013. Disponível em: <<https://www.noticiasagricolas.com.br/artigos/artigos-geral/130232-alimentos-organicos-fazem-bem-a-saude-e-sao-mais-saborosos--por-eneida-ramos.html#.WTdLb5LyvIU>>. Acesso em: 01 jul. 2018.

RUCINSKI, J.; BRANDENBURG, A. **Consumidores de alimentos orgânicos em Curitiba**. 2000. Disponível em: <[http://www.anppas.org.br/encontro\\_anual/encontro1/gt/agricultura\\_meio\\_ambiente/Jeane%20Rucinski.pdf](http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro1/gt/agricultura_meio_ambiente/Jeane%20Rucinski.pdf)>. Acesso em: 01 jul. 2018.

SILVA, R. C. M. **Simplicidade Voluntária: um estudo exploratório sobre a adoção de um novo estilo de vida e seus impactos sobre o consumo**. 2013 159f. Tese (Doutorado em Administração) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

SOUZA, A. A. et al. Alimentos orgânicos e saúde humana: estudo sobre as controvérsias. **Revista de Salud Publica**, v. 31, n. 6, p. 513-517, 2012.

STEFANO, N. M. Quadro atual dos produtos orgânicos e comportamento do consumidor. **InterfacEHS: Revista de saúde, meio ambiente e sustentabilidade**, v. 8, n. 1, p. 70-101, 2013.

TEIXEIRA, I. L.; GARCIA, L. A. F. Fatores determinantes da demanda de produtos orgânicos no município de Cascavel – PR. **Revista Ciências Sociais em Perspectiva**, v. 12, n. 23, 2013.

TRIERWEILLER, A. C.; FREITAS, T. M. **Revisão Exploratória da Literatura: as redes sociais para divulgação de produtos orgânicos**. Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente, 2016. Disponível em: <<http://engemausp.submissao.com.br/18/anais/arquivos/198.pdf>>. Acesso em: 01 jul. 2018.