



RELISE

## **A PERCEÇÃO DOS CONSUMIDORES DO SEGMENTO DE HORTIFRUITIGRANJEIRO QUANTO AO CONSUMO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NO MUNICÍPIO DE LAVRAS DA MANGABEIRA/CE<sup>1</sup>**

*Jefferson Pinheiro Landim<sup>2</sup>*

*João José Anselmo dos Santos<sup>3</sup>*

### **RESUMO**

O presente estudo tem como objetivo verificar a percepção dos consumidores do segmento de hortifrutigranjeiro quanto ao consumo de produtos orgânicos no município de Lavras da Mangabeira-CE. Em termos específicos, visou caracterizar os consumidores investigados quanto alguns aspectos sociais, verificar o nível de entendimento dos investigados quanto aos produtos orgânicos e analisar a posição dos mesmos quanto ao consumo de produtos orgânicos. O mesmo ocorreu na referida cidade, junto aos consumidores do segmento de hortifrutigranjeiro e transcorreu no período de agosto a novembro de 2016. Caracteriza-se por ser um estudo de natureza básica, com abordagem quantitativa e quanto aos objetivos é exploratória. A pesquisa de campo ocorreu em meados de outubro de 2016, a coleta de dados se deu através da aplicação de um questionário junto a 100 consumidores. Por se tratar de uma amostragem não probabilística, a escolha dos investigados se deu por conveniência. Conforme o estudo, constatou-se que os investigados detêm um conhecimento superficial do produto orgânico, mesmo percebendo-os positivamente. O estudo sugere a disseminação do sistema de produção orgânica como alternativa sustentável para os produtores e consumidores.

**Palavras-chave:** produtos orgânicos, hortifrutigranjeiro, percepção, consumidores.

### **ABSTRACT**

The present study aims to verify the perception of the consumers of the fresh produce segment regarding the consumption of organic products in the municipality of Lavras da Mangabeira-CE. In specific terms it aimed to

---

<sup>1</sup> Recebido em 04/11/2018.

<sup>2</sup> Faculdade Vale do Salgado. jeffersonrenascer@hotmail.com

<sup>3</sup> Faculdade Vale do Salgado. anselmo@fvs.edu.br



RELISE

186

characterize the investigated consumers regarding some social aspects, sought to verify the level of understanding of the investigated ones regarding the organic products and to analyze their position regarding the consumption of organic products. The research happened in this city, with the consumers of the fresh produce segment, and it ran from August to November 2016. It is characterized as being a basic study, with a quantitative approach and with regards to the objectives, it is exploratory. Field research took place in mid-October 2016, data collection was done through the application of a questionnaire with 100 consumers. Because it was a non-probabilistic sampling, the choice of the respondents was by convenience. According to the study it was found that those investigated have a superficial knowledge of the organic product, even perceiving them positively. The study suggests the dissemination of the organic production system as a sustainable alternative for producers and consumers.

**Keywords:** organic products, fresh produce, perception, consumer.

## INTRODUÇÃO

O consumo de alimentos orgânicos nos últimos anos tem crescido gradativamente. Para Lima-Filho e Silva (2012), isso ocorre devido a dois fatores importantes, sendo a saúde o primeiro deles, seguida da importância ambiental, que atrelado a isso possibilita uma qualidade de vida melhor.

Partindo dessa constatação e considerando o nicho de mercado em questão, surge o seguinte questionamento: qual a percepção do consumidor do segmento de hortifrutigranjeiro quanto ao consumo de produtos orgânicos no município de Lavras da Mangabeira-CE?

Este trabalho teve por objetivo verificar a percepção do consumidor do segmento de hortifrutigranjeiro quanto ao consumo de produtos orgânicos no município de Lavras da Mangabeira-CE. Em termos mais específicos, buscou caracterizar os consumidores investigados quanto alguns aspectos sociais, verificar o nível de entendimento dos investigados quanto aos produtos orgânicos, e por fim analisar a posição dos mesmos quanto ao consumo de produtos orgânicos.



RELISE

187

Este trabalho poderá contribuir para um melhor entendimento quanto a produtos orgânicos, e com isso uma maior aceitação por parte dos consumidores, impactando diretamente na economia local e impulsionando a agricultura familiar, responsável por maior parte da produção de alimentos orgânicos no país.

O presente trabalho proporcionará aos gestores que atuam no segmento de hortifrutigranjeiro do município de Lavras da Mangabeira-CE, uma visão sistemática do mercado atuante, compreendendo melhor a visão dos consumidores quanto aos produtos orgânicos, e com isso potencializar a sua estratégia de marketing.

Por isso acredita-se que esta pesquisa é de grande relevância, tanto para a sociedade, para as organizações, quanto para o meio acadêmico, pois poderá servir de referência metodológica e base de estudo para os acadêmicos do curso de Administração de Empresa da FVS, além de contribuir para o avanço do conhecimento sobre o tema em questão. É em razão destes benefícios e da dinâmica que envolve as questões ambientais que este estudo se faz pertinente, pois visa contribuir para uma sociedade mais sustentável.

O trabalho estruturou-se da seguinte forma: Uma breve introdução sobre o tema abordado, referencial teórico abordando os seguintes tópicos: Produtos orgânicos – conceito e benefícios, o segmento de hortifrutigranjeiro orgânico no Brasil e por fim o consumidor orgânico. Depois descreveu-se os métodos adotados para a pesquisa, a tabulação de dados e suas respectivas análises, finalizando com as considerações finais.



RELISE

188

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### *Produtos orgânicos - conceito e benefícios*

O sistema orgânico de produção caracteriza-se pelo não uso de fertilizantes, agrotóxicos e produtos reguladores de crescimento. Tem como base o uso de esterco animal, rotação de culturas, adubação verde, compostagem e controle biológico de pragas e doenças. A agricultura orgânica está diretamente relacionada ao desenvolvimento sustentável. O seu principal objetivo é a otimização do uso dos recursos naturais disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não renovável, empregando, 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. Gerando assim a sustentabilidade econômica e ecológica (BRASIL, 2003).

No Brasil, já existia essa prática, mas o sistema de produção orgânica só veio a ser regulamentado pelo Governo Federal no ano de 2003, através da Lei Federal nº 10.831, mais conhecida como a lei dos orgânicos, Posteriormente com os decretos nº 6.323 de 2007 e nº 6.919 de 2009, além das instruções normativas nº 54 e nº 64 de 2008, nº 17, nº 18 e nº 19 de 2009. Que objetiva realizar o cultivo sem uso de qualquer tipo de agrotóxico, utilizando-se de recursos naturais e respeitando as diversas culturas e relações sociais (BRASIL, 2003; BRASIL, 2007; BRASIL, 2009).

O artigo 2º da lei Federal Nº 10.831/2003 conceitua produto orgânico, com sendo todo aquele oriundo do sistema orgânico de produção ou de processo extrativista sustentável que não venha a prejudicar o ecossistema



RELISE

189

local (BRASIL, 2003). A Lei supracitada diz para que o produtor possa comercializar produtos orgânicos, é necessário que haja uma certificação do processo, além de conservar os recursos naturais se faz necessário que haja um desenvolvimento social, econômico e sustentável local. Preservando uma relação trabalhista justa (TREVIZAN e CASEMIRO, 2009).

A cada ano que passa a agricultura orgânica vem crescendo exponencialmente e apontando diversas mudanças na produção e no consumo humano, modificando valores e hábitos em toda a sociedade (TREVIZAN e CASEMIRO, 2009).

A agricultura orgânica, ou alternativa, vem crescendo no mundo todo e ganhando mercado, ela teve início no Brasil por volta da década de 70, devido a fortes críticas por parte dos consumidores á agricultura praticada até então, a convencional, ou simplesmente “industrializada” como utilizam outros pesquisadores (LIMA-FILHO e SILVA, 2012).

No final da década de 90, o governo Federal, através do Ministério da Agricultura e Abastecimento (MAPA), devido ao consumidor consciente, lançou uma Instrução Normativa Nº 007 em 17 de maio de 1999 com o objetivo de regulamentar a produção de alimentos orgânicos no país, porem não tinha força de lei (LIMA-FILHO e SILVA, 2012). Somente veio ser reconhecida no Brasil, a produção e comercialização de alimentos oriundos do sistema orgânico no ano de 2003, por meio da lei Federal 10.831, que posteriormente ficou conhecida como a Lei dos orgânicos (LIMA-FILHO e SILVA, 2012)

A referida lei trata de produtos orgânicos, in natura e processados aqueles que provêm do sistema orgânico de produção e que não prejudiquem o ecossistema local. (LIMA-FILHO e SILVA, 2012). Nos últimos anos, a quantidade de agrotóxicos utilizados na produção de alimentos é exorbitante. Trazendo consigo muitos problemas para o meio ambiente e principalmente à



RELISE

190

saúde humana. Com isso o consumidor tem tecido críticas ao modelo de agricultura convencional (ARCHANJO, BRITO e SAUERBECK, 2001)

Segundo Lima-Filho e Silva (2012), os que se dizem consumir alimentos orgânicos com frequência têm uma percepção diferente em relação aos demais, no que diz respeito ao preço e a marca do produto. Tais consumidores classificam os produtos orgânicos como sendo mais baratos que os convencionais. Isso se dá pelo fato desses consumidores terem o hábito de consumi-los diariamente e associarem a esse consumo uma relação de benefício/custo.

O alimento produzido na agricultura orgânica traz inúmeros benefícios, não somente para o consumidor, para o meio ambiente e também para o próprio produtor orgânico. “A saúde ainda é a questão mais relevante para o consumo desses produtos” (LIMA-FILHO e SILVA, 2012, p.41).

Lima-Filho e Silva (2012, p.36) dizem que alguns consumidores de orgânicos têm “a ideia de que consumi-los faria bem à saúde e a de que a sua produção respeitaria a preservação do meio ambiente, principalmente por ser produzido sem o uso de agrotóxicos”.

Para Archanjo, Brito e Sauerbeck (2001), a procura por alimentos orgânicos não está diretamente ligada aos nutrientes dos alimentos, e sim por preservar o meio ambiente e proporcionar uma alimentação saudável, devido à ausência de agrotóxicos, gerando qualidade de vida melhor. Esses benefícios variam desde a busca por uma alimentação mais saudável, de melhor qualidade e sabor, até a preocupação ecológica de preservar o meio ambiente.

### *O segmento de hortifrutigranjeiro orgânico no Brasil*

Os dados do censo agropecuário do IBGE (2006) mostraram que, dentre os estabelecimentos produtores de orgânicos no Brasil, a principal representatividade entre os produtos orgânicos são os hortifrutigranjeiros, com



RELISE

191

4,5% do total da produção. Esse grupo inclui frutas, verduras, legumes e hortaliças, e representa um setor forte no mercado atual de orgânicos. Distribuídos em diversos pontos de comercialização localizados em grandes cidades (IBGE, 2006).

Com o aumento da comercialização dos hortifrutigranjeiros através das grandes redes de supermercados varejistas no país, os orgânicos, por sua vez, para serem comercializados de tal forma, precisaram passar por um processo de certificação, atendendo assim as exigências do sistema orgânico de produção (EPAGRI e EPAGRI, 2007).

Os hortifrutigranjeiros, em sua maioria, são comercializados nas grandes redes de supermercados varejistas, espalhados por todo o país, também são comercializados em feiras livres, organizadas pelas cooperativas e pequenos produtores orgânicos (KNY *et. al.*, 2005).

No mundo capitalista atual, marcado pelo consumismo, é perceptível a tendência do consumidor consciente para tais produtos ecologicamente corretos, que são produzidos com base na agricultura orgânica. Para Epagri e Epagri (2007), esses produtos são consumidos, em sua grande maioria, por uma classe mais restrita de poder aquisitivo mais elevado.

É nítida a mudança de hábito do consumidor, no que diz respeito à alimentação. No Brasil, cada vez mais isso vem sendo direcionado para uma alimentação saudável. E eles estão presentes nos grandes supermercados espalhados pelo Brasil, e a expectativa é que essa demanda por alimentos saudáveis cresça a cada ano (BORGUINI e TORRES, 2006).

Mesmo com pouco tempo no mercado nacional, os alimentos orgânicos vêm ganhando cada vez mais espaço, isso devido à grande aceitação do consumidor. No passado, a comercialização destes alimentos era feita de forma tímida, somente nas feiras realizadas pelos produtores familiares. Hoje





RELISE

192

estão ocupando prateleiras de grandes redes de supermercados (KNY *et. al.*, 2005).

Estudos realizados por diversos pesquisadores, em vários locais do Brasil (LIMA-FILHO e SILVA, 2012; BORGUINI e TORRES, 2006; GUIMARÃES *et. al.*, 2013), apontaram que os principais fatores limitantes no tocante à comercialização do produto orgânico no Brasil são: a baixa oferta de produtos no mercado, pouca diversidade de produtos e o preço praticado pelos estabelecimentos. No Brasil esse é um segmento novo, mas com grande potencial, tendo em vista uma gama de consumidores buscando uma alimentação saudável e melhor qualidade de vida (LIMA-FILHO e SILVA, 2012).

### *Consumidor orgânico*

Na sociedade contemporânea, onde prevalece o sistema capitalista, Epagri e Epagri (2007) apontam que existe uma tendência por parte do consumidor cada vez maior por alimentos mais saudáveis ecológicos, produzidos por sistemas limpos. Para os autores, tais alimentos ocuparam um nicho de mercado, que em sua maioria são consumidos por uma classe mais elevada de maior poder aquisitivo.

Num mercado de consumo tão segmentado, Trevizan e Casemiro (2009) colocam que nem todos têm a mesma propensão a consumir, não é conveniente tratar o consumidor de forma equiparada, como se todos participassem da mesma classe social, tivessem as mesmas crenças e costumes, isolando fatores como gênero, idade, renda, escolaridade e cultura.

Ainda Trevizan e Casemiro (2009) enfatizam que parte considerável da sociedade declara ser consumidor de orgânicos. Em pesquisa realizada em Foz do Iguaçu, no estado do Paraná, mais de 60% dos que foram entrevistados afirmaram consumir alimentos oriundos da agricultura orgânica (SILVA, 2009).





RELISE

193

Pesquisa realizada no estado do Rio Grande do Norte (CUENCA *et. al.*, 2007) constatou que mais de 70% dos entrevistados consomem diariamente alimentos orgânicos e pouco mais de 27% consomem esporadicamente.

Em pesquisa na cidade de Curitiba-PR, aplicada por Rucinski e Brandenburg (2002), das pessoas que responderam ao questionário, mais de 80% afirmaram ser consumidores de alimentos orgânicos com regularidade e apenas 11,8% o fazem ocasionalmente.

No município de Campo Grande no Mato Grosso do Sul, Lima-Filho e Silva (2012) investigaram que os que afirmaram não consumir alimentos orgânicos totalizaram pouco mais de 25%. Já em Vitória da Conquista, no estado da Bahia, esse percentual caiu para 16% (TREVIZAN e CASEMIRO, 2009)

Em Foz do Iguaçu no Paraná, Silva (2009) constatou que o número de pessoas chega próximo de 40%, referente àquelas que não consomem alimentos orgânicos, onde desses quase 40%, apenas 8,5% não têm nenhum interesse em consumi-los, mostrando assim a falta de conhecimento em relação aos produtos orgânicos.

Já em Teresina, no Piauí, Teixeira (2006) revelou que o percentual dos entrevistados que responderam não consumir alimentos orgânicos naquela capital, representou pouco mais de 27%. Mostrando assim uma forte tendência por parte dos consumidores conscientes. Para Lima-Filho e Silva (2012), esses percentuais vão variar de região para região, de estado para estado. Para o autor, tem que ser levado em consideração fatores como economia, nível de escolaridade, renda e as diversas culturas.

Pesquisas realizadas em diversas partes do mundo apontam que os consumidores de alimentos orgânicos, percebem tais alimentos como sendo mais saudáveis e com grande valor nutricional em relação aos alimentos convencionais. Lima-Filho e Silva (2012) acreditam que isso se dá por estarem



RELISE

194

isentos de agrotóxicos e ao mesmo tempo não estejam agredindo o meio ambiente. Os meios de comunicações têm contribuído fortemente para que a sociedade perceba os inúmeros benefícios que trazem os alimentos orgânicos, e isso tem feito com que consumidores aderissem a tal forma de alimentar-se (BORGUINI e TORRES, 2006).

Para Archanjo, Brito e Sauerbeck (2001), o crescimento do consumo de alimentos orgânicos não é devido somente ao valor nutricional, e sim pelos inúmeros benefícios que lhes são atribuídos pelos consumidores. Conforme Kny *et. al.* (2005), os alimentos orgânicos vêm tendo uma grande aceitação do consumidor, mesmo que introduzido há tão pouco tempo no mercado brasileiro. Isso mostra uma nova tendência do mercado, que cada vez mais vem crescendo numa busca de vida saudável por parte do consumidor.

Essa comercialização inicialmente era reservada somente a feiras livres de orgânicos. Hoje os produtos orgânicos já estão ocupando prateleiras de supermercados nas grandes cidades, evidenciando a expansão do comercio interno de orgânico no Brasil (KNY *et. al.*, 2005)

As mulheres conseguem influenciar na decisão de compra de alimentos. “A pesquisa confirma que as mulheres são mais influentes do que os homens na compra de alimentos e, portanto, no consumo de Alimento Orgânico” (TREVIZAN e CASEMIRO, 2009, p. 8). Pesquisas realizadas por diversos autores (DELIZA, 2005; TREVIZAN e CASEIRO, 2009; RUCINSKI e BRANDENBURG, 1999) apontam que as mulheres são responsáveis pela grande parte do consumo de alimentos orgânicos e que conseguem influenciar na alimentação da família.

Pesquisa realizada por Deliza *et. al.* (2005) comprova que os homens pouco consomem alimentos orgânicos, por não ter segurança que tais produtos são oriundos do sistema de produção orgânica. Isso se dá por a mulher ainda ser a principal responsável por adquirir alimentos pra família, e com isso



RELISE

consegue influenciar na escolha por alimentos mais saudáveis (LIMA-FILHO e SILVA, 2012).

Pesquisas apontam que a maior parte dos consumidores orgânicos está inserida numa faixa etária entre 30 e 50 anos, evidenciando que os consumidores são pessoas mais maduras e experientes que optam por uma alimentação mais saudável (VÁSQUEZ, BARROS e SILVA, 2008; RUCINSKI e BRANDENBURG, 2002; REZENDE, BARROS e SMITH, 2011; MEIRELES *et al.*, 2016; LOMBARDI, MOORI e SATO, 2008). No entanto Trevizan e Casemiro (2009) mostram que nem sempre isso acontece. Resultados de pesquisa realizada em Vitória da Conquista contrapõem resultados de outras pesquisas, no que diz respeito à faixa etária dos consumidores de alimentos orgânicos.

Um fator que é levado em consideração para o consumo de alimentos orgânicos é a escolaridade. Quanto mais elevado o nível de escolaridade do consumidor, maior será o entendimento e, conseqüentemente, maior será a propensão a consumir tais produtos (TREVIZAN e CASEMIRO, 2009)

Isso foi percebido por Lima-Filho e Silva (2012) quando os consumidores apresentavam elevado nível de escolaridade e renda, os mesmos avaliavam os alimentos orgânicos como sendo mais nutritivos, saudáveis e ecologicamente corretos. Para o autor existe uma relação diretamente proporcional entre escolaridade e percepção dos orgânicos.

Assim como o fator escolaridade, a renda também vem sendo um fator decisivo no consumo de alimentos orgânicos. Não diferentemente do nível de escolaridade, existe uma relação diretamente proporcional entre renda e percepção dos consumidores. Lima-Filho e Silva (2012) afirmam que a relação entre, renda e percepção é diretamente proporcional, quanto mais elevada a renda da sociedade, melhor será a percepção para os benefícios dos orgânicos. Por conseguinte maior será a propensão a consumir alimentos



RELISE

orgânicos. Isso foi o que alguns estudos comprovaram (TREVIZAN e CASEMIRO, 2009; RUCINSKI, 1999; LIMA-FILHO e SILVA, 2012).

Trevizan e Casemiro (2009) enfatizam que na relação consumo de orgânico, renda e escolaridade, existe uma complexidade muito mais além do que se mostra em outros estudos. Outro fato que deve ser levado em consideração é a conscientização dos consumidores em relação aos produtos orgânicos por considerá-los saudáveis. Pesquisas mostram que o consumidor de alimentos orgânicos associa tal produto a uma vida mais saudável e a uma alimentação segura e, conseqüentemente, isso trás uma qualidade de vida melhor (CUENCA, 2007; DAROLT, 2003; BORGUINI e TORRES, 2006). Trevizan e Casemiro (2009) defendem que só depois é que os consumidores de orgânicos associam tais produtos a outros fatores, como meio ambiente, sabor dos alimentos e geração de emprego, evidenciando assim o principal motivo de tal consumo. Epagri e Epagri (2007) argumentam que consumidores de alimentos orgânicos são mais preocupados consigo mesmo do que com aspectos socioambientais.

Borguini e Torres (2006) constataram em sua pesquisa que uma parcela dos consumidores de alimentos orgânicos mantinha essa prática de consumo devido a alguma prescrição médica, evidenciando que a percepção de tais consumidores tinha uma relação com a saúde do individuo. Ainda para o autor, essa parcela de consumidores acredita estar investindo na própria saúde, mesmo que desembolse mais caro do que para comprar alimentos convencionais, isso devido ao custo-benefício do produto. Devido ao cuidado com a saúde, boa parte dos consumidores de produtos orgânicos opta por alimentos mais saudáveis (ARCHANJO, BRITO e SAUERBECK, 2001).

Ao se referir à preservação ambiental, Lima-Filho e Silva (2012) destacam que alguns consumidores de orgânicos acreditam consumi-los, por estar beneficiando a si próprio e ao meio ambiente por se tratar de um sistema



RELISE

de produção inofensivo à natureza. Evidenciando assim o cuidado com a saúde e a preservação do meio ambiente.

Grande parcela dos consumidores de produtos orgânicos tem uma ligação direta com causas socioambientais. Trevizan e Casemiro (2009) constataram que na sua maioria os consumidores de alimentos orgânicos não estão ligados a causas ambientais, como tem se observado em outros estudos. Pois quem defende causas ambientais, geralmente tem propensão a consumir duas vezes mais alimentos orgânicos em relação aos outros.

Pessoas envolvidas em causas socioambientais tendem a serem consumidores de alimentos orgânicos. Isso é o que mostra Lima-Filho e Silva (2012) que constataram que mais de 60% dos entrevistados disseram participar de causas sociais.

Segundo Lima-Filho e Silva (2012), os que dizem consumir alimentos orgânicos com frequência têm uma percepção diferenciada dos demais, no que diz respeito ao preço e a marca do produto. Tais consumidores classificam os produtos orgânicos como sendo mais baratos que os convencionais. Isso se dá pelo fato desses consumidores terem o hábito de consumi-los diariamente e associarem a esse consumo uma relação de benefício-custo.

Conhecer as características dos consumidores dos mais variados nichos de mercado é estratégico para se ofertar um produto de qualidade para seu público alvo. Assim como nos outros segmentos, também se faz necessário focar no perfil do consumidor de produtos orgânicos e, conseqüentemente, nos seus critérios decisórios para determinado consumo.

## **METODOLOGIA**

O presente trabalho foi realizado no período de agosto a novembro de 2016, no Município de Lavras da Mangabeira-CE. Quanto à natureza da pesquisa, ela caracterizou-se como sendo básica, pois para Gil (2010) a



RELISE

198

pesquisa básica gera novos conhecimento e avanço da ciência, não tem aplicação de imediato, mas são voltadas para uma solução de determinado problema prático. No que tange aos seus objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratória, pois para o mesmo autor, a pesquisa exploratória traz consigo uma familiaridade com o problema abordado. Sua abordagem foi de cunho quantitativo, por ser algo mensurável e tabulado.

O estudo envolveu a realização de uma pesquisa de campo, que transcorreu em meados de outubro do corrente ano. O instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário estruturado com questões fechadas. Como parâmetro de resposta do referido questionário, utilizou-se a escala de Lickert, onde se pode medir o grau de percepção a respeito dos Produtos Orgânicos no centro comercial de Lavras da Mangabeira-CE.

A população da pesquisa compôs-se pelos consumidores de alimentos do segmento de hortifrutigranjeiro de cinco casas de frutas do município de Lavras da Mangabeira-CE, mais precisamente do centro comercial da cidade. A amostragem utilizada foi não probabilística, o questionário foi aplicado por conveniência, onde se utilizou o critério de escolha dos entrevistados a partir de dados fornecidos pelos proprietários dos estabelecimentos, chegando-se ao número de 20 entrevistados por estabelecimento, onde seriam entrevistados aqueles que se direcionavam às gondolas de hortifrutigranjeiro, e alcançou-se o total de 100 entrevistados. Para participarem da pesquisa, adotaram-se três critérios de inclusão: estar residindo no município de Lavras da Mangabeira-CE, ter idade igual ou superior a 18 anos e querer responder o questionário. A tabulação dos dados envolveu a utilização do programa da Microsoft Excel versão 2010 e a análise se deu mediante a distribuição de frequência.



RELISE

199

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

A seguir, será desenvolvida a análise dos resultados obtidos na pesquisa junto aos investigados e suas respectivas discussões.

**Tabela 01 – Caracterização dos investigados quanto alguns aspectos sociais.**

Indicadores	Parâmetros	Fr (%)
Sexo	Masculino	43
	Feminino	57
Faixa Etária	Menos de 20 anos	11
	De 20 a 25 anos	27
	De 26 a 35 anos	23
	De 36 a 40 anos	9
	Mais de 40 anos	30
Grau de Escolaridade	Alfabetizado	2
	Ensino fundamental incompleto	11
	Ensino fundamental completo	3
	Ensino Médio incompleto	6
	Ensino Médio completo	24
	Superior incompleto	30
	Superior completo	14
Renda Familiar Mensal	Pós-graduado	10
	Até 1 salário mínimo	52
	Entre 1 e 2 salários mínimo	25
	Entre 2 e 3 salários mínimo	15
	Entre 3 e 4 salários mínimo	5
	Acima de 5 salários mínimo	3
Total de questionários aplicados: 100		

Fonte: Dados do estudo (2016).

A tabela 01 mostra a caracterização dos consumidores de hortifrutigranjeiro investigados quanto alguns aspectos sociais. Nota-se que a maioria dos mesmos é do sexo feminino (57%), essa representatividade do sexo feminino também foi evidenciada em diversos estudos que apontaram as mulheres como responsáveis pela grande parte do consumo das famílias e que conseguem influenciar na decisão de compra de alimentos (LIMA-FILHO e





RELISE

200

SILVA, 2012; DELIZA, 2005; TREVIZAN e CASEIRO, 2009; RUCINSKI e BRANDENBURG, 1999).

Em termos de faixa etária, verifica-se que a representatividade foi bem distribuída, variando de menos de 20 anos a mais de 40 anos. A maior representatividade ocorreu na faixa de acima de 40 anos (30%) e nota-se que 50% dos investigados estão na faixa etária de 20 a 35 anos. Pesquisas anteriormente realizadas, constataram que a maior parte dos que consomem ou têm tendência a consumir orgânicos está inserida numa faixa etária entre 30 e 50 anos, evidenciando que os mesmos são pessoas mais maduras e experientes que optam por uma alimentação mais saudável (VÁSQUEZ, BARROS e SILVA, 2008; RUCINSKI e BRANDENBURG, 2002; REZENDE, BARROS e SMITH, 2011; MEIRELES *et. al.*, 2016; LOMBARDI, MOORI e SATO, 2008). No entanto Trevizan e Casemiro (2009) mostram que nem sempre isso acontece. Em pesquisa realizada pelos mesmos, em Vitória da Conquista/BA, contrapõem resultados de pesquisas já mencionadas, no que diz respeito à faixa etária dos consumidores de produtos orgânicos. Por isso os orgânicos foram tão bem avaliados por pessoas dessa faixa etária de 20 a 35 anos.

Quanto ao nível de escolaridade, a maior concentração está no ensino superior com representatividade de 44%. Considerando essa mesma linha de análise com relação aos níveis observa-se que: ensino fundamental corresponde a 14% e ensino médio a 30%. Um fator que é levado em consideração para o consumo de alimentos orgânicos é o nível de escolaridade. Segundo Trevizan e Casemiro (2009), quanto mais elevado o nível de escolaridade do consumidor, maior será o entendimento e, conseqüentemente, maior será a propensão a consumir tais produtos.

Já quanto à renda familiar, esta variou de até 1 salário a acima de 5 salários mínimo. Nota-se que a maioria (52%) dos investigados tem uma renda



RELISE

201

mensal de até 1 salário mínimo e 40% recebem entre 1 e 3 salários mínimo. Assim como o fator escolaridade, a renda também vem sendo um fator decisivo no consumo de alimentos orgânicos. Não diferentemente do nível de escolaridade, existe uma relação diretamente proporcional entre renda e percepção dos consumidores. Para Lima-Filho e Silva (2012), a relação entre renda e percepção é diretamente proporcional, quanto mais elevada a renda da sociedade, melhor será a percepção para os benefícios dos orgânicos. Conseqüentemente maior será a propensão a consumir produtos orgânicos. Isso foi o que alguns estudos comprovaram (TREVIZAN e CASEMIRO, 2009; RUCINSKI, 1999; LIMA-FILHO e SILVA, 2012).

Tabela 02. Nível de entendimento dos investigados quanto aos produtos orgânicos.

Enquete	Parâmetros - Fr (%)				
	Discord. Totalm.	Discord. parcialm.	Indecis.	Concord. totalm.	Concord. parcialm.
5. Você concorda que os alimentos orgânicos possuem menos agrotóxicos do que os convencionais?	6	7	18	58	11
6. Você concorda que os alimentos orgânicos possuem mais nutrientes do que os alimentos convencionais?	4	4	15	59	18
7. Você concorda que o sistema de produção orgânico polui mais do que o sistema de produção convencional?	54	17	14	12	3
8. Você concorda que o agrotóxico é um produto químico que é usado no cultivo de alimentos visando combater as pragas?	7	11	13	57	12
9. Você concorda que o agrotóxico não traz nenhum prejuízo para o consumo humano de alimento produzido?	64	18	7	8	3
Total de questionários aplicados = 100					

Fonte: Dados do estudo (2016).



RELISE

202

Quanto ao nível de entendimento dos investigados, a avaliação dos mesmos foi satisfatória, pois as respostas foram dentro do que se espera. Onde, a avaliação dos mesmos foi positiva aonde almejava que fosse positiva, e a avaliação foi negativa por parte dos investigados aonde se esperava que fosse negativa.

Os entrevistados foram questionados se os produtos orgânicos possuem menos agrotóxicos do que os convencionais. Observou-se que a maior representatividade dos entrevistados (58%) afirmou concordar totalmente e 11% concordou parcialmente, totalizando assim os que concordaram 69% dos entrevistados. A minoria (13%) discordou, sendo que só 6% discordaram totalmente e 7% discordou parcialmente. Evidenciando assim o conhecimento da grande maioria no que diz respeito ao uso de agrotóxico no produto orgânico e os que *'indeciso'* obteve uma representatividade de 18%. Deixando claro que a maior parte dos entrevistados tem conhecimento de que os produtos orgânicos não possuem agrotóxicos, ao contrario dos convencionais, que trazem na sua composição taxas elevadas de contaminação por resíduos de agrotóxicos, indo de encontro ao que DAROLT (2003) constatou em sua pesquisa anteriormente citada.

Quando questionado se os produtos orgânicos possuem mais nutrientes que os convencionais, o número de investigados que afirmaram concordar aumentou de 69% para 77% em relação ao questionamento anterior, sendo que 59% concordaram totalmente e 18% concordaram parcialmente. Os que discordaram representaram 8%, sendo 4% discordaram totalmente e os outros 4% *discordaram parcialmente*. E os que ficaram indecisos caíram para 15% em relação à enquete passada. Evidenciando o conhecimento do valor nutricional dos produtos orgânicos por parte considerável dos investigados. Corroborando com Darolt (2003) quando o mesmo constatou que os produtos



RELISE

orgânicos possuem maior concentração de nutrientes em relação aos produtos convencionais.

Ao serem questionados a respeito do sistema de produção orgânica poluir mais do que o sistema de produção convencional, percebe-se uma representatividade considerável, mesmo que comparado ao resultado da enquete anterior tenha caído, os que discordaram que o sistema orgânico de produção polui mais do que o sistema convencional foi representante (71%), na qual a maior representatividade ocorreu nos que discordaram totalmente (54%), e os que discordaram parcialmente 17%. Já os que afirmaram *concordar totalmente* totalizaram 12% e os que afirmaram *concordar parcialmente* atingiram apenas 3%, somando assim 15% os que concordaram que o sistema de produção orgânico polui mais do que o convencional. Já os *indecisos* obteve a parcela de 14%. Indo de encontro ao que Santos e Monteiro (2004) atestam em estudos realizados por eles e anteriormente mencionados.

No tocando ao cultivo de hortifrutigranjeiro com o manuseio de agrotóxicos, os investigados foram indagados se tais produtos químicos são usados no cultivo de alimentos visando o combate a pragas. Dos investigados, 69% afirmaram concordar, sendo que 57% concordaram totalmente e 12% *concordaram parcialmente*. 11% discordaram totalmente e 7% discordaram parcialmente, totalizando 18%. Os que ficaram indecisos totalizaram 13%. Observa-se que mais da metade (69%) concordou que os agrotóxicos são produtos químicos utilizados nas lavouras no combate as pragas. E ainda afirmaram na enquete posterior, discordar de que os agrotóxicos não trazem nenhum prejuízo para o ser humano ao consumir alimentos com produtos químicos. Quando 82% dos entrevistados afirmaram discordar, sendo que discordaram totalmente 64% e os que discordaram parcialmente foram 18%. Os que concordaram foram 11%, sendo 8% concordaram totalmente e 3% concordaram parcialmente e os indecisos somaram apenas 7%. Mostrando que



RELISE

204

os consumidores de hortifrutigranjeiro são conhecedores dos prejuízos que os agrotóxicos trazem para o consumo humano. Isso ocorre no que Santos e Monteiro (2004) sustentam que o consumo de alimentos contendo resíduos de agrotóxicos pode trazer problemas sérios a saúde a médio e longo prazo, tais como: doenças hepáticas (cirroses), oftalmológicos, distúrbios do sistema nervoso central, do sistema reprodutivo, câncer e efeitos mutagênicos e teratogênicos. Existe ainda uma variedade de sintomas e suas características são individuais, manifestando-se em alguns indivíduos na forma de fadiga, em outros, como dor de cabeça ou dores articulares, depressão, dores musculares, alergia, distúrbios digestivos, etc.

**Tabela 03. Posição dos investigados quanto ao consumo de produtos orgânicos**

Enquete	Parâmetros - Fr (%)		
	Nunca	Às Vezes	Sempre
10. Em uma situação em que você tenha a opção de produto orgânico e convencional, você optaria pelo orgânico?	4	34	62
11. Considerando a questão do uso de venenos no cultivo de alimentos, você consumiria produto orgânico mesmo custando mais caro que o convencional?	15	46	39
12. Em se tratando de aquisição de hortifrutigranjeiro, o preço é o fator que você leva em consideração para efetuar a compra?	10	67	23
Total de questionários aplicados = 100			

Fonte: Dados do estudo (2016).

A tabela 03 mostra a posição dos investigados quanto ao consumo de produtos orgânicos. Em relação à posição dos mesmos, foram questionados quanto à preferência, quanto ao custo-benefício e por fim quanto ao fator preço no ato da compra.

Em função das enquetes, nota-se a mesma tendência de padrão de respostas, ou seja, variou de às vezes a sempre. Em se tratando da situação



RELISE

205

de se optar por produtos orgânico e convencional, observa-se que foi satisfatória visto que variou de às vezes a sempre equivalente a 96%.

Com relação à percepção dos danos causados por alimentos cultivados com agrotóxicos em relação ao preço do orgânico, nota-se que 46% dos investigados consumiria às vezes mesmo com o preço superior do convencional e quando analisado conjuntamente com o parâmetro sempre, essa representatividade equivale à 85%.

No que tange ao posicionamento dos investigados quanto à aquisição de hortifrutigranjeiro, constatou-se que o fator preço às vezes influencia a aquisição dos mesmos e no contexto geral, para 90% dos investigados essa influência ocorre 'às vezes' e 'sempre'.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente trabalho almejou verificar a percepção dos consumidores do segmento de hortifrutigranjeiro quanto ao consumo de produtos orgânicos no município de Lavras da Mangabeira/CE. Os objetivos propostos foram alcançados, no que tange à caracterização dos investigados quanto alguns aspectos sociais, no que se refere ao entendimento por parte dos mesmos, os consumidores detêm um conhecimento superficial, visto que a avaliação dos mesmos foi satisfatória, ao avaliarem positivamente quando necessária e negativamente quando se esperava.

Os investigados em sua maioria mostraram conhecer o conceito de produto orgânico, ao perceberem como um produto mais saudável e ecologicamente correto. Porém, tal discurso não é colocado em prática pelos mesmos, evidenciando assim conhecer superficialmente os produtos orgânicos, as avaliações positivas ocorreram, em sua maioria, com aqueles que possuem formação escolar mais elevada.



RELISE

206

Apesar de mostrarem conhecer o conceito de sistema de produção orgânico, no que tange aos benefícios e contribuição do produto orgânico para a saúde humana e ambiental, os consumidores pesquisados se posicionaram favorável ao consumo de produtos orgânicos, mas quase a totalidade (90%) dos investigados disseram levar em consideração o fator preço no momento da compra de hortifrutigranjeiro, mostrando que em sua grande maioria não existe a preocupação com a qualidade do produto ofertado, muito menos com o benefício.

Com isso, percebe-se a necessidade da disseminação do sistema de produção orgânico como uma alternativa sustentável, tanto para os produtores, como para os consumidores, que acabam se tornando reféns do sistema de produção convencional, atualmente vigente no país.

## REFERÊNCIAS

ARCHANJO, L. R.; BRITO, K. F. W. de; SAUERBECK, S. Alimentos Orgânicos em Curitiba: consumo e significado. **Cadernos de Debate**, v. 8, p. 1-6, 2001. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/nepa/publicacoes/san/2001/VIII/docs/alimentos-organicos-em-curitiba-consumo-e-significado.pdf>>. Acessado em: 15 mar. 2016.

BRASIL. **Lei Federal nº 10.831 de 23 de dezembro de 2003** - presidência da República. 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)>. Acessado em: 20 jun. 2016.

BRASIL. **Decreto nº 6.323 de 27 de dezembro de 2007** – Presidência da República. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2007/Decreto/D6323.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/Decreto/D6323.htm)>. Acessado em: 20 jun. 2016.

BRASIL. **Decreto nº 6.913 de 23 de julho de 2009** – Presidência da República. Disponível em: <[http://www.agricultura.gov.br/arq\\_editor/file/Desenvolvimento\\_Sustentavel/Organicos/Produtos%20Fitossanit%C3%A1rios/Home/decreto\\_6913\\_de\\_23-07-2009.pdf](http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/Desenvolvimento_Sustentavel/Organicos/Produtos%20Fitossanit%C3%A1rios/Home/decreto_6913_de_23-07-2009.pdf)>. Acessado em: 20 jun. 2016.





RELISE

207

BORGUINI, R. G.; TORRES, EAFS. Alimentos orgânicos. **TORRES, EAFS Alimentos em questão. São Paulo: Ponto Crítico**, v. 2, p. 184, 2006. Disponível em: <file:///C:/Users/Cadunico03/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/X6CY7090/Alimentos\_Organicos\_Qualidade\_Nutritiva\_e\_Seguranc.pdf>. Acessado em: 20 Jun. 2016.

DAROLT, M. R. As principais correntes do movimento orgânico e suas particularidades. **DAROLT, MR Agricultura orgânica: inventando o futuro. Londrina: IAPAR**, p. 18-26, 2002. Disponível em: <http://cursos.infobibos.com/cursosonline/Aulas/Agrorganica/Aula3/AS%20PRINCIPAIS%20CORRENTES%20DO%20MOVIMENTO%20ORG%20C3%82NICO%20E%20SUAS%20PARTICULARIDADES.pdf>. Acessado em: 09 maio 2016.

DAROLT, M. R. Cenário internacional: situação da agricultura orgânica em 2003. **Londrina: IAPAR**, 2003. Disponível em: <http://www.iapar.br/arquivos/File/zip\_pdf/Darolt%20-%20Atualiza%20Agric[1].Org.%20Mundo%202003.pdf>. Acessado em: 16 jun. 2016.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GUIMARÃES, I. L. R. et al. "Produtos orgânicos: como os consumidores os veem?." **Revista Brasileira de Administração Científica** 4.1 (2013): 50-61. Disponível em: <http://www.sustenere.co/journals/index.php/rbadm/article/view/ESS2179-684X.2013.001.0004>. Acessado em: 09 maio 2016.

GUIVANT, J. S. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. **Ambiente & sociedade**, v. 6, n. 2, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/%0D/asoc/v6n2/a05v06n2.pdf>. Acessado em: 09 maio 2016.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agropecuário 2006**. Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/51/agro\_2006.pdf>. Acessado em: 01 maio 2016.

KNY, M. A. et al. Análise dos valores pessoais dos produtores de produtos orgânicos. In: **XLIII Congresso da sociedade brasileira de economia e**



RELISE

208

**sociologia rural (sober)**. 2005. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/2/874.pdf>. Acessado em: 01 mar. 2016.

LIMA-FILHO, D. de O.; QUEVEDO-SILVA, F. Percepção do consumidor sobre produtos orgânicos. **REMark**, v. 11, n. 1, p. 29, 2012. Disponível em: [http://www.revistabrasileiramarketing.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/article/view/2297/pdf\\_45](http://www.revistabrasileiramarketing.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/article/view/2297/pdf_45). Acessado em: 09 Maio 2016.

LOMBARDI, M. F. S.; SATO, G. S.; MOORI, R. G. Estudo do Mercado para produtos orgânicos através da análise fatorial. In: **Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, Minas Gerais, Brasil**. 2003. Disponível em: [http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:Wnxbs7g37rsJ:scholar.google.com/&hl=pt-BR&as\\_sdt=0,5](http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:Wnxbs7g37rsJ:scholar.google.com/&hl=pt-BR&as_sdt=0,5). Acessado em: 10 maio 2016.

LOMBARDI, M. S.; MOORI, R. G.; SATO, G. S. Um estudo exploratório dos fatores relevantes na decisão de compra de produtos orgânicos. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 5, n. 1, 2008. Disponível em: <http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/RAM/article/viewFile/46/2018> >. Acessado em: 01 mar. 2016.

MEIRELES, B. O. et al. Perfil Socioeconômico dos Consumidores de Restaurantes em Relação À Valorização de Produtos Orgânicos: Uma Análise Comparativa. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade-GeAS**, v. 5, n. 1, p. 33-44, 2016. Disponível em: <http://www.revistageas.org.br/ojs/index.php/geas/article/view/341> > Acessado em: 09 maio 2016.

REZENDE, F. A.; BARROS, D. L.; SMITH, J. O. Percepção de consumidores sobre produtos orgânicos em lavras/mg: resultados de pesquisa exploratória. **Norte Científico**, v. 6, n. 1, p. 16, 2012. Disponível em: <http://wilikit.ifrr.edu.br/SISTEMAS/revista/index.php/revista/article/viewFile/245/133>>. Acessado em: 16 jun. 2016.

RUCINSKI, J.; BRANDENBURG, A. Consumidores de alimentos orgânicos em Curitiba. **ENCONTRO DA ANPPAS**, v. 1, 2002. Disponível em: [http://www.anppas.org.br/encontro\\_anual/encontro1/gt/agricultura\\_meio\\_ambiente/Jeanne%20Rucinski.pdf](http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro1/gt/agricultura_meio_ambiente/Jeanne%20Rucinski.pdf)>. Acessado em: 10 maio 2016.

SILVA, M. de C. F. e. Perfil dos consumidores de produtos hortifrutigranjeiros orgânicos em supermercados da cidade de Foz do Iguaçu/PR. 2009.



RELISE

209

Disponível em: <<http://www.udc.edu.br/monografia/monoamb38.pdf>>. Acessado em: 23 mar. 2016.

TEIXEIRA, M. A. de C. M. Gestão ambiental e competitividade: um estudo sobre os fatores que afetam a decisão de compra de produtos orgânicos na cidade de Teresina-PI. 2006. Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/15094>>. Acessado em: 11 jun. 2016.

TREVIZAN, S. D. P.; CASEMIRO, A. D. Consumidores de produtos orgânicos em Vitória da Conquista, Bahia. In: **International Workshop Advances in Cleaner Production**. São Paulo. 2009. Disponível em: <<http://www.advancesincleanerproduction.net/second/files/sessoes/4b/2/s.%20d.%20p.%20trevisan%20-%20resumo%20exp.pdf>>. Acessado em: 01 mar. 2016.

VÁSQUEZ, S. F.; BARROS, J. D. de S.; DA SILVA, M. de F. P. Agricultura orgânica: Caracterização do seu consumidor em Cajazeiras-PB. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v. 3, n. 1, 2008. Disponível em: <<http://gvaa.com.br/revista/index.php/RVADS/article/view/75/75>>. Acessado em: 09 maio 2016.



RELISE

210

**APÊNDICE 01** – Questionário utilizado para a coleta de dados no estudo.

## QUESTIONÁRIO

Prezado participante,

O presente questionário é parte integrante na realização de uma pesquisa para elaboração de um Trabalho de Conclusão do Curso – TCC do curso de Administração, pela Faculdade Vale do Salgado - FVS, sob a orientação do Professor Msc. João José Anselmo dos Santos. A pesquisa tem como título **A percepção dos consumidores do segmento de hortifrutigranjeiro quanto ao consumo de produtos orgânicos no município de Lavras da Mangabeira-CE**, e o objetivo geral da mesma é verificar a percepção do consumidor do segmento de hortifrutigranjeiro quanto ao consumo de produtos orgânicos no município de Lavras de Mangabeira-CE. Salienta-se ainda que as informações aqui apresentadas serão utilizadas exclusivamente para fins de pesquisa, e todos os dados serão tratados com confidencialidade, mesmo não havendo necessidade de identificar-se. Contamos com a sua colaboração!

1. Sexo:

Masculino  Feminino

2. Faixa etária:

Menos de 20 anos  De 20 a 25 anos  De 26 a 35 anos  De 36 a 40 anos  Mais de 40 anos

3. Grau de Escolaridade:

Alfabetizado  Ensino fundamental incompleto  Ensino fundamental completo  Ensino Médio incompleto  Ensino Médio completo  Superior incompleto  Superior completo  Pós-graduado

4. Renda familiar mensal:

Até 1 salário mínimo  1 < 2 salários mínimo  2 < 3 salários mínimo  3 < 4 salários mínimo  Acima de 5 salários mínimo

5. Você concorda que os alimentos orgânicos possuem menos agrotóxicos do que os convencionais.

Discordo Totalmente  Discordo parcialmente  Indeciso  Concordo totalmente  Concordo parcialmente.

6. Você concorda que os alimentos orgânicos possuem mais nutrientes do que os alimentos convencionais.

Discordo Totalmente  Discordo parcialmente  Indeciso  Concordo totalmente  Concordo parcialmente.

7. Você concorda que o sistema de produção orgânico polui mais do que o sistema de produção convencional.

Discordo Totalmente  Discordo parcialmente  Indeciso  Concordo totalmente  Concordo parcialmente.



RELISE

211

8. Você concorda que agrotóxico é um produto químico que é usado no cultivo de alimentos visando combater as pragas?

Discordo Totalmente  Discordo parcialmente  Indeciso  Concordo totalmente  Concordo parcialmente.

9. Você concorda que uso de agrotóxico não traz nenhum prejuízo para o consumo do alimento produzido?

Discordo Totalmente  Discordo parcialmente  Indeciso  Concordo totalmente  Concordo parcialmente.

10. Em uma situação em que você tenha a opção de produto orgânico e convencional, você optaria pelo orgânico:

Nunca  Às vezes  Sempre

11. Considerando a questão do uso de venenos no cultivo de alimentos, você consumiria produto orgânico mesmo custando mais caro que o convencional:

Nunca  Às vezes  Sempre

12. Em si tratando de aquisição de hortifrutigranjeiro o preço é o fator que você sempre leva em consideração para efetuar a compra?

Nunca  Às vezes  Sempre