



Alimentos orgânicos: a opinião de consumidores de um município no sudoeste do Paraná

Alane Marília Garcia¹, Rozane Aparecida Toso Bleil² e Jucieli Weber³

O presente estudo procurou conhecer a opinião dos consumidores de um município de pequeno porte da região sudoeste do Paraná em relação aos alimentos orgânicos, buscando identificar os fatores que possam interferir na sua aquisição e no consumo. Utilizou-se como instrumento para coleta de dados um questionário elaborado para este fim a partir de outros estudos já realizados e um questionário socioeconômico. A maioria dos participantes da pesquisa era adulta (86%; n=327), do gênero feminino (77%; n=294), residia na área urbana do município (80%; n=308) e o nível de escolaridade concentrou-se no ensino superior (42%; n=159). Quanto ao conhecimento sobre alimentos orgânicos, 96% (n=368) os entrevistados relataram que conhecem tais alimentos e o critério mais importante para sua aquisição é “fazer bem a saúde” (55%; n=211). Por outro lado, foi destacada a existência de poucos locais para adquiri-los (64%; n= 245), prevalecendo, assim, o baixo consumo pelo grupo (53%; n= 205). A maioria respondeu que confia 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 de orgânicos 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.

Organic foods: the opinion of consumers of a municipality in southwestern Paraná

The present study searched to know the opinion of consumers of a small city in the southwest region of Paraná in relation of organic foods, trying to identify factors that may interfere in purchase and consumption. It was used for data collection a questionnaire prepared for this purpose from other studies already carried out and a socioeconomic questionnaire. Most of the participants were adult (86%; n = 327), female (77%; n = 294), lived in the urban area of the municipality (80%; n = 308) and their educational level was concentrated on higher education (42%; n = 159). As for knowledge about organic foods, 96% (n = 368) reported that know about these foods and the most important criterion for their acquisition that it is good for health (55%; n = 211). On the other hand, stood out the existence of some places to purchase them (64%; n = 245), thus prevailing the low consumption by the group (53%; n = 205). Most of people answered that trust a lot in universities (76%; n = 291) and nutritionists (77%; n = 294) as a reference on the topic and over thirty per cent do not trust in media as agent makers of opinion (39%; n = 149). The main factor that interferes in purchase and consumption of organics is the lack of places to sale, which restrict the access to the population.

¹ Universidade Federal da Fronteira Sul, Brasil. 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. ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2565-0363>

² Universidade Federal da Fronteira Sul, Brasil. ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4135-350X>

³ Universidade Federal da Fronteira Sul, Brasil. ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5984-3593>

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

Submetido em: 24/01/2019

Aceito em: 25/07/2022

INTRODUÇÃO E OBJETIVOS

A busca por alimentos de origem orgânica tem aumentado em vários países, sendo motivada pela 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 causam danos à saúde da população^[1].

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^[2].

O interesse pelo consumo de produtos orgânicos está relacionado ao sabor, alimentação saudável, qualidade e preservação do meio ambiente^[3]. Segundo Silva & Silva (2016), a qualidade dos alimentos é um princípio de segurança alimentar e nutricional que traz 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^[4].

Para que os produtos orgânicos sejam comercializados é necessário que os mesmos estejam rotulados e certificados por autoridades da área. Para tanto, é preconizado que tenham o mínimo de contaminação por insumos externos, vindos do ambiente^[5].

Entre as décadas de 60 e 80, alguns pesquisadores iniciaram estudos sobre formas de cultivo e manejo de alimentos menos danosos ao meio ambiente. Por outro lado, buscava-se descobrir se as formas de cultivo convencional 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. Como consequência,

passou-se a dar atenção a formas orgânicas de produção, que se destacam pela forma sustentável e redução de impactos ambientais^[1].

Em torno de 90% dos agricultores orgânicos no país são classificados como pequenos produtores ligados a associações e grupos de movimentos sociais. Os demais 10% são representados pelos grandes produtores vinculados a empresas privadas. Alguns produtos *in natura* (principalmente hortaliças) são destinados à comercialização orgânica nacional, outros (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) são destinados à exportação^[3].

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), no Brasil, em 2018, existiam cerca de 16.300 propriedades, sendo 2.400 delas no estado do Paraná^[6]. O governo do Paraná possui um programa exclusivo, que é responsável pela certificação de produtos orgânicos no estado, chamado Programa Paraná Mais Orgânico^[7].

Alguns estudos tem buscado conhecer a opinião da população quanto ao consumo de alimentos orgânicos. Entre eles, a pesquisa realizada por Lima-Filho e Quevedo-Silva (2012) que mostrou que os entrevistados relatavam 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. Tais características constituem fatores determinantes para a aquisição de tais produtos, por serem decisivos para a garantia da saúde. Um fator negativo, que limitou a compra dos orgânicos, foi o menor preço de alimentos convencionais^[8].

Face ao exposto, esta pesquisa buscou conhecer a opinião dos consumidores em relação aos

produtos orgânicos em um município da região sudoeste do Paraná, a fim de identificar os fatores que possam interferir na aquisição e consumo dos mesmos.

MATERIAL E MÉTODOS

Trata-se de uma pesquisa de campo quantitativa, de caráter transversal.

A pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisas com Seres Humanos (CEPH) da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), sob o nº CAAE 65731917.7.0000.5564.

Para definição da amostra, utilizou-se a fórmula de Levine, Berenson e Stephan(2000)^[9], obtendo-se 383 indivíduos, tendo como base uma população de aproximadamente 17 mil habitantes (dados registrados pelo último censo realizado pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)^[10]. A pesquisa foi realizada em um município de pequeno porte do sudoeste do Paraná e os sujeitos foram abordados em três supermercados do município, além de alunos, servidores técnico-administrativos e docentes de uma Universidade Federal instalada no município pesquisado. Os sujeitos possuíam mais de 18 anos, aceitaram participar da pesquisa e assinaram o termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE).

Os aplicadores das entrevistas eram estudantes do curso de Nutrição, previamente treinados, os quais abordavam o público nos supermercados e na Universidade. Quanto aos instrumentos de coleta de dados, foi aplicado um questionário com 20 perguntas, sendo 19 objetivas e 1 descritiva, com o objetivo de delinear o perfil e o conhecimento dos pesquisados sobre o assunto. O instrumento foi elaborado pelos autores. Também foi aplicado um questionário identificado como “Critério de Classificação Econômica Brasil”, delimitado pela ABEP, em 2016^[11], o qual classifica as classes econômicas em seis níveis (A, B1, B2, C1, C2 e D–E). Para as análises, as classes foram agrupadas em A, B1+B2, C1+C2 e D-E. Quanto ao nível de escolaridade e para fins de análise, as respostas foram agrupadas em: completo + incompleto (ex.: médio incompleto + médio completo). De forma similar foram agrupados os níveis: analfabeto + ensino fundamental I + ensino fundamental II.

Os dados obtidos foram codificados, organizados em banco de dados e posteriormente elaborada análise descritiva, adotando-se frequências simples, médias e porcentagens. Foram elaboradas análises estatísticas por meio do programa GNU PSPP versão 3 (2007), utilizando-se testes de qui-quadrado, cruzando as variáveis “escolaridade” x “opinião dos consumidores” e “escolaridade” x “custo de alimentos”. Para todas as análises foi adotado $p \leq 0,05$ (nível de significância).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

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 ocorreu no período entre 17 de julho a 25 de agosto de 2017.

De acordo com a Tabela 1, a maioria dos participantes era adulta (86%; n=327), do gênero feminino (77%; n=294), que residia na área urbana do município (80%; n=308). A média de idade foi de 37,5 anos (DP=16,22; valor mínimo de 18 e máximo de 77 anos).

A predominância do gênero feminino também foi observada em outros estudos, como o realizado por Hoppe, Barcellos, Vieira e Matos^[12] e por Andrade e Bertoldi^[13] com resultados, respectivamente, de 78,9% e 76%. Entretanto, em outros estudos, pouco mais da metade (53%) dos entrevistados era do sexo feminino^[14], incluindo um estudo realizado na Malásia (59,4%)^[15] com amostra de conveniência, em que 288 consumidores em supermercados responderam um questionário que determinou o comportamento alimentar e a intenção de compra de produtos alimentícios orgânicos, o que se assemelha ao presente estudo.

O nível de escolaridade dos entrevistados se concentrou no Ensino Superior (42%; n=159), o que pode ser justificado pela pesquisa ter sido realizada com o envolvimento do público vinculado à Universidade. A classe econômica predominante entre pesquisados foi a classe “B” (45%; n= 173), seguida da classe “C” (43%; n=164) e as classes com menor frequência foram a classe “A” e “D-E”, ambas com 6% (n=23), como pode ser verificado na Tabela 1.

Tabela 1. Caracterização da população participante da pesquisa. 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 de residência		
Urbana	308	80
Rural	75	20
Escolaridade		
Analfabeto, Ensino Fundamental I e II	113	30
Ensino médio	111	29
Ensino superior	159	41
Classe econômica		
A	23	6
B	173	45
C	164	43
D-E	23	6

Na Tabela 2 é possível verificar o conhecimento do público em relação aos alimentos orgânicos e o perfil de compra. Em relação a este item, quase a totalidade dos pesquisados (96%; n=368) relatou que conhece tais alimentos. Tal resultado é semelhante ao estudo realizado em Goiânia – GO^[16], no qual 92,6% dos entrevistados responderam positivamente a questão. Este resultado deve-se especialmente à disseminação de informações acerca do assunto, além do aumento do consumo de alimentos orgânicos, instigados por resultados de estudos a respeito da contaminação ambiental e até mesmo possíveis riscos à saúde do ser humano representado pelos alimentos produzidos de forma convencional^[17].

Tabela 2. Conhecimento e opinião dos consumidores relativos aos alimentos orgânicos. Paraná, 2017

Variável	n	%
Conhecimento sobre os 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 dos alimentos orgânicos		
Alto	163	42
Moderado	152	40
Acessível	68	18
Divulgação de locais de venda		
Poucos locais	245	64
Alguns locais	61	16
Não existem locais	57	15
Muitos locais	20	5

Entre os critérios de compra para tais produtos, 55% (n=211) registraram “fazer bem a saúde” como o item mais importante, o que corrobora com os resultados obtidos por Barbosa *et al.* (2011)^[16] e Buzin (2016)^[18], que revelaram 61% e 58% dos entrevistados, respectivamente, com a mesma opinião. Autores como Moura, Nogueira e Gouvêa (2012)^[19] e Cavallet *et al.* (2013)^[20] relatam que os consumidores julgam que os alimentos orgânicos são menos prejudiciais a saúde por não conterem defensivos agrícolas e fertilizantes, aspectos decisivos para ampliar a segurança alimentar.

Ditlevsen, Sandøe e Lassen (2018) afirmam que os consumidores optam por alimentos orgânicos por acreditarem que são benéficos para a saúde. Os autores desenvolveram o estudo na Dinamarca, com grupos focais recrutados por uma agência *online*, os quais receberam cerca de 80 dólares para participar da pesquisa. Os participante foram divididos em grupos de 5 a 7 pessoas, totalizando 39 participantes, 56%(n= 22) mulheres e 44%(n= 17) homens. Os resultados revelaram que os entrevistados afirmam que os orgânicos são alimentos que “fazem bem a saúde” /são benéficos, devido ao valor nutricional, a

pureza, e por não agredirem o solo, tornando o consumo sustentável^[21].

Bosona e Gebresenbet (2018) realizaram um estudo na Suécia com 100 consumidores que responderam um questionário *online*. A maioria era do sexo feminino (61%) e 86% deles possuíam ensino superior. Os autores destacaram que 72% dos entrevistados responderam que os alimentos orgânicos são considerados mais sustentáveis do que os produzidos de forma convencional^[22].

Apenas 7% (n= 25) dos entrevistados relataram que o sabor é o principal critério para adquirir tais produtos. Em países desenvolvidos, os estudos mostram que quanto maior a frequência de compra de alimentos orgânicos, maior importância é dada ao atributo “sabor”^[23]. Ilustra a referida constatação o estudo realizado na Suécia, em que os consumidores enfatizaram o sabor agradável como um dos critérios de compra de alimentos orgânicos^[24].

Por outro lado, o preço elevado dos produtos orgânicos foi citado por 42% (n= 163) dos consumidores, como um obstáculo para a compra. A mesma realidade pôde ser observada no estudo realizado na Suécia, em que os consumidores responderam que o alto custo impossibilita a compra de alimentos desta categoria^[24].

Quanto ao acesso aos locais de venda no município, a maioria dos pesquisados afirmou existir poucos locais para adquirir tais produtos (64%; n= 245), sendo um limitante importante para o menor consumo. Esta realidade poderia ser modificada com a implantação de políticas públicas para estimular a produção de orgânicos pelos agricultores familiares e criação de redes de comercialização. Os alimentos orgânicos também poderiam integrar, de forma mais expressiva, a alimentação escolar e nas feiras de pequenos produtores, para que a população tenha maior acesso a tais alimentos, melhorando assim a qualidade da alimentação.

O público foi questionado sobre a primeira palavra que vem a sua mente quando escutam o termo “alimentos orgânicos”. Para efeitos de análise, foram agrupadas as palavras com significados semelhantes. A palavra mais citada foi “saúde” (65%; n= 250), a qual representa o grupamento formado

pelos termos “saúde, saudável, alimento seguro, qualidade de vida e longevidade”. Na sequência, 18% (n= 67) pensavam em “livre de agrotóxicos”, sendo reunidos os termos “alimentos naturais e sustentabilidade”. Para 16% (n=60) dos entrevistados a palavra “alimentos”, foi a primeira a ser citada, sendo agrupados os termos “frutas, legumes e verduras”. E para apenas 1% (n= 4) o termo “alto custo” foi lembrado.

Tabela 3. Opinião 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
Se sim: para mais	197	98
Se sim: para menos	4	2
Não pensei sobre o assunto	114	30
Não	68	18

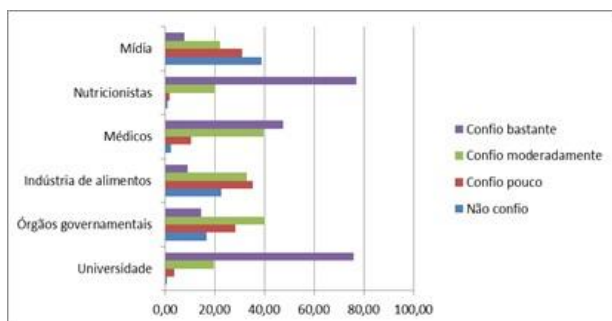
A Tabela 3 apresenta a opinião do público em relação ao próprio consumo de alimentos orgânicos e motivação para melhorar a situação. Nota-se que mais da metade dos entrevistados relatou baixo consumo (53%; n= 205). Tal resultado prevaleceu e pode ser justificado pela baixa oferta destes no município e região. Um estudo realizado no Rio de Janeiro (RJ) mostrou resultado inferior ao presente estudo, em que apenas 20% dos entrevistados consumiam algum alimento de origem orgânica^[23].

Quanto ao interesse em modificar o consumo destes alimentos, apenas 52% (n=201) desejam fazê-lo, e destes, 98% (n= 197) desejam incluir mais alimentos orgânicos na sua alimentação. Entre os demais, 18% (n= 68) não foi identificada intenção de modificar o consumo e 30% (n= 115) não pensaram sobre o assunto.

Estudo realizado, em supermercados de São Joaquim da Barra (SP), com amostra de 74 pessoas, revelou que apenas 20,3% dos entrevistados responderam que não consomem alimentos orgânicos, sendo um resultado superior ao encontrado neste estudo. Entre os participantes da

pesquisa que já consumiam, 65,7% pretendiam ampliar ainda mais o consumo^[25]. Outro estudo realizado na Índia, com 611 participantes (54% homens e 46% mulheres), dos quais 66% possuíam ensino superior revelou que 51,8% dos entrevistados consumiam alimentos orgânicos semanalmente^[26].

Gráfico 1. Confiabilidade dos consumidores em entidades e profissionais que emitem informações sobre alimentos orgânicos. Paraná, 2017



Cunha *et al.* (2019) afirmam que a maioria das pessoas que integra o ambiente universitário não possui renda própria^[27], o que pode justificar a baixa aquisição de produtos orgânicos identificada no presente estudo.

Outro resultado importante identificado é que parcela expressiva da população ainda não pensou sobre o assunto (30%) e também não pretende aumentar o consumo de orgânicos (18%). Acredita-se que tal posicionamento decorre da falta de conhecimento da população sobre o tema.

No Gráfico 1 são apresentados os resultados sobre a confiabilidade para obtenção de informações corretas sobre alimentos orgânicos.

Merece destaque a confiança que os entrevistados atribuem aos profissionais da saúde, especialmente nutricionistas (77%; n= 294) e às universidades (76%; n= 291), no tocante à emissão de conhecimentos sobre alimentos orgânicos, formas de cultivo e a importância da inclusão na alimentação. Por outro lado, mais de um terço (39%; n= 149) não confia nas mídias como fontes de informações corretas.

Assim, o papel da universidade e demais órgãos públicos é buscar alternativas para que a

população tenha maior acesso ao conhecimento sobre o tema e sua importância para a saúde. Tendo em vista a confiança da população, algumas ações adotadas em curto prazo, poderiam envolver a realização de oficinas culinárias, palestras e minicursos sobre alimentos orgânicos, como cultivá-los e incluí-los na alimentação diária da população, o que elevaria o interesse pelo consumo dos mesmos. Em longo prazo, maiores subsídios do governo para a agricultura familiar com foco na produção orgânica, poderiam contribuir para maior oferta de tais produtos em expressiva parcela dos municípios brasileiros.

Os participantes da pesquisa relataram não confiar na mídia e indústria de alimentos. Tal postura pode ser justificada devido ao fato da crescente veiculação de *fake news* (notícias e informações falsas), atribuídas às mídias, o que aumenta a dúvida sobre no que confiar. A confiança na indústria de alimentos pode estar diminuída devido ao aumento na oferta de novos produtos, muitas vezes tidos como “milagrosos” e pelo grande interesse em vendê-los, o que gera desconfiança do consumidor no tocante à veracidade das informações.

CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

Observou-se que a maioria dos participantes da pesquisa possui algum conhecimento sobre alimentos orgânicos e o principal motivo para aquisição dos mesmos é de que fazem bem à saúde, sendo também este o termo 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, ainda que muitos revelaram interesse em aumentar tal consumo. Destaca-se também a confiança dos consumidores nas universidades e em profissionais da saúde (nutricionistas e médicos), mas por outro lado, não confiam na mídia e na indústria de alimentos como formadores de opinião. Destaca-se ainda que a escolaridade e a renda parecem não exercer influência na aquisição e consumo de alimentos orgânicos.

Sugere-se que órgãos públicos e universidades criem mecanismos para aumentar a produção e, conseqüentemente, a oferta de orgânicos. Ações como subsídios aos produtores locais da agricultura familiar a fim de incentivar maior cultivo de alimentos orgânicos,

bem como divulgar seus benefícios para a população, com o intuito de aumentar seu consumo, contribuindo também para a preservação ambiental, promoção da saúde e valorização de pequenos produtores, podem ser alternativas eficazes e não demandarem investimentos onerosos.

FINANCIAMENTO

Recursos próprios.

CONFLITOS DE INTERESSE

Nada a declarar.

FUNÇÕES DOS AUTORES

AMG, RATB e JC foram responsáveis pela pesquisa e concepção do artigo. Todos os autores revisaram e aprovaram a versão final do artigo.

REFERÊNCIAS

- [1] Archanjo LR, Brito KFW, Sauerbeck S. Os alimentos orgânicos em Curitiba: consumo e significado. *Cadernos de Debate*. 2001;8: 1-6.
- [2] Sá MA, Gonçalves EB, Souza VAB, Lapolli EM. Produtores orgânicos e a sustentabilidade. *Rev. Bras. de Agroecologia*. 2014;9(2):84-97.
- [3] Borguini RG, Torres EAF. Alimentos Orgânicos: Qualidade Nutritiva e Segurança do Alimento. *Segurança Alimentar e Nutricional*. 2006;13(2):64-75.
- [4] Silva AT, Silva ST. Panorama da agricultura orgânica no Brasil. *Segurança Alimentar e Nutricional*. 2016;23:1031-1040.
- [5] Food and Agriculture Organization on United Nations (FAO)/Organização Mundial da Saúde (OMS). *Codex Alimentarius: Alimentos Producidos Orgânicamente*. 2001.
- [6] Paraná é líder no País em cultivo de orgânicos com certificação [Internet]. *Diário de Maringá – Sustentabilidade* [Acesso em 2018 set 22]. Disponível em: <https://maringa.odiario.com/parana/2018/09/parana-e-lider-no-pais-em-cultivo-de-organicos-com-certificacao/2518759>
- [7] Governo do Paraná, Agropecuária e Agroecologia. Programa Paraná Mais Orgânico: certificação [Internet]. Curitiba – PR: 2018 [Acesso em 2018 set 22]. Disponível em: <https://www.governodigital.pr.gov.br/servicos/Agropecuaria/Agroecologia/Programa-Mais-Organico-Certificacao-4n3nlGoZ>
- [8] Gil AC. Como elaborar projetos de pesquisa. 4.ed. [Internet]. São Paulo: Atlas; 2002 [Acesso em 2020 jul 15]. Disponível em: https://professores.faccat.br/moodle/pluginfile.php/13410/mod_resource/content/1/como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf
- [9] Levine DM, Berenson ML, Stephan D. Estatística: teoria e aplicações usando *Microsoft Excel* em Português. Rio de Janeiro: LTC; 2000.
- [10] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Censo Demográfico 2010 [Internet]. Brasília: IBGE; 2017 [Acesso em 2020 jul 15]. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/realiza/panorama>
- [11] Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa – ABEP. Critério de Classificação Econômica Brasil [Internet]. São Paulo; 2016 [Acesso em 2020 jul 15]. Disponível em: <http://www.abep.org/criterio-brasil>.
- [12] Hoppe A, Barcellos MD, Vieira 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.
- [13] 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.
- [14] 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.
- [15] Wee CS, Ariff MSBM, Zakuan N, Tajudin MNM, Ismail K, Ishak N. Consumers perception, purchase intention and actual purchase behavior of organic food products. *Review of Integrative Business & Economics Research*. 2014;3(2):378-397.
- [16] 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.

[17] 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.

[18] Buzin EJWK. Mercado de produção de orgânicos em Goiânia: venda direta. Goiânia: Universidade Federal de Goiás; 2016.

[19] Moura FA, Nogueira CM, Gouvêa MA. Atributos determinantes na compra de consumidores de alimentos orgânicos. Agroalimentaria. 2012;18(35):75-86.

[20] Cavallet LE *et al.* Conhecimento da população sobre produto orgânico na região litorânea do Paraná. Revista Brasileira de Agroecologia. 2013;8(2):62-74.

[21] Ditlevsen K, Sandøe P, Lassen J. Healthy food is nutritious, but organic food is healthy because it is pure: The negotiation of healthy food choices by Danish consumers of organic food. Food Quality and Preference. 2018;71:46-53.

[22] Bosona T, Gebresenbet G. Swedish consumers' perception of food quality and sustainability in relation to organic food production. MDPI Foods. 2018;7(4):54-71.

[23] Andrade JC, Deliza R, Galvão MTEL, Frewer IJ, 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] Magnusson MK, Arvola A, Koivisto Hursti UK, Aberg L, Sjöde'n PO. Attitudes towards organic foods among Swedish consumers. British Food Journal. 2001;103(3):209-226.

[25] 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.

[26] Singh A, Verma P. Factors influencing Indian consumers' actual buying behaviour towards organic food products. Journal of Cleaner Production. 2017;167:473-483.

[27] Cunha D, Antunes A, Rocha J, Dutra T, Manfrinato C, Oliveira J, Rostagno M. Differences between organic and conventional leafy green vegetables perceived by university students: Vegetables attributes or attitudinal aspects? British Food Journal. 2019;121(7):1579-1591.