



VIABILIDADE FINANCEIRA NO CONSUMO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS

FINANCIAL FEASIBILITY IN ORGANIC FOOD CONSUMPTION

Thiago Henrique Lelis de Oliveira¹

 <http://lattes.cnpq.br/5224168829303870>  0000-0002-3419-1154

Reuter Lino da Silva²

 <http://lattes.cnpq.br/7226808069035392>  0000-0002-7059-804X

Elisângela de Andrade Aoyama³

 <http://lattes.cnpq.br/7189593734234445>  0000-0003-1433-3845

¹Acadêmico de Nutrição. Instituição: Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – UNICEPLAC. Brasília, Distrito Federal. *E-mail*: thiago.llelis@gmail.com

²Acadêmico de Nutrição. Instituição: Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – UNICEPLAC. Brasília, Distrito Federal. *E-mail*: reuterb50@gmail.com

³Mestra em Engenharia Biomédica pela Universidade de Brasília – UnB. Instituição: Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – UNICEPLAC. Brasília, Distrito Federal. *E-mail*: eaa.uniceplac@gmail.com

Resumo: Os alimentos orgânicos são produtos cultivados sem a aplicação de matérias químicas, agrotóxicos, fertilizantes e organismos geneticamente alterados. Buscando preservar suas características organolépticas proporcionando uma melhora na alimentação e um estilo de vida mais saudável. Este artigo tem como intuito mensurar a viabilidade financeira no consumo de alimentos orgânicos. Foi realizada pesquisa qualitativa, com 30 pessoas do sexo masculino e feminino, onde eles responderam questionário estruturado, com opções de respostas fechadas e as questões abordavam a respeito do conhecimento e do consumo destes alimentos, analisando a viabilidade financeira destes produtos. Observou-se que 100% dos entrevistados consideram que os alimentos orgânicos têm um efeito positivo à saúde, porém 70% não acham financeiramente viável o consumo desses alimentos orgânicos, 86,7% da população confirmaram ter adquirido ou consumido alimentos orgânicos e apenas 3,3% não compreendem sobre esse tipo de alimento. Foi constatado que a maior parte dos entrevistados eram do sexo feminino. Em vista dos argumentos apresentados entende-se que grande parte dos entrevistados apesar de concordarem que os alimentos orgânicos são favoráveis para a saúde, não acham viável o consumo destes, por serem alimentos mais caros que os tradicionais e mais difíceis de encontrar.

Palavras-chave: Agricultura orgânica, agrotóxicos, alimentos orgânicos, custo e dieta saudável.

Abstract: *Organic foods are products grown without application of chemical materials, pesticides, fertilizers and genetically altered organisms, seeking to preserve their organoleptic characteristics providing an*

improvement in food and a healthier lifestyle. This article aims to measure the financial viability in the consumption of organic foods. Qualitative research was carried out, among 30 people of both sexes, where they answered a structured questionnaire, with closed answer options and the questions addressed knowledge and consumption of these foods, analyzing the financial viability of the products. It was observed that 100% of the interviewees consider that organic foods have a positive effect on health, however 70% do not find the consumption of these organic foods financially viable, 86.7% of the population confirmed having purchased or consumed organic foods and only 3.3% do not understand about this type of food. It was found that most of the interviewees were female. In view of the arguments presented, it is understood that most interviewees, despite agreeing that organic foods are favorable for health, do not find their consumption viable, as they are more expensive than traditional foods and more difficult to find.
Keywords: *Organic agriculture, pesticides, organic food, cost and healthy diet.*

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



[1].

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 [2].

Sabendo que nos últimos anos o comércio de alimentos orgânicos tem crescido consideravelmente [3] 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 [4]. 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 promissor para as mercâncias orgânicas e que as companhias posteriormente estarão criando estratégias para explorar este tipo de negócio [3].

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 [5].

Entender os usuários e os agricultores orgânicos possibilita o benefício de buscar distinguir as diferentes causas que impactam nas escolhas de produção e consumo [6].

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.

Materiais e métodos

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 foi enviado aos participantes da pesquisa. Para o trabalho em questão aplicaram-se os descritores: agricultura orgânica, agrotóxicos, alimentos orgânicos, dieta saudável e custo.

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. Os parâmetros de inclusão dos artigos analisados orientaram-se naqueles que possuíam em seu contexto conteúdos pertinentes ao tema abordado, assim inclusos artigos publicados entre 2000 e 2020. Como critério de exclusão foram utilizados para análise os artigos publicados a partir de 2004.

Resultados

A Tabela 1 nos 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%

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.

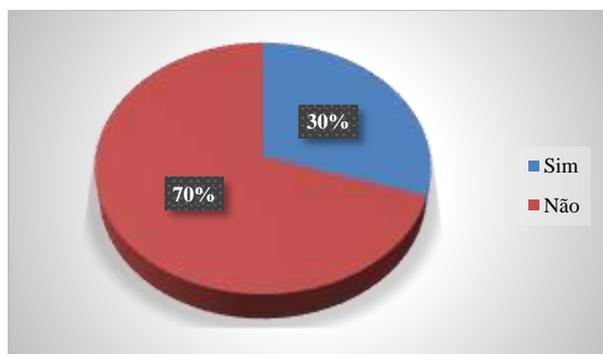
Elementos de Análise	Sim	Não
Você já consumiu alimentos orgânicos;	86,7%	13,3%

Continuação...

Você já visitou uma feira orgânica;	23,3%	76,7%
É viável financeiramente o consumo de alimentos orgânicos;	30%	70%
Você se sente melhor consumindo alimentos orgânicos;	80%	20%

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.



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.



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 [7].

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 [4].

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 [8].

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 [4].

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 [9]. 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 [10].

Alguns estudos realizados 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 [11-13]

Nesse sentido, 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 [14,15].

Conclusão

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. Nos dias atuais 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 consome 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

- [1] Medaets JP, Fonseca Maria Fernandes AC, Produção orgânica: regulamentação nacional e internacional. Brasília: IICA; 2005.
- [2] Siqueira SL, Kruse MHL. Agrotóxicos e saúde humana: contribuição dos profissionais do campo da saúde, Rev Esc Enferm USP. 2008; 42(3):584-90.
- [3] Souza KJC, Moraes Filho RA. Perfil dos consumidores de produtos orgânicos no Brasil. XIX Engema 2017. Disponível em: <http://engemausp.submissao.com.br/19/anais/arquivos/509.pdf>
- [4] Valent JZ, Tisott ST, Schmidt V, Valent VD. Qualidade de produtos orgânicos: a percepção dos produtores de hortaliças de uma feira ecológica em porto alegre. REGET - UFSM. 2014; 18:1072-82.
- [5] Erbele LE, Erlo FL, Milan GS, Lazzari F. Um estudo sobre determinantes da intenção de compra de alimentos orgânicos Rev Gest Soc Amb. São Paulo, 2019; 13(1):94-111.
- [6] Erazo RL, Costa SCFC. Feira de alimentos orgânicos em Manaus-AM: Uma percepção ambiental dos seus atores sociais. Braz J Develop. 2020; 6(7):47502-16.
- [7] Guivant JS. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: Apelando ao estilo de vida ego-trip. Rev Amb Soc UFSC. 2003; 6(2):63-81.
- [8] 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. Rev Acad Elet. 2014; 8:9.
- [9] Moura CCM, Pires CV, Madeira APC, Macedo MCC. Perfil de consumidores de alimentos orgânicos. [internet]. Ago. 2020 [citado em 11 out. 2020]; Disponível em: <http://dx.doi.org/10.33448/rsdv9i9.7395>.
- [10] Karsaklian E. Comportamento do consumidor. São Paulo: Atkas; 2004.
- [11] Abreu PHB, Alonzo HGA. Trabalho rural e riscos à saúde: uma revisão sobre o “uso seguro” de agrotóxicos no Brasil. Cien Saude Colet. 2014; 19(10):4197-208.
- [12] Silva AR, Jesus E, Pereira SA, Santos TO, Ferreira TS, Cardacci YC. Alimentos orgânicos vs alimentos convencionais. Anais do VII Simpósio de Saúde Ambiental – inovação, saúde e sustentabilidade. São Paulo; 2018.
- [13] Teixeira DG, Ciribeli JP. 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.
- [14] Oliveira A, Almeida JJF. Proposta de um produto alimentício orgânico e avaliação comparativa de sua aceitação e preferência sensorial. Encontro Latino Americano de Iniciação Científica; 2017.
- [15] Rebelo FM, Caldas ED, Heliodoro VO, Rebelo RM. Intoxicação por agrotóxicos no Distrito Federal, Brasil, de 2004 a 2007 - análise da notificação ao Centro de Informação e Assistência Toxicológica. Cien Saúde Colet. 2011; 16(8):3493-502.