



UNICEPLAC

Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos - UNICEPLAC

Curso de Nutrição

Trabalho de Conclusão de Curso

Viabilidade financeira no consumo de alimentos orgânicos

Brasília-DF

2020



THIAGO HENRIQUE LELIS DE OLIVEIRA
REUTER LINO DA SILVA

Viabilidade financeira no consumo de alimentos orgânicos

Artigo apresentado como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Nutrição pelo Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac.

Orientadora: Profa. Ms. Elisângela de Andrade Aoyama

Brasília-DF

2020




THIAGO HENRIQUE LELIS DE OLIVEIRA
REUTER LINO DA SILVA

Viabilidade financeira no consumo de alimentos orgânicos

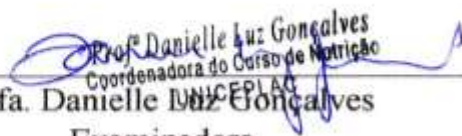
Artigo apresentado como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Nutrição pelo Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac.

Brasília, 03 de dezembro de 2020.

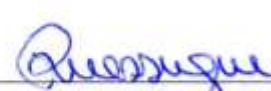
Banca Examinadora



Prof. Elisângela de Andrade Aoyama
Orientadora



Prof. Danielle Luz Gonçalves
Coordenadora do Curso de Nutrição
UNICEPLAC
Prof. Danielle Luz Gonçalves
Examinadora



Prof. Paula Veras Uessugue Cardoso
Examinadora



Viabilidade financeira no consumo de alimentos orgânicos

Thiago Henrique Lelis de Oliveira¹

Reuter Lino da Silva²

Elisângela de Andrade Aoyama³

Resumo:

Os alimentos orgânicos são produtos cultivados sem a aplicação de matérias químicas, agrotóxicos, fertilizantes e organismos geneticamente alterados. O objetivo do trabalho foi mensurar a viabilidade financeira no consumo de alimentos orgânicos. Realizou-se pesquisa qualitativa para uma amostra de 30 indivíduos com perguntas relacionadas a agricultura, consumo e viabilidade financeira de alimentos orgânicos. Observou-se que 100% dos entrevistados consideram que os alimentos orgânicos têm efeito positivo à saúde. Em vista dos argumentos apresentados entende-se que grande parte dos entrevistados concordam que os alimentos orgânicos são favoráveis à saúde, mas não acham viável o seu consumo.

Palavras-chave: Agricultura orgânica. Agrotóxicos. Alimentos orgânicos. Custo. Dieta saudável.

Abstract:

Organic foods are products grown without the application of chemicals, pesticides, fertilizers and genetically altered organisms. The objective of the work was to measure the financial viability in the consumption of organic foods. Qualitative research was carried out for a sample of 30 individuals with questions related to agriculture, consumption and financial viability of organic foods. It was observed that 100% of the interviewees consider that organic foods have a positive effect on health. In view of the arguments presented, it is understood that most interviewees agree that organic foods are favorable to health, but do not find their consumption viable.

Keywords: Organic agriculture. Pesticides. Organic food. Cost. Healthy diet.

¹Graduando do Curso Nutrição, do Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos–Uniceplac. *E-mail:* thiago.llelis@gmail.com

²Graduando do Curso Nutrição, do Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos–Uniceplac. *E-mail:* reuterb50@gmail.com

³Mestra em Engenharia Biomédica pela Universidade de Brasília – UnB. Docente do Curso de Nutrição, do Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac. *E-mail:* elisangela.aoyama@uniceplac.edu.br

1 INTRODUÇÃO

O termo orgânico é utilizado para identificar produtos que são produzidos sem aplicação de elementos químicos, agrotóxicos, fertilizantes, organismos geneticamente alterados, dentre outros. À medida que estes insumos são proibidos por sistemas de produção orgânica, os agricultores e trabalhadores que fazem o uso do cultivo orgânico, podem desfrutar de uma situação mais propícia à saúde. Por ter uma grande exigência de mão de obra, o cultivo de produtos orgânicos tem um bom efeito econômico em pequenos setores da agricultura familiar (MEDAETS; FONSECA, 2005).

Os agrotóxicos, conforme o respectivo nome expõe, põe em evidência a toxicidade desses produtos para o ecossistema e a saúde humana e podem ainda ser denominados como praguicidas ou pesticidas e pela lei nº 7.802/1989 deve-se apresentar no rótulo uma faixa colorida onde é determinada a sua classe toxicológica. Estudos realizados pela OMS apontam a presença destas substâncias em sangue humano, leite materno e resíduos presentes em comidas que são consumidas pelas pessoas (SIQUEIRA; KRUSE, 2008).

Sabendo que nos últimos anos o comércio de alimentos orgânicos tem crescido consideravelmente (SOUZA; MORAES FILHO, et al. 2017) e que o consumo crescente destes alimentos vem de uma demanda significativa por práticas alimentares mais saudáveis e que também está relacionada à qualidade de vida, existe uma maior exigência por parte dos consumidores que estão preocupados com a condição e origem das mercadorias (VALENT et al., 2014). Grande parte dos trabalhos feitos acima deste tipo de consumidor focam nas variáveis que levam essas pessoas a consumirem estes produtos e foi através dessas referências que está sendo respaldada a ideia de que existe um mercado promitente para as mercâncias orgânicas e que as companhias posteriormente estarão criando estratégias para explorar este tipo de negócio (SOUZA; MORAES FILHO, et al. 2017).

As empresas de *marketing* social, voltadas para este setor vêm investindo na introdução de princípios defensíveis devido aos graduais empenhos com o cuidado ambiental, nesse sentido a expansão das empresas do ramo de mercadorias oriundas da agricultura orgânica acompanham um direcionamento mundial da ampliação de demanda por produtos que oferecem bem-estar e saúde (ERBELE et al., 2019). Entender os



UNICEPLAC

usuários e os agricultores orgânicos possibilita o benefício de buscar distinguir as diferentes causas que impactam nas escolhas de produção e consumo (ERAZO; COSTA, 2020).

Com o intuito de avaliar a importância do consumo e compra destes alimentos, este artigo tem como propósito mensurar as condições financeiras na aquisição dos alimentos orgânicos, visto que a disponibilidade destes alimentos não é de fácil obtenção para toda a população.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o estudo do tipo qualitativo realizou-se a pesquisa entre setembro e outubro de 2020, para uma amostra de 30 indivíduos. O questionário, com opções de respostas fechadas, sim ou não, continha 10 perguntas relacionadas a agricultura, consumo e viabilidade financeira de alimentos orgânicos. As perguntas foram elaboradas por uma plataforma *online*, *Google Docs*, onde foi gerado um *link* e posteriormente enviado, por conveniência, aos participantes da pesquisa.

Os dados foram tratados com análise de regressão, sendo um método avançado de análise e visualização de dados que permite observar a relação entre duas ou mais variáveis. Baseando-se nas respostas de cada indivíduo, esses dados foram comparados com outros estudos buscados nas bases de dados *Scientific Electronic Library Online (Scielo)*, Literatura Latino-americana e do Caribe em Ciências da Saúde (*Lilacs*), a plataforma para pesquisa de publicações científicas da área da saúde (*Pubmed*) e repositórios de Universidades Federais.

Para a construção do referencial teórico utilizou-se para as buscas os descritores: agricultura orgânica, agrotóxicos, alimentos orgânicos, dieta saudável e custo. Após os 15 trabalhos serem selecionados, publicados entre 2003 e 2020, orientando-se naqueles que possuíam em seu contexto conteúdos pertinentes ao tema abordado, realizou-se a leitura na íntegra e posteriormente foram parafraseados, seguindo os parâmetros de inclusão. E como critérios de exclusão trabalhos publicados antes de 2003, participantes com idade inferior a 18 anos e sem acesso à *internet* para responder ao questionário *online*.



UNICEPLAC

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A Tabela 1 apresenta que a maioria dos questionados (96,7%) sabem o que é um alimento orgânico e que grande parte (73,3%) afirma que esses alimentos não são fáceis de se encontrar.

Tabela 1 – Dados em percentuais referentes ao conhecimento sobre alimentos orgânicos

Elementos de Análise	Sim	Não
Você entende o que é um alimento orgânico;	96,7%	3,3%
Os alimentos orgânicos trazem benefícios para a saúde;	100%	-
Alimentos orgânicos não contém nenhum tipo de agrotóxicos;	33,3%	66,7%
Já cultivou ou cultiva alimentos orgânicos;	36,7%	63,3%
Alimentos orgânicos são fáceis de se encontrar;	26,7%	73,3%
É possível achar produtos orgânicos industrializados.	60%	40%

Fonte: Dos autores (2020).

A Tabela 2 expõe os dados referentes às outras 4 perguntas que foram aplicadas na mesma mostra, onde podemos levantar informações sobre o consumo onde (86,7%) relatam que já consumiram alimentos orgânicos e em relação à viabilidade econômica no consumo destes alimentos (70%) não acham viável financeiramente.

Tabela 2 – Dados em percentuais referentes ao custo-benefício e consumo dos alimentos orgânicos

Elementos de análise	Sim	Não
Consumiu alimentos orgânicos	86,7%	13,3%



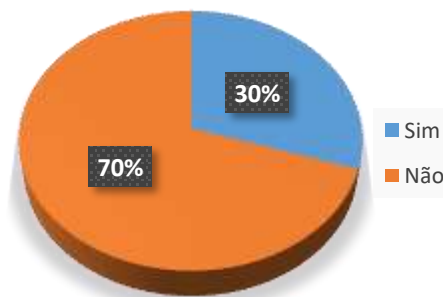
UNICEPLAC

Visitou uma feira orgânica	23,3%	76,7%
É viável financeiramente o consumo de alimentos orgânicos	30%	70%
Sent-se melhor consumindo alimentos orgânicos	80%	20%

Fonte: Dos autores (2020).

Observou-se que 86,7% da população questionada já adquiriram ou consumiram alimentos orgânicos e apenas 3,3% não compreendem sobre os alimentos orgânicos. Analisando o Gráfico 1 notou-se que 70% dos indivíduos questionados não acham financeiramente aceitável o consumo de alimentos orgânicos já que esses produtos são muito caros e difíceis de se encontrar.

Gráfico 1 – Dados percentuais referentes a viabilidade financeira na aquisição de alimentos orgânicos



Fonte: Dos autores (2020).

Quando questionados se já foram a uma feira orgânica 76,7% (Gráfico 2) responderam que não, pois as feiras orgânicas estão localizadas em regiões no qual o poder aquisitivo da população é consideravelmente alto.

Gráfico 2 – Dados percentuais referentes às pessoas que já frequentaram uma feira orgânica



Fonte: Dos autores (2020).



4 DISCUSSÃO

Quando se fala sobre a ingestão de alimentos orgânicos tem-se uma visão de que esta prática não é muito comum entre os participantes da pesquisa, apesar de que no Brasil desde os anos 90 a comercialização destes alimentos teve um crescimento significativo, tendo as grandes redes de mercados um papel importante para esta comercialização (GUIVANT, 2003). Através da pesquisa que foi efetuada, a grande maioria dos entrevistados é do sexo feminino (56,7%), esse registro constata que a maior parte dos consumidores de produtos orgânicos é, na sua maioria, referente ao grupo do sexo feminino (VALENT et al., 2014).

Na região onde se realizou a pesquisa os locais que comercializam estes alimentos estão centralizados em áreas de grande poder aquisitivo ou próximas a áreas rurais onde há a prática de cultivo, especialmente de hortaliças. Alguns fatores como insumos, transporte adequado, embalagem e certificação é que tornam estes produtos mais caros, deve se ter em mente que estes alimentos trazem maior benefício à saúde (BRAGA, 2014).

Algumas pesquisas destacam o motivo de feirantes optarem por produzir estes alimentos, segundo eles, os alimentos orgânicos trazem mais benefícios para os consumidores, “Gostam e dá retorno financeiro” e fazem o uso apenas de produtos que não contém agrotóxicos levando em conta o bem-estar e saúde (VALENT et al., 2014).

Em razão destes fatores, nota-se uma maior busca por produtos orgânicos. Ao preferir por esses alimentos o consumidor não faz uso de substâncias prejudiciais à saúde beneficiando o meio ambiente e colaborando com a agricultura familiar e produtores independentes de pequeno porte (MOURA, 2020). Apesar de tentar entender a conduta do consumidor, se torna complexo saber quais atitudes ele terá em relação aos acontecimentos no decorrer da vida, porém, sabemos que suas atitudes surgem a partir de necessidades, portanto é imprescindível conhecer bem este tipo de consumidor (KARSAKLIA, 2004).

Tanto Abreu e Alonzo (2014) como Teixeira e Ciribeli (2016) e Silva (2018), mostram que na situação atual do país o uso abusivo e descontrolado de agrotóxicos correlacionado ao modelo de proteção dos agricultores mediante o uso correto e seguro não mostra entendimento de diminuição nos quadros de intoxicações e dos avanços de danos à saúde.



UNICEPLAC

Nesse sentido, Oliveira e Almeida (2017) e Rebelo et al. (2011), expõem que os âmbitos da saúde e da nutrição estão cada vez mais presentes com o objetivo de prestar atendimento e proporcionar mais conhecimento a população referente a fatores de prevenção e cuidados na aquisição e ingestão de produtos *in natura*.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude dos fatos relacionados aos benefícios no consumo de alimentos orgânicos nota-se que a maioria dos interrogados não acha viável o consumo destes alimentos porque seu valor comercial é consideravelmente alto, pois se faz necessário o uso de uma mão de obra mais intensiva em relação à conservação e manejo, além do fato de serem alimentos difíceis de serem achados em comércios comuns, sendo necessário deslocamento até feiras ou hipermercados que comercializam os mesmos. Hoje já existem mapas na internet que facilitam o acesso até esses locais.

Apesar de não julgarem que seja viável o consumo destes alimentos, grande parte dos entrevistados já consomem os alimentos orgânicos e concordam que esta prática é benéfica à saúde, entretanto, deve-se refletir sobre fatores como qualidade e a segurança na produção destes alimentos.

REFERÊNCIAS

ABREU, P. H. B; ALONZO, H. G. A. Trabalho rural e riscos à saúde: uma revisão sobre o “uso seguro” de agrotóxicos no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, [S.L.], v. 19, n. 10, p. 4197-4208, out. 2014.

BRAGA, M. O comportamento de compra de produtos orgânicos: Uma reflexão sobre o perfil dos consumidores através da comparação entre faixas etárias e níveis de renda familiar – uma abordagem estatística. **Revista Acadêmica Eletrônica**: Sumaré: 2014.

ERAZO, R. L; COSTA, S. C. F. C. Feira de alimentos orgânicos em Manaus-AM: uma percepção ambiental dos seus atores sociais. **Brazilian Journal of Development**, [S.L.], v. 6, n. 7, p. 47502-47516, 2020.

GUIVANT, J. S. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. **Ambiente & Sociedade**, [S.L.], v. 6, n. 2, p. 63-81, dez. 2003.

KARSAKLIAN, E. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2004.



UNICEPLAC

MEDAETS, J. P.; FONSECA, M. F. A. C.; **Produção orgânica: regulamentação nacional e internacional.** Brasília: IICA, 2005.

MOURA, C. C. M. **Perfil de consumidores de alimentos orgânicos.** *Research, Society and Development Journal*, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i9.7395>

OLIVEIRA, A.; ALMEIDA, J. J. F.; **Proposta de um produto alimentício orgânico e avaliação comparativa de sua aceitação e preferência sensorial.** XII Encontro Latino Americano de Iniciação Científica, 2017. Disponível em: http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2008/anais/arquivos/INIC/INIC1243_02_A.pdf

REBELO, F. M.; CALDAS, E. D.; HELIODORO, V. O.; REBELO, R. . **Intoxicação por agrotóxicos no Distrito Federal, Brasil, de 2004 a 2007 - análise da notificação ao Centro de Informação e Assistência Toxicológica.** *Ciência & Saúde Coletiva*, [S.L.], v. 16, n. 8, p. 3493-3502, ago. 2011.

SILVA, A. R. **Alimentos orgânicos vs alimentos convencionais.** São Paulo: Anais do VII Simpósio de Saúde Ambiental – inovação, saúde e sustentabilidade, 2018.

SIQUEIRA, S. L.; KRUSE, M. H. L. **Agrotóxicos e saúde humana: contribuição dos profissionais do campo da saúde.** *Revista da Escola de Enfermagem da Usp*, [S.L.], v. 42, n. 3, p. 584-590, set. 2008

SOUZA, K. J. C.; MORAES, F. R. A. **Perfil dos consumidores de produtos orgânicos no Brasil.** XIX Engema, 2017. Disponível em: <http://engemausp.submissao.com.br/19/anais/arquivos/509.pdf>

TEIXEIRA, D. G.; CIRIBELI, J. P.; **A oferta de produtos orgânicos: uma análise de sua aceitação no mercado.** Caderno Científico FAGOC de Graduação e Pós-Graduação, 2016. 1(1):57-66.

VALENT, J. Z. et al. **Qualidade de produtos orgânicos: a percepção dos produtores de hortaliças de uma feira ecológica em porto alegre.** Rio Grande do Sul, REGET - UFSM, 2014. 18:1072-82.

EBERLE, L.; ERLO, F. L.; MILAN, G. S.; LAZZARI, F. Um estudo sobre determinantes da intenção de compra de alimentos orgânicos. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, [S.L.], v. 13, n. 1, p. 94-111, 15 maio 2019.

**UNICEPLAC****Agradecimentos**

Agradecemos aos professores do Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos - UNICEPPLAC, aos familiares e amigos e às demais pessoas que contribuíram para esta pesquisa, também agradecemos à professora Elisângela de Andrade Ayoama que nos orientou de forma transparente e concreta, fazendo com que o resultado deste trabalho obtivesse sucesso.