
Perfil dos Consumidores de Alimentos Orgânicos do Município de Santa Helena, Paraná, Brasil

Profile of Organic Food Consumers in the Municipality of Santa Helena, Paraná, Brazil

Camila Mara Schäfer Dos Santos

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-9605-2035>
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil
E-mail: camilamara_santos@hotmail.com

Ana Regina Dahlem Ziech

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3947-9085>
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil
E-mail: anaziech@utfpr.edu.br

Adrieli Luisa Ritt

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9890-2699>
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil
E-mail: adrieliluisaritt@gmail.com

Anadir Fochezatto

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0095-4747>
Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil
E-mail: anadirfochezatto@gmail.com

Camila Orlando De Souza

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-1108-4540>
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil
E-mail: camisouza567@gmail.com

RESUMO

A demanda de produtos orgânicos tem aumentado de forma significativa nos últimos anos, impulsionado pela preocupação e a busca por uma alimentação mais segura e saudável. O objetivo do trabalho é a caracterização dos consumidores de orgânicos residentes do município de Santa Helena-PR. A aplicação da pesquisa contou com a utilização de formulário online, buscando compreender o perfil socioeconômico, motivos e dificuldades, contando com a participação de 153 pessoas. Foram identificados 107 consumidores de produtos orgânicos no município, sendo o público feminino a maioria, com destaque para pessoas casadas (os), predominância do público jovem com idade entre 21 e 30 anos, renda mensal de 2 a 4 salários mínimos e famílias compostas por 3 a 4 integrantes. Os consumidores de produtos orgânicos são, no geral, motivados pela saúde, segurança, bem-estar e preocupação com a família. A falta de diversificação de produtos e o desconhecimento de locais de acesso aos produtos orgânicos são fatores que limitam a aquisição no município.

Palavras-chave: Produtos orgânicos; Agricultura familiar; Segurança alimentar.

ABSTRACT

The demand for organic products has increased significantly in recent years, driven by concern and the search for a safer and healthier diet. The aim of this study is to characterize organic consumers living in the municipality of Santa Helena-PR. The survey was carried out using an online form, seeking to understand the socio-economic profile, reasons and difficulties, with 153 people taking part. A total of 107 consumers of organic products were identified in the municipality, with the majority being female, especially married couples, a predominance of young people aged between 21 and 30, a monthly income of 2 to 4 minimum wages and families made up of 3 to 4 members. Consumers of organic products are generally motivated by health, safety, well-being and concern for the family. The lack of product diversification and the lack of local access to organic products are factors that limit purchases in the municipality.

Keywords: Organic products; Family farming; Food security.

INTRODUÇÃO

As práticas e técnicas aplicadas no cultivo orgânico contribuem para a proteção da saúde humana e do meio ambiente pela redução dos impactos ambientais e contaminações, preservação dos recursos naturais, promoção e manutenção da biodiversidade dos ecossistemas e prudência com a qualidade de vida dos trabalhadores e consumidores, respeitando todos os processos, desde a produção até a comercialização dos produtos (BRASIL, 2003; IFOAM, 2008; LOSS, ROMAGNHA, 2008).

De acordo com a Secretaria da agricultura, pecuária e abastecimento (PARANÁ, 2022), a produção de orgânicos no estado do Paraná conta com a atuação de 3.809 produtores, majoritariamente de agricultura familiar, em pequenas áreas de terra, com mão de obra essencialmente familiar e com cultivos diversificados de espécies e em alguns casos, organizados em cooperativas.

O crescimento mundial do consumo de produtos orgânicos foi de 500% entre os anos de 2000 e 2017, impulsionado pela busca por uma alimentação mais saudável e nutritiva para o indivíduo e para a família (LIMA et al. 2020; DANIEL et al., 2020). Segundo Andrade e Bertoldi (2012) e Organics (2021) o aumento significativo do consumo de produtos orgânicos está relacionado à facilidade de acesso a informações e conteúdo que promovem a conscientização populacional sobre os impactos da alimentação na saúde, busca por hábitos mais saudáveis, prezando por seu bem-estar, o que inclui uma alimentação de qualidade. No Brasil, destaca-se ainda o crescimento de 63% no número de consumidores de orgânicos entre os anos de 2019 e 2021 (ORGANIS, 2021).

O consumo e a comercialização de produtos orgânicos indicam um cenário de expansão, com benefícios ao meio ambiente e à saúde humana. Assim, é importante conhecer o perfil do consumidor e considerar suas necessidades e preferências, incluindo fatores culturais, econômicos, distribuição geográfica, políticas, variáveis ambientais e tecnológicas a fim de planejar estratégias nesse sentido (KOTLER, 1998; TEIXEIRA, 2010; HOPPE et al. 2012).

O objetivo deste estudo foi identificar o perfil dos consumidores de alimentos orgânicos residentes do município de Santa Helena, Paraná, buscando caracterizar aspectos socioeconômicos, percepções sobre alimentos orgânicos, motivações e limitações na aquisição e consumo desses produtos.

METODOLOGIA

O estudo foi realizado no município de Santa Helena, situado na região Oeste do Estado do Paraná, nas coordenadas -24° 51' 37'' e -54°19' 49'', com altitude de 227 metros do nível do mar, distante 619 km da capital Curitiba (DB-City, 2021). O município apresenta uma população estimada de 27.036 habitantes (IBGE Cidades, 2021).

No município está presente a Associação Municipal dos Pequenos Agricultores de Santa Helena - AMPAS e dentro dessa associação está inserido o Grupo Vida Orgânica, composto por 11 produtores de alimentos orgânicos de produção primária vegetal certificados com selo SisOrg pelo sistema participativo da Rede Ecovida de Agroecologia e registrados junto ao Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA). A mesorregião Oeste do Paraná conta com 262 produtores que possuem seus produtos certificados como orgânicos, distribuídos nos 50 municípios que compõem a região (BRASIL, 2023).

O levantamento de dados foi por meio de questionário *online* elaborado na plataforma *Google Forms*. A pesquisa foi do tipo padronizada ou estruturada, com questões abertas e fechadas e roteiro de perguntas predeterminadas (MARCONI; LAKATOS, 2013). A divulgação da pesquisa foi por meio de compartilhamento do link do questionário pelas listas de e-mails institucionais de servidores e alunos da UTFPR Campus Santa Helena e nas redes sociais pelas páginas do Facebook e do Instagram dos cursos de graduação. O link também foi compartilhado nas redes pessoais das pesquisadoras, bem como via grupos ou contatos individualizados do WhatsApp a fim de

alcançar o maior público residente no município e obter diversidade de público e de respostas. A participação foi voluntária e anônima.

A pesquisa ficou disponível para coleta de respostas durante 22 dias consecutivos durante o mês de março de 2023 e alcançou 153 participantes. Considerando os fatores de exclusão adotados para o estudo: I) menores de 18 anos e, II) não residentes no município de Santa Helena-PR, foram 150 participações válidas. O estudo apresenta o perfil dos consumidores, com base nos participantes que se autodeclararam consumidores de alimentos orgânicos.

O método de pesquisa utilizado neste estudo está respaldado tanto na abordagem quantitativa quanto na qualitativa, uma vez que foi necessária a exploração e o tratamento de dados numéricos, bem como a coleta e interpretação de dados qualitativos (MATTAR, RAMOS, 2021).

No programa computacional Microsoft Excel Versão 2011 foi realizado o reordenamento da base de dados, bem como cálculos, recodificação, indicadores, agrupamentos e triagem dos dados. Para o tratamento dos dados quantitativos foi utilizada estatística descritiva e para o tratamento de dados qualitativos foi utilizada a análise de conteúdo. Ambos também foram analisados em conjunto para obter uma análise mais completa a fim de atingir o objetivo proposto (BARDIN, 2016; SOUSA, SANTOS, 2020; MATTAR, RAMOS, 2021).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Caracterização Socioeconômica dos Consumidores de Orgânicos

Do total de participações, 107 respondentes se autodeclararam consumidores de produtos orgânicos, representando 71,3% do público alcançado, abrangendo residentes do perímetro urbano e rural do município que traçam o perfil dos consumidores orgânicos de Santa Helena-PR.

Na caracterização de gênero, destaca-se a predominância de mulheres 72% em relação aos homens 28%. O público feminino como maior consumidor de produtos orgânicos foi também identificado pela Associação de Promoção dos Orgânicos (ORGANIS, 2017), assim como, em pesquisas de Silva et al. (2017), Porto e Nordi (2019), Moura et al. (2020) e Vásquez, Barros e Silva (2008) com representatividade entre 53% e 83% dos consumidores de orgânicos.

De modo geral, a predominância do gênero feminino se dá pela atuação direta na alimentação familiar, sendo as principais responsáveis pela realização das compras e, tradicionalmente, pelo preparo das refeições, sendo normalmente as mulheres as detentoras da tomada de decisão em relação ao cardápio e hábito alimentar da família (SHIMADA et al. 2017; DURSO et al. 2018).

Com relação à faixa etária, houve destaque para o público consumidor entre 21 aos 30 anos (33,6%), seguido por 31 aos 40 anos (23,4%) e de 41 aos 50 anos (22,4%) (Tabela 1). Estudos de Lima et al. (2011), Neves, Vieira e Ribeiro (2021) e Organis (2017; 2019) também indicam faixa etária de 21 a 30 anos com maior representatividade no consumo de alimentos orgânicos. A facilidade no acesso e uso das plataformas digitais, no caso de pesquisas *online*, pode acarretar na maior participação do público jovem.

Tabela 1 - Faixa etária dos consumidores de produtos orgânicos do município de Santa Helena, Paraná, Brasil.

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

Fonte: Santos, Ziech, Ritt, Fochezatto e Souza, 2023.

Shimada et al. (2017) apresentam tendência nacional referente ao perfil dos consumidores orgânicos, para prevalência do gênero feminino na faixa dos 30 anos, com ensino superior, renda elevada e uma preocupação com o meio ambiente e com a saúde. Durso et al. (2018) por outro lado, observou na região oeste do Paraná, predominância para consumidores de orgânicos na faixa etária superior aos 56 anos, com nível de escolaridade de ensino fundamental completo, também preocupados com a saúde e meio ambiente, renda elevada e a mulher como responsável pelo maior índice de consumação.

Em relação ao estado civil dos participantes, houve predomínio de dois grupos: casados 54,2% e solteiros 40,2%, seguidos de divorciados 4,7% e viúvos 0,9%. A dominância de pessoas casadas nas pesquisas de consumidores de orgânicos corrobora com as pesquisas de Andrade e Bertoldi (2012), Ribeiro, Silva e Helbig (2022).

Comportamento esse, relacionado à responsabilidade familiar com a saúde e segurança alimentar (OLIVEIRA, LIMA e SILVA, 2006).

Destaca-se o crescimento do público solteiro quanto às preferências alimentares, até então não percebidas nas demais pesquisas. O público solteiro pode ser explicado pelo elevado público universitário participante da pesquisa, uma vez que esta foi divulgada aos estudantes de uma universidade federal. Esse dado nos leva a entender que o público universitário está em busca de produtos saudáveis e sustentáveis optando, quando possível, pelos produtos orgânicos, caracterizando-se assim como atores sociais importantes, apesar de se atribuir frequentemente aos jovens características como consumismo e materialismo exagerado (CARDOSO; CAIRRÃO, 2007).

Presume-se que, por frequentarem a universidade, ambiente de aprendizagem e troca de conhecimentos, sejam mais conscientes sobre a relevância da temática ambiental. De acordo com o estudo realizado por Tambosi et al. (2015) os universitários brasileiros percebem a importância de buscar a coexistência entre homens e natureza, por meio da readequação dos hábitos de consumo da sociedade a um nível que não leve ao esgotamento dos recursos naturais. Entretanto, os autores identificaram uma lacuna entre a atitude declarada e o comportamento praticado pelos indivíduos e ressaltam que muitos ainda são céticos em relação a atributos ecológicos ou tomam suas decisões em função do preço e outros fatores (TAMBOSI et al., 2015).

O aspecto econômico é fator importante no que diz respeito à caracterização dos consumidores de alimentos orgânicos, uma vez que estudos apontam que pessoas com maior poder aquisitivo tendem a buscar com maior frequência produtos orgânicos, pois geralmente lhes são atribuídos valores mais elevados em comparação com os produtos convencionais, especialmente quando adquiridos em circuitos longos de comercialização (MIRANDA et al., 2022; GAIA et al., 2022; FERREIRA e COELHO, 2017).

A renda mensal está apresentada na tabela 2. Foi utilizado como referência na aplicação do estudo o valor de salário-mínimo 1.212,00 reais, praticado durante o ano de 2022 (BRASIL, 2021).

Tabela 2 - Renda mensal (R\$) das famílias dos consumidores de orgânicos no município de Santa Helena, Paraná, Brasil.

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

Fonte: Santos, Ziech, Ritt, Fochezatto e Souza, 2023.

O perfil econômico-financeiro familiar dos consumidores de produtos orgânicos e Santa Helena-PR é de 2 a 4 salários-mínimos mensais (Tabela 2). Porto e Nordi (2019) constataram em pesquisa divulgada nas redes sociais, que 67% das pessoas autodeclaradas consumidoras de orgânicos, possuem renda inferior a 5 salários mínimos. Esse resultado é apontado pelos autores, como indicativo de mudança de atitude com relação ao consumo de orgânicos, seja pela preocupação com a saúde ou mesmo pelos produtos estarem mais acessíveis à população. Miranda et al. (2022) em Belém no Pará, identificaram predominância de renda mensal entre 3 a 4 salários, e superiores a 4 salários-mínimos para consumidores da feira orgânica. Pinho et al. (2018) em entrevista à consumidores da feira orgânica de Maceió, Alagoas, identificou para 44%, renda familiar maior ou igual a 5 salários mínimos.

Piacenti, Mattei e Cattelan (2023) em investigação sobre os determinantes da disposição dos consumidores a pagar um preço maior por frutas, verduras e legumes orgânicos no município de São Lourenço do Oeste, Santa Catarina, indicam que de modo geral, quando o valor dos alimentos orgânicos ofertados é mais elevado, seja por fatores de produção, sazonalidade ou outros, coincide com que esses produtos sejam adquiridos por pessoas de renda maior, reduzindo a probabilidade de aquisição de produtos orgânicos por consumidores de classes sociais mais baixas.

Todavia, não é ideal que ocorra a mistificação de que os produtos orgânicos só podem ser consumidos por pessoas pertencentes a uma classe financeira alta. Gaia et al. (2022) indicam que há variações de preços dos produtos orgânicos em função do tipo de produto e os locais de aquisição, especialmente no que diz respeito à aquisição em circuitos curtos (feiras), comparado a circuitos longos entre produção e comercialização (supermercados). Os autores supracitados identificaram que o preço da maioria dos

grupos alimentares vendidos em feiras agroecológicas e orgânicas de Maceió, Alagoas, não apresentou diferença, quando comparados às mesmas categorias provenientes da agricultura convencional vendidos em supermercados, assim, a comercialização de produtos orgânicos em um sistema com menores distâncias entre os diferentes elos da cadeia agroalimentar, consiste em uma estratégia para a construção de preços acessíveis para a população.

Nesse sentido, ao analisar que 17,8% dos consumidores santa-helenenses autodeclarados de alimentos orgânicos, apresentam renda mensal de 1 a 2 salários, deduz-se que a aquisição desses alimentos se dá via circuitos curtos de comercialização ou compra direta, entre consumidor e o próprio produtor, sendo uma forma de negociação vantajosa para ambos, e que geralmente oferece preços mais acessíveis ao consumidor.

O número de integrantes na mesma residência que compõem a unidade familiar é composta por 3 a 4 pessoas (59%). Dessa forma, a renda média mensal per capita calculada dos membros da família que representa a maioria do público de consumidores santa-helenenses de orgânicos, gira em torno de 606,00 a 1.212,00 reais.

Em relação ao grau de escolaridade dos entrevistados, o público se caracteriza majoritariamente por indivíduos com formação, dado que 36,4% dos participantes se auto declararam possuir ensino superior completo, seguido por 33,6% com pós-graduação e 26,2% com ensino médio completo. Por sua vez, a participação obtida para o ensino fundamental incompleto, completo e nível técnico foi relativamente baixa, totalizando apenas quatro participantes.

Pianceti, Mattei e Cattelan (2023) afirmam que o nível de escolaridade apresenta relação positiva com a disposição a pagar mais pelos produtos orgânicos. Os autores identificaram que a cada grau adicional de escolaridade, a chance do consumidor pagar um valor maior por produtos orgânicos aumenta em 41,5%.

Percepções sobre produtos orgânicos pelos consumidores

No que se refere à definição sobre o que são produtos orgânicos, foi observado predomínio de frases curtas. Sendo que 56,8% definiram produtos orgânicos usando algumas palavras chaves, tais como: “produtos sem agrotóxicos ou produtos químicos”, “que visam a saúde e são sustentáveis”, “possuem certificação” e “não industrializados”. A dificuldade do público com a compreensão do que são produtos orgânicos é relatada por Silva, Zambrano e Acosta (2019) e por Miranda et al. (2022) em que, respectivamente, 40% e 75,9% das pessoas, os definem associando apenas a produtos sem

agrotóxicos e/ou de produtos orgânicos como produtos oriundos de uma produção que não se utiliza agrotóxicos. No estudo de Piacenti, Mattei e Cattelan (2023) a falta de informações básicas, como o conceito de produtos orgânicos, fez com que 5% da amostragem (indivíduos) fosse desconsiderada.

Ainda, 15,9% dos consumidores definiram produtos orgânicos restritamente às hortaliças e frutas, seguido de 9,3% que associam a produtos naturais, que não são prejudiciais ao ecossistema 8,4%. Enquanto 10,3% não souberam ou não responderam e apenas 0,9 % definiu os produtos orgânicos de forma mais ampla e em consonância com o estabelecido na Lei Federal nº 10.831 (BRASIL, 2003).

Resultados obtidos nesta pesquisa corroboram com Silva, Zambrano e Acosta (2019) e Miranda et al. (2022), quanto à percepção restritiva dos orgânicos às hortaliças e frutas, desconsiderando à diversidade de tipos de alimentos orgânicos existentes, tais como, os de origem animal fresco e seus derivados, cereais, farináceos, açúcares, azeites, vinagres, refrigerantes, sucos, até os ultraprocessados, entre outros.

Os alimentos de origem vegetal primária, em especial os frescos, acabam sendo mais popularizados e por vezes, os únicos presentes via comercialização em feiras e/ou via aquisição direto com os produtores. Todavia, a carência no entendimento sobre a diversidade de produtos orgânicos, leva a restrição na busca por produtos orgânicos que receberam beneficiamento, industrialização e até mesmo de origem animal, o que indica uma lacuna de informações a ser trabalhada junto à sociedade, de forma a ampliar as possibilidades de oferta e consumo.

Em relação ao selo de conformidade orgânica (SisOrg), a pesquisa indicou que 55% desconhecem, enquanto 43% declararam conhecer e 1,9% não responderam. De acordo com Castro et al. (2020) saber identificar o selo de certificação é de suma importância, pois, o desconhecimento do símbolo que confere a legitimidade dos produtos orgânicos diminuiu a influência no momento da compra. Portanto, são necessárias medidas educativas para que os munícipes aprendam a identificar tais produtos por meio do selo.

Aquisição dos produtos orgânicos

No que diz respeito à compra dos produtos orgânicos, 72% dos consumidores disseram adquirir os produtos no próprio município de Santa Helena-PR. Enquanto, 27% dos consumidores realizam complementação na aquisição de produtos orgânicos fora do município por não haver diversificação na oferta local.

Os locais de compra de produtos orgânicos mais utilizados são: diretamente com o produtor (77,5%), na feira agroecológica (64,5%) e em supermercados (37%). Resultados de Lage, Assis e Aquino (2019), Pohl, Pereira Filho e Abbade (2019) também identificaram, respectivamente, que 69% e 53,6% dos produtos orgânicos consumidos são adquiridos em feiras agroecológicas. A ida para as feiras é importante, pois, é o momento em que os consumidores dialogam com os produtores, criando uma relação de confiança entre produtor e consumidor, em questões como a origem, procedência, segurabilidade e a conferência do selo que muitas vezes acaba passando despercebido, destacando-as como importante meio de comercialização desses produtos (DANIEL et al. 2020).

Cabe destacar que no município de Santa Helena-PR não existe até o presente momento a realização de feira específica com produtos advindos de produção orgânica ou agroecológicos, e sim, a feira livre municipal com participação de microempreendedores do ramo alimentício, agroindústrias locais, artesãos e alguns produtores rurais, dentre eles, há oferta de determinados produtos livres de agrotóxicos e até mesmo cultivados com base agroecológica, mas sem uso do selo orgânico ou de qualquer marketing a respeito. Assim, os resultados indicam que pode haver associação equivocada de que alimentos orgânicos, são todo e qualquer produto caseiro, artesanal e ou fresco adquirido em feiras.

Por outro lado, o Grupo Vida Orgânica organiza entregas em domicílio uma vez por semana, sendo a divulgação e os pedidos realizados via redes sociais, caracterizando-se como venda direta ao consumidor. Nesse caso, produtos orgânicos estão identificados com o selo e alguns participantes disseram usar esse meio para adquirir seus produtos.

Ao investigar as motivações dos participantes para o consumo de produtos orgânicos, houve destaque para: “a preocupação com a saúde” como fator principal, representando 70% da frequência de respostas, seguido pela “busca por qualidade” com 54%, e a percepção que os produtos orgânicos proporcionam uma “maior segurança e são mais saudáveis” com 46%. Além desses, fatores como a “preocupação com o meio ambiente”, “bem-estar” e o “desejo de proporcionar uma melhor alimentação para os filhos” foram mencionadas com menor frequência. Salienta-se que cada consumidor podia indicar mais de um fator.

Magalhães et al. (2021) e Organis (2021) corroboram que a preocupação com a saúde e a prevenção de doenças são os principais motivos para o consumo dos produtos

orgânicos, seguidos por uma alimentação mais segura e saudável e a preocupação com o meio ambiente. A qualidade dos alimentos como principal motivo para a aquisição dos produtos orgânicos também foi indicada em estudos de Sabino et al. (2022), enquanto Pohl, Pereira Filho e Abbade (2019) e Magalhães et al. (2021) destacam a aparência, sabor e a quantidade de nutrientes como fatores eminentes.

As limitações destacadas pelos consumidores em acessar alimentos orgânicos, foi o preço elevado (43%), a baixa variabilidade (35,5%), e indisponibilidade na oferta (32%). Além desses fatores, a pesquisa permitiu identificar outras barreiras relacionadas à falta de publicidade, dificuldade de acesso aos produtos e locais que comercializam os orgânicos. A falta de opções de produtos orgânicos ofertados é mencionada também por Vieira e Couto (2018) e Ribeiro; Silva e Helbig (2022). Enquanto a dificuldade na identificação de pontos de comercialização, é mencionado por Gonçalves (2023) como necessidade de ampliação na divulgação dos locais e acessos existentes para a compra dos alimentos orgânicos, quando existirem pontos ou formas de comercialização especializadas.

Em Santa Helena-PR, o grupo Vida Orgânica atua como o principal responsável pela produção e comercialização com entregas *delivery* de produtos orgânicos, todavia, apenas 33% conhecem a atuação do grupo no município, enquanto 67% dos participantes alegaram não conhecer o grupo. O que justifica a dificuldade encontrada pelos consumidores quando acesso aos alimentos orgânicos, caracterizando-se como um gargalo a ampliação da publicidade e da divulgação em diferentes meios de comunicação.

Além disso, o estudo destaca a necessidade de medidas que apoiam a ampliação de informações ao entendimento popular sobre os produtos orgânicos e acessos para aquisição, buscando fomentar o consumo. Para tal, primeiramente, é necessário maior visibilidade e incentivo por parte da governança pública às famílias produtoras e organizações vinculadas a cadeia produtiva de alimentos orgânicas, sejam elas de produção vegetal ou animal, bem como processados, de modo que possam se sentir seguros a ampliar e diversificar suas produções e, conseqüentemente oferta de produtos junto a sociedade local. Oliveira e Pacheco (2023) reiteram a necessidade de valorização das famílias que trabalham com produção orgânica/agroecológica, tendo em vista os desafios enfrentados dia a dia, entre eles acesso ao crédito e capacitação técnica.

Faz-se necessário ainda, a continuidade dos estudos com abordagens que visam maior inclusão do público consumidor, que apresenta dificuldade ou limitação diante de pesquisa online.

CONCLUSÃO

O perfil dos consumidores de alimentos orgânicos de Santa Helena-PR é majoritariamente representado por mulheres, com idade entre 21 e 30 anos, nível de escolaridade superior e pós-graduação, casadas, com renda mensal entre 2 e 4 salários mínimos e composição familiar com 3 a 4 integrantes.

A preocupação com a saúde, a busca pela qualidade, alimentos saudáveis e seguros são as motivações para aquisição e consumo de orgânicos. Entretanto, existe carência de informações sobre definição e identificação dos orgânicos no município de Santa Helena-PR, facilmente confundido com alimentos artesanais ou caseiros. O desconhecimento dos locais de aquisição e baixa diversidade de produtos limitam à aquisição e consumo de alimentos orgânicos no município.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, L.M.S; BERTOLDI, M.C. Atitudes e motivações em relação ao consumo de alimentos orgânicos em Belo Horizonte-MG. *Braz. J. Food Technol.*, v.15, maio, 2012.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016, 279 p.

BRASIL. Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Diário Oficial República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 24 dez. 2003. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.831.htm. Acesso em: 9 fev 2023.

BRASIL. Medida Provisória nº 1.091, de 30 de dezembro de 2021. Dispõe sobre o valor do salário mínimo a vigorar em 2022. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 31 dez. 2021. p. 1.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos. Publicado em 09 mar. 2017. Atualizado em 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/organicos/cadastro-nacional-produtores-organicos> Acesso em: 8 maio 2023.

CARDOSO, A. J. M.; CAIRRÃO, Á. M. C. L. Os jovens universitários e o consumo sustentável: a sua influência na compra de produtos ecológicos. **Revista da Faculdade de Ciência e Tecnologia**, Lisboa, v. 4, p. 124-135, 2007.

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

DANIEL, D.S., OLIVEIRA, P., LOPES, J.C.F., MATTIA, V., SIGNOR, A. Utilização de agrotóxicos e desenvolvimento rural sustentável no oeste do Paraná: alternativas, perspectivas e desafios. **Revista Fitos**, Rio de Janeiro, v. 14, supl., p. 12-22, 2020.

DB-City. **Cidades e Vilas do Mundo, Santa Helena, Paraná**, 2021. Disponível em: <https://pt.db-city.com/Brasil--Paran%C3%A1--Santa-Helena>. Acesso em: 15 de fev de 2024.

DURSO, E. D. D. et al. Produção Convencional ou Orgânica? O Dilema dos Pequenos Produtores do Oeste do Paraná. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 12, n. 3, p. 85-100, 2018.

FERREIRA, A.S.; COELHO, A.B. O Papel dos Preços e do Dispêndio no Consumo de Alimentos Orgânicos e Convencionais no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 55, n. 4, p. 635-640, 2017.

GAIA, J.A. et al. Alimentos em feiras agroecológicas e orgânicas são mais caros que os convencionais em supermercados? **Revista Brasileira de Agroecologia**. v. 17, n. 3, 2022.

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

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

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

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LAGE, M. F. R.; ASSIS, R. L.; AQUINO, A. M. Diagnóstico das feiras de produtos orgânicos e seus consumidores em Belo Horizonte. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, v. 37, n. 1, p. 26519, 2020.

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. 1-14, 2011.

LIMA, S. K. et al. **Produção e consumo de produtos orgânicos no mundo e no Brasil**. IN: Texto para Discussão/ Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada [IPEA].- Brasília: Rio de Janeiro, 2020.

- LOSS, A. T.; ROMAGNHA, M. J. F. Benefícios e desafios da agricultura orgânica no município de Santa Teresa, ES: um estudo de caso. **Natureza on line**. V.6, n.2, p.79-85, 2008.
- MAGALHÃES, C. V. et al. Perfil Dos Consumidores De Alimentos Orgânicos Em Uma Loja De Teresina - Pi. **Revista Científica Multidisciplinar** - ISSN 2675-6218, v.2, n.10, 2021.
- MARCONI, A. M.; LAKATOS, M.V. **Técnicas de Pesquisa**. São Paulo: ATLAS S.A, 2013. 277p.
- MATTAR, J.; RAMOS, D.K. Metodologia da pesquisa em educação: abordagens qualitativas, quantitativas e mistas. Grupo Almedina, cap. 4, 2021.
- MIRANDA, T. G. et al. Perfil socioeconômico e consumo de orgânicos de uma Feira Agroecológica, Belém, Pará. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, v. 15, n. 4, p. 1-12, 2022.
- MOURA, C.C de M. et al. Perfil do consumidor de alimentos orgânicos. **Investigação, Sociedade e Desenvolvimento**, v. 9, n. 9, 2020.
- NEVES, V. H.; VIEIRA, F.; RIBEIRO, F. Caracterização Do Perfil Dos Produtores De Cultivos Orgânicos Na Região De Goiânia-Go. **Enciclopédia Biosfera**. v. 18, n. 38, 2021.
- OLIVEIRA, R. A.; LIMA, P. V. P. S.; SILVA, L. M. R. O. Consumo e Comercialização de Produtos Orgânicos: o caso da associação para o desenvolvimento da agropecuária orgânica-Fortaleza. **Research in Agricultural & Applied Economics**, 2006.
- OLIVEIRA, L.C de.; PACHECO, C.S. G. R. Agroecologia e Justiça Ambiental no Semiárido: dialogando sobre desigualdades socioambientais. **Peer Review**. v. 5, n. 20, 2023.
- ORGANIS - ORGANIZAÇÃO DE PROMOÇÃO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL. **Panorama do consumo de orgânico no Brasil**. 2017. Disponível em: [Apresentação do PowerPoint \(ciorganicos.com.br\)](http://ciorganicos.com.br). Acesso em: 5 mar. 2023.
- ORGANIS - ORGANIZAÇÃO DE PROMOÇÃO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL. **Panorama do consumo de orgânico no Brasil**. 2019. Disponível em: [Pesquisa-Organis-2021-Amostra.pdf \(organicsnet.com.br\)](http://organicsnet.com.br). Acesso em: 5 mar. 2023.
- ORGANIS - ORGANIZAÇÃO DE PROMOÇÃO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL. **Pensando orgânico**. 2021. Disponível em: [Cresce em 63% o número de consumidores de produtos orgânicos no país – Organis](http://www.organicos.com.br). Acesso em: 15 fev. 2023.
- PARANÁ. Secretaria da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (SEAPA). **Com milhares de produtores certificados, Paraná aposta no cultivo de orgânicos**. Paraná. Publicado em: 03 jan. 2022. Disponível em: <https://www.agricultura.pr.gov.br/Noticia/Com-milhares-de-produtores-certificados-Parana-aposta-no-cultivo-de-organicos>. Acesso em: 5 jun. 2023.

- PIACENTI, C. A.; MATTEI, T. S. CATTELAN, R. Disposição a pagar por produtos orgânicos: estudo para um município catarinense. **Redes**, v.28, 2023.
- PINHO, L. S. et al. Perfil dos Consumidores de duas feiras orgânicas em Maceió (AL). **Revista Extensão em Debates**, v. 2, n. 1 (2018).
- POHL, N. H.; PEREIRA FILHO, J. B. C; ABBADE, E. B. O perfil dos consumidores de produtos orgânicos da cidade de Santa Maria-RS. **Revista Estudo & Debate**, v. 26, n. 4, 2019.
- PORTO, B. R.; NORDI, W. M. Caracterização de consumidores de alimentos orgânicos: uma pesquisa quantitativa realizada em rede social. **Caderno de Ciências Agrárias**, v. 11, p. 1–9, 2019.
- RIBEIRO, L.; SILVA C. S.; HELBIG, E. Aspectos sociodemográficos e comportamentais no consumo de alimentos orgânicos. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v. 17, n. 3, p. 186-192, 2022.
- SABINO, N. R. A; SANTOS, S. C. L.; SANTOS, T. C. L. Perfil do consumidor de produtos agroecológicos da feira de agricultura familiar e economia solidária do centro administrativo de Natal-RN. **Pesquisa, Sociedade e Desenvolvimento**. v. 8, 2022.
- SHIMADA, W. K. et al. A percepção do consumidor de produtos orgânicos no município de Dourados-MS. **Revista de Agronegócio**, v. 6, n. 1, p. 51-63, 2017.
- SOUSA, J.R.; SANTOS, S.C.M. Análise de conteúdo em pesquisa qualitativa: modo de pensar e de fazer. **Pesquisa e debate em Educação**, v. 10, n. 2, p. 1396-1416, 2020.
- SILVA, L. I. S.; OLIVEIRA, A. L. de; SOUTO, M. P.; ALVES, L. C. Caracterização do Mercado Consumidor de Produtos Orgânicos em Rio Paranaíba - MG. **The Journal of Engineering and Exact Sciences**, Viçosa/MG, BR, v. 3, n. 6, p. 0835–0840, 2017.
- SILVA, P.; ZAMBRANO, T.F.; ACOSTA, G.S. Comportamento de compra dos consumidores de alimentos orgânicos: um estudo exploratório. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 4, n. 5, p. 46-65, 2019.
- TAMBOSI, S.S.V.; MONDINI, V.E.D.; BORGES, G.R.; HEIN, N. Proposta de redimensionamento de escalas sobre consumo sustentável, consciência ambiental e identificação de compra de produtos ecológicos, a partir da ótica de universitários Brasileiros. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v.8, 15p., 2015.
- TEIXEIRA, E. S.; CORONA, H. M. P.; BERNARTT, M. L. Casas familiares rurais e desenvolvimento sustentável da Agricultura familiar na região Sudoeste do Paraná. **Revista Pedagógica**, v. 12, n. 25, p. 285-310, 2010.
- VÁSQUEZ, S. F.; BARROS, J. D. de S.; SILVA, M. de F. P. da. Agricultura orgânica: caracterização do seu produtor na cidade de Cajazeiras, PB. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**. v. 3, n. 2, p. 87-97, 2008.
- VIEIRA, L.; COUTO, Y. L. R. de. Perfil dos Consumidores de Hortaliças Orgânicas no Distrito Federal. **Cogitare**, v. 1, n. 1, 2018.